

国酒茅台：“赢销”20年 高质量向千亿集团奋进



本报记者 樊瑛 张建忠

刚过去的一年，茅台集团公司白酒销量、含税收入增幅均达50%以上，这在茅台历史上是前所未有的。企业总资产增长率21.43%，资本保值增值率123.82%，较行业优秀值分别高3.7、3.4个百分点。

与国际酒业巨头相比，茅台取得了新跨越。

从总市值看，2017年4月起，茅台股份的总市值超越帝亚吉欧，居全球酒类上市公司首位，并遥遥领先。

从品牌价值看，2017年“全球烈酒品牌价值50强”排行中，茅台高出第二位尊尼获加70亿美元，在2017年“全球品牌价值500强”中，茅台位列118位，领先尊尼获加256位，差距进一步拉大。

茅台酒“世界蒸馏酒第一品牌”地位不断巩固和提升。

2017年前三季度，茅台股份公司上交税金占全国18家白酒上市公司的42.17%。茅台是全国白酒行业稳健发展的动力源和稳定器。

今天人们看到的茅台，是如此的卓尔不群，然而“看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛”，茅台集团袁仁国董事长在茅台集团五届三次职工代表大会《董事会工作报告》中如此指出，回首历史，早在1997年，茅台销售收入在全国白酒企业中排名第十一位，利税居全国第七位；1998年，步入市场经济以来，茅台不断追赶；1999年销售收入居全国第五，利税居全国第二；2000年，公司销售收入居全国第二；2007年，公司利税居全国第一。茅台坚定不移推进“一看三打造”战略目标，不断巩固和提升“世界蒸馏酒第一品牌”地位，千方百计实现大增长、大进位、大突破。“十二五”期间，茅台建成了世界上生产规模最大和库存最多的酿酒企业，茅台酒雄踞全球蒸馏酒单品销售额榜首，这是茅台人艰苦奋斗、长期奋斗、不懈奋斗的结果。

置身中国经济跨越和变革历程 从计划到市场实现“赢销”20年

1998年，亚洲金融危机爆发，倾时间，整个白酒行业寒气笼罩，市场一片萧条肃杀。曾经“皇帝女儿不愁嫁”的茅台酒第一次饱尝被冷落的滋味，时近当年的7月，茅台酒的销售尚不及全年计划的30%。正是这场危机激发了茅台人思想观念转变，义无反顾地由统购统销的计划经济走向市场。在时任贵州茅台酒股份有限公司总经理袁仁国的组织带领下，从89名竞争者中招聘了17名营销人员，组建了茅台历史上第一支营销队伍，他们念着《国际歌》“从来就没有救世主”、吼着《国歌》“到了最危险的时刻”、大声唱着《西游记》主题曲“敢问路在何方？路就在脚下”开启了划时代的茅台营销探索征程。

从1998年到2008年，10年间，茅台一步一脚印进入市场经济的大潮，突破“皇帝女儿不愁嫁”的传统观念，与时俱进，开拓进取，提出了独具茅台特色的“九个营销”思想，实现了持续10年的历史性跨越式发展。从2008年到今天，伴随“美国次贷危机、全球金融风暴、限制三公消费、行业深度调整”等一系列惊心动魄市场变化，茅台因势而谋、顺势而动，又开展了一场波澜壮阔的营销创新的深度变革。特别是2012年以来，茅台主动适应新形势新变化，深入推动发展战略转型、营销策略转型、管理模式转型，不断扩大商务消费、休闲消费、家庭消费、大众消费群体，成为这一轮行业深度调整的最大受益者。尤其是2017年，茅台站在讲政治的高度，开展的“稳价、治乱、建新”市场治理活动，又将茅台推向了新一轮的发展快车道。

从1998到2018，20年间，茅台营销网络从无到有，从有到强，渠道网络日趋完善，缔造了今天坚如磐石的厂商合作伙伴。茅台坚定“九个营销”思想从未动摇；坚定以市场和顾客为中心的理念从未观望，坚定茅台厂商“五个共同体建设”从未徘徊；坚定茅台“五个自信”从未懈怠，茅台营销始终与时代同行。

如今，茅台从步入了市场化建设之路20年，置身中国经济跨越和变革历程中，用一个个坚实的脚印，站到市场的舞台中央。茅台酒的销售量增长了23倍，销售额增长了128倍，更是助推茅台股票迈上8000亿大关，茅台营销造就了茅台现象，茅台现象缔造了茅台传奇。一路走来，在困境中求生存，在变局中求创新，在创新中

求发展，无疑就是茅台“赢销”20年的制胜之道。

在2017年12月28日国酒茅台2017年度全国经销商联谊会上，茅台集团董事长袁仁国介绍，20年来，茅台营销提升了新水平、步入了新境界、彰显了新魅力，取得了辉煌成就：

营销业绩大增长。集团公司累计实现销售收入超3800亿元、利税超2900亿元、上缴税金超1400亿元、实现利润超1900亿元。

营销战略大推进。不断深化品牌战略、文化战略、差异化战略。坚持“以市场和顾客为中心”，不断丰富提升“九个营销”理念。对产品进行新定位，把普通茅台酒的主要消费群体定位为全国中产阶层，把陈年茅台酒定位为高端商务消费，不断向商务消费、大众消费、家庭消费和休闲消费转型。大力发展电商、个性化定制，拓展新销售空间。营销转型取得显著成效，引领全国名酒进入上升周期。

营销网络大健全。经销商队伍从1998年146家，发展到现国内经销商、专卖店等客户2000多家，营销网络覆盖全国所有地级城市和30%以上的县级城市。海外代理商104家，市场覆盖全球66个国家和地区。

品牌形象大提升。茅台酒世界蒸馏酒第一品牌地位不断巩固提升，在世界多家知名排行榜中，茅台与众多世界品牌比肩而立。

产品结构大调整。先后开发了15年、30年、50年、80年陈年茅台酒，生肖酒、个性化酒、定制酒等，开发了茅台王子酒、茅台迎宾酒、汉酱、仁酒等酱香系列酒。现有244个品种，产品达到了多样化、个性化、系列化、合理化。

营销管理大加强。打造富有茅台特色的营销管理体系，追求卓越和争先创优，广泛开展争创“五好省区”、“六好营销员”活动。

营销服务大进步。健全和完善市场服务体系，认真做好售前、售中、售后服务，切实提高服务效率，为顾客提供超值服务和亲情服务。不断做好亲商、安商、助商、扶商工作。

文化影响大彰显。1999年，率先在全国白酒行业提出“文化酒”、“健康酒”等理念，引发了全国白酒行业从卖酒到卖文化的转变。以中国文化为根，以中国精神为魂，以国酒文化为魄，不断提升对中国白酒文化走向世界的引领能力。

营销队伍大发展。公司销售人员从17人发展到553人，在全国成立了31个省区，加上经销商营销人员近2万多人。

打假保知大突破。不断加强知识产权保护力度，大力实施工程打假、知识打假、智能打假、公关打假、诚信打假、事件打假和网络打假等“七个打假”，不断提高防伪技术和水平。在全国设立了32个免费鉴定服务点，开展“放心酒工程”活动。

袁仁国说，长期以来，茅台乘势而上，协力传承“百年老店”；同心同德努力发展白酒产业；茅台守望相助，携手光大民族精品；茅台风雨同舟，共同做强民族品牌。无论任何时候，茅台都要坚持以市场和顾客为中心不能变，坚持对经销商的劳苦功高不能忘，坚持把经销商当作上帝和恩人的观点不能丢。

克难奋进 砥砺前行 加速向前 实干换来2017年令人振奋的成绩单

2017年，茅台人紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，深入学习贯彻党的十九大精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持稳中求进工作总基调，深入践行新发展理念，认真落实省委、省政府的决策部署，认真贯彻省委孙志刚书记对茅台的指示精神，牢牢守住发展、生态和安全三条底线，深入推进“十企”战略，推动各项工作取得新突破，创造了一系列新的“茅台成就”——

- 指标大增长，实现新的“茅台速度”；
- 营销大跨越，引发新的“茅台现象”；
- 股价大突破，创写新的“茅台奇迹”；
- 品牌大跃升，打造新的“茅台名片”；
- 文化大传播，展现新的“茅台魅力”；
- 行业大引领，激发新的“茅台使命”；
- 合力大增强，凝聚新的“茅台力量”；
- 责任大彰显，展示新的“茅台担当”；
- 企业大发展，树立新的“茅台风尚”；
- 精神大提振，凸显新的“茅台气质”。

茅台前所未有的跻身世界最具竞争力酒类企业前列；

前所未有的接近打造“享誉全球的国酒茅台”和“受人尊敬的世界级企业”目标；

前所未有的具有实现这个目标的信心和能力。

营销转型不断加快。在行业深度调整期，审时度势，变“公务消费”为“私人消费”；变“名酒”为“民酒”；变“坐商”为“行商”；变“老字号”为“时尚咖”；变“一品独大”为“多品开花”，不断以“变局”创“新局”。

产品结构不断优化。茅台酒现有200多个品种，产品达到了多样化、个性化、系列化、合理化。对产品进行新定位，把茅台酒的主要消费群体定位为中产阶层，把茅台系列酒主要消费群体定位为小康群体。

渠道建设不断健全。现有2800多家茅台酒国内经销商和专卖店，营销网络覆盖全国所有地级城市和30%以上的县级市。大力发展电子商务、个性化定制等，打造线上销售、线下体验、线上与线下一体化的营销链。茅台云商全面上线，促进传统品牌与互联网的融合升级。

国际市场不断拓展。现有海外经销商104家，遍及五大洲66个国家和地区及全球重要免税口岸，其中，覆盖“一带一路”沿线26个国家和地区。

2017年茅台不断挺进“世界级”，绘就了砥砺奋进的新画卷。茅台可以自豪地认为，茅台是全省后发赶超、跨越发展的一个缩影，开创了全国白酒行业的崭新局面。

2017年重点工作取得突出成绩：

坚持“稳”的主基调，在牢牢发展质量、生态保护、平安茅台“三条底线”上取得重大成就。

坚持“进”的主方向，在推进集团总公司和子公司的协调发展，主导产品与系列产品的平衡发展，国内市场与国际市场的同步发展，公司与经销商、供应商、投资者、消费者的共赢和全面发展，企业与环境的和谐发展，员工与企业的共同发展“六个统筹”上取得重大突破。

坚持“新”的主旋律，在践行“九个营销”（工程营销、事件营销、文化营销、服务营销、网络营销、感情营销、诚信营销、个性营销、智慧营销）上取得重大进展，营销转型不断加快，产品结构不断优化、渠道建设不断健全、国际市场不断拓展、营销服务不断进步。

茅台发展带来的启示是：

最根本的是坚决维护核心。要不断增强“四种意识”，坚决维护习近平总书记作为党中央的核心、全党的核心地位，自觉把思想和行动统一到党的十九大精神上来，时刻不忘用习近平新时代中国特色社会主义新思想武装头脑、指导实践，牢记嘱托、感恩奋进。

最核心的是始终不忘初心。以奋进的姿态躬身实践，以攻坚克难的精神破解难题，以争创一流的劲头走在前列。不忘初心、擦亮初心、践行初心，这是茅台发展的根本所在、命脉所在，也是员工的利益所在、幸福所在。

最关键的是突出发展重心。始终把习近平总书记新时代中国特色社会主义经济思想作为行动指南，坚持稳中求进工作总基调不动摇，推动创新成为第一动力、协调成为内生特点、绿色成为普遍形态、开放成为必由之路、共享成为根本目的的高质量发展。

最重要的是坚定工作决心。阔步新时代，方向更加明确、动力更加强劲、精神更加振奋，切实抢抓新机遇、积极应对新挑战、有效化解新矛盾，方法更加灵活创新，落实更加精准有力，牢牢掌握主动权，积小胜为大胜，以新作为开创新局面。

最可贵的是坚持团结一心。公司领导班子按本色做人、按角色办事，想在一起、干在一起，思想同心、目标同向、行动同拍，相互搭台、互相补台、好戏连台。公司上下团结鼓劲、凝神聚力，守望相助、甘苦备尝，承百岁老店，铸世界一流。

实现茅台酒从“智造”到“智销” 2018年，千亿集团向茅台招手

茅台集团五届三次职工代表大会《董事会工作报告》中指出，2018年，是深入贯彻党的十九大精神的开局之年，是改革开放40周年，是实施“十三五”规划至关重要的一年。做好今年的工作，意义十分重大。

今年工作的总体要求是：深入学习贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指

导，坚持稳中求进工作总基调，深入践行新发展理念，紧扣社会主要矛盾变化，按照高质量发展要求，统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”战略布局，坚持以供给侧结构性改革为主线，推动质量变革、效率变革、动力变革，认真落实省委、省政府决策部署，“做足酒文章，扩大酒天地”，牢牢守住发展、生态、安全三条底线，紧紧围绕“十企”战略，新时代担当新使命，新征程再创新辉煌，开创经济强、生态好、厂区美、员工富、素质高的国酒茅台新未来！

报告指出，2018年的主要目标任务是：实施“97124310”计划，实现含税收入900亿元，增加值达780亿元，上交税金达300亿元，股份公司以外其他公司收入在集团占比10%左右，打造一流厂区，向国际一流企业迈进，确保质量零缺陷、食品安全零事故、安全生产实现“双百双零三低”，奋力推动茅台高质量发展。

围绕上述目标，要统筹兼顾、突出重点、全面推进，更加奋发有为，着重抓好：

在发展壮企上下大功夫，不断取得新跨越；

在改革促企上下硬功夫，不断取得新进步；

在管理固企上下精功夫，不断取得新成效；

在质量立企上下真功夫，不断取得新成绩；

在环境护企上下苦功夫，不断取得新提高；

在科技兴企上下强功夫，不断取得新进展；

在人才强企上下新功夫，不断取得新提升；

在文化扬企上下深功夫，不断取得新突破；

在安全稳企上下细功夫，不断取得新保障；

在和谐旺企上下实功夫，不断取得新成就。

报告强调，贵州省委、省政府“做足酒文章，扩大酒天地”的总体要求，为茅台指明了前进方向、提供了根本遵循、注入了强大动力。站在新起点，迈入新阶段，茅台理应坚持把发展作为第一要务，以提高发展质量和效益为中心，持续把茅台打造成为贵州实体经济发展的样板。

报告说，茅台当前重点是要从讲政治、讲诚信、守纪律、利国利民、遵循市场规律、防止“破窗效应”、实现可持续发展、社会主要矛盾转化、让人民群众过上祥和欢快的春节和企业履行社会责任等高度，不断加强市场监管、价格管控，推动茅台酒市场稳健发展。打造全国一流的专业酒类营销公司。线上线下并举，大力推进茅台酒流通领域改革创新，推动茅台产品、品牌、文化、营销国际化。要全力推进“大数据+生产”，为传统酿酒增添新动能，实现茅台酒酿造、质造、智造并举，展现民族精品之美，同时创新产品开发，实现茅台酒从“智造”到“智销”。将加快速度，在“一带一路”战略沿线多个空白市场新建营销网络。巴黎和旧金山办事处要切实加强市场开拓、文化宣传、公关整合、市场服务等工作。茅台酒和系列酒要继续精准定位，各子公司酒类品牌要全力调结构、上规模、拓市场，不断提高营销水平和效率率。

报告提出，力争到“十三五”末，把茅台打造成全国白酒行业精细化管理的示范基地，同时，尽早把茅台研究院建成一个与茅台品牌相匹配，全省具有支撑作用的骨干智库、引领白酒行业做强做大做优的领军智库、全国具有知名度和影响力的知名智库。将努力实现增进员工民生福祉新跨越，让员工大家工作更有奔头、更有盼头。将支持茅台学院大力发展产教融合的职业教育和培训体系，并让员工享有更温暖的共享机制。贵州茅台医院确保今年全面完成基础工程，进入主体施工，力争早日建成，有效破解员工“看病远、看病贵、看病难”的突出问题。

近日，茅台集团党委书记、总经理李保芳接受新华社记者采访时表示：

千亿目标，现在已经非常现实了，预计2018年我们将完成900亿是完全可能的，最早的时候定了800亿，现在算下来应该可以超过这个数，实现900亿。如果今年能够实现900亿元，明年不管有多大的困难，在2019年，我们一定要按照实现千亿目标来安排工作和制定计划。李保芳认为要学深学透十九大精神，加快茅台发展步伐，合理平衡茅台市场缺口，管好茅台市场终端价格；立足主业扩大酒天地，千亿元目标后不停步；把扶贫摆在与生产经营同样重要的地位来推进；持续稳定健康推动茅台未来的发展。

“千虚不搏一实”，奋斗是通行证，实干是座右铭。2018年，千亿集团向茅台招手，茅台向千亿集团奋进。牢牢抓住这一年，努力干好每一天，奋力开创茅台高质量发展新局面，谱写茅台跨越式发展新篇章。