



■ 本报记者 樊瑛 张建功

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。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，居全球酒类上市企业首位，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，茅台不断赶超；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房最多的酿酒企业，茅台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，顿时间，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，茅台一步一步融入市场经济的大潮，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，茅台经销网络从无到有，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，站到市场济的舞台中央。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，认真贯彻落实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”。

茅台前所有地跻身世界最具竞争力酒类企业前列；

前所未有地接近打造“享誉全球的国酒茅台”和“受人尊敬的世界级企业”目标；

前所未有地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”，绘就了砥砺奋进的崭新画卷。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，在守牢发展质量、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，在推进筹集团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，企业与合作的和谐发展，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，承百年老店，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。

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 年我们完成 900 亿是完全可以的，最早的时候定了 800 亿，现在算上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。