

“文化茅台”走进澳洲品牌推介活动在悉尼举行

霍克致信祝贺 500 余政商要员与会

“文化茅台”本年度首场面向国际市场的国际亮相——“2018 文化茅台走进澳洲大型品牌推介活动”在悉尼正式启动。

5月30日下午7时,茅台集团以“心驰世界、香誉澳洲”为主题,在悉尼市政厅举行大型品牌推介活动。这是茅台集团继俄罗斯、意大利、美国、德国、南非等国大型推介活动之后,在大洋洲举行的又一大盛事。

澳大利亚前总理霍克为活动专门写信祝贺。

澳大利亚新南威尔士州财政、服务和房产部长 Victor Dominello, 新南威尔士州交通、路政、工业及能源部副部长 John Sidoti, 新南威尔士州议会副议长王国忠, 新南威尔士州贸易投资及旅游部助理部长、议员 Jonathan O' Dea, 悉尼市议员、悉尼原副市长 Robert Kok, 新南威尔士州立法会议员 Mark Coure, 悉尼副市长 Jess Miller, 新南威尔士州多元文化部副部长 Geoffrey Lee 以及新南威尔士州首位华裔女性议员 Helen Sham Ho 等政商要员, 与包括澳洲媒体人 Lee Lin Chin、澳洲 10 号电视台新闻直播 Sandra Sully、澳洲前橄榄球运动员、被誉为“民族英雄”的 Mark Ella 等知名人士在内, 共有五百多嘉宾与会。

中国驻悉尼领事馆副总领事董学军到场表示祝贺。

茅台集团副总经理兼习酒公司董事长张德芹代表茅台集团致辞。茅台集团公司总经理助理兼董事会秘书彭云、茅台生态农业公司董事长邹欣、茅台集团北京分公司总经理张连利、贵州茅台酒股份有限公司总经理助理兼公司办公室主任黄维及贵州茅台酒股份有限公司总经理助理兼销售公司总经理马玉鹏等高管出席推介活动。

霍克在贺信中感谢主办方对他的邀请, 并为不能到场参加活动表示遗憾。“我曾经访问过中国 100 多次, 用茅台酒举杯庆祝两国关系的次数更是多不胜数。”

霍克: 希望澳洲与茅台的缘分源远流长

“大家在这次盛会上举杯庆祝澳中建交 46 周年的时候, 将会意识到这是与前总理的外交成就密不可分的。1971 年, 高夫·惠特拉姆首次访问中国, 为现在的澳中关系奠定了基础。”

作为见证了中澳关系成长的政治家, 霍克回顾了中澳友谊的过往, 也对茅台在中澳关系中的重要地位表示肯定——

“我曾经访问过中国 100 多次, 用茅台酒举杯庆祝两国关系的次数更是多不胜数。(我不得不承认, 起初这种味道确实需要点时间去习惯。但是,) 大家都知道的, 这是中国欢迎仪式的一部分。它的起源可以追溯到秦汉时期, 所以你们对这种酒的爱已经有了几百年的历史; 而对于我们澳大利亚人来说, 这是一种全新的体验。”

中国驻悉尼领事馆副总领事董学军代表总领馆致辞。他说, 刚才我们看了相关的视频, 并聆听了张总非常深刻的演讲。正如刚才在视频中所见, 以及刚才主持人所讲, 茅台毋庸置疑是中国的国酒, 茅台背后还蕴藏了太多的故事。“悉尼是一座美丽的城市, 亦是南半球最发达的城市之一。茅台在中澳的政治及外交中扮演重要角色, 对中澳两国双边关系贡献良多。”董学军在致辞中祝福茅台的发展。他希望, 茅台未来在中澳合作与良性互动中扮演重要角色。

据悉, 茅台踏上澳大利亚大陆已有 15 年。自 2003 年澳洲首家专卖店在悉尼华埠苏瑟街(Susse)开业至今, 茅台酒在本地声誉日隆成为当地主流社会了解中国白酒文化的重要窗口。据统计, 茅台酒及系列酒在澳洲的年销售量已逾 10 万瓶。茅台的影响, 早已超越华人社区, 成为受主流市场青睐的优质消费品。作为茅台重要的出口市场, 过去两年, 澳大利亚茅台酒的销量增长了 43%。茅台酒销售网络, 已覆盖悉尼、墨尔本、布里斯班、霍巴特、圣灵岛与珀斯的众多高端餐厅、机场免税店和酒类专卖店。

据茅台进出口公司人士介绍, 茅台酒的市场已延伸至全球所有大洲 66 个国家的主流市场。2017 年, 茅台集团出口茅台酒及系列酒 1721.03 吨, 实现出口创汇 3.14 亿美元。其中亚洲市场占比 49.89%, 欧洲市场占比 24.56%, 免税市场占比 9.12%, 大洋洲占比 3.47%, 非洲市场占比 1.12%。2017 年, 茅台酒及系列酒出口澳洲共 50 吨, 创汇 929 万美元。未来三年, 茅台酒在海外的销售量将被提升到整体销量的 10%。

新南威尔士州财政、服务和房产部长 Victor Dominello 代表州长致辞时这样评价, 无疑, 茅台是酒中之王。

“我们刚刚举行过仪式庆祝华裔来到澳大利亚 200 周年。现在, 我们又开始一次新的庆祝, 那就是你们, 茅台。谢谢你们来到悉尼, 谢谢你们来到澳大利亚。”他说。

茅台: 全球化背景下, 我们需要向世界一线酿酒企业包括澳洲红酒企业学习



● 茅台集团副总经理、习酒公司董事长张德芹会见前来参加活动的澳大利亚新南威尔士州财政、服务和房产部长 Victor Dominello



● 出席澳大利亚文化推介活动的茅台代表团一行



● 参加活动现场的嘉宾品尝茅台鸡尾酒



● 活动现场调酒师用茅台酒来调制鸡尾酒



● 活动现场嘉宾共同启动



● 活动举办地澳大利亚悉尼市政厅

“2018 年, 是中国改革开放四十年。四十年来, 中国不仅彻底改变了世界人口第一大国的经济、社会形态, 也推动着世界经济发生了巨大变化。”张德芹代表茅台在庆典活动上作主旨发言时指出, 茅台酒自 1915 年在巴拿马万国博览会上勇夺金奖以来, 已经有了近百年的国际化之路。如今, 茅台先后 18 次荣获各种国际金奖, 连续多年在 WPP、华通明略、《福布斯》、《金融时报》等各种国际榜单中占据榜首。在过去的 2017 年, 茅台集团全年销售收入突破 121 亿美元, 上缴税金突破 41 亿美元, 品牌价值达到 232 亿美元, 单品销售

额稳居全球首位, 品牌价值、股票市值稳居全球酒类上市企业第一。

“天贵人和, 厚德致远”是我们的核心价值观, 我们始终将责任、担当作为企业发展、员工成长的价值追求, 在为国家上缴巨额税金的同时, 我们像呵护眼睛一样呵护环境, 竭力帮助贵州大山农民脱贫, 帮助众多贫困家庭学生上学, 打造受人尊敬的世界级企业。”张德芹向与会嘉宾重点介绍了茅台的企业社会责任。

据悉, 近十年来, 茅台集团累计上缴税金 170 多亿美元, 投入 14 多亿美元用于公益慈

善、精准扶贫、环境保护、兴办教育、改善交通环境等方面, 积极履行社会责任——

促进引领当地经济社会发展。茅台集团上交利税约占贵州省公共财政预算收入的 12%, 带动酒业成为贵州第一产业, 直接解决就业数万人, 投资近 4 亿美元, 用于机场、高铁、高速公路的建设, 改善地方交通;

积极参与精准扶贫。2015 年以来, 茅台对贵州大山里的贫困地区精准扶贫, 累计投入资金 3000 多万美元, 减少贫困人口数万人;

捐助助学培育栋梁之才。2017 年, 茅台投资 3.2 亿美元创办了中国第一所白酒行业的本科院校——茅台学院, 为中国培养栋梁之才; 2012 年以来, 茅台在中国开展“国酒茅台·国之栋梁”大型公益助学, 活动累计捐款 9699 万美元, 资助 12.3 万名贫困学子圆梦大学, 从 2006 年发起, 至今筹集超过 1000 万美元用于公益助学领域, 惠及近万名优秀学子; 出资 260 多万美元, 为西部地区小学捐赠《新华字典》; 出资 280 多万美元, 为贵州山区孩子建 100 所“希望食堂”; 2017 年, 茅台还在出资 45 万美元援建莫桑比克小学;

大力实施生态环境保护。从 2014 年起, 每年捐赠约 800 万美元, 连续十年捐赠约 8000 多万美元, 用于赤水河流域生态环境保护, 耗资 1500 多万美元, 用于环境改造, 生产设备使用环保的天然气锅炉, 建立五个污水处理厂, 处理标准均优于中国国家处理标准。

“在贸易全球化背景下, 我们需要向世界一线酿酒企业, 包括澳洲红酒企业学习, 吸收、借鉴世界酿酒行业在品牌营销、市场拓展方面的经验, 让茅台品牌文化, 能以更好的方式, 在不同语境、不同文化背景下获得认同与传播。”张德芹动情地表示, “未来, 我们将搭建更多的交流平台, 让更多的澳洲友人了解中国的酒文化。今天的相聚, 是茅台的家宴, 也是澳洲人民的家宴, 在这里, 我们不分彼此, 共同记住美好的过往, 共同祝愿美好的未来。”

从场内到场外: 茅台与世界深度互动

悉尼市政厅内, 茅台元素无处不在。茅台精品多媒体互动展示、茅台鸡尾酒品尝, 与茅台酒产品陈列区域相得益彰, 成为立体的“文化茅台”展示平台。

金奖百年 100 瓶大全套、80 年、50 年、30 年、15 年陈年茅台酒、生肖酒以及茅台旗下的酱香系列酒、红酒、保健酒、蓝莓酒等产品阵营琳琅满目, 令观者印象深刻。

观看茅台鸡尾酒现场调制, 亲自品鉴茅台酒的神秘醇香, 更让澳洲来宾对茅台的滋

味有了直观的体验。

互动不限于场内。活动开始前, 茅台代表团成员与新南威尔士州州长柏瑞吉克莲女士相见, 并获得其颁发的“中澳友谊功勋企业”证书。

据茅台相关人士介绍, 2018 文化茅台走进澳洲活动期间, 茅台还在本地著名学府新南威尔士大学隆重举行新南威尔士茅台奖学金设立仪式, 决定出资 45 万美元, 资助中国籍优秀学生在外求学, 为促进中澳两国交流与互通, 为中澳两国培养更多的商业领袖提供实质性的帮助。

过去三年, 茅台在海外动作不断, 为中国品牌走向世界提供了一个较为成功的案例: 2015 年, 茅台在香港、莫斯科、米兰、旧金山相继举办茅台“金奖百年”纪念活动; 2016 年, 在美国旧金山举办旧金山“茅台日”庆典活动, 在德国举办与德国干杯——中国茅台“一带一路”行品牌推广活动; 2017 年, 在开普敦举办“文化茅台走向‘一带一路’南非文化推介主活动。今年, 茅台又走进大洋洲, 为深层次国际化走出了坚实一步。

据介绍, 茅台的海外发展, 以积极主动承担企业社会责任为情感动力, 迅速参与市场所在地国家的社会公益建设。早在 2017 年的非洲之行, 茅台高层即决定在坦桑尼亚资助“希望小学”, 为当地基础教育添砖加瓦。长期、深入参与, 以分享、共赢, 传递友善、负责任的正向价值, 这是茅台在走向国际市场时, 一直坚持的理念与观点。

未来, 茅台将按照“两年破百, 覆盖全球, 不留空白”的思路, 逐步完善海外市场布局。所谓“两年破百”, 就是要在近两年内, 在超过 100 个国家和地区, 建立茅台营销渠道, 发展一批茅台粉丝。

“让世界爱上茅台, 让茅台走向世界”——这句口号在茅台的全球化进程中越来越响亮。

附: 贵州茅台集团简介

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司(以下简称茅台集团), 总部位于贵州省北部风光旖旎的赤水河畔茅台镇, 平均海拔 423 米, 占地约 1.5 万亩, 其中“贵州茅台酒”地理标志产品保护地域面积约 15.03 平方公里。

茅台集团以贵州茅台酒股份有限公司为核心企业, 员工人数 3 万余人, 拥有全资、控股和参股公司 26 家, 涉足产业包括白酒、保健酒、葡萄酒、证券、保险、银行、文化旅游、教育、房地产、生态农业及白酒上下游产业等, 企业总资产达 1705 亿元。2017 年, 茅台集团白酒销量 12.37 万吨, 销售收入 764 亿元, 利润总额 403 亿元, 上交税金 256 亿元。

公司核心产品贵州茅台酒属绿色食品、有机食品、国家地理标志保护产品和国家非物质文化遗产, 是香飘五洲四海的中国名片。茅台酒“世界蒸馏酒第一品牌”地位不断巩固和提升, 茅台蝉联“全球烈酒品牌价值 50 强”榜首, 品牌价值翻倍, 达 723 亿元, 是第二位尊尼获加的 2.5 倍。茅台是唯一上榜“BrandZ 全球最具价值品牌 100 强”的蒸馏酒品牌, 品牌价值达 1063 亿元, 较上年增加 344 亿元, 位列 64 位, 较上年上升 29 位。茅台在“2017 最具价值中国品牌 100 强”中, 排名第 9 位, 品牌价值达 1015 亿元, 并获“最高端中国品牌”奖。茅台连续八年位列“华樽杯中国酒类品牌价值 200 强”榜首。在 5 月 9 日中国品牌建设促进会公布的“2018 中国品牌价值百强榜”中, 茅台品牌价值达 1876 亿元。2017 年 4 月, 贵州茅台以 4949 亿元的市值一举超越世界老牌烈酒企业帝亚吉欧, 成为全球市值第一的酒庄, 茅台股价最高逼 800 元人民币大关, 总市值突破万亿元人民币。

茅台集团秉承“大品牌大担当”的社会责任感。多年来, 茅台持续探索与创新, 用多元模式一次次刷新履行社会责任的记录。自 2001 年上市以来, 茅台始终坚持以高额现金分红回报股东, 上市 17 年来累计分红约 570 亿元。“十二五”以来, 贵州茅台集团累计投入 90 多亿元用于公益慈善、精准扶贫、环境保护、兴办教育、扶农兴农、改善交通环境等方面, 其中, 累计上交税金约 1100 亿元, 公益事业累计投入 25 亿元, 环境保护累计投入 10 多亿元, 直接解决就业数十万人, 投资近 20 亿元的茅台机场, 投资 20 多亿元兴建茅台学院, 主动把高粱收购价从 7.2 元提高到 8.2 元惠及广大农民, 连续 9 年发布社会责任报告。沉甸甸的数据, 汇聚成体量可观的“茅台公益圈”。

茅台集团将按照“做足酒文章, 扩大酒天地”的战略总思维, 进一步巩固和提升世界蒸馏酒第一品牌地位, 到 2020 年形成产融结合、双轮驱动、全面发展的千亿元级国际化酒业投资控股集团, 打造受人尊敬的世界级企业、享誉全球的国酒茅台。

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)