

李保芳西安致谢同行：

“竞合”已到最好时期 恶性竞争正在远去



●茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳在“一带一路”中国名酒价值论坛暨 2018 中国酒类供应峰会上发言

9 月 16 日,中国酒业协会支持,陕西省酒业协会和西凤公司主办,西凤酒股份、1919 酒类直供主办的一带一路名酒价值高峰论坛在西安启幕。茅台集团董事长、总经理李保芳率四名企业高管与会。茅台的观点、茅台的态度,成为全场关注焦点。

“能够受邀参加此次论坛,于茅台而言,是难得的交流和学习机会。”李保芳说,国人心目中,“八大名酒”都是好酒,今天到场的“好酒”更多。出于对“八大名酒”和各位同行的敬仰,茅台非常乐意到西安来,与大家共同探讨和交流,名酒的价值与行业的发展。

谈到此次与会的动机,李保芳提到了主办方西凤,这个最早与茅台等品牌入选“八大名酒”的著名白酒。“西凤有着悠久的历史,也有忠实的拥趸,是中国白酒版图上不可或缺的重要一员。怎么样让西凤这个老牌名酒,焕发新颜,发扬光大,离不开业内共同的支持与努力。这也是我们愿意来为西凤助力的原因。”

共同创造未来,竞合、求同存异,会场内外,李保芳与王延才、李秋喜、汪俊林、秦本平

等行业、酒企领军者交流,不断释放善意,表达共同营造行业良好氛围的愿望。

谈及未来,李保芳认为,随着众多红利的逐步释放,消费升级的驱动力将越来越强劲,白酒行业也将迎来新一轮上升机遇期。

汾酒集团董事长李秋喜在与李保芳交流时表示,我们佩服茅台的格局和胸怀,白酒行业应该多合作,共同把事情做得更好。

白酒有深远的互助基因,茅台亦是竞合的受益者

李保芳的致辞不长,焦点仍然聚焦于近几年来,他在业界强调最多的两个字:竞合。

他说,老“八大名酒”的价值,在于有序调控之下的相互支持与帮衬,为行业贡献了一种好的传统。

20 世纪 60 年代,全国第二届评酒大会在北京举行。此间,西凤、汾酒、泸州老窖、五粮液、古井、全兴、董酒,以及茅台,从 196 种酒当中脱颖而出,成为“八大名酒”。随之,全国各地

掀起了自“四大名酒”之后,又一轮白酒行业先进、争上游的高潮。

“在国家轻工部等主管部门的有序调控下,‘八大名酒’你学我帮、你追我赶,名酒榜单虽有更迭,但都是人民群众普遍认可和首肯的好酒。”

李保芳回顾指出,这个过程中,“名酒”的品牌和内涵不断升华,其实质远远超越了八家酒厂。“从历史的角度讲,‘八大名酒’可谓是中国白酒在工业化早期,逐步走向品牌时代的一个重要里程碑,影响十分深远。”

李保芳在讲话中透露了一个公众不太了解的信息,“八大名酒”最早出炉之时,正是茅台困难之时。

“1963 年,茅台入选‘八大名酒’时,正经历质量下滑、生产异常的阵痛。那时,从国家到地方,从主管部门、科研机构到业界同行,都在想方设法帮助我们,为茅台把脉、会诊、开方。我们的季老爷子,就是在那个时候,被国家点名,分配到茅台的。”

“所以我们始终认为,茅台的成长与发展,离不开业界的支持,‘兄弟’的帮助。”李保芳代表茅台,表达了对这种毫无私心、相互帮衬精神的赞许。“一定意义上,这就是我们讲的‘竞合’基因与传统。更深层次上讲,这是白酒文化甚至中国文化的积淀与传承,也是中国白酒抱团走出去、打造中国白酒整体品牌的长远和现实需要。”

竞合发展已经进入最好的时期

尽管在不同场合、与不同的酒企反复提及这一话题,但是,在行业举办的大型论坛上系统阐述“竞合”理念,还是茅台高管的第一次。

“来这次论坛,我就想谈这个主题。”在准备会议发言时,李保芳再三与同事明晰话题方向。

“让我们兴奋和感动的是,过去几年,茅台与众多兄弟企业的互动,得到了在座各位的极大支持。大家始终坚持互学互鉴互促、共融共进共赢,行业竞合的氛围越来越浓,发展的局面越来越好,已然步入了一个最好的时期。茅台,从中受益匪浅。借此机会,要发自内心的向大家表示谢意和敬意。”他说。

“八大名酒”已成历史名词,由其起步推动的品牌概念,至今对中国酒业产生深远影响。“新‘中国名酒’的价值,在于我们能否以“竞合”的理念和行动,引领和带动行业高质量发展。”李保芳指出。

据李保芳透露,近年来,全国白酒行业逐渐摆脱整体低迷,开始企稳复苏向好,呈现出“三个明显加快”的态势和特点:一是行业集中明显加快;二是消费升级明显加快;三是模式变革明显加快。

“恨不得消灭竞争对手的竞争,是最低级的竞争。”论坛上,行业协会对茅台提出的“竞合”理念表达了高度认同。

“大家好才是真的好。”李保芳再次重申了这个近期在业界不断升温的观点。“就在座各位而言,在做好自身的同时,怎么样发挥好引领带动作用,推动行业实现更高质量的发展,这才是‘名酒’应有的价值所在。”

“我们以为,社会分工越来越细分、消费选择越来越多元的市场环境下,有序竞争、合作共赢一定是不二选择。一味竞争,只能‘你死我活’;惟有‘竞合’,方能共同取胜。我们期待,能把凝聚白酒行业共识,续写‘竞合’发展新篇章,作为行业基本准则。”

我们都不愿意看到“丛林法则”“挤出效应”

“大就要有大的样子”,这是李保芳发言中的一个重要观点。

“大中小企业共存,在白酒行业将长期存在。作为规模更大、发展更好的酒企,我们有这个责任,带头推动行业发展,也应当树立行业骨干企业的风范,帮助和支持小企业。”

李保芳指出,目前看来,无论是区域性的,还是全行业的,正逐步远离恶性竞争,加强交流、增进合作、实现共赢已成共识和主流。相信我们是一样的,都不愿看到行业的“丛林法则”和“挤出效应”,而是愿意共同营造一种良性竞争、健康发展的“竞合”生态,努力推动行业发展实现“帕累托最优”。

对众多酒企而言,陕西峰会是一次客场“外交”。此间,茅台的一言一行、一举一动,颇受关注。峰会开幕前,即有自媒体关注到李保

芳与汾酒集团董事长李秋喜等酒企领军者的互动。

几年前,这样的走动尚不多见。作为市场开放度最高的行业之一,白酒业在 20 世纪 90 年代至本世纪初的激烈角逐,令业界内外印象深刻。

市场消费升级不断刷新的今天,商业模式与伦理正在发生深刻变化。

李秋喜对茅台近年来强化的互访这样评价说,茅台与汾酒每年的互访既能增进了解、增进互信、增进合作、增进友谊,又能为整个白酒行业的合作发展开创一种新模式。

“茅台愿继续秉持同心、互促、共进原则,与兄弟企业继续保持和加强互动,不断增进了解和友谊,厚植竞合土壤,优化竞合生态,推动竞合发展。”

李保芳峰会致辞对此做了进一步思考:
第一、付出真心做朋友。坚持以酒为媒、以酒会友,构建良性互动关系,以包容胸怀求同存异、凝聚共识,以更友好的策略、更有效的措施,推动行业持续、稳定、健康发展。

其次,恪守匠心做质量。坚守传统工艺,尊崇社会诚信,遵守商业道德,严守质量底线,一起筑牢品质基础,把中国最好的酒奉献给消费者。

第三、不忘初心做信誉。更加注重传递正能量,履行社会责任,助力社会发展,打造良心企业,塑造担当品牌,树立行业标杆和良好形象。

李保芳代表茅台倡议同行携手,弘扬企业家精神,充分发挥品质、品牌和文化优势,主动对接、深度融入“一带一路”,积极稳妥推进海外市场布局和渠道建设,打造“中国白酒”整体品牌,带动更多中国白酒企业走出去。

“我们也注意到,今年以来,业界同行高招迭出、亮点频现。”提到同行的动作,李保芳如数家珍:汾酒蹄疾步稳的改革,五粮液的快速增长,洋河的市场创新,泸州老窖海外市场的拓展与深化,董酒稳中有进的态势,郎酒锐意进取的力度与举措,古井和兄弟企业的联合与联手,西凤的眼界、坚毅与信心。

李保芳感谢主办方的细心,把茅台的 Slogan 放到了现场,“让世界爱上茅台,让茅台飘香世界。” (本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)

央视热播品牌華盛名酒 家国情怀汇聚千商力量

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

金秋贵阳,天高云淡,绚烂多姿。
9 月 10 日,主题为“汇聚千商 共享财富”2018 年華盛名酒新品发布暨经销商大会在贵阳举行。贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司党委书记、董事长王开馥,党委副书记、副董事长兼总经理赵富刚,总经理助理程秋,贵州省遵义市酒业协会、仁怀市酒业协会执行副会长兼秘书长吕玉华,营销专家陈旭东等莅临发布会现场。華盛名酒品牌领航人涂宸豪,華盛名酒酒业销售有限公司总经理陈明,市场部副总经理陈锐以及贵州省仁怀市華盛名酒业有限公司、全国经销商代表、主流媒体单位等 600 余人出席活动。

凸显品牌高度成功升级 推出 8 款新品闪耀亮相

作为贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司出品的战略品牌,華盛名酒在本次大会上推出了 8 款新品闪耀亮相,以“汇聚千商 共享财富”为主题,紧密围绕共建共享这一中心,在新的市场形态下与广大经销商紧密配合,构建新型厂商关系。

華盛名酒在产品规划和设计上,以优势 53 度酱香型白酒为主打,包括柔和、嘉宴、出口版、三生有幸 等特色产品,以及以共和国特殊年份命名的“2008、1997、1978、1949”等纪念款,无不渗透着出華盛名酒浓浓的家国情怀,得到了与会领导、专家、经销商、消费者和媒体的一致好评。与此同时,在贵州酒博会现场,華盛名酒 400 多平方米巨型展位上人头攒动,消费者排起长龙购买心仪已久的華盛名酒,络绎不绝来自全国各地的经销商同样热情爆棚、反响强烈。

记者看到,華盛名酒以家国情怀的品牌内涵,以及优异的品质、卓越的形象展示了華盛名酒品牌的高度。依托品牌的深厚内功和品牌占位的高度,升级成功后的華盛名酒,缩短了品牌发展的周期,很快被消费者认可,并在凝聚起中国力量,助推中华民族更加强盛上强烈发声,華盛名酒正汇聚起千商力量,共同为今年市场销售蓄势。

一直以来,華盛名酒秉承让中国酒文化健康传承,让中国爱酒人士都喝上高标准的酱香型白酒的使命,以客户为中心,为客户提供高品质的产品,强化品牌、品质、品位,实现多方共赢。自 2016 年華盛名酒上市以来,凭借高品质的产品得到了广大消费者和经销商的认可与赞誉,2 年间,销售态势迅猛,为華盛名酒的品牌发展奠定了坚实的基础。

记者了解到,本次大会推出的 8 款新品,是華盛名酒历经一年多的市场调研与精心规划,在品质、品牌、包装、形象、价格等方面进行迭代产品的革新与裂变。在细分市场的整体战



●“汇聚千商 共享财富”启动仪式



●贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司党委书记、董事长王开馥(左二)颁发杰出贡献奖

略布局下,可满足不同消费者的需求,为消费者提供多元的选择和高品质的、健康的优质酱香型白酒。

華盛名酒有情怀、有独立灵魂 品牌价值迎来争相签约

在大会现场,贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司总经理助理程秋进行了精彩的主题发言。

程秋说,作为保健酒业公司的支柱核心品牌之一,華盛名酒审时度势、抢抓机遇,不断调整经营思路、产品结构、以及经营模式,在短短的两年多时间里,成绩斐然。2107 年荣获“2017 年贵州茅台酒厂(集团)保健酒业公司年度最具影响力品牌”,2018 年荣获“全国消费者满意产品”,并入选 2018 年中国质量认证监督管理中心、中国企业信用评估中心颁布的

“中国驰名商标”等殊荣。产品深受市场和消费者的赞誉。品牌价值与市场影响力逐日上升。

程秋表示,“在这收获的秋天,我相信華盛名酒的‘秋收’一定会硕果累累,满载而归。但这些成绩都离不开在座各位的鼎力支持和帮助,我也希望有更多志同道合的合作伙伴加入我们,加入華盛名酒,大鹏一日同风起,共谋发展,共创辉煌。”

華盛名酒品牌领航人涂宸豪进行了精彩的演讲,涂宸豪充满激情地说:“品牌華盛名酒是一个新兴品牌,同时是最具竞争力的品牌,过去一年,我们获得‘中国民族品牌影响力论坛’在北京人名大会堂颁发的‘2017 年度酒行业最具竞争力品牌’,获得贵州茅台酒厂集团保健酒业有限公司 2017 年最具影响力品牌,接受央视《对话中国品牌》、央视《大国风采》栏目的采访等荣誉,在短短两年多的战略布局及大力推广之下,華盛名酒的品牌定位和发展已经



●“華盛名酒·筑梦少年”公益助学行动捐资仪式举行,華盛名酒向贵州省青少年发展基金会捐资 60 万元

赢得市场的高度认同,同时我们的产品也得到广大消费者的高度认可。”

涂宸豪介绍,公司一直以品牌发展为核心,成立至今做了广泛的广告投入。2016 年,公司成功赞助电影《终极硬汉》首映仪式。2017 年,先后在 CCTV2 和 CCTV7 做了短期广告;同年 10 月,冠名开通“贵阳——北京”高铁列车“華盛名酒”号; 2017 至 2018 年,成功赞助由孙俪、何润东等大牌明星主演的电视剧《那年花开月正圆》,并在全国 28 个热播省电视台插播广告,这次新品升级,公司从品质、品牌、市场支持及推广等方面发力,让品牌華盛名酒未来发展更快,希望更大,成就更高。

涂宸豪表示,过去 20 年,见证了太多的改变发展,如今的中国改革开放取得的经济成就有目共睹,改革带来新活力,新思想‘改变创造价值’。科技上从虚拟现实到自动驾驶,汽车从

油电混合动力汽车到新能源汽车,每一次的改变都在创造价值,改革升级同时也要顺应时代趋势发展,而華盛名酒这次改革升级,不管从品质的大幅提升,品牌形象的大幅提升,市场服务与推广力度的大幅提升,都是顺应时代趋势,以追求完美的精神给消费者一瓶好酒,華盛名酒新品有四款分别是“2008、1997、1978、1949”,分别代表中国强盛过程的年份记忆,華盛名酒是有情怀的酒,是有独立灵魂的酒,未来喝華盛名酒的人,一定是有高度、有情怀、有境界的人,就像如今政商两界用手机,必定选择华为一样。品牌華盛名酒的这次改革升级,就像中国的改革开放一样,是一个里程碑的飞跃,一次革命性的经济腾飞,让在坐的各位朋友一起,乘上酱酒这艘顺应趋势的大船,和華盛名酒一道分享品牌荣誉、分享品牌经济。

“汇聚千商共享财富”主题演讲赢得了与会人员的阵阵掌声。贵州省遵义市酒业协会、仁怀市酒业协会执行副会长兼秘书长吕玉华和营销专家陈旭东的演讲,以及现场发布的经销政策更是调动广大经销商的热情,纷纷排队争相签约,新品上市活动热闹非凡,实现开门红。

记者现场采访签约经销商,他们一致表示:相信華盛名酒,跟着華盛名酒,一定会取得更大的成绩,做出更大的贡献!

活动中,中央电视台《大国风采》栏目制片人 人与華盛名酒高管举行广告签约仪式,这预示着華盛名酒广告即将强势登陆 CCTV1、CCTV2 和 CCTV13 频道。

華盛名酒彰显社会责任担当 大爱助力国家脱贫攻坚

華盛名酒有一支优秀、充满激情又奋发向上的团队,以企业勇担当的社会责任感正能量彰显着家国情怀、大爱助力国家脱贫攻坚,在企业的成长发展过程中,不断回报社会。

多年来一直热心公益事业,随着企业的快速发展,这一初心始终未改。在脱贫攻坚的主战场,華盛名酒以一颗赤诚之心践行公益,汇同企业与经销商共同助力全面小康。

華盛名酒新品发布暨经销商大会现场同期举行了“華盛名酒·筑梦少年”公益助学行动捐资仪式,華盛名酒向贵州省青少年发展基金会捐资 60 万元用于援助贵州省高中阶段品学兼优的贫困学子完成学业。少年强,则国强,華盛名酒以企业的大担当、大爱助力脱贫攻坚,为实现全面小康贡献了一份力量。据悉,“華盛名酒·筑梦少年”公益助学行动将一直持续开展,企业员工与经销商也将共同开展“1+1 手携手”助困帮扶贫困学生。

“大鹏一日同风起,扶摇直上九万里!”華盛名酒的团队和参会的经销商们一致表示,要以更为坚定的信心,更为坚实的步伐,在新的时代共同谱写出华丽的乐章。