

国际酒博会：茅台酱香演绎醉美芳华

又逢一年九月九，醉美多彩贵州迎来美酒飘香的季节。在万众期待中，荟萃中外美酒佳酿的第八届酒博会如期而至。

历年来，茅台集团作为酒博会当仁不让的“王者”，展位规模、销售数据、参观游客均独占鳌头，可以说“有酒不愁卖，只愁没酒卖”。在“茅台效应”的带动下，茅台酱香系列酒迅速崛起，基本形成了“双轮驱动”的良好态势。

茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳多次强调：“一枝独秀不是春，百花齐放春满园！”

在本届酒博会上，茅台酱香系列酒以“亲民惠民”为核心诉求，在酒博会期间掀起了一场茅台酱香热潮，演绎出自己独特的酱香芳华。

亲民惠民：茅台酱香系列酒备受追捧

9月9日，贵阳青天白云风光好，正如人们排队抢购茅台酱香系列酒的高涨热情。酒博会茅台酱香系列酒展销区内人头攒动，硕大的展厅内陈放着茅台王子酒、茅台迎宾酒、汉酱酒、贵州大曲、赖茅酒等十余款茅台酱香系列酒产品。位于2号展厅的茅台酱香酒品鉴区域，酒香四溢，引来许多爱酒人士驻足品尝。



● 第八届中国（贵州）国际酒类博览会期间，每天购买茅台酒的人们排起了长龙。

以“亲民惠民”为核心诉求的茅台酱香系列酒，在本届酒博会期间为茅台酱香酒粉丝们送出了多重福利，在会场内购酒除了有价格优惠外，还有购酒送礼、惊喜抽奖等活动。

“茅台迎宾酒（中国红）”价格合适，包装喜庆，最重要的是茅台出品，酒质好！”贵阳市民陆永贞在酒博会现场一次性购买了5件500ml“茅台迎宾酒（中国红）”，乐得合不拢嘴。

像陆永贞这样正在筹备购买喜宴用酒的市民很多。为了让高品质的茅台酱香系列酒“飞入寻常百姓家”，茅台酱香酒公司还在贵阳市沃尔玛超市、北京华联超市同步开展促销活动，在全市掀起了一场茅台酱香热潮。

茅台酒股份公司副总经理、茅台酱香酒公司党委书记、董事长、总经理李明灿说：“茅台酱香系列酒要有自己的个性，要把亲民惠民的茅台酱香系列酒呈现给消费者，以优质服务打造茅台酱香酒‘蓝海’市场。”



● 茅台酱香酒展示区

双轮驱动：茅台酱香热成白酒行业最大看点

近两年，茅台酱香系列酒已成为行业的一种现象，销售额从2015年的13亿元到2017年的65亿元，茅台酱香系列酒已经实现了序列化崛起，基本与茅台酒形成了“双轮驱动”格局，创造了又一个茅台速度。

“在3万吨销量不变的情况下，完成从65亿到80亿的新跨越”，这是茅台集团领导对酱香系列酒今年的发展要求和期望。

今年，茅台酱香系列酒以“进入新时代，做好三大工程，启航新零售，精彩九个营销”为指导思想，围绕“抓基础、强管理、稳增长、多盈利、大单品”的工作重心，茅台酱香系列酒的品牌价值持续爆发，茅台酱香热成为白酒行业最大看点。

今年上半年，茅台酱香系列酒实现时间过半、销售量和销售额任务“双”过半，与去年同期相比分别增长10%、52%，保持了一贯的高复合增长，实现质量型增长，引领大众酱香发展进入新境界。

从销售情况看，茅台酱香系列酒的发展凸显出两大成效：

一是大单品打造成效凸显。“茅台王子酒”增长速度强劲，在茅台酱香酒公司总销售占比超过40%，成为茅台集团仅次于茅台酒的第二大单品。“茅台迎宾酒”、“赖茅酒”、“汉酱酒”、“贵州大曲”以稳定的发展态势，即将形成10亿元级大单品群。

二是产品结构调整成效凸显。高价位产品“汉酱酒”、“飞天迎宾酒”等增长较快，利润同期大幅增长，品牌价值提升，酱香系列酒实现了由高速增长向高质量增长转变。

“三大工程”：持续发力释放酱香酒势能

此前在谈到如何在销量不变的情况下实现营收大跨越时表示，一方面要继续将“三大工程”做到极致，二是提升酱香系列酒营销的塑造力。

“建网络、抓陈列、搞品鉴”，茅台酱香酒



● 茅台酱香酒“万家共享”品鉴台

能在近两年实现强势崛起，和其一直坚持的“三大工程”密不可分。

上半年，在网络建设上，按照“一个城市一个品牌一家经销商”原则，渠道下沉至地县；在抓陈列上，继续加强标准化陈列和门头建设，不断提高产品见面率。

三大工程的另一方面，即为搞品鉴，通过品鉴会的形式一方面提升茅台酱香酒的品牌影响力，另一方面可以做到有效培育酱香酒的消费者。

自2017年7月底“茅台酱香·万家共享”千人品鉴会首站在成都举行之后，茅台酱香酒公司在2017年做了十余场千人品鉴会，通过“观其色，闻其香，尝其味，看风格”标准化品鉴流程，引发行业 and 消费者深度共鸣，每到一处都引发了茅台酱香热潮。

白酒工艺讲究传承，但营销需要创新。进入2018年以来，“茅台酱香·万家共享”的形式也发生了变化——依托“茅台酱香·万家共享”千人品鉴会，茅台酱香酒公司策划了“酱香经典”、“金王子”、“中国红”及“生肖纪念酒”等拳头产品在北京、成都、济南等20余个城市上市发布会，引发行业关注，产品迅速导入市场，继续释放酱香酒势能。

启航文化营销，以五颗丹心育酱香：迈入高质量发展新时代

“我们在此以‘茅台王子酒戊戌狗年生肖纪念酒’的上市，隆重启航‘新时代、新王子、新内涵’文化营销征程！”9月25日，以钢琴大师郎朗代言、国学大师曾作画的“茅台王子酒生肖酒”为起点，李明灿发出了茅台酱香系列酒新零售时代“文化营销”的动员令。

新时代，是新零售时代，以“文化营销”为先遣，以生肖纪念酒为先锋兵，以礼赞普通百姓之家的“脊梁”为进行曲，以鼓舞全社会弘扬勤奋、自强、奋斗的脊梁精神为主战场；

新王子，是新王子群体，是自强不息奋斗精神的传承人，是精益求精匠人精神的代言人，是每一个家庭默默无闻的脊梁骨，是每一个行业里最引人注目的翘楚；

新内涵，是新厚德文化，致敬每一位自强



不息奋斗着的人，勤劳是厚德，自强是厚德，奋斗是厚德，坚持梦想让自己的人生出彩是厚德，全心全意为家人而奔波劳碌也是厚德。

今年，茅台酱香系列酒还持续开展了“贵州大曲·点滴有爱”扶贫公益资金和“情暖童心·王子筑梦”关爱留守儿童公益活动，不断丰富品牌文化内涵，展现茅台酱香“忠于酱香文化·勇于义商担当”的经营理念。特别是“茅台酱香·万家共享”经典营销案例以其独特创新的方案设计得到业界充分认可，荣获被誉为“酒业奥斯卡”的酒类行业最高奖“中国酒业营销金爵奖——案例奖”。

李明灿说，茅台酱香系列酒从困难中创新出了“茅台酱香·万家共享”的路径，根源在于有“五颗丹心”，未来长足发展也在于这五颗丹心，他称之为“五颗丹心育酱香”。

第一颗丹心：初心，快乐做营销。始终让业务员树立一种快乐做营销的初心和恒心。

第二颗丹心：匠心，敬畏老工艺。要有一颗清白的、不容任何人污蔑的匠心，敬畏老技艺，追求真品质，在做好酱香酒的道路上一直走下去。

第三颗丹心：良心，实惠好品质。要始终紧密围绕四个字：亲民惠民，在保持零售价不变的前提下，全面性地提升所有酒的品质，凭良心做酒，凭良心卖酒，通过“观色、闻香、尝味、风格”品鉴四式，回归到让消费者品味原本的酱香酒风味里。

第四颗丹心：忠心，全心爱茅台。酱香系列酒的使命是培育更丰富更全面的消费者群体，扫除茅台酒发展中的各种障碍，为茅台酒的基业长青保驾护航。

第五颗丹心：信心，要万家共享。茅台酱香系列酒的信心，在于有信心让茅台酱香酒万家共享，而不是让其他的品牌没有活路。

“随着文化营销的启航，茅台酱香酒人将以‘五颗丹心’践行茅台酱香酒的使命，培育更广泛的茅台酱香酒消费群体，传播更亲民惠民的茅台酱香酒品牌形象和文化，以更加坚实的脚步迈入高质量发展的新时代。”李明灿说。

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)

劲牌第三次荣膺“中华慈善奖”

本届湖北唯一获奖企业

9月15日，从劲牌公司传来喜讯，13日在北京人民大会堂举行的第十届“中华慈善奖”表彰大会上，劲牌公司等37家捐赠企业获得表彰，劲牌为湖北唯一获奖企业。这也是继2008年和2010年之后，劲牌第三次获“中华慈善奖”殊荣。

“中华慈善奖”设立于2005年，是由民政部颁发的我国政府最高规格的慈善奖项。多年来，在公益慈善的道路上，劲牌积极探索，博施济众、履职尽责，开展教育扶贫，产业扶贫和工程扶贫等，走出了一条特色的扶贫助困之路。截至2017年底，劲牌历年累计捐赠额达15亿元。

2004年，劲牌公司第一个“阳光班”在黄冈中学开班，为我国“特困、特优”的初中应届毕业生提供继续学习机会，帮助他们完成高中学业。14年来，劲牌在全国31个省市自治区的89所高中开设了417个“劲牌阳光班”，受惠学生20000余人。

在产业扶贫道路上，劲牌公司聚焦精准扶贫，共建小康社会。捐助云南德宏等老少边“光彩新农村”卫生室等项目；向广西河池捐赠1亿元，用于河池市8个贫困县（区）仫佬族等少数民族聚居地农业产业发展、基础设施建设等项目。

近年来，劲牌积极回报家乡、回馈社会，以工程扶贫推进美丽中国建设。劲牌出资2.88亿元捐建大冶体育公园、黄石柯尔山白马山城市生态公园；2015年，劲牌又投资7亿元建设惠民引水工程，从阳新县王英水库，为大冶城乡居民和阳新县城引来清洁饮用水，造福一方百姓。

同时，劲牌公司累计向汶川大地震、青海玉树地震、雅安地震以及湖北、安徽、江西洪涝灾害受灾地区捐赠3000余万元。(张茜)

刘庄煤矿：创新驱动发展 增强内生动力

中煤新集刘庄煤矿坚持走“集约化、规模化、现代化”的路子，通过不断创新管理模式，对标先进经验，推进管理流程再造，大力深化内部市场化改革，在管理、经营和技术创新实现了整体转型升级。

推行内部市场化，提质增效释放新活力。打造区务中心、“1+3”成本管控模式、分口切块工资和目标管理。层层分解指标，层层传递压力，改进优化分配机制，调动职工生产积极性，实现增产增收。同时，进一步规范管理、规范程序，加大监管力度，促使矿井通过深化改革经营，刚性考核，奖罚兑现，确保效益最大化。

优化施工工艺，减少后期准备工程量。对171306转采工作面胶带顺槽机头硐室壁槽、配电点、供电液压嗣室及切眼上下出口端头支架刷扩等生产准备单项工程进行优化。同时，根据地质岩性及矿压等资料，171306瓦斯抽排巷锚杆排距由0.8m调整为1m，同时通过采取多种有效保障措施，瓦斯抽排巷月度进尺达306m，创近三年来新集公司瓦斯抽排巷单进新高，大大提高了掘进单进效率，节约材料成本近6万元。

煤质源头管理，推进煤研分流技术管控。合理制定111102工作面、171305工作面（外）过断层期间的方案，严格执行煤研分流制度。针对各工作面回采情况，结合井下运输系统现状，通过小班跟班、运输系统巡查、工作面断层产状变化等一系列观察，及时制定回来及煤研分流方案，极大提升了工作面源头煤质，解决了“三级”煤质保障系统问题，让工作面煤研分流工作有条不紊的进行，矿井综合煤质得到强有力保障。

创新巷道布置方式，实现准备巷道“煤巷化”。通过优化1508采区设计，结合单轨吊网络化辅助运输特点，在轨道、胶带及回风三条上山实现“全煤”布置，取消采区中部车场设计，对设计方案进行优化对比后，较传统“两煤一岩”布置方式，减少巷道总工程量540m，岩巷工程量减少710m，采区投产工期预计缩短7个月，减少成本投入近570万元，安全经济效益较为显著。

抓创新就是抓发展，谋效益就能赢未来。据统计，刘庄煤矿自2006年建成投产以来，已累计实现煤炭产量近9000万吨，财务利润累计突破110亿元。

(常亚飞)

中电工业互联网有限公司成立 助力长沙打造智能制造中心

9月19日，中国工业互联网旗舰企业——中电工业互联网有限公司（以下简称“中电互联”）成立大会在长沙召开。当天，由中电互联与中融汇智共同承办的“2018中国首届智能工业软件大赛”正式启动。

湖南省委常委、长沙市委书记胡衡华，省委网信办主任卿立新，长沙市委副书记、市长胡忠雄，省经信委副主任陈松岭，省发改委副主任卓群，省科技厅副厅长朱皖，省委网信办副主任李球，长沙市委常委、市委秘书长夏建平等等省市领导出席见证。中国电子信息产业集团有限公司（以下简称“中国电子”）董事长、党组书记芮晓武，副总经理、党组成员陈锡明，总经理助理、中电互联董事长朱立锋等领导以及中国科学院院士于起峰、中国工程院院士廖湘科等出席会议。

据悉，中电互联由中国电子与长沙市共同组建，旨在进一步深化双方在智能制造、工业互联网等领域的战略合作，共同打造中部地区“智能制造+互联网+信息安全”高地，并致力于打造基于“PK”体系的国家级工业互联网平台创新中心，积极推进网络强国和制造强国建设。

中国电子副总经理、党组成员陈锡明表



示，中电互联是中国电子与长沙市政府再次达成全面战略合作共识。中电互联将围绕工业企业转型升级，以网络安全、自主可控为特色，重点打造平台建设运营和工业APP研发服务两项能力，面向制造企业、地方政府和中国电子三类用户，成为跨行业、跨领域的国家级工业互联网平台运营商。

近年来，长沙市和中国电子不断深化战

略合作，2015年，长沙智能制造研究总院成立；2017年，中国长城运营总部落户长沙；今天，中电工业互联网有限公司正式成立，是双方深化合作的又一硕果。未来，长沙将进一步落实推进中国制造2025，打造工业互联网产业高地。

会议最后，胡衡华书记、芮晓武董事长、于起峰院士、廖湘科院士、卿立新副秘书长、

胡忠雄市长、陈松岭副主任上台共同启动“全国首届基于安全可靠PK体系工业软件大赛”。本次大赛由围绕国内制造业数字化、网络化、智能化转型中的典型问题，对标国际主流工业软件，以制造业企业真实场景下工业软件应用需求为牵引，汇聚工业软件开发团队与工业互联网平台提供商，形成一批满足市场需求、可实际应用、可商业推广的工业软件，打造良性工业软件生态圈。

本次比赛的技术体系将主要基于中国电子主导研制的全新绿色开放生态体系-PK体系，处理器及操作系统基于中国最高成就的飞腾CPU及麒麟操作系统，标志自主可控“中国架构”的正式形成。作为国产智能工厂解决方案厂商代表，中融汇智创始人吴双介绍，本次大赛将以“凝聚制造技术、服务制造行业”为主题，围绕国内制造业数字化、网络化、智能化转型中的典型问题，对标国际主流工业软件，以制造业企业真实场景下工业软件应用需求为牵引，汇聚工业软件开发团队与工业互联网平台提供商，形成一批基于安全可靠PK体系的、满足市场需求、可实际应用、可商业推广的工业软件，打造中国自主的良性工业软件生态圈。(邱晓)

皖北煤电：树立“赶考”思维 决胜项目攻坚

“土建工程相继启动，井巷工程快马加鞭。皖北煤电麻地梁矿项目自启动以来，从未像现在这样接近成功。”9月中旬的麻地梁矿，秋意渐浓，矿党委副书记、董事长吴劲松在9月13日矿党委中心组学习会上的一番讲话却若春雷炸响，为麻地梁矿全体职工送来了“春消息”。

如何秉承“安全是最快的速度”理念，将安全抓紧抓实？如何打破传统国企管理思维局限，与股份制企业要求合拍合辙？如何把有限资金这块“好钢”用于“刀刃”释放最大的效力？这是项目“大考”给出的思考题，考的是麻地梁矿全体职工的责任和担当。“大考”当前，必须树立“赶考”思维，方能决胜项目攻坚，交出满意答卷。

树立“赶考思维”，必须以党建为抓手，保持笃定政治定力。“党建是国企的根和魂”，这个“根”和“魂”，任何时候都不能丢。我们要清醒地认识到，越是接近成功，越是“高处不胜寒”，越不能盲目乐观放松政治要求，越要依靠党建这棵大树凝聚人心、集结力量。当前，虽然项目建设取得了一定成绩，离成功也仅剩“最后一公里”，但因为缺乏政治定力，在这“最后一公里”倒下的不在少数。曾威风八面、显赫一时的徽商集团，就因不注重加强党的建设、政治站位不高、内部监督缺失等问题，在接近最辉煌的时刻轰然崩塌。不抓党建无以聚人心，不抓党建无以谋发展，这应成为我

们每个人的共识，也应成为统一思想、增进团结、迸发战斗力的重要抓手，举党建之旗，定发展方向，打通项目建设“最后一公里”，是现实发展需要，也是项目建成的必然要求。

树立“赶考思维”，必须打破管理思维固化，构建法人治理结构，将股份制企业需要的专业知识学好用实。照搬照套国企管理的老经验、老方法，无异于纸上谈兵、隔山打牛。我们要清醒地意识到，股份制企业和国有企业相通之处，但又不同于国有企业，它特定的符号和标志，就是我们要学习、研究、攻克的重点、难点。这当中不少了对股份制企业相关法律法规的学习，不能缺对股份制企业管理的的实践和感悟，更需要在对比中看变化、比异同，

促进独具特色、用之有效的管理方法的形成。“书山有路勤为径，学海无涯苦作舟”，我们欣喜地看到，通过前期对股份制企业的摸索、实践，国企的管理经验与股份制企业的特质正在加速融合，所有工作均依法依规、依据合同进行管理的同时，正在摆脱传统管理思维桎梏上发挥着重要作用。加强对股份制企业管理的探索，是现实管理需要，也是项目建成的重要依托。

树立“赶考思维”，必须抱定“安全是最快的速度”理念不动摇。安全，指的是井下作业安全，同样对环保“安全”、征迁“安全”、经济“安全”指向明确。安全事故出不起，项目建设速度也耽搁不起，哪里的“安全”出了问题，对

于正在高歌猛进的麻地梁矿项目都将是一重大生存考验。围绕“安全”，必须牢固“一盘棋”思想，必须树立忧患意识，必须执行稳中求进的发展方略。在“安全”上，要努力做搏击长空的雄鹰，坚决不做“龟兔赛跑”的兔子。这才是助力企业安全发展的千秋大计。

项目攻坚是场“大考”，需要你我他协力同心认真“备考”。围绕“麻地梁矿项目建成”的初心，抱定“共建幸福家园，共享发展成果”的企业宗旨，以“功成不必在我，功成必定有我”的境界胸怀，应对“赶考”途中的艰难险阻，书写“应试”过程的壮丽篇章，智慧的麻地梁人必定会交出一份令集团公司和麻地梁矿全体职工满意的答卷！(胡云峰)