

茅台之窗 | 茅台战疫系列报道之一

2020 的开篇,茅台做对了什么?

荣兴成

摘要:2020年作为茅台跨越千亿销售收入后的第一个销售年度,当所有目光汇聚在茅台身上,又遇到突发疫情,可以说,从车间生产到市场销售,从经销商到消费者,从企业到行业,都需要茅台的发声。

关键词:茅台 疫情 白酒消费

以往白酒企业一季度销售40%的春节消费,因为疫情的爆发成为变数。

聚会聚餐减少,意味着白酒消费减少,经销商动销这一环出现问题,对于整个产业链有关键性影响。

当整个白酒行业在焦虑与等待中思考对策时,行业龙头老大茅台却对外释放一个重要的信号:

2020年“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”。

稳定市场、稳定军心之后,茅台最近的工作安排和要求,也集中体现在全面复工复产、全面启动项目建设、全力推进扶贫攻坚、全力防控疫情上。

可以说,在疫情还没有得到有效控制的情况下,茅台的“四不变”与“四全”,无疑给自身与行业都打了一剂强心针。

四不变的核心,在于产量与销量

2月4日,茅台集团党委书记、董事长李保芳率队到酒库和制曲车间等地调研检查时表示,正值疫情防控时期,茅台将紧紧围绕国家疫情管控大局,秉承今年“计划不变,任务不减,指标不调,员工收入不降”的既定目标,有序统筹当前各项工作,推进疫情防控工作,并稳定规范市场。

在当前的形势下,这四大目标的提出,无论是对于茅台集团本身,还是对于整个白酒行业,都是一记重磅。业内人士指出,“四不变”目标能否实现,核心主要在于茅台酒的产量与销量。

今年年初,茅台集团定下的2020年目标任务:完成营业收入1100亿元,同比增长10%;净利润505亿元,同比增长10%。

其中,按照公告,茅台酒2020年的销售计划为3.45万吨左右(其中海外市场为2000吨)。

中信建投发布研报称,从消费者需求看,茅台社交属性突出,宴请、送礼等购买需求普遍在春节前已完成,春节期间影响较小。但受疫情影响,批价亦有小幅回落至2200元。

从渠道反馈看,茅台自2019年12月12日起,执行2020年一季度计划,主要投放于经销商、直营公司、商超和电商渠道,预计投放量7500吨,据了解,茅台一季度大部分的发货集中在2019年12月份,1月份经销商到货较少,本次疫情对茅台发货冲击较小。目前渠道反馈库存较小,基本已于春节前销售完成,经销商资金压力较小。

从产业链角度看,茅台仍然是最具备吸引力的白酒品种,渠道和终端对茅台的需求仍然较旺盛。一方面,茅台渠道利润持续维持在1000元以上,具备提价的基础。另一方面,茅台的老酒市场最为成熟,且受众群体稳定,具有标杆作用。目前老酒价格每年有10%左右的自然增长,老酒的忠实消费群体扩大给了有利的支撑。由于消费者需求持续旺盛,渠道和终端对于当下疫情导致的销售不畅并不担心。



2月17日8时6分,第一批茅台酒开始贴标。



2月17日,李保芳、李静仁等茅台集团领导在包装车间调研。



2月17日,茅台集团领导前往勾兑车间调研。



茅台制曲4车间员工用餐时分段单人单桌。

为全面做好帮扶工作,2月26日,茅台宣布今年将坚持资金规模不减、工作力度不减,在深化“60·48”结对帮扶工作的基础上,集中60个基层党组织帮扶力量,组建由集团党委领导带队的6个联合帮扶工作组,重点帮助道真6个村,帮助村集体经济发展。

据悉,今年茅台将继续捐赠4000万元帮扶道真脱贫攻坚,其中,3000万元用于帮扶村的产业发展,6个帮扶村每个村500万元,全部安排到产业项目上;另外1000万元,由道真县自行考虑用途。

国泰君安在研报中指出,茅台管理层理性务实,疫控与复工两不误,疫情突发对茅台生产带来挑战,表现为生产的季节性和复工时间的冲突,以及员工安全与食品安全密切相关。为此,茅台将疫情防控视为政治任务,压实责任,同时提早启动生产准备工作,如期复工,极为务实。

“四全”理性务实 疫控复工两不误

2月16日,李保芳主持召开党委会议,会议强调,茅台集团要把思想和行动统一到省委省政府决策部署上来,以实际行动坚持做到全力防控疫情、全面恢复生产、全面推进项目、全面做好帮扶,把茅台的事办实办好。

可以看到,在“四全”的指导下,茅台集团的各项生产正有条不紊进行中。

生产方面,2月13日,茅台集团启动制曲生产,拉开复工复产序幕。2月17日,茅台集团复工复产进入第二阶段,包装、勾兑以及相关销售、管理部门开始运转,也标志着茅台集团全面复工复产。

其中,防控疫情成为重中之重,李保芳在茅台复工后的一周内两次下到包装车间,亲自检查指导疫情防控工作。

对于员工,除了戴口罩、日常消费、测温等,新的检测手段也在落实。2月17日,茅台集团复产数据应用平台“员工健康上报监测”功能正式上线运行,该平台以茅台集团4万员工共同使用的“i茅台”APP为载体,充分运用信息化手段,让疫情防控专职人员、各级管理人员以及广大员工每天可以方便的开展“打卡测温”,进行体温检测和打卡定位登记。

对于第三方人员,茅台将其监管作为疫情防控工作的重中之重,做到深入督查,严防死守,实时更新。

社会责任方面,除了集团本身,茅台酱香酒公司、习酒公司、茅台技开公司等子公司,也纷纷加入抗击疫情的行列,通过捐款捐物等形式,助力打赢新冠疫情防控阻击战。

2月20日,央视“新闻联播”播出《共战疫情 企业在行动》。其中报道茅台集团为防控疫情捐资超1.1亿元,子公司华贵人寿向驰援武汉的贵州医疗救援队137名队员赠送每人50万元的保险。

明确的任务。

行业人士认为,茅台集团在面对此次突发疫情时表现出的统筹性、合理性与科学性,包括后续复工复产的及时性,离不开集团领导班子的理性思考、统筹兼顾。正因如此,集团才能上下一心,保障生产与销售,为其他企业做出表率。

新形势下的茅台责任

2019年,茅台集团达成千亿目标,全年营收1003亿元,净利润460亿元,成为国内酒业史上首家千亿级公司,对于整个白酒行业而言都具有里程碑式的意义。

2020年作为达成千亿之后的第一个销售年度,当所有目光汇聚在茅台身上,又遇到突发疫情,可以说,从车间生产到市场销售,从经销商到消费者,从企业到行业,都需要茅台的发声。

面对来自行业与市场的担忧,茅台的“四不变”与“四全”,让人们看到了新形势下茅台的责任与担当。

中国国际金融在研报中指出,“贵州茅台是国内第一大高端白酒品牌,其稀缺高品质、独特文化底蕴及强大品牌力,使公司具备行业定价权,我们测算其高端市占率达60%以上。公司因供给缺口及提价节奏致近两年增速放缓,但茅台酒需求强劲,基本面坚挺,我们认为未来其量价均具较大提升空间,保障公司实现长期稳健增长。维持公司跑赢行业评级。”

值得关注的是,茅台的底气与信心已经向行业扩散。向茅台看齐,五粮液、泸州老窖、古井贡酒等酒企纷纷开展疫情期间复工复产保障工作,加强与经销商之间的沟通联系,建立市场信心,维护市场稳定。

不难发现,尽管疫情肆虐,但高端白酒企业均未调整今年全年营收目标,这也反映出头部企业在本次疫情中抗冲击能力较强。

当我们把时间线拉长,就会发现——2003年非典过后,白酒提价,毛利增长;2008年金融危机过后,四万亿投资,进一步扩大内需,拉动了经济增长,拉动了消费业绩增长;

2012年打击三公消费后,给酒企带来的是消费升级、理性发展和健康发展。

因此,我们有理由相信,并抱以期待,需求短期受疫情冲击,但并非消失,以茅台为代表的龙头企业抗风险能力强,将推动疫情后的行业洗牌,使行业集中度进一步提升。

政企同心 并肩抗疫

市县领导关心伍田抗疫复产 范正海:复工率90%,正在全力抓民生食品生产

陈淑贞 本报记者 何沙洲

2月24日上午,在成都伍田食品有限公司车间,工人们戴着口罩,忙着生产市场急需的生鲜和休闲肉食品。伍田食品总经理范正海告诉记者,在达到疫情防控要求的前提下,目前公司复工率达到90%以上,正在全力抓民生食品生产,全力保障疫情防控所需食品供应,仅生鲜猪肉伍田每天就向市场投放30—40吨,为社会经济的发展和稳定贡献力量。

范正海说,之所以会有这么高的复工率,能迅速恢复产能,这是与政府的关心、支持和服务分不开的。

为切实保障企业安全生产、有序复工,2月3日成都市经信委企业复工复产审核组就来到伍田食品公司,进行企业复工复产验收检查,对企业厂区测温消杀、食堂就餐、员工上下班制度等实际落实情况作全面了解,指导帮助企业做好复工复产的准备工作,同时了解和协调当前企业复工复产所需生产、防疫物资紧缺等问题,让企业在疫情面前稳住心神,坚定发展信心。

随着企业逐步复工复产,新冠肺炎疫情防控工作形势更加严峻。2月10日,成都市中级人民法院党组书记、院长郭彦,新津县委副书记、县长钟静远一行来到伍田食品公司,对



伍田食品总经理范正海向郭彦院长(左三)、钟静远县长(左四)一行介绍落实疫情防控情况



范正海汇报伍田做到了“两手抓、两不误”



伍田每天向市场投放30—40吨生鲜猪肉

已复工复产的伍田食品疫情防控及安全生产工作进行检查,详细了解企业疫情防控制度、措施落实情况及企业复工复产过程中碰到的困难和问题。

范正海详细汇报了伍田公司复工复产中,严格按照按照“战疫情、稳生产、保产能”的工作思路,既抓疫情防控,又抓安全生产,做到了“两手抓、两不误”,秉承伍田二十多年沉淀的先进肉类加工工艺和不断的研发创新,全体伍田人正在主动加班,努力为广大人民群众生产和为国人提供优质的肉类食品。伍田食品在防

疫防控期间,不仅跑步民生生产,还为了配合养殖产业度过寒冬,提供专业团队,300吨急冻,5000吨冻库为养殖户分忧,提供支持冻,存,销。

郭彦院长和钟静远县长,对成都伍田严格落实主体责任,做到疫情防控和安全生产两手抓两不误,予以肯定;同时,要求伍田以高度的政治责任感和勇于担当作为的精神力保疫情防控期间不发生生产安全事故,在确保员工健康、安全生产的前提下,尽快提升民生产能,争取先机,共度时艰。

企业家日报 网络查号台 118114(小报帮)

企业家日报与网络查号台118114联合推出

全媒体采访预约平台

凡是企业经营过程中遇到新闻事件、风云人物、贷款、法律、人才等方面的问题皆可预约,我们将安排资深记者为您排忧解难!