

茅台战疫系列报道之二

# 把时间抢回来,从疫期“四不四全”布局看茅台复工亮点



●2月13日茅台复工生产第一天凌晨3点55分,茅台集团党委书记、董事长李保芳,党委副书记、总经理李静仁已经来到厂区大门等候,准备迎接茅台员工们的到来。



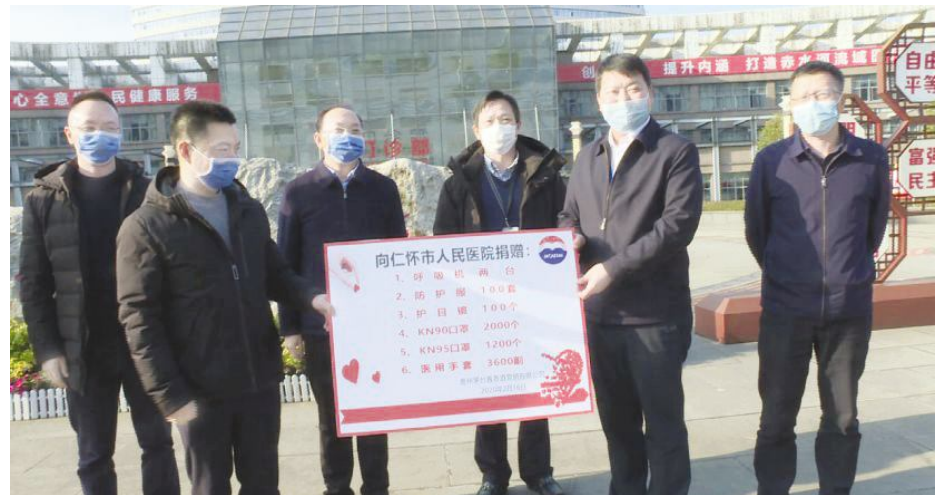
●2月23日、24日,茅台酒销售公司省内两家自营店先后正式开门营业。



●制酒车间有序复工复产。



●包装车间有序复工复产。



●茅台酱香酒公司向仁怀市人民医院捐赠医疗用品。



●茅台集团旗下的贵州茅台医院内科医师胡雄飞,成为湖北孝感市应城人民医院一名医务志愿者。



●茅台厂区公务用车为员工上车前测体温。



●茅台集团工程建设项目复工复产。

2月19日,在正式复工复产一周后,在年前跨入千亿俱乐部的茅台集团举行鼠年春节后首个总经理办公会,对班子成员2020年重点工作下“任务书”。办公会的召开,也意味着这家在行业具有标志性意义、对贵州经济发展有举足轻重作用的知名酒企,正逐步走上正轨。

此前两天,沉静了二十余天的茅台包装车间再次热闹起来。庚子年第一批茅台酒完成贴标,拴上茅台酒特有的红飘带,等待封口、喷码、装箱,完成进入市场的最后一道工序。

2020年,突如其来的新冠肺炎疫情,经济活动骤然停顿,给这家生产季节极强的龙头酒企带来很大压力。2月13日制酒等关键生产环节首批复工,正是为不影响其关键的二轮次酒的酿制生产。2月17日,包装、勾兑等卡口环节也有序复工,令茅台集团之前对外释放的重要信号“四不”目标落到实处:2020年“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”。

“疫情过了,春天总会到来。”如今的茅台集团,正以“四全”行动坚持“全力防控疫情、全面恢复生产、全面推进项目、全面做好帮扶”,确保“四不”目标任务顺利实现。

从疫情蔓延早期慷慨解囊,累计捐资上亿元,到“四不”目标与“四全”行动的谋篇布局,作为业内率先复工复产的企业之一,茅台的冲锋信号业已升空,给全行业带来的积极影响正在扩散。

**茅台率先宣示“四不”目标, 稳妥复工复产提振信心**  
——率先提出“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”

2020年春节前后,国内新冠肺炎疫情爆发,席卷全国。如今,随着湖北以外疫情形势逐渐得到控制,为避免全国经济社会生活受到过

度冲击,促进企业复工复产、恢复正常生产逐渐成为当务之急。

2月13日,茅台集团启动了第一阶段的复工,一万五千名工人首先到岗。在清静了二十多天后,茅台酒厂制曲、制酒等车间内的机器设备,又开始轰鸣起来。作为一家万亿级企业,茅台集团堪称是业内最受关注的酒企,茅台及时根据实际情况复工复产,率先提出“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”,对整个行业提振信心、稳定发展,有着明显的带动作用。

“从社会和员工的角度看,无论是股市、市场、效益,还是职工收入,大家都高度关注,都不希望茅台在这次疫情发生之后大起大落,出现意料之外的波动。所以,我们必须及时、有序复工复产,把问题稳妥处理好。”

“从茅台自身发展看,茅台酒生产的‘季节性’要求,也需要根据轮次特点,作出科学周密的安排,把疫情带来的影响降到最低。”

茅台集团党委书记、董事长李保芳认为,从当地经济发展的角度来看,“以茅台的支撑作用和生产、市场特点,理所当然,应该千方百计多做贡献、弥补损失,全力支持全省经济社会发展更平稳一些。”

为了稳妥推进复工复产工作,茅台集团也积极谋篇布局。1月30日和31日,茅台即发出通知迅速召回在外的员工。到2月1日,在茅台总部遵义仁怀的员工已超过2.47万名,在居家隔离14天左右后,这些员工及时归来为茅台复工复产奠定了基础。相比之下,国内不少大型龙头企业出现由于员工到岗难,导致复工难的局面。比如,富士康位于郑州工厂甚至推出“拉”一个员工入职奖励3000元。

此外,疫情下全国各地相继出现封路,物流运输受阻。作为一家大型的酿酒企业,茅台每天需要大量的原辅料和物资调运;而数万员工复工,需要大量的口罩、体温检测仪、消毒液

等防护物资,以及米面油等生活物资。对此,茅台集团都提前进行准备和应对。

茅台复工,子公司也要坚持上下一盘棋。茅台集团党委副书记、总经理李静仁在调研技术开发公司、保健酒业公司时明确表示,子公司要把思想和行动统一到集团公司的部署要求上来,提高各项工作标准,确保防控有力,生产有序,确保年度目标的完成。

在稳妥推进第一阶段复工复产后,2月17日,茅台集团第二阶段复工复产正式铺开,茅台集团包装、勾兑以及相关销售、管理部门开始运转。“茅台的复工复产对于稳定外界的预期,有很大的作用。”一位分析人士指出。

在资本市场上,2月3日,鼠年A股开市受疫情冲击两市超3000只股票跌停,19只白酒股近乎全部跌停,但是贵州茅台表现出了坚挺。而截至2月21日收盘,贵州茅台的股价在今年春节开市后,股价反而上涨了约6.2%,这反映出外界对茅台抱有的巨大信心。

近段时间,贵州茅台等成为北向资金流入首选标的,已连续三日获外资净买入24.23亿元。数据显示,2月18日,贵州茅台获北上资金净买入12.24亿;2月19日,贵州茅台再获外资净买入4.74亿元;2月20日,北向资金净买入贵州茅台7.25亿元。

**茅台实施“四全”行动, 加班加点实现一季度开门红**  
——“全力防控疫情、全面恢复生产、全面推进项目、全面做好帮扶”

受疫情影响,茅台复工比原计划晚了不少,但茅台高层表态,今年茅台酒的投放量不变。“今年,我们投放市场的茅台酒计划不会变。年前制定的3.46万吨酒,将如期投放,一瓶酒都不会减少。”

近年来,茅台酒在市场上不愁卖。这一方面与国内逐渐扩大的中产阶级消费升级有关;

另外,茅台酒的金融收藏属性不断凸显。茅台酒市场刚性需求极强,抗风险能力强,被普遍追捧。

每年茅台酒的销量很大程度上由产量决定。为了保证茅台酒的供应,完成全年的目标任务,茅台只能加班加点,抢生产。

“我们原定的生产计划已经推迟了10天,全年的工作进程也不能按照原来的节奏去办了。”茅台高层说,必须实时对整个生产计划进行调整,让今年定的这些目标都能如期完成。

“大家已经在家休息了这么长的时间,有可能一要加班,二要加点——要把前面休息的时间补回来。”在与公司员工的交流中,李保芳说,“茅台班子要千方百计调动大家的积极性,让大家知道,今年剩下的时间不会轻松,要做好吃苦受累做奉献的思想准备。”

虽然准备加班加点的生产,但茅台集团却忙而不乱、紧而有序,集团党委于2月16日提出坚持“四全”——“全力防控疫情、全面恢复生产、全面推进项目、全面做好帮扶”,多做贡献。

据了解,疫情防控工作仍是茅台当前的头等大事,全力防控疫情不能松不能停。根据年初确定的全面目标任务全面有序复工复产,茅台正尽最大努力减少损失,千方百计实现一季度开门红,确保“双过半”,保持茅台集团平稳发展,为全省经济发展多做贡献。此外,茅台集团也在全面推进建设项目加快进度开尽开,同时做好全面做好帮扶,坚持资金规模不减、工作力度不减,密切配合道真县县委政府,制定切实可行的6个村帮扶方案。

**不必担心, 茅台酒仍将供不应求**  
——“疫情之后,消费会有大的反弹,特别是对酒这种具有浓厚社交色彩的精神产品。”

此次新冠肺炎疫情,对国内包括餐饮业在

内的行业造成了不小的影响。不久前,中国烹饪协会发布报告称,仅在春节7天内,疫情已对餐饮行业零售额造成了5000亿元左右的损失。此次疫情对于高端白酒的消费影响如何?这也是行业内关注的话题。

“春节是白酒行业传统销售旺季,销量占全年比重在35%以上,其中按时间段分为节前销售、节庆期及节后销售。”一位业内人士称,不能说疫情对高端白酒消费没有影响,但影响相对于低端白酒要小得多。

有信息显示,疫情发生后,茅台酒的一批价也有小幅下降。“最近有消息说,疫情一个月,茅台一批价有所下降。不要着急,不要惊慌。”茅台高层说,如果在疫情防控时期还出现涨价,本身就说不过去。

“要理性看待,茅台酒价格疫情期上涨才不应该。”近日,国泰君安在一份研报中认为,白酒行业需求受疫情影响(封城、禁止聚餐等),短期需求受到一定压制,但并非需求消失,只是延迟消费(婚宴、宴请等),未来随着疫情解除,或迎来爆发式报复消费。

谈到未来,茅台高层并不悲观,“疫情之后,消费会有大的反弹,特别是对酒这种具有浓厚社交色彩的精神产品。”茅台高层分析后指出,茅台酒仍然是供不应求的状态,仍然是一个卖方市场。我们需要在这期间加紧生产。

“今年疫情之后,中国经济肯定复苏反弹。我们不能等到市场活跃后再去生产,那样已经晚了。无论是包装还是市场的安排,现在要做好准备,对未来要有清醒的分析和判断。我们生产出产品存在那里,一旦市场复苏,马上出手。”

“现在的注意力,还是要集中到疫情之后的市场上来,要提前研究、把握大势、争取主动,不必担心卖不掉、价格出现逆转。茅台酒只要品质不出问题,市场会好的,未来也会很好的。”茅台高层认为,以茅台当前的底气和经济实力,这场危机完全可以从容应对。“茅台今年的指标,可能在月度之间会有波动,但是全年算总账,应该是一个很好的结果。”

2019年,茅台集团实现营收1003亿元,同比增长17%;净利润达460亿元,同比增长16%,提前“十三五”规划一年实现了千亿目标。新的一年规划中,茅台集团2020年营收剑指1100亿,净利润超500亿元。

“我们要保持定力、把握大势,抓住疫情过后的新机遇。”茅台高层称,我国经济发展长期向好的基本面不会改变,从过去的情况看,大的危机后,新的机遇也会到来,一些拉动经济复苏的宏观对冲政策,必然带来诸多利好。这需要提前预判、早做准备,抓住机遇、推动发展。

**助力抗击疫情, 茅台捐资超1.1亿元,行业第一**  
——新冠肺炎疫情发生以来,茅台集团迅速做出响应,除直接捐款外,茅台集团还捐物出力。

新冠肺炎疫情发生以来,茅台集团迅速做出响应。1月29日,茅台集团率先捐赠8000万元,助力打赢疫情防控阻击战。其中,向湖北省慈善总会捐款5000万元,向贵州省慈善总会捐款3000万元。

2月3日,茅台集团旗下习酒公司捐赠2000万元抗击疫情;2月7日,茅台集团保健酒业公司捐赠500万元;2月10日,贵州茅台酒厂集团技术开发公司捐赠800万元。由此,茅台集团上下为抗击疫情,直接捐款超1.1亿元,成为国内捐款最多的酒企。

此外,茅台集团参股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50万元保额的保险,总保额为6850万元,为驰援湖北的医护人员增添一份保障。

除直接捐款外,茅台集团还捐物出力。在了解到武汉防疫一线急需酒精消毒液后,茅台集团旗下白金酒公司全体员工和各地经销商迅速募捐,购买了10吨酒精消毒液,于2月14日连夜发往武汉抗疫一线,支援武汉疫情防控工作。

2月16日,茅台酱香酒公司携茅台酱香系列酒经销商共同向仁怀市人民医院捐赠呼吸机2台、防护服100套、护目镜100个、医用手套3600个、KN90型口罩2000只、KN95型口罩1200只。

也有茅台员工战斗在湖北抗疫第一线。比如,茅台集团旗下的贵州茅台医院内科医师胡雄飞,年前他就回到湖北老家探亲。疫情爆发后,他得知湖北当地急需医护人员,便到孝感市应城人民医院,成为一名医务志愿者。孝感是湖北除武汉之外,疫情最严重的地级市。截至2月20日24时,孝感累计确诊病例达到3329例,仅次于武汉。而如今,胡雄飞正在孝感与当地医生们一起救治新冠肺炎患者。

除茅台集团本身外,茅台经销商也是“茅台朋友圈”中重要的一份子,纷纷捐款捐物,用于抗击疫情。形势愈艰而民心愈聚。面对疫情,茅台集团担负起国有企业的政治责任、社会责任和经济责任,厂商汇聚爱心,绘出最大同心圆,助力打赢疫情防控战。

(文/戴世锦 金石)