

茅台之窗

# 茅台商标变迁史——从陶土铠甲到羽衣霓裳



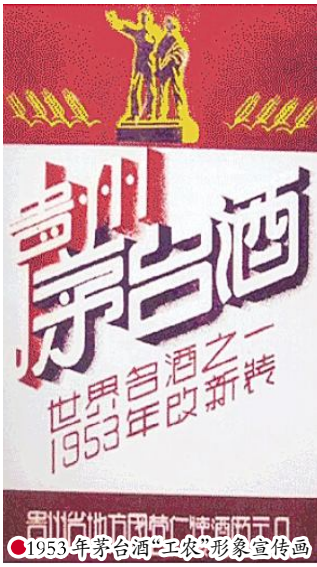
●古时茅台集市的白酒贸易盛况



●20世纪20年代盛装茅台酒的瓶罐样式



●茅台酒厂成立初期“金轮牌”内销、外销茅台酒及酒标



●1953年茅台酒“工农”形象宣传画



●60年代末出口外销的“葵花牌”茅台酒



●70年代“飞天牌”茅台酒及彩盒包装



●80年代“五星牌”茅台酒及商标



●使用至今的“飞天”及“五星”贵州茅台酒商标

“五星茅台”好还是“飞天茅台”好?这个问题常常在热爱茅台酒的“茅粉”间争论不休。更有“偏爱者”说到,茅台美酒千千万,独宠“飞天”最好看。茅台酒的商标经历了哪些变迁?来自敦煌石窟里的飞天又是如何遇到了贵州山林间的茅台?让我们在时光中寻找答案。

世人对于茅台酒的赞誉,对“黔人善酿”的认可,上可追溯千年。乾隆年间,志存高远的爱必达赴黔任巡抚,“茅台村,地滨河,善酿酒,土人名其酒为‘茅台春’”是爱必达在著作《黔南识略》中的记述。人们纷纷带着酒囊或酒坛,青山夹道,碧波万顷,赶到酒香弥漫的茅台,带来了热闹与生机,也把芬芳馥郁带出了崇山峻岭。

1915年,依山傍水的西南小镇茅台,第一次与大洋彼岸的国际大都市旧金山联接了起来。美国政府举办了集世界各国精品参展的首届巴拿马太平洋万国博览会,中国作为国际博览会的初次参展者,第一次在世界舞台上公开露面。中国农工部将“成义”、“荣和”烧

房所产茅台酒样送出参展,在贵州土地上生长出的茅台酒历经千挑万选,在这一年被装进陶土罐里,系上红丝带,走出群山湖海,为国出征。

万国博览会后,来自中国山村的茅台酒斩获金奖,名扬世界。展会中,由于包装陈旧“摔瓶留香”的经历也就此唤醒了茅台酒的包装意识,逐渐走出了土里土气、没有标识的陶罐形象,开始改头换面。

烧房将茅台酒瓶身酒标改用道林纸石印,白底蓝字,一套三张,分别贴于正面、背面和瓶口。盛酒容器从能装三十至五十公斤的陶制酒坛改为柱形小口釉陶瓶,造型美观,便于装运。旧貌换新颜,开启了从重分销到重零售的“小瓶改革”。

1951年的秋天,对茅台小镇来说是一个闪光的时间坐标。这一年,第一届中共仁怀县委、县政府完成了茅台镇三家私营酿酒作坊中“成义烧房”的赎买与接管,在其基础上正式组建了“贵州省专卖事业公司仁怀县茅台

酒厂”(1952年,先后完成了“荣和烧房”、“恒兴烧房”的赎买与接管),并申请注册工农携手图形作为商标,俗称“工农牌”。但接国家工商行政管理局批示,所申报的“工农”商标已被注册使用,唯图样可用。如今,我们也仅能在当年民间最“时髦”的茅台酒海报上找到这个时代的印记。

1954年,经国家工商行政管理局意见指导,“贵州茅台酒”商标图样由金色麦穗齿轮和红色五星组成,得名“金轮牌”,并于同年申请修改“谷”为“台”,这便是如今家喻户晓的“五星牌”茅台酒的前身。至此,中国贵州茅台镇的土罐罐茅台酒正式穿上了统一的“新装”,以全新的精神面貌,在国内和国际市场蓄势待发。

1958年,茅台酒出口海外急需具有国际化元素的商标,东方历史文化的瑰宝——敦煌壁画的“飞天”形象刹那间点燃了火花。当年8月,茅台酒出口商标“飞天牌”在上海签订协议,由香港五丰行办理注册。自此,“飞

天”和“茅台”成为了浑然一体的词组,“莫高精神”和“茅台精神”也在“一生做好一件事”的共鸣中实现了必然的结合。

1966年,经国家工商行政管理局批准,同意内销茅台酒“金轮牌”商标变更图形和部分文字的申请。

同年9月,“飞天”与茅台酒的相遇也面临了短暂的分离期。贵州省轻工厅转发国务院关于商标、图案和商品造型改革问题的通知,为适应“文化大革命”的政治形势,1969年起,外销茅台酒“飞天牌”商标改为“葵花牌”,寓意为“朵朵葵花向太阳”。

1974年,时任贵州省外贸进出口公司的青年设计师马熊接到了一个令他终生难忘的任务,为恢复销售的新版“飞天牌”茅台酒设计出口包装。年轻的马熊仔仔细地研究与临摹“飞天”形象,每一寸裙裾、每一缕飘带、每一束璎珞,敦煌飞天与贵州茅台再一次于笔触中达到了艺术的平衡美感,向世界展示这馥郁芬芳的东方文化。

这次的重新设计,茅台酒瓶口增添外挂吊牌,系以神似“飞天”飘带的红色丝带结,瓶外皮纸取消,创新启用当时中国酒类包装中鲜有的彩印纸盒。“飞天”形象也不仅仅展示在瓶身酒标的一隅,大方优雅地跃于靓丽的包装盖上,以更加纤长曼妙的身姿迎来了茅台酒的“彩盒时代”。

1982年,贵州茅台酒厂全版注册“五星牌”贵州茅台酒标,为茅台酒服务了近三十年的“金轮牌”商标正式交棒,光荣退出历史舞台。

2018年9月26日,茅台集团代表团寻根溯源,首次回“家”,回到了丝绸之路上驼铃响起,“飞天”茅台商标的发源地敦煌。他们站在莫高窟建于西周时期的321号窟中,仰望灿若星河的壁画,在千古绝唱里找寻到了“飞天”茅台商标的出处。

岁月流转,市场风云变幻,当年专供出口外销的“飞天牌”也同“五星牌”一起飞回了祖国的千家万户,相同茅台酒瓶上的不同商标,成为了我们追溯那个年代的时光印记。

即将到来的2021年,是茅台国营70周年。70年的风雨,70年的奋进,犹如这部商标变迁史,每个时代的刻度上都有创新,但从陶土铠甲到羽衣霓裳,不变的“茅台精神”融于闪闪的“五星”和优雅“飞天”之中,经历了艰难发展的岁月,也目睹了今日的辉煌,更照亮了明天的方向。

(本报记者 樊璞 张建忠 组稿)

# 精细服务促和谐 疫情防控显身手 仁邦物业打造中国一流物业管理企业

谭国

今年以来,在疫情肆虐的大背景下,成都仁邦物业管理有限公司不忘初心、牢记使命,在保障安全的前提下,通过强服务树品牌,物业管理工作上层楼。仁邦物业倡导“诚信立足,创新致远;互利共荣,以厚德载物”的企业精神,始终将客户满意度视为企业的第一目标,以质量求生存、品牌促发展,并坚持采用规范的专业管理模式进行标准化服务,打造中国一流的物业管理企业。

成都仁邦物业管理有限公司成立于1999年,注册资本1000万元,仁邦物业是中国专业从事房地产企业管理咨询、酒店经营、别墅、高端住宅、写字楼、资产运营综合性物业管理企业,具有国家一级物业管理资质,现有成都、广州、济南、重庆、武汉、自贡、荣县、安岳、岳池、苍溪、屏山、平昌等十余家分公司,管理面积达300万平方米,顾问项目近160万平方米。公司以服务创造价值,管理构建和谐为发展宗旨。目前,企业在管项目包括有自贡地区的:盐都花园、上品空间、天府家园、金碧城、金碧华庭、荣美丽星城、荣新·贡院、规划院办公楼、荣光苑。其他地区的有:屏山·荣新时代广场、安岳·荣新柠都新城、苍溪·荣新



江南半岛、平昌·荣新两江国际、岳池·荣新悦城、邻水·荣新世纪锦城等。

在多年的发展历程中,成都仁邦物业管理有限公司一直倡导“敬业、乐业、精业”的企业精神,始终将客户满意视为企业的第一目标,以质量求生存,以品牌促发展,并坚持采用规范的专业管理模式进行标准化服务,严格考核员工的工作细节,要求员工用心地为业主服务好每一个细节。培养和练就了一批专业的物业服务人员,物业服务水平得到了广大业主的一致好评。以诚信立足,创新致远;互利共荣,厚德载物作为经营理念;以依法管理,客户至上,争创一流,树立品牌为质量方针。成都仁邦物业管理有限公司荣获“全

国物业诚信 AAAA 级企业”、“全国质量信誉双优物业示范企业”称号。

2020年年初,疫情来袭,公司上下精诚团结众志成城同心抗疫,取得了良好效果和突出成绩。公司首先在管理的各小区宣传栏粘贴宣传新型冠状病毒指南海报,发布疫情防范信息,及时告知业主相关动态,同时第一时间在各小区楼栋宣传栏以及电梯内贴出相关通知,及时更新播报防疫语音,提醒小区住户保持警惕;其次,公司员工积极坚守岗位,尽心尽力尽职尽责为进出人员测试体温,并登记在册;再次,物业公司对公共区域、小区出入口、电梯、楼道、办公场所等每天两次进入消毒杀菌处理,防患于未然,最大限度降低病毒传播风险。在非常时期对小区进行了封闭式管理,切实保障了全体住户的生命健康安全。

据了解,在疫情期间,公司的防控设施配置和防疫物资配置都相当充裕,公司配备了防疫专用的消毒液、口罩、温度计、酒精、一次性医用手套,以应对可能出现的疫情防控新局面。为保障小区居民生命安全和身体健康,公司全体员工、社区、建设局联防联控力量,严格落实执行防控措施,全员义无反顾投身到疫情第一线,冲在前,干在先,联防联控,用心铸就安全护网,坚决打赢这场没有硝烟的疫情阻击战。他们坚守

岗位,不忘职责,不辱使命,以自己的身体力行,促进了社会的和谐与稳定。

一直以来,公司管理项目获奖无数:公司在管的四川盐都花园小区被评为自贡市“省级绿化园林住宅小区”;2010年4月,公司在管的金碧城小区被自贡市房地产管理局评为2009年度自贡市物业管理优秀住宅小区暨社区物业管理“三位一体”新机制示范小区;2012年12月,公司在管的荣新贡院小区荣获“2012年度自贡市优秀物业管理住宅小区”称号;2014年3月,成都仁邦物业管理有限公司荣获“全国物业诚信 AAAA 级企业”、“全国质量信誉双优物业示范企业”称号。这些荣誉的获得是对仁邦物业服务质量和信誉的充分肯定,也激励着公司全体员工以更优质、更严谨的服务态度,打造具有自身特色的优质服务,提高服务质量和水平。据悉,公司早已通过ISO9001:2000国际质量体系认证,目前已连续多年通过了持续认证复审。

成都仁邦物业管理有限公司总经理李建表示,成绩属于过去,以后还需加倍努力。公司将一如既往,通过精细化管理强化服务,为打造中国一流物业管理企业而孜孜以求!未来仁邦物业将不断努力进取,打响企业知名度,塑造优秀的企业品牌形象,争做物业行业领头羊。

## 今几个发奖金 真呀真高兴呀

9月20日上午,成都建国货运公司财务部经理毛明智、财务总监助理周旋,提着现金到四楼会议室,在总经理王建国的亲临指示下,将8月22日至8月31日公司实行多劳多得的奖金兑现给平台各班组和分拣组全体同志。当各位班长从毛明智手中接过一叠奖金后,所有队员的脸上都露出了喜悦和自豪的微笑。还有的班组在会议室现场便急不可耐地将奖金分发给了各位队员,队员们拿到一张张钞票后都纷纷表示:“回去后一定要多卸货,多分货,多拣货,一定要加油干,争取多拿奖金。”

多劳多得、按劳分配,让干活快、干得多、干得好的工人挣得多,这是大家的期望。该公司为了提高工人工作积极性,彻底解决上班吃大锅饭的分配弊端,决定自8月22日起,一律实行“多劳多得、按劳分配”的分配机制。公司规定:各班组只要在在规定时间内完成了规定任务,多完成的一律按奖励标准兑现奖金。多劳多得,上不封顶。这样的分配机制为广大员工提供了多挣钱的广阔舞台。(周安才)

# “古今戏 家国缘” 今世缘全程支持打造国家级的“云端”基层戏曲艺术盛宴

本报记者 何沙洲

南腔北调汇聚“云端”。在中秋、国庆即将共同到来之际,由33台国内优秀剧目组成的“古今戏·家国缘”2020年全国基层戏曲院团网络会演盛大启幕,为“双节”奉献文化大餐。活动自9月7日起至9月30日,由中宣部文艺局、文化和旅游部艺术司、文化和旅游部信息中心承办,国家京剧院、北京市演出有限责任公司协办,今世缘酒业全程支持,共同打造国家级的“云端”基层戏曲艺术盛宴,为决战决胜脱贫攻坚、全面建成小康社会营造良好氛围。

会演活动具有三个鲜明特色:一是剧种丰富,院团多样,33台参演剧目归属27个剧种,包括京剧、秦腔、婺剧等知名剧种和梆剧、临县道琴、海城喇叭戏等稀有剧种。33家参演院团中,由5家省级院团、13家市级院团、



●参演剧目白字戏《彭湃之母》剧照

7家县级院团、8家民营院团组成。二是题材多样、特色鲜明,参演剧目中有现代戏24台,主要为表现脱贫攻坚和全面建成小康社会主题的剧目,部分革命历史题材现代戏、新编历史剧和整理改编传统戏(含传统戏)。三是统

一发布、免费观演,以文化和旅游部网站为视频播出主平台,联合新媒体平台传播,所有剧目均为免费在线观演可在文化和旅游部网站、快手等平台免费观看,让广大群众更为便捷、安全地共享戏曲艺术发展成果。

网络会演期间,文化和旅游部政府网站每天10:00开始展播当天要直播的剧目视频。在新华社“快看生活”快手号、新华社“快看”微博号、“新华社快看”B站号、新华网“新华云”等平台播出。国家京剧院快手号“梅兰芳大剧院”、各参演院团官方快手号和一通文化、戏缘APP系列新媒体上亦将同步播出。工作日每晚19:30直播1台戏,每周六14:30、17:00、19:30直播3台戏,每周日14:30、19:30直播2台戏。

此外,会演活动还邀请演艺明星参与宣传片拍摄,邀请戏曲专家拍摄“专家荐剧”短视频,增强观众参与度和社会热点关注度。



## 疫情下的家国情怀 和责任担当 乘龙获优秀战“疫”行动力企业称号

日前,由《中国汽车报》社主办,自今年5月便开展的中国汽车企业社会责任暨中国汽车战“疫”英雄谱活动,于北京长城饭店举办颁奖典礼,东风柳汽乘龙在此次活动中获得优秀战“疫”行动力企业称号。

面对新冠疫情爆发,汽车行业在今年的疫情考验面前与全国人民一起全力以赴、共克时艰。作为物流运输这一重要的抗疫力量,东风柳汽乘龙不仅克服重重困难保证前线车辆需求,更积极参与到抗疫工作中抗击疫情。此次乘龙获奖背后,不仅源于东风柳汽人坚韧拼搏的精神以及乘龙多年积累的强大实力;更是一个企业在国家和民族面前,充分践行自身社会责任的重要表现。

## 复工复产、积极抗疫 乘龙凭强大实力做抗疫标兵

自疫情爆发以来,物流运输成为抗击疫情的重要血脉通道。面对巨大的运输车辆需求,乘龙汽车一直在与时间赛跑,奋战在抗击疫情的路上。在各企业复工复产困难的时候,乘龙汽车不仅迎难而上克服复工复产问题,积极支援前线用车需求;同时动员各地经销商、服务商、合作伙伴及乘龙卡友积极行动,参与战“疫”行动。

疫情爆发再赶上春节假期,面对复工复产和疫情防控双重考验,东风柳汽防控领导小组发布了一系列措施来应对复工复产工作。在克服了生产时间紧、零部件供应、复工复产困难等一系列严峻挑战后,乘龙优先保障、加班加点的奋斗在生产线上,为保障防疫车辆和救援物资车辆优先供应提供了坚实的保障,而这与乘龙在过往生产过程中所积累的强大的生产管理、技术品控能力密不可分。

除了积极支援前线用车需求,乘龙产业链上各大成员,也积极为抗疫献出自己的力量。不管是民生类支援物资、医疗物资等重要战略物资的运送,或者是对小汤山医院建设的支持,乘龙旗下一系列具备高效、可靠、科技特性的产品都扮演着举足轻重的作用。

另外,天南地北的广大乘龙卡友也都纷纷参加到战“疫”中去,乘龙汽车的身影忙碌在抗击疫情的路上,驰援湖北、奔赴武汉,保障了疫区的生产建设、和人民生活所需。为了更好的弘扬和鼓励乘龙卡友的抗疫精神,乘龙开展了“寻找乘龙战疫英雄互动征集活动”,表彰为疫情作出突出贡献的车主。

同时,东风柳汽乘龙还通过东风公益基金会向疫区直接捐款,更是通过推出延期还贷服务、向通盛租赁申请调整租金支付计划(展期)、减免违约金、征信保护等多种支持政策,做好非常时期的服务保障工作,为卡友解决燃眉之急。

## 心怀家国,勇于担当 乘龙用实际行动践行社会责任

一个企业能够长期发展的基础,在于其为社会不断提供的价值和承担的责任。乘龙在此次疫情期间充分发挥自身在汽车行业的优势,积极支援前线,不仅是其社会价值和责任的体现,也是助推乘龙站在50年新的发展篇章前,一往无前的重要力量。

9月8日,全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会在北京人民大会堂隆重举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在讲话中说道:“在过去8个多月时间里,我们党团结带领全国各族人民,进行了一场惊心动魄的抗疫大战,经受了一场艰苦卓绝的历史大考,付出巨大努力,取得抗击新冠肺炎疫情斗争重大战略成果,创造了人类同疾病斗争史上又一个英勇壮举。”恰逢其时,东风柳汽乘龙作为抗击疫情的重要一员,通过自己的实际行动获得优秀战“疫”行动力企业称号,正是其充分践行社会责任的,勇于承担社会责任的重要证明。

除此之外,通过积极复工复产,并主动参与抗疫行动获得优秀战“疫”行动力企业称号,对乘龙还有着增强企业凝聚力、推动品牌进一步发展的积极作用。面对突如其来的疫情、和病毒抢时间的紧急需求订单、疫情之下复工复产的困境,乘龙积极应对,并圆满解决。这是乘龙在这历史节点的一次重要历练,此次获奖更是对乘龙的重要肯定,对增强员工信心、企业凝聚力有着重要作用。站在新的50年历史篇章之前,东风柳汽乘龙于今年6月7日发布全新品牌,新乘龙要实现从关注车辆到关注人、关注客户的转变,而乘龙正是通过充分践行社会责任,在以实际行动去真正落实这一理念,助推品牌进一步发展。

2020年对世界来说注定是载入史册的一年,对乘龙亦是如此。此次获得优秀战“疫”行动力企业称号,不仅是对乘龙在疫情期间的付出而认可,同时也是乘龙自身实力的重要证明。而乘龙通过践行这一社会责任,不仅提升企业凝聚力,也进一步推动品牌发展,为实现“贴近用户的物流运输专业市场引领者”的品牌愿景奠定牢固基础!(余意 曾伟霞)