

“五线发展道路” 茅台新任董事长丁雄军亮招

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

2021年,是茅台国营70年、茅台上市20年。茅台国营70年来,依靠卓越品质和接续奋斗,发展成为了今天营收上千亿元的白酒头部领军企业和世界蒸馏酒第一品牌。面向未来,企业的发展后劲与前景怎样,是投资者们更加关注的话题。

9月24日下午,在贵州茅台2021年第一次临时股东大会上,以100%全票当选的贵州茅台董事长丁雄军,向股东和股东代表明确传递了企业未来发展的战略目标,即聚焦“双巩固、双打造”,“巩固中国白酒头部领军企业地位和世界蒸馏酒第一品牌地位,打造成为为中国500强第一方阵企业和省内首家世界500强企业”战略目标,按照“聚主业、调结构、强配套、构生态”发展思路,着力把股份公司打造成为世界一流的上市企业。

首次以新身份与贵州茅台的股东见面,丁雄军用“感恩”“敬畏”“奋斗”三个词,与大家分享了自己对茅台的认识和思考,不仅用蓝、绿、白、紫、红五条线,向外界亮出茅台在新时期高质量发展的“五线发展道路”,还就茅台酒价格与价格体系、关联交易、产能产量等投资者关心的热点问题进行了回复。

股东大会采取现场投票和网络投票相结合的方式。参加会议的股东及代理人共3808人,代表股份约963,615,074股,占公司总股本的76.7089%。

会议审议并表决通过了《关于选举董事的议案》《关于修订公司<章程>的议案》《关于修订公司<股东大会事规则>的议案》《关于修订公司<董事会议事规则>的议案》《关于修订公司<监事会议事规则>的议案》《关于与关联方签订<商标许可协议>的议案》《关于贵州茅台集团财务有限公司日常关联交易的议案》等7项议案。

值得一提的是,贵州茅台此次修订公司《章程》,主要修订了党建相关规定,把党对国有企业的全面领导落到实处。

感恩、敬畏、奋斗 让品质成为信仰,让历史鉴证未来

在股东大会上,丁雄军首秀演讲“让品质成为信仰,让历史鉴证未来”,向“自家人”透彻地说出了茅台领军层怎样看过去、怎样做当下、怎样创未来。整个演讲借鉴TED形式,全程脱稿,逻辑清晰,条理分明,图文并茂,加之大量归纳总结的观点和数据,赢得了满堂好评和点赞。

“我非常珍惜借助这个平台和大家交流,也很感动大家从全国各地过来。从我们的交流看,大家对茅台发展表达了很大的期望。”丁雄军说。

演讲中,丁雄军不断释放的信号是,会与股东保持无障碍的沟通。

丁雄军指着PPT上的柱状图说,从1951年建厂之初的39人,年产75吨到今天4.3万人、年产5.6万吨——茅台的增速是非常高的,应该说是创造了一段辉煌的历史。

“历史是一面镜子,学古知今,学史明志,我最想和大家分享的是感恩、敬畏和奋斗这三个词。”在与股东分享感悟时,丁雄军如是说。第一个关键词是“感恩”。他说,在茅台工作,要感恩“四老”——

一是感恩老天爷,是老天爷造就了茅台得天独厚的地理环境,离开茅台镇就生产不出茅台酒。

二是感恩老祖宗,是老祖宗不断探索,总结传下来的传统酿造工艺,成就了茅台酱香鼻祖的地位。

三是感恩老领导,既有毛主席、周总理等党和国家缔造者,老一辈无产阶级革命家的关心厚爱,也有历届省领导和厂领导倾注的大量心血。

四是感恩老百姓,茅台酒终究是商品,取得今天的成就,离不开广大消费者和投资者的支持和热爱。

第二个关键词是“敬畏”。而要敬畏的对象,是“茅台基因”。

这位化学专业背景毕业的高管,专门提到他当年在武汉大学博士毕业时写的论文主题——关于生物医用高分子材料研究。他说,这是一个交叉学科,其核心就是不断与基因打交道。基因是染色体里携带遗传信息的基本单



● 股东大会现场



● 贵州茅台董事长丁雄军

位,会不断传承。

那么,茅台的基因是什么?丁雄军认为,茅台基因的核心是茅台酒酿造微生物的菌群结构——这是茅台能够传承下来的最根本的基因。这个基因一旦变化,茅台将不再是茅台。因此,要有敬畏之心。

他的PPT不厌其烦地用各种表格图形,来解释茅台所在地的地形、气候、空气、水、土壤、微生物,以及茅台酒酿造怎样做到在不同节气、不同工艺、不同环境下的“天人合一”。

用他的化学知识,不停解读茅台酒的秘密。丁雄军希望的是,把对茅台秘密的解读,从“神秘”走向科学。让人们可以从定性、定量多个维度,来知晓茅台的生态密码、茅台的品质密码、时间密码。

具体而言,是要用科学的方式,回答好世间关于茅台的三个问题:

“为什么离开茅台镇酿不出茅台酒?”

“为什么茅台酒好喝?”

“为什么茅台酒越陈越香?”

一系列数据的发布,让茅台股东们不仅看到了传承的力量,也看到了科技赋能与数字化赋能的效果。

据了解,茅台还将做强“茅台种子工程”,加大茅台酒酿造原料、环境、微生物、酒类风味、品质和食品安全的研究,特别是微生物组合关联、风味物质功能等要重点攻关,从原料、生产、流通上加强数字化技术应用,确保茅台酒永不变味的同时实现提质降本增效。

“我们感恩‘四老’、敬畏传承,目的就是要

以史为鉴,开创未来。”在丁雄军看来,茅台过去的成功源于四个坚持四个“数”,即坚持恒久如一的高品质是“基数”,坚持向客户传递高价值是“指数”,坚持稳健经营、理性扩张是“乘数”,坚持党的领导、加强党的建设是“常数”。

第三个关键词“奋斗”。丁雄军表示,进入“十四五”,茅台面临新秩序重塑期、新格局形成期、新改革攻坚期“三期”叠加的新形势,必须把质量视为生命之魂,把现代化管理和监管机制体制作为生命健康卫士,持续构建酒香、风正、人和的良好生态和发展环境,让品质成为信仰,让历史鉴证未来。

蓝、绿、白、紫、红 “五线发展”推动茅台高质量发展

交流环节,丁雄军向外界亮出了茅台高质量发展的具体战略谋划——五线发展道路。

一是蓝线发展。蓝线,指目标愿景和蓝图规划。

茅台的战略目标是什么?定性的指标是聚焦集团“双巩固、双打造”,即“巩固中国白酒头部领军企业地位和世界蒸馏酒第一品牌地位,打造成为中国500强第一方阵企业和省内首家世界500强企业”战略目标,按照“聚主业、调结构、强配套、构生态”发展思路,着力把股份公司打造成为世界一流的上市企业。

二是绿线发展。就是要坚定不移走生态优先、绿色发展道路,以打造生态文明示范实践基地、白酒行业生态环保标杆企业“一基地一标杆”为抓手,保护好茅台赖以生存和发展的

生态环境。

丁雄军向股东们详细解释了15.03平方公里茅台酒地理标示保护区域规划图,以及山、水、林、土、河、微生物生命共同体整体保护方案。

“离开了这片区域就酿不出茅台酒——这个地方我们一定要把它保护起来。这个区域我们还没有用完,茅台以后的发展空间就在这里。所以,不管难度再大,再不容易,我们也必须把茅台赖以生存的环境保护好。我们要把茅台打造成为白酒行业生态环保的标杆企业。”

三是白线发展。“白线发展”是丁雄军的发言中,最受关注的部分之一。所谓白线,就是不管过去取得多少辉煌成就,都要保持归零心态,抓好创新和改革,在新的白纸上作出新文章。

具体而言,就是在创新方面坚持科技赋能、数字赋能,在改革方面推进现代化管理改革、资产管理改革、营销体制和价格体系改革。

丁雄军说,要坚持科技赋能,加强高粱、小麦等种子资源保护和利用,推动种子库建设,有序推进生物育种产业化应用,做强“茅台种子工程”;加大茅台酒酿造原料、环境、微生物、酒类风味、品质和食品安全的研究,特别是微生物组合关联、风味物质功能等要重点攻关,不断探索发酵过程中微生物演绎规律,确保茅台酒永不变味。

丁雄军还提到了坚持数字赋能。比如,加快产业数字化,从原料、生产、流通上加强数字化技术应用,实现提质降本增效;再如,加快营销数字化,立足新零售、新消费时代特点,以数字方式深度挖掘分析消费者消费偏好和品牌体验。

“这些创新属于茅台可以变的那部分。茅台不能变的部分我们坚决不能变,比如传统工艺,如30道工序,165道工艺环节。但是有很多环节可以创新,比如说物流环节和包装可以创新。”

新任董事长还提到了备受瞩目的企业改革话题。“不管怎么改,改革的方向是高质量发展。”

改革的内容包括现代化管理改革——一流的企业一定是一流的管理;资产管理改革——不管固定资产、无形资产、动产、不动产,还是实物资产、无形资产,都要用科学的方法把大家的资产管理起来。“当然,还包括各位股东持有的股票的市值管理。”

谈到茅台的营销体制、价格体系改革,丁雄军说,营销价格体系改革必须要改;改革的方向应以市场为原则。“这两个改革我们正在集中精力研究。我的考虑是,我们既看当下,更要立足于未来十到三十年的发展。”

“面对新消费、新零售业态、新潮流,茅台应不应该改?我认为应该改,但这个改革立足的时间会更长。”

“改革不是一蹴而就,不是简单说调一调出厂价,变变终端价,作为管理层我们要考虑得更加长远,着眼于未来。”

丁雄军表示,将着力规范原有渠道,探索

发展新零售渠道,优化品牌价格体系,着力让茅台酒回归商品属性,为消费者提供更高品质的服务。

四是紫线发展。紫线,是一个规划建设术语,指的是历史文化街区、历史建筑保护范围界线,这里指代茅台文化。在高质量发展过程中,茅台将充分挖掘文化内涵,扎实做好文化赋能,充分体现茅台文化影响力、凝聚力和感召力的“软核”作用,最大程度地发挥文化聚能的“硬核”作用。

“要通过挖掘茅台文化故事、历史底蕴,不断丰富品牌内涵和增强品牌特性;要推进茅台文化与其他文化碰撞融合,推出特色文创产品,丰富产业业态,特别是茅台的线下店,要着力打造成文化展示店、品牌形象店、品饮体验店和客户服务店,充分释放文化聚能效应。”

五是红线发展。红线,指环保和安全两条底线,对茅台而言,两者都是不可触及的底线和红线。

“我们一定要采取更大的力度,下更大的决心实施环境保护——我们一定要把这个区域的环境保护下去,不管10年、50年,还是500年。让茅台酒不变味,这是任何一个人在我这个位置必须做好的事,做得不好就是历史的罪人。”

“大家知道,我们的基酒价值千亿,安全容不得半点损失,安全出了问题也是历史的罪人,这条安全红线,也是硬的底线。”

组织化、制度化、具体化 加强党建与公司治理有机融合

2019年12月30日,中共中央印发《中国共产党国有企业基层组织工作条例(试行)》,对国有企业党组织工作作出全面规范。

此次股东大会审议并表决通过的《关于修订公司<章程>的议案》,其修订内容之一即是党建相关规定。据悉,贵州茅台作为一家国有控股上市公司,早在2018年,就将党建正式写入《公司章程》,充分彰显党组织对国有企业的领导核心和政治核心作用。参照相关指引,贵州茅台对《章程》中党组织职责权限、机构设置等具体规定和党建工作要求进行了修订,进一步明确和落实党组织在公司法人治理结构中的法定地位,切实把党的领导融入公司治理各环节,使党组织发挥作用组织化、制度化、具体化。

除了修订党建相关规定外,茅台还根据法律法规和监管规则新修订内容,结合公司实际对公司《章程》部分条款进行修订,以实现治理机构权责清晰、审议事项明确、决策程序精简高效的目标。同时,结合公司实际和公司《章程》修订情况,还对《股东大会事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等进行了修订。

在我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段、国有企业改革进入“深水区”“攻坚战”的重大时代背景下,审视茅台此番公司章程和议事规则修订,彰显了茅台不断推动国企改革走深走实和加快建立现代企业制度的决心,奋力跑出国企改革“加速度”,沿着高质量发展方向笃定前行。

此次股东大会,茅台高层还就社会广泛关注的热点话题与现场股东进行了坦诚交流。整个过程气氛轻松、公开、透明、包容,释放出一系列信号得到投资者的积极响应。

纵观过往,国营茅台70年、茅台上市20年,一路走来,虽经历风雨洗礼却也更加彰显这棵大树根深叶茂。

据悉,在9月25日发布的“2021中国企业500强榜单”中,贵州茅台酒股份有限公司以979.93亿元的营收位列第225位,比2020年上升14位。

另外,就在茅台新董事长丁雄军上任后的第一个交易日(9月27日)收盘,贵州茅台(600519.SH)报1855元/股,涨幅9.5%,单日交易额232.71亿元打破成交额纪录,总市值2.33万亿元,较前一交易日市值减缩2000亿元。盘中茅台一度以1863.4元/股触及涨停,这是茅台历史上第四次涨停。

人们看到,在推动茅台高质量发展、大踏步前进的道路上,茅台人不断在创造出值得称道的新业绩。

凡是过往,皆为序章,所有将来,都可期盼!茅台人正满怀信心,扎扎实实、理性稳健地去创造更加美好的明天。



● 丁雄军与股东交流合影



● 贵州茅台董监高合影



● 股东代表现场交流