

国酒茅台：以奉献诠释责任 传递更多正能量



■ 本报记者 张建忠 樊瑛

经历了改革开放三十多年，中国居民的经济生活水平也发生了翻天覆地的变化。在这一历程中，以国酒茅台为代表的中国白酒企业，紧紧抓住机遇，不仅实现了自身快速发展，也为国家经济社会发展作出了突出贡献。在素有“酒类行业晴雨表”、“食品行业风向标”的全国糖酒会上，十二届全国人大代表、茅台集团董事长袁仁国欣然接受企业家日报记者采访，就中国白酒业应该如何准确把握时代，承担更大的社会责任，为建设美丽中国更好地贡献力量进行了交流。

记者：对企业社会责任的认识，是当下中国企业家们关注的热点，并在政府、学界、企业界、公益界等领域引起广泛讨论，中国企业如何承担起社会责任？

袁仁国：中国改革开放三十多年来生机勃勃的持续发展，让白酒业步入快速增长的黄金时代。长期以来，中国白酒业在扩大就业、繁荣市场、服务三农、促进区域经济建设、带动相关产业发展等方面发挥了重要作用。白酒业的健康发展为我国财政、税收做出了重要贡献，已经成为国民经济发展中增长最快、最具活力的产业之一。

2006年1月实施的《中华人民共和国公司法》，在其总则中明确规定，公司要“承担社会责任”。同年10月，中共十六届六中全会明确提出要增强包括企业在内的公民和各种组织的社会责任。从此，企业社会责任迅速成为中国企业的主流价值观。

2009年，我发表了一篇题为《大品牌要承担大责任》的文章，谈了国酒茅台的社会责任履行与思考，我认为大品牌承担大责任，是时代的命题，是重塑中国商业道德的需要，也是国酒茅台的永恒主题。

“十五”时期以来，中国的白酒产业呈现出经济发展贡献突出、结构调整成效显著、品牌建设成果凸显、科技创新能力提升、节能减排初见成效、社会责任积极履行的特点。

综观全球500强企业，无不把社会责任的履行，列入企业发展战略。如今，企

业的品牌形象不仅包括漂亮的财务数据和市场份额，更包括它的公益形象、环保形象、员工归属感、社会公众的评价等等。

社会责任，这不仅是时代赋予中国企业的使命，也是中国企业走向世界、不断进步的必然。可以预见，未来具有国际竞争力的企业，必是技术领先、管理先进，并且要对社会负责的企业；是能将社会、环境以及企业利益相关者的责任成功地融入到企业战略、组织结构和品牌经营过程的企业。

记者：大品牌担当大责任，国酒茅台是怎样用行动践行使命，以奉献诠释责任，开辟了一条独具茅台特色的企业可持续发展道路的呢？

袁仁国：长期以来，茅台集团秉承“爱我茅台，为国争光”的企业精神、“酿造高品位的生活”的使命和“天贵人和，厚德致远”、“以人为本，以质求存、恪守诚信、继承创新”的企业核心价值观，以强烈的责任感和使命感，始终把发扬传统产业、光大民族品牌作为己任，发展不忘回报社会，积极履行社会责任，倾力支持公益事业，用行动践行使命，以奉献诠释责任，开辟了一条独具茅台特色的企业可持续发展道路。

1998年至今，茅台集团累计实现销售收入1318亿元，上交税金478亿元，为地方经济发展和社会和谐做出了重要贡献。2011年上交税金占贵州省税收总收入8.5%，占贵州财政收入7%，占遵义市财政收入46%，对仁怀市地域经济贡献率达70%以上。在过去十四年中，解决就业13000多人；茅台通过自身的不断发展，带动了当地“三产”的不断提升；探索循环经济建设，其中，仅“茅台循环经济科技示范园区”一项，就需投入10亿多元资金；为工农业反哺农业、带动地方经济发展，国酒茅台投入巨资以加大茅台生产原料基地建设，积极引导当地农户种植有机高粱，推进了传统农业向特色农业的转变。“十一五”以来，茅台集团累计投入各种公益事业近10亿元。如：捐资3934万元，帮助汶川地震等灾区重建家园；捐资2100多万元成立以“汇聚爱心，汇聚善心”为宗旨的“心基金”；出资1575万元用于西部地区150万农村小学生

中媒体投入超过15亿，地面以周华健群星演唱会整合行销，践行中国白酒新营销模式。“特曲老酒周华健群星巡回演唱会”2013年将在全国各地举办15场，届时在周华健及群星助力之下，特曲老酒将燃情中华大地，与全国经销商一起领略特曲老酒老、厚、爽的独特魅力。老：老酒窖、老技艺、老味道。既是荣耀的回味，也是历史的传承。厚：历史厚、酒味厚、师厚。泸州老窖的酿酒大师经过“口传心悟”积累的厚实功底，酿酒大师做酒如做人，具备厚德载物的个人修养。爽：进口爽、入喉爽、身体爽。饮酒之后，身体轻松爽快，这是健康的反应。

浓典天下：力争做到老窖系列酒的最前列

另一泸州老窖独立品牌泸州老窖浓典天下，也是和其他泸州老窖品牌系列酒一样，争奇斗艳。据悉，泸州老窖浓典天下是泸州老窖股份有限公司2012年重点打造的又一核心品牌。

此次，浓典天下强势入住糖酒会。不仅在会场设有展馆，而且在首座、假日酒店等糖酒会主展馆都设有展示厅。根据泸州老窖浓典天下酒业公司总经理瞿应平的介绍，浓典天下传承了泸州老窖深厚的文化底蕴和历史渊源，浓典天下其酒晶莹剔透、纯净如山涧清

捐赠《新华字典》；捐资1900万援建百所“国酒茅台·希望食堂”等。近五年来，茅台还投入3亿多元用于环境保护，并以远高于市场平均价格的优惠条件收购本地有机原料，以2011年的统计数据看，仁怀市农民为此人均增收1000多元。

2012年，茅台集团首期出资1亿元，开展“国酒茅台·国之栋梁——2012·希望工程圆梦行动大型公益助学活动”，用于资助全国31个省(市、区)1200多个县域内来自农村贫困家庭、品学兼优、考入二类本科院校的2万名学生。这是有史以来国内最多、覆盖面最广、影响力最深远的一次公益举措。茅台是贵州乃至全国最有爱心和最具社会责任的企业之一。

国酒茅台的社会责任，可从六个方面来总结：一是振兴中国民族品牌的责任，二是为国家富强做贡献的责任，三是为国酒坚守质量的责任，四是为社会谋发展的责任，五是打造国酒文化品牌的责任，六是为利益相关方谋福祉的责任。国酒茅台从2009年开始，是中国白酒行业唯一连续四年公开发布社会责任报告的企业。

记者：当前中国白酒企业面临诸多挑战和机遇，如何确保食品安全，让消费者的“忧”变成“放”，传递更多正能量，努力做建设美丽中国的实践者和行业引领者？

袁仁国：未来几年，巩固和提升茅台酒世界蒸馏酒第一品牌地位，成为国酒人的职责和民族品牌所应有的眼界和胸怀，这绝非简单的产量叠加，也非常简单的网络延伸。

我们深信，一个珍视良知，勇于担当的企业，才有可能走向伟大的行列，这种对国家命运深切关怀的责任感，正是大品牌保持生命力的前提，也是新时代赋予包括国酒茅台在内的中国名白酒企业的新使命。

去年底召开的中央经济工作会议指出：要善待和支持小微企业发展，强化大企业社会责任。白酒业确实需要这样的使命感——无论是耕耘国内市场，还是开拓海外市场，我们前进的每一步，都要确保食品安全，维护消费者健康，让消费者的“忧”变成“放”，确保放心消费我们的产品，让更多的人以温暖和分享。在茅台恪守的商业道德中，对责任的担当是最为核心的重要内容。对弱势群体的关怀，对不同文化的尊重，对竞争者的公平等，是茅台走向世界的通行证。

正如去年4月在博鳌亚洲论坛2012年年会开幕式上的演讲中所说：希望大家从茅台企业呈现的新形象上，感受到善意、温暖与信赖。我们也希望通过自己的努力，能够带动一种善良、慷慨、积极向上的社会风气，向大家传递更多的正能量，让我们的家园变得更加和谐美好。

我们要紧密团结在以习近平总书记为核心的党中央周围，在贵州省委、省政府的正确领导和省国资委的直接领导下，茅台集团在未来五年，将是巩固和提升茅台酒“世界蒸馏酒第一品牌”，打造千亿级企业，努力建设美丽茅台，实现“茅台梦”，不断攻坚克难、创造新业绩，与众多优秀名酒企业一道，做建设美丽中国的行业实践者和引领者。



泸州老窖浓典天下总经理瞿应平在与经销商朋友洽谈。

泓、点滴飘香、窖香浓郁、绵甜净爽、回味悠长，秉承了泸州老窖极佳酿制技术。浓典天下以不同窖龄的陈年老酒为基础酒，经国家级品酒大师和勾调大师精心勾调，经国家白酒检测中心检测，恒温储存，陈年窖藏，精制而成。

浓典天下推出一，已经在山东、河南、河北建立了自己的根据地，培养出了自己的客户群。浓典天下是浓香典范、浓香鼻祖。瞿应平总经理的目标是用5到10年的时间，把浓典天下力推为泸州老窖系列中的中高端品牌。

与“天酉”酒营销总监一席谈

■ 本报记者 李国政 特约记者 明公

糖酒会虽未正式开幕，成都人民北路一带，大小宾馆、旅社早已住满了来自全国各地的酒厂、供应商、代理商。各种材质、样式的广告宣传品遍布大街小巷。

在众多的宣传广告画帖中，有一个名不见经传的品牌广告吸引了众多眼球，盖因其广告辞语惊路人。

“天酉酒，堪与千元价位品牌的酒质媲美，请君品味！”

好大的口气，观者莫不窃议。

好奇心驱使，我们决定前去打探个究竟。顺着广告指引，我们来到腾云楼“天酉”布展处，该酒业公司的营销总监接待了我们。总监让礼仪小姐送上一只托盘，托盘内放着五个盛满白酒的玻璃酒杯。礼仪小姐温情软语告知：这其中有一杯是我们宜宾天旨酒业公司的产品，请各位品鉴。我们仔细一看，五只酒杯分别编了序号，哪个号的酒杯盛的哪种酒，估计早已写在纸上，暗中作了标识。我不是品酒的行家，但我听人说过，酒好不好，一看二闻三品味，我首先看杯中的酒，杯杯晶莹剔透，继而端起酒杯，逐一闻香，品味……别说闻，我都不敢断言哪杯酒更好，有的入口清爽，回味甘甜；有的入口绵软，香味四溢，肯定都是高端品质的好酒。我的一个同行却故作老练，直接给每杯酒冠名、定品牌，结果大部分都说错了。总监最后点评：其中四杯，是市场价位千元以上的酒，有的酒相比，从香味口感来说，各有不同，酒相千秋，很难评判谁好谁差。我问：既然酒质不相上下，你们的酒市场价在600左右，厂价肯定更低，为什么价格差异那么大呢？总监说：价格差异那么大，最重要的原因就是品牌维护与品牌价值附加。品牌宣传的大量广告费投

入必然计入成本，品牌价值附加于产品也要体现在价格上。加上大品牌的代理门槛高，资金投入大，代理商要取得相应的、合理的回报，售价能不高吗？你没听到有人说，望名已喝成了奢侈品，普通消费者就只能“天酉酒”堪与千元价位品牌的酒质媲美，请君品味！”

说到这里，总监端起他的“天酉”，抿了一口，深情地说道：“天酉”酒不是中国名酒，胜似中国名酒，真是好酒！继而，他娓娓道来：我们“天酉”酒是一款高端品质，大众消费的酒。说它是一款高端品质的好酒，是因为它从选料到生产，遵循古法，精心酿造，名师调制；说它是大众消费的酒，是因为我们没有巨大的品牌附加，在营销上，尽量减少中间环节，降低成本，这样，才可能给大众提供一个物超所值的好酒。前不久，有篇题为《谁来拯救白酒市场？》的文章，就是针对目前白酒市场的高端品牌的高价有感而发的，对目前鱼目混珠、假冒仿冒的现象深表忧虑。我很自豪地说，我们在努力为广大提供质优价廉的真酒、好酒，让白酒消费回归理性，我们就是在拯救白酒市场！

最后，销售总监给我们总结他的营销模式特点：一、“天酉”酒寻求的是合作、参与，无论是否成为代理商，都可以尝试与“天酉”合作，互利双赢。做代理，门槛低，进可退可换，零风险。二、利用多种渠道，拓展销售市场。无论身居何地、何职业、何职位，都可以兼职营销，获得公司的回报。三、招贤纳士，广聚人才。只要对天旨酒业“天酉”品牌有信心，有热情，我们欢迎你来任职，“天酉”将给你施展才能的舞台，给你最大的舞台，表演你的才艺。

从天旨酒业公司的展示洽谈现场出来，我在想：“天酉”拯救白酒市场的行为及其营销追求，何尝又不是我们众多白酒企业应该追求的呢？



“诗仙太白·95金樽” 成都上市推介圆满完成 即将登陆上海酒交所

■ 本报记者 李国政

借力第88届全国糖酒会的宣传攻势，3月27日，“诗仙太白·95金樽”纪念收藏酒成都推介会在糖酒会开幕前一天成功举行。重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司执行董事、党委书记、总经理陈红兵，上海国际酒业交易中心副总裁熊飞云，白酒营销专家肖竹青等参加了此次推介会。

上海国际酒业交易中心相关人员向记者表示，“诗仙太白·95金樽”按照规定已经开出了银行保函，目前，产品上市的所有法律手续已经完成，该理财产品将于4月12日正式上线申购。

渝酒迈出的重要一步

在中国酒类流通协会、中华品牌战略研究院公布的第四届博博杯2012年中国酒类品牌价值300强排行榜中，诗仙太白酒业以品牌价值22.62亿排在全行业第63位，白酒类第41位，相比2011年第三届的价值25.36亿排73位，诗仙太白品牌价值陡增34%，行业排名飙升10位，巩固了在重庆酒行业的龙头地位。

作为一家地方名酒企业，诗仙太白在经过多年发展后，开辟全国市场已经成为该公司的战略目标之一；而选择赴上海国际酒业交易中心上市发行藏品，也是为其全国化进程迈出的实质性一步。

白酒专家肖竹青认为，人口流动的全国化推动了区域白酒的全国化，走出河南的河南人在喝河南杜康或者宋河，走出陕西的陕西人在喝西凤酒，走出重庆的重庆人也喜欢喝家乡的诗仙太白。当下，区域名酒以卓越的性价比开始挑战“茅五剑”。在消费者越来越追求个性、差异的今天，区域品牌的独特性也会越来越受到特定人群的青睐。

“白酒证券化，实际上是白酒销售的一

种模式创新，也是跨界资源整合商业模式创新。它和做纯粹的理财产品不一样，纯粹的理财产品其功能是融资加销售，而这次的95金樽，能够实现以销售为目的的品牌推广并实现销售和融资，是三方面的融合。这是白酒营销的革命性创新。”陈红兵如是说。

电商、酒交所成新宠 推介会即塑品牌形象

在业内人士看来，白酒行业在经历过去年的塑化剂、禁酒令、禁止三公消费高端酒等政策的影响下，我国的白酒行业从去年开始就已经步入调整期，企业在产品结构和渠道建设方面都必须做出新的选择，而选择到上海酒交所上市或许会成外新环境变化下酒企的新选择。

第88届全国糖酒会已经开幕，国内外酒企和商家云集成都。在行业出现调整时期，上海电商和酒交所成为众多酒企的新宠。酒类酒业交易中心刚刚满月，但本届糖酒会期间在成都举办的多场论坛上都能见到它的身影。在完成荣泰和烧坊酒业公司赴上海酒交所的发行审核通过后，诗仙太白的成都路演也成功落幕。

陈红兵说，公司打造一款理财产品，除了能给公司带来经济效益外，公司的品牌形象通过酒交所的交易平台，也将起到积极的作用，推介会就是在塑品牌形象。在线上实现9500万的销售回款之后，他也相信发行路演所带来的品牌效应会给诗仙太白的传统产品销售带来巨大的促进；因为在去年成都糖酒会召开开发大会的中国四大名酒西凤酒超高端白酒国典凤香，在上海酒交所成功发行9600万以后，在线下顺势而为推出的两款传统渠道超高端产品：大师级国典凤香和泰斗级国典凤香也取得辉煌的销售业绩，目前已经成为陕西西凤酒集团超高端标杆产品。