以质量求生存 以创新促发展

2015 年度国酒茅台供应商大会隆重召开

■ 本报记者 樊瑛 张建忠／文 文丹／图

12 月 18 日，以“以质量求生存、以创新促发展”为主题的 2015 年度国酒茅台供应商大会在茅台会议中心隆重召开，来自全国各地的 100 多名供应商代表齐聚茅台，分享经验、共话合作，积极探讨来年工作创新与奋斗目标。“创新”、“发展”、“绿色”成为供应商代表们频频提起的会议热词。茅台集团公司董事长、党委副书记、股份公司董事长袁仁国，茅台集团公司党委书记、副董事长、总经理李保芳，茅台集团公司党委副书记、纪委书记赵书跃，茅台酒股份公司副总经理李明灿出席会议。会议由茅台集团公司党委委员、股份公司副总经理杜光义主持。

李保芳在会上发表了热情洋溢的致辞，衷心感谢大家过去一年对茅台的支持。他指出，长期以来，茅台与广大供应商朋友风雨同舟、精诚合作，创造了合作共赢的“黄金时代”，建立了互信互促的深厚友谊。在 2015 年，各供应商秉承精细化管理和“诚信、高效、责任”的经营理念，原料、包材、酒坛等各类物资总体供货及时、质量稳定，为茅台的发展提供了良好的物资供应支撑。目前看来，今后一段时期宏观经济下行压力依然较大，白酒行业深度调整仍会持续，我们的工作仍将面临新的挑战，希望广大供应商朋友继续坚持诚信为基、质量为本、创新为要的精神，把工作做精、做细、做实，来年再接再厉、做得更好，共同为茅台的发展作出新的贡献。

大会在听取 2015 年度物资采购供应工作情况汇报后，对获得 2015 年度“优秀供应商”、“先进供应商”荣誉的单位进行了表彰，在主席台就坐的领导为获表彰的单位颁奖。获“优秀供应商”表彰的企业代表在会上作了经验交流发言。

●茅台集团领导为优秀供应商颁奖

李明灿在会上宣读供应商《诚信承诺书》。与会供应商代表在《诚信承诺书》上郑重地签上了自己的名字，并全体起立握拳宣誓，“诚实守信重如山，食品安全高于天……”的誓词在会场内久久回旋。

袁仁国在会上作重要讲话。袁仁国指出，“大智兴邦，不过集众思”。一年一度的国酒茅台供应商大会，是公司和供应商共商发展、共谋合作的重要会议。2016 年，是“十三五”规划开局之年，茅台将继续坚持绿色供应管理理念，与广大供应商朋友精诚协作，开创供需合作共赢的新局面。希望各位供应商与茅台共同应对复杂的市场挑战，加快技术创新，推进管理创新，促进人才创新，实现网络数据创新，在坚持创新发展中迎接新挑战。

袁仁国强调，切实推进绿色供应链管理，是茅台深刻把握发展趋势，按照生态文明建设的要求，努力做建设美丽中国的行业引领者和实践者的有益尝试。在白酒行业绿色供应链方面，茅台已成为白酒行业标杆。在茅台转型发展的关键时期，各供应商要根据茅台绿色供应链的总体要求，以增强可持续发展、协调发展为目标，以绿色供应链管理实践和理念作为指导，以现代物流信息化建设发展作为核心，以精细化管理模式与流程优化为重要支撑，共同推动绿色供应链一体化的整体发展，形成企业与自然和谐发展的现代化建设新格局，引领中国白酒行业实现可持续发展。希望各供方企业与茅台携手并肩，共同打造结构优化、技术先进、环境优美、清洁安全的产业体系，推动企业绿色发展，引领新常态，将我们的企业驶向新胜境。

袁仁国要求，茅台和各供方企业必须首先确保质量第一。质量是国酒茅台的生命，各供方企业要以“零容忍”的态度来对待产品质量，确保供应给茅台的产品“零缺陷”。追求卓越品质应成为各供方企业自觉追求的崇高境界，这也是各供方企业应该肩负的使命和责任。同时，做到诚信为本，实现互利共赢。各供方企业一定要强化与茅台是责任共同体、利益共同体和命运共同体的意识，奉行互利共赢的开放战略，积极参与同行业经济治理，提高在同行业产品中的制度性话语权，积极参与到国酒茅台的发展战略中来，努力形成相互促进、相得益彰的合作格局，不断实现互利共赢、互利多赢，共享发展。

今年，公司按照“精细管理，严格把关，贴近生产，服务到位”的原则，降本增效完成了原辅材料物资采购，保质保量完成了包装物资采购，统筹有序完成了综合物资采购，实施绿色供应链管理和精细化管理，提升了物资供应管理水平，推动茅台集团实现了连续十四年的跨越式增长。

茅台集团和股份公司相关职能部门负责人列席会议。

17 日、18 日晚，公司还在茅台国际大酒店分别举行欢迎晚宴和答谢晚宴，热情接待前来参加 2015 年度国酒茅台供应商大会的代表。

●贵州省仁怀市中仁包装印务有限责任公司董事长张家荣在大会上发言

为提高服务茅台质量而努力奋斗

——在 2015 年茅台集团全国供应商大会上的发言

■ 贵州省仁怀市中仁包装印务有限责任公司董事长 张家荣

回顾 2015 年，随着内需形势的不断变化，用工成本的不断提高，白酒行业市场竞争加剧，消费包装行业也处于低利润时期甚至下降，消费市场相对繁缩，诸多行业呈现增长势头放缓趋势，如何在复杂的经济形势中继续发展，如何紧随集团公司飞速发展的步伐，如何服务茅台，是企业领导应该思考的重要课题。我们一直秉承“创新、合作、谋解、共赢”的理念，积极配合集团公司和股份公司业务的不断拓展，力助集团公司和股份公司高速健康地发展，我们始终牢记“质量第一，客户至上”的经营理念，竭诚用心地为集团公司和股份公司提供优质的产品、快捷的服务，同时面向社会，积极开拓市场，努力做到“供货及时、品质优良、价格合理、服务周到”。

2015 年度在茅台集团公司的大力支持和中仁公司董事会正确领导下，公司实现销售收入 1.8 亿元；实现利润总额 3500 万元，产品合格率：98%，损耗率 1.6。

2015 年主要工作：

一、品质要优良，管理是基础。2015 年，本公司通过引进专业技术人才，进行专业技能培训，进行专项品质治理等诸多方式，提高品质控制能力，确保产品能满足客户的要求，对所有在职的技术、品质和生产等部门的管理人员和骨干性员工完成业务职能培训，并通过考核后上岗，严格确保新进厂员工的素质和质量，所有新进厂员工都必须经过入职前培训。始终把生产过程控制作为工作之重，质量检验部门人员始终在生产车间一线，牢牢掌握、掌控生产过程的产品质量，严格按照工艺要求进行生产，严格执行工艺纪律，严格执行三级检验，对过程检验中发现的问题及时进行会诊、纠正，坚持做好每月的质量分析统计，对每批每个产品做好质量档案，对出现的质量问题进行全面分析，并拿出确实有效的整改方案，修改完善了《质量事故责任追究制度》，明确质量事故的损失认定、责任认定以及处罚办法，严格落实产品质量责任制，确保品质安全。

公司一直以国家管理体系为标准进行管理，各项管理均以 ISO9001 三大国际管理进行，并以三大管理体系检验。2015 年 9 月份一举通过中国质量中心的质量、职业健康、环境三大国际管理体系认证。

二、始终坚持不断创新与挖潜降本。不难想象，未来市场的竞争依然会非常激烈，优胜劣汰的过程将会在一个相当长的时期内持续下去。市场经济条件下，客户价值永远是第一位的，客户对价值的关注度已经到了无以复加的程度，要么创新产品，要么提高质量，要么降低成本，最终要能够为客户创造价值。

三、严格把控原辅材料的采购，坚持使用新型环保材料。公司全面贯彻落实《食品生产通用卫生规范》要求，加强现场管理，严格工艺控制，对原辅材料供应商的质量管理和检测监督，全方位、全过程标好原辅材料采购的管控工作。

四、为客户提供优质的服务。公司一直配合茅台集团率库存管理工作，现有产品均做到按集团公司所需随时供货不断档，每批货发出时及时跟踪，对客户需求随时掌握。为适应小批量和新产品的开发，今年我们引进德国制造 CTP 出版机，解决打样周期长，以利于客户在面真班概率样品设计，确保尽早投入正常生产。2016 年将根据市场需求，及时应对，从质量上和数量上确保客户需求。

2016 年，希望贵限茅台集团的步伐，支持中仁做大做强的战略实施，加强管理、提升质量、规划产能、保证供应；努力挖潜、降低成本，加大开发，技术引领，促进沟通，完善服务。通过双方真诚的合作，为提高服务茅台质量而努力奋斗。

●全沙县光明粮油储备管理有限公司副总经理吴基桥在大会上发言

茅台“第一车间”的责任担当

——在 2015 年茅台集团全国供应商大会上的发言

■ 全沙县光明粮油储备管理有限公司副总经理 吴基桥

1915 年茅台酒获得巴拿马金奖后，一个世纪的风风雨雨并未让茅台澄没无痕，岁月的淘洗和磨砺，使茅台酒变得越发浮朴厚重，绽放出更加耀眼的光芒。今天更是春飘海外，芬芳全球。我们全沙县光明粮油储备管理有限公司作为茅台的原料供应商，更是感到无比的自豪。

我们公司在茅台酒厂各级领导的大力支持下，将全沙县确定为茅台酒有机原料基地县后，极大地调动了我公司员工的积极性，在全沙县委、县政府的领导下，在各级政府职能部门的关怀和帮助下，得到金融部门的大力支持。有机高粱种植面积从当初的 4000 亩扩大到现在的 70000 亩。我们始终把诚信作为公司发展的宗旨，把质量作为企业生存的根本，把管理融入到茅台的管理体系中。今天我们深深地感受到，我们之间已经不再是单纯的商贸关系，而是茅台酒原料基地的一员，是茅台光荣历史的守护者。

茅台的一位领导曾我们有机原料基地比喻成茅台的“第一车间”。所以我们第一车间就要有第一车间的责任和担当，因为茅台酒是国酒，是茅台人的骄傲，茅台人的脸面，是民族文化的宝贵遗产。我公司在十余年的有机高粱种植和收购过程中，按照茅台的先进理念，把维护国酒品牌品质的根本点建立在质量管理的基础上，为了确保种植高粱的质量，公司把做好宣传教育和培训工作作为确保质量的第一要素。

首先要转变种植农户的思想观念，使种植农户充分认识到是上苍给了我们这片热土，是茅台工业反哺农业给我们的恩赐。使种植农户知道我们是在为国酒生产原料，公司细心指导农户按照标准种植，种植农户从当初的单一的经济作物种植思想上升到维护茅台品质和品牌的责任。同时公司强化管理和种植期间的服务工作，把服务工作落实到田间地块，与农户交心谈心。公司在高粱收购质量上的高标准要求，得到了农户的支持和理解。种植农户观念的改变和公司的服务以及茅台的大力扶持和投入，使公司认有机高粱的种植、收购过程中，总结出了观念管理、服务管理才能推动质量管理的理念。我们是一个集原产地保护和有机认证于一体的供应商，原料不可能从市场上购买，所以只有转变农户的观念，提高我们的服务管理水平，才能确保原料的质量和品质。

第二，公司加大对硬件设施的投入以确保收购高粱的质量。公司从收购种植农户的高粱以来，为了达到茅台酒厂在质量上的要求，在资金极质困难的情况下，不断完善和更新高粱的整理和检测设备，到目前为止公司在高粱整理及检测设备上已投入 150 多万元。全县每个收购点都有大型的除杂筛、烘干机、水份、千粒重等整理检测设备，确保了高粱的收购质量。同时加强了对已收进仓高粱的仓储管理，按照有高粱仓储管理的标准规定，定期检查和通风，以确保高粱在仓储期间不生虫、不变质、不受污染和不霉坯。公司严格按照茅台酒厂的调运计划，在规定的时间内将高粱调到车间，确保茅台酒厂生产所需。十年来公司交到茅台酒厂的高粱，合格率都在 99%以上，得到了车间和相关部门的一致好评。公司在收购过程中，由于有了种植农户的积极配合，有种植农户数于市却第一车间责任和维护茅台酒品质和品牌的理念，完全理解公司为了高粱质量采取的管理和收购方法。使公司和种植农户形成这种鱼水共生的和谐关系，是推动我们质量管理的保证。

下一步公司将继续加大对硬件设施的投入，加强对人才队伍的培训和建设，进一步做好对高粱种植农户的指导和服务。我们作为茅台有机原料供应商，更要连点茅台对质量要求管理的新发展新思路，公司将始终坚持理念管理、服务管理推动质量管理的理念，保证按照茅台酒厂的要求做好茅台酒厂的“第一车间”。

●珠海经济特区龙狮瓶盖有限公司总经理张光瑜在大会上发言

为茅台发展贡献自己的力量

——在 2015 年茅台集团全国供应商大会上的发言

■ 珠海经济特区龙狮瓶盖有限公司总经理 张光瑜

珠海经济特区龙狮瓶盖有限公司是由中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司和新加坡百达顿公司合资创立的一家集瓶盖自主设计研发、专业生产、销售于一体的中外合资企业，成立于 1992 年，厂区坐落在风景秀丽的海滨绿城——珠海，现已发展成为拥有自建厂房占地面积 24695 多平方米，总建筑面积为 34890.27 平方米的国家高新技术企业。我司现有各类设备 274 台，其中注塑机 62 台，各类印刷机 45 台，大型喷涂线 3 条，大型涂印线 1 条，全自动铝盖生产线 1 条，产品自动装配线 3 条，各类型清洗机及其他设备若干，年产量可达 4 亿多只瓶盖。产品的主要系列有：安塑盖、铝塑盖、金属盖、并形盖、标盖。公司为实现社会、客户、企业三者之间和谐发展，相继通过了 ISO9001：2008 和环境管理体系 ISO14001：2004 两大体系认证。多年来龙狮人始终以“爱我龙狮，争创第一”的经营文化，坚持“客户的信赖，是再创辉煌之本”的质量方针以及“节约资源、保护环境，预防瓶盖制造过程产生的污染”的环境方针，控制好客户产品的质量，保证供货正常，诚诚恳恳为客户服务，实现三方共赢，一直受到贵州茅台集团等客户的好评和支持。还荣获茅台股份公司等客户评定的“优秀供应商”“技术创新奖”。近年来我司年产值连年攀升，为珠海市香洲区重点企业和纳税大户，屡次受到当地政府的表扬和奖励，先后获得“省国区安全生产先进企业”、“珠海市促进就业先进企业、市重合同守信用企业、市和谐劳动关系先进企业”、“国家高新技术企业”、“广东省著名商标”等荣誉称号。为了更好地满足客户的需要，我司也进一步提高产品竞争力，深挖自身潜力，加强技术革新，拥有雄厚的研发团队，公司还专门成立了研发部，有自主的模具开发设计项目组，现有长期从事瓶盖相关行业，具有丰富产品设计开发经验的工程技术及辅助人员 70 多人。截至 2013 年 10 月，我司已获得各项技术 21 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 13 项、外观专利 6 项，涉及到产品的方方面面。我司还配备集产品质量检测和产品研发等多项功能于一体，设施完善的专业实验室，以及专门用于瓶盖检测的设备(扭力仪、硬度计、精确度量、计量工具及各类防伪性能检测专业设备等)。正是由于我公司不断加大对产品的各方面要求及瓶盖行业科技的深度开发，使得我司成功获得了国家级高新技术产业企业认证（编号 GR201044000467），这为我们更好地服务客户，不断超越自我，一如既往地为客户创造价值，提供更优质的技术、产品和服务奠定坚实基础。

珠海经济特区龙狮瓶盖有限公司是股份公司瓶盖的主要供应商，多年来，我们一直致力于以服务好茅台为宗旨，龙狮公司从 2011 年到 2015 年连续五年荣获“股份公司优秀供应商”称号。

2015 年，由于股份公司在系列酒产品方面做了较大的调整，一年来，我们公司为其开发了王茅、华茅、赖茅、贵州大曲等 7 系列 25 个产品，茅台酒生肖酒等个性化定制酒 11 个产品，共计投入模具费用(按市场价计)约 170 万元；为了不影响新产品的上市，公司设计、生产部门与股份公司各相关职能部门紧密配合，确保了新产品按时上市。2015 年，龙狮瓶盖公司累计为茅台酒股份公司提供不同规格、型号的产品 65 个，累计供货数量约 5515 万只。

积极配合股份公司实施产品改良升级。2015 年 11 月 18 日，公司收到以股份公司知识产权保护部牵头的关于“年份酒盖”改良升级的要求，立即组织设计开发人员，在不到 5 个工作日的时间内，就为其开发出了一款全新的产品，并于 11 月 26 日将方案带到茅台，由知保部组织知保人员和公司进行了讨论改进。现在正着手打样及对材料进行食品安全评估等工作，该方案已由我公司提出了一项发明专利和 4 项实用新型专利申请。

茅台酒股份公司是龙狮瓶盖公司第一大客户，2015 年占龙狮公司营业额近 70%，为了及时保质保量为其提供产品，公司投入了大量资金购置先进生产设备，不断提升自动化生产水平和生产管理水平，确保产品质量稳定，提高劳动生产率，缩短订单生产周期，及时提交所需产品。

在质量方面，我们遵守自己的诺言，不使用不合格材料和二手料，所用材料都经过第三方检验机构检验合格后再使用。公司于 9 月底率先在行业中建立起了食品安全分析实验室，对公司所进材料在最短时间内进行食品安全监测分析。

质量是企业的生命。未来，我们仍将坚持以服务好茅台为宗旨，继续为茅台提供更多优质、安全的瓶盖，及时为茅台开发出所需要的新产品，为茅台的发展贡献自己的力量！

抢抓机遇 精耕市场 营销创新 转型跨越

茅台集团全国经销商大会令人振奋

■ 本报记者 樊瑛 张建忠／文 文丹／图

连日来，冬日的阳光为国酒茅台全国经销商联谊大会添彩。12 月 20 日至 21 日，来自全国各地及海外的 700 多名茅台经销商代表齐聚茅台集团，参加 2015 年国酒茅台经销商联谊大会，共商国酒茅台营销工作大计。茅台在新常态下创新发展取得的营销佳绩令代表们无比振奋。

大会由茅台集团党委书记、副董事长、总经理，茅台酒股份有限公司代总经理李保芳主持。贵州省副省长王江平、贵州省国资委主任韩先平，遵义市、仁怀市领导出席大会。

2015 年对于茅台集团非同寻常；茅台酒荣获巴拿马金奖走过了 100 年的辉煌历程。2015 年 1 至 11 月，茅台集团实现销售收入（含税）357 亿元，同比增长 4.0%；实现利润总额 193 亿元，同比增长 1.88%；上交税金 137 亿元；资产总额达 1050 亿元，同比增长 31%。前三季度，工业增加值占全省的比重达 10%以上，上缴利税约占全省公共财政预算收入的 11%，茅台酒股份公司营业收入、利润分别占全国 18 家白酒上市公司的 27%、45%。

“2016 年要因时而谋、应势而动、顺势而为，进一步做好茅台酒营销工作。”茅台集团董事长、党委副书记，茅台酒股份有限公司董事长袁仁国从 3 个方面对营销工作作出分析并提出要求：

——看清形势，适应新常态，抢抓机遇，推动茅台营销转型。

当前，茅台发展进入一个新时期。从国际经济形势看，一方面，世界经济仍然处在深度调整期。另一方面，新一轮科技和产业革命蓄势待发，催生“互联网+”、“分享经济”、“智能制造”等新理念、新业态，孕育着时不我待的历史性机遇。

在对国内、省内经济形势作出基本分析后，袁仁国说，从行业发展形势看，经过 3 年的调整，增长方式由量扩张的粗放式经营，向集约化经营、品牌效应、文化效应、质量效应、市场精耕细作等方式转变，盈利模式由总量增长模式向结构优化模式转变，行业竞争向纵深发展，品牌化趋势明显，流通渠道扁平化，经销商专业化、品牌化，厂商合作向战略性转型。2015 年白酒出现弱复苏迹象，高端白酒景气度持续回升。1 至 10 月，全国规模以上白酒企业实现销售收入 4367.14 亿元，同比增长 7.75%；利润总额 558.13 亿元，同比增长 5.51%；税金 429.89 亿元，同比增长 4.81%。目前，白酒行业仍处于调整的阵痛期、转型的探索期和复兴的准备期。

近年来，茅台坚定行业自信、品牌自信、发展自信、市场自信、质量自信等“五个自信”。同时，居安思危、居危思变、居危思进，强化忧患意识。代表们认为，时和势总体来说于茅台有利，并对茅台营销发展充满了信心。

“茅台自身发展形势看，呈现出稳中有进、转型加快、活力增强的良好态势，走出了具有行业特色的转型发展之路。”袁仁国高兴地宣布；2015 年，茅台酒股份公司盈利能力超过国际酒业巨头保乐力加，茅台品牌价值达 1135 亿元，蝉联“华榜杯”品牌价值榜榜首，比去年增加 120 亿元。集团公司主导产品的销售量、利税总额、利润、税金、人均创利税、人均上交税金、股票总市值、品牌价值等高居中国白酒行业榜首，保持了白酒行业排头兵的地位，进一步巩固和提升了茅台酒“世界蒸馏酒第一品牌”地位。

“十三五”期间，茅台集团要继续探索具有行业特色的转型跨越之路，实现产品结构、产业结构、产权结构、生态文明、环境保护、发展模式、营销方式、打假保知、战略重组等方面的升级转型和加速发展。

——适应趋势，把握新常态，精耕市场，实现茅台营销创新。

当前，在全国经济新常态下，白酒行业仍然保持了“四个没有变”：一是白酒作为中国人情感交流的载体没有变，二是白酒作为中华民族文化符号之一没有变，三是白酒作为中国人的偏爱消费品没有变，四是中国人消费白酒的传统风俗习惯和文化习惯没有变。白酒行业呈现出新趋势：白酒行业将进入中低速发展期；白酒消费人群和消费形态将会发生明显变化；名优品牌白酒将更受青睐；市场深耕精耕化；以“互联网+”和大数据为主的营销创新。

适应新趋势，把握新常态，深入搞好市场营销，搞好营销创新，才能实现持续健康发展。对此，茅台提出：

第一，要深耕精耕市场，做到一个“实”字。古人说：“君子务实”。“实”的本质是现实、实际、实践，要摒弃“花架子”和表面文章，要出真招实招，在营销的薄弱环节，如在产品价格、市场管理等问题上精准发力，不断提升市场化深耕和精耕能力。要做到根据市场的变化，消费者特征、消费文化及行业整体的变化，善谋善为，打造现代市场营销能力；根据渠道层级及渠道形态的价值分布，鹏巅善抓，不断健全营销网络，打造渠道构建能力；针对不同类型的终端，分类制定终端营销策略，掌控好终端，打造价格管控能力。

要实打实抓好工程打假、知识打假、智能打假、公关打假，诚信打假、事件打假和网络打假等“七个打假”，要把打假保知、品牌宣传、文化传播、消费体验与终端销售等结合起来开展“放心酒工程”活动。加强知识产权保护力度，加大打击假冒侵权力度，不断净化市场环境，捍卫国酒茅台的品牌形象，捍卫国酒茅台百年老店的声誉。

第二，要优化产品结构，突出一个“精”字。要以精益求精的精神，做好优化产品结构的“加减乘除法”，发现和培育新的经济增长极；“加法”就是要搞好茅台酒及系列酒销售服务，开发好富有茅台特色的纪念酒、收藏酒、文化酒，开发多品种、多规格的茅台酒及系列酒产品，统筹考虑商务、大众、年轻人、外国人等消费市场。尤其要以市场需求为导向，针对不同价格带的产品进行营销分层，开发空白价格带新品，丰富公司产品线。“减法”就是压缩市场“滞销”的品种，整合同一价格带的多款产品，消除内部竞争。“乘法”就是适应市场需求，全面推进科技、管理、市场、商业模式创新，深入进行产品结构调整，满足消费者多层次、多元化的需求。“除法”就是扩大分子，缩小分母，在提高工作效率，提高劳动生产率、资本回报率，降低成本上下功夫。要降低酱香型系列酒生产成本，增加系列酒销售，提升中低端产品的市场竞争力。

第三，要健全营销网络，力求一个“强”字。要加强市场调研，做好市场分析，搞好市场细分，加强经销商分级管理，按“十个力”要求调整、整顿、优化营销网络，建立优胜劣汰机制，激发渠道活力。要着眼终端消费，推动体验式销售，片区要在省会城市的中心商业综合体等地设立茅台酒体验店。启动“私人酒窖”、“期酒业务”等销售模式。经销商要加快团购的拓展工作，推进与各区域商超合作，在商业区、高档社区、饭店建立专柜。茅台酒及系列酒渠道要下沉，抓好空白市场的开发和县份市场开发、乡镇市场开发，尽快建立和完善网络布局。不断提升“五种能力”，即提升战略引领能力、产品宣传能力、打假保知能力、产品营销能力、市场服务能力，使茅台营销网络出大变强。

第四，要加大文化宣传，彰显一个“深”字。随着消费结构升级，酒文化宣传粗放的模式已不适应发展趋势。要加深国酒文化的挖掘总结，以科学的精神解读茅台，要把茅台文化故事化、讲好茅台故事，加大对长期适量饮用茅台酒有利健康的宣传，加大对茅台酒品质、工艺、文化、环境、诚信、社会责任方面的宣传，塑造企业和民族品牌的正面形象，传播中国白酒正能量。要以明年全省旅发大会在茅台召开的契机，深度开发茅台观光体验式旅游，让经销商及客户体验到是对手比你强，而是你根本连对手是谁都不知道的时代。在这个大跨界的时代，告诫你唯有不断学习，才能立于不败之地！今天你还很贫穷，是因为你怀疑一切；如果你什么都不敢尝试，你将永远一事无成，机会总是留给有准备的人。”

第七，要强化市场管理，实现一个“严”字。销售公司要加大对市场的管理，加大对价格的管控，加大对经销商的协调，加大对片区人员的考核，做到敢管、善管、严管。

——发挥优势，引领新常态，追求卓越，创写茅台营销辉煌。要挖掘增长潜力，培育发展动力，厚植发展优势，拓展发展空间。

第一，茅台品牌优势。百年前，茅台酒在巴拿马万国博览会荣获金奖，成为世界三大蒸馏酒名酒之一，开启了走向世界的征程。茅台这张香飘世界的中国名片，跻身全球一线品牌阵营，多次在华略通明等全球知名排行评选中入选，排位甚至超过很多世界知名老牌企业。2015 年，茅台酒在被誉为酒中“奥斯卡”奖的比利时布鲁塞尔国际烈酒大奖赛中荣获大金奖，第一次入选世界品牌实验室评选的《世界品牌 500 强》，是中国白酒唯一入选的百年品牌。

品牌竞争是酒类行业的必然趋势。在茅台中长期战略规划中，提出了品牌建设要实施“133 战略”，即倾力打造 1 个世界级核心品牌(茅台)、3 个战略品牌(华茅、王茅、赖茅)、3 个重点品牌(汉酱、仁酒、王子)，若干区域品牌，打造大茅台品牌集群。要充分发挥茅台品牌效应和优势，实施品牌战略，促进资本向品牌集中，技术向品牌集成，人才向品牌集合，资源向品牌集聚。要推进企业从产品竞争、价格竞争向质量竞争、品牌竞争转变。要巩固和提升茅台酒世界蒸馏酒第一品牌的地位，努力做到单一品牌销售收入保持世界第一、酒业品牌价值居全球酒行业第一、酒业公司市值居全球酒行业前列。

第二，茅台粉丝优势。要依托“互联网+”和大数据，大力发挥茅台拥有大量粉丝的优势，实现精准营销。互联网的快速升级，打破了消费者的沟通局限，让客户的消费意识逐步改变，他们需要与品牌有更多的互动和自我价值的体现，“得粉丝者得天下”将成为发展趋势。许多行业领袖级的企业也纷纷摩拳擦掌投入粉丝事业当中。如万科的万客会，小米的米粉等。这表明，粉丝垂直社交领域的新商业模式已诞生，“粉丝经济”将进入规模化和产业化。茅台庞大的消费群体，迫切需要有一个专门、专业的粉丝活动平台，旨在稳定现有的 50、60、70 后的老粉丝，发展 80、90、00 后的新粉丝，让他们都有机会参与到茅台的价值创造中，从喝茅台变成只喝茅台的金牌粉丝。

第三，茅台经销商团队优势。茅台在全国有 2000 多家经销商，经销商对当地市场和网络十分熟悉，拥有一定的网络资源、人脉资源，对白酒品牌运作比较熟悉。要充分发挥这些优势，更加注重主动营销、深度营销和精准营销，牢牢把握当地渠道资源，不断开拓新渠道，形成多元化、多层次、多模式的营销资源。

●茅台集团领导为优秀经销商颁奖

●茅台集团董事长、党委副书记、茅台酒股份有限公司董事长袁仁国在大会上讲话

●在庆功仪式上，茅台集团党委书记、副董事长、总经理、茅台酒股份有限公司代总经理李保芳(左)与经销商签约

●国酒茅台2015年度全国经销商联谊会现场

●茅台集团领导欢迎全国经销商入场

●欢迎全国经销商回家气氛浓郁

●全体经销商举行了庄严的诚信宣誓仪式

●国酒茅台2015年度全国经销商大会上现行“九个营销”，加强改革创新，努力精耕市场，不断创新驱动推动市场营销趋势，为打造千亿茅台而努力奋斗，振聋有力

坚持“9 个营销”做市场 服务好消费者

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

在国酒茅台 2015 年度全国经销商联谊会上，三名优秀经销商代表进行先进经验分享，为大会带来了一股新风，使参会代表很受鼓舞。

山东泰山名饮有限公司总经理孟庆广介绍，2015 年，泰山名饮坚持“9 个营销”做市场，为服务好消费者做了以下工作：一是综合布局，覆盖所有传统营销渠道；二是自营店建设，在省内外开始连锁超市，1600 多员工，重点陈列系列酒，堆头工作；三是创新发展动力，公司在服务管理制度等方面创新；四是改革，名饮员工参与到企业股份改革，提升员工积极性；五是提高服务水平，夯实市场基础。在当前市场形势下，运营压力大，产品动销难，市场利润低，我们的营销人员要转变观念，切实践行服务理念，实现服务理念的创新驱动，把服务作为工作考核的重要内容。

陕西省军区军人服务社魏总介绍，我们是茅台品牌的忠诚推广者，有幸连续两年被评为优秀经销商。2015 年我国宏观经济下行压力进一步加大，白酒行业继续进行深度调整。在挑战与机遇并存的特殊环境下，我们及时调整思路，创新发展，通过持续不断的宣传、品鉴活动和不间断的促销活动带动销售。推出“婚庆季”活动，针对婚宴特制订婚宴酒水价格和活动政策，与酒店合作进行婚宴餐标捆绑销售、派驻酒店宣传大使、印制婚宴标、宣传彩页等酒宣传，收到了显著效果。

2016 年，在新年度的措施是：一是把握机遇，实现转型。变革思路，创新发展；二是进一步拓展婚宴市场，继续与各大酒店这一平台联手，开展“订婚宴 送美酒”活动。三是继续加大渠道的开拓力度。格控制产品的渠道流向，绝不参与杀价审货；四是热情服务，周到保障，探索出一条常态化的社区宣传营销的新路子；五是坚持“行动换取心动，超值体现价值”的服务理念，不断提高消费者的满意度和信任度。

贵州空港蓝天酒业有限公司总经理刘洪标表示，贵州省机场集团酒业公司经历多年历练，接受了市场的严重考验走到了今天，取得了较好的成绩，离不开茅台集团的鼎力支持和关心，让贵州省机场集团酒业公司得以迅速成长，更好地应对市场的考验与挑战。刘洪标表示，2016 年，一定不断创新市场机制，适应市场的需要，更加努力冲刺，取得更加辉煌的成绩！