

# “我们都希望茅台好！”

## 茅台 2018 股东会迎来 2000 余股东代表 审议史上最大规模分红方案

■ 本报记者 樊瑛 张建忠 综合报道

5月29日上午9点半,贵州茅台(600519)2018年年度股东大会在公司所在地仁怀市茅台镇如期举行。

“股东,是茅台永远的家人,您的信任与支持,赋予我们前行的勇气与力量”——茅台会议中心广场LED屏幕上,这句充满温情的话语,让与会股东心生暖流。

本次股东大会,提起股东审议《2018年年度报告》《2018年度利润分配预案》等8项议案。

据悉,根据此前贵州茅台董事会通过的决定,今年茅台拟向股东分红182亿元,创下了历史最高纪录。自2001年上市以来的十八年间,茅台累计分红总额已达574亿元,超过上市募资20亿元的28倍。

“不管是管理团队还是股东,我们都希望茅台好!”贵州茅台董事长李保芳现场与股东交流时这样表示。

### “一家人掏心里话”： 茅台好大家好

从大会现场情况看,今年的股东大会从参会股东人数、会议规模、投资者关心程度等几个方面都达到全新高度。据统计,本届股东大会参会人数创下了2000多人的历史新高,其中机构研究员人数也达到历年峰值。

“这些年,尽管茅台的软硬环境有了很大改善,但由于接待条件所限,我们仍然无力把会办得足够好,一些既定安排也取消了,不周到的地方,请大家谅解。”李保芳开场欢迎股东“回家”的同时做了诚恳解释。

“茅台是一个负责任的企业,不会做有违股东意愿、损害股东利益和不守规矩的事,希望通过交流打消疑虑、增进互信、凝聚共识。”李保芳说。

与往年股东大会不同的是,今年贵州茅台的年度股东大会首次出现大会主题的描述——“诚信、互信、共商、共赢”。李保芳介绍说:“我们相信,大家都希望茅台好。站在管理团队的角度,我们尤其希望和大家一起商量,增进互信、凝聚共识,共同把事情办好,推动茅台更好发展,获得更好的回报。”

“朋友们,我们是一家人,和大家交流这些,主要还是希望,能够形成一个更加清晰的共识。”交流中,李保芳坦率直陈,茅台发展稳定,我们都会从中受益;茅台出现问题,我们也都都会受到损失。

“当前,由于多种因素影响,加上信息不完全对称,大家对茅台有一些疑虑和看法,这是作为投资者十分正常的反应,我觉得不是问题。只要我们立足于‘茅台好,大家才会好’,以彼此信任、共识与合力,朝着一个方向和目标去努力,茅台一定能够实现更高质量发展,大家也一定会有更好的回报。”

### “熨平”周期性波动： 为后“万亿市值”时代谋划更好前景

后“万亿市值”时代的茅台,不仅发展需要更多理性支撑,也需要更强的跨越风险能力。

强化金融资本市场的研究、强化应对潜在危机的储备,是身处高位的茅台居安思危,提前布局的关键。

2018年年底,茅台决定成立金融研究小组。“启动这个计划,是源于公司过去对股市的关注和分析不够,有必要专门成立一个机构,加强对资本市场的研究,倡导理性价值投资,更好履行茅台作为一个公众公司的责任。”李保芳说,随着形势发展和变化,特别是茅台“万亿市值”之后,怎么样保障茅台沿着高质量发展的路子,保持稳健发展势头,成为新的课题。

“基于这些考虑,历经几个月的认真筹谋,在前期建立茅台研究院的基础上,专门成立了金融研究小组,集结了一批理论功底深厚、实践经验丰富的知名专家。我们希望,能够通过这个小组提供的支持,让茅台在市值管理、投资者关系、产融结合和风险监控等问题上,实现新的作为和业绩,更好地回馈股东。”李保芳说。



● 贵州茅台董事长李保芳与股东互动交流



● 贵州茅台董事长李保芳为股东们签名留念

“客观上,经济发展和行业运行都是有周期的,茅台也一样。从‘周期’角度考虑,尽管眼下茅台的势头和效益都很好,但仍有问题需要保持清醒,”李保芳分析道,1997年以来,白酒行业从整体低迷、回暖复苏,到企稳上行,整体是“螺旋式”上升的。但是,这个过程中,周期性、阶段性特征也很明显,大致6-8年左右为一个周期。

“2016年,茅台率先摆脱低迷、逆势上行、企稳向好,连续多年保持了较高增长,步入了新的上升发展周期,势头和效益都不错。”李保芳说,“这种情况下,居安思危、未雨绸缪,就显得尤为重要。因此,公司一直在考虑,如何把握经济规律,采取有效措施,让茅台更好地克服经济形势、行业走势带来的惯性和压力,更好地熨平周期性影响,防范潜在风险,实现稳健发展,更好地兼顾和维护国家、企业、股东、消费者、经销商利益。”

李保芳介绍,要熨平周期性波动影响,贵州茅台将从三个方向入手——

一是立身之本,坚持“视质量为生命”,持之以恒地抓好生产质量。这样即便今后出现危机,只要茅台的质量不出问题,发展就不会有大问题;

二是求进之道,加大力度、加快进度,推动“双扩建”工程确保如期完成、按时投产。2020年,茅台酒的扩建工程要全面竣工;2021年,系列酒扩建工程也要全面竣工。习酒和其他子公司的项目,到时间也会形成新的生产能力;

三是应变之策,推进贵阳机场附近双龙临空经济区的3万吨库房、茅台镇厂区2万吨库房建设,总容量约5万吨。“我们就是要在经济下行、市场波动的情况下,增强应对能力,把握发展的主动权。届时,即便市场疲软、需求不振,我们有资金实力、有库容支持,仍可满负荷运转,静待市场复苏、形势向好,不会对长远发展造成太大影响,”李保芳表示,“两年之内,茅台会完成两个成品库建设。”

### “营销体制改革所带来的, 是对股东利益更长远有效的保护”

茅台集团营销公司的成立,是各界关注的热点话题。

5月7日晚,上海证券交易所对贵州茅台

就相关问题下达监管工作函。

提到这份尚在备答的函件,李保芳解释说,“茅台的事向来关注度都很高,这件事的影响也很大,需要在实事求是的基础上,深思熟虑、审慎作答——公司正在认真准备,会尽快作出答复。”

“广大股东、媒体朋友,以及业界专家、经济学者、财经机构等,通过多种媒体渠道,以不同方式,发表了很多意见和看法,都是出于对茅台的关心。”李保芳并不回避敏感问题,“对来自公众的声音,实际上我们非常关注——每天都派专人收集这方面的信息,而且所有的信息,我们都认真看了,也一直在深入思考。”

据李保芳介绍,成立茅台集团营销公司是根据有关要求,落实专项整治任务的一项重大举措。其背景和初衷有3:

一是反腐败。过去20年,茅台酒传统营销体制为茅台发展起到了重要作用,但由于管理粗放、渠道单一,自由裁量权过大,资源分配不公开、不公正、不透明,形成了权力寻租的空间和土壤,导致了以酒谋私、靠酒吃酒、利益输送、腐败滋生现象的存在。

此前不久,经贵州省委批准,贵州省纪委监委对袁仁国严重违纪违法问题进行了纪律审查和监察调查,目前贵阳市人民检察院以涉嫌受贿罪对其作出逮捕决定。据通报,袁仁国的问题之一,是“大搞权钱、权钱交易,大肆为不法经销商违规从事茅台酒经营提供便利,严重破坏茅台酒营销环境”。

“切实扎紧制度笼子、实施营销体制改革已势在必行、刻不容缓。成立集团营销公司,就是要按照全面从严管党治党的部署要求,深入推进党风廉政建设和反腐败工作,从体制机制上摧毁滋生腐败的温床。”

二是补短板。随着经济社会发展变化,茅台既有营销体系相对传统、单一,不适应、不协调、不灵敏等矛盾和问题越发突出——市场布局不合理,存在盲区和死角;营销体系不完善,自营渠道和社会渠道没有形成有效互补;市场扁平化程度不高,调控和平衡市场的能力不足。

“成立集团营销公司,就是要充分发挥集团优势,在推行大客户团购的同时,借助知名电商、商超等成熟渠道资源,实现强强联合、优势互补,进一步丰富和拓展营销渠道,健全和完善市场营销体系,提高市场工作的有效性,



● 贵州茅台董事长李保芳投票表决

更好推动发展。”李保芳指出,从贵州茅台酒股份有限公司的发展看,集团营销公司的成立,事实上拓展和完善了终端市场调节渠道,可有力、有效地缓解因“囤货”“惜售”“捂售”等带来的价格管控失灵,有利于构建、培育持续稳定健康发展的市场环境。

三是促发展。近年来,茅台多元化业务板块初见形态,总体规模和实力不断壮大。单就酒业板块看,除白酒以外,集团还有保健酒、葡萄酒、蓝莓酒等多个品类。但子企业、子品牌发展不平衡、不充分的问题,也开始暴露并日渐凸显。

“成立集团营销公司,就是要统筹酒类产品的市场工作,逐步推动形成‘资源集约高效、1+N协同发展’的市场效应和整体格局。”

“成立集团营销公司,作为落实专项整治任务、实施茅台酒营销体制改革的重大举措,必须坚定不移、扎实有力推进。”李保芳说,此举旨在以更为公开、公正、透明的扁平化手段,防止权力过度集中,更加有效地调控和平衡市场,处理好各方关系,促进健康发展。

“集团营销公司实质上是股份公司的经销商之一,和其他经销商的‘权、责、利’完全等同。”李保芳强调,“于股东利益而言,改革所带来的,是一种更长远、更有效的保护。”

李保芳借用网友“羊总之花菜炒蟹”观点指出:“我们由衷希望,并诚挚期待,大家能对集团营销公司的事,有更为充分的认识和理解,和我们一起,站在更宽远的视野与更博大的格局,来思考问题、处理问题。”

“请投资者放心,我们不会伤害股东的利益,会维护大家的合法权益,大股东不会与小股东争利。”李保芳表态说,具体工作中,公司会充分考虑股东诉求,对大家的意见进行全面收集、系统梳理、认真研究。

“最终方案和结果,一定会是守法的,一定会是符合国家反腐要求的,一定会是保障股东合法权益的。”李保芳再次重申,“不管过去、现在,还是将来,贵州茅台都会对大家负责,为大家尽责。关于集团营销公司的运作模式,我们会和各股东方进行坦诚、充分的沟通和交流,在征得大家赞同、条件成熟的时候,尽早提交下次临时股东大会。”

### 跑赢“千亿茅台”最后冲刺

本次股东会上讨论的议题中,最耀眼的就是分红方案。

“贵州茅台去年取得了不错的业绩,有了一份漂亮的报表。这次提交会议的分红方案,应该说已经尽了最大的诚意,而且又一次创下了茅台上市以来的分红纪录新高。”交流中,李保芳用很大篇幅谈到了2019,这个茅台冲刺千亿的关键之年。

“按年度工作安排,今年股份公司营业收入将增长14%左右,集团公司也将向‘千亿’发起冲刺。”李保芳坦言,完成计划有一定压力,但茅台仍然选择了“跳起来摘桃子”。“之所以这样安排,主要是希望通过努力,能让2019年延续2018年的良好势头和效益,交上一份能让大家继续认可和满意的答卷。”

据李保芳发言透露,开年以来,茅台上下按照“能快则快、不留余地、不留退路”的思路和原则,坚持目标导向,强化计划管理,紧紧围绕“做足酒文章,扩大酒天地”,扎实推进生产经营各项工作,取得了新的成绩,实现了阶段性预期,总体发展质量和效益都在不断向好。

据统计,2018年,茅台完成茅台酒及系列酒基酒产量7.02万吨、同比增长10.08%,其中茅台酒基酒产量4.97万吨、同比增长15.98%;系列酒基酒产量2.05万吨、同比降低1.98%;实现营业收入736.39亿元,同比增长26.49%;实现营业利润513.43亿元,同比增长31.85%;实现归属于母公司所有者的净利润352.04亿元,同比增长30.00%。

根据贵州茅台4月份发布的季报,公司今年第一季度实现营收216.44亿元,较上年同期增长23.92%,归属于上市公司股东净利润为112.21亿元,较上年同期增长31.91%。良好的开局为集团公司实现“千亿茅台”的既定目标打下了坚实基础。

“请大家放心,有大家的支持和信任,我们有信心、也有能力做好工作,实现目标、达到预期。”李保芳明确表态。

### 链接：

1、贵州茅台2018股东大会宣布：  
将推进5万吨成品库建设。身处高位的茅台居安思危,已经开始提前布局,以应对之策“熨平”周期性波动。

2、茅台股东大会回应为什么茅台酒难买？

贵州茅台股东大会上,贵州茅台董事长李保芳回应为什么买不到茅台酒:茅台酒供不应求仍然是一个常态,另外自营店只在省会城市,库存太少了,一年不到500吨。茅台自营店的量今年已经增加到1600吨,随着销售形势的变化,直营店还要增加。

对于消费者关心的茅台酒价格问题,李保芳称,“茅台的价格是龙头、是天花板,不可以随随便便就提价”。李保芳强调:“茅台的价格既是一个商品,也关乎政治,所以价格要慎之又慎,目前根本没有考虑调价,近期更是没有必要,现在1499元/瓶还是比较合理的区间。”

同时他表示,茅台酒的市场和宏观经济不是正相关关系,人们高兴会喝酒、不高兴也会喝酒。

3、京东阿里不是茅台经销商,后续将加大机场高铁门店拓展。

在贵州茅台股东大会上,贵州茅台董事长李保芳称,阿里、京东等电商不是茅台酒的经销商,而是渠道之一。

李保芳说,茅台将按照季度或者半年度的周期进行考核,但是不会对这些渠道的具体价格干涉太多。如果卖的好又不违反经销渠道规定,茅台继续给他们供货,反之则不合作。

此外,茅台表示后续将加大直营店布局,进行渠道创新,加大对机场、高铁等新的销售渠道的建设和合作,目前正在跟大兴机场洽谈合作茅台直营店,除了机场渠道也将加大高铁站的布局,北京、成都、武汉、广州等高铁大站也将合作开展茅台直营店。



● 茅台会议中心广场LED屏幕上打出字幕:“股东是茅台永远的家人”



● 大会现场