

勇立开发潮头 担当引领使命

——贵州茅台酒厂集团技术开发公司科学发展纪实

□陈涛 本报记者 张建忠 樊瑛



茅台集团新品“天朝上品|天下乐”开市盛典和公益晚会上,现场捐款从1000元到30万元不等,共532100元的善款包含生产商、运营商、经销商们的爱心将流向贵州贫困地区促进经济社会发展。

春季访茅台集团技术开发公司,该公司成了火热的大工地:8000吨异地技改项目一期工程(包装车间及物料库)上半年竣工并开始搬迁,二期工程(综合大楼及食堂)年底竣工;自主研发的“柔和酱香、柔雅浓香”产品加紧3月份上市;白酒产业基地落户仁怀市白酒工业园区,工程建设拉开序幕。

“十二五”开局之年,落实茅台集团整体发展战略,3月6日至7日,茅台集团技术开发公司新品“天朝上品|天下乐”开市盛典和公益晚会,首创中国柔和酱香、柔雅浓香型白酒,首创中国白酒先体验后消费的营销模式;3月10日至11日,茅台集团技术开发公司第二届第四次职工代表大会和2010年公司表彰大会隆重召开。技术开发公司以“稳固提升、创新发展”为主题,努力培育自主知识产权品牌为重点,在集团公司整体发展战略指引下,立足白酒主业,加强技术开发,准确把握白酒行业形势新变化、新特点,创新营销方式方法,确保食品质量安全、切实提高员工待遇等一系列的工作迅速展开。勇立开发潮头,重塑历史辉煌由此拉开了序幕。

“十一五”期间,硕果累累,企业经济运行质量明显提升,核心竞争力逐渐形成,茅台技术开发公司的创业激情依然铿锵饱满

许多人眼中,茅台技术开发公司还是个名不见经传的企业,然而真正走进这里,你会发现时代发展洪流,已经把它推到改革发展的前沿。“十一五”是茅台技术开发公司发展史上具有里程碑意义的5年,5年来,在集团公司党委、董事会、经营班子的正确领导下,遵循突出一条主线,即又好又快发展为股东作贡献;强化三个意识,即科学发展意识、产品质量意识、发展市场意识;抓好“四个重点”,即加快8000吨异地技改项目、搞好品牌管理、抓好资本运作、推进薪酬改革;实现了五大目标,即实现了品牌结构的进一步优化,实现了销售收入的大幅度增长,实现了品牌管理的进一步规范,实现了自主创新能力的进一步增强,实现了人力资源平台的搭建。

技术开发公司5年来快速发展的一幕幕再次呈现在人们面前,全体员工以求真务实、奋勇争先的精神状态,抢抓机遇,开拓创新,圆满完成“十一五”制定的战略目标,公司持续、稳步、健康发展,综合竞争力进一步增强。5年来,共计实现产量较“十五”期间增长118%,年均增长18%;实现销售量较“十五”期间增长152%,年均增长24%;实现营业收入较“十五”期间增长114%,年均增长22%;实现自营利润较“十五”期间增长302%,年均增长176%,年均增长30%。

立足于自身战略定位,取得了长足发展。对集团公司的利税、资产贡献等指标逐年攀升,人均主要经济指标在集团公司子公司中居前,对地方经济作出较大贡献。产品竞争能力进一步增强。在巩固茅台醇为主体的品牌结构基础上,开发打造了“家常酒”、“京玉酒”等具

有一定影响力的自主创新品牌,产品覆盖率进一步提高。规模迅速扩张,产值利润迅速增强,这是看得见的丰硕成果。茅台集团技术开发公司还有无形的、实在的收获,为公司未来的飞跃,储备了强有力的人力资源。公司重视人才的引进,“十一五”末本科以上学历员工达到总人数的5%,比“十五”末提高4个百分点;专科以上学历员工达到20%,比“十五”末提高15个百分点;中专以上学历人数达到30%,比“十五”末提高10个百分点,大大提升了公司的管理效能。

创新发展,永远是企业和团队奋进的动力之源,管理创新、技术创新……一个接一个,创新,助推茅台集团技术开发公司不断壮大、腾飞

2010年是“十一五”规划的收尾之年,也是谋划“十二五”的关键之年。技术开发公司干部员工面对困难不低头,面对成绩不满足,面对目标不断进取、奋力拼搏,实现了生产经营保证较快发展速度,产品结构战略性调整取得明显成效,技术创新能力进一步增强,职工社会保障体系逐步完善,异地技改项目全面推进,全面完成了集团公司下达的各项方针目标和任务。

这是一组在技术开发公司史上具有震撼力的数据:

完成生产量与上年同比增长15%;实现销售量与上年同比增长21%;实现营业收入与上年同比增长16%;上缴税金与上年同比增长39%;资产保值增值率214%;人均创营业收入同比增长149%;员工人均年收入同比增长15%。

作为茅台集团技术开发公司,担当技术开发的历史使命,公司抢抓机遇,步入了科学发展的快车道。

开发新的市场领域。2010年经济环境较为复杂,全国范围内治理酒后驾车行动的深入开展和限制商品过度包装政策的正式实施,给销售工作带来很大的困难。技术开发公司坚持“做强茅台醇,做大自主知识产权系列品牌”的经营思路,大力巩固茅台醇、贵州牌、家常酒三大系列品牌的经营成果,整合其他品牌及市场网络资源,加强销售网络建设,不断发展新的市场,推动品牌全面发展,茅台醇、贵州牌、家常酒三大系列品牌延续发展势头,销售量稳步增长。

市场网络健康发展。坚持吸收有经济实力、有市场网络资源、有经营能力、讲诚信的经销商作为合作伙伴,一年来,在巩固老市场的基础上,开辟了甘肃、云南、安徽、江苏、广西等地新市场。

团购渠道逐渐扩大。家常酒在河南、湖北、山东邮政物流系统的大力推广下,销售量同比大幅度提升;柔和型茅台醇、中国京玉OA商务酒以创新的口感推向市场后,深受消费者的喜爱,在消费群体中的影响力与日俱增。

提高自主创新能力。根据集团公司的发展战略中“技术开发公司要搞好技术创新和加快培育自主知识产权品牌的定位”,2008年技术开发公司

加快了新型白酒研发步伐,在产品工艺、口感上下功夫,注重口感柔和舒适,研制出柔和型白酒,有关专家对新产品给予了高度评价。在创新销售模式上,一改品牌总经销、特约经销层层分销的传统营销模式,走集团消费渠道。

率先与贵州天宇企业合作面向OA行业推出了柔和型中国京玉OA商务酒,在不进入市场流通领域的情况下,仅靠两个单支产品第一年就实现了1000多万元的团购,贵州天宇企业将现代营销理念注入到传统白酒产业,开创白酒消费体验先河。

2009年公司与天宇企业加强合作,开始策划“天朝上品一天下乐”品牌项目。贵州天朝上品管理运营有限公司围绕“天朝上品一天下乐”品牌,加快项目筹备步伐;2010年,公司以调整产品结构、满足市场需求为第一目标,确立柔和细腻、柔雅舒适为研究方向,先后研发出柔和酱香、柔雅浓香两项新技术,制定了企业标准,有力地促进了公司产品由低附加值向高附加值的转变,由一般产品结构向精品产品结构的转变,为2011年“天朝上品一天下乐”项目实施和“柔和酱香、柔雅浓香”战略打下了坚实的基础。

按照“精、细、深、严”的生产管理要求,确保产品质量。战略转移向战略发展转变,茅台集团技术开发公司用跨越发展托起希望的明天

管理创新,也让许多业内专家大为赞叹。2010年,技术开发公司仍然以提高产品质量,降低生产成本为重点,按照“精、细、深、严”的生产管理要求,组织好全年的生产工作。为做到淡季均衡生产,企业对走势稳定的产品,做好淡储旺销,避免了“淡季吃不饱,旺季一窝蜂”的现象。同时,对生产设备进行技术改造,添置一些必要的设备,配置了一条新的生产线,一方面能确保生产正常运行,另一方面为新产品包装车间试用设备。由于在淡季做好了生产准备,下半年进入旺季后生产节奏加快,忙碌但却井然有序。

严格质量,奖罚分明。严格基酒生产、包装过程及成品入库的质量控制,实施质量管理奖,工作中做到分工明确,责任到人。此外,车间内部制定了《员工奖罚制度》,建立质量责任追究制,实行防伪标字母代号质量跟踪,产品质量追溯到个人,层层把关,系统控制,每道工序都设立质量控制点,下道工序对上道工序质检,让每道工序都100%合格。

战略转移向战略发展转变。通过两年多的探索和调研,以“涉足茅台酒上下游产业”为重心的战略转移在2010年迈出了实质性的步伐,因为其他原因,技术开发公司暂不涉足白酒上下游产业。战略方向转变为“立足主业,注重白酒技术创新,适时涉足其他产业,实施多元化发展”。

2010年,公司全体员工齐心协力、顽强拼搏、迎难而上、开拓创新,在各条战线上涌现出一批优秀集体和个人,并受到了集团公司的表彰;企业获集团公司2010年度先进集体称号;生

产技术部维修班、包装车间三班分别获集团公司“社会治安综合治理先进集体”、“安全生产先进集体”称号;21名员工分别获集团公司2010年度“优秀员工”、“先进员工”、“安全生产先进个人”、“社会治安综合治理先进个人”称号。

此外,技术开发公司还评选出20名在生产经营及管理工作中作出突出成绩的先进员工。

吹响向“十二五”进军的号角,与时俱进的激越鼓点激荡着茅台集团技术开发公司又好又快、更好更快发展,为员工、为社会、为国家再作新贡献

新的历史号角已经吹响,茅台集团技术开发公司“十二五”的规划蓝图已经绘就,茅台集团总经理助理、技术开发公司董事长、总经理胡本均说,“十二五”时期公司发展的总体要求是:以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,全面贯彻党的十七届三中、四中、五中全会精神和集团公司各项会议精神,坚持以人为本,以市场为导向,以增强公司核心竞争力和持续发展力为目标,结合公司实际,明晰发展战略,调整结构,自主创新,实现公司高效、安全、创新、和谐、绿色和可持续发展。据介绍,今后5年,技术开发公司在优化产品结构、提高经济效益、降低消耗、保护环境的基础上,进一步探索白酒配套产业领域,扩大产业范围,实现多元化投资,年均营业收入增长20%以上。到2015年,营业收入突破8亿元,力争10亿元,员工收入年均增长10%以上,品牌核心竞争力增强,各项管理工作实现质的飞跃。

茅台集团技术开发公司党支部书记、副董事长、副总经理周思一说,“十二五”时期公司发展的战略定位是:按照集团公司实施“三步走,三跨越”和“十二五”发展规划部署要求,依靠体制创新和科技创新,做强以白酒制造为核心的主业,积极谨慎稳妥地寻求其他理财方式,保持经济又好又快、更好更快发展,切实履行社会责任,为员工、为社会、为国家再作新贡献。

技术开发公司2011年任务已确定,要实现7828441100目标,实现经济效益快速增长,实现主营业务收入比2010年增长48%;实现主营业务利润比2010年增长77%。

所有成功的企业都有一个共同规律,那就是寻求创新发展。回顾技术开发公司5年的发展,正是突破了各种障碍和困难,实现了企业的创新发展。

茅台集团总经理助理、技术开发公司董事长、总经理胡本均在公司第二届第四次职工代表大会作《董事会工作报告》中满怀信心地说,“2011年,要深入实践科学发展观,在集团公司党委、董事会、经营班子的正确领导下,出色完成2011年各项工作任务,奋力开创公司科学发展新局面,以优异的成绩向建党90周年献礼。”

只要他们坚持走可持续发展道路,只争朝夕,技术开发公司一定可以创造出更加灿烂美好的明天!



茅台集团党委副书记、工会主席刘和鸣(右)的欢快一击,“天朝上品|天下乐”正式开市。



茅台集团党委委员、副总经理丁德杭在茅台集团新品“天朝上品|天下乐”开市盛典和公益晚会上作重要讲话。



茅台集团总经理助理、技术开发公司董事长、总经理胡本均在茅台集团新品“天朝上品|天下乐”开市盛典和公益晚会上讲话。



茅台集团技术开发公司党政领导班子和公司职代会秘书长在第二届第四次职工代表大会上。



茅台集团技术开发公司2010年度表彰大会获奖代表



专程赴茅台集团新品“天朝上品|天下乐”开市盛典和公益晚会的数百名全国经销商共商市场营销大计。