

【迎接建党 90 周年·中国企业发展报告】

让茅台啤酒这个优秀民族品牌更辉煌闪耀

——贵州茅台酒厂集团啤酒有限责任公司发展启示录

□文 / 杨帆 本报记者 / 张建忠 樊瑛 摄影 / 张洁

2011 年是中国共产党建党 90 周年
的大庆之年，也是执行十二五规划的开局之
年，责任和使命激励着我们，困难和压力考
验着我们！面对新的一年、新的任务，我们
唯有坚定信心、团结一致、求真务实、顽强
拼搏，把思想统一到发展上来，把行动集中
到发展上来、把力量凝聚到发展上来，向社
会、向茅台集团、向自己交上一份满意的答
卷，推动茅台啤酒更好更快地向前发展！
——贵州茅台酒厂集团啤酒有限责任
公司总经理 王巨波

放眼历史名城遵义，长征精神，四渡赤
水，厚重的历史，激荡起灵魂深处最惊心动
魄的震撼。动人心魄的诗情画意，引领记者
走进中国啤酒后起之秀——贵州茅台酒厂
集团啤酒有限责任公司。

守洪和副总会计师张毅莅临茅台啤酒展台
参观指导。

茅台啤酒公司以全新的营销战略，赢
得了世人的瞩目，取得了很好的成绩。
作为企业领军人，王巨波同志自 2008
年 5 月起任贵州茅台酒厂集团啤酒有限责
任公司总经理、党委副书记以来，紧紧围
绕市场，按照科学发展观的要求，坚持以人
为本，推动企业发展。

上任伊始，王巨波将自己深爱的这份
事业定位为在振兴民族经济的时代需要上
，以渴骥奔泉的手笔大写“全力打造茅台
啤酒这个优秀民族品牌”的大文章。

这位沐浴着改革开放阳光雨露成长起
来的企业家，秉承诚朴坚韧的品性情操，并
以自己的机械和睿智，带领公司全体干部
员工，实现了从历史传统到现代文明的思

平台。同时以重点培养年轻营销人员为目
标，大胆起用新人，给销售团队增加新血
液，带来新活力。

不断增进广大经销商对公司企业文化、
产品知识的了解，特别编制《经销商手册》，
健全了营销人员的管理制度和激励机制，
制定了系列的管理和考评制度。

通过上述工作的开展，2010 年销售量
与上年同比增加近 14%。

摆脱困境的喜悦化为直抒胸臆的扬眉
吐气，现代文明、科学发展创造奇迹的力量
由此可见一斑。

王巨波不无自豪地表示，只要坚持“发
展才是硬道理”；坚持“以人为本”；只要攻
坚克难向前，茅台啤酒必将绽放辉煌的光
辉。

记者深深地感受到，一种探寻茅台啤

酒在激烈的市场竞争中，茅台啤酒人从
未在辉煌的光环中止步不前、沾沾自喜，而
是不断延伸着为民族啤酒业鞠躬尽瘁的坚
定步伐。

王巨波带领茅台啤酒公司一班人“保
护诚信资源；培育诚实守信品德；努力建设
公司诚信体系”。员工们在“诚信”光华的洗
礼中，进行着环环相扣的工艺流程。“诚信”
与恪守“人才是根本，质量是生命，管理出
效益，诚信出市场”的企业方针对话，极大
地促进了员工的“诚信”观念，根深蒂固地
形成以“诚信”为荣的良好风气。

公司向经销商负责，经销商向消费者
负责，同时，公司也向消费者负责的“诚信”
网络，卓有成效地铺向中外市场、天南地
北，为消费者点击了“放心”、“开心”、“舒
心”的“确定”对话框。

2010 年茅台啤酒出口美国有两批订
单，2011 年新年后，第三批订单又来了，走
势很好。茅台啤酒新产品推出上市以来，受
到了消费者的肯定与赞誉。

日本名人原一平说：“我们诚心诚意地
去服务别人，关心别人，此种服务与关心最
后还是回到你的身上。”纵观茅台啤酒的振
兴、壮大、发展，无一不是体现了茅台啤
酒骄子们的“诚信”为天、质量为本等品格和
潜质。

凡是顺应改革潮流，得消费者心的企
业智者，必将获得丰厚“回报”，从茅台啤
酒的成功实践中，人们再一次热切呼唤——
“诚信是金。归来吧，诚信！”

记者与王巨波探讨质量管理和“诚信
经营”，居然如此诗意盎然。

下篇 见证品牌力量 茅台啤酒引领行业健康标杆

老子曰：“上善若水”。换言之，水乃上
善即至善之物，人要如水一样至善。而清
纯、活动之水，则堪称“上上之善”了，它
普利万物、滋养其生发而图报。“爱我茅
台，为国争光”的国酒企业精神，激励着茅
台啤酒人奋发向前，茅台啤酒是无愧的。

饮水思源，涌泉相报。茅台啤酒人勇
于创新，不断奋进，为国家争得了巨大荣
誉和五彩光环，近年来，曾在全国有 80 多
家生产企业、125 个品牌参与角逐的啤酒
新产品评选中，以总分第一名，摘取“中
国啤酒著名创新产品”、“中国啤酒优秀
创新产品”的桂冠……

高端品牌 内秀外美和谐统一

记者在采访中获悉，茅台啤酒公司坚
持“做中国一流啤酒”的战略定位，坚持
高端品牌路线，近期，茅台啤酒系列产品
升级换代，将原来所用的纸商标升级为透
明商标，全面提升茅台啤酒的档次，在市
场上呈现新的活力。

王巨波提出“健康饮酒，饮健康的酒”
理念得到了消费者和行业专家的认同。王
巨波表示，为提升茅台啤酒的高端形象，
体现“茅台啤酒引领行业健康标杆”的理
念，要全面提升企业形象，加强品牌宣传。

在利用世博会、春交会、糖酒会等不
同形式的宣传媒体，对系列产品进行形象
宣传的同时，针对不同销售区域和不同消
费群体相继开发了水晶标茅台啤酒、茅
台啤酒（真本味）两款新产品，并完善了
茅台双歧因子啤酒的外包装形象。

为打造高端市场形象，提升市场竞争
力，形成合理的产品线，茅台啤酒对产品
的结构进行了调整。开发了水晶茅台啤
酒、五星茅台啤酒、茅台双歧因子啤酒、
印象高原啤酒。特别是茅台双歧因子啤
酒的高浓低醇技术获得了国家专利，起
到了引领行业健康标杆的示范作用。

通过对产品结构的优化，产品的全新
形象和口感上的调整，在传播企业经营理
念、扩大企业知名度和塑造良好企业形象
方面均起到了积极的作用。自新产品推出
上市以来，受到了消费者的肯定与赞誉。

2010 年 2 月，公司主要领导赴南海
舰队慰问；3 月参加了成都糖酒博览会；5
月在上海举办的世界博览会，公司产品作
为世博特许产品进入会场展示；6 月 26
日在贵阳市召开了由中国食品工业协会主
办、中国食品工业协会啤酒专业委员会协
办的茅台低醇高浓（双歧因子）啤酒荣
膺“中国食品工业技术创新重大专项成果
奖”暨“国家知识产权技术专利”的新
闻发布会；9 月，参加了遵义酒类博
览会。与此同时，确立和完善了终端 VI
体系及对外形象宣传等方面的工作，通
过这些重大活动的开展和相关工作的推
进，公司品牌的形象得到了进一步的提
升。

记者在采访中得知，茅台啤酒没有辜
负上级党组织和员工的期望，在国内外
飘香，为中华神州增光添彩。茅台啤
酒人解放思想，打破常规思维的超越，
品牌推展不断创新。

更新观念 构建和谐企业



公司总经理王巨波（前排左四）、党委书记卢爱华（前排左三）、副总经理喻本刚（前排左二）、副总经理王建修（前排左五）在 2011 春交会上与工作人员合影。

事实上，从 2000 年起，茅台啤酒一
诞生，就践行奉献高品位的生活的经营理念，
不断追求创新。上世纪 90 年代末的中国，
茅台啤酒以强烈的民族自信姿态一登台，
就以 10 来年卓绝的奋斗和辉煌的业绩，谱
写了一曲茅台啤酒科学发展的新篇章。

黔北躬逢盛世，企业抚今追昔。茅台啤
酒公司总经理王巨波、党委书记卢爱华说，
2011 年，我们将迎来中国共产党建党 90
周年和茅台国营成立 60 周年两大华诞。在
这特别的日子，茅台啤酒人回顾与展望，
绘出一幅“茅台啤酒天下行，无须扬鞭自
奋蹄”的壮景。为此，茅台啤酒公司总经
理王巨波为茅台啤酒更好更快向前发展
确定的主旋律是——

上篇 践行科学发展观 力促企业发展全面提速

面对严峻的市场考验，如何保持优势，
再创辉煌？对此，茅台啤酒公司总经理王
巨波有更深沉的思考。他沐浴着科学发展
的春风，豪情满怀，意气风发，他念念不
忘“香”入 2011 年的茅台啤酒应该以怎
样崭新的面貌和百尺竿头更进一步的“诚
信”、“优质”、“品牌推展”等，去描
绘这家啤酒企业的斑斓前景和力克险阻的
卓越企业形象。

中外消费者的赞许和厚望，鞭策和激
励着茅台啤酒人，他们举杯畅饮时的拍案
叫绝，使这家荣获数不清荣誉的啤酒企业
更加清醒有序地进行着忠诚国家和人民利
益的改革接力赛……

盎然生机 崭露头角

2011 年 3 月 29 日，成都新国际会展
中心，第 84 届全国糖酒会以 1976 亿元
的成交总额完美谢幕，其中糖及糖制品成
交总额为 57.76 亿元，酒类成交总额为
12087 亿元。本届糖酒交易会各级领导
高度重视，相关厂商参展踊跃，布局规
范、管理专业，配套措施工作到位，国际
展区亮点突出，广告发布规范有序，主题
论坛引领行业发展，众多媒体热情参与，
获得巨大成功。

在成都新国际会展中心，记者看到茅
台啤酒公司总经理王巨波、副总经理王建
修、总经理助理兼销售公司经理金玉玺一
行人在茅台啤酒的展台前聚精会神地参加
会展，谋划发展。茅台啤酒的展台以独特
新颖、美观大方的风格吸引了众多客商
的眼球。

在糖酒会开幕当天，茅台集团副
总经理丁德航、总会计师杨建军、总经
理助理高

想嬗变，把茅台啤酒引上了科学发展的
快车道。

2010 年，是茅台集团实现“三步走、
三跨越”中长期目标第一步之年，更是茅
台啤酒公司创造历史纪录和全面完成年度
目标任务的一年，公司销量与上年同比增
长 13.95%；全额销售收入与上年同比增
长 19.99%。这一切的取得，除了茅台集
团领导的大力支持和关心厚爱外，更凝聚
了全体茅台啤酒人的努力和心血。

业内人士分析认为，“茅台啤酒保持
增长的重要原因之一是其始终以市场为导
向，以消费者为中心，积极推进思维创新、
科技创新和管理创新，强化内部管理，推
动品牌建设，优化市场服务。”

茅台啤酒告诉我们，酿造一瓶美酒，
需要长时间的酝酿、繁复工艺的凝聚、众
多心血的浇灌；造就一个啤酒行业的智者，
是多年厚积薄发的结果；而前瞻性的战略
规划，与时俱进的探索与创新，则是茅台
啤酒实现可持续发展和增长的重要保障。

王巨波初入啤酒行业即取得良好的成
绩，正是源于他对啤酒事业的热爱和不
懈的努力，志在啤酒界的那份坚守的雄心
和苦心。

锐意进取 创新发展

茅台啤酒公司在茅台集团的正确领导
和帮助下，认真贯彻落实科学发展观，以
创新发展为主线努力将公司做大做强。

王巨波认为，在新的时期，要切实以
“两个转变、三个坚持”，即以“产品营
销为中心向以品牌营销为中心，以生产为
中心向以市场为中心”的转变和“坚持打
造高端品牌思想不动摇，坚持打造经济效
益企业思想不动摇和坚持打造优秀员工队
伍思想不动摇”为工作指导方针，求真
务实、全力以赴。抓班子、建队伍、重管
理、强经营，一出紧扣发展主题的大戏拉
开了璀璨的帷幕。

王巨波告诉记者，茅台啤酒引入七大
管理体系，以管理提升推进创新提升，让
企业创新有持续性、规范化的土壤。紧紧
围绕“立足贵州，调整周边，面向全国，
走向世界”的整体战略部署，飞天茅台啤
酒在贵州市场已趋向于良性稳定的方向发
展，逐步形成固定的消费群体，销量也在
逐步上升。

贵州省外继续以四川、重庆、福建、
湖南、广东为重点市场，对以上市场采取
了重点扶持、重点开发的策略，全力打造
省外的样板市场和亮点市场。

对营销人员进行严格的考核和分配，
较大地调动了营销人员的工作积极性，也
淘汰了部分不符合市场要求的营销人员，
为优秀营销人员的脱颖而出提供了良好的

成功秘诀的愿望愈发强烈。

中篇 强化产品质量 以品质撬动国内外市场

仰望茅台啤酒，从中华本土到大洋之
国的澳洲，从啤酒故乡德国到贸易热港的
香港……高扬“质量兴企”的大旗，启航
品质之冠的产业旗舰。航程浩荡，风高浪
险，茅台啤酒领军人王巨波用现代企业的
质量管理之笔，书写着茅台啤酒远航的大
写诗章……

“茅台啤酒，啤酒中的茅台”

王巨波告诉记者，为了进一步贯彻落
实科学发展观，充分发挥科学发展观在公
司质量管理、质量控制中的指导作用，茅
台啤酒不断提高公司的质量管理和质量控
制水平，进一步稳定和提高产品质量、促
进公司不断向前发展。

茅台啤酒“奉献高品位的生活”的消
费理念，让人耳目一新。

严格过程控制，确保产品一次交验合
格率、批量交付合格率和优品率都达到
了 100%；改善检测手段，强化质检工
作；分析运用质量信息，抓好质量事故防
范；在新产品研发、生产过程中，对茅台
五星啤酒的工艺改进也做好了充分的准
备。

完善培训制度，提高员工素质。为不
断增强公司的竞争能力，提高员工的素质
和能力，满足公司及员工个人发展的需要。
公司先后制定和修改完善了《员工培训
办法》、《人才评估办法》、《专业技术人
员考核聘用办法》等相关制度。组织编制
了质量、食品安全管理培训教材，制订了
“十二五”人力资源发展规划，并通过培
训渠道的拓展和培训方式的转变，使公
司培训工作步入了制度化、规范化和常
规化的轨道。

公司还根据实际情况制定了《员工内
部培训管理制度》，起草并印发了员工培
训情况登记册。2010 年，实施各类培
训 788 人次，外请专家培训 78 人次，特
别加强了销售、食品安全及岗位技能等
方面的培训。

一位业内媒体资深人士认为，这家现
代化企业有一个好的领导班子，有一支高
素质特别能战斗的员工队伍，有一系列卓
越品质的好产品，茅台啤酒的明天将更加
灿烂！

拥吻世界 “诚信”为天



王巨波总经理（左一）在 2011 年全国春季糖酒会上与客商洽谈。



茅台啤酒公司总经理王巨波（左四）带领茅台啤酒人在 2011 年全国春季糖酒会上积极拓展市场、谋划发展。



带着茅台啤酒的醇香，王巨波（左一）豪情满怀：茅台啤酒的明天更加灿烂、更加美好！



在 2011 春季糖酒会上，茅台啤酒品质优秀、卓尔不群，展厅里产品琳琅满目。

赤橙黄绿青蓝紫，谁持彩练当空舞？
茅台啤酒成功拓展品牌既是王巨波和
他的员工们的整体文化素质、以及茅
台啤酒系列产品本身质量的惊天飞跃，
又是他们为 2011 年奉献的一道诚信服
务于广大消费者、构建和谐企业的美酒
大餐——

王巨波一班人充分发挥员工民主管理
作用，切实维护职工合法权益。

结合各车间、部门实际，展开了岗位
技能比武活动和班组劳动竞赛活动，对
技术能手和竞赛优胜班组进行了表彰。

开展更加贴近生产经营实际的活动，
达到提高经济效率、促进现场管理、树
立优秀营销团队、节约资源能源、降低
生产成本的目的。

形式多样的员工文体活动，在五一、
国庆，公司党委、工会、团委共同举办
了系列员工趣味活动，活跃员工文化生
活，增强了企业的凝聚力。

2010 年，茅台啤酒公司涌现出勤
勤恳恳、任劳任怨、爱岗敬业、甘于奉
献的酿造车间和销售公司 2 个先进集
体，7 个先进班组，61 名先进个人、12
名综合安全治理先进个人以及 12 名生
产安全先进个人。

阳就是茅台啤酒人奉献社会的火热情
怀，就是多年来打造高端品牌和新年中
续写宏篇的超级能源。

“琼浆直下三千尺，疑是王母宴世界”，
茅台啤酒卓越的品质，赢得了世人的青
睐！从 2008 年 9 月，茅台啤酒产品打
入号称“世界啤酒王国”的欧盟市场，
直接参与国际市场竞争，接着，出口我
国香港、澳门地区……

美国哲学家、作家乔治·桑塔亚那说
：“一个人的双脚必须留在自己的祖国，
但他的眼睛应该观察全球。”

茅台啤酒的国际化路径，更具潜移默
化的极佳效果，实际上是在做一项高瞻
远瞩的品牌战略工程，功在当代利在千
秋。

采访结束时，记者请王巨波谈谈茅
台啤酒的明天。王总语气沉稳地告诉记
者，在贵州实施工业强省战略，加快新
型工业化步伐，助推全省加速发展、加
快转型、实现跨越的目标下，未来 10
年，茅台啤酒将把自身的发展融入贵州
现代化建设的历史进程中，致力于担当
企业家创新的舞台、明星企业的孵化
器和创业者梦想成真的家园，力争用
10 年左右的时间，初步建立起一个资
产优良、品牌卓越、经营科学、管理
现代、团队精良、文化优秀国际现代
化大型啤酒企业……