



◎贵州茅台集团董事长、总工程师季克良

包容性发展:亚洲企业的新机会

□ 贵州茅台集团党委书记、总经理袁仁国

感谢博鳌论坛给贵州茅台这样的机会和荣耀,在这里与各位分享我们对“包容性发展”的感受。

过去半个多世纪里,亚洲部分地区的成功与发展证明,公平的机会以及对不同发展模式的肯定,正是这些曾经贫困的区域在今天成为全球经济活跃地带的动因。

60年前,在距离博鳌1000多公里的一个小镇上,贵州茅台还只是一个由几间破烂小屋组成的作坊式企业。如今,贵州茅台由于包容性发展,已成为了中国具有自主知识产权和独特文化魅力的民族品牌。

包容性发展就是要保持公平均衡和可持续发展,让更广泛的民众合理地享受经济成果。企业要包容性发展,就要充分发挥其核心竞争力。茅台的核心竞争力涵盖了神秘独特的自然环境、自然科学的生物工

程、悠远厚重的历史文化、绿色有机健康品质、国人挚爱的民族品牌,她是中国的名片,见证了共和国许多重大时刻,是集天地灵气、聚日月精华酿制出来的醉美天下的琼浆玉液。

正是中国过去30余年来的发展模式,以及日益深入的全球化进程,给贵州茅台带来了巨大的发展机会和空间——没有全球市场的开放,就没有中国富裕程度的加快,贵州茅台也就不可能进入到全球上市企业五百强名单。

贵州茅台的发展历程,是千千万万个中国企业成功的缩影,也是20世纪50年代以后,东亚品牌崛起的样本。

未来的世界,更多的机会将来自于对传统经济运行模式的再思考。我们成长于竞争最为激烈的时代,应该明白雄心勃勃的进取和慷慨的分享同样重要。

在我们恪守的商业道德中,对责任的



◎贵州茅台集团党委书记、总经理袁仁国在博鳌论坛开幕式上发言

担当是最为核心的重要内容。对弱势群体关怀、对受灾同胞的捐赠、对中小企业和个人能力的建设、对不同文化的尊重、对竞争者的公平理念等,是企业走向世界的通行证。

我相信,对包容性发展的认同,将是东亚经济获得内生性动力的转折,也是东亚

企业不断成长的新机会。未来全球经济复苏动力将会增强,经济全球化会进一步向均衡、普惠、共赢的方向发展,中国国内的工业化、城镇化、市场化、信息化、国际化程度也会继续提升和加速,随着包容性发展理念的深入,中国的发展必将更加和谐和稳健。

我们的价值 我们的未来

□ 贵州茅台集团董事长、总工程师季克良

在我们对2011年表达“你好”的时候,我更愿意阐述,国酒茅台坚守与成长的关键是什么?换句话说,中国传统企业应如何巩固自身的核心价值观?

一年前,我曾提到商业竞争的基本道德底线,对于一个企业的长远发展来说是多么重要。今天,我的话题仍然沿着这个方向继续生发。

这将是中国企业走向世界的永久命题。什么是企业的核心价值观?商业道德与社会担当。

今天掐指算来,我在中国白酒业已经服务了47年,目睹了这个行业太多的起伏艰辛,也目睹了很多你方唱罢我登场的案例。很多人感兴趣,贵州茅台为什么能从当年几个破旧的小窝棚成长到今天,在英国《金融时报》连年入围全球上市企业五百强?

我可以肯定地指出,国酒茅台从半个多世纪前走到今天,靠的不是短促的营销策略,也不是点石成金的魔术,而是一种持之以恒的企业信念——要做世界上品质最好的白酒。如果你去茅台参观,那些酿酒的工人们也许说不出什么大道理,但是他们对工艺和品质倾尽一生的专注,胜过任何语言的宣誓。这种东方式的质朴精神支撑我们走到现在,成为中国最有品牌价值的传统企业。

今天,国际化与全球化已经成为中国企业界中非常流行的观念。面对如此丰富多元的外部世界,中国企业能不能走得远?走得好?我们靠什么来说服世界接受我们?我们靠什么来赢得尊敬?又比如,如何在发展中把握好传统与现代这一对矛盾关系?

对于国酒茅台——这种集历史感、荣誉感、文化感于一身的企业而言,要解决这些问题都不是一件容易的事。因为历史积淀得太深,所以不敢轻易突破,但一味抱陈守旧,又意味着将在发展中固步不前。而那些善于在传统基础上吸纳现代元素的创举,却往往能诞生新的生命力,迸发出夺目的光彩。

30多年来,中国企业告别当初刻板的体制与安排,体会到了竞争的压力与魅力,又从激烈的拼杀中重新发现“道”的重要。

这是世界上绝大多数历史悠久的企业曾经走过的路子。越是有世界影响的企业,我们越能找到普适的价值观:恪守常识,坚持品质,懂得尊重与分享。

上世纪初叶,西方很多大型企业开始从激烈的竞争以及无休止的成本控制带来的冲突与对撞中开始反思:利润的追逐不能是企业惟一的动力。推动进步、关注贫寒,一起成长——百余年过去,那些成功走出传统丛林法则的公司成长为今天世界上受到广泛尊敬的国际企业。

中国是一个拥有丰富传统文化和价值观影响的国家,但同时,我们又是当代全球市场上的后来者。我可以预言,未来10年,将是中国企业界的一个重要分水岭,也将是一批伟大企业诞生的重要时段。

在这个新十年的初始之年,我不仅祝福茅台早日跃过今天的平台,成为有世界影响的中国品牌,我更祝福越来越多的中国产品能进入更大的舞台。

今天我们选择什么样的价值观,将决定未来我们能成长为什么样的企业。

坚持,必会成就。

茅台式成长 一家中国企业的世界之路

□ 叶远鸣 闻熙

在近日刚刚落幕的第十届博鳌亚洲论坛上,首次在开幕式出现了中国企业的声音——贵州茅台集团党委书记、总经理,贵州茅台酒股份有限公司董事长袁仁国就年会主题“包容性发展:共同议程与全新挑战”,从中国企业的角度畅谈了他对包容性增长的理解,赢得了阵阵掌声。

历史见证 包容成长性印迹

因为是博鳌亚洲论坛成立十周年,本届年会规格总体高于往年,来自全球各个国家和地区的2000多位人士与会,围绕年会主题,设置了23个议题。

在竞争激烈的全球化时代,如何做到包容性增长?在发展悬殊巨大的亚洲,如何在高速发展的同时,兼顾弱小,让社会更多关注到广泛群体的声音?人们显然对这个观点非常关注。因为这不正是全球企业,特别是发展中国家企业关心的话题,更是一个涉及社会是否和谐、文化是否多元、民众是否幸福的公共议题。

袁仁国的观点是:茅台,这个地道中国品牌走向世界过程,无疑是“包容性”



◎茅台集团新厂大门

很多中国企业的成长印迹。

价格曲线 体现品牌价值力

1951年国营地方茅台酒厂成立时,茅台镇还没有公路,更遑论汽车之类的现代交通工具了。即令到了1964年,季克良大学毕业,从江南赶赴这里报到时,足足花了一周时间。

大企业,茅台栉风沐雨,一路坚持。

尽管地处边远,茅台的营销链条可谓相当地国际化了,无论是纽约还是巴黎,都能看到这个中国国酒的身影。

早在新中国建国之初,出口茅台酒被当做换取国家建设所急需的外汇以及设备的重要产品。红色的酒标,在很多华人圈里流传,那时的茅台,是了解神秘中国的重要通道。

在中国无数个重要的对外交往场合,茅台是不可或缺的重要媒介。

今天的“贵州茅台”,不仅是中国市场上最为热销的高端产品,也是20世纪以来,特别是自上世纪50年代之后,代表中国文化的优秀元素之一。

而与半个世纪前不同,今天在国际市场上的贵州茅台酒,正受到主流精英阶层的更多关注。在温哥华,一瓶茅台酒的价位已经超过100加币。在其他大都会,茅台的价格同样在不断走高。

价格曲线的变化,体现的是这个产品在相关区域的地位和价值。

祈愿未来 实现茅台式增长

十年过去,博鳌亚洲论坛已然成为代表亚洲最重要的声音平台。茅台作为中国企业,在此地不断亮相,越发受到各界的关注。人们希望从这里,能探寻中国企业发展的某种规律,特别是从类似茅台这样具有中国自主知识产权的品牌中,来分析中国

经济可持续发展的秘密。无数人在为中国的未来预言,当然也包括对茅台这样的企业做趋势分析。

茅台人也在不断自问。比如对2011年,这个特别的年份,既是“十二五”开局,又与新一轮西部大开发的起步重合。对于国酒茅台来说,未来这五年将具有里程碑式的转折意义:她能否就此跨上一个新台阶,跻身国际一流企业的阵营?她的经济总量,能否提升到可以参与更大舞台上的全面竞争?茅台酒可否在全球赢得更广泛的欢迎?

“思则有备,有备无患”,茅台领军者一直在对这一系列问题思考、探讨,深刻分析今天茅台所面临的内外挑战与压力,总结世界大企业既往成长中的经验与教训,没有理由不居安思危,励精图治。

什么是茅台式的增长?季克良在他的新年寄语中这样总结:“我可以肯定地指出,国酒茅台从半个多世纪前走到今天,靠的不是短促的营销策略,也不是点石成金的魔术,而是一种持之以恒的企业信念——要做世界上品质最好的白酒。如果你去茅台参观,那些酿酒的工人们也许说不出什么大道理,但是他们对工艺和品质倾尽一生的专注,胜过任何语言的宣誓。这种东方式的质朴精神支撑我们走到现在,成为中国最有品牌价值的传统企业。”

那么,这种模式对于亚洲,对于世界又意味着什么?人们有理由继续发问,茅台模式价值何在?如何坚持?

经济学家更愿意用历史来总结当下。比如,上世纪70年代,日本企业崛起时,贡献的不仅是质量精良的产品,更为世界贡献了一种带东方式智慧的管理模式和企业哲学。

中国企业走到今天,显然也要面临这样的拷问:除了产品,还能贡献什么?

所以,我们有理由为茅台感到欣喜。因为他们所表达的,不仅是推广产品的愿望,也有对发展的思考,更有对责任的强调。这样一个纯粹的、带有厚重中国文化的产品,是否能在除了中华语境外的更广阔世界,赢得更广泛的尊重?

所有关注她的人们,可以共同思考——怎样更好地为这样好的中国品牌以鼓励,让她在全球的影响走得更远?

与诸多世界企业巨头相比,中国的企业只能算是刚刚步入青春期。在这个规则已然被制定的全球商业圈,后来的中国企业必须付出更多的努力,赢得更好的成长环境。茅台在博鳌的亮相,只是众多中国企业渴望走向世界的心情代表。

的确,世界的舞台上,需要听到更多中国企业的声音。希望不同文化背景的人们,从中国企业呈现的新形象上,能感受到善意、温暖与信赖。

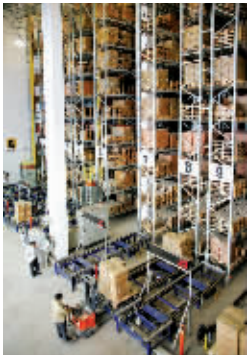


◎厂区新建的高架通道

增长的最好案例。

他用自己擅长的方式来陈述说,“60年前,在距离博鳌1000多公里的一个小镇上,贵州茅台还只是一个由几间破烂小屋组成的作坊式企业。如今,贵州茅台由于包容性发展,已成为了中国具有自主知识产权和独特文化魅力的民族品牌。”

袁仁国举这个例子,是为描述一种发展带来的巨大变迁。在中国半个多世纪来的工业化进程中,贵州茅台的道路代表了



◎信息化的仓储中心

今天,同样的路程,最快也许不过5个小时。而正在抓紧抢修的高速公路,以及尚在讨论中的机场项目,将会使这里与外界的联络更加通畅。正转型中的中国的进步和变化,给这里带来的变化是深刻的。

这种深刻变化,不仅体现于交通的改善。与百年前相比,茅台的变化可谓翻天覆地;与半个世纪前相比,茅台已然脱胎换骨;与30年前相比,茅台也是天壤之别。从中国知名的民族工业品牌,迈向具有世界影响的

