

时序进入公元 2011 年,中国经济的发展正按照科学发展的方向,在调整和转型中前行。银根紧缩、物价上涨,给许多企业带来了诸多困难。谁也没有料到,地处赤水河畔的茅台集团保健酒业公司却快速崛起,备受关注,中国酱香养身第一酒正在这里冉冉升起。

善奕者谋势,2011 年,茅台保健酒人深入贯彻落实科学发展观,以市场为导向,开拓进取,团结拼搏,迎来了茅台国营六十周年庆典! 迎来了贵州高原新一轮更加解放思想、加快发展的历史机遇,经济效益不断攀升,全年完成产品销售,同比增长 20.33%;实现销售收入,同比增长 40.25%;完成利润,同比增长 33.56%;实现税金(含所得税),同比增长 53.85%,上缴税金同比增长 23.7%。企业的超常发展博得了同行和消费者的认可,赢得了上级领导的赞许。

茅台保健酒业公司总经理张城深有感触:在这难忘的一年里,我们保健酒业公司全体员工,在集团公司党委、董事会、经营班子的领导下,以省委、省政府提出的“工业强省和城镇化带动战略”、“振兴贵州白酒”为契机,以加速发展加快转型推动跨越为主基调,意气风发,斗志昂扬,克服各种困难,全面完成和超额完成了集团公司下达的 2011 年的各项任务指标,推动了公司又好又快和更好更快地发展,为茅台集团“三步走、三跨越”宏伟目标的实现作出了新的贡献。



◎茅台不老酒问世

成绩卓著

创新发展,开局之年铸造新的辉煌

希腊哲人有句名言“给我一个支点,我将撬起地球!”创新发展,就是茅台保健酒业公司在企业快速发展中寻找的支点。

定位决定方位。当打造“中国酱香养身第一酒”的定位一旦确立,茅台保健酒业公司便向着这个目标全速前行。一年来,企业生产安全、和谐稳定,健康发展。

在企业经济效益显著提升的同时,茅台保健酒业公司党政领导非常重视公司全面持续地发展,公司全体员工心往一处想,劲往一处使,团结拼搏,企业一派兴旺,蒸蒸日上;公司领导班子不辱时代赋予的使命,各项工作稳步发展成绩斐然:

——**经济效益不断攀升**。各项经济指标大幅度提升,超额完成上级交给的各项任务指标。

——**员工收入大幅度提高**。员工年人均收入 32 万元,同比增长 23%;福利物资发放 6240 元/人年,同比增长 27%。

——**品牌建设成效显著**。核心品牌茅台不老酒、白金酒、红钻酒打造取得新的成效。自主品牌茅台不老酒产品结构基本形成,销售大幅度增长(同比增长 50%);白金酒、红钻酒市场建设稳步推进。

——**管理进一步加强**。管理制度进一步完善,管理水平不断提高。

——**企业文化建设深入推进**。开展以“相亲相爱一家人”为主题的丰富多彩的文体活动,构建团结、和谐的企业文化。

开拓市场

品牌开发,大力发展保健酒,着力打造具有自主知识产权的核心品牌

“工欲善其事,必先利其器”。对茅台保健酒业公司来说,这个“利器”,就是大力发展保健酒,继续着力打造具有自主知识产权的核心品牌茅台不老酒以及白金酒、红钻酒,奋力开拓市场。

公司重新调整了销售公司的组织架构,成立了市场部、品牌开发部、客户服务部和市场管理委员会,并建立和完善了相关的管理制度。使销售的组织机构更加合理,岗位职责更加明确,管理更加规范,效率更加提高。

产品推展,宣传先行。企业进一步加大了宣传力度,大幅度增加宣传费的投入,在报刊和杂志上连续刊登文章、图片,不断做好贵遵、遵赤高速公路户外广告和贵州电视台电视广告。同时精心组织参加规格高、规模大、影响力强的全国糖酒交易会 and 贵州酒博会等,精心布展,着力宣传推介企业和产品。

加大自主产品开发,进一步完善产品结构。在茅台不老酒“问”系列三款的基础上,又新研制开发了茅台不老酒“不问”、“融之道”、“和之道”、“珍品”、“藏品”等七款高端产品。下步还将开发中端的“诚信之道”,在更大程度上满足市场多元化的需求。

启用了新的防伪系统,提升产品的防伪能力,搞好产品防伪升级,有效防止假冒产品的侵犯。

新招聘了大专以上文化的人员 8 名加入营销队伍,通过开展军训和相关专业知识的培训,提高营销员的综合素质。加强营销队伍的建设,积极培育一支高效的营销团队。

将原省级重点市场打造为主改为区域市场打造,积极开拓市场,扩大自主产品销售,实行点对点返利,支持区域经销商做好市场。重点市场贵州、广东、湖南、江苏的自主产品销售均大幅度增长(销售收入超过 2000 万元,同比增长 50%以上)。同时积极招商引资,开辟新的市场。对广东九歌等三家公司、山东滨州、湖南长沙、福建泉州共计投入 170 多万元市场支持,共计完成自主产品销售近千万元。而在 2010 年这些市场的销售,有的还不到 30 万元,有的几乎是空白。

认识决定思路,思路决定行动。公司贯彻袁仁国董事长“发展经销商要选择有实力、有网络的大集团”的指示,将合作的标准

加速发展,加快转型,铸就中国酱香养身第一酒

茅台集团保健酒业公司发展提速,二〇一一年销售收入同比增长百分之四十点二五——

□ 特约记者 罗开琪 本报记者 张建忠 樊瑛



◎贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司总经理张城

由原来的 300 万元提高到现在的 2000 万元。合作标准提高以后,又与 5 家公司签约合作。同时把合作品牌白金酒作为公司的核心品牌之一进行打造,积极支持北京白金至尊酒业公司搞好白金酒的销售。2011 年,白金酒投入广告费 36 亿元,举办了“喝白金酒,赢茅台游”大型主题有奖活动,举行各种品鉴会近千场,销售网络不断扩大,已进入商超名酒名烟店 10 万家、中高端酒店 2000 家,建立团购客户 1000 家,签约白金礼行 400 家(目前已开业 200 多家),实现销售收入近亿元。有力提升了企业和产品的形象以及影响力。

夯实管理

精心打磨,精细管理,铸就可持续发展之路

老子说:“高以下为基。”万丈高楼平地起,只有夯实基础,才有坚实的摩天大厦。

丰田管理模式被全世界推崇,其核心就是持续改善,追求零缺陷、零浪费、零库存,把简单的事做到不简单,把基础管理做到极致。

茅台保健酒人非常认同这一管理模式,坚持夯实管理,从基础管理入手,扎实有效开展效能监察工作,针对包装材料存在的薄弱环节,把包装材料采购管理确立为 2011 年的效能监察项目,并按照茅台集团公司的要求,扎实开展工作。成立了由公司主要领导为组长、相关职能部门负责人为成员的效能监察领导小组,制定了效能监察实施方案,深入到包装材料厂家实地考察,从中筛选讲诚信、重质量、有实力的作为公司包材供应商,定点生产加工。严格按照制度执行(10 万元以上的采购必须签订保廉合同),有效预防了违规违纪现象的发生,降低了成本(节约成本 100 多万元),稳定了包材质量。效能监察工作取得了明显的成效。并以此为契机,进一步夯实基础管理。在已经建立《劳动纪律管理办法》等的基础上,进一步制定和完善其他各项管理制度,并试行了指纹机考勤制度,有效改变了长期以来劳动纪律涣散的局面,转变了工作作风,提高了工作效率,管理进一步加强。同时加强了财务管理,完善了财务的一系列管理制度,严格执行财经纪律,加强成本费用的控制,对可控制的重点费用如业务招待费、小车费,严格审核把关,按月考核。该两项费用均未出现超标,坚持召开每月一次的经济活动分析会,合理安排使用资金,为公司生产经营开展提供了有效的保障。还加强了员工的培训,如新员工岗前培训、消防安全知识培训、岗位技能培训以及选送人员外出培训等,提高了员工的知识技能。

茅台保健酒业公司眼睛向内,精耕细作,从每个生产环节做起,从每个员工做起,从每件小事做起,合理调度安排,持续提升企业的生产能力和竞争优势。围绕销售这个中心,一是坚持召开每周二的“生产例会”,加强生产与供应、销售等部门的沟通协调,合理调度安排生产。二是抓好各生产点大曲酱香基酒生产的监督管理和基酒的检验以及入库管理,在集团公司生产管理部和各制酒车间的支持配合下搞好下造沙期间茅台酒保窖糟的接糟工作。三是加强设备管理。做好设备的日常保养和维修,并及时增加和更新设备,保证了设备的正常运行。四是认真贯彻执行《食品安全法》,严把质量关。坚持班组“自检”、质检部“专检”与送国家质量技术监督部门检验相结合的办法,确保产品的合格和食品安全。五是生产管理部经常深入车间、班组检查指导,帮助基层解决生产中遇到的困难。

克服了由于库房分散,生产场地窄小,以及由于市场上半年淡下半年旺,大量的包装生产集中在下半年,任务加重、压力增大等困难,员工们以大局为重,不辞劳苦,平日加班加点,双休日也不休息,全力投入到生产工作之中。为 2011 年销售任务指标的完成提供了有效保障。

与此同时,搞好“清理规范”工作,按照清理规范实施方案,对涉及品牌产品的名称、合同、合作商、包装材料、专卖店(形象店)门头、宣传广告等进行专项清理。关闭违规网站 9 户,拆除违规门头两户,报废和销毁了一批已不符合集团公司品牌管理规定的长期占据库房的产品包装材料,取缔了几家合作商的经销权,取消了 100 多个条码,并建立和完善了品牌产品档案,积极配合公安、工商、质监等执法部门对侵权公司产品行为进行打击,维护和促进了公司的健康发展。

安全生产

有效防范,安全稳企,促进公司健康发展

2011 年年初,末等生产工作全面铺开,茅台保健酒人着力建立长效机制和应急

机制,认真落实安全责任制。坚持“谁主管,谁负责”、“谁在岗,谁负责”的原则,不断提高突发事件的应急处理能力,重视矛盾纠纷化解,妥善处置不稳定因素。

2011 年,茅台保健酒业公司的安全生产格外生动。

公司一面开展法制培训,进行安全宣传教育,开展安全隐患排查和整改治理行动;一面切实做好社会治安综合治理工作,及时有效处置发生在公司内部的各类事故、事件,扎实开展帮教和强化防毒工作;同时加强安全生产的检查监督和管理,对安全事故做到“四不放过”,有效防范和坚决遏制重特大安全事故发生;并特别着力加强了消防安全工作,普及消防知识,对消防设施进行及时检查、维修和更换。

全年公司生产安全,社会治安状况良好,无任何重大事故发生。

社会责任

唯此为重,在企业发展的同时,认真履行社会公民职责

如果说企业追求利润最大化是企业发展的终极目标,那么从企业履行社会责任的角度,企业的社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念,强调要在生产过程中对人的价值的关注,强调对消费者、对环境、对社会的贡献,则是一种理性的思考和前瞻性的实践。

在企业发展的同时,茅台保健酒业公司积极承担社会责任,认真履行社会公民职责。

继续关心和资助考入清华大学的仁怀籍贫困学生李月月,提供其在本科阶段的全



◎茅台不老酒问世

部生活费。由合作商北京白金至尊酒业公司捐资援建的仁怀市卫星希望小学,在 60 万元款项已全部到位后,公司出面与共青团仁怀市委、仁怀市教育局协调,现该项希望工程已完成勘测和招投标,2012 年可望建成。支持了仁怀教育事业的发展。

和谐共进

以人为本,加强企业文化建设,人企和谐共进

“春江水暖鸭先知”。员工群众对企业的文化建设最有感触。一年来员工普遍感到通过一系列的企业文化建设活动,企业向心力强,凝聚力高。

在“爱我茅台,为国争光”的企业精神的指引下,茅台保健酒业公司开展了以“相亲相爱一家人”为主题的丰富多彩的文艺表演和举行拔河比赛;“七一”组织党员、团员和入党积极分子到鲁班红军烈士墓敬献花篮和重温入党誓词;“八一”召开退伍军人座谈会;组织全体管理人员、营销员和生产骨干到贵阳,开展了“打造高绩效团队”的拓展训练;组织了 2010 年评选表彰的优秀员工到新马泰考察学习,开拓了员工视野;充分利用黑板报这个有力阵地以及在《茅台酒报》等刊登文章,向员工宣传党的方针政策,宣传公司年度指导思想、目标任务,鼓舞员工的士气。这一系列的活动,促进了企业的文化建设和发展。

世界首富比尔·盖茨说:“把我们顶尖的 20 个人挖走,那么我告诉你,微软会变成一家无足轻重的公司。”由此可见,现代企业的竞争,归根结底是人才的竞争,人才是企业之本。

茅台保健酒业人深谙这个道理,坚持以人为本,人企和谐共进。

2011 年,在完成集团公司下达的各项任务指标的基础上,员工人均年收入同比增长 23%,实现了公司《2011 年工作报告》中提出的员工收入目标。为员工发放了防暑药品和降温补贴,发放了大米、面粉、菜油、中秋月饼和过节用酒等,福利物资发放水平同比增长 27%。为退休员工上调了生活补贴:由原来每人每月 300 元调为 500 元,上调了 67%,帮助他们解决了实际困难。还特别为员工发放了茅台国营六十周年纪念奖 2000 元。按时足额为员工缴纳社会养老保险,并为全体员工增投了一份意外伤害险。组织看望慰问生病住院员工 12 次,为 4 名去世员工送花圈开追悼会,对其亲属亲切慰问。在年

底生产任务加重,工作繁忙的时候,公司党政工团带上慰问品到基层看望慰问一线员工。根据公司发展的需要,招录了 50 名员工子女及家属,帮助员工解决了实际困难。让员工实实在在地享受到了公司发展的成果,感受到了公司大家庭的关爱和温暖。激励了员工爱家建家的热情和信心,大大增强了企业的凝聚力和战斗力。

一支适应公司发展需要的具有较高素质的人才队伍正在建立,2011 年面向社会公开招录了相关专业大中专毕业生 20 名,充实到各管理岗位。此外,企业认真贯彻落实国家计划生育政策,按时组织妇科(妇检率达到 100%),全年无一例违反计划生育政策的情况发生。

描绘蓝图

抓住机遇,抢抓保健酒市场发展空间,铸就中国酱香养身第一酒

回顾 2011 年,企业取得了丰硕成果,茅台保健酒业公司领导班子形成这样的共识:成绩的取得是在茅台集团公司党委、董事会、经营班子的正确领导和集团公司各兄弟单位的支持配合以及公司全体员工的共同努力下奋斗,在各级党委政府特别是工商、税务、质监、公安等部门的关心帮助下取得的。

值得总结的经验:一是必须以科学发展观为统领,更加解放思想。公司多年的探索和实践证明,坚持科学发展观,更加解放思想,破除陈旧观念,企业才能不断进步和发展,才能不断做大做强;二是建设一个坚强的领导班子至关重要。一个坚强的领导班子,才能团结带领广大员工搞好企业的建设



◎茅台不老酒和之道

和发展,才能提高驾驭市场经济的能力,才能迎接各种风险挑战,经受各种考验。公司加强了班子的建设,班子成员分工不分心、补台不拆台,相互信任、相互支持、相互配合,一心一意谋发展,聚精会神搞建设;三是部门协作配合。各部门之间密切配合,团结一致,才能搞好公司的生产销售,才能完成集团公司下达的各项任务指标;四是员工的积极性进一步提高。公司在发展的同时,始终坚持以人为本,处处为员工着想,关心爱护员工,不断提高员工的收入,调动了员工的积极性。

茅台保健酒业公司的成功跨越,贯穿着科学发展观这条红线,走出了一条企业科技发展的自主创新之路。

“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。”茅台保健酒业公司总经理张城向记者坦陈:2012 年,保健酒业公司将按照省委、省政府“做强股份公司,做大集团公司”的指示,和集团公司对我公司的战略定位,在集团公司党委、董事会、经营班子的坚强领导下,抢抓保健酒市场发展空间巨大,贵州新一轮加快发展历史机遇,大力发展保健酒,实现销售收入同比增长 96.72%;实现利润同比增长 56.25%;实现税金 同比增长 87.5%;上缴税金同比增长 94.38%;员工收入随企业的发展不断提高;做好保健酒的文章,加快公司的发展。

首先,在新的起点上,搞好基酒生产基地的规划建设,破除制约公司发展的瓶颈。在集团公司的关心和帮助下,尽快完成规划设计、解决资金问题、引进优质的施工队伍建筑施工。为公司发展奠定一个坚实的基础。同时,加强企业管理,建立和完善相关的管理制度,提高企业的管理水平。

其次,要抓好品牌建设,树立形象标杆。我们要加强品牌的市场建设,着力打造核心品牌茅台不老酒、白金酒、红钻酒。把茅台不老酒打造成“中国酱香养身第一酒”,树立形象标杆。

第三,要加强企业的文化建设,弘扬“爱我茅台,为国争光”的企业精神,继续开展以“相亲相爱一家人”为主题的文化活动,构建团结和谐的企业文化。要抓好人才队伍的建设,为大力发展保健酒,加快建立一支技术过硬的专家团队。

张城表示:2012 年按照“发展壮企、和谐旺企”的发展思路,在集团公司党委、董事会和经营班子的坚强领导下,全体员工精诚团结、锐意进取,就一定能够战胜各种困难和考验,就一定能够完成既定的目标任务,推动公司又好又快和更好更快地发展,把企业做大做强!