

【聚焦】

中国加入 WTO 后,加快了迈向世界的步伐,在国际经济的大循环中,企业的核心自主知识产权是企业参与市场竞争立于不败之地的重要保证。茅台集团保健酒业公司在总经理张城的带领下,高度重视并着力打造自主知识产权品牌,大力增强科技创新能力,大力提升核心竞争力,铸造中国酱香养生第一酒,走出了一条独具特色的科技创新路子。对中国企业而言,拥有自主知识产权的品牌,是最具竞争力的品牌,茅台不老酒就是这样的一个品牌,领军推动了茅台集团保健酒业公司又好又快、更好更快地向前发展。

茅台不老酒:

续写中国酱香养生第一酒新篇章

——核心自主知识产权品牌推动茅台集团保健酒业公司又好又快发展

□ 罗开琪

本报记者 樊瑛 张建忠

神秘的茅台不老酒,从清清的赤水河畔走来,走青山涉绿水,进城市下村庄,款款走进人们的身边,来到餐桌上,为生活的时光,增添了一份神奇的愉悦,忠实地陪伴你我健康养生。时光荏苒,茅台不老酒又增添新的生机,在 2012 年新的起点上,在茅台集团保健酒业公司总经理张城的带领下,打基础、抓质量、促发展、强品牌,茅台不老酒春风化雨般续写着中国酱香养生第一酒的新篇章……

茅台不老酒:科学演绎中国酱香养生第一酒

为满足人民生活品质提升的需求,茅台不老酒朝着高端、养生价值观念方向发展

近年来随着人民生活水平不断提高,饮酒习惯从喝普通的酒到喝好的酒、健康的酒、保健的酒方向发展,把健康和养生提到了新的高度。为此,茅台集团保健酒业公司与时俱进,主动承担起更大的社会责任,将茅台不老酒全新定位为“酱香养生酒”,为满足人民不断提升的生活品质的需求,生产出安全放心、品质优良的保健养生产品。目前,国内比较著名的保健酒,大都是“大补”。而茅台不老酒则是以植物药材入酒,“轻方”调养,更益健康养生,更加符合广大消费者的健康心态,推动了保健酒从“小众酒、功能酒”向“大众酒、健康养生白酒”的转化,适应广大消费者的新需求。

为了科学打造中国酱香养生第一酒,张城表示,加快发展,做大做强,是保健酒业公司当前的中心任务。公司一定要在集团公司的正确领导下,加强公司的基础管理。抓销售,树品牌,抓管理,重质量,抓基地,扩规模,抓文化,提素质,抓人才,强队伍。建立综治、安全工作长效机制,加强“四个能力”建设,提升公司的管理水平,以管理求质量,以管理谋效益,以管理促发展。牢固树立“质量第一”的思想,进一步建立和完善标准化管理体系,坚持不懈地抓好质量,着力打造核心自主知识产权品牌——茅台不老酒。

茅台不老酒主要面对的是中、高端消费群体,顺应了中国保健酒朝着品牌化、中高端化升级转型的趋势。张城强调,公司在搞好自主产品开发的同时,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。下一步还将开发中端的“诚信之道”,在更大程度上满足市场多元化的需求。

品牌决胜未来:抢抓保健酒业历史机遇顺势而上

茅台不老酒系出名门,承载着茅台的优良品牌基因,有着与生俱来不可复制的独特属性

茅台不老酒是茅台品牌的延伸,有着与生俱来不可复制的独特属性。它以优质酱香型白酒配以名



◎张城在公司举办的“相亲相爱一家人”活动上致辞。

贵中草药材精制而成,传承了茅台文化和优良品质,并融入了中国五千年的养生文化,品质卓越。茅台保健酒的目标,就是要将茅台不老酒打造成为“中国酱香养生第一酒”,打造成为行业的领军品牌。

张城告诉记者,茅台保健酒业公司大力创新营销模式,树立形象标杆,加强品牌建设,实现可持续发展。一是以 1 亿央视广告为契机,实施“八个营销”,做好产品的宣传推广,着力打造核心品牌茅台

设,建立激励和约束机制,转变工作作风,提高办事效率,为产品销售提供优质服务 and 后勤保障。七是调整产品结构,针对经营成本高、利润较薄的状况,对产品价格进行调整。

对此,茅台保健酒业公司充满信心,发展保健酒正当时:从行业来看,保健酒市场发展快速,空间巨大。从省情来讲,贵州省委、省政府提出了“工业强省和城镇化带动战略”,要推动贵州经济社会又好

将茅台保健酒打造成中国品质最好、最高端的保健酒标杆品牌,让茅台保健酒业公司成为集团 1000 亿战略的重要组成部分;复合发展:即继续坚持“借势发展与自主发展相结合”的发展模式。着力打造核心品牌茅台不老酒以及白金酒、红钻酒。进一步加强企业的制度建设、文化建设和人才队伍建设,加快建立一支技术过硬的专家团队。

未来三年内,茅台集团保健酒业公司要在全国建立起 100 家核心经销商,1000 家二级专卖店,一万家个体直销商。同时,茅台保健酒业公司还将充分利用报刊、广播、电视、网络和户外等多种形式宣传产品,扩大品牌的影响力,夯实基础,抢占行业的制高点,按照茅台集团的发展战略,把茅台不老酒品牌真正做大做强。

经过“十二五”期间的努力奋斗,稳步推进以茅台不老酒为核心的自主品牌的市场覆盖率、渠道占有率与消费者认知度。把茅台保健酒业公司打造成保健酒行业的标杆,打造成千亿级茅台集团的支柱子公司。

核心自主品牌:领军带动茅台保健酒业公司稳健发展

解放思想,加快发展推动跨越,核心自主品牌实现企业可持续发展

在茅台集团保健酒业公司首届四次职代会上,茅台集团党委委员、副总经理、总工程师吕云怀充分肯定了保健酒业公司近几年在总经理张城领导下开拓创新取得的骄人业绩。

他传达了茅台集团的精神,保健酒业公司要加快发展,只有加快发展,才能解决目前的问题,实现发展目标。他指出,发展为什么,靠什么,成果由谁来享受,这是茅台

保健酒业公司总经理张城充满激情地作了 2012 年工作报告。他指出,为了加快贵州和茅台的发展,省委、省政府提出了“工业强省和城镇化带动战略”,出台了“振兴贵州白酒规划”的政策;2012 年 1 月,国务院下发了《国务院关于进一步促进贵州经济社会又好又快发展的若干意见》(即国发[2012]2 号文件),其中提出了“要壮大贵州的特色优势产业。要利用赤水河流域资源和技术优势,适度发展名优白酒,确保质量,维护品牌声誉,推动建设全国重要的白酒生产基地”;省委、省政府最近又作出了“做强股份公司、做大集团公司”的重要指示。贵州的发展迎来了新的历史机遇,茅台的发展迎来了新的历史机遇,保健酒业公司的发展也迎来了新的历史机遇!我们一定要在集团公司党委、董事会、经营班子的坚强领导下,公司上下要以科学发展观为统领,解放思想。认真贯彻执行国务院和省委、省政府的重要精神,抢抓历史机遇和国内保健酒市场发展空间巨大的机遇,乘势而为,加速发展,加快转型,按照集团公司的战略规划,大力发展保健酒,做好保健酒的文章,把自主产品茅台不老酒打造成行业的领军品牌。

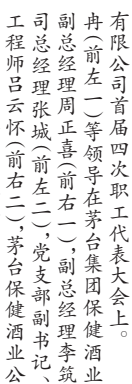
张城强调,在激烈的市场竞争中,员工培训是企业实现其战略目标的根本保证,影响着企业的生产效率、核心竞争力、客户的满意度、市场份额、利润以及对资源的吸引力等各个方面。因此,公司高度重视加强员工培训,提升员工的综合素质。只有员工素质提升了,才能从根本上保证严格执行标准化管理,切实保证产品质量和食品安全。为了有效激励员工,公司要建立以绩效考核为内容的良好的激励和约束机制。以企业发展战略为目标,以员工职业生涯发展规划为导向,建立与企业实际相符合的科学绩效管理办法,激励员工爱岗敬业,勤学苦练。强化考核,让想干事



◎吕云怀(左)与张城(右)共商企业发展大计。



◎茅台集团保健业有限公司首届四次职工代表大会。



◎茅台集团保健业有限公司首届四次职工代表大会。



◎茅台集团保健业有限公司首届四次职工代表大会。

不老酒,树立形象标杆。二是建设渠道,拓宽销路。充分利用央视广告投放,做好茅台不老酒招商工作,网点建设和市场布局,为树立形象标杆打下基础。2012 年,公司拟建立专卖店 260 家、特约经销商 68 家、团购商 500 家,进入商超 300 家。三是进行重点市场打造。加大市场和人员投入,开好产品品鉴会,建好市场终端网络,抓好促销,打造好公司重点市场和城市中的重点市场。力争销售在 2011 年的基础上成倍增长。四是营销队伍的建设。加强对营销人员的培训和管理,引进营销人才(拟招聘 50 名营销员充实到营销队伍中),逐步提升营销队伍的业务能力和综合素质,打造一支独具特色的茅台不老酒销售营销队伍。五是加强对品牌经销商的管理,主要体现在对其建立监督考核机制规范经营行为,即:加强茅台知识产权在包装物制作方面的规范运用,强化品牌运营商对下属营销团队的管理,树立诚信经营理念。规范广告宣传用语。将公司企业文化和经营理念植入到他们的经营工作中。六是加强销售公司的内部管理。完善制度建

又快和更好更快地发展,并出台了振兴贵州白酒产业的一系列政策和措施。从内部来讲,茅台集团提出了“三步走,三跨越”的宏伟目标,决心做大做强保健酒,力争成为行业排头兵。茅台保健酒业公司将抢抓这一难得的历史机遇顺势而上,充分利用好现有场地的基础上,重新规划 500 亩土地,前期启动 300 亩,修建厂房及配套设施,扩大产能。

思路决定出路:打造中国最高端的保健酒标杆品牌

“茅台不老酒中国酱香养生第一酒”的战略目标一定,市场反响强烈,受到消费者高度青睐

以酱香养生为诉求的茅台不老酒一经投放市场,很快受到消费者的青睐,市场成长快速,反响强烈,在贵州、江西、广东等地一度缺货,茅台不老酒的品牌效应开始彰显。

公司按照“一个目标,复合发展”宗旨,拓展市场。一个目标:是

保健酒业公司需要思考的问题。显然,发展是为满足人们不断提升的生活品质的需求,生产“酱香养生酒”正符合了人们对白酒消费品质的需求。因此,我们在为社会大众做贡献的同时,全体员工又愉快地分享了发展成果。只要公司上下发展思路、方向明确,集团公司再给以政策扶持,保健酒业公司坚定地走自主知识产权之路,着力打造核心自主品牌,就能靠自身发展良性循环,推动茅台集团保健酒的事业健康可持续地发展。

吕云怀指出,茅台保健酒事业的发展是有先决条件的,在依托茅台集团这个坚实的后盾基础上,只要大家一心一意发展保健酒事业,就能靠自己的品牌、自己的实力做大做强。也就是说,要依靠我们已经拥有的核心自主知识产权——茅台不老酒,首先做大茅台保健酒事业,再在强大的基础上做强。

吕云怀在致辞中说,我相信,全体茅台保健酒业公司员工在现有公司领导班子的带领下,一定会走上迅速发展的快车道,会成为茅台集团的又一支柱企业。

在热烈的职代会气氛中,茅台

的人有待遇,能干事的人有平台。为激励员工,开拓员工的视野,今年拟安排评选表彰的 2011 年度公司优秀员工到欧洲考察学习。继续开展以“相亲相爱一家人”为主题的一系列活,始终坚持以人为本,在企业发展、效益增长的同时,不断提高员工的收入水平,让发展成果惠及广大员工。

物质文明和精神文明同步发展,构建团结和谐的企业文化。公司上下要不断改进创新,追求卓越,全面完成 2012 年方针目标,实现保健酒业公司又好又快、更好更快的大发展、大跨越。

江山如锦绣,盛世好前程。加快发展的号角激励着茅台保健酒人,“爱我茅台,为国争光”的企业精神指引着茅台保健酒人。张城一班人豪情满怀,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,全体员工群策群力,同心同德,团结拼搏,锐意进取,必定能战胜各种困难,完成既定的目标任务,续写公司更好更快发展的辉煌新篇章!为党的十八大的召开献上 一份厚礼!



◎茅台不老酒和之道



◎茅台不老酒问心



◎茅台不老酒问天