

坚持科学发展 国酒茅台创造10年辉煌

■ 茅台集团公司名誉董事长、技术总顾问 季克良

过去十年，国酒茅台被誉为中国白酒的奇迹。

正是在茅台酒等名优白酒引领下，中国白酒迎来“黄金十年”，尤其是酱香型白酒成为市场追捧、资本追逐的焦点。如今，中国白酒彻底颠覆“夕阳产业”论断，在全球市场持续放量，重新缔造中国优势传统产业在国际舞台的形象与话语权。而茅台正是中国白酒产业走向国际的领军品牌，今天茅台酒广泛吸引全球消费者的已不仅仅是其中华名片彰显的文化价值，更是其不断攀升涵盖面越来越广的商业价值。

应当看到，茅台的崛起与这个时代大背景关联如此紧密，有人将之归纳为“国运兴，茅台兴”。在中国社会快速发展的十年里，国酒人在党中央、国务院和省委省政府的正确领导下，在国资委的直接领导下，认真贯彻邓小平理论，“三个代表”重要思想，努力践行科学发展观，坚持实事求是，与时俱进，求真务实的思想路线。以质量效益观指导发展，以科技创新寻求突破，取得物质文明、精神文明同步发展，不仅创造企业本身生发奇迹，同时也推动整个行业快速发展，为社会做出巨大贡献。

科学发展
国际舞台创造中国白酒价值

让贵州茅台酒成为世界蒸馏酒第一品牌，一直以来是每一代国酒人的梦想，至少在 100 余年前的巴拿马万国博览会上，酒坛绽开一霎那溅出的酒花与酒香就已经点燃这个梦想。

在中国白酒不断冲击国际市场的数十年里，以贵州茅台酒厂集团为代表的名优企业创造了发展和崛起的传奇，成为中国白酒与洋酒竞争中打造国际品牌的主要引擎。今天，我们终于可以骄傲地说，中国白酒走向世界有了梦想的支点。时至今日，茅台酒已经在包括 5 大洲在内的 100 多个国家建立了营销网店，2011 年，茅台酒出口创汇历史性地突破了 1 亿美元。

据不完全统计，茅台酒 2011 年上交税金和苏格兰威士忌所有 108 家上交的税金持平，茅台酒 2011 年的销售收入接近科涅克地区的所有白兰地酒厂，他们是 270 亿元，茅台是 242 亿元，考虑到预收账款及主营业务收入等因素。至于某一企业、某一品牌的某一单独产品，更没有能有超越茅台酒所实现的销售收入、利润、税金、上交税金和所支撑的股票市值。

在茅台酒引领下，中国白酒品牌价值在全球市场屡被改写，持续创出新高，彻底改写其发展中国家传统农副产业的落后形象，以十足发展后劲重塑中国白酒在全球产业经济中的地位与话语权。

茅台集团多次入选《财富》中文杂志最受赞赏的中国公司，连续六年入选全球上市公司《福布斯》排行榜，多次入选“CCTV 最有价值上市公司”。

多项可比数据表明，茅台酒逐渐成为世界酒业第一品牌。国际知名、独立的品牌及市场研究公司 Millward Brown Optimor（华通明略）揭晓 2012 年度“BrandZ 最具价值全球品牌 100 强”榜单，茅台酒为全球 100 家著名品牌为 69 位，中国饮料品牌是唯一一家入选品牌，品牌价值 118 亿美元。世界饮料酒另一入选品牌是美国的百威啤酒。

茅台在变，顺应时代成功蝶变，走向更加纯粹而成功的商业品牌。

茅台之变，尤其是近十年无疑让社会各界各方感受深刻。长期以来，茅台股价长期高企，在销售市场受到追捧，投资收藏界对茅台更是青睐有加，一切信号均讲述着茅台酒商业价值的巨大吸引力。

但探源茅台成功之变，却又正是立于以不变应万变——坚持科学发展观统领全局。回顾茅台一路走来的历程，尤其是取得辉煌成就的近十年，不能不说，正是茅台的坚守与不变成就了今日的高度。

处于企业经营管理的微观视角，我所理解的科学发展观正是这样一种态度，它建立在坚持解放思想、实事求是、与时俱进、求真务实的思想路线之上。

正是集团上下于此有高度共识，在茅台经历的几次大的发展转折点上，我们并没有被困难吓倒，也没有被胜利冲昏头脑，在一次次历史的十字路口找到了正确的发展方向。

上世纪 80 年代后期，全国白酒产业



●季克良近照

“发酒疯”，茅台没有被市场渴求冲昏头脑，从而降低产品质量，盲目扩大产能。这使得我们后来能够率先成功从行业性困局中突围。

上世纪 90 年代，面对全国市场持续低迷，茅台坚持理性发展，克服重重困难，最终取得后来连续 10 多年的跨越式发展。

茅台坚持科学发展观，以理性态度发展，赢得的是市场尊重，赢得的是未来。

在茅台一路向好的发展态势中，社会也给予茅台更多发展期待。近年，贵州省委省政府提出“未来十年，中国白酒看贵州”、把茅台酒打造成为“世界蒸馏酒第一品牌”，把茅台镇打造成“中国国酒之心”，把仁怀市打造成“中国国酒文化之都”的目标。

新的历史机遇摆在茅台面前，遵循贵州省委省政府“快中保好、能快则快，更好更快，增比进位，提速赶超”的总要求，紧紧抓住加快全省白酒产业和支持茅台加快发展的历史机遇，争取茅台在国际舞台大有作为，创造中国白酒更大价值，是我辈国酒人肩上天甸甸的历史重任。

以质取胜
多项指标创中国白酒之最

探源国酒茅台十多年辉煌，科学发展观是其根本指引，坚守质量则是不可或缺支点之一。

坚持以质取胜，茅台赢得市场，创造多个中国白酒行业之最。

茅台酒是举世公认的世界最好的蒸馏酒之一。

近十年率创造中国白酒之最。茅台集团近十年实现利润从 6.87 亿元增长到 2011 年的 126.7 亿元，增长 18.4 倍。

人均上交税率创造国内同行之最。茅台上交税金从 2001 年的 10.35 亿元增长到 2011 年的 94.4 亿元，增长 8.12 倍。

茅台酒股份公司 2011 年主营业务收入考虑到新增预收账款及主营业务收入等

因素，销售收入创造行业之最，2012 年可到达 290 亿元，继续领先。

集团主营业务收入(含税)创业界之最，2012 年达到 350 亿元。

……

每创造一个行业之最，就意味着茅台又前进一步，而每一个脚印都在验证着坚持“以质取胜”策略的正确性。

我们坚持茅台酒极其考究而复杂的传统工艺，确保每一瓶出厂产品都无愧于世界最好的蒸馏酒之誉，这是茅台酒的价值底线。

为了这一句承诺，茅台集团的坚守对应的是现实中一次次艰难的利益选择，也正是在这样一次次自我博弈的过程中，也使我们更趋坚定和坦然。

说一个小故事：

10 多年前，一位行业资深专家到茅台酒厂参观考察，参观取酒工艺时对我说，“老季，你们怎么不把取酒温度降低几度呢？那样可以多产酒啊！”

我们完全明白那是好意，因为降低温度就意味着多产酒，多产酒就意味着多挣钱。以当时的生产规模来计算，我们随便降低几度温度取酒，就意味着每年可以多创造出数以亿计的销售收入。对于一家正处于发展中的企业而言，这个诱惑无疑是巨大的。

但是，这位专家的一番好意还是被我们回绝了。为什么呢？道理很简单：高温取酒是茅台酒酿造工艺的一大特色，茅台酒的取酒温度是 37 度以上、40 度左右，在取酒过程中，高温能够让很多低沸点有害物质挥发掉，这就是茅台酒喝起来不上头、不刺激的一个重要原因。

我们绝不会为了蝇头小利而失了大节，丢掉茅台酒的价值底线。

翻开茅台酒集团发展历史，此类为了坚守质量而做出抉择的事例还非常多。可以看到的是，坚守质量一直是贯穿于集团发展历史的一条主线。

所幸的是，对于茅台的坚守，消费者是赞赏的，市场也是支持的。

十年间，茅台酒产量从 2002 年的

8640 吨增加到 2012 年的 33000 多吨，增长了 3.87 倍。茅台酒销量比 10 年前的 4477 吨增长了 2.78 倍，销售收入从 2002 年的 18.3 亿元增长到 2012 年的 350 亿元左右，增长了 19.4 倍。总资产从 63.2 亿元迅速增长到 2011 年底的 445 亿元，增长了 7 倍多。

今天，茅台酒库存万吨以上，是真正的液体黄金银行。

正是对于质量的坚守使茅台酒获得广大消费者厚爱，让行业看到坚守的价值所在。这也必将促使我们持续寻求与消费者共鸣，在前行道路上脚步更加有力、方向更加明确、态度更加坚定。

创新传承
生态文明涵养可持续喷薄

人们喜欢给茅台下定义，有人说茅台是国际高端白酒品牌，有人说茅台是中国白酒金金字塔塔尖，有人说茅台是国内白酒第一品牌。

无论怎么说，折射出的都是茅台酒在消费者心目中的价值分量。

这些说法背后，其实反映出一种消费心理：大众对高品质生活的向往和追求。而茅台酒正因独特的传统工艺、特殊的生态环境和卓越品质满足了这一消费潮流。

赤水河常年野性奔流，茅台镇微生物千百年生生不息，红缨子糯高粱凝结天地之灵，酿造工艺遵循天时地利……所有条件叠加才成就了国酒茅台。

所以，我所理解的茅台酒还应当有这样一种定义：它是生态文明的样本。

茅台工艺循天时而作，采地利而集，是赤水河流域先民尊重自然规律与和谐发展的产物。

赤水河流域在已故周恩来总理关怀下，一直保持了自然纯净，是为中国现存不多的自然河流，展现人与自然和谐一面。

至于茅台镇无处不在的微生物更是至今无法完全破译的神秘茅台自然密码之一。

惟有天成，始为最贵。

上世纪 90 年代之前，在近半个世纪的时间里，以恢复茅台酒传统酿造工艺，保持茅台酒品质为目标的研究曾是上升至国家层面的重大科研课题，受到周恩来、方毅等国家领导高度关注。

直到 20 多年前，长期科学研究才让我们对茅台酒的认识始由“必然王国”进入“自由王国”。

科技手段介入，既解决了我们对茅台酒本身的认识问题，也极大帮助我们释放了茅台酒产能。

在弄懂“为什么这样做”的基础上，我们严格遵循传统工艺，确保产品质量，进行充分科学论证创新生产管理方式，使得茅台酒获取连续 10 余年快速发展。

2003 年，贵州茅台酒产量实现万吨，实现毛泽东、周总理等老一辈国家领导人的夙愿。而在 1951 年，茅台酒产量仅区区数十吨。对于当时的茅台人而言，实现万吨梦想是一个遥不可及的梦想。走完这一步，我们用了 40 多年时间。

随着先进科学手段不断介入，截至今今年 10 月茅台酒产能已经达到 33000 吨。不到十年时间里，茅台酒产能成功增长了两倍。

并且，茅台酒在中国白酒市场乃至世界白酒市场都拥有毋庸置疑的影响力。1915 年荣获巴拿马万国博览会金奖以来，先后十五次荣获国际大奖。特别是通过近十年来的持续耕耘，茅台酒品质、品牌、文化的影响力在中国白酒高端行业处于顶尖地位，国酒地位更加巩固，成为了国内白酒第一品牌。无论是从股票市值、单支品牌销量、销售收入、实现利税、上交税金、人均利税等主要经济指标来看，均超越了主要竞争对手，处于白酒行业第一的位置。公司股票价格长期处于沪深两市第一高价股地位，总市值超过 2500 亿元，仅次于部分央企上市公司和垄断企业。

面对茅台酒这份珍贵的国家非物质文化遗产，如何在传承中创新，保有其生态文明价值，将是茅台集团持之以恒的不懈追求。唯有如此，才能涵养茅台酒持续喷薄的原始动力，获得可持续发展。

精神铸企
高地效应内生循环良性

云贵高原莽莽群山中，茅台集团建

在一路向下俯冲方至的赤水河茅台镇段河谷底部。

这里是海拔仅 423 米的典型河谷洼地，但与地理位置完全相反的是——“茅台现象”让这里成为受到举国关注的精神高地与财富高地。

茅台是一个积极担当社会责任的民族品牌，这已经成为社会共识。

在我们看来，精神与物质其实如同一个硬币的两面，缺一不可，且互为前提和促力。

在茅台集团近十年辉煌发展中，我们坚持以“人”为中心的和谐发展，积极回报社会各方。

为社会创造就业机会，近十年直接吸收 14255 人就业。

坚持价值共享，不断提升员工收入，打造多种员工成长通道。2002 年员工平均收入 2.45 万元，2011 年，员工平均收入达到 9.16 万元，增长了 3.74 倍。

带动农民增收，反哺农业支持“三农”发展，通过保护价收购本地高粱，2011 年仁怀当地农民仅此一项直接增收 4-5 亿元。

回报广大投资者，近 11 年时间内茅台股价涨幅为 649.52%，复权后达到 1227.49 元，累计分红 110.2 亿元，股利支付率为 37.74%，股东获得丰厚回报。

带动行业发展，2002 年仁怀地方酒业酱香酒规模 1.92 万吨，2011 年增长到 10 万吨左右，仁怀市成为贵州乃到全国酱香酒业的主要产销基地。

主导制定《茅台酒（贵州茅台酒）》GB18356-2001，它既是国家标准，也是企业标准和国际标准，对白酒行业的技术发展具有重要的指导意义。

推动国民经济发展，近三年（2009—2011 年）茅台集团累计实现销售收入（含税）526 亿元，利税 400 亿元，上交税金 192 亿元，上交国有资本收益 6.6 亿元，实现利润（含所得税）270 亿，净利润 204 亿元。

国家、社会、员工、股东、顾客、当地农民，各相关方均在茅台的跨越式发展中实现价值共享。

但应当更深刻地看到，分享茅台价值，不仅仅只是经济利益，更为深层次且强大的是硬币的另一面——精神价值。

提到“茅台人”，这是一个让我们所有员工感到骄傲的身份。

说到茅台股票，这是一个让所有投资者兴奋的词。

论及茅台现象，这是让社会具有共识的良性发展范本。

这些年，致力于茅台精神价值创建与推广，我们一直在路上。

于内，感召员工在“爱我茅台 为国争光”旗帜下，努力拼搏，积极奉献，发扬螺丝钉精神聚力推动企业向前发展。

于外，茅台集团积极担当社会责任，支持公益事业，倡导慈善义举——北京奥运、上海世博、汶川地震、西南大旱……几乎所有近年国家社会大事件中，均能看到茅台身影。

如今，在茅台这片日渐隆起的精神高地上，责任、拼搏、爱心等精神能量交织、辉映，绽放出绚丽光彩，释放出强大推动力。

我们深信：一个没有精神信念的企业，无论如何成就不了宏图大业。茅台精神铸企十年实践，我们清晰看到，精神力量是一股推动企业实现大发展的强大动力。而当企业实现大发展，获得充裕经济实力时，又必将进一步推动企业向更高精神诉求跨越。这形成一个内生的良性循环。

近年茅台集团在主要经济指标快速增长的同时，企业经济运行质量日趋向好。净资产收益率从 2002 年的 9.9% 上升到 2011 年的 32.8%，保值增值率从 2002 年的 111.63% 稳步上升到 2011 年的 132.66%，成本费用利润率从 2002 年的 60.04% 迅速上升到 2011 年的 156.39%。实现又快又好，既大又强。这即是良性循环开出的美丽花朵。

精神铸企，使茅台集团立于高处。

面对未来五年内实现“打造千亿级茅台”的战略目标，当下茅台集团正积极进行酒业拓展、产业配套以及进入金融、航空、旅游等领域，茅台已经进入全面扩张时代。

在西部大开发和贵州奋力冲出“经济洼地”、“同步实现全面小康”的过程中，我们坚信，茅台必定会实现它的时代担当。