



■ 本报记者 樊瑛 张建忠

“国酒茅台，玉液之冠”。我们走进茅台，作为大自然情有独钟恩赐的绿色食品，民族智慧和精神凝聚融合的陈酿，茅台不仅仅是令人心驰神醉的酒中极品，也是一种历史、一种文化、一种品位、一种艺术、一种寓意、一种象征，是我们与世界友好交往的媒介和使者，是中国数千年酒文化的结晶，是华夏酒魂。

2016 年年底，我们来到茅台，看到茅台集团包装车间的工人们加班加点，茅台酒厂已是车水马龙，将从这里把茅台酒送往祖国大地千家万户，腊月的茅台热闹繁忙。

近段时间频频传来喜讯，茅台再次上榜 2017 全球品牌 500 强；茅台上榜 2016 年中华老字号电商百强前三甲，位列酒类老字号电商十强榜首……

茅台是“酱香鼻祖”，其香型特点为：酒酱香突出、幽雅细腻、回味悠长、空杯留香。茅台酒独特的赤水河地理环境因素成就了中国最典范的酱香酒。茅台镇的特殊位置和气候，使茅台酒厂周围多年微生物的驯化导致车间成为最主要的微生物宝库。除了天然因素外，酿造法的革新还是茅台酒成功的关键，清代茅台已经使用多次发酵、多次取酒的工艺，后来多次改进，形成了自己独到的固定酿酒风格。茅台生产十分重视当地的环境、季节变化和生态影响，确实是中国和自然关系最紧密的名酒之一，也是神秘酱香诞生于世的密码。这为以后的“酱香浪潮”奠定了基础，提供了动力。

灿烂夺目、华贵气派的茅台会议中心迎来了一场又一场重要的会议，来参加茅台全国经销商大会的经销商穿行于办公大楼。人们感叹：大自然钟情于这方土地，茅台物华天宝，人杰地灵，青山秀水育出一个世界惊叹的奇迹，同时也是国酒企业兴旺强盛的另一种迹象。贵州茅台(600519)股票也受到广大投资者的热情追捧，股价自 2014 年 1 月见底之后，一直稳步上涨，今年 1 月 6 日创出 359.78 元的历史新高，稳居股王宝座。

2016 年茅台系列酒营销取得了“突破性进展”，实现了销量、销售收入双超 80% 的大增长，在 2016 年茅台系列酒全国经销商大会上确定了充满自信的主题：“渠道下沉，深耕市场，九个营销，酱香飞扬”。

茅台集团董事长袁仁国剖析了工程营销、事件营销、文化营销、服务营销、网络营销、感情营销、诚信营销、个性营销、智慧营销“九个营销”的深刻内涵。

一是在工程营销上下大功夫。要坚持从全局、系统的角度和战略的高度出发，努力培养酱香型白酒消费群体，引领酱香型酒消费潮流，不断实施品牌战略、文化战略和差异化战略，下大力气抓好这项战略工程和系统工程。以着力推进供给侧结构性改革为契机，不

华夏酒魂 酱香飞扬

——2016 年茅台系列酒营销取得“突破性进展”追踪报道

断弘扬工匠精神，巩固和提升产品质量和服务水平。大力拓展茅台和酱香型白酒在市场份额，增大市场占有率、影响力、辐射力。二是在事件营销上下下功夫。在事件营销工作中，要巧妙搭“快车”、“便车”、“顺风车”。始终站在“国酒”的制高点，积极参与各种重大的政治、经济、社会文化等重大事件，通过会议、活动的赞助和合作，吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，强化茅台在重大事件中的影响力，以提高企业及产品的知名度、美誉度和忠诚度，树立良好品牌形象，并最终促成产品或服务的销售。三是在文化营销上下深功夫。文化是品牌的灵魂，品牌是文化的载体。我们要利用产品文化力、国酒文化底蕴和品牌优势进行营销，实现文化与品牌营销并举的和谐效应。要把茅台文化故事化，讲好茅台故事，加大对长期适量饮用茅台酒有利健康的宣传，加大对茅台酒品质、工艺、文化、环境、诚信、社会责任方面的宣传，塑造企业和民族品牌的正面形象。四是在服务营销上下细功夫。在市场全球化的大背景下，著名品牌和国际企业均向服务型企

业转型，不断丰富、完善三四线城市营销网络布局和建设。六是在感情营销上下真功夫。要真心服务顾客，加强感情沟通，增进情谊，将感情转化为销售力，不断扩大“朋友圈”，不断增加“回头客”。七是在诚信营销上下实功夫。“恪守诚信”作为茅台核心价值观的重要内容，是国酒茅台对广大消费者的承诺，是至关重要的无形资产。茅台坚持“百年老店，百年诚信”，恪守“四大诚信”，即质量诚信、经营诚信、价格诚信、推介诚信。八是在个性营销上下硬功夫。只有不断提升自身“软实力”，才能练就满足个性化的“硬功夫”。大力将个性营销打造成全新的“体验式营销”，将定制过程发送到客户手机上，使顾客体验无缝化、透明化、可视化和个性化；瞄准全球知名人士，如民营企业、艺术家、画家、作家等，瞄准全国有大网络的企业，开发定制酒。九是在智慧营销上下精功夫。要利用互联网大数据技术，打破线上线下的界限，建立从实体店到数字店的全渠道销售的方式，打造线上销售、线下体验、线上与线下一体化的营销链，联通到消费者的“最初一公里”和“最后一公里”。创新“互联网+大数据”营销模式，用三至五年时间，建设白酒行业首个集成 B2B2C、物联网、防伪溯源、大数据分析调度、产业金融服务、收藏拍卖一体的综合品类撮合交易平台，以大数据革命引领创新发展。

茅台集团党委书记、总经理李保芳要求，要乘势再进，推动系列酒再上台阶。2017 年总体要求是稳中求进，增强工作底气；创新体制，增强适应能力；深耕市场，增强工作主动；做大单品，增强品牌贡献；强化保障，增强工作实效。他强调：稳定政策支持，确保系列酒销售能“壮起胆子、甩开膀子、迈开步子”，尽快做大总量规模，扩大品牌影响，增进品牌信任。要稳定产品品质，做有史以来最好的系列

酒，让“好喝、实惠、划得来、值得买”成为系列酒的价格标签和价值导向，推动系列酒赢得更加广泛的市场认可，更加深入人心。同时要稳定生产能力。系列酒和茅台酒最大的区别，主要在于消费群体的不同。所以系列酒不能沿用茅台酒的营销模式，需要用“新人”，出“新招”，探“新路”。

李保芳说：深耕市场要突出重点“走出去”。把市场做得更实、更深、更精，让更多系列酒走出去，不断巩固扩大区域样板市场，奋力实现品牌效应、渠道建设、总量规模新突破。要精准定位“沉下去”。健康饮酒、理性饮酒将成为一种新的生活方式，进而带来新的市场空间。我们要坚持“全覆盖、无死角”，走“农村包围城市”的道路，以中等收入人群为目标对象，进一步完善经销网络和分销网络，把网点布局到县区、渠道下沉至乡镇，点燃更多“星星之火”，让系列酒营销的触觉更深、“末梢”更广。要优化服务“推上去”。

在酱香系列酒公司“行业分析及政策解读会”上，茅台酒股份公司副总经理、酱香酒公司董事长李明灿表示，2017 年，酱香酒公司将以七大营销措施为抓手，通过“强化组织架构、员工队伍和体制机制建设；强化“九个营销”，深挖市场潜力；强化品牌规划，打造大单品；强化资源聚焦，打造样板市场；强化营销网络建设，夯实市场基础；强化市场投入费用管控，确保费用效益最大化；强化市场服务管理，维护厂商和消费者利益”，全力开启酱香酒公司营销工作新局面。

迎接时代呼唤，回报民族恩情。展望 2017，前景更加光明。茅台人将抢抓机遇，善于借力，乘势而上，以求真务实、开拓进取的精神，为国酒茅台“十三五”末实现千亿集团再创茅台事业新辉煌，为国家和社会经济做出新贡献。

茅台系列酒产品分类

飞天茅台酒
茅台纪念酒
陈年茅台酒
茅台王子酒
贵州大曲
仁酒

五星茅台酒
礼盒茅台酒
生肖茅台酒
茅台迎宾酒
王茅 华茅
汉酱

窖藏系列
习酱系列

金质系列
浓香系列

新品上市

雄鸡唱福 旭日始旦

丁酉鸡年贵州茅台酒

贵州茅台酒股份有限公司

点击购买

联系我们

牛年茅台酒

联系我们

贵州茅台酒股份有限公司

刘丽君寄语：保持热情、坚定信念，走向事业的巅峰

市场经济环境下，每个人都有大把的机会施展自己的才能，只要能力够强，就不会被埋没。在这种背景下，越来越多的年轻人投身到自己所喜爱的事业中去，希望能够取得辉煌的成绩，成为大家眼里的“成功人士”。究竟如何在事业上取得成功，是很多人都在关注的问题。作为电气设备行业里的优秀人才，刘丽君女士是同行们眼中的成功者。她不仅在断路器技术及产品的研究方面取得了显著的成绩，同时还非常善于企业管理。近期，记者对刘丽君进行了专访，请她为我们谈一谈她的成功历程，希望大家能够同行尤其是同行中的年轻人带来一些启示。

刘丽君的成功“秘诀”

专访之初，刘丽君就表示，虽然每个人成功经历都不尽相同，但是，那些行业精英们基本上都有几个显著的特征：一是对自己的事

业充满兴趣，二是有着非常明确的奋斗目标，三是具备坚定的信念。她说，自己之所以能够在断路器技术研究方面取得突出的成绩，带领北京金启帆科技有限公司走到今天，就是因为对电气设备行业充满兴趣，希望能够通过技术革新解决行业难题，为行业的发展贡献一份力量。尽管在技术研发工作中遇到了很多困难，刘丽君始终都没有想过放弃。她说，困难是在所难免的，保持坚定的信念，以积极的心态去面对，才能克服这些困难，取得理想的成绩。

刘丽君说：“成功的路上从来都没有捷径，保持最初的兴趣和热情，朝着一个目标一直努力下去，这就是我的‘秘诀’。这些年，我时刻提醒自己不忘初心，积极总结过去的经验和教训，不断提升自己的技术研发和企业管理能力，在实现个人梦想的同时，也为公司的长远发展贡献力量。在对公司员工尤其是技术团队的成员进行管理时，我会告诉他们

不要急功近利，目光要长远，脚下要踏实。正是因为每位员工都树立了正确的发展观念，公司才能形成健康向上的工作氛围，不断占据竞争优势。”

刘丽君表示，无论自己和公司取得了怎样的成绩，她都不会就此止步，而是保持最初的热情，以实现进一步成长。

坚持创新研发，争取再创佳绩

在刘丽君看来，电气设备领域的发展前景非常广阔，企业必须通过先进的技术和产品来提高电力系统的安全性和稳定性，为用电企业和部门提供更加优质的服务。她说：“对于我们这样的企业来说，当前的行业形势是非常有利的。只要能够根据现实需求研发出先进的技术和产品，就能够抓住机遇，实现自身的发展。”

刘丽君说会带领北京金启帆科技有限公

司在创新研发的道路上坚持下去，重点研究断路器技术及相关产品，解决供输电及用电过程中的实际问题，为行业的发展提供助力。她表示：“过去的经验让我对自己的梦想和事业有了更加清楚的认识，同时也对自身的能力有了更加准确的判断。我会努力弥补自己的不足，一方面提高自己的技术研发能力，努力突破行业技术瓶颈，另一方面，我会积极学习先进的企业管理理念，不断完善公司的管理机制，使公司能够适应行业形势，跟上时代的脚步。”

如今，电气设备企业之间的竞争越来越激烈，谁能持续推出先进的技术和产品，谁才能保持长期的竞争优势。刘丽君认为未来公司在发展的过程中将会遇到更多的挑战，她和团队成员已经做好了准备。从对刘丽君的采访中，让我们感受到她对北京金启帆科技有限公司以及整个电气设备行业的殷切期待，期待她为行业带来更多惊喜。（李华）

房车探亲游：怀念家乡的黑芝麻汤圆

从事房车露营行业以来，小编时常想如果家里有一辆房车，每逢过节回家探亲，我开着房车和家人一起开启一段全新的旅程，线路自由自在想去哪就去哪，没有那么多顾虑，也没有那么条条框框，饿了就让妈妈煮上汤圆做上两个拿手菜，累了就找一个景色秀美的地方停车，打开天窗，望着漫天繁星同爸爸聊聊这一年工作上的烦恼。

小编记得小时候一到元宵节，家乡的大街小巷到处张灯结彩，我家住的老巷子家家屋檐上都会挂上各式各样漂亮的花灯，我手里拿烟花棒和巷子的小伙伴们嬉戏打闹，然后喋喋不休地争论着谁买的年画更好看。玩累了回到家之后，香喷喷的汤圆也出锅了，小编小时候非常挑食，只吃黑芝麻馅的，所以那会我家每年的元宵节的汤圆都是黑芝麻馅的。

上高中时，有一年元宵节我问我妈：“陪我吃了这么多年黑芝麻馅，早吃腻了吧？要不今年咱换换吧，您爱吃啥馅的？我妈想了想说：“这么多年就吃这个味儿，早就习惯了，不换了。”今年是小编第一个设在家过的元宵节，但是只要吃到黑芝麻馅的汤圆，那熟悉的的味道，依然让我感觉像在家一样。

想必有很多人和小编一样，元宵节无法和家人团聚，但是又有很多人和小编不一样，他们已经难以找回和家人在一起的感觉。是因为年龄从青春年华到了而立之年？还是因为住所从老街小巷变成高楼大厦？其实小编觉得，最主要的原因就是由于时代的进步让很多原本面对面才能完成的事情现在即使相隔万里也可以完成，让很多原本可以增进情感，自由自在的家庭活动变成了充满条条框框的人情往来。

比如，原来必须双手递给老人，孩子的新年红包现在通过手机支付也可以了，虽然结果都是一样，但是前者会让人感受到温度和关切，而后者就会让人觉得那是一个直观的数字而已。过节期间，北方城市很多家庭都会选择到南方景区旅游避寒，通过网上预订车票、机票，白天在人山人海的景区内订房，查线路，晚上在酒店的房间内看着流水账单心疼钱……

如果有了房车，一路自由自在的旅途也许会面对一些突发问题，家人们一同想办法来克服困难，相比于过大过节一家人坐在一桌都低头玩手机抢红包会更容易增进彼此之间的感情。在这样的旅途中，不仅可以增进彼此的交流互动，同时还会给大家留下一段美好的回忆，让我们每每回家过年时都充满期待，找回丢失的年味，就像小编家的“黑芝麻馅的汤圆”一样。（小编）

经过近几年推广应用，主要新能源汽车企业已经形成比较完整的开发验证、制造、营销的体系能力，基本实现由车辆改装到整车制造的转变，产业链基本完善，中国新能源汽车资源供给能力目前已高居世界第一。

今年中国新能源汽车市场预计销量 80 万辆

中国汽车工业协会副秘书长许艳华日前在接受《经济参考报》记者采访时表示，2017 年我国新能源汽车市场将继续保持快速增长，预计市场销量在 80 万辆左右。其中，乘用车的消费进一步增强，预计占比会突破 70%。未来新能源汽车的扶持政策虽然会逐步取消，但不会出现断崖式退出的现象。

据了解，去年中国继续保持了新能源汽车世界第一的市场地位，年度销量占全球比重超过 40%。2016 年，中国新能源汽车销量超过 50 万辆，增速同比超过 50%，新能源汽车销量在汽车销量的占比达到 1.8%，保有量接近 100 万辆，领先于世界水平。许艳华表示，经过近几年推广应用，主要新能源汽车企业已经形成比较完整的开发验证、制造、营销的体系能力，基本实现由车辆改装到整车制造

的转变，产业链基本完善，中国新能源汽车资源供给能力目前位居世界第一。许艳华说，为推进发展新能源汽车，日美欧等主要国家和地区都推出相关鼓励政策，但中国的政策体系相对完善且支持力度最大，新能源汽车政策和标准法规、管理体系也已经趋于完善，包括鼓励研发和鼓励消费，覆盖整车、关键总成，并从体制上确保新能源汽车推广应用，在促进消费和使用方面，地方政府扮演了重要角色。

许艳华认为，新能源汽车市场化要有两大必要条件，一是在政策大幅度或完全退出的条件下，新能源汽车在性价比上和传统车比有竞争优势，二是充电基础设施发展基本满足充电需求。她强调，中国已经在新能源汽车方面形成比较优势，要巩固和扩大这一优势必须要政策力、制度力和市场力达到“三力合一”，由政策驱动为主转向市场驱动为主。

“2017 年，长里程纯电动汽车消费需求会进一步提高，充电设施将继续保持快速增长势头，并且随着规模提高，生产成本也会进一步下降。”许艳华认为，新能源汽车的政策虽然会逐步取消，但不会出现断崖式退出的现象，政府针对新能源汽车的补贴政策将逐渐从供给侧向需求侧倾斜。目前，无论是整车，还是充电基础设施，到 2020 年的政策走向基本明确，2020 年至 2025 年的政策制定有必要及时提上日程。（经参）

人勤春早开工忙 火热生产发货俏

稻花香酒业公司总经理蔡开云率队检查节后各企业开工情况

2 月 2 日，新春上班第一天，稻花香集团常务副董事长、总经理，稻花香酒业公司总经理蔡开云率队，先后来到稻花香酒业、关公坊酒业、三麦酒业、天台、协丰、佳艺、奥美等公司，检查节后各企业开工情况。在部分成员企业总经理的陪同下，蔡开云一行深入各企业的生产车间和仓库，向员工送上新春的问候，同时详细了解企业产能恢复情况。看到各成员企业生产线开足马力生产，工人们精神抖擞，发货井然有序，蔡开云对各企业产能恢复情况给予充分肯定。他要求全体稻花香人永葆对工作的热情，用扎实的业绩顺利实现新春开门红。

走进稻花香酒业生产车间，蔡开云仔细询问起开工相关情况，“原材料供给充足没？产能恢复得如何？发货安排顺利不？”

在听取了相关负责人的汇报后，蔡开云对稻花香酒业节后生产情况给予充分肯定。他要求稻花香酒业公司精心安排、周密部署，尽快组织员工以饱满的精神状态投入到新一年工作中，力争实现 2017 年新春开门红。

据统计，开工首日，稻花香、关公坊、三麦三家酒业公司共生产成品酒近 6.1 万件，发货近 13 万件，产能均恢复节前水平，各大包装企业也加足马力，全力保障供应。

集团副董事长、副总经理阎大香，集团常务副总经理曾洋，集团行政总监陈菊安等陪同检查。

（文/吕元翔 图/袁林）

右图：蔡开云一行查看稻花香酒业公司发货平台

