

袁仁国：以品牌之梦圆民族之梦

阐释茅台“中国梦”

博鳌亚洲论坛 2013 年年会于 4 月 7 日上午在海南省博鳌开幕。茅台集团董事长袁仁国在会上发表讲话,对茅台的“中国梦”进行了阐释。

袁仁国说,茅台的“中国梦”,首先是要成为一家有国际影响力的中国品牌,其次,是要竭尽全力,推动我们的社会变得越来越美好。我们相信,良性健康的社会环境,将会使企业成长更具活力。茅台愿意为实现这样的良性互动作出最大的贡献。

袁仁国所说的茅台“中国梦”,正是对这些年茅台成绩的总结和对茅台未来的展望。

自 1915 年巴拿马万国博览会荣获金奖以来,国酒茅台卓尔不群的品质为她赢得了数不清的荣耀。这近百年的时间里,茅台多次获得国际金奖,连续五次蝉联中国国家名称号,两次荣膺“全国质量管理奖”,更于 2012 年 4 月被世界华人文化名人协会授予“世界蒸馏酒第一品牌”称号。

在巨大的荣誉面前,茅台并未放缓前进的步伐,而是戒骄戒躁,坚持质量优先、质量立企,把质量作为茅台酒的生命,严格工艺管理和质量监控,保持市场美誉度,维护国酒茅台这个民族品牌,保护广大消费者的利益,不断超越,自我创新,并坚持“一品为主,系列开发,确保做好酒内文章;做精主业,上下延伸,理性拓展酒外天地”的战略,做优茅台酒,做大系列酒,做足上下游产业,做强股份公司,做大集团公司,全面超越竞争对手,不断巩固和提高茅台“世界蒸馏酒第一品牌”的地位。

茅台在产能提高、产业结构调整、质量管理提升、资源优化配置以及品牌战略实施等诸多方面作出了长足的努力,深度践行工程营销、文化营销、事件营销、服务营销、网络营销、感情营销、诚信经营、个性营销“八个营销”体系,大力实施“发展社企、改革促企、管理固企、质量立企、环境护企、科技兴企、人才强企、文化扬企、安全稳企、和谐旺企”战略,使茅台的品牌影响力、文化影响力、效益影响力、人才影响力、营销影响力在国内一流,世界领先。

对于茅台的未来,袁仁国曾表示,将在中共中央、国务院和贵州省委、省政府的正确领导下,顺应时代要求,背负各级党委、政府和人民的期望,集天时、地利人和之优势,奋发有为,锐意开拓,克难攻坚,加快把茅台集团打造成千亿级企业,向世界五百强目标冲刺!以长盛不衰的品牌之梦、圆民族之梦、为推动世界白酒产业和世界白酒文化的发展壮大及传播作出新的应有的更大的贡献。

解读“绿色茅台”

绿色需求是现代入长期违反自然规律受到惩罚后对规律的回归,而茅台酒自始至终体现的正是绿色规律。绿色茅台战略的出台,使茅台人的绿色追求更理性,更科学。

袁仁国表示,要解读绿色茅台,必须先弄清两个概念:绿色食品和有机食品。绿色食品包含天然、健康、可口三层意思,有机食品是指来自于有机农业生产体系,根据国际有机农业生产要求和相应标准生产加工的,并通过独立有机食品认证机构认证的农副产品。

据了解,1999 年,茅台酒获得国家绿色食品证书,2001 年获得有机食品证书,在国内白酒行业中先行一步。尤其值得一提的是,2001 年,茅台酒被列为原产地域保护产品,它的意义在国际贸易中表现得特别突出。因为这三个招牌,茅台酒的绿色战略具备了实际的意义。

茅台酒的品质体现在主客两个方面——客观的水源、小环境优势和主观的工艺优势。其实,这两个优势也体现了绿色优势:纯净的环境和开放的发酵。茅台的绿色行动不仅如此,茅台酒也是唯一不加任何添加、调味、净化物质的纯天然发酵产品;在茅台酒原材料高粱、小麦的生产过程中,也同样绝对禁止使用农药、化肥、激素等人工合成物质;这又是茅台一绿。专家已经进一步证实,茅台酒中所富含的对人体有益的微量物质至少在 170 种以上。

茅台的品质本为绿色,茅台的绿色战略是其绿色品质的发展,这体现了茅台人精益求精的精神。”袁仁国如是说。

将白酒打造成“世界饮料”

在“中国白酒与社会经济发展论坛——中国白酒非物质文化遗产及中华老字号企业会议”上,袁仁国发表了题为《凝聚共识爱护民族品牌——面向世界打造一流酒类企业》的主题演讲。

袁仁国提出,白酒行业要着力提高文化自觉,全力将中国白酒打造成为“世界饮料”。白酒产业是中国的传统产业。中国白酒也是世界上独一无二的酿造技术,在世界烈性酒类产品中独树一帜,是世界上六大蒸馏酒之一。它的发展,成熟、变化,与中国博大精深的文化与传统息息相关。新中国成立以来,为了鼓励和促进白酒工业的发展,国家组织了多届全国白酒评酒会议,累计评选出茅台酒等全国名酒 30 多种,极大地满足了广大人民群众的物质文化生活的需求。茅台酒等名白酒不仅深受国人喜爱,而且蜚声海外,远销世界各地,为弘扬中华民族酒业作出了重要贡献。

袁仁国指出,白酒产业的发展,需要寻找更坚强的文化内核。他说,白酒,尤其是名白酒,作为华夏儿女创造的一种物质文化,是整个民族传统文化的重要组成部分。无酒不成礼,无酒不见情,无酒不



茅台酒厂区风光

成欢,无酒不解忧,无酒不开怀。这种独特的社会文化现象,成为了中华民族传统文化中一道亮丽的风景线。个性突出的文化色彩,让中国白酒走向世界有了鲜明的身份符号。国酒茅台在全球范围内日益扩大的影响力,正说明了这一点。

“国酒茅台是中华民族在漫长历史长河中积淀下来的智慧结晶,是源远流长的中华文化的一种液态符号。”袁仁国说,作为中国白酒业的最负盛名的民族品牌,国酒茅台既是中华优秀传统文化的忠实传承者和弘扬者,又是中国酒文化的积极倡导者和发展者,率先提出了“文化酒”理论,大力实施“文化扬企”战略,以中国文化为根,以中国精神为魂,以国酒文化为脉,深入挖掘茅台文化,大力加强国酒文化建设。

在袁仁国看来,白酒行业要着力提高文化自觉,增强文化自信,实现文化自强,建设具有强大生命力的中华民族酒文化——凝聚文化张力,铸造大国酒魂。中国白酒业大力继承和弘扬中华民族优秀传统文化,吸收和借鉴世界各国文明成果,充分



袁仁国在博鳌亚洲论坛上发言



张扬东方文化魅力,全力将中国白酒打造成为“世界饮料”。

“中国白酒工业应该有这样的自信,从追寻坚强的文化内核入手,让中国悠久的白酒文化在世界范围内,赢得更多的认同和欣赏。因为,文化是民族的血脉,是人类的精神家园;文化是竞争优势的重要因素,是综合实力的有力支撑。”袁仁国坚信,中国作为世界酒文化古国之一,白酒文化历史悠久、博大精深、资源丰富、特色鲜明,也必将屹立于世界酒文化之林,傲视群雄,独领风骚。

创新是茅台发展的必然选择

21 世纪是一个科学技术迅猛发展的时代,自主创新作为有效利用全球资源的核心要素和主要发展动力,将会对企业传统的组织与管理模式提出新的挑战。

对此,袁仁国认为,创新是市场法则。面对外资巨头的“并购战略”,中国传统白酒大企业及优秀

民族品牌生存与发展的命运,从某种角度看,完全取决于企业创新发展能力的强弱。要么,屈服于外国资本频频发起的并购压力;要么,走中国特色自主创新的科学发展之路。当今世界,无论是发达国家还是发展中国家,都已纷纷把创新列为国民经济发展和进步的基本国策。创新已经超越意识形态和社会制度的差异,成为人类的共识,并被视为知识经济、知识社会的核心。茅台要在巩固已获得的发展成果的基础上创新未来,理性选择,只能是继续以不断更新观念的“突破性思维”,去主动迎合高速变革、高度不确定的市场;将企业源自于危机意识、忧患意识的创新冲动,更深入地引导到主动的、有序的、系统的变革和创新上来,纳入科学发展的轨道,从而大幅度地提升企业参与经济全球化角逐的核心竞争力。国酒茅台,是当今中国为数不多的拥有自主知识产权的优秀民族品牌,是中华民族工业品牌的瑰宝,茅台集团是中国传统白酒产业的一面旗帜。保护这个瑰宝,高扬这面旗帜,是茅台人责无旁贷的历史责任。

在对待自主创新的问题上,袁仁国认为,一个企业,如果没有历史的纵深积累作为根基,就难以在发展进程中获得“厚积薄发”的经济增长;而如果企业囿于传统的发展观念,将发展的“兴奋点”放在

保护茅台酒酿造的稀缺资源环境。

国酒茅台所处的特殊地理环境,及由环境形成的水、空气、土壤、气候、酿酒微生物群等自然酿造资源,是茅台酒的生命源泉,也是国酒茅台可持续发展的资源环境支撑。

袁仁国表示,贵州省历来十分重视对茅台酒生产环境的保护,明确提出了“实施茅台酒生产基地生态建设和环境保护工程”。但由于受强烈的“增长欲望”驱使,在茅台镇范围内,仍然存在着白酒产业无序扩张造成的环境资源“透支”的严重问题。

本着企业的发展不能以牺牲环境资源为代价的指导方针,国酒茅台长期以来一直对茅台酒酿造的稀缺性自然资源倍加珍惜和爱护,并为之保持良好的状态在环境创新中付出了艰辛的努力,投入了多达近两亿元的资金。

经过长期、持续的治理,生产过程中的烟尘排放量和二氧化硫排放量,远远低于国家规定的排放标准;生产排放的水质,完全达到国家二类污染物的一级排放标准,临厂边的赤水河堤终端 500 米处的断面水质完全达标;整个厂区繁花似锦,绿化覆盖率高达 37%,做到了保护青山绿水中要“金山银山”,“金山银山”又促进绿水青山建设。

以袁仁国带领的茅台人,对国酒茅台环境的保护不断努力,为茅台集团又好又快、更好更快的发展提供了强有力的支撑。

变革推动茅台高速发展

知名观察人士曾表示:“贵州茅台的发展历程折射出亚洲企业转型、壮大与成长的历程。”可以说,茅台集团在过去十余年的高速发展,为其“世界蒸馏酒第一品牌”的地位打下了坚实的基础。

从上世纪 50 年代初初期的工业化改造,到上世纪 90 年代晚期的市场化体系改革,再到 21 世纪初的股份制度改革,以及今天面向世界一流企业、打造中国民族精品的努力,变革一直伴随着贵州茅台 60 余年来的成长过程,正是这些适应时代的变革造就了茅台十余年的高速发展。

袁仁国多次指出,在现今经济飞速发展的大环境下,企业应在前进的过程中不断变革,顺应时代。

袁仁国认为,有远见的企业家,应该把对历史的传承和对后世的责任看得很重。今天的发展,是为将来储备长久的动力,而不是不知节制的消耗资源。

回首来看,亚洲企业在过去数十年全球化进程中,走出了一条与以往不同的发展道路,不仅推动了全球经济步入前所未有的开放格局,还为世界贡献了既有亚洲古老文化特征,又有现代市场活力的治理机构。

在外向型发展模式推动下崛起的亚洲企业,如今站在了历史的转折点上。亚洲企业未来的动力何在?又将在下一个转型周期扮演什么样的角色?

在竞争激烈的全球化时代,茅台这个距离全球经济最发达地带十分遥远的传统企业,始终坚持可持续发展,坚持健康成长,坚持打造世界蒸馏酒第一品牌。长期在传承中坚守,在坚守中创新,寻求多方共赢,使民族品牌健康成长为世界知名品牌。

茅台故事只是亚洲经济,特别是中国经济进步的一个小缩影。作为传统实业的一员,茅台把推动企业的变革和进步视作茅台对亚洲乃至世界经济发展的最具体的贡献。变革时代的世界,需要有变革精神的企业。未来,在世界经济的舞台上,会有以茅台为代表的亚洲企业绽放光彩。

袁仁国曾表示:“党的十八提出,实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴是建设中国特色社会主义的总任务。大力提升民族品牌在国际市场的影响力和占有率是民族复兴的应有之义,是历史赋予茅台人责无旁贷的崇高使命。”国酒茅台从“中国第一”到“世界第一”,意味着产量、质量、管理、科技、营销、多元化格局等方面都要有更适合的变革、大幅度的提升,要有质的飞跃。

茅台将品牌发展战略目标建立在全球坐标视野下,党的十八大精神让酒人信心倍增。茅台集团正在按贵州省委、省政府“稳中求进、提速转型”的总基调、总目标,深入推进“发展社企、改革促企、管理固企、质量立企、环境护企、科技兴企、人才强企、文化扬企、安全稳企、和谐旺企”战略,努力做强股份公司,迅速做大集团公司。(徽英)

茅台集团荣获“中华慈善奖”



近日,贵州茅台集团荣获国家民政部颁发的第八届“中华慈善奖”的“最具爱心捐赠企业奖”。

“中华慈善奖”是我国慈善领域最高规格政府奖,每年举办一次,旨在表彰在我国扶老救孤、助残助学、救灾扶贫及支持文化艺术、环境保护等公益慈善事业中作出突出成绩的个人、企业和优秀慈善项目,大力弘扬慈善精神,激发全民向善的热情。本届“中华慈善奖”于 4 月 19 日揭晓,共有 99 个在 2012 年为我国慈善事业作出较大贡献的个人、企业及项目获奖。

“十一五”期间,茅台集团在汶川地震等捐助活动中累计向社会捐助 4 亿多元,仅 2012 年茅台集团就通过“国酒茅台·国之栋梁”助学活动等累计向社会捐赠 1.3475 亿元。2013 年 4

月又向雅安地震灾区捐款 2000 万元,成为贵州乃至全国最有爱心的企业之一,为弘扬公益精神、共创和谐社会,作出了一个责任企业最真诚的努力和崇德向善的坚持。

茅台集团与贵州大学合作 打造白酒产业人才基地

近年来,政府与白酒企业开始共同打造白酒文化基地,这样可以提升白酒在国际商场的知名度以及竞争力。今年,茅台集团与贵州大学合作,共同创办以培养白酒酿造、高端营销等人才为主的茅台学院、白酒学院,打造贵州白酒产业人才基地。

据贵州大学党委书记姚小泉介绍,自去年 9 月贵州大学多位校领导先后率队赴茅台集团,就深化校企合作等事宜进行座谈。双方一致认为,茅台集团要实现发展提速,必须依靠强大人才储备。而贵州大学作为贵州省实力最强的高校,加强与企业多层次全方位的合作,有利于双方实现共赢。

按照双方设想,白酒人才基地分两个层次,一是在茅台集团设立“茅台学院”,主要以培训技能人才、提升一线职工素质为主,二是在贵州大学成立“白酒学院”,主要以培养酿酒、发酵及白酒产业高端营销策划类人才为主。“茅台学院”和“白酒学院”不仅可以培养人才,还可以将中国的白酒文化,进行系统性的探讨与学习。

茅台集团将以 500 万欧元收购法国酒庄



中国茅台集团将要收购波尔多著名中级酒庄——罗蒂尼古堡 (Chateau Loudenne)。该酒庄位于梅多克产区,始建于 17 世纪,是最古老的中级酒庄之一。

据悉,茅台葡萄酒业务负责人钟怀利,已于去年 12 月开始与该酒庄有关人员进行并购谈判,“预计最近几天内有可能成交。”届时,酒庄现在的业主 Lafraette 家族将发表公开声明。罗蒂尼堡占地 132 公顷,呈不规则形状。酒庄开发了葡萄酒旅游业务,主要提供早餐和住宿等服务。该庄的葡萄园包括 48 公顷的赤霞珠、品丽珠和梅乐,以及 12 公顷的长相思和赛美蓉。

在 4 月 12 日签署的私人协议中,茅台集团已经专门为此次收购成立了一家控股公司,

投资 500 万欧元。2000 年, Jean-Paul Lafraette 收购罗蒂尼堡的价格约为 960 万美元。

据法国报纸 Sudouest 统计,包括罗蒂尼古堡在内,中国投资者收购的波尔多酒庄已达到了 50 家。2012 年,茅台集团曾收购了波尔多弗伦萨克产区 (Fronsac) 的佳依庄园 (Chateau Dailau)。

茅台集团财务公司成立 袁仁国任董事长

不久前,贵州茅台集团财务有限公司正式成立,这是自中国银监会成立以来,贵州省获批的第一家法人财务公司,也是中国白酒行业的第一家财务公司。茅台集团公司董事长、党委副书记,茅台酒股份公司董事长袁仁国任财务公司董事长。

人民银行贵阳中心支行、贵州省银监局、金融办等部门负责人,茅台集团公司领导袁仁国、陈敏、刘自力、房国兴、谭定华、杜光义、高守洪、张德序、杨建军、罗双全,茅台酒股份公司领导何英姿、袁明权及公司总经理助理和相关部门负责人出席授牌仪式。

茅台集团公司党委书记陈敏主持仪式。授牌仪式上,贵州省银监局法人机构非现场监管处处长王军宣读了《中国银监会关于贵州茅台集团财务有限公司开业批复》文件,并向贵州茅台集团财务有限公司董事长袁仁国颁发金融许可证。

人民银行贵阳中心支行金融稳定处处长

余文贵、贵州省银监局法人机构非现场监管处处长王军、贵州省人民政府金融办银行处处长苏裕松及茅台集团公司董事长、党委副书记、茅台酒股份公司董事长袁仁国,茅台集团公司副董事长、总经理、党委副书记刘自力共同为茅台集团财务有限公司揭牌。

袁仁国在讲话中指出,成立财务公司的目的是以加强集团资金集中管理为核心,提高资金使用效率,为集团成员单位提供优质的财务管理服务,把财务公司办成“成本可控、风险可控、内控严密、信息充分披露、公司治理完善”的集团结算中心、投融资中心、信贷中心和外部金融联系的窗口,为董事会决策做好参谋。按照茅台集团整体战略,财务公司未来的定位是茅台集团内部综合银行,将通过多样化和个性化的金融服务产品,满足不同类型客户的需求。

袁仁国强调,贵州茅台集团财务有限公司的成立是贵州金融业乃至全国金融业的一件大事。利用财务公司整合企业内部金融资源,对防范财务风险,提高资本运用效率,为企业筹资和融资,促进其在技术改造、技术进步、兼并重组和市场开发方面发挥重要的作用,对促进茅台集团做强、做大、做美、做久,具有深远意义。

茅台集团于 2011 年开始申请筹备建立企业财务公司,2012 年 6 月正式获得中国银监会筹建批复。经过近半年的筹备工作,于 2013 年 1 月、2 月先后获得中国银监会的开业批复和颁发的《金融许可证》等相关手续。(紫勋)