

# 袁仁国:改革是实现茅台梦的重要措施



袁仁国

据新华网报道,茅台集团董事长袁仁国4月5日在茅台集团会议室接受新华社记者关于现代企业制度改革等问题的专访时指出,改革是茅台集团巩固和提升世界蒸馏酒第一品牌,实现千亿集团,实现茅台梦的重要措施。并就现有国企改革总体认识、混合所有制经济、产权改革、建立资本运营公司、现代企业制度、员工持股等改革热点进行了阐述。

交流中,袁仁国说,中央对当今社会发展形势的把握非常精准。十八届三中全会提出的改革是当代中国发展进步的活力资源,是当代中国命运的关键一招。习近平总书记说过,我们的改革是在中国特色的社会主义前进道路上的改革,不走封闭僵化的老路,不走改旗易帜的邪路。我认为,如果不深化改革,我们国有企业的发展后劲难以持续。

当谈到茅台的改革思路时,袁仁国说:“茅台改革的主要思想就是要坚定信心,凝聚共识,统筹谋划,协同推进,而且要做到三个坚持,我们的改革必须以市场和顾客为中心,充分发挥市场对资源配置的决定性作用,这是第一方面。必须要坚持公司发展实际和我们的战略要求,以增强我们企业的综合能力,维护好国家、股东、供

应商、经销商、员工等相关方利益为出发点和落脚点。必须坚持让员工群众在改革中受益,增强员工参与改革的主动性和积极性,这是我们的指导思想。”

袁仁国指出,习近平总书记在中央党校讲话时说,改革的总目标是推进国家治理体系和治理能力现代化。茅台的改革,是以完善现代企业制度、产权制度和混合所有制为重点,以引进战略投资为抓手,以提升企业活力、影响力、带动力、国家贡献力、文化软实力、核心竞争力、社会责任感、员工幸福指数为着力点,以战略导向为突破口,以需求导向为切入点,以问题导向为着力点来深化茅台集团的改革。袁仁国强调,改革是茅台集团巩固和提升世界蒸馏酒第一品牌,实现千亿集团,实现茅台梦的重要措施。

2013年,在国内白酒行业下行压力加大的情况下,茅台集团按照贵州省委省政府“三个转型,五个转变”总要求,公司“八个营销”的总体思路,实现了新的突破性增长。目前,集团公司的改革方案已经获得上级相关部门批准,正在逐项落实和推进中。

袁仁国还就公司的生态、交通、知识产权、企业文化等方面与新华社记者进行了交流。

# 袁仁国:高端白酒行业应更重视个人市场

据中国新闻网报道,全国人大代表、贵州茅台集团董事长袁仁国3月5日下午在北京接受记者采访时表示,当前中国白酒行业仍然处于困难期内,高端白酒行业应更加注重开发个人消费市场。

受国际经济持续低迷、中国宏观经济下行的压力等因素影响,中国白酒行业在经过“黄金十年”的快速繁荣后滑入一个低谷,加上部分禁令的影响,中国白酒行业尤其是高端白酒受到较大波及,部分白酒价格大幅下滑,普遍认为,中国白酒行业进入深度调整期。

“过去的2013年第一季度茅台的销售与上年同期相比有所降低。”袁仁国在接受记者采访时回顾刚刚走过的一年,表情不那么轻松。针对当时状况,茅台集团及时调整营销战略,销售更多地向商务接待、民众消费转变。

袁仁国表示,公司的主要产品销售又重新回到正常的销售点。正是这样,我们看到了茅台作为国酒品牌的影响力和文化特质,同时也看到了民间市场的巨大潜力。

数据显示,2013年茅台在困难中依然保住了白酒行业排头兵的地位:“茅台集团2013年的销售收入实现402亿元,去年的利润总额同比增长了12.58%。”

提及整个行业的形势,袁仁国表示白酒行业仍然处在比较困难的时期,需要作出一定的调整。“面对压力,我们一方面保护和传承好品牌,另一方面在保证品质上下功夫,在保证国酒品质与品牌的同时,调整产品,开发新兴市场。”

面对整个高端白酒行业发展的瓶颈,袁仁国认为,高端白酒走出困境,要注重确保质量,销售瞄准个人消费、注重自身的品牌宣传。在此战略背景下,袁仁国表示:2014年茅台集团公司总产量将实现10万吨,销售收入要实现439亿元。

袁仁国还就公司的生态、交通、知识产权、企业文化等方面与新华社记者进行了交流。

# 贵州茅台酒个性化营销有限责任公司正式成立

最近,中国白酒首家个性化定制营销公司——贵州茅台酒个性化定制营销有限公司在贵阳正式成立,以满足个性化消费需求,引领中国白酒定制新时尚。

茅台集团董事长、股份公司董事长袁仁国,茅台集团党委书记陈敏,股份公司副总经理、茅台酒个性化定制营销有限公司董事长杜光义,股份公司总工程师王莉等出席活动。

袁仁国在讲话中指出,贵州茅台酒个性化营销有限公司的成立,是茅台积极应对市场变化,提高市场快速反应能力,创新营销思维和手段,满足消费者对茅台的多元化个性需求,深度践行“八个营销”而成立的控股子公司。希望新成立的公司,以诠释人文茅台的高品质魅力为使命,以打造全球一流个性化定制品牌为目标,牢固树立质量第一、服务至上的理念,坚持以市场和顾客为中心,不断增强市场意识、诚信意识、创新意识和服务意识,做好茅台个性化定制酒工作。

袁仁国希望,客户在定制茅台酒中,翻开中国源远流长的酒文化史最华丽的一页,翻开中国白酒酿造史最精彩的一章,真正从中感受到中华民族文化强大的生命力,茅台个性化定制酒将以中国文化为根,以中国精神为魂,以国酒文化为脉,不断与时代同声息共进步,赋予茅台定制酒鲜明的中国特色、中国风格、中国气派。

陈敏在致辞中表示,贵州茅台凭借厚重的文化底蕴、高品质的产品、诚信和稳健的经营,已经成为我国优秀的民族企业代表和飘香世界的一张名片。2014年,困难和成功同在,机遇和挑战并存,只要坚持自信、深化改革、持续创新,就一定能够走出一条转型发展、可持续发展的新路,个性化定制公司就一定能够取得骄人的成绩。

据了解,作为中国白酒行业内首家个性化定制营销公司,公司将按照省委、省政府提出的“三个转型”“五个转变”要求,深度践行国酒茅台“酿造高品质生活”企业理念,以“八个营销”为统领,真正突显茅台酒



贵州茅台酒个性化定制营销有限责任公司成立仪式现场

的商品属性和市场属性,重点深耕白酒个性化定制市场,以多元化定制产品与优质服务,满足茅台酒个性化消费需求,业务重点将围绕“个人个性化定制、企业定制、中外名人定制、区域定制”四大方向展开。同时,在定制业务中,公司还将推行实施“品质、诚信、创新、便

捷、规范”五大营销准则,为消费者提供高品质的产品和优质服务、便捷的服务。

此次茅台酒个性化定制营销公司的成立,吸引了来自全国各地不少的经销商和知名企业参加,在现场签约合同金额超过2亿元。(郭九)

# 茅台白金文化酒「马到成功」

面向全球首发

年初,由中国文联荣誉委员、中国著名书法家李铎、中国工艺美术大师李一新,携手茅台集团资深调酒大师王道远采用茅台窖藏老酒,共同打造的白金文化艺术酒珍品——茅台白金文化艺术酒“马到成功”全球首发仪式在北京人民大会堂金色大厅举行。

茅台白金文化艺术酒“马到成功”集漆器工艺、陶瓷艺术、印染织造三大最古老的中国传统工艺于一身,并将中国书画艺术和装饰工艺融会,从产品设计、包装设计和工艺、产品研发方案上突出了创新理念。外盒分别为秦汉漆器艺术和明清木质家具髹漆艺术两种风格。酒瓶采用了传统茅型瓶,正面“马到成功”由中国书法家李铎题字,酒瓶背面的“马球图”由中国工艺美术大师李一新绘制,酒体由茅台集团著名调酒大师王道远精选茅台老酒精心调制,三位大师珠联璧合,创造出了具有深厚文化内涵和极具收藏价值的茅台白金文化艺术酒,面向全球限量发行。



(风林)

# 茅台面向市场转型成效显著

2013年对白酒行业来说并不是丰收的一年,市场白酒价格不断下跌,消费群体不断变化,成为企业和经销商共同面对的难题,且日益凸显。虽然酒企纷纷转变思路寻求突破,但从年前的情况来看似乎收效甚微。

而在这样令人沮丧的市场环境中,2013年的国酒茅台依然取得了卓有成效的市场业绩。主导产品的销售量、利润总额、净利润、税金、人均创利税、人均上交税金、股票总市值、品牌价值等居中国白酒行业榜首。2013年,茅台集团公司销售收入同比增长14.01%,利税同比增长10.64%,上交税金同比增长21.81%。

而刚刚过去的2014年春节,更让茅台感受到了浓浓的暖意。据大智慧通讯社联合某券商对贵州茅台进行的多地调研显示,春节期间,茅台核心产品53度飞天茅台销售超预期,节后至今,江苏、浙江、天津等地经销商出现断货现象,市场呈现探底回暖之势。根据国泰君安证券的研究报告,春节前后,目前部分茅台传统大经销商已执行5月份以后的销售计划。

在行业调整期间,茅台能实现如此良好的业绩,除了她作为中国白酒龙头企业强大的品牌吸引力之外,还归功于她强大的市场应变能力。

2月6日,面向全球发行的英文日报《中国日报》以《艰难调整茅台找到准确的市场方向》为题,从茅台成立定制营销公司切入,从一个侧面报道了茅台集团面向市场实施战略转型的情况,该文在国外引起了关注,华盛顿邮报网站等媒体进行了转载。

随着全社会勤俭节约的践行,茅台以及白酒市场都面临新的挑战。去年以来,茅台积极面向市场实施营销战略转型,打出一系列“组合拳”,收效甚佳。

近日,贵州茅台成立的一家定制酒营销公司引起各方关注。“我们目标是今年的定制酒业务达到10亿元。”这篇报道引用茅台集团董事长袁仁国在定制酒公司成立时的话说:“因为我们现在需要给个体消费者更多的选择,而非仅仅依靠公务消费来提高销售额”。他表示茅台集团期望通过定制酒业务,在未来三至五年内销售额可达到50到100亿元。

2013年以来,虽然贵为中国白酒第一品牌,但茅台市场还是受到了影响,而现在的这一计划充分反映了茅台集团想要重新夺回其昔日辉煌的企业光环的坚定决心。

“人们可以选择在酒瓶身上印上自己想要的图案,无论是公司标志或是名字的首字母。”一位采购经理蔡某说,他所在的公司刚与茅台集团签订了2亿元的定制酒订单。

这篇报道说,被誉为“国酒”的茅台一向是高档宴会上的不二选择,但其价格也大大超过普通消费者的能力。现在,茅台酒每瓶售价已下降了三分之一。

“许多茅台经销商都充满信心。”贵州白酒交易中心的总经理王嵩说,较以往的价格来说更低的价格意味着可以吸引更多的非公务消费者,现在茅台酒的交易量也在逐步上升。他表示贵州白酒交易所将与茅台集团签订合作协议,将价值5亿元的200吨茅台酒以金融理财产品的方式销售。(转自《世界之醉》)

## 简讯

### 茅台集团荣获“贵州省‘五型企业’暨企业文化建设示范单位”称号

近日,在贵阳召开的贵州省政研会2014年理事会上,传达中共贵州省委宣传部、中共贵州省委组织部、中共贵州省委国防工业委员会、贵州省工商业联合会、贵州省思想政治工作研究会《关于命名第二批贵州省“五型企业”暨企业文化建设示范单位的通知》文件,中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司被命名为“第二批贵州省‘五型企业’暨企业文化建设示范单位”。

从2011年以来,茅台集团公司党委以“五型企业”创建工作为载体,加强和改进新形势下国有企业思想政治工作,公司“四个文明”建设跃上新台阶,为贵州茅台持续跨越、转型发展提供了思想保证、文化支撑和舆论支持,发挥了示范带动和典型引领作用。

### 袁仁国获评“2013年度慈善推动者”

近日,由中国慈善联合会与多家慈善机构联合主办的第四届中国慈善年会在北京举行,茅台集团董事长袁仁国获得“2013年度慈善推动者”殊荣。

长期以来,茅台集团始终坚持企业可持续发展与承担社会责任有机融合,致力于慈善事业的慷慨付出与热心奉献,成为贵州乃至全国最有爱心和最具社会责任的企业之一。1998年至2013年,茅台集团累计实现销售收入(含税)1747亿元,在国家上交税金640亿元,并在过去三年中,解决就业近万人,间接带动就业数万人。2012年以来,公司每年出资一亿元,与中国青少年发展基金会共同开展了“国酒茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动大型公益助学活动,累计面向全国资助40000名寒门学子圆梦大学,此举成为了希望工程实施以来国内企业一次性捐赠资金最大、受助学生最多、覆盖面最广、影响力最强的一次公益行动。“十一”以来,公司累计投入公益事业11亿元,帮助汶川、玉树、雅安等地震灾区和西南大旱灾区恢复生产,重建家园,新建校舍;为西部地区150万名农村小学生捐赠《新华字典》;援建百所“希望食堂”,投入巨资用于环境保护和改善交通。参与公益慈善活动,积极承担社会责任,已经成为茅台的企业文化,成为履行国企责任的一种自觉行动,产生了良好的示范带动效应。

### 茅台集团13件商标获贵州省著名商标称号

从贵州省工商行政管理局获悉,依照贵州省商标管理相关法律法规的规定,经贵州省著名商标评审委员会评审,贵州省工商行政管理局认定,中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司“五星图形”“茅台 MAOTAI”“仁牌及图”等十件商标、茅台集团公司技术开发公司“天朝上品”一件商标和习酒公司“国酒天香”“经典”等两件商标为贵州省著名商标。

经认定的“贵州省著名商标”有效期限为四年,自2014年1月1日起至2017年12月31日止。在有效期内工商行政管理机关依法对其予以保护。

### 第五届“茅台杯”《小说选刊》奖颁奖典礼在京举行

由《小说选刊》杂志社主办的第五届“茅台杯”《小说选刊》奖颁奖典礼近日在中国现代文学馆举行。王蒙、毕飞宇、方方、李唯、马金莲、蒋一谈、王妹英七位作家获得了第五届“茅台杯”《小说选刊》奖。中国作家协会党组成员、书记处书记、中国作家协会副主席、中国作家协会出版集团管委会主任何建明,全国人大常委会副秘书长张健,全国政协常委、中国作家协会副主席陈建功,中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司董事长、党委副书记袁仁国等出席了颁奖典礼。

袁仁国对茅台集团与《小说选刊》联合举办的“茅台杯”《小说选刊》奖进行了高度评价,称这不仅体现了企业界与文学界的强强合作,更是“诗酒唱和”的文化传统在新世纪的发扬光大。自2009年以来,茅台集团与《小说选刊》携手合作,已经成功举办了五届“茅台杯”《小说选刊》奖评选活动,使这个活动初步固定下来,形成传统,不仅在文学界深受赞誉,而且在社会上产生了很好的影响。一些年轻的作者,脱颖而出,由此得到特别的关注和培养,为广大读者提供了高品质的精神食粮。

### 仁酒——CCTV《寻找最美乡村医生》颁奖典礼圆满落幕

“仁酒”冠名的CCTV《寻找最美乡村医生》大型公益活动颁奖典礼最近在北京圆满落幕,十位票选出来的最美乡村医生悉数亮相,CCTV-1、CCTV-4、CCTV-10在黄金时段全程录播。“仁酒”的出品方贵州茅台酒股份有限公司的代表作为特邀嘉宾出席,发表了“传承中华美德,仁者情暖中国”的主题致辞,并现场宣布为此次获奖的十位最美乡村医生每人提供10万元现金的奖励,为十位特别关注乡村医生提供每人5万元的现金奖励。

### 茅台集团注重循环经济建设

茅台集团循环经济投资公司与中国节能北京实业公司最近签约,就生物质有机废弃物的综合利用项目达成共识。

集团公司董事长袁仁国,党委书记陈敏,中国节能环保集团公司副总经理李杰出席签约仪式。集团公司副总经理房国兴与中国节能(北京)实业发展公司副总经理乔阳进行了签约。

仪式上,袁仁国指出,党的十八届三中全会精神要求加快生态文明建设步伐,就是要坚定不移走资源节约型、环境友好型发展道路,就是要把循环经济建设放在企业发展的首位。本次茅台集团与中国节能北京实业公司合作的项目——生物质有机废弃物的综合利用,变废为宝,不仅是为了响应十八届三中全会精神,更是为了体现大企业有大担当的强烈使命感。袁仁国希望合作双方齐心协力,共谋发展,实现共赢。

### 贵州省政府调研组肯定茅台生态发展

由贵州省政府督查室、省环境监察局、省环境保护厅联合组成的督查调研组近日来到仁怀,调研赤水河污染源治理工作。调研组对茅台集团4000T污水处理厂给予肯定,表示生态整治、保护环境,国酒茅台起到了表率作用,并希望茅台集团在不断扩大规模的同时,坚守生态这条底线,做到生态与发展的和谐统一。

### 国酒茅台鉴定服务中心正式落户青岛

为切实保护广大消费者和茅台收藏爱好者的合法权益,更好地践行国酒茅台“八个营销”和“七个打假”的企业理念,4月8日上午,国酒茅台鉴定服务中心正式落户青岛。该鉴定服务中心是贵州茅台酒厂自济南鉴定服务中心之后第二个在山东省设立的官方免费鉴定机构。

从本月开始,青岛国酒茅台鉴定服务中心将于每月14日、15日两天,为各执法部门和广大消费者免费提供茅台酒的真伪鉴定和相关业务咨询。鉴定服务中心地址:青岛市银川西路银海1号7-58。

### 《茅台酒百年图志 1915-2015》编纂工作启动

“怒掷酒瓶振国威,香惊四座夺金奖。”1915年,茅台酒在美国巴拿马夺得金奖,国酒茅台的醇香从此飘出国门,世界为之沉醉。2015年是茅台酒获得巴拿马国际金奖100周年,为隆重纪念这一盛事,茅台集团档案馆将组织编纂《茅台酒百年图志 1915-2015》,通过图志的方式讲述国酒茅台100年间的光辉历程。

《茅台酒百年图志 1915-2015》编纂工作于2014年1月启动。目前,前期策划、工作时间安排、成立编委会等工作均已完成,正在进行图志资料征集。拟征集资料包括照片、书画、表格、地图等。包括有代表性的、能反映茅台人生活以及饮酒、酿酒的新老照片;茅台酒各时期发布的产品广告;有史料价值的人物、山水、风俗、器物和文化画;公开出版的有关茅台及茅台酒的书稿等。该书将全面反映茅台集团各时期的经济社会发展状况,讴歌百年茅台取得的辉煌成就。