

从4月8日开始,各界精英云集海南博鳌。本届博鳌论坛,共有137位企业人士出席,其中中国企业家76位(含港澳台及合资企业)、代表亚洲其他国家企业家29位,代表欧美的企业家有32位。

作为博鳌论坛钻石级赞助商,茅台集团董事长袁仁国应邀出席会议,并作为中国企业代表之一,参加一些论坛讨论。4月9日,袁仁国应邀作为对话嘉宾,参加“从‘大’到‘伟大’:企业的蜕变”主题讨论;4月10日,与黑石集团主席 Stephen Schwarzman、领英联合创始人 Allen BLUE、Visa 副董事长 Mary Ellen RICHEY、Paypal 高级副总裁 Franz PAASCHE 等欧美企业家一道,参加“中外企业家座谈”等。

博鳌论坛期间,《人民日报》刊发了茅台集团董事长袁仁国题为《繁荣发展呼唤更多品牌企业》的文章——

繁荣发展呼唤更多品牌企业

■袁仁国

“开放创新的亚洲,繁荣发展的世界”是今年博鳌亚洲论坛的主题。推进“开放创新”“繁荣发展”,建设社会主义现代化强国,需要更多有品牌号召力的优秀企业参与。中国企业需要认真思考发展的路径,从做“大”到做“优”,为打造受世界尊敬的公司而努力。

企业做“大”要尊重市场

企业不管是“做大”还是“减肥”,都应是市场与战略的选择。就像近年来IBM,索尼剥离低利润板块,就是趋利避害的决定。如果能增加利润,同时给企业创造更好的发展空间,做大是对的。如果产品市场萎缩,难以为继,“减肥”也势在必行。

一家成熟的企业,对风险的管控、企业发展的规模应有清醒的判断,不应为了市场之外的因素强行做大。那种盲目而激进的扩张,会产生巨大的经营风险。

做大企业,需要对战略与趋势准确把握,知道进,也知道退;做大企业,应该做“熟”不做“生”,围绕优势最突出的领域深耕细作;做大企业,需要企业有超越寻常的学习能力。

企业规模从小变大,营收规模、员工数字、占地面积等指标变化或只是表象,根本而言,“变”的核心是发展战略、治理结构等深层次要素的演进与提升,意味着空间在拓展,承担的责任在加大,影响的人群在增多。

成立于1951年的茅台,从几家小作坊起步,经历了由小到大的过程。半个多世纪以来,我们始终将注意力集中在酿酒这个最擅长的领域,不断提升产量、质量、销售能力,扩大文化影响。近些年来,我们紧紧围绕“做足酒文章,扩大酒天地”的战略,紧紧围绕主业,在上下游领域拓展。

从1998年告别计划经济走向市场,茅台已经



走了20年。这期间,茅台以日本、美国、法国、英国等不同国家的跨国企业、百年老店为参照,结合自身实际,创造了茅台“九个营销”经营法则。我们从来没有放弃过对工艺与质量的要求,也从来不以牺牲质量、缩短生产周期来增加利润。

高质量发展企业责无旁贷 高质量发展企业重任在肩

从价值观看,我们把“爱我茅台,为国争光”作为企业精神,把“以人为本,以质求存,恪守诚信,

继承创新”作为核心价值观,坚守“崇本守道,坚守工艺,贮足陈酿,不卖新酒”的质量理念,立志做大做强茅台这个民族品牌。从责任担当看,我们始终坚持“大品牌,大担当”,“十二五”以来,累计投入90多亿元用于公益慈善、精准扶贫、环境保护、兴办教育、改善交通环境等方面,赢得了“中华慈善奖——最具爱心捐赠企业”等荣誉。

今后,我们的目标是加快发展,把茅台打造成立足中国、全球领先的酒类企业,成为有世界影响力的知名酒业控股集团,成为受人尊重的优秀企业。

如何塑造优秀企业

塑造优秀的企业,我认为有几个关键:

第一,塑造优秀的企业,要大力倡导企业家精神。深怀爱国之情,坚守报国之心,有敢闯敢干的胆魄,敢于担当的个性,不屈不挠的意志,奉献社会的情怀——新时代,中国比以往任何时候,都更需要具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新能力和社会责任感的企业家与企业家精神。

第二,塑造优秀的企业,既要规模,也要利润,既要做强,也要做优。我认为从企业的成长角度看,规模、利润、运营质量都是同步追求的目标。对于茅台未来的发展,我们的规划是要“做大”“做强”“做优”“做久”。

第三,塑造优秀的企业,需要经济环境的改善。没有中国改革开放40年的发展,很难诞生像华为、大疆这样的大公司,也不可能像茅台今天的成长。良好经济环境的背后,需要新的商业伦理与商业文明,需要制度层面的设计,需要企业家们的共识与努力。

第四,塑造优秀的企业,要积极承担社会责任,大力投身精准扶贫,积极支持公益事业,给企业树立良好的价值观,提升企业的认同感。

第五,塑造优秀的企业,开放与包容是前提。市场环境开放,意味着经济活跃度提升。我们要在脚踏实地积累的同时,吸收最新的知识、信息与方法。封闭的环境不能带来成长,这是多年来中国企业的深刻体会。

第六,塑造优秀的企业,不仅要看利润与税收,更要看能不能贡献成功的商业模式、良好的治理模式以及优秀的商业道德。

可以预见,未来10年中国将迎来企业最好的发展机遇,也将培育出一批优秀的企业。

(作者为中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司董事长)

李保芳:做食品行业一流 技术中心要成为技术开发、研究和应用的顶梁柱

4月8日,茅台集团党委书记、总经理李保芳一行前往技术中心调研指导工作,在实地查看了各实验室后,与技术中心全体员工召开了一场别开生面的座谈会。提问题、想办法、找对策、见实效是此次调研的总基调。对于员工提出的每一个问题,李保芳都一一作答,并要求相关部门协调处理。李保芳表示,技术中心是茅台集团科研成果“产地”与产品质量“保证地”,要把对技术中心的调研和解决他们存在的问题当成集团的一个大事来抓。技术中心要加快推动科研成果转化,加快推动产学研深度融合,成为技术开发、研究和应用的顶梁柱,做食品行业一流。

大兴调查研究之风是今年集团公司关注点之一,更是近期集团公司领导的工作重点。前期的大量走访调研陆续为诸多子公司指明了发展道路,进一步强化了集团管控能力。此次李保芳赴技术中心调研,更是将调研视角细化至具体部门,切实从宏观角度和微观角度为集团后续发展搜集信息、谋篇布局。李保芳表示,“调研就是要发现一个问题解决一个问题,出真招,见实效”。

技术中心的前身是上世纪50年代初期的科研室及后来的研究所。经过60多年的发展积累了大批科研成果,会聚培养了酿造行业的多位顶

级专家,对于茅台酒生产工艺及风味口感的研究乃至整个发酵酿造行业发展起到很好的推动作用。“无法想象,没有技术中心的茅台会全凭脑袋想和嘴巴讲去指导生产会是什么样子。”李保芳开宗明义,“技术中心是一个企业的重要支撑部分,对于企业保证产品生产和质量起到重要作用。”

对于如此重要的部门如何定位,李保芳给出了思考,技术中心要成为技术开发、研究和应用的顶梁柱,做食品行业一流。

李保芳指出,技术中心要充分发挥实验室在理化指标、生产环境评价、技术标准评定、食品安全、茅台酒特点解读等方面作用。建立规范操作指导中心,密切关注从原材料选用到成品出厂全过程,指导一线生产,增强技术权威性与实用性。“科研成果转化是提高技术中心权威和声望最有效的途径和手段。”李保芳要求,技术中心要尽快推动科研成果转化、推动产学研深度融合,在继承传统工艺和创新上下功夫。将关注和重视现象、分析和解读现象作为当前重中之重,将成果的研究应用与生产指导有机结合,将理论探索和技术创新作为技术中心今后和未来的方向。李保芳表示,茅台是负责任的大企业,公司陆续提高高粱、小麦等原料供应

价格,惠及老百姓。技术中心作为重要部门,要在高度关注原料与产品质量等科学研究同时,让研究更具人文情怀,承担肩上重任。

对于如何打造一流的行业地位,李保芳用两个“不惜”从人和设备两个方面进行了说明,表明了集团在关注技术、尊重人才方面的信心与决心。“要不惜重金招揽人才、不惜资金投入顶级设备,配备技术中心力量。”在充实硬件的同时,继续加强与国内外的交流。进一步扩大与国内涉及食品、酿造等专业的一流高校的合作范围,建立合作机制,加大人才培养,要主动“走出去”,多与英、法、日等国著名酒企和研究所交流,融会贯通;还要切实利用现有优势将课堂与研究室搬进生产一线,让研究更有生命力,切实将技术中心打造成应用型 and 实战型权威机构。李保芳呼吁技

术中心员工走出中心走向车间,在保持酱香研究领域权威地位的同时,在指导生产、规范操作方面有所作为。“摸爬滚打一身泥加上你的知识会是你受用一生的宝贵财富。”

集团公司总工程师王莉陪同调研并主持座谈会。王莉总结了技术中心在过去五年中发生的“实力更强、地位更重要、应用更有效、研究更深入”四大变化,对技术中心今后工作提出了“技术研究与应用相结合、公司内部与外部相结合、实验室研究与生产实践相结合、知识与技能相结合”等方面的要求。希望技术中心成员胸怀大局,遵循职能要求,发挥主观能动性,加强技能培训,提升竞争力,不断推动科研成果研究与发展与转化,为茅台发展保驾护航。

(唐迅)



茅台集团党委书记、总经理李保芳(左)一行前往技术中心调研指导工作。

3月26日,由南非国会议员、南非旅游部副部长詹姆斯·福斯率领的南非考察团到访贵州茅台,带来了南非西开普省橄榄球联盟对茅台的友谊。

香醇的烈酒、激情的运动,两者超越语言、文明的屏障热情拥抱。这是一种独特文明对另一种独特文明的赞赏。

南非国球与中国国酒第二次“拥抱”

由詹姆斯·福斯及南非西开普省橄榄球联盟主席塞罗·瓦克非尔德、独立媒体集团主管卡佩·股娜西亚·拉克萨、Trebil 集团执行董事 Kyle Nel、开普西大集团董事袁徽、开普西大集团商务发展主管王典6人组成的访问团,从好望角来到茅台,乘着海风而来的南非客人们,一路上茅台的土壤,瞬间就爱上了酒香四溢的茅台山河。这是2017年11月茅台“奇遇非洲”之行后,南非对茅台的首次回访,也是南非国球橄榄球与中国国酒茅台的第二次拥抱。

欢迎晚宴上,贵州茅台集团董事长袁仁国举杯向客人们致敬:“茅台与非洲的互动,既是全球化背景下文明契合的良好范本,也是商道不以山海为限的当代佳话。”

2017年11月,在开普敦灿烂的阳光里,茅台集团党委书记、总经理李保芳率团与塞罗·瓦克非尔德等人相谈甚欢。李保芳说:“茅台深知橄榄球对南非的特殊意义,并期待在体育赛事等方面与南非展开全方位合作,全力推动中非文化交流合作迈向新层次。”

季节流转,4个月后,瓦克非尔德真的来到了春意盎然的茅台。“我热血澎湃,茅台召唤着我的

南非与茅台第二次“拥抱”

南非国球与中国国酒谋求深度合作

激情。”他晃动着魁梧的身躯,仿佛那个在橄榄球场上呼啸的年轻人又回来了。

“茅台作出了世界级的贡献”

当天上午,访问团一行在贵州茅台集团总经理助理、党委办公室主任游亚林陪同下参观了茅台集团。

茅台气势磅礴的厂区、勤劳美丽的女工、深邃如金矿的酒庄、博大精深的中国酒文化博物馆及茅台人的热情,每一个细节都令来访的南非客人啧啧赞叹。

一路上,茅台绿色与人文的巧妙融合,让访问团印象深刻,称这也是南非一直向往的发展模式。“茅台对环境、人文的‘管理’,是世界级的贡献。”詹姆斯·福斯更盛赞茅台的儒家文化管理模式,使企业目标与员工利益高度契合。

下午,宾主双方亲切座谈,茅台酒股份有限公司副总经理、茅台酒销售有限公司董事长兼党委书记王崇琳主持座谈会。

“我们是老朋友了。”茅台集团党委副书记、纪委书记赵书跃致欢迎词时,拿出去年非洲之行的合影留念,顿时赢得掌声一片。

其时情景依然历历在目。“作为古文明发源地之一,非洲大陆孕育了热情多姿的啤酒文化,也孕

育了与中国白酒一样,无酒不成欢、无酒不成礼、无酒不开怀、无酒不见情的豪爽性格。两种文化跨越时间和空间交相辉映,相互碰撞,势必会产生更大的能量。”赵书跃发出由衷的祝愿。

今年恰逢中南建交20周年,也是金砖合作第二个“金色十年”的伊始之年,这让南非客人们的来访有了更特别的意义。

茅台清晰看到这个时间节点的重要性,而南非是非洲综合实力最强,茅台将继续深入南非市场,加强与当地企业的经济、文化合作。据透露,今年茅台将在非洲继续举办文化推介活动。

詹姆斯·福斯以“新时代下的旅游、贸易及人与人的交流”为题发表演讲。他说,如今每年有超过10万中国游客到访南非,乐享非洲大陆的神奇之美。塞罗·瓦克非尔德则以“聚焦中南文化体育的融汇互通”为题,详细介绍橄榄球如何风靡南非,并对茅台融入其中报以热烈期待。

对酒当歌,天涯共此时

当晚,袁仁国、李保芳设宴欢迎南非访问团一行。南非客人向茅台集团赠送了具有纪念意义的南非礼物,其中包括南非西开普省橄榄球队所有球星签名并印有茅台领导名字的队服。

李保芳当场将球服换上,郑重地说:“这件球

服比任何礼物都更无价、更有意义。我们到南非推介最重要的目的,就是加深交流、广交朋友。这份友谊不仅是茅台与南非,更是中国与南非友好交往的见证。”

开怀畅饮,詹姆斯·福斯兴奋不已,表示这是他们第一次来到中国、来到茅台,深深被中国的美丽震撼、被茅台的热情震撼,充分感受到了茅台人的热情、善良、友好。他希望有更多南非人民可以看到,了解茅台、品尝茅台,也希望茅台继续在南非大力推广中国文化。

塞罗更是抑制不住激昂之情,晚宴现场数次高歌,并当场致电南非体育局局长,跨越两片古老大陆,在中空连线。

“此时此刻,我感觉不是在中国,而是像回到了南非的家中,跟一帮老朋友开怀畅饮。这一路上,我发自内心地感到温暖,此行将让我铭记一生。”塞罗感叹。

晚宴结束时,李保芳再次邀请南非访问团多来茅台,成为茅台在南非的形象大使,让中南友谊在酒香中更深厚悠长。

袁仁国表示,茅台正前所未有地跻身世界最具竞争力酒类企业前列,前所未有地接近打造“享誉全球的国酒茅台”“受人尊敬的世界级企业”目标,前所未有地具有实现这个目标的信心和勇气。

他表示,非洲大陆是茅台全球化的重要基点,经济全球一体化的贸易壁垒越来越少,茅台不可能在一个封闭环境下参与世界经济,南非与茅台亲密互动,应成为全球酒业发展的最佳示范。

“虽然茅台的海外拓展还很不充分、很不平衡,但南非的热情将推动茅台以更大信心去突破地域障碍,讲好茅台故事,讲好中国故事。”袁仁国说。(戴世锦)

集锦

贵州茅台荣膺2017最受尊重的上市公司

4月8日,“2017年度最受投资者尊重的上市公司评选”结果在京揭晓,贵州茅台排名第二。活动由中国上市公司协会联合中国证券投资者保护基金公司、上海证券交易所、深圳证券交易所、中国证券业协会、中国证券投资基金业协会、中证中小投资者服务中心共同主办。

“投票结果显示,最受投资者尊重的上市公司,是那些遵纪守法、诚信经营、重视公司治理、重视股东回报的公司,呈现出两大特点。”中国上市公司协会会长王建华表示。

茅台集团与华昱集团签约合作

3月30日,茅台集团公司与华昱集团在茅台会议中心举行项目合作签约仪式。茅台集团和股份公司领导袁仁国、杨建军、刘汉林、张家齐、何英姿、万波、李明灿、王崇琳、钟正强、华昱集团董事局主席陈阳南,华昱酒业集团总裁、董事曹卫星,华昱集团财务总监、董事符捷频,贵州(和平)经济开发区党工委副书记、管委会副主任赵运洪及相关部门负责人出席签约仪式。签约仪式由茅台集团公司总法律顾问刘汉林主持。

袁仁国表示,一年前,茅台与华昱在深圳签署了《战略合作协议》,共同开发茅台生态循环经济产业项目,将酒糟变废为宝,促进产业结构优化升级,以“转变经济发展方式,实现永续发展”为目标,建立了平等互信、相互支持、携手并进、克难攻坚、共谋发展的战略合作伙伴关系,为双方今天的签约领取“结婚证”奠定了坚实的基础,开启了一段满载着机遇与挑战、辛劳与付出、智慧与汗水、发展与共享的新旅程。

茅台旗下申仁公司引入战略投资者 打造“全国一流、世界知名”的包装印务企业

3月27日,以“聚·合力见·未来”为主题的茅台集团技术开发公司申仁包装印务引战完成暨战略规划发布会在茅台国际大酒店隆重举行。会前,茅台集团党委书记、总经理李保芳会见了参加本次会议的股东代表。

会上,茅台集团技术开发公司、深圳劲嘉集团股份有限公司、上海仁彩印务有限公司三方共同签署了合作协议。同时,申仁包装印务公司股权重组后的战略规划也正式对外亮相,标志着该公司引入战略投资者工作圆满完成并逐步步入新征程。

据悉,申仁包装印务公司将着力打造成为“全国一流、世界知名”的包装印务企业,并力争2021年~2022年IPO上市,成为全国包装领域第一梯队企业。

李保芳表示,通过这次成功引战,必将进一步促进申仁包装印务公司加快提升绿色包装、智能包装和安全包装等能力,助力茅台绽放新的芳华。

茅台集团2017年营收582亿 2018年力争同比增长15%

贵州茅台3月27日发布2017年年度报告,报告显示,2017年贵州茅台实现营业收入582.18亿元(人民币,下同),同比增长49.81%;实现归属于母公司所有者的净利润270.79亿元,同比增长61.97%。

2017年度,贵州茅台共生产茅台酒及系列酒基酒63787.61吨,其中茅台酒基酒42828.59吨,系列酒基酒20959.02吨。茅台酒营收523.94亿元,其他系列酒营收57.74亿元。

贵州茅台在2018年初发布的2017年度业绩预增公告中表示,本期业绩预增的主要原因是2017年度公司产品销量同比上年度增长。2017年,茅台不断刷新股价和市值新高,茅台股价一度升至746.03元,创历史新高。

茅台年报还对2018年提出了总体目标:实现营业收入较上年度增长15%左右,按照2017年582亿元营收计算,贵州茅台2018年目标为669亿元,于2017年相比增加87亿元。

茅台王子戊戌狗年生肖酒高调面世

3月25日,茅台王子戊戌狗年生肖酒携手钢琴王子郎朗在成都高调面世。茅台集团党委书记、总经理李保芳表示,这款酒是真正的匠心力作,对传播中华文化与茅台文化具有重要的符号意义,是茅台集团已上市生肖酒中最好的产品之一。

茅台集团荣获 全国红军小学建设工程特殊贡献奖

3月26日,全国红军小学建设工程理事会在茅台第一小学隆重举行“不忘初心、牢记使命、红色基因、代代相传”为主题的“中国工农红军第一方面军红军小学”授旗授牌仪式。仪式上,第十届全国人大常委会副委员长、中国关心下一代工作委员会主任、全国红军小学建设工程理事会荣誉理事长顾秀莲为荣获“全国红军小学建设工程特殊贡献奖”的茅台集团颁奖。茅台集团公司党委副书记、纪委书记赵书跃上台领奖。

全国红军小学建设工程是由我国老一辈革命家及后代发起的一项大型公益活动,旨在传承和弘扬红军长征精神,为革命老区输出优质教育资源,帮助革命老区改善办学条件,让老区学校的孩子接受优质教育。此次授牌的“中国工农红军第一方面军红军小学”是全国“红军小学”建设过程中授牌的第250所“红军小学”。

在全国“红军小学”建设过程中,茅台集团始终秉承“大品牌有大担当,大企业承担大责任”的社会责任理念,对全国“红军小学”建设工程给予大力支持。(佚名)