

中国品牌正当红



贵州茅台
KWEICHOW MOUTAI

守正创新，改革发展 建设世界一流企业，服务人民美好生活

从中国西南地区赤水河畔仅39人的小酒坊，到营业收入千亿级的大型现代企业，茅台一步步走向世界，成为世界烈酒第一品牌。改革是应对变局、开拓新局的关键举措，70余年来，贵州茅台始终坚守品质，守正创新，把握历史机遇，顺应时代浪潮，以改革之势，聚创新之力，赋发展之能，围绕“高质量发展、现代化建设”目标拼搏奋进，建设世界一流企业，服务人民美好生活。

改革破题

1951年茅台酒厂成立之初，茅台的全部家底只有4000平方米厂房、39名职工、41个窖池、5口酒甬，产能75吨，在国家拨款支持下发展生产。1957年，茅台通过“优质量、提产量”，总结出茅台酒传统工艺14项操作规程，全面恢复了茅台酒生产的传统操作方法，茅台实现了从作坊式生产向工业化发展的历史性转变。

1978年，茅台酒产量突破千吨。随后，茅台紧抓改革开放机遇，用改革破题，以“扩产能、拓市场”为主线，积极参与市场竞争。

1984年，中央财经领导小组拨款支持全国十大名酒厂扩建发展。这一年，扩建年产800吨指挥部组建完毕。

1988年7月，国家统一放开13种名酒价格，实行市场调节，白酒企业开始自主经营、自负盈亏，促使白酒从“产能为先”到“渠道为先”转变。贵州茅台顺应市场化改革浪潮，在全国各地组建营销渠道和队伍，1989年，茅台酒销售突破亿元大关。

1998年被贵州茅台视为营销创新的元年。贵州茅台首次提出“以市场为中心、生产围着销售转、销售围着市场转”的营销策略，实现从以生产为中心到以市场建设与消费者为中心的转变。同时，贵州茅台加强销售网络建设，挖掘品牌文化价值，聚焦价值单品，维持品牌高端

定位，成功在市场中站稳脚跟，以改革破解发展难题。

改革突围

2001年，贵州茅台在上海证券交易所上市，从此驶入高速发展的快车道。2003年，茅台酒产量突破一万吨。

2012年开始，面对白酒行业调整，贵州茅台以“调结构、促转型”为主线，从做大规模转向做大主业，通过战略上聚焦高端商务市场和大众消费市场、策略上加大营销渠道建设、战术上坚挺出厂价等措施，以改革增动力，顺应消费结构调整，实现业绩增长。同时，贵州茅台积极开拓国际市场，发展海外经销商，让越来越多的外国友人了解茅台，了解中国白酒文化，探索出民族品牌国际化新路径。

2019年，贵州茅台实现“营收过千亿、市值超万亿”的历史性突破，提前一年完成计划目标任务。

改革不息

2021年开始，贵州茅台发展进入高质强业期。面对发展新任务，贵州茅台以产为基、以质为本，生产质量再上新台阶，品牌价值再攀新高峰，坚持以“双一流、三突破、五跨越”为发展目标，致力于实现高质量发展。

贵州茅台围绕国企改革三年行动目标，不断强化管理体系和管理能力建设。2021年7月被评为国有重点

企业管理标杆创建行动标杆企业，是贵州省国资委监管企业中唯一入选的国有企业。今年，贵州茅台全面完成国企改革三年行动计划各项收官任务，持续开展对标世界一流企业管理提升行动，推进“一大体制、六大机制”建设，实现重点领域监管体制机制全面完善。

此外，贵州茅台立足微生物资源和技术、基酒资源和勾兑技术优势，创新挖掘茅台生态资源、文化旅游资源、数字资源，探索“食”“养”“用”等新赛道、新领域，努力形成茅台的“新质生产力”。

改革不息，奋进不止。如今，贵州茅台持续走好以茅台美学为价值内涵的“五线”高质量发展道路，聚焦酒产业、酒旅康养、综合金融三大主业，大力推动绿色化、数字化、国际化、市场化、法治化发展，加快建成产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业。

同时，贵州茅台还将走进更多国家和地区，不断用茅台美的产品和服务，满足人们对美好生活的向往和期待，持续创造更加广泛的价值。

开放，求变，突围，创新，拼搏，贵州茅台乘改革东风，扬改革成效，不断发展，砥砺前行。未来，贵州茅台将聚焦改革势能，以创新引领现代化产业体系建设，踏上高质量发展、现代化建设新征程。

数据来源：贵州茅台

