



贵州茅台

加快数字化转型，赋能高质量发展

“i茅台”数字营销平台上线两周年

近年来，贵州茅台聚焦信息化发展，推进“智慧茅台”建设，上线“i茅台”数字营销平台（简称“i茅台”），大力实施数字化转型，夯实信息化基础，驱动企业高质量发展。自2022年5月19日“i茅台”正式上线以来，注册用户超6700万，月活用户近2000万。贵州茅台2023年年度报告数据显示，截至2023年末，“i茅台”实现累计销售收入342.57亿元，亮眼的成绩标志着贵州茅台迈入数字营销新阶段，高质量发展动能强劲。

数智驱动，夯实信息化基础

当前，深耕数智驱动、加强数字化营销、加快信息化建设是贵州茅台构建数字化新商业生态的重要内容。

贵州茅台树牢创新意识，结合品牌调性，加强科技创新力，提升品牌影响力，满足消费者日益变化的需求；持续强化信息化建设，以信息化工作的高效运转，助推现代企业管理水平和企业文化传播效果的持续提升。

“i茅台”项目建设过程中，贵州茅台集合销售、生产、仓储、物流、财务、客服、宣传、数信等多部门力量，并联合10余家开发商参与，共同完成“i茅台”开发上线。

为更好满足海量用户需求，“i茅台”采用了区块链公证技术，对预约申购数据进行处理。

作为自营电商平台，“i茅台”创新行业S2B2C线上线下融合销售模式，整合企业内部供应链与上千家供应商在线协同调运，以“数字融合+直面消费者”方式推进营销体系改革，探索使用线上线下融合销售新模式，实现贵州茅台（S端）与渠道商（B端）、消费者（C端）多层面的链接与互动，进一步提高渠道效能，实现内部信息共享、统一化管理。

融合创新，做优营销服务

创新，是贵州茅台实现可持续发展的动力源，“i茅台”的建设展现了贵州茅台强大的创新力。

在开发“i茅台”期间，贵州茅台对包装生产、质量管控、渠道管理、消费者服务等诸多关键流程进行优化，力求供应链能更加精准高效地响应市场需求。运用区块链技术，构建“一物一码”流通溯源平台和全国一体的仓配网络，在包装生产、仓储、物流等流通过程中能够实现完整溯源。同时，依托大数据、人工智能等技术，不断完善安全防护体系。

贵州茅台将多款产品聚合到“i茅台”，通过畅享网购、专享申购、专场申购等形式销售，再通过线下配送和自提服务模式带动茅台系列产品热销。同时，依托“小茅”动画人物形象传播茅台文化，实现品牌对消费者的有效触达，吸引更多新用户，尤其是让更多年轻消费群体关注、了解白酒文化。

“i茅台”着力提升服务能力，从服务空间、服务方式、服务能力等方面，形成一套全天候、多渠道、一体化的管理服务体系。在服务空间上，从以往侧重线下门店服务，升级为在线客服、智能客服、电话客服、门店服务相协同、联动、互补的服务模式；在服务方式上，从以

售后服务为驱动的被动接收，转变为以文化传播为驱动的主动服务；在服务能力上，从单纯依靠客服队伍，拓展为联合生产商、经销商、门店、承运商共同服务。

数字赋能，推动产业转型

“i茅台”在提升消费体验的同时，也成为企业发展新的增长极。贵州茅台2023年年度报告数据显示，“i茅台”在2023年的销售收入达223.74亿元，较2022年增长88.29%。

除“i茅台”外，贵州茅台顺应信息化发展新趋势和新要求，以“产业数字化”创新管理推动发展，创新引进多种数字技术，实施“智慧茅台2.0”项目，建成茅台云平台、大数据平台、骨干网数字底座，上线业财一体化管理系统，升级防伪溯源系统，搭建起端、网、云、数、用、智、安的数字化转型框架，持续用好“数据+经验”模式，打造工业互联网新业态，推动产业转型升级。

未来，贵州茅台将坚持完整、准确、全面贯彻新发展理念，持续推进关键技术攻关，把握信息技术的工具性作用和创造性应用，探索数字化、网络化、智能化发展的新路径，以信息化培育新动能，用新动能推动新发展，树立数字化转型升级新标杆，为推动高质量发展贡献茅台智慧和力量。

数据来源：贵州茅台



扫码下载“i茅台”APP