凭借始终如一的超高品质成为“现象级增长”代表——

是什么撑起茅台高质量的天

经济日报·中国经济网记者　王新伟

慧眼观企

茅台认为，有100%的工作态度，才会有100%的产品质量。产品质量从来都不是某个部门的事，也不是某个岗位的事，它是贯穿于茅台酒生产全过程“天大的事”，每位员工都要“习惯于做到最好”

图片来源：贵州茅台集团官网

记者近日从贵州省经济工作会议上获悉，2018年茅台集团预计实现增加值856亿元、营业收入859亿元、净利润396亿元、税收380亿元，关键指标较上年增长25%以上。

不久前发布的2018年度《财富》未来50强榜单显示，茅台集团凭借其在细分市场上的“现象级增长”位列第38位，成为榜单上唯一一家烈酒企业。

如果说这些数据与评价依旧不够直观，那么一个“茅粉”们都知道的事实更有说服力——要把一瓶酒做好不算特别难，难的是保持品质始终如一。茅台做到了。

如果没有非同寻常的内部机制推动，要如此长久并且稳定地把控质量，并以此为基础实现高质量发展，几乎是不可能的。那么问题来了，茅台的秘诀是什么？

工匠与大师一样重要

2018年底，茅台集团举行一年一度的生产·质量大会，这也被业界视为茅台每个酿制年度开启前的总动员。在本届会议上，茅台不仅推出了“茅台工匠奖”，还透露将修建茅台荣誉墙，用雕塑形式展示获奖者形象。这意味着，“茅台工匠奖”将成为“名人堂”级别的莫大荣誉。

一个值得注意的细节是，会议当天一大早，茅台集团领导层就整齐列队，站在会议中心门口，向每一位步入会场的工匠、大师、一线工人致敬。此番列队欢迎释放出一个强烈的信号，即在大厅LED显示屏上滚动播放的口号“以千万个工匠的力量撑起茅台质量的天”。

当越来越多机器人成为车间里的“主角”，在这个全球最大的蒸馏酒酿制厂房里，仍有无数工匠在兢兢业业地忙碌着。他们是酿酒界的“艺术家”，一直活跃在茅台全力推广建立的“匠人工作室”里。对此，茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳表示：“在茅台，工匠与大师一样重要。”

以茅台庞大的“身形”，要进一步精进质量把控能力必须依靠全体系投入。其中，既包含技艺的因素，即先进的生产设备、科学的酿造方法、不断传承发展的传统技艺；也包括人的因素，即工匠、管理人员、销售人员，等等。可以说，从上世纪80年代就开始推行全面质量管理的茅台，已经在短短数十年间成功建立起了一个庞大而精细的全链条质量管理体系和一支灌注了强烈质量意识的职业工人团队。

资料显示，2018年是茅台质量体系建设突飞猛进的一年。在这一年里，茅台设立了战略级别的质量管理委员会；组建起由超豪华班底组成的“工艺技术攻关小组”；召开了以“加强质量管控、推进质量强企”为主题的2018年“质量月”活动启动大会。同时，已建成的生产信息管理系统也让茅台距离“智慧工厂”的目标越来越近。

让“做到最好”成为习惯

“做质量，核心在于抓品质、强品牌。”李保芳表示，“品质是基础，是基本前提；品牌是灵魂，是根本方向。我们既要用最优的品质夯实品牌基础，也要用过硬的品牌倒逼品质提升，从而促进企业良性发展。”

纵观茅台质量管理工作，从严控采购质量、确保过程质量、严守产品质量到聚力提升质量水平，一个“严”字贯穿始终。比如，茅台对进厂原辅料与包贮材料实施“采购前抽检、进厂前验收和使用前检验”三结合监控模式，确保批批检测全覆盖；严格以“生产作业指导书”为基本准则，按照工序质量控制标准，确保30道工序、165个工艺环节均处于稳定受控状态；严格实施产品品质全过程、全指标、全批次监控，始终坚持对质量问题“零容忍”，等等。

值得一提的是，对茅台来说，质量并不仅仅指产品质量，还包括服务质量与供货质量。为进一步提高物流配送效率，优化客户服务流程，茅台通过开展线上线下活动、实施24小时客户呼叫服务、茅台商城7日无理由退换货等举措，持续提升服务质量。

“有100%的工作态度，才会有100%的产品质量。产品质量从来都不是某个部门的事，也不是某个岗位的事，它代表了每一位员工对100%完美质量的努力和追求，是贯穿于茅台酒生产全过程‘天大的事’。简单地说，我们要求茅台每位员工都要‘习惯于做到最好’，也就是要习惯于在意识上追求最好、在工作中做到最好，只有每个人都达到了最好，茅台酒的质量才会‘最好’。”茅台集团总工程师、首席质量官王莉说。

树立“大质量”意识

在未来的日子里，茅台将如何进一步抓好质量这一事关发展根基的重大课题？

李保芳的回答是，第一，把“视质量为生命”作为企业文化的核心内容传承下去；第二，牢固树立全员全过程“大质量”意识；第三，全面落实质量要求，提升质量水平。

李保芳认为，“大质量”意识包含三方面内容。

其一，“人人都是质量官”，牢固树立科学系统的质量观，自觉把自身工作质量、服务质量同产品品质、企业形象联系起来，养成高度的“质量自觉”，把好每一道关口，做好每一个细节，着力构建全员、全过程“大质量意识”和“大质量环境”。

其二，“处处都有质量关”，始终坚持以更加全面、系统、深刻的“大质量视角”看待和抓好质量工作，从原料供应、生产管理、后勤保障、市场服务各个环节切实将质量关口把严把好。

其三，全面推进技术攻关工作，尤其要深入一线听取意见，持续改进和服务生产。

就2019年的工作，李保芳表示，要继续坚持“能快则快、不设上限、不留余地”原则，力争取得更好成绩。按照初步计划，茅台今年将实现营业收入1000亿元，同比增长16%；净利润450亿元，同比增长14%；完成增加值990亿元，同比增长16%。

中信证券万字长文回复上交所问询——

收购广州证券可发挥协同效应

本报记者　温济聪

公告点评

1月21日晚间，中国最大券商中信证券就上交所《关于对中信证券股份有限公司发行股份购买资产暨关联交易预案信息披露的问询函》作出长达1.6万字回复，逐一回应了市场关注度较高的问题。

去年12月24日晚间，中信证券公告称，公司正在筹划发行股份购买资产事项，拟发行股份收购广州证券100%股权。1月9日，中信证券召开第六届董事会第三十四次会议，审议通过了《关于本次发行股份购买资产暨关联交易的方案的预案》及其他相关议案。1月15日，公司收到上交所问询函。

关于此次收购广州证券的必要性、合理性。中信证券表示，报告期内，广州证券营业收入发生大幅波动，净利润下滑甚至出现亏损，主要受到国家宏观经济政策、证券市场走势、自身项目储备不足及风险控制薄弱等多重因素影响。本次交易完成后，广州证券将定位为中信证券在华南地区从事特定业务的子公司。中信证券可凭借其在证券研究、产品开发、信息技术等方面的经验帮助广州证券弥补应对宏观经济变化、二级市场研究以及风险控制等方面的不足。结合广州证券已形成的客户网络、区域品牌声誉等，中信证券在广东省的整体业绩也有望进一步提升。本次交易能使双方充分发挥各自优势，实现市场、管理和战略上的协同效应，因而具有必要性和合理性。

关于是否符合“一参一控”引发的争议，中信证券表示，收购之后公司的证券业务模式符合相关证券公司“一参一控”的规定。广州证券将成为中信证券通过受让股份方式设立从事证券业务的子公司，且中信证券和广州证券将根据监管要求，变更业务范围以有效避免同业竞争。因此，广州证券将不计入公司参股、控制证券公司的数量范围。公司将根据相关规定向中国证监会提交相关申请文件。在本次交易及上述业务调整安排经中国证监会批准并实施完成后，中信证券的证券业务模式仍符合相关证券公司“一参一控”的要求。

值得关注的是，中信证券在预案中披露，此次交易以广州证券资产剥离为前提，如果广州证券资产剥离交易未获得监管机构批准或核准，则本次交易将不予实施。

北京师范大学经济与工商管理学院教授李锐认为，上市券商去年表现不佳乃多重因素叠加所致。“不过，从此次中信证券收购广州证券来看，并购重组有望成为券商大投行业务发展的新亮点和新趋势，预计未来此类并购重组会进一步加速，市场化并购将进一步持续。”李锐表示。

“网红”糕点品牌“鲍师傅”力推“明厨亮灶”——

让后厨见光，消费者才更放心

本报记者　刘春沐阳

新春佳节临近，食品安全问题又成为人们关注的焦点。尽管近年来有关部门不断加强监管，但食品安全事件仍屡有发生，严重影响了餐饮行业的声誉。针对这一问题，2018年4月份，国家市场监督管理总局发布《餐饮服务明厨亮灶工作指导意见》，鼓励餐饮服务提供者“明厨亮灶”。

近年来，颇受消费者喜爱的“网红”糕点“鲍师傅”就是行业内率先实现“明厨亮灶”的一大品牌。

记者在“鲍师傅”糕点五道口店看到，虽然是上班时间，门店外依旧有不少消费者在排队。透过透明玻璃橱窗可以看到整个后厨包括人员着装、食材处理及加工烘焙等情况。消费者还可以通过设置在店外的大屏幕随时“监控”面点制作的核心环节。

“鲍师傅”是北京鲍才胜餐饮管理有限公司旗下品牌，该公司副总裁胡武科告诉记者，“鲍师傅”线下门店大多比较袖珍，如北京地区的老店一般面积只有20多平方米。但是，场地等硬性条件的限制并不是拒绝“明厨亮灶”的理由。“目前，‘鲍师傅’在全国开设的37家店面全部按照‘明厨亮灶’标准建设，并实施四维可视化监督，使每个店面的后厨均可视、可感、可知，糕点从材料到成品整个制作过程均能立体化、透明化地展现在消费者面前。”胡武科说。

据介绍，“鲍师傅”还建立了店长问责制、监管互动机制、严格惩罚机制、总部巡视机制等四大监督管理体系。

北京鲍才胜餐饮管理有限公司副总裁徐立华表示，在店长问责方面，为确保店面阳光后厨工作有效落地并长期坚持，各店面均实行食品安全一票否决制，如果有店面出现食品安全问题，店长会被立即解职；在监管互动方面，“鲍师傅”经常邀请食药监督部门到店开展安全卫生指导与培训工作，提升所有店面员工的食品安全意识；在严格惩罚方面，将食品安全工作落实到人，对后厨实施分区管理，出现问题严格处罚。

“除此以外，在总部巡视方面，‘鲍师傅’还成立了食品安全委员会，通过手机或其他设备实时监控所有店面，发现问题直接以语音方式对店内广播，实时指出问题、实时整改。”徐立华说。

胡武科坦言，“网红”品牌尤其是“网红”餐饮品牌往往伴随着一些“短命”“低质量”的质疑声。如何避免“昙花一现”是所有“网红”品牌都要考虑的问题。这也是“鲍师傅”下大力气推行“明厨亮灶”工程的原因。只有从根本上提升自身品牌的硬实力，以高品质的产品和服务立足于市场，才能赢得消费者长久的喜爱。

“现在，‘鲍师傅’不仅有严格的内部监管，还通过‘明厨亮灶’工程赋予公众监督权利，这一系列举措将倒逼各店面加强对产品品质的责任意识和服务意识。让后厨见光，消费者才会更放心。”胡武科说。

北斗终端最大供应商振芯科技科研投入长年保持15%至20%高位——

自主创新才能成长壮大

本报记者　王轶辰

生意经

时间拨回到2008年5月份。当时，四川汶川发生大地震。一时间，所有通往外界的信号都中断了，汶川俨然成了一座“信息孤岛”。

没过多久，外界居然收到了第一条从汶川震区发出来的消息。这条信息正是通过成都振芯科技股份有限公司旗下子公司国星通信制造北斗终端设备发出的。

航天领域投入大、风险高，民营企业通常选择敬而远之。不过，成都振芯科技股份有限公司创始人莫晓宇是个不服输的人。过去20年间，他带领振芯科技全程参与我国北斗卫星工程，支持并推动北斗设备零部件由绝大多数进口到全面实现国产化。通过不懈的技术研发与产品迭代，如今的振芯科技已经成为北斗终端最大供应商，并构建起“元器件—终端—系统及运营”完整产业链。

“无论从国防安全角度，还是从应用需求角度看，位置信息都非常重要。不过，这个行业门槛高、风险大，很多公司都不愿意做。”莫晓宇告诉记者，必须有人站出来接下这个“烫手山芋”。毕竟，在卫星应用这类涉及国家安全与核心竞争力的高科技领域，没有哪个国家会把成熟技术随便出让，一切只能靠自己。

为攻克关键技术，振芯科技用尽了所有办法。“困了打地铺，饿了吃盒饭，不懂就自己学，请不到最专业的科研人员就自己培养。”振芯科技股份有限公司副总经理杨洪强坦言。

如今，自主创新已经成为振芯科技屹立市场潮头的法宝。20年来，振芯科技在充分吸收外来先进技术的同时，不断加大科研投入和自主研发力度。公司科研投入占营收的比率长期保持在15%至20%高位，远高于一般高新技术企业。

“即使在公司最艰难的时刻，我们也没有削减科研投入。”杨洪强回忆说，有一段时间公司发展不太顺利，管理层甚至决定暂时停发自己的工资，同时保证基层员工收入，其余全部投入研发中。

拥有稳定的核心技术团队是振芯科技的另一个制胜法宝。“做企业格局要大、境界要高，国家的核心利益就是我们的发力方向。”莫晓宇告诉经济日报记者，“振芯科技的团队成员有强烈的爱国情怀，大家最关心的是如何实现技术突破，填补关键空白。股东们也是如此，公司上市多年市值不断攀升，几乎没有人大规模减持。”

守得云开见月明。2018年12月27日，中国卫星导航系统管理办公室相关负责人宣布，北斗三号基本系统完成建设，并开始提供全球服务，这标志着北斗系统正式“从区域走向全球”。

这个消息让振芯科技上下兴奋异常。他们知道，正是因为有一批像振芯科技一样坚持自主创新的企业作为支撑，我国核心元器件产业才能实现快速发展，长期依赖进口的“卡脖子”问题才能得到明显缓解。

振芯科技坚信，未来10年将是卫星产业的黄金发展期，持续低迷了好几年的卫星产业将会迎来新一轮爆发式增长。目前，我国正在加快出台包括数据政策等在内的一系列鼓励航天产业化、商业化政策，吸引更多社会资本参与航天产业和基础设施建设，支持各类企业在航天制造业、卫星应用产业、数据服务业等领域的商业模式创新，推动航天产业向集群化、区域化和国际化快速发展。有机构预测，2020年北斗产业市场规模将达到2800亿元，拥有核心技术能力和供应能力的企业将迎来业绩转折点。

目前，振芯科技部分元器件业务已经成熟并进入放量阶段。公司2018年半年报显示，元器件、设计服务业务营收分别同比增长近80%、70%。

谈及未来发展，莫晓宇表示，希望将振芯科技打造成为全国卫星应用领军企业，继续加强核心元器件自主创新力度。同时，公司还计划继续发力后方市场，保持振芯科技差异化优势；加大各板块整合力度，为客户提供卫星综合应用领域整体解决方案。