

非凡十年：与中国征程共进的茅台样本

“当你起航前往伊萨卡，但愿你的旅途漫长，充满冒险，充满发现。”

这是希腊诗人卡瓦菲斯(1863-1933)《伊萨卡岛》里的名句。2012年以来，自从微信发明了“朋友圈”，这句话被很多人屡屡转发、引用。

一个西方古老国家诗人的心灵吟唱，在另一个东方古老国家的人们心中，引发了集体性的诗意共鸣。

这是时代的回声。当你回首十年过往，你会发现，你与你的土地、你的国度已经变得如此不同，你正与它们一起起航在一个非凡的时代。

非凡十年，对于赤水河畔的贵州茅台而言，同样如此。

一个国家的向上前行，一块土地的前进发展，正带着它所属的万千河流，一起走向海洋。

作为“全球烈酒的东方中心”——茅台，正在这十年里，发出它最激越的回响。

非凡十年，时间给了茅台最充分的回答

2021年11月8日，贵州茅台举办“辉煌七十周年庆祝大会”。这个位于贵州高原西北部赤水河谷的酿酒企业，回顾了它从建厂初期的39人小厂、进而崛起为全球酒业龙头企业的70年历程，其着墨的重心在于近十年的发展。这正是与中国“十二五”“十三五”两个5年计划时代叠加的时期，也是贵州茅台跨越“转型大业”、开启“高质量发展期”的关键之时。

2012年1月10日，贵州省提出加快把茅台打造成“千亿元级企业”的目标。对于上一年度营业收入208.14亿元的茅台来说，也是从这一天始，开启了它的千亿元征程。与此同时，我国也明确了促进贵州经济社会又好又快发展的主要任务，提出了一系列重要举措。贵州，迎来了与国家复兴潮流共

鸣共赢的重大机遇。

非凡十年，正是因为国家的重点关注和扶持，贵州的经济增速连续10年位居全国前三，数字经济增速连续5年排名全国前列。

从2012年6700亿元生产总值起步，到2021年贵州全省地区生产总值达到19586.42亿元，翻了3倍有余，增速继续保持在全国第一方阵。2021年，人均地区生产总值50808元，比上年增长8.0%。

正是在这10年里，贵州茅台的“产量吨位”不断提升、“企业地位”不断提高、“文化品位”不断丰富，走过了不凡的荣耀之路。

2017年，茅台成为全球市值领先烈酒品牌；2019年，茅台实现经营额过千亿元、股价过千元、市值过万亿元的超级梦想；随后，茅台一度创造2600元/股、市值过3万亿元的资本市场奇迹。

“产能吨位”“企业地位”“文化品位”最终合力而成“品牌价值座位”的向前跃迁。

2012年，茅台首度上榜全球知名品牌价值评估机构BrandZ™世界品牌价值百强榜单第69名。到2022年，茅台的品牌价值已名列全球第14位。

这是茅台与贵州、与中国伴随式增长的“黄金十年”，也是以茅台为代表的赤水河谷文明与中国复兴潮流共鸣共振的体现。

非凡十年深刻塑造，让茅台实现深层蜕变

2012年白酒行业进入深度调整期。贵州省高度重视茅台改革发展，2013年4月，贵州省作出了“三个转型”“五个转变”的战略指导。“三个转型”“五个转变”的战略指导。“三个转型”指发展思路、营销战略、管理模式3个方面。“五个转变”探索消费场景转变、客户群体转变、专营专卖向直营直

销转变、国内市场转向国内国际市场并重、营销转变的新路径。

以此为节点或者说起点，贵州茅台大力促进“内提素质、外稳市场、转型发展”，转向高端商务和大众消费市场，努力巩固和提升茅台酒的市场地位，实施突围。

2013年，茅台营业收入即跃居业内领先。

2015年底，茅台通过战略上向高端商务市场和大众消费市场转变、策略上加大营销渠道建设、战术上坚挺出厂价，借助改革开放和消费升级释放的红利，率先突围成功，走出行业深度调整低谷。

2016年，茅台终端市场价大幅回升。

2017年4月10日，茅台正式成为全球烈性酒巨头。

同年，茅台产能突破4万吨，集团营业收入达到764亿元，同比增长50.5%，位列Brand Finance 2017年全球品牌500强榜单118位，较上年上升66位，品牌价值较上年接近翻倍，位居“2017年全球烈酒品牌价值50强”榜首。

2019年，茅台实现“营业收入过千亿元、股价过千元、市值超万亿元”的历史性突破，提前一年完成“十三五”目标任务。

2021年，茅台以年产量5.6万吨的庞大体量，拥有员工4.3万人而傲视全球酒业群雄。

从2012年11月至2020年12月，茅台人把握新时期发展要素，搭乘新时代发展东风，因势而动、顺势而为，以“调结构、促转型”为主线，完成了“转型大业”的发展使命，推动茅台实现了从做大规模向做大主业的的历史转变。

茅台的突围成功，根本的原因正在于国家消费市场的提质扩容。党的十八大以来，我国超大规模

市场优势持续发挥，市场销售规模稳步扩大，消费结构优化升级，商业体系建设不断加强，流通方式创新发展，流通效率明显提升。消费成为经济增长的主要驱动力，构建新发展格局成效持续显现。

数据显示，2016年、2019年社会消费品零售总额先后突破30万亿元和40万亿元，2021年达到44万亿元，再创历史新高，是2012年的2.1倍。仅2013—2021年，居民最终消费支出对经济增长的年均贡献率超过50%。其中，2021年最终消费支出对经济增长的贡献率为65.4%，是经济增长的第一驱动力。

茅台在营销市场上的成功转型，离不开贵州综合立体交通体系的构建。

20世纪，茅台酒之所以成名许久却发展迟缓，是因为酒很难运出去。“贵州到、汽车跳”，那时装在木箱里的茅台酒从工厂到口岸，就像经历一次冒险。

正是看到交通的局限，贵州大力推进基础设施建设，率先在西部实现县县通高速公路，截至2021年底，高速公路通车里程突破8000公里。如果加上绕道道路、串寨路和联户路，贵州的路接近40万公里。8个市州通高铁，高铁通车里程达到1527公里。

如今，茅台不仅拥有通达的高速路网，还拥有了“茅台机场”。从这里出发，转道北上广深成渝等中心城市，这里的人们可以与世界各大洲直接进行商贸、经济、消费、文化往来。

贵州的基建“高速”推进了茅台发展的“高速”。

这仅仅是茅台受益于它所依存的贵州这片土地的一个小小案例。当茅台通江达海、沿着“一带一路”倡议走上快速国际化的道路时，正是祖国与身后的这片土地，给予了源源不断的助力与推动。

非凡十年共享发展使命，让茅台“生产美”

曾在历史上被视为“天下贫苦之地”的贵州，实现了历史巨变。全省923万贫困人口全部脱贫，66个贫困县全部摘帽、9000个贫困村全部出列，192万人搬出大山。

在脱贫攻坚的“贵州战法”中，国有企业“百企帮百村”、民营企业“千企帮千村”的“百千万行动”，凝聚了攻坚强大合力，茅台作为国有企业的典范站在了前列。

2015年，茅台集团对口帮扶遵义市道真侗族自治县，精准帮扶、产业帮扶成为茅台的着力点。茅台人持续对口帮扶这个曾拥有6.2万贫困人口的老少边穷山区，累计投入资金达4.3亿元，为当地修公路、建房子、做产业、抓教育，推动由“输血式”扶贫向“造血式”扶贫转变。

5年后，茅台与道真再次签署5年之约，真心、真情、真力继续帮扶，发挥自身优势，全力支持道真乡村振兴。

茅台产业帮扶由来已久。自1984年起，茅台坚持高于市场平均价格的优惠条件收购本地高粱，仅此一项就在2013年多支付1.6亿元收购款，当年就使仁怀本地8万多户农民成为“粮食增产、农业增效、农民增收”的直接受益者。如今新的茅台酒用高粱收购价为11.2元/公斤。

作为白酒行业的领头羊企业，茅台在仁怀市、习水县、金沙县、播州区、汇川区等5县、市、区规划建设了98万

亩茅台酒用高粱基地，年产能20多万吨，每年带动近15万农户实现增收。而茅台酒用高粱基地的标准化、规范化、品牌化建设，或将成为贵州巩固拓展脱贫攻坚成果样板区之路上的一大因地制宜的范本。

在扶贫济困的同时，茅台以教育扶贫阻断贫困代际传递。2012年启动的“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动助学活动，茅台已在10年中累计捐资10.14亿元，让20.13万名学子受益。与致力于将扶贫济困融入企业发展的全产业链条一样，茅台在教育扶贫方面致力于打通高等教育的“最后一公里”，这种企业社会责任的履行，体现了一个企业公益的纵深与精准。

正因为上下合力、内外合力，打造了一套立体性、可持续的企业社会责任体系，茅台在2020年、2021年荣获“全国脱贫攻坚先进集体”“全国脱贫攻坚组织创新奖”等重要荣誉。

确立“五匠质量观”，走好“五线发展道路”，使茅台并不仅仅是一瓶美酒。它所蕴含的还有工艺传承之美、生态环境之美、文化极致之美，当然更包括企业社会责任之美。茅台生产美产品、创造美生活，进而在企业治理、公益担当诸方面“共美中国”，是茅台不断论述、不断实践的所在。

2021年，贵州茅台已确定“十四五”的重要航向，即力争在接下来的5年成为贵州本土第一个世界500强企业。

这是茅台新时期的非凡梦想。
(数据来源：贵州茅台)



茅台酒新包装车间生产线上的工人。2012年茅台酒及系列产品基酒首次突破4万吨，如今，10年时间已翻番至8.47万吨，其中茅台酒5.65万吨，系列酒2.82万吨。产量翻番推动营业收入和品牌价值的提升。



贵州遵义市道真侗族自治县茅台帮扶产业园里，村民在家门口的食用菌基地采摘香菇。2015年茅台结对帮扶道真脱贫，5年长跑打赢脱贫攻坚攻坚战后，茅台于2021年4月与道真再次签署5年之约，助力道真进一步巩固脱贫攻坚成果，完成“十四五”时期乡村振兴使命。



2022年8月27日，贵州仁怀市后山乡村民喜收高粱。茅台在贵州境内共规划建设了98万亩茅台酒用高粱基地，年产能20多万吨，每年带动近15万农户实现增收。