责任编辑：曾西雅 E-mail:xiya@peoplemail.com.cn
吕红娟 E-mail: xxsbzhs@163.com

袁仁国喜获全国劳动模范荣誉称号

4月30日上午10时，2005年全国劳动模范和先进工作者表彰大会在北京隆重举行，中国贵州茅台酒厂有限责任公司党委书记、总经理，贵州茅台酒股份有限公司董事长袁仁国喜获全国劳动模范光荣称号。

这次受表彰的2124名全国劳动模范和845名全国先进工作者，是2000年全国劳动模范和先进工作者表彰大会以来，全国各行各业、各条战线涌现出来的品德高尚、业绩卓著、贡献突出的先进模范人物，他们是亿万劳动群众的杰出代表和建设社会主义物质文明、政治文明、精神文明的时代先锋。

国务院对全国劳动模范和先进工作者的隆重表彰，充分体现了劳动光荣、知识崇高、人才宝贵、创造伟大的社会风尚。（彭 云 罗国庆）

国酒茅台通过国际计量检测体系认证

最近从有关方面获悉，国酒茅台通过ISO10012国际计量检测体系认证。近日，贵州省质监局为国酒茅台颁发了《完善计量检测体系合格》证书。

国酒茅台视管理为永恒的主题，历来十分重视加强企业管理、完善质量管理体系工作，在20世纪80年代，争创国家一级企业期间，审时度势，领白酒行业风气之先，引进了符合当时历史背景和企业状况的一些管理理念方法。20世纪90年代后，在全国同行业中率先获得ISO9001国际认证，开展了以贯彻ISO9001标准为主线的管理制度建设，被认定为国家一级企业。进入新世纪，以相继进行了ISO14000（环 保）、OHSAS18000（职业健康安全管理）标准的贯标认证，并与ISO9001标准实现了三个体系的整合运行，获得全国质量管理奖。国酒茅台还先后获得全国“五一”劳动奖状、全国质量管理先进企业、全国质量效益型先进企业、全国外经贸质量效益先进企业等质量管理奖项，是全国512家重点“500强企业”

新加坡茅台葡萄酒进军世界第一站

年初，新加坡佳亿控股属下的亿贸投资公司成为茅台葡萄酒在海外的第一个总代理，使新加坡成为茅台葡萄酒进军国际市场的第一站。

在新加坡这样一个成熟，而且一向又是以法国、澳洲、美国葡萄酒为主的消费市场，中国葡萄酒品牌要进入不是一件容易的事情。因此茅台葡萄酒公司与亿贸公司达成协议，暂时以参与大型商贸活动等形式，用3年时间在东南亚市场树立品牌，走高档消费市场路线，把市场价定在80—200新元不等，希望以质量而不是以价格取胜。此前，茅台干红已在去年举行的“环球企都”以及今年刚在吉隆坡结束的国际华裔小姐评比等多个活动中以赞助商的形式出现，给不少商家留下了深刻的印象。

贵州茅台酒股份公司总经理乔洪在接受新加坡《联合早报》记者访问时说：茅台葡萄酒是茅台品牌的发展和延伸，茅台在中国是家喻户晓的品牌，它通过90多个海外分销商，销售到东南亚、美国、澳洲、日本和韩国等地，我们相信茅台葡萄酒也能够在海外销售市场占有一席之地。

国酒茅台 百亿巨轮正启航

——访茅台酒股份公司总经理乔洪


赤水河畔的茅台酒厂

作为贵州经济支柱的茅台集团，一直是全国业内人士关注的焦点，《经济信息时报》就“茅台”去年的发展，以及未来6年内如何把“茅台”打造成百亿企业，独家专访了贵州省政协委员、茅台酒股份公司总经理乔洪。

谈到过去的一年，乔洪兴奋地说，2004年是大事不断、喜事连连、浓墨重彩的一年。茅台集团公司各项主要经济指标继续保持增长，突破40亿元的销售额，利润和税收都有大幅度的增长，实现了连续6年跨越式发展。

去年，茅台开始逐步尝试“个性化”，先后开发了神舟酒、名将酒、青铜酒等新产品，还针对个性化团体消费，为东盟博览会、贵阳烟厂、南京军区等开发了专用产品；为保证茅台酒的价格得到及时反馈，实现价格的有效控制，茅台设立了百个价格监控点；茅台专卖店也快速发展。

这一年，是稳中求进，难中求进，改中求进的一年；这一年，为公司创百亿企业夯实了坚强的基础。

2004年“两会”期间，贵州省省长石秀诗在贵州省政府工作报告中多次提到继续支持茅台酒的发展，并要求建成销售收入上百亿，具有自主知识产权和国际竞争力的大集团、大公司。如今，转眼一年过去，“茅台”已扬帆启航。

回顾过去，乔洪说，多年来，茅台系列的核心理念就是深化改革、加强管理、开拓市场，在公司和相关各方包括消费者，都给予很好的理解和贯彻，比如茅台提出坚持绿色、自然健康的生活方式，坚持走质量效益型的发展道路，在国内国际两个市场上越来越得到认可。另外，茅台的市场基础在加强和扩大，企业形象和品牌形象在逐步提高，同时，这与贵州省委、省政府重视名牌、名厂、大集团建设发展的战略是分不开的。

乔洪满怀信心地说，要在未来6年内，实现百亿企业的战略规划，我们信心百倍。今后，公司将继续紧紧抓住发展这条主线，把握住企业的质量、管理和市场。坚持改革，注重制度建设和体制创新，消除思想观念上的阻力及体制创新障碍，坚持“酿造高品位生活”的经营理念以及“顾客心动，我们行动”的服务观。

以茅台酒独有的文化为载体，多角度、多方位地通过媒体对企业形象及产品进行宣传，实施好“文化酒”战略，让茅台酒倡导绿色、健康、自然的形象永驻消费者心中。

同时，加强网络建设，咬定终端不放松，加大市场营销网络建设，构建现代物流管理体系，扩展国际市场。

乔洪自信地说，中国白酒经过多年的无序的竞争，现在也趋于理性，这在客观上也为茅台集团的扩展提供了较好的条件。但也应该清醒地看到，众多的白酒名牌厂家都在寻找自己的位置，我们将面临不进则退、主要的竞争对手在多个方面对公司进行针对性极强的挤压，其他竞争对手则步步紧逼严峻局面。我们一定要克服小富即安、小胜则欢的思想，增强抢抓机遇的信心和紧迫感，树立全局意识、机遇和忧患意识，进一步增强大局意识、责任意识，不辱使命、不负重托，把国酒茅台做好、做强、做大。

白酒的版图与文化

背着行囊，行走在广袤的中国版图中，你可以听不懂那里的方言，可以辨不清那里的方向，但只要有酒，你就可以获得本地人的热情与信任。因为酒是地域文化性格的另一种表述。

众所周知，无水不成酒。自古至今，酿酒的首要条件就是要选好一方水土。在中国传统的美酒分布版图上，名酒背后都依托着独特的地理、河流、气候条件，尤其是其背后都依托着一脉传奇好水。

依据传统的说法，中国白酒大致分三大系：贵酒、川酒、徽酒。据说这三大酒系中每一名酒的背后都有一道神奇河流，如果在地图上把这些河流串起来的话，可以明显看出：中国三大水系——金沙江、赤水河、淮河（中上游） 它们像三条酿造美酒的“珍珠项链”，分布在中国的地理版图上。

金沙江、岷江流域——川酒U形带

该流域是历史闻名的川酒发祥地，出产了众多名酒，而且大体上都分布在四川东部盆地内，沿着盆地四周山区底部边缘形成一个U字形分布地带，形成了中国著名的美酒U形带。

U形地带的外圈西起广元、江油、绵竹、灌县、邛崃一线，向南经过乐山、犍为、宜宾、泸州、合江，然后向东延伸到重庆、涪陵、万州和云阳；它的内圈西起绵阳、德阳、广汉、成都、彭山、眉山，南过荣县、自贡、富顺，东连合川、广安、渠县乃至达县，构成一条逶迤千里，十分壮阔的经济锁链，给人以深刻的印象和启示。U形带名酒以五粮液、泸州老窖、剑南春等为代表。

鲜明复杂的地理条件造就了该地区白酒的浓郁香味，飘忽悠久的旷世传说铸造了该地区白酒的迥异个性，总体上以五粮液和泸州老窖为代表有两种浓香型口味：或香气悠久、落喉净爽，或醇香浓郁、清冽甘爽。

赤水河——美酒之河

从清代起，赤水河就是川盐从长江经泸州、合江等地的一条水上通道，也是孕育了国酒茅台、郎酒等众多名酒的“美酒河”。

由于这里有难以比拟的水质，赤水河上游的河水，硬度较低，无论是洪水期还是枯水期，全年水质的各项理化指标均波动较小，这是其他地区所难以比拟的。该地全年平均气温约为21℃，最低为-2.7℃，最高为39℃左右，全年平均降雨量为1088毫米左右，加上千年制酒，形成了空气中多达200多种丰富的微生物群，在高温高湿的伏天制酒，特别有利于霉菌、酵母菌等多种微生物繁衍。赤水河名酒以国酒茅台、郎酒为代表。

这里不可复制的天然美景和得天独厚的水土条件，造就了该地区白酒独特的酱香风格，其代表口味当数茅台：酱香突出、幽雅细腻、香而不艳、低而不淡、闻之沁人心脾，入口荡气回肠，一次邂逅足以让人念念不忘。

淮河中上游——徽酒文化带

淮河，自古有“走千走万，不如淮河两岸”、“江淮熟，天下足”的美誉。淮河从源头太白顶到河南、安徽交界处的洪河口，是它的上游。这一段淮河穿行于山地和丘陵之间，具有山溪性河流的水流湍急、暴涨暴落的特点。在淮河中上游地区，有一条以安徽亳州为中心的徽酒名酒带，这里的徽酒随着徽商远走四方的脚步而逐渐闻名全国。

耕读传家的深厚文化使徽酒酒品纯正，书香门第的历史熏陶使徽酒满腹精华，它的浓香不像川酒般爱恶分明，而是如一位儒雅诚信的徽商般端庄绵长、纯正顺和、不温不火、恰到好处。徽酒以高炉家酒、古井贡酒等为代表。

（赵岚）

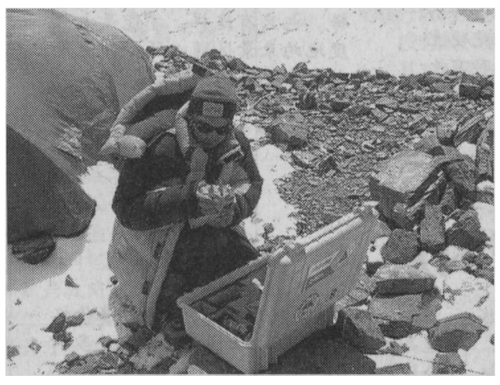
红塔集团全程赞助重测珠峰活动

继1975年我国测定并发布世界最高峰珠穆朗玛峰8848.13米的高程之后，2005年我国再次组织开展珠峰高程测量活动。红塔集团将全程赞助此项活动。

2005“珠峰高程测量”将首次由我国专业测绘人员和专业登山人员合作，汇聚来自中国科学院、国家测绘局等单位的大批科学家和测绘人员，以及众多为他们提供辅助工作的中国登山队员，登上珠穆朗玛峰峰顶进行观测。本次活动计划在5月登顶测量，5月下旬完成测量，然后进入复杂的后期计算、复核工作。预计将于8月向世界公布这次测量结果。

红塔集团以强烈的民族责任感，通过支持国家测绘局的珠峰测量活动，凸现不断挑战、不断超越的“山高人为峰”的企业精神。并怀着深深的敬意，向珠穆朗玛、向参与“珠峰高程测量”所有攀登者和科技工作者致以深切关注和感激。据了解，红塔集团此番赞助活动将获得由国家测绘局颁发的“2005珠峰高程测量”活动证书。




冲顶测绘队员

2005珠峰高程测量活动花絮之一

30年丈量民族的高度

——红塔集团鼎力支持国家测绘局测量珠峰高度

今年5月将首次由我国专业测绘人员和专业登山人员合作，再登珠峰重测高度。

其实，1975年后，曾有多个机构和国家再测量过珠峰高程，最近的一次是1999年5月，美国曾在“千禧年珠峰测量”计划中得到的测量结果是8850米，但我国只是把这一数据视为一项科研成果。

从珠峰测量的历史来看，我国对珠峰最早的地图标志建于清朝康熙时期，也就是1917年的《皇舆全览图》上，当时在地图上明确标上了珠峰的位置。1852年，以英国人华夫为首的测量队用大地测量的方法，首次确定珠峰为世界最高峰，测定为8840米。此后的一百多年，测量珠峰高度一直是由外国人组织进行。1975年，我国在“登山、测量、科考”一体的组织原则下，测定珠峰高度为8848.13米。从19世纪中期一直到20世纪末150年的时间里，几乎每隔20年左右就要进行一次重大的实地测量，围绕珠峰高度的争论也从未停止过。

而从1975年我国测量珠峰到现在，时间已经过去了30年，再次测量珠穆朗玛峰的高度，是我国科研和环保工作的一项重要任务。同时我们获悉，由国家登山协会及西藏登山协会共同组织的几组登山队也将同时向珠峰顶发起冲击，但珠峰测量工作将会由中国测绘局的队员来完成。随着2005珠峰高程测量活动的逐步展开，这一活动已经成为国人甚至全球关注的焦点。红塔集团通过支持赞助国家地质测绘局的方式，介入这一万众瞩目的重大事件，不仅体现了作为国有大企业的社会责任感，彰显中华儿女的民族自豪感，提升企业形象和行业整体形象，同时也以最贴近、最适当的形式又一次诠释“山高人为峰”的企业核心理念，真可谓匠心独运。

那么，与前几次测量珠峰相比，此次测量珠峰有哪些创新之处呢？首先，随着测绘科学技术的巨大进步和测量技术设备的高度先进，将会大大提高珠峰测量的精确度，这也是我国首次由专业测绘人员和专业登山队员合作，携带测绘仪器，登上珠峰峰顶进行实地观测。其次，使用的测深雷达准确探测出珠峰峰顶的浮雪和永久冰层的厚度，为准确计算珠峰的“身高”提供了科学依据。第三，要在珠峰峰顶树立测量觇标，与以往觇标不同的是，珠峰觇标上还将安装上GPS天线和反射棱镜，以方便测量需要。第四，将是首次在8000米以上进行重力测量，同时对珠峰周边地区开展大规模控制测量工作。通过分析研究近郊区域40年的观测资料，开展与珠峰高度位置变化密切相关的地球科研工作。这四项创新，将使我国高峰测量水平在世界排名上大大提前，充分证明了中国国力。

红塔为社会尽责

据不完全统计，从1985年至2004年红塔累计为各项公益事业捐款超过4亿元人民币。

教育

学生时代，
他们记住了“红塔”这个名字。
将来，他们会把红塔精神播撒到更远的地方……

2004年12月10日，由红塔集团协办的“红塔杯”云南首届大学生创业计划大赛颁奖典礼及项目推介会上，近百个优秀创业计划在大赛中崭露头角，一些参赛选手也在大赛中脱颖而出。

2004年10月3日，由红塔集团出资40万元兴建的“捧当红塔希望小学”在位于怒江大峡谷中的贡山县捧当乡落成。

2004年5月，首届“红塔杯”云南省大学生创业计划大赛拉开帷幕，这是“红塔爱心助学工程”的第五项内容。

2003年7月，红塔集团开展了贫困大学生暑期勤工俭学活动，成为“红塔爱心助学工程”项目内容之一。

2002年，云南高校又有600名贫困大学生得到“红塔爱心助学工程”的资助。红塔还设立了“红塔高校十佳大学生奖”， 同时计划举行“红塔杯”中英文演讲比赛和辩论赛。

2001年11月16日，红塔集团为云南永胜地震灾区捐款60万，用于为灾区孩子重建校舍。

赈灾

红塔是社会的一员，
正如一条小溪奔流向大海，
我们期待并行动着，
为了共同的家园更加美好。

2005年1月17日，红塔集团向印度洋海啸灾民捐赠35万余元，其中红塔集团玉溪卷烟厂员工捐款近22万元。

2003年8月1日，红塔集团向云南省大姚地震灾区捐款50万元。

2003年5月13日，红塔集团捐赠300万元给玉溪人民防治非典型性肺炎病毒，加上此前向云南省防治“非典”指挥部捐赠的300万元，红塔共为云南省防治“非典”捐赠了600万元。

2003年2月28日，红塔集团将420条军被、14台电视机装上车，这些物品将与红塔捐赠的20万元人民币一起，送往云南省怒江州贡山自治县，给当地尚未解决温饱的村民送去温暖和情谊。

2002年9月17日至18日，由红塔集团工会主席官润芬率队，集团各部门工会代表组成的慰问团一行18人，带着红塔全体员工152968.10元捐款，跋山涉水，前往新平县“8·14”特大滑坡泥石流灾区戛洒、新寨、水塘等几个重灾区慰问灾民，并将捐款亲手送到受助灾民手中。

2000年2月，红塔集团向姚安灾区捐款400万元。

体育

“小贝”、“外星人”、齐达内等世界足坛巨星的到来，着实让中国球迷沸腾了一把。

2004年12月17日，由红塔集团赞助的“红塔山”WBA世界职业拳王争霸赛“金腰带争夺战”首次在中国昆明举行，中国选手首次在比赛中得奖。

2004年9月14日至19日，由红塔集团独家赞助的2004“红梅杯”全国保龄球锦标赛在昆明红塔体育中心举行，来自全国的众多选手参加了角逐。

2004年9月11日，辽宁首届“红塔山”杯户外体育嘉年华之健身、健美操表演大赛受到了当地人民的热烈欢迎。

2004年8月15日，“玉溪杯”桥牌邀请赛在北京举行，首都各界桥牌爱好者百余人参加了比赛。

2004年4月25日，由红塔集团冠名的“玉溪杯”高尔夫球赛圆满结束，这是我国西部最大的国际高尔夫赛事。

2004年4月17至18日，2004“红塔杯”花样滑冰精英赛在昆明红塔冰上运动中心举行。

其它

艺术、环保、法律、经济……
红塔的公益捐助几乎涉及了人们生活的重要方面。
红塔正在与全社会共同进步。

2004年8月25日，红塔员工为建设抚仙湖周边林业生态环境向玉溪市绿化委员会捐赠人民币10余万元，加上此前红塔集团捐赠的20万元，共为营造抚仙湖优良的生态环境捐款人民币30余万元。

2004年6月，红塔集团冠名的“2004迈克尔·波特论坛”带给中国企业界一场精彩的演讲、睿智的对话。波特的经典思想，为中国企业的发展打开了一扇新思维之窗。

2004年5月25日，在聂耳的故乡玉溪，红塔集团赞助1000万元人民币成立云南聂耳音乐基金会。

2004年4月11日，红塔集团独家冠名的“阿诗玛·2004环球小姐中国赛区总决赛”在抚仙湖畔拉开帷幕。

2003年11月22日，红塔集团向“为实现公平和正义 法律援助在中国”大型公益活动组委会捐款120万元。