本版编辑：曾西雅
E-mail：m8@studytimes.cn
Tel：010—62806245

“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段，也是茅台集团应对行业深度调整，突破发展瓶颈，实现千亿级企业的重要战略阶段。为实事求是总结茅台集团“十二五”时期取得的成绩，科学准确分析宏观经济形势和行业发展态势，客观评价内部经营管理和资源能力现状，科学制定茅台集团“十三五”发展战略规划，确定公司未来5年发展的总体思路、目标任务、核心策略、业务战略及实现路径，使规划成为茅台集团“十三五”时期发展的战略宣言和行动纲领，茅台集团专门成立规划领导小组，从2015年6月启动编制工作，先后开展上百人次的访谈调研，召开5次编制会议，充分听取和参考包括贵州省、遵义市国资委在内的规划建议，按照“坚持吃透上情，把握内情，掌握外情”“坚持目标导向与问题导向相结合”“坚持全面规划与突出重点相协调”“坚持战略性与操作性相统筹”等原则，在充分调研、广泛征求意见的基础上进行编制，2016年2月经茅台集团董事会审议修改后，最终完成定稿。规划共12章53节，包含外部环境研究、内部资源能力评价和行业对标分析、总体战略、业务战略及实施计划等主要内容。

茅台集团“十三五”规划出炉

产融结合投资控股　打造千亿级酒业航母

茅台集团“十三五”发展战略规划出炉，引起业内外广泛关注。作为中国白酒知名企业、一张香飘世界的中国名片，茅台未来五年的发展规划视野宏大、令人振奋。

毋庸置疑，作为中国国酒，茅台集团如何实现千亿级企业目标，如何成长为受人尊敬的企业，是一件令人期待的事情。

东经106度22分、北纬27度51分——赤水河谷茅台镇段，是贵州茅台集团的核心主产区所在地，也一直是中国资本市场以及全球酒业关注的焦点。

“五一”节后的首个交易日，在持续占据“股王”之位两月有余后，贵州茅台大涨3.50%，报收260元，复权价创出历史新高。

上市15年来，“沪深两市第一高价股”的桂冠在很长时间内，一直被这家中国知名品牌所占持有。

业界人士敏感发现，茅台股价高昂的背后，一个更重要的信号已然升起——贵州茅台历史上变革力度更为深远的企业战略——《茅台集团“十三五”规划》已经出台，并在集团上下进行紧密部署，强力推进。

规划开宗明义，对贵州茅台未来5年的企业目标进行自我定位：致力于成为全球蒸馏酒知名品牌，通过产融结合打造多元化发展的大型酒业投资控股集团，成为受人尊敬的企业。

业内分析人士指出，这部规划的出台标志着茅台即将从以制造业为主体的传统企业，向有着核心产业，以资本为纽带、以要素为平台，跨领域、多元化的国际控股企业集团演进。

茅台的走向，不仅事关一家标志性企业的战略定位，也是中国制造业升级转型的一个缩影。

从明星企业走向产融结合的行业巨头

目送“十二五”悄然离去，“十三五”如期而至。我们又一次站在了历史的新起点上。

——摘自《茅台集团“十三五”发展战略规划》

告别“十二五”，中国作为全球排名第二的经济体，在世界经济放缓，面临深度转型的关头，迈入“十三五”的大门。

2010至2015年，是茅台发展历史上面临经济下行压力最大、行业调整最深、市场变化最快的5年。公司在宏观经济下行的大背景中逆势上扬，刷新了历史上实力最强、发展最快、品牌影响力最强等一系列记录。“十二五”期间，茅台集团主要经济指标实现了跨越增长，实现白酒产量39.5万吨，较“十一五”增长92%，年均增长8.93%。其中，茅台酒基酒产量17.3万吨，较“十一五”增长72%，年均增长4.13%；销售收入（含税）1825亿元，较“十一五”增长233%，年均增长21.85%；利润总额994亿元，较“十一五”增长258%，年均增长23.49%；上缴税金660亿元，较“十一五”增长222%，年均增长22.85%；工业增加值1404亿元，较“十一五”增长273%，年均增长26.45%。

今天，贵州茅台，再一次站在了新的历史关口。

与5年前不同，站在“十三五”起跑线上的贵州茅台，已是不折不扣的巨型企业：股票市值已从5年前的1700多亿元，增长至今天的3000多亿元，茅台集团资产总额突破千亿大关，达1050亿元，而贵州茅台酒股份有限公司的盈利能力，超过国际酒业巨头保乐力加，贵州茅台股份的盈利水平已跻身国际酿造业前列。而贵州茅台的品牌估值，更是频频亮相于全球品牌价值500强的阵营，与可口可乐、帝亚吉欧等饮料大牌比肩。

企业界对这个中国品牌的未来走向，尤其是它刚刚宣布出台的“十三五”规划，尤其关注。

面对“十三五”，我们与世界一线企业为参照系，高标准制定战略规划，让茅台发展成为追求卓越的茅台，创新驱动的茅台，生态和谐的茅台。贵州茅台集团董事长袁仁国这样表示。

作为中国白酒业的知名企业，贵州茅台“十三五”呈现的是一种怎样的自信？透过这份精心描绘的5年蓝图，人们可以看到一个全新的茅台。

——到2020年，贵州茅台集团的白酒产量将达到12万吨，龙头产品茅台酒的产量达5万吨，整体收入达到千亿元级，综合效益稳居行业前茅；在集团内部培育2至3个上市公司，进一步巩固和提升世界蒸馏酒知名品牌地位，把茅台集团打造成产融结合的国际化酒业投资控股集团，成为受人尊敬的企业，推动中国酒业健康发展，助推贵州经济社会全面进步。

——以核心产品为基础，以资本为纽带，未来的大茅台时代，已经突破了传统制造业的单线模式——传统核心产品积累的现金流，通过股权、投资等手段，进入金融、大健康、旅游、物流等相关领域，由此为企业的成长，打造新的增长平台。

规划提出：坚持“一品为主，系列开发，确保做好酒业文章，做精主业，上下延伸，理性拓展酒外天地”的战略总思维；坚持“改革、创新、发展、协调”的总方针，坚持“自我加压、加快转型、协调发展”的总基调，坚持“稳中求快、快中保好、又稳又实”的总要求，抢抓国家“一带一路”和贵州工业强省的战略契机，探寻新常态下新的增长动力和增长模式。

细读规划可以发现，托起“茅台大厦”的将是“四大板块”。即以酒类业务为核心，积极发展上下游一体化业务；推动关联多元化业务发展；加快金融板块发展步伐；努力打造产融结合新格局。从白酒专业化经营发展为一业为主、多元经营的综合性集团，茅台的总体业务布局充分体现了协同效应。

从明星企业走向产融结合的行业巨头。一连串数字的背后，不是简单的项目叠加。仔细阅读茅台的规划提要，我们发现，这不只是加速奋进的动员令，更是一次突破发展瓶颈，产业再布局、机构再调整、战略新定位的深度改革计划。

从老品牌到新超越

“十三五”是茅台突破发展瓶颈，实现千亿目标的重要战略阶段。

——摘自《茅台集团“十三五”发展战略规划》

2015年11月2日，贵州省委领导把十八届五中全会后调研的第一站选在茅台。

省委领导深刻指出，“打破”才出生机，创新就会有前途。茅台集团要深入学习贯彻十八届五中全会精神，将创新发展理念内化于心、外化于行，以强烈的担当意识和使命意识，正确处理好产量规模与质量效益，传统工艺与现代经营管理、深耕主业和拓展其他产业、厂区建设和周边城镇建设、品牌文化价值提升和生态环境保护、企业发展与人的发展六大关系，全力以赴推动企业创新发展，带动全省白酒产业转型升级。

从“十二五”到“十三五”，贵州茅台的成长背景发生了深刻变化：从全国范围来看，宏观经济环境已从打开国门、拥抱世界，充分享受全球经济产业转移的开放红利以及中国充沛劳动力带来的人口红利赢得快速发展，到今天以转型升级，推动供给侧改革，提升生产水平，满足国人越来越高的物质生活需求，通过创新和创造来提升中国经济在全球的竞争力；从本省范围看，经过过去5年多的连续发展，贵州已从交通闭塞的边远之地，成为今天中国西南腹地的交通枢纽：高速公路、高铁、航空立体交通网络使得这里变成中国西部交通最便捷的省区之一；贵州经济也传统工业时代迅速跨入大数据时代，经济增幅连年领先全国大部分省区。

宏观与区域经济的变化，为贵州茅台的成长营造了全新的成长环境。

“创新、协调、绿色、开放、共享”，党的十八届五中全会提出五大发展理念。贵州省“十三五”规划纲要指出，各级各类规划要有明确反映五大发展理念的指标。

茅台集团的“十三五”规划，把中央、省委的精神要求和省委主要负责人对茅台的讲话精神贯穿始终，凸显了“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，把“五大发展理念”作为未来5年的发展总纲。

坚持创新发展，着力提高发展质量和效益。坚持思想创新、技术创新、体制创新、文化创新，不断创新战略模式、资本模式、商业模式，推进供给侧改革，培育创新文化，拓宽发展空间，构建产业新体系和发展新体制。

坚持协调发展，着力形成平衡发展结构。增强发展协调性，坚持产业协同、母公司与子公司一体、内外部协调、物质文明与精神文明并重，在协调发展中拓宽发展空间，补齐短板，增强发展后劲，提升竞争力。

坚持绿色发展，着力保护生态环境。全面加强环境治理，推行循环低碳模式，全面节约资源，走生产发展、生态良好的文明发展之路，建设美丽茅台。

坚持开放发展，着力推进国际化进程。加快文化融合、品牌发展、金融投资等领域的国际接轨，以全球化战略眼光拓展国际市场，努力打造国际化酒业市场地位，成为具有国际影响力的酒业投资控股集团。

坚持共享发展，着力兼顾相关方利益。积极履行企业公民义务，注重机会公平、效益公平，建立与社会相关方的共享共赢和全面发展关系，让全体员工、各利益相关方共享茅台发展成果。

规划指出：茅台集团的未来5年，重点要处理好六大关系：正确处理好产量规模与质量效益、传统工艺与现代经营管理、深耕主业和拓展其他产业、厂区建设和周边城镇建设、品牌文化价值提升和生态环境保护、企业发展与人的发展的关系。

实现目标，措施先行。贵州茅台坚持老品牌走出新路子，在坚守传统工艺的前提下，充分运用先进实用技术提高劳动生产率；在坚定不移做精酒业主业的基础上，把金融投资作为核心来抓，把健康产业、循环经济、文化旅游、物流、包装作为重点来抓，使非酒业占收入占总量的30%左右；处理好厂区建设与周边城镇建设的关系，优化生产生活生态空间布局，继续支持茅台镇“贵州第一、全国一流、世界知名”城镇改造，推进产城景融合发展；强化厂区生态建设和节能减排力度，保护好赖以生存的环境。

“十三五”是茅台突破发展瓶颈，实现千亿目标的重要战略阶段。茅台集团需要面对后金融危机时代国内外复杂多变的环境不确定性的挑战，积极探寻新常态下新的增长动力和增长模式，完成产业结构调整，实现新发展新跨越，全面突破千亿大关，成为国际化的企业。

从“双轮驱动”到品牌大树

产融结合是产业资本发展到一定程度，寻求经营多元化、资本虚拟化，从而实现融合发展的一大趋势。

——摘自《茅台集团“十三五”发展战略规划》

茅台未来5年，围绕酒类业务，已经延伸出一个长长的产品链：以酒类业务为核心，积极发展上下游一体化业务，推动关联多元化业务发展，加快金融板块发展步伐，努力打造产融结合新格局。从白酒专业化经营发展为一业为主、多元经营的综合性集团，茅台的总体业务布局充分体现了协同效应。

如果说酒业是茅台集团安身立命的基础，是实现可持续发展的原动力，那么，金融就是拉动茅台产业做大做强成为世界级企业的牵引力。当下和未来的贵州茅台，着力于改变金融资本运营能力较弱的现状，努力打造集团酒业之外双轮驱动中的“另一轮”。

据悉，到“十三五”末，贵州茅台拟将“茅台基金”打造为国内有影响的“黔派”资本品牌，成为国内资本市场活跃的市场主体。对于财务公司来说，对内将作为集团内部的资金集约管理平台，面向内部成员单位的金融中心，集团金融资源统筹运作中心，集团内部资金掌控信息枢纽；对外则立足于集团产业平台和优势资源，提供金融服务，推动集团金融产业发展。而投资公司，则扮演投资战略管理者、执行者和推进者的多重角色。

值得关注的是非酒类的多元化领域，将是未来茅台集团打造中小板、创业板或者新三板上市公司的重点领域。战略期内，茅台集团确保拥有两家、力争三家主板上市公司，以及两家中小板、创业板或者新三板上市公司。

白酒和金融，两者孰大？在贵州茅台的发展版图上，这其实不是个问题，因为二者互为推动、互为补充、互为发展。传统与现代，无论何时都不是冲突的，相反最终会融为一个整体。

从两个关键词到战略稳步落地

我们要从操作层面上凝聚内力、形成动力、激发活力、扩大影响力。

——摘自《茅台集团“十三五”发展战略规划》

“我们究竟需要什么样的‘十三五’规划？三个关键词：有进取、有担当、有发展。有进取，主要是体现年年有增长；有担当，主要是为全省同步小康多作贡献；有发展，主要是到2020年实现1000亿规模。”贵州茅台集团党委书记、总经理李保芳说。

据介绍，茅台集团的5年规划不仅对未来“走什么路、做什么事”作出系统安排，还具体到时间表、任务书、路线图等纲领性内容，以确保每一项工作都要能落得了地、见得了效，既不能“跑偏”，也不能“放空”。

为实现“十三五”规划的目标，打造拥有现代管理模式的企业集团，规划从治理机制、组织机制、人力资源、生产管理、财务管理、战略业务流程、信息系统、风险控制8个方面，阐述了未来5年茅台集团在内部资源与能力建设方面的重点。其意图十分明显：从操作层面上凝聚内力、形成动力、激发活力、扩大影响力。“四力”一齐使劲，贵州茅台的发展空间就会更大，基础就会更扎实。

在发展基本准则上，贵州茅台锁定“集权有道、分权有序、授权有章、用权有度”，强调有所为有所不为。具体来说，就是实现法人治理，整个治理结构要实现对业务有效准确决策。同时完善风险管理组织体系，建立董事会、风险管理委员会、风险管理执行部门三重风险防范体系，构筑重大事项风险管理事前评估、事中控制、事后稽查三道防线。

与时代节拍同频共振，使贵州茅台始终走在最前面。未来，贵州茅台将打造物联网云商平台，实现其酒业“互联网+”的营销升级；将“茅台基金”打造为国内有影响的“黔派”资本品牌，彰显茅台在金融板块发展的决心和信心。

蓝图已绘就，扬帆正当时。茅台集团董事长袁仁国表示，战略三分在规划，七分在执行，战略的落地执行，要比战略规划本身更重要。他说，只有统一思想，凝心聚力，才能带动地方经济社会发展，带动贵州酒业发展，带动地方“三产”提升。简单地说，就是将承担社会责任作为第一责任。而社会责任与改革开放密切相关。只有改革开放，才能实现新跨越，推进千亿目标的如期实现，把茅台这个百年品牌做强、做大、做优、做久。

一张蓝图，彰显茅台全球视野和宏大志向。国酒茅台，正在全力向世界奔跑。

出刊：周一、周四　社址：北京市海淀区大有庄100号　邮政编码：100091　社长：许宝健　广告部电话：（010）62805313　发行部电话：（010）62805431　62806227（传真）　总编室电话：（010）62806228　62805368　电子信箱：zbs@studytimes.cn
定价：全年180元　邮发代号：1—267　国外发行代号：W3970　开户银行：建行北京中关村分行　户名：中共中央党校报刊社　账号：2613000456　广告经营许可证号：京海工商广字0301号　承印：人民日报社印刷厂