

构建良好外宣生态 环境 打造一流品牌

□ 袁仁国

中国茅台酒厂（集团）有限责任公司自成立之日起，就视品牌为生命，高度重视对外形象。企业早期，我们的先辈凭着“绣花功夫”和“工匠精神”，像爱惜眼睛一样爱惜自己手艺，精益求精、精雕细琢、追求极致，从而使得茅台酒以出色的质量，在短缺经济时代，赢得了口碑和影响力。近年来，茅台集团认真贯彻中央、省委的有关精神，立足“打造受人尊敬的世界级企业”和“享誉全球的国酒茅台”。2017年及今后一段时间，我们将从以下几个方面宣传并努力打造茅台的品牌价值。

内容创新，生产一流的传播产品。在信息大爆炸和快速传播的时代，我们正面临着内容与传播形式变革的挑战。对于企业而言，借力全媒体，持续输出高品质的内容，是锁定当下，面向未来的必由之路，苹果、海尔等企业越来越重视内容营销，用优质的内容圈定自己的核心用户。我们一是要与媒体一道，通过国际化视野，深度挖掘和传播国酒文化，把茅台故事化，讲好茅台故事，强化文稿撰写、视觉创意制作、创新制作茅台的形象广告和产品广告，倡导健康、文明的饮酒方式；加大对茅台酒品质、工艺、文化、环境、诚信、社会责任方面的宣传，撰写一批推介文章，制作出版一批文化宣传产品，生产出能够代表国际前沿、能够引领观点市场、影响消费心理、提升品牌美誉度、培养顾客忠诚度等的产品。二是要通过可视化文字、角色化声音、交互性页面等符合互联网传播规律的方式做内容输出，实现传播个性化、内容细分化、交流多维化、时间碎片化、体验开放化，以新的可接受的方式，把内容充分传播出去，实现与消费者、与大众的深度理解与互动。三是加强自办媒体创意策划，在内容的输出上进一步下大功夫，力争高水准、专业化、出精品。

形式创新，塑造一流的品牌形象。以更加开放包容的姿态做好新闻宣传，组织国内外媒体做好各种集中采访、专题报道，参与茅台各类重大活动的采访报道，传递茅台生产经营的好声音，改革发展的正能量。二是做好广告创意设计，尤其是系列酒

广告的创意设计，不断提升产品曝光度，提高茅台酒市场占有率，扩大系列酒消费群体。加大活动策划、公关推介、智库论坛、社会责任等方面策划执行力度，充分利用好博鳌论坛、酒博会等各种大事件和展会，加大品牌传播和营销力度。持续开展海外品牌推介活动，继续办好中国茅台“一带一路”行活动，巩固旧金山“贵州茅台日”成果，利用G20峰会、达沃斯论坛、“一带一路”峰会等开展品牌推介，提升茅台的国际影响力和市场占有率。树立“一盘棋”的思想，统筹集团各子公司的品牌宣传和形象宣传，支持战略性业务品牌宣传，全方位进行品牌塑造，推进“品牌133”战略，推进千亿级企业建设。

渠道创新，构建一流的外宣生态。随着互联网用户的高速增长，移动互联网的几何式裂变以及社交媒体的崛起，正引发媒体产业的颠覆式变革。主流媒体的新闻客户端不断崛起，垂直门户影响力不断聚焦，地方新媒体陆续登台，“三微一端”影响力越来越大。放眼未来，从门户时代的专业传播，到WEB2.0时代的用户参与，再到今天众媒时代的多媒共生，未来将是智媒时代的人机共生、万物皆媒。

我们将进一步调整资源配比，实现精准投放。在传统媒体层面：选择性地保持传统媒体对企业的正面效应，酌情降低电视广告和传统报刊的投放力度，增加品牌植入软性传播。维持户外路牌和高铁投放力度，提高产品曝光度。保持航空等户外媒体的投放。在网络和新媒体层面：加大主流媒体新闻客户端的投放推广力度，加大地方媒体五大新闻客户端的投放推广力度，选取行业影响力最大、有新闻采访权的网络媒体做优质投放推广。增加网络视频、特定节目的视频贴片投放推广力度，增加垂直移动门户的投放推广力度，增加服务类客户端等“非媒体”的投放推广力度，增加自媒体微信公众号的投放推广力度。通过内容输出和广告输出，实现移动互联时代的品牌和产品的高曝光。在海外媒体层面：制定明确的海外传播议题，强化twitter/facebook海外社交媒体账号建设，推进自办报刊杂志海外版及多语言官网建设，选取优质的海外媒体合作，结合相关领导出访及茅台的海外品牌推广，加强海外品牌传播，提升茅台国际影响力，推进茅台国际化进程。

管理创新，打造一流的企业形象。加强与各媒体的交流、沟通、合作，通过召开新闻发布会和媒体见面会等方式，向媒体打开大门，向媒体提供更加全面的内容，更富有洞察和价值的观点，进一步增强互信与理解，善待媒体，多交朋友，赢得理解，获得支持，架起与消费者立体式、全方位的沟通新桥梁、新纽带。高度重视舆情管理，提升突发舆情事件的事前预警、事中引导和事后控制能力，作好危机应对，确保企业声誉和品牌声誉。借助4A级广告公司，加强广告宣传创意策划、效果评估，改进投放方式，实现投放价值最大化。建立完善广告宣传管理评价体系，实现优胜劣汰。强化学习，加强人才培养和引进力度，打造一支高水平的企划公关人才队伍。

合作创新、建立一流的合作关系。协作共赢，互信互动。加强深度互动，碰撞出新的有价值的内容来，构建良性的外宣生态系，推进民族品牌的持续发展。共享发展。茅台为各媒体创造了更好的平台，同时得到同行业内最好的成长和回报，以期能够与各媒体建立起更加稳定、透明、专业、持久的合作关系，共享茅台发展的成果。

（作者系中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司董事长、贵州茅台酒股份有限公司董事长）

冲刺阶段再发力 巩固成果再提高

□ 唐先程

广西钟山县委县政府按照中央、自治区党委和市委统一部署，把帮助困难群众特别是革命老区、贫困地区的困难群众脱贫致富摆在更加突出的位置。全县党员干部认真学习贯彻习近平总书记精准扶贫战略思想，不断提高政治觉悟和脱贫攻坚的能力，全面打响精准扶贫攻坚战，取得阶段性成果。

深刻领会精准扶贫战略思想的科学内涵

学深悟透精准扶贫战略思想的精髓。习近平总书记指出，“要坚持精准扶贫、精准脱贫，重在提高脱贫攻坚成效。关键是要找准路子、构建好的体制机制，在精准施策上出实招、在精准推进上下实功、在精准落地上见实效”。这为深入推进我国扶贫开发事业指明了方向。精准扶贫战略思想，立意高远、内涵丰富，可概括为“六个精准”和“五个一批”：“六个精准”是指“扶持对象精准、项目安排精准、资金使用精准、措施到户精

准、因村派人精准、脱贫成效精准”；“五个一批”是指“发展生产脱贫一批、易地搬迁脱贫一批、通过生态补偿脱贫一批、发展教育脱贫一批、社会保障兜底一批”。

科学理解精准扶贫战略思想的理论基础。精准扶贫战略思想是中国特色社会主义理论的重要内容，一方面，共同富裕是精准扶贫战略思想产生的理论基础，也是中国特色社会主义的本质要求。另一方面，全面建成小康社会的宏伟目标是精准扶贫战略

思想产生的现实需要。实现共同富裕，重点在农村，难点也在农村，没有农村特别是贫困地区的小康，就不能全面建成小康社会。只有扎实抓好农村扶贫工作，让广大贫困农户走上富裕之路，全面建成小康社会的奋斗目标才能实现。

准确把握精准扶贫战略思想的时代要求。改革开放前，由于受计划经济体制影响，区域之间的经济没有太大差异。但改革开放以来，允许部分地区、部分人先富起来，一些地区发

展得快一些，而另一些地区发展得慢一些，区域发展不平衡的问题逐渐凸显。进入新世纪之后，国家根据扶贫开发面临的新形势、新任务，印发了《中国农村扶贫开发纲要（2001—2010年）》，开展大规模扶贫工作，但扶贫过程中出现扶贫对象偏离、贫困地区内部贫富差距扩大、返贫率高、政策效果持续性差等问题。习近平总书记提出的精准扶贫、精准脱贫战略思想，为解决这些突出矛盾和问题提供了根本指导。

推进精准扶贫的主要做法、成效及经验

主要做法。钟山县委县政府在习近平总书记精准扶贫战略思想的指导下，结合当地实际，紧紧抓住“看真贫、扶真贫、真扶贫”这个关键点，科学制定“一突出三跟进”（突出2018年如期脱贫摘帽，与全国、全区和全市同步全面建成小康社会的进度要跟进；贫困村脱贫出列的进度要跟进；贫困人口全部脱贫销号的进度要跟进）目标，提出14个攻坚举措方向，出台系列政策措施，选准扶贫主导产业，开辟小额信贷绿色通道，创新产权收益扶贫模式，不断拓展帮扶思路，扎实推进脱贫攻坚。

主要成效。截至目前，全县建成黑木耳、金银花、肉牛等产业化扶贫农业示范基地20多个，引导钟山县天怡食用菌有限公司等企业按照“金融机构+公司（合作社）+基地+农户”合作模式，完成黑木耳种植310亩，年总产值可达900万元，可增加农民收入350多万元，带动近170户贫困户

脱贫；引导钟山县山水牛农业有限公司，以“党支部+龙头企业+合作社”的经营模式开展民企合作，在公安、清塘、同古镇分别落实1个肉牛养殖基地。2016年自治区下达易地扶贫搬迁项目3个，分别是扶贫生态移民产城融合示范工程、公安镇和清塘镇扶贫生态移民安置小区建设项目，共搬迁4577人，项目正在加紧建设。全县完成8个贫困村出列和13006人脱贫销号的“双认定”工作，累计获得贫困户扶贫贷款43942万元，全县投入5989.88万元用于贫困村基础设施项目建设。全县脱贫人数13006人，脱贫摘帽村8个，圆满完成上级核定的脱贫任务。

主要经验。一是“摸清家底，定准目标”成为助推钟山精准扶贫的重要前提。2015年10月以来，全县组织1119人组成406个工作小组，开展精准识别贫困户贫困村工作，入户精确完成5.4万人、45个贫困村、362个自然

村、52个移民搬迁村屯的建档立卡工作，找准了贫困对象，摸清了致贫原因，为精准认定、精准扶持、精准管理、精准考核、精准脱贫提供了有力支撑。二是“量身定制，精准施策”成为助推钟山精准扶贫的关键环节。根据贫困户的实际情况实行量身定制、精准施策的脱贫摘帽方案，实施了《中共钟山县委委员会关于贯彻中央、自治区党委和市委扶贫开发工作重大决策部署坚决打赢脱贫攻坚战的实施意见》《钟山县“十三五”脱贫计划》《钟山县加快推进农村低保制度与扶贫开发政策有效衔接工作实施方案》《钟山县精准扶贫产业帮扶实施方案（试行）》等7个政策文件，为加快推进精准扶贫提供了保障。三是“培育产业，金融扶持”成为助推钟山精准扶贫的强力引擎。坚持“输血”与“造血”并举，规划和发展中长期优势产业，引进了一批农业龙头企业和专业合作社，带动贫困群众发展茶

叶、中药材、蜂蜜、食用菌、肉牛、肉鸡、水果、蔬菜、红色文化旅游等特色产业。还筹措1000万元建立扶贫小额信贷风险补偿金，利用财政资金撬动金融资金用于扶贫产业发展，引导贫困户通过贷款入股企业方式，以不低于8%的标准参与分红。已遴选扶贫龙头企业41家，入股贫困户5696户，入股金额达28351.45万元。四是“整合资源，合力攻坚”成为助推钟山精准扶贫的有力支撑。扶贫开发是全社会共同责任，钟山县注重整合各界有利资源，构建专项扶贫、行业扶贫、社会扶贫等“三位一体”大扶贫格局。健全完善党政机关、企事业单位、社会团体、热心人士等定点扶贫机制，广泛调动了社会各界参与扶贫开发的积极性，社会各界开展扶贫帮困的活动如火如荼，形成了强大的工作合力，实现了社会力量帮扶贫困村全覆盖。

找准精准扶贫工作存在的主要问题

展动力。有的贫困户“等靠要”思想严重，不愿积极就业，等待政府帮助解决问题。有的群众曲解党委政府的扶贫政策，把扶贫当成“福利”，想要党委政府长期进行帮扶，以达到不劳而获的目的。全县建档立卡贫困人口中，高中及以上学历比重仅为8.4%，整体素质偏低，缺乏致富技能和途径，发展能力不足。

产业相对薄弱、结构单一问题。全县45个贫困村中有33个贫困村没有集体经济收入，90%以上贫困村没有主导产业；而现有的产业普遍缺乏龙头企业、合作社带动，农民专业合作社规模小而散，带动能力不强。

受地方陋习影响、导致“八有一超”延迟现象。“八有”是指有稳固住房、有饮用水、有用电、有路通自然

村、有义务教育保障、有医疗保障、有电视看、有收入来源或最低生活保障；“一超”是指家庭人均纯收入超过国家扶贫标准。部分贫困户因受到当地农村风俗习惯的影响，认为如果没有黄道吉日，就不适宜建新房或搬新居，这些陈规陋习成为解决“有稳固住房”的绊脚石，一定程度上影响了“八有一超”的实现。

加快推进脱贫攻坚的路径与对策

脱贫摘帽功亏一篑。必须准确把握脱贫摘帽的时间节点，围绕“一突出三跟进”扶贫工作目标，绘好作战路线图，倒排进度表，实行“挂图作战，清单管理”，进一步细化帮扶任务，逐村逐户逐人制定精准扶贫方案和措施，健全精准扶贫台账，实行“有进有出”的动态管理，牢牢把握好“靶向精准度、政策精准度、效果精准度、外力精准度”，坚持精准滴灌、靶向治疗，确保脱贫到村、脱贫到人。

把握近期与远期工作的着力点，更加注重通盘与区域的帮扶谋划。要坚持近期与远期相结合，在近期实施好一批群众急需项目的基础上，根据全县45个贫困村实际，制定长期发展规划，突出增强群众自我发展功能。要加快小额信贷发放和企业遴选，引导贫困户入股带富能力强的企业。要加大农业龙头企业、农民专业合作社等经营主体的遴选力度，结合贫困村资源条件、地理位置、产业优势、群众意愿等情况和产业扶贫政策，深化扶贫小额信贷风险补偿金、发放免担保贴息扶贫小额贷款等机制，分类指导贫困户就业创业，实现政府、贫困户、

企业“捆绑”，提高贫困户的发展产业积极性和脱贫致富能力。

把握政策扶持与措施落实的衔接点，更加注重重点突破的实效。提高脱贫攻坚成效，关键是要找准政策扶持和措施落实的衔接点，在精准施策上出实招、在精准推进上下实功、在精准落地上见实效。要加大力度抓好产业扶贫政策和黑木耳、肉牛、金银花等扶贫产业项目示范效应的宣传。着力完善“公司+合作社+贫困户”“公司+基地+贫困户”等新型农业产业化经营模式，通过土地流转、入股、签订产销合同等方式带动贫困户增收，引导更多的群众参与到水果、牛奶、蔬菜、马蹄、烟叶、优质稻等优势产业开发，增加经济收入，加快脱贫致富步伐。

把握总体任务与责任到人的结合点，更加注重帮扶的质量提升。要把深化党员“两学一做”学习教育与扶贫帮困服务相结合，形成同频共振，强化“两学一做”对精准扶贫的促进作用。要大力深化“三建三引三提升”工程，充分发挥农村党群理事会组织引领作用，大力推广钟山“党建+”扶贫模式经验，通过不断加强基层党的建设，提

升党组织的引领能力，使基层党组织和广大党员始终成为打好脱贫攻坚战的中坚力量，不断提升扶贫帮困的能力和服务群众的质量与水平。

把握巩固基础与扩大战果的创新点，更加注重推进的步伐加快。要在巩固精准扶贫成果的基础上，坚持改进帮扶方式，抓好思路创新、方法创新、机制创新、措施创新，力争脱贫攻坚取得更大成效。立足钟山县情实际，结合“一区两城三镇”的城镇化建设目标，加快推进扶贫移民产城融合示范工程，培育壮大钟山工业园区企业，为贫困户创造更多就近就业机会。充分运用生态示范村建设成果，大力发展“四大业态”，引导和扶持困难群众发展旅游服务业。牢固树立“治穷先治愚、致富先富智”的理念，深入实施“雨露计划”，大力推进教育扶贫，全面加强教学基础设施、师资队伍建设，强化贫困群体就业技能培训，提高劳动技能，激发广大群众自我发展的内生动力。通过加大扶贫帮困力度提高群众收入，全面提升群众的获得感。

（作者系广西壮族自治区贺州市钟山县委书记）