



外国朋友对茅台充满兴趣。



2018年，“文化茅台走进澳洲”代表团受到当地茅台粉丝热烈欢迎。

文化茅台·多彩贵州驶向南美大陆

2019年4月，茅台镇上的糯高粱刚刚新芽萌绿。茅台酒厂里的制酒车间，准备开始第三轮次酒的开烤。而在南半球另一端大陆，茅台镇的对立面智利圣地亚哥，葡萄正迎来硕果累累的丰收季。在这最美的人间四月天，乘着“一带一路”的东风，茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳将率队赴南美大陆，将在智利、阿根廷、秘鲁留下醇香的足迹。这是继欧洲、北美、非洲、大洋洲后，茅台国际化的又一次“大跨步”，世界上最长的山脉安第斯山脉将环绕着一股浓郁而幽雅的酒香。

充分发挥品质品牌优势

2019年，是茅台进入智利的第14年。从最开始只在华人之间流通，到日渐风靡智利主流市场，茅台证明了距离和地域差异并不能阻断文明交往，这正是中国古代“丝绸之路”延伸至拉美成为现实最有力的说明。

作为一张香飘世界的中国名片，这些年来，茅台一直为推动中华文化走向世界进行着不懈的探索和努力。自2015年在莫斯科、米兰、美国举行大型推广活动后，近三年茅台又分别在德国汉堡、南非开普敦、澳洲悉尼等“一带一路”沿线国家开展品牌文化推介活动，带起了一股茅台旋风，开创“文化出海”的新风尚。2019年4月，茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳将率队抵达有400多年历史的古城——智利首都圣地亚哥，开展“文化茅台·多彩贵州”一路行——走进智利”品牌推介活动。这是首次踏进最遥远的智利

大陆，足见茅台对走进“一带一路”沿线各国的自信和作为中国民族品牌的责任担当。

“大家好才是真的好。”茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳说，茅台要充分发挥品质、品牌和文化优势，主动对接、深度融入“一带一路”，积极稳妥推进海外市场布局和渠道建设，打造“中国白酒”整体品牌，带动更多中国白酒企业走出去。

开展系列文化活动，融入当地，探索与陌生文明和谐共处、互利互惠，增加世界对中国文化的认同感，茅台为其他中国品牌“走出去”打下了良好的文化基础。事实上，近年来，在与其他酒企的多次交流中，李保芳频繁提到国际化发展方面的合作。在促进中国白酒企业竞合发展之余，茅台正带领中国酒企一起努力提升“中国白酒”和中国文化的全球影响力。



2017年，非洲当地“茅粉”高举“我爱茅台”横幅在机场热烈欢迎远道而来的茅台客人。

“太平洋将我们相连”

奥地利考古学家认为智利著名的复活节岛古文字与古代中国的象形文字颇为相像。茅台将南美、将智利提升为其海外市场的重点布局对象，因为大家有着共同的语言。

智利因国土狭长，横跨多纬度，而使得全国各产区的葡萄酒非常多样。而茅台酒生产的地貌恰恰与之相反——具有独特性。茅台所在的北纬30度，诞生了四大文明古国，幼发拉底河、长江、密西西比河等世界大河均在这一纬线附近入海，还孕育了一处独一无二的茅台酒酿造环境。

然而，两国人民在“酒”上，有许多共同之处，智利拥有丰富的酒文化与悠久的酿造历史，人民对各种酒类具有十分高的接受度与包容性。目前，智利是南美洲最大的酒类消费市场之一，在茅台拓展海外市场的版图中占据着重要的位置。以酒会友也成为中智连接在一起的共同纽带。茅台是中国最好的白酒，坚守着最古老的酿造工艺，而智利是新世界葡萄酒的代表。相信两者碰撞将会迸发奇妙的火花。

2006年，智利第一家茅台经销商诞生，茅台正式踏足南美大陆。2018年，茅台葡萄酒公司与智利马吉戈酒庄正式确立战略合作伙伴关系，并建立了大规模的葡萄种植基地，为今后高品质的茅台葡萄酒储备了优质的原料，逐步深化中国葡萄酒文化与国际文化的相互渗透和融合。

中智两国的亲密友好，也为茅台在智利的发展提供了深厚的土壤。智利是第一个同中国签署双边自由贸易协定和自贸协定升级议定书的拉美国家。目前，中国是智利全球第一大贸易伙伴、第一大出口目的地和第一大进口来源国。

近年来，智利民众生活中随处可见中国商品影子，“made in china”的频率越



澳洲品牌推介活动现场，调酒师用茅台酒来调制鸡尾酒。

来越高。据说智利年轻人对中国的印象普遍友好，甚至在购物时习惯以商品是否来自中国为标准，“取决于中国”也成为智利年轻人常说的一句话。

智利前总统巴切莱特说：“从前，太平洋将我们分开；如今，太平洋将我们相连。”科技进步更使得拉美与中国互联互通成为可能，不只是陆路、海路相连，还通过航空与互联网相连。今天，越来越多的智利人通过手机在中国电商网站上下单购物。智利与中国正考虑在两国之间建设一条跨太平洋海底光缆，将拉美与中国连在一起。中智合作的深入，为茅台“出海”智利开辟了更广阔的空间。同样的，美洲人民通过茅台这个窗口，也看到了今天中国民族品牌的强大文化自信和发展自信。



茅台酒生产包装线。

文化茅台演绎“丝路精神”

16世纪，哥伦布发现美洲大陆，他曾说“世界是属于勇者的”。如果放在当今丝路精神来说，世界应该属于“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的智者的。

茅台最早源于汉朝，2000年以来，从一家小作坊成长为成为目前全球市值最高的烈性酒公司，位列“全球品牌价值100强”第34位，进入《福布斯全球上市公司2000强》全球前500强阵营，中国人凭借智慧，亮相世界舞台，闪耀世界舞台。

作为一种有着独特魅力的媒介，茅台通过文化活动推广和事件营销，增加世界对中国文化的认同感，推动中华文化与西方文化相融合，也向世界展示了“丝路精神”，展示了中国文明的价值观念——始终秉持和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢，始终以善意对待世界，致力于天下大同。茅台一直倡导“天贵人和，厚德致远”的价值观，敬畏天地，感恩自然，感恩社会，2011年以来，茅台累计投入约13亿美元，用于资助助学、扶贫济困、

义赈救灾、环境保护、扶农兴农、支持地方政府改善交通环境等。弘扬丝路精神，就是要促进文明互鉴，无论是自身的道德文明，人与自然的文明，还是国与国之间的文明。人类文明没有高低优劣之分，因为平等交流而变得丰富多彩，正所谓“五色交辉，相得益彰；八音合奏，终和且平”。

在中国崛起的全球化背景下，茅台不仅仅代表一个中国品牌，一种商品流通，更是一种文化的载体，是推动中华文化对外输出的重要引擎。以文化超越壁垒、跨越时空，茅台探索出一条适合茅台“国际化”发展的道路，向世界展示崛起后中国企业的形象，建立了一个饱含中国传统文化和中国智慧的茅台运营范式。如果说1915年巴拿马博览会惊艳亮相勇夺金奖只是茅台国际化的浅层次探索，那么经历百余年的积累和成长，受益于“一带一路”这一历史机遇，茅台已真正踏足全球市场并在大范围内引起共振。2018年，茅台集团实现营业收入126亿美元，出口创汇4.69亿美元，股票

市值连续2年成为全球市值最高的烈性酒公司，已经进入38个“一带一路”沿线国家和地区。

2019年，对茅台来说，注定成为一个全新时代的起点。全球经济回暖、烈性酒市场稳步增长……诸多要素推动着茅台迈向世界酒业舞台中央。经过五年的实践，“一带一路”建设从理念、愿景转化为现实行动，也取得了重大进展。2018年11月，中国与智利在北京签署共建“一带一路”合作谅解备忘录，开启了中智关系新篇章。2019年，是“一带一路”倡议提出六周年。拉美作为21世纪海上丝绸之路的自然延伸和“一带一路”建设不可或缺的重要参与方，共建“一带一路”契合拉美各国对资金、技术、基础设施建设的迫切需求。

新的时代给茅台带来巨大的发展机遇，也给茅台提供了迈向全球的勇气和动力。茅台带来的文化之火，在与世界各地的不同文化融合碰撞中，成了燎原之势。多元文明的碰撞和交融，恰恰是文明生生不息的力量源泉。

多彩贵州拥抱世界

贵州神秘的大山深处，不仅流淌着茅台神奇的酱香，还拥有无数美不胜收的景色和丰富的人文奇观。

去年，人民日报发布微视频《贵州一分钟》，看贵州在一分钟会发生什么。茅台给出的答案是：“一分钟，57公斤茅台远销海内外”。除此以外，黄果树瀑布的气魄、“天眼”的高速，民族风情的神秘，也给人留下了深刻的印象。贵州是世界知名的山地旅游目的地，也是中国自然遗产数量最多的省份。品酒香、品茶香、品山水、品民族风情，多元的民族文化和自然特色构成了绚丽多彩的贵州文化。

一千多年前，贵州的酒和茶，人拉马驮，经过茶马古道走向世界，促进了东西方的文化交流。今天，酒和茶，更是作为独具魅力的文化载体，给世界带来瑰丽的中国文化和顺应历史潮流的中国智慧。

2017年9月，“茅台云商”全面上线发布会上，阿里巴巴、蚂蚁金服、腾

讯、京东悉数到场。目前茅台和阿里巴巴在技术、营销、活动等多方面进行了深度合作，打造了中国大数据合作经典样板。这仅仅是贵州大数据迅猛发展的一个缩影。

从2013年发展大数据产业以来，贵州凭借其得天独厚的区位优势和大数据的硬件建设基础，吸引了众多数据中心落户。目前大数据产业已在贵州遍地开花，成为世界认识贵州、了解贵州的一个重要窗口。

在“一带一路”的宏伟蓝图中，贵州处于西南南下出海通道的交通枢纽位置，是构建丝绸之路经济带的重要区域，是连接丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的重要门户。“一带一路”带来的交通基础设施的改善和区位优势的改变，给贵州经济腾飞和拥抱世界铺就了快速跑道。站在加速发展的风口上，茅台以及众多贵州企业，正呈现出向前奔跑的磅礴之势。

李时与 金石



下载封面新闻APP
浏览最新资讯