



贵州茅台2021年度股东大会会场。

以“渴望美”的姿态追求美生活

——贵州茅台2021年度股东大会侧记

文/李勋 沈仕卫 图/班浪 陈慧

从“顶流网红”茅台冰淇淋店领取一盒自己中意的冰淇淋，乘坐主办方安排好的大巴去中国酒文化城参观，领略美食美景美文化之后再听董事长“划重点”，这样的股东大会，你不想来吗？

这是6月16日在茅台镇召开的贵州茅台2021年度股东大会的“真香”现场。当天，会议现场座无虚席，吸引了来自全国各地的266位股东或股东代表前来参会。

贵州茅台酒股份有限公司董事长丁雄军、代总经理李静仁等高管，微笑着与大家围桌而坐，他们身旁的股东脸上也浮着笑意，整个会场充满轻松的气氛。

“昨晚，我们管理层去拜访股东时，听到很多股东都在讲，他们生活中很重要的一件事情，就是每天去和‘小茅’见面，到‘i茅台’上去申购。今后我们会努力通过更多数字化方式，创造更多‘智慧’生活的美好体验，让大家感受时代之美、智慧之美、茅台之美。”丁雄军寥寥数语的话语亲切而智慧，不时引发阵阵掌声。

就在昨晚，丁雄军等贵州茅台高管在茅台国际大酒店，用了135分钟走访了23个房间，与67名股东、券商、分析师交流听取建议，结束拜访时已是深夜11点。

“我的主业是和冰雪相关，最近看到茅台推出了冰淇淋，茅台既作为奢侈品走向世界，又贴近了老百姓的生活，我们以茅台为荣。”一位来自哈尔滨的股东刚在“i茅台”上申购到了虎年茅台生肖酒，当丁雄军敲门进来时，他怀里正抱着“小茅”玩偶，爱不释手。他笑着对茅台高管说，他买的第一只股票就是贵州茅台，从2016年持有到现在，茅台帮他实现了追求幸福的生活，所以对茅台是发自内心的感恩。

“每次来茅台都像回家一样，有很多熟悉的面孔，感觉非常亲切。”茅



参观“美时代·美生活：贵州茅台辉煌七十年回顾展”。



股东参观中国酒文化城。

台股东刘素英说，这一次茅台给股东的礼品好特别——憨态可掬的吉祥物“小茅”和人气火爆的茅台冰淇淋。而且，会议安排的每个环节都充满了家人般的温馨和温情。

正如贵州茅台一直所强调的，股东永远是茅台的家人。在这场“家庭聚会”上，丁雄军与投资者畅谈美时代和美生活。不过，承载着“家人”的殷殷期盼，自然也是“压山大”。

虽然目前贵州茅台市值已突破2万亿元，但丁雄军仍坦言，从茅台上市到本世纪中叶，茅台都还属于中场，应该有一种“渴望美”的姿态，“茅台·世界一流上市公司”的美好愿景就一定能够实现。

提问环节，李静仁笑着说，现在是股东发言或提问时间，大家有什么问题尽管提，一家人没有什么不能说。股东们情绪格外高昂，大家的发言集中在公司内部决策、产品落地、产能扩建和股票分红等方面。

“我们是茅台股权坚定而长期的持有者，刚才听了董事长所做的‘美时代、美生活’的分享，令人鼓舞，而作为股东，最期待的就是‘美回报’。”一位投资者问道，茅台能否适当提高分红比例？分红政策能不能改成季

度？“我们期待着茅台能够成为中国的‘股息贵族’和‘股息长跑冠军’。”

丁雄军诚恳地表示，茅台坚持持续稳定的现金分红，是一个好的策略，茅台不追求一时的美，而是追求可持续的美、幸福的美。“我们会花很大力气解决改革、创新、发展的问题，绝对额才会做大。我们会持续认真听取股东的意见建议，对于分红的办法，我们会依照法律法规和公司章程，踩着时代的节奏做出科学合理的决策。”

“沟通效果很好，我们继续看好茅台的未来。”一位福建的投资者告诉笔者，无论是会前的拜访股东，还是现场的敞开心扉交流，或是会议接待体现出的服务股东的价值理念，点滴细微之处，都让投资者看到了一个更加温馨、开放和自信的茅台。

因为疫情防控，此次年度股东大会将现场参会人数做了限制，为了让更多投资者了解股东大会情况，贵州茅台分别作了图文直播与图片直播，截至股东大会结束时，直播观看人数达365万余人次。

下午5时，股东大会现场会议结束，不少机构分析师和中小股东将深

圳市前海道明投资管理有限公司合伙人陆金海团团围住，问这问那。因连任时间已到6年，陆金海正式卸任贵州茅台独立董事一职。他感慨地说，在茅台任独立董事的这6年，有责任、也有压力，这段经历将成为他一生中最难忘的记忆。

陆金海至今还记得，2016年刚任职茅台独立董事时，原本不喝白酒的他，专门花了几个月时间，天天在家品各种茅台酒，为的就是研究茅台酒与其他烈酒的区别，从产品端入手了解他服务的企业。

“在我看来，茅台酒最核心的地方就是它的韵味，从香气到入喉，都带来非常美妙的感受。”6年时间，陆金海成为了最忠实的茅粉，谈起茅台各系列产品来，头头是道。他自豪地说，“今后我也会继续宣传茅台，当好茅台文化的传播者。”

这次股东大会，茅台还特地为股东开设了“美时代·美生活：贵州茅台辉煌七十年回顾展”，通过一件件尘封已久的文献和实物，让股东近距离感触茅台这艘巨轮在时代浪潮中的曲折与奋进。

“从品尝茅台冰淇淋到游览中国酒文化城再到参观茅台七十年回顾展览，茅台真正做到了让所有参会的股东，切实了解到他们所投资的企业。这让股东们更能读懂茅台，也更加信任茅台。”来自江苏的股东张先生说。

展馆内，工作人员在桌上摊开一卷长长的宣纸，邀请股东题字祝福茅台、为未来留言。

有人写，“茅台加油！”

有人写，“茅台感谢你！”

有人动情表达心声，“茅台，我们一起来！”

绝大多数股东将祝福送给了贵州茅台，将希望留给了大家。来自江苏的股东张先生在提笔时思考了些许，郑重写下：

“十万！”

花絮

6月16日上午10时，下了一夜的雨依旧没有停下来，出席贵州茅台2021年度股东大会的股东们仍然冒雨出发，参观中国酒文化城。

从中国酒文化城大门口到汉武帝塑像，长长的走道上，一把把雨伞撑起股东们强烈的参观欲望。当工作人员告诉股东们，中国酒文化城因为新冠肺炎疫情影响已经关闭一年多没有对外开放，今天是特别为他们开展时，股东们都感动，“回到家了”的感觉更加强烈。

中国酒文化城占地3万多平方米，建筑面积1万多平方米，是目前国内规模最大的酒文化展示馆，1999年被上海大世界基尼斯总部认证为大世界基尼斯之最。

进入大门后，不顾有雨，股东们纷纷将伞收起，在“大世界基尼斯”标志下拍照留影。

中国酒源馆内，几位股东停留在几瓶仿制的绿色、淡绿色液体展柜前，脸上露出极为好奇的表情。中国酒文化城讲解员向他们介绍，这些液体仿制的是秦汉时期的酒，虽是仿制，但颜色却是真的。因为秦汉时期人们用青铜器饮酒，青铜器与酒发生反应后就变成了绿色。股东们恍然大悟，频频点头。“从诗词上读酒，从历史书籍上了解酒，都不如实地参观一次。”来自深圳的股东黄先生感慨地说。

“酒与文化自古以来便密不可分。在中国数千年的酿酒史上，茅台酒的酿造工艺严谨复杂。它顺应天时，承接地利，吸纳了天地之精华灵气，将原始、古老的传统工艺与现代科技完美融合于一体。”从酒源馆开始，酒技馆、酒韵馆、酒俗馆、酒器馆，再到茅台馆、茅台·名酒世界馆等，近1个小时的参观时间里，讲解员的介绍一直没有间断，股东们的兴趣一直饱满。

整个酒文化城内，处处清雅幽静，很有古风韵味，也让股东们不时停下来拍照。酒技馆内玻璃立方体1:1比例展示有茅台制曲技术和曲块，股东们听完讲解员对制曲工艺的介绍后，还在你一句我一句追问，直到把制曲程序完全搞明白才继续往下走。在“源远流长”这个浓缩茅台代表工艺的铜雕前，股东们又是长时间的停留。

“虽然天公不作美，但是对于我，这次参观收获太大了。让我感受到中国酒文化的博大精深，更让我感受到了茅台酒的神奇魅力。”一位来自山东烟台的茅台股东告诉笔者，他是第一次参加茅台股东大会，第一次近距离接触茅台，对于他来说，茅台之行，是一次文化之旅。

“历史的溯源、直观的展示，古朴的建筑、亮丽的风景，红色文化的交融、中国酒文化的包容，在专业解说人员的解说下，是那么的富有生命。谢谢茅台，让我大开眼界！”来自武汉的茅台股东王女士如是说。

茅台股东参观中国酒文化城感叹——

**博大精深
魅力无穷**



股东题字祝福茅台。



认真参会。



股东投票。