国酒茅台扬帆远航非洲

南非开普敦当地时间11月15日。

“欢迎茅台、我爱中国、我是茅粉……”数百名南非民众在开普敦机场有节奏地大声高喊，让刚下飞机的茅台推介团成员颇感意外，也深受感动。

而这仅仅是南非人民热情欢迎茅台走进非洲的“序曲”。

当地时间2017年11月17日，茅台集团“香遇金色非洲——文化茅台走向‘一带一路’”品牌推介活动在开普敦国际会议中心隆重举行，盛况空前。

“在茅台的全球布局图上，非洲有着无可比拟的地位。”茅台集团党委书记、总经理、茅台南非推介团团长李保芳在充满情怀的长篇致辞中说：非洲亦是人类酒文化的圣地，时光回溯到6000多年前，当中国人发明了谷物酒，非洲人则酿造出啤酒，国酒茅台“香遇”非洲，正是两种古老文明跨越大洋穿越时空的相遇。

大西洋与印度洋交汇的好望角，正是清风拂面的温暖时节。

茅台集团党委书记、总经理李保芳致辞

击鼓传花，共迎企业家最好的时代

来自印度洋的莫桑比克洋流正带来温暖的气息，中国和南非企业界最好的时代已然来临。

高朋满座，胜友如云。当天的文化茅台推介会上，来自南非政界、工商界、文化界、体育界、新闻界及茅台渠道商等500多名重量级嘉宾热情参与，成为当前南非举办活动中规模最高、影响最大、传播最广的品牌活动，吸引着南非社会各界及主流媒体的目光，盛况空前。

南非西开普省文化部体育部领导、中国驻开普敦总领事馆负责人、南非文化艺术研究院CEO马琳·乐茹(Marlenele Roux)、开普敦市市长特别代表、南非议会特别委员会主席、国家体育局领导、南非酒乡市领导等80多位南非政商界名流出席文化茅台推介会。

粗旷热烈的原生态非洲鼓乐舞表演将茅台推介晚会帷幕拉开，彰显出南非这片土地的神奇与热情。近20多年来，南非的宏观经济一直保持着稳定增长势头，这得益于南非以开放的胸怀拥抱世界，正是这种开放包容的胸襟铸就出“七彩虹国”。

南非更是中资企业投资兴业的一片乐土。华为、中铁、长城集团、四达传媒、海信、中国中车、中远海运、中国交通建设、中钢、晶科能源等大型中资企业南非公司负责人也受邀出席茅台推介会。

企业家最好的时代已然来临。对此，李保芳表示，中国企业家不仅承担着国家经济发展、社会进步的重任，更应有阔步世界、造福人类的信念。

目前，在南非投资的大型中资企业，已经超过100家，茅台也是其中一分子，以强大阵容崭露头角。

古老的非洲大地上，国酒茅台正“击鼓传花”引领中国文化和民族品牌掀起一轮“中国风”。《开普阿古斯》《开普时报》《泰晤士报》《Die Burger》《每日太阳报》《泰格伯》《开普谈话》《SABC news－南非广播公司新闻》以及开普敦电视台等近20家南非当地主流媒体对茅台的到来予以热情关注。

中国驻南非开普敦总领事馆负责人在致辞中高兴地说：“如今茅台已经出口至北美等全球各地，但对于非洲市场的探索仍处于初级阶段。因此茅台集团通过‘一带一路’的推介活动走进南非开普敦是非常明智的，让开普敦人民率先品尝到茅台的佳酿。开普敦将作为一扇门，让整个南非的人民品尝到茅台，并帮助茅台打开非洲市场。”

“文化是人文的重要部分，我们聚集此地，一起感受中南文化的交融。”南非文化艺术研究院执行总裁马琳·乐茹女士致辞时热情洋溢地说，中南两国即将迎来建交20周年之际，茅台推介团的到来将助益两国文化交流，让南非人民更深入地了解中国文化。

“我们要牢牢把握本次机会，共建美好的社会。”开普敦市市长特别代表苏泽·利特女士对茅台推介团表示由衷地欢迎，并提出要以务实的态度共同探讨和解决“如何相遇非洲，如何共同前行，如何共创希望，如何跨越障碍”等现实问题。

继近两年茅台莫斯科、米兰、旧金山、汉堡品牌推介活动取得巨大成功后，茅台历史上首次走进非洲大陆的划时代之举，正在这片热土引发“茅台旋风”。

金匙开启，再塑百年经典商业传奇

舟楫相望，驼铃相闻。活动现场，来宾们凝神欣赏《香遇金色非洲》的视频盛宴，薪火相传的丝路精神，以及国酒茅台道法自然、海纳百川的百年奋斗史，为嘉宾展示了东方茅台故事的生动与辉煌。

茅台的世界之旅始于1915年，茅台“一摔流芳”斩获巴拿马万国博览会金奖。自此，茅台这个古老的民族品牌，就肩负起振兴民族企业、传播中华文化的重任。

从1452年葡萄牙人迪雅士率先登陆好望角后，欧洲殖民者陆续到来开始大规模种植葡萄，掀起南非葡萄酒酿造业的兴盛，但非洲人并没有喝白酒和高度酒的历史习惯。

如今，中国已成为南非葡萄酒的前十大出口国之一。与法国、意大利等国相比，“新世界”红酒的优势明显——人力资源低廉，土地辽阔，所出产的葡萄酒更具有市场竞争力。

“茅台已经有数百年历史，但这是第一次正式进入非洲，希望通过推介会让非洲人都喜欢上茅台。”李保芳满怀信心。

有分析认为，国酒茅台此次决定逆势而动，真实目的是以发达的非洲门户开普敦为跳板，正式进入不喝白酒和高度酒的非洲市场，实现中非文化与商品的“双向流动”。

当天的晚会上，西开普省文化体育部部长安如·玛莱(Anrous Maraix)女士为茅台送上一份特殊的礼物——把象征荣誉和祝福的“金钥匙”和“荣誉证书”授予茅台集团总经理李保芳，感谢茅台把中国文化带到南非，并祝福和期望茅台在非洲取得更多成绩。

安如·玛莱女士坦率地表示，期待着茅台开启更丰富多彩的文化交融之旅，为南非带来更多精彩的中国文化，并为中南两国的经济交流添香增彩。

北半球已渐进寒冬，地处南半球的开普敦风和日丽，温暖宜人。茅台人坚信，一个地区的饮食习惯虽然根深蒂固，却也经不起春风化雨润物无声般的滋润，再塑百年经典商业传奇。

“两天前，我还在中国贵州的茅台小镇上，转眼已经置身神奇的非洲大陆，没有什么感觉比这更加奇妙。”李保芳指出，南非与中国身处地球的两端，但随着地球村的不断建构，天涯若比邻，中非两国也应当彼此扶持，共同构建属于发展中国家的美好未来。

当天，“贵州茅台走进非洲纪念酒”惊艳首发，短时间内即获得南非各界的热烈追捧。据了解，该纪念酒为53度，分为375ml、750ml两种包装，纪念酒瓶身上绘以南非和茅台的图腾形象，寓意着中南建交20年的“金色岁月”以及所凝结的深厚情感，象征着中国同非洲所推崇的“自然”与“和平”。

中国驻南非开普敦总领事馆负责人和贵州茅台酒股份公司副总经理王崇琳共同为“贵州茅台酒走进非洲纪念酒”揭幕。

有财经评论者称，在茅台视野广阔的全球布局图上，非洲有着无可比拟的地位。未来，南非在茅台海外市场中的分量也将随着“一带一路”倡议的生根发芽而逐渐提升。

丝路彩虹，促进中非经济文化交融

晚会现场，茅台集团技术顾问刘自力代表茅台充满激情地致祝酒辞，全场举杯庆祝中国茅台“香遇非洲”。大屏幕上同步播放精心制作的茅台酒品鉴视频，让现场嘉宾进一步了解中国酒文化，来自茅台艺术团的歌手献上民族歌曲，将非洲人和贵州人爱好歌舞的天性相融相通。

据考古学者研究，亚洲与非洲都是人类最早的繁衍地。大约6000多年前，中国发明人工谷物酒，古巴比伦制作有人工葡萄酒，非洲则酿造出啤酒，世界三大酒文化发源地几乎同时成型。

“这说明虽然肤色不同，文化背景不同，语言不同，但我们的心灵可以相通，即便是缺乏直接联系的远古时代，也可以如星光遥相辉映。”李保芳说，作为两个生机勃勃的全球重要经济体，中国和南非肩并肩地友好合作，或将有力地推动着世界经济可持续增长。

同时在开普敦国际会议中心举办的茅台文化及产品展元素丰富，引人入胜。从品牌展现、文化视频，到产品展览，全方位呈现国酒文化悠久深厚的历史底蕴。当天举办的茅台鸡尾酒会，让来宾赞叹连连，“赤水情缘”“金色原野”“岁月流金”“彩虹丝路”等新创鸡尾酒佳品，散发着茅台酒香和非洲果香，中非深厚的友谊更让人沉醉。

在文化茅台推介会上，茅台集团代表和南非政府嘉宾代表以及使领馆代表，共同为茅台南非站活动点亮了象征希望与未来的视频孔明灯，为中南两国友好发展祈福。

“今日的世界，封闭是没有未来的，只有坚持建设全球命运共同体，共同面对挑战，秉持开放、包容、合作、共赢的金砖精神，才能创造更美好的明天。”李保芳现场致辞中指出，茅台美酒中看到中南两国日久弥坚的深厚情谊，和两个民族文化的交相辉映。

至今，茅台“一带一路”行系列文化推广活动已持续3年，足迹遍布亚洲、欧洲、北美洲和非洲。

通过积极实践“一带一路”合作倡议，茅台海外市场的产品国际化、品牌国际化、市场国际化进程不断加速加深。截至2017年10月31日，茅台集团共完成出口茅台酒及系列酒1622.69吨，出口创汇28126.59万美元。

茅台全面加速并优化全球布局。目前，茅台有104家海外经销商，分布于五大洲66个国家和地区，并在全球50多个国家重要免税口岸的450余家免税店有产品销售。预计到2020年，茅台酒海外销量占比将提高到10%以上，消费群体结构也将从华人市场为主，转为西方主流市场。

非洲是茅台全球布局的重要市场，它不仅是“一带一路”重要的落脚点，更是人类三大酒文化之一的发源地。

推介会当天下午，茅台代表团与南非政府、南非工商总会、西开普省投资贸易局、南非中资企业代表等进行了商务会晤。会上，李保芳与开普敦副市长伊安·尼尔森、西开普省投资贸易局COO耀·佩帕亚尔等进行了友好交流。

此次会谈中，茅台发起了“非洲中国企业‘一带一路’共同发展联盟”倡议，旨在凝聚政府、产业界、商界、文化界以及社会各界的共识，并借助“一带一路”东风，以平等互利、优势互补、融合创新、开放共赢的理念，推动中国企业在非洲的发展与进步，共同输出中国企业和中国品牌在非洲影响力。倡议获得在场华为、海信、中车、中钢等10余家中资企业响应，并在大使馆代表和南非工贸部见证下正式签署倡议文件。

《非洲中国企业“一带一路”共同发展联盟倡议》由茅台集团党委副书记、纪委书记、茅台酒股份有限公司董事赵书跃在晚上的推介会上正式发布，成为当晚活动备受关注的焦点。

中国正迎来一个新时代，也开启了一个崭新的全球化时代。文化茅台“一带一路”南非推介活动盛况空前：“香遇非洲”，茅台再塑百年经典商业传奇；“拥抱茅台”，两大文明重现交融共进之景。参加晚会的华侨张先生激动地说：“贵州茅台以过去一个世纪的成长奇迹，自豪地书写了一份东方企业的成功案例，缔造了白酒行业的品质标杆，成为中国民族工业品牌不断发展壮大的典范。”

茅台推介团的到访，引起南非主流媒体高度关注，17日《开普敦时报》以整版篇幅刊登中国贵州茅台首次叩开非洲大门的相关报道。开普敦电视台对李保芳进行了专访。

19日，被尊称为“南非国父”的曼德拉的外孙女Tukwini女士亦亲往代表团表示祝贺，并将其母亲(曼德拉长女)曼卡姿薇·曼德拉亲笔签名的葡萄酒赠予茅台，茅台也回赠茅台纪念酒，非洲葡萄酒和中国茅台此刻惊艳“香”遇。

此次南非推介活动结束后，茅台部分推介团成员还将考察纳米比亚和莫桑比克，并在莫桑比克马普托举行茅台援建当地卡腾贝小学奠基仪式。 (戴世锦)

开普敦副市长品尝茅台鸡尾酒

调酒师调制茅台鸡尾酒

茅台发起在非中资企业发布《“一带一路”共同发展联盟倡议》

当地时间11月17日晚，在茅台集团在开普敦国际会议中心举办的“香遇金色非洲——文化茅台走向‘一带一路’品牌推介”活动中，茅台集团党委副书记、纪委书记赵书跃宣读了由茅台集团发起，华为、海信、中车、中钢等10余家企业响应签署的《非洲中国企业“一带一路”共同发展联盟倡议》，来自南非政界、文化界、商界，中国驻开普敦领事馆总领事康勇以及众多中资企业嘉宾，见证了这一时刻。

非洲是“一带一路”的重要区域，倡议提出后，越来越多的中国企业来到非洲投资发展。目前，中资企业在非洲的投资正逐年增长，中国已经成为非洲最大的贸易合作伙伴。

此次茅台来到南非，希望与其他中资企业一起，助力“一带一路”，加强与南非的互利互惠合作。作为第一个投身于实践“一带一路”倡议的酒企，茅台聚合社会各方资源，联动在非洲的中资企业，共同发布《非洲中国企业“一带一路”共同发展联盟倡议》，希望合力非洲中国企业共谋机遇、共图发展，促进非洲的繁荣发展，提升中国企业在全球的影响力。 (王媛 金非非)

签署非洲中国企业“一带一路”共同发展联盟倡议书

“走进非洲”茅台纪念酒在开普敦首发

南非开普敦当地时间11月17日晚，当文化茅台“一带一路”行走进南非纪念酒——“贵州茅台酒（走进非洲）”，被中国驻开普敦领事馆总领事康勇、茅台酒股份有限公司副总经理兼销售公司董事长王崇琳共同推出的一瞬，全场嘉宾立即投去惊喜的目光并报以热烈掌声。这是茅台集团在开普敦国际会议中心举办的“香遇金色非洲——文化茅台走向‘一带一路’品牌推介”活动上，令人印象深刻的一个环节。

作为金砖国家利益共同体，中国与南非的联系也日益紧密。中国已连续第八年成为南非最大贸易伙伴、出口市场和进口来源地，中南的战略合作关系也正保持强劲发展势头。茅台集团特别打造“贵州茅台酒走进非洲纪念酒”为53度，分为375ml、750ml两种包装，纪念酒瓶身上绘以南非和茅台的图腾形象，寓意着中南建交20年的“金色岁月”以及所凝结的深厚情感，象征着中国同非洲所推崇的“自然”与“和平”。在首发仪式上，茅台酒以醉人的酱香淋漓尽致地展示了自己的品牌价值和悠远的中国白酒文化。

每一瓶茅台酒，都至少经过5年时光，以及调酒师的精心调制和品酒师的苛刻筛选。从根本上讲，茅台的核心竞争力就是文化，传承中国文化是茅台义不容辞的责任和使命，茅台集团打造的“一带一路”南非纪念酒就是从文化入手，体现传承、融合、发展。正如茅台集团技术顾问刘自力在祝酒辞中所言：“茅台酒中蕴含的是中华文化的精髓，茅台愿成为文明沟通的使者，与各种文明互学互鉴，让人类文明更加绚烂多彩。”(金非非)

茅台集团“香遇金色非洲——文化茅台走向‘一带一路’”品牌推介活动在开普敦国际会议中心隆重举行

开普敦赠予茅台总经理李保芳“金钥匙”

当地时间11月17日，茅台在南非开普敦举办的“香遇金色非洲，文化茅台走向‘一带一路’品牌推介会上，南非西开普省文化部部长安茹·马莱(Anrous Maraix）女士将一把象征祝福和期望的“金钥匙”授予茅台集团总经理李保芳，期望茅台能将更多中国文化带到南非，在南非有更广阔的合作空间，开启茅台南非金色未来。

安茹·马莱女士在茅台代表团抵达开普敦的第二天，便邀请茅台一行到文化部做客。座谈时她说，茅台作为中国传统文化的重要载体，在中南两国的文化交流中扮演着重要角色，期望茅台能在南非有更多的发挥与合作，为中南两国的经济文化交流增添新的活力。

推介活动当天，安茹·马莱女士再次来到茅台人中间，愉快地出席盛大晚会。她希望茅台此次南非之行能充分感受南非人民的热情与友谊，带着收获与喜悦回到中国。

李保芳表示，未来，茅台将进一步开拓非洲市场，以南非为起点，辐射更多的非洲国家。 (李丰 金伦)

文化部部长赠予保芳书记金钥匙