

品牌影响中国

PINPAI YINGXIANG ZHONGGUO

全景再现中国品牌成长历程
推动中国品牌走向世界

下册

吴纲 尹杰◎著

中国品牌年度发布系列丛书

柳传志 王 石 李东生 马蔚华 魏家福
张瑞敏 宗庆后 金志国 董明珠 冯 军

联袂倾情推荐

倡导中国创造，振兴民族品牌

中国最具影响力的60家品牌企业

开启从“中国制造”到“中国创造”的涅槃之路

北京工业大学出版社

品牌影响中国

PINPAI YINGXIANG ZHONGGUO

全景再现中国品牌成长历程
推动中国品牌走向世界

吴纲
尹杰◎著

下册

倡导中国创造，振兴民族品牌

中国最具
开启从“中国制造”



“品牌企业”

“品牌企业”的涅槃之路

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌影响中国 (上、下册) / 吴纲, 尹杰著. —北京:
北京工业大学出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5639-3405-8

I. ①品… II. ①吴…②尹… III. ①品牌-企业管理-研究-中国 IV. ①F279.23

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第005167号

品牌影响中国 (下册)

著 者: 吴 纲 尹 杰

责任编辑: 李周辉 杨 洋

封面设计: 久品轩

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园100号 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 三河市九洲财鑫印刷有限公司

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16

印 张: 53.75

字 数: 838千字

版 次: 2013年2月第1版

印 次: 2013年2月第1次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-3405-8

定 价: 98.00元 (上、下册)

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010-67391106)

目录 CONTENTS

中国白酒的第一品牌：贵州茅台 / 001

茅台酒作为“国酒”，多次在世界大赛中折桂，并荣膺“世界三大名酒”的称号。它借助独特技艺和口感誉满全球，成为东方文化的代表；又以极高的投资价值获得了投资市场的追捧，使其在消费者心中成为身份和品位的象征，进一步夯实了品牌的美誉度和忠诚度。

中国最大的商业银行：工商银行 / 013

中国工商银行现在位列中国五大银行之首，是中国最大的商业银行、“2011年中国最赚钱的公司”，也是“2011年全球最赢利的银行”。它拥有全国最大的用户群体，业务范围最广，业务量最大。在现金管理、银行卡、信贷、外汇、电子银行、投资银行、资产托管、企业年金、理财等业务领域均居全国之首。中国工商银行发行的牡丹卡是中国发行量最大的银行卡，累积发卡量超过4亿张。

中华老字号茶叶品牌：吴裕泰 / 029

吴裕泰是京城著名的中华老字号之一，是消费者购买的首选品牌。以茉莉花茶这种物美价廉的茶叶成功占领普通消费者的心，形成强势品牌。它将品牌影响力由单一类别扩展到其他类别产品，率先以加盟连锁的形式，拓展销售渠道；与文化创意产业相结合，带动了行业整体发展。它进行产业链延伸，实现了茶产业的多元化发展，在进一步拓展市场的同时，形成有效利润增长点。

全球最大的专业住宅开发商：万科集团 / 043

万科是目前中国最大的专业住宅开发企业，全国第一个年销售额超千亿元的房地产公司，相当于美国四大房地产公司销售高峰的总和。它率先将大众住宅开发作为公司核心业务，将发展重点放在珠三角、长三角、环渤海经济圈，迅速提升了市场占有率，在多个重点城市中市场占有率均为第一。它以服务为突破点，凭借物业管理，配合产品优势和营销优势，赢得了消费者的口碑。

最受欢迎的理财银行：光大银行 / 057

光大银行是中国光大集团下属子公司之一，也是中国改革开放的产物，是国内第一家国有控股并有国际金融组织参股的全国性股份制商业银行。光大银行最为人熟知的业务品牌是阳光理财，在信用卡领域首推银联白金卡、VISA无限卡等产品，首创手机动态密码验证方法，极大地提高了消费者的使用便捷度和用户体验。它在国际上首创存贷合一卡，再次引领中国信用卡产业的发展。

全球大型家电第一品牌：海尔集团 / 071

海尔集团是全球白色家电第一品牌，是消费者对冰箱产品的第一联想，品牌的全球市场占有率近8%。海尔集团通过产品创新，实现行业引领，进而成为行业规则的制定者，掌握更多话语权，成为同行业者竞相模仿的对象。它以“人单合一”的双赢模式实现从“卖产品”到“卖服务”的转型。它以虚实网融合打造全球第一竞争力通路商，产品涉及几十个品类，在冰箱、洗衣机、酒柜和冷柜等领域的全球份额均居第一。

中国旅游行业第一品牌：中旅总社 / 087

中旅总社是新中国第一家旅行社，也是国内历史最久、规模最大、服务最全、实力最强、涵盖产业链最全的旅行社，拥有遍及全国、延伸海外的

100多家旅行社，位列中国旅行社之首。它曾多次配合我国领导人的出访和各大部委代表团出访考察等工作，业务涵盖出境游、入境游、国内游和商务考察等各个领域，旅游线路和产品全面丰富，消费者满意度较高。

中国最大的电力企业：国家电网 / 101

国家电网公司由国家控股，是中国最大的电力企业，也是世界最大的电力公共事业公司，关系着国家能源的安全和国民经济的命脉，为经济和社会发展提供电力保障。它以投资建设运营电网为核心业务，以特高压电网为骨干网架，实现各级电网协调发展，转变了电网的发展方式。它的经营范围覆盖国内近90%的区域，营收逾1.6万亿元。

中国最大的商业零售企业：苏宁 / 115

苏宁是中国家电连锁业的第一品牌，在全国拥有超过1700家连锁门店，连锁网络覆盖中国多个城市，销售规模超过1500亿元。它坚持“专业自营”方针，坚持“租、建、购、并”模式。它以连锁店为基石，在不同地区实行相互补充的店面业态组合，遍布城乡的连锁网络，配合自建物流配送，保证了服务的专业性和准确性。

全球最大的中文搜索引擎：百度 / 127

百度搜索是全球最大的中文搜索引擎，在中国互联网企业中市值第一。它通过简捷的方式使人们快速找到想了解的信息，改变了人们的搜索习惯和市场格局。它不断提供基于搜索引擎的各种衍生产品，如百度推广、百度百科、百度知道、百度贴吧等，满足了中文网络世界所有的搜索需求。它以世界上最大的网络联盟形式，促进了其他网站和企业的生存与发展，在中国的搜索份额超过70%。

中国最大的饮料制造商：娃哈哈 / 139

娃哈哈以“果奶”产品引起品牌关注，以“非常可乐”转变了国内可乐饮料的市场格局。以品牌联合的模式，实行多品牌战略，借助强势品牌形象陆续推出了“非常”系列、“呦呦”系列、茶系列和营养快线等含乳系列产品，维持着消费者对其品牌的关注和认可。通过总成本领先的竞争战略、联销体模式和超前的广告意识，娃哈哈完成了营销网络和体系的渗透，成为“中国通路做得最成功的企业”。

海洋油气的开创者：中海油集团 / 151

中海油集团是中央特大型国有企业，也是中国最大的海上油气生产商，年营业收入超过3500亿元。它是最具全球竞争力的中国公司，通过资本运营、海外并购、上下游一体化等战略，综合竞争实力不断增强，形成了六大良性互动的产业板块。它由一家单纯从事油气开采的纯上游公司，发展成为主业突出、产业链完整的综合型企业集团。

中国彩电业第一品牌：TCL / 165

TCL集团是中国大型的全球性规模经营的消费类电子企业集团之一，年营业收入超过600亿元。推出了中国第一台免提式按键电话、第一台28英寸大彩电、第一台钻石手机、第一台国产双核笔记本电脑等，凭借产品创新树立了品牌地位。TCL以广告营销和自建销售网络赢得市场先机，采取“品牌优先”策略，率先进行海外市场拓展。TCL执行海外营销当地化策略，在不同市场运营不同品牌，获得了极高的市场占有率。

最具成长力的自主品牌：北汽集团 / 179

北汽集团是中国五大汽车集团之一，是中国汽车产品门类最为齐全的汽车集团。通过收购瑞典萨博汽车整车开发体系，以及与克莱斯勒公司和韩国现代汽

车集团的合作，北汽集团获得了先进的技术和市场，有效促进了自主品牌产品的研发。拥有“梅赛德斯-奔驰”、“克莱斯勒”、“吉普”、“现代”等国际品牌和“北京”、“福田”等自主品牌。2011年，北汽集团的销售收入超过2000亿元，平均每一分钟卖9辆车。

知名的通信解决方案提供商：中兴通讯 / 191

中兴通讯是全球领先的综合通信解决方案提供商，中国最大的通信设备上市公司，也是全球第四大手机生产制造商，年营业收入超过860亿元。它的CDMA产品以30%份额居全球市场首位，固网宽带接入产品出货量全球第二，光网络出货量达到全球第三，手机产品累计出货超过2亿部，并全面服务于欧美日高端市场的顶级运营商。

卓越的羽绒服王国：波司登 / 205

波司登是中国最大的品牌羽绒生产商，也是中国规模最大、技术最先进的服装生产企业之一，是消费者购买羽绒服的首选品牌，旗下品牌包括“波司登”、“雪中飞”、“康博”、“冰洁”、“双羽”和“上羽”等，2011年年销售额超过180亿元。它改变了羽绒服原有的厚、重、肿的传统形象，带动整个行业向时装化、休闲化转变。通过与美国杜邦公司独家合作，借助其品牌实力，成功拓展海外市场。

中国的国情车：长安汽车 / 219

长安汽车历史悠久，具有军工背景，起源于清朝的上海洋炮局，制造出中国第一辆“长江”牌吉普车。通过引进日本铃木微型车技术，长安汽车制造出国内第一辆微型车，树立了行业地位，成为国内微型车第一品牌。它是中国最早学习国外先进技术的国有企业，通过与福特、铃木、马自达、标致、雪铁龙等国际车企合作，获得技术支持。长安汽车以自主品牌产品为发展重点，自主品牌产量居中国第一，世界第13位，年销售额超过1千亿元。

中国大陆最大的航运企业：中远集团 / 231

中远集团是中国大陆最大的航运企业，全球最大的海洋运输公司之一，也是最早进入国际资本市场的中国企业之一。它是中央直管的特大型国企，远洋航线覆盖全球160多个国家和地区的1600多个港口，年货运量超4亿吨，船队规模稳居中国第一、世界第二，在多个业务领域的船队综合实力上均居世界前列。其业务涵盖国际航运、物流、码头和修造船等众多领域。

国内化妆品行业首家上市企业：上海家化 / 245

作为国内化妆品行业首家上市企业，上海家化是国内日化行业中少有的能与跨国公司开展全方位竞争的本土企业，拥有国内同行业中最大的生产能力，国际水准的研发和品牌管理能力。上海家化以差异化的经营战略，通过旗下的“六神”、“佰草集”、“美加净”、“友谊”、“清妃”、“高夫”等诸多品牌，占据了众多关键细分市场的领导地位。

中国体育产品第一品牌：李宁 / 259

“李宁”是本土体育产品的第一品牌，借助名人的品牌效应，树立了难以比拟的品牌知名度，通过体育营销，不断强化品牌认知度和影响力。它由优势产品带动整体品牌发展，以强势品牌文化吸引国内消费者购买，再以打造国际品牌赢取国际市场。通过与众多国际知名品牌的合作，“李宁”获取了市场和技术，拥有李宁、乐途、艾高、新动、红双喜等品牌，以多品牌战略扩大市场占有率，营业收入近90亿元。

全球微波炉霸主：格兰仕 / 273

格兰仕以微波炉产品赢得大众对其品牌的关注，并推出了全球首创的数码光波微波组合炉，借助产品成功地使中国品牌在世界微波炉领域扬眉吐

气，成为微波炉行业当之无愧的第一品牌，全球最大的专业化微波炉制造商。随后它在微波炉产品创下的品牌地位基础上，将其业务版图延伸到小家电和“冰洗空”领域，在众多产品领域的产销量均居世界第一。

用诚信打造的燃具王国：华帝 / 285

华帝是中国灶具第一品牌，在多个领域的产销量居行业前茅，燃气灶具产销量全国第一，燃气热水器和抽油烟机产销量全国第三。它通过为奥运会、亚运会等国际赛事制造火炬，强化了品牌形象，并由此以关联性的炉具产品作为主导，进入市场，创造了较好的品牌知名度和认可度。另外，华帝将产品扩展到热水器、抽油烟机、消毒柜等500多个品种，是业内较早进入整体厨卫领域的企业。

中国首家五星级航空公司：海航集团 / 299

海航集团以航空运输业为主体，2011年总收入逾1000亿元。它旗下的海南航空是中国第四大航空公司，是中国内地首家五星级航空公司，开通国内外航线近500条。海航集团以全面配套的产业为支撑打通了全产业链，不断拓展全球布局，通过金融投资和新兴业务的带动，获取稳定的资金支持，并通过专业性产业管理模式，逐渐在服务品质和企业规模等方面进入全球行业前列。

中国光伏产业先驱：英利集团 / 313

作为全球最大的垂直一体化光伏发电产品制造商之一，英利集团以卓越的远见发现了中国新能源领域的发展潜力，创建了独特的运营模式，逐步打造出产品品牌，再将产品品牌逐步转变为企业品牌。它在业内较早地具备了品牌宣传意识，率先凭借着2010年南非世界杯上的出色亮相，赢得了世界的关注，以品牌知名度带动市场，逐渐打开了世界市场的大门。

中国最大的经济型连锁酒店：如家 / 325

如家是我国最大的经济型连锁酒店，创立于2002年，2006年10月在美国纳斯达克上市。截至2011年年底已在全国250多座城市，拥有连锁酒店1600多家，形成了遥遥领先业内的国内最大的连锁酒店网络体系。作为国内最大的综合性酒店集团，如家始终以顾客满意为基础，并用实际行动引领着中国大众住宿业市场走向成熟和完善，带领民族品牌走向世界。

机械制造服务业的跨国集团：柳工集团 / 337

柳工集团是国内工程机械行业第一家上市公司，年营业收入近180亿元。它是装载机领域的国内第一品牌，市场占有率和销量稳居国内第一。柳工集团凭借行业领先的研发实力，使其产品研发和技术性能始终保持行业领先地位，推出了多款填补世界空白的产品。它具备行业内最具竞争力的全球营销和服务配件网络，确保了最快的市场反应速度。

中国汽车配套知名品牌：广东好帮手 / 349

广东好帮手主营前装、后装、海外三大业务，涵盖GPS导航影音系统、智能信息系统、防盗系统、安全检测系统、智能轨迹倒车系统等众多领域，其汽车导航影音产品在中国汽车后装市场占据领先地位，拥有“卡仕达”、“科骏达”两大品牌及专供4S店的“HBS”系列共三百余款产品，并为一汽、奇瑞、长城、江淮、长安、吉利、华泰、吉奥、汇众、长丰等汽车厂家提供专业化服务。

世界最大客车生产基地：宇通客车 / 361

宇通客车是世界规模最大、工艺技术条件最先进的大中型客车生产基地，也是国内客车行业第一家上市公司。宇通在企业规模，品牌价值，市场占有率和销量上均位居行业首位，是中国客车第一品牌。其产品一直是党和

国家各类重要会议、活动的首选服务用车，曾经为北京奥运会、广州亚运会、上海世博会和亚洲杯足球赛等多项国际国内赛事和活动提供服务。

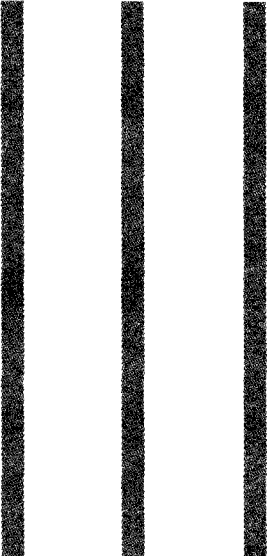
世界新能源第一品牌：皇明太阳能集团 / 375

皇明太阳能是世界太阳能产业的领导者，是消费者对于太阳能产品的第一联想，也是国内太阳能产品的第一品牌，年营业收入近15亿元。皇明拥有国际领先技术，并成功应用于产品，解决了太阳能产品的传统弊端，扭转了消费者对太阳能产品的旧有偏见。它通过各种营销手段，不断启蒙和推广中国太阳能产品，促进了国内潜力巨大的太阳能产业发展。

国产手机第一品牌：金立 / 389

金立是国内极少数坚持自主研发的手机商之一。它拥有国内第一条为研发配套的试生产线，使手机的调试、测验与研发成为一条完整的生产链，是国内第一家获得欧洲电信商认证的品牌。通过覆盖全国各大中城市和偏远地区的服务网络，金立占领了极大的市场，特别是偏远地区的市场。它深谙品牌宣传之道，借助刘德华等名人的效应，成功塑造了自身的品牌形象。

后 记 / 402



中国白酒的第一品牌：贵州茅台

茅台酒作为“国酒”，多次在世界大赛中折桂，并荣膺“世界三大名酒”的称号。它借助独特技艺和口感誉满全球，成为东方文化的代表；又以极高的投资价值获得了投资市场的追捧，使其在消费者心中成为身份和品位的象征，进一步夯实了品牌的美誉度和忠诚度。



中国白酒的第一品牌：贵州茅台

以水滴石穿的定力，持之以恒地坚持维护品牌核心价值。

——中国企业管理网

■ 引子

茅台酒作为中国特有的一种蒸馏酒，是世界著名的三大顶级蒸馏酒之一，与英国的苏格兰威士忌、法国的科涅克白兰地齐名。茅台酒是我国劳动人民创造的一种特殊饮品，是中国白酒的第一品牌，也是酱香型白酒的鼻祖。

中国的酿酒业经历了数千年历史的发展。在商朝，人们就已经有了饮酒的习惯，并用酒来宴请宾客和祭神。当时，人们所饮用的酒是一种酿制而成的低酒精含量的米酒。汉、唐时期，酒的品种开始多样化，不仅有米酒，还有药酒和果酒。元朝，出现了白酒。因酿造时所用的原料、发酵剂、发酵容器设备、酿造工艺不同，出现了香韵特点各异的白酒。人们根据白酒的香韵特点，将其分为酱香型、清香型、米香型、凤香型、兼香型和其他香型等多种香型。其中，酱香型白酒是我国白酒的典型代表。

酱香型白酒又称茅香型白酒，经过元朝的发展，酿造工艺逐渐成熟，并在明清时期进一步发扬光大，更加兴盛。经过多年的积累演变，酱香型白酒制作技术日益成熟，形成了一套独具一格的酿造工艺，成为中国白酒史上的代表之一。

酱香型白酒的最典型的代表就是茅台酒，茅台酒不仅是风格最完美的酱香型酒，也是我国白酒中的第一品牌。自古以来，有无数文人墨客为其香味倾倒，如今，茅台酒更是被称为中国的“国酒”。

明朝万历年间，赤水河畔的茅台古镇的酿酒产业已初具规模，越来越多的酿酒作坊也在赤水河边的杨柳湾一带陆续新建起来，并且出现了独具特色的“回沙工艺”，这在后来成为酱香型白酒的重要酿酒工艺。

1704年，“茅台”的品牌开始出现，一些精品佳酿被冠以“回沙茅台”、“茅春”、“茅台烧春”等名称畅销各地。

茅台酒的发展和流行得益于茅台镇的兴盛。清朝乾隆年间，由于河道的开发，贵州茅台镇成为了商贾云集的大型集散地，对白酒的大量需求也刺激了当地酿酒产业的高度发展。正所谓“酒冠黔人国，盐登赤地河”，当时的茅台镇逐渐拥有了独特的白酒酿造工艺。

18世纪中期，在茅台镇具有一定规模的酿酒作坊已经超过了20家。1840年，茅台地区的白酒产量已达170余吨，茅台镇也成为当时最大的酿酒区域。1860年，江西人华联辉在茅台镇创建成义烧坊，生产茅台酒，被后人称为“华茅”。当时，成义烧坊生产的白酒名叫回沙茅台。1879年，仁怀县的王姓人在茅台镇创建荣和烧坊，也开始生产茅台酒，后来被人们称为“王茅”。赖姓人经营的恒兴烧坊所生产的白酒则被称为“赖茅”。

1915年，在巴拿马万国博览会（或称旧金山世博会）上，“华茅”和“王茅”两家的酒作为名优特产，以“茅台造酒公司”的名义送展，一举荣获银质奖章，从此蜚声海内外，茅台镇也随之誉满全球。

新中国成立后，地方政府将成义、荣和与恒兴三家烧坊合而为一，成立了国营茅台酒厂，并受到了国家的高度重视。

茅台酒得到了国家领导人的特别青睐，在新中国的外交史上发挥了举足轻重的作用，参与了无数被载入历史的重大活动。每次有外国领导人来华访问时，茅台酒都被当作国礼馈赠给外宾，受到许多外国领导人的喜爱，茅台酒也由此被尊为“国酒”，顶着这顶巨大的光环，成为了国人心中高端白酒的典型代表。

时至今日，贵州茅台依然以其卓越的品质、醉人的芳香享誉世界。作为中国的第一名酒，茅台代表的不仅是中国的头号名酒，而且代表着中国的文化和人文价值。它以醉人的芳香在让世人享受味蕾的盛宴时，也用其独特的芳香魅力传递给了世界一个历史悠久、文化博深的中国。

■ ■ 影响品牌的重要年鉴

明末清初，茅台地区独特的酱香型白酒已初见雏形。

1704年，偈盛烧坊将其所生产的酒正式定名为“茅台”酒。随后，茅台白酒的品牌开始出现。以“回沙茅台”、“茅春”、“茅台烧春”为标志的一批茅台佳酿，成为贵州白酒的精品。

1840年，茅台地区白酒的产量已达170余吨，创下中国酿酒史上首屈一指的生产规模。

1860年，江西人华联辉在茅台镇创建成义烧坊，生产茅台酒，被后人称为“华茅”。

1879年，仁怀县的王姓人在茅台镇创建荣和烧坊，开始生产茅台酒，后来被人们称为“王茅”。

1915年，茅台酒作为展品参加了被后人称为“巴拿马万国博览会”的旧金山世博会。在此次博览会上，茅台酒被授予银质奖章。

1947年，茅台酒在香港试销，立即被抢购一空，自此茅台酒开始走向国际市场。

1949年之前，茅台酒生产开始凋敝，当时仅有三家酒坊，即被称为“华茅”的由华姓人出资开办的成义烧坊，被称为“王茅”的由王姓人出资开办的荣和烧坊，还有被称为“赖茅”的由赖姓人出资开办的恒兴烧坊。

1949年年末，贵州解放后，中央要求当地政府保护好茅台酒厂的生产设备，继续进行生产。成义、荣和、恒兴三家烧坊在经济上得到了政府的大力支持。

20世纪50年代初，贵州省收购了规模最大的恒兴烧坊，并将另两家烧坊合并进来，成立了国营茅台酒厂。

1994年，在纪念巴拿马万国博览会80周年的“国际名酒品评会”上，茅台酒荣获特别金奖第一名。

2010年8月，茅台酒区域零售价格首次突破千元大关，引领中国高端白酒步入千元时代。9月，贵州茅台“十二生肖”酒以102.2万元的价格被拍出，创造了“中国第一款白酒权益投资产品”网络竞拍成功的先例，并由此引爆了国内白酒拍卖市场。11月，中国酒类流通协会与中华品牌战略研究院共同主办了“华樽杯”第二届中国酒类品牌价值200强，茅台以531.46亿元的品牌价值超过五粮液，名列第一。

■ ■ 经典品牌营销

借助历届领导人和名人的推崇，凭借着在众多国际重大会议中发挥的重要作用，茅台酒成为了当之无愧的“国酒”。

茅台酒一直以来受到世界各国政要的喜爱和推崇，并在多次历史重要时刻担任“国酒”。可以说是历史造就了茅台“国酒”的至尊地位，也造就了茅台巨大的品牌价值。

早在1915年，茅台酒首次参加巴拿马万国博览会就获得了银质奖章，此后一直享有“世界名酒”的美誉。新中国成立后，茅台酒成为历次国宴的指定用酒。自此，无论是政治还是外交活动，茅台酒都作为“国酒”，发挥着其独特的作用。

周恩来总理对茅台酒格外青睐，在长征途中与茅台酒结下了不解之缘。他曾经对作家姚雪垠说：“红军长征胜利了，也有茅台酒的一大功劳。”在许多重要的会议和历史时刻上，周恩来总理也会运用茅台酒进行外交活动。1954年4月，周恩来总理作为新中国领导人出席了日内瓦会议。周恩来总理在国际政治舞台上首次亮相便获得了极大的成功，他在对此次成功亮相作总结时说：“此次成功要归功于‘两台’，一个是越剧《梁山伯与祝英台》，另一个则是国酒茅台。”在日内瓦会议期间，周恩来总理还用茅台酒宴请了喜剧大师卓别林。卓别林对此一直念念不忘，将这难忘的晚会写进了他的自传。

在中美建交的重要时刻，茅台又成为了周恩来总理用来款待美国总统尼克松的酒，随着世界各国媒体对中美建交这一重要历史时刻的关注，以及对两位领导人共同举杯的大肆报道，茅台酒也随之声名远播。在中日建交的时候，周恩来总理又用茅台酒同访华的田中首相实现了历史性的“干杯”。

在一次次的历史重要时刻，茅台酒始终扮演着十分重要的角色，也一步步夯实了“国酒”的品牌地位，凭借着这些重大的历史事件的深刻影响，茅台酒完成了一次次具有国际影响力的事件营销。

对于普通的老百姓来说，“国酒”代表着至高无上的荣誉和品质，拥有“国酒”身份的茅台因此在消费者心目中具备了难以复制的品牌高度。人们购买和品尝茅台，就是在体味那份尊贵、历史和厚重，是在体验“国酒”的