

两部门发文

禁止国有文物资源资产赠予、出租或出售

新华社北京3月31日电 财政部3月31日对外发布,财政部、国家文物局日前联合印发了《国有文物资源资产管理暂行办法》,对规范国有文物资源资产管理明确了有关要求。其中明确,国有文物收藏单位禁止将馆藏文物资源资产赠予、出租或者出售给其他单位、个人。

我国是文物大国,文物总量庞大、收藏体系多元、类型丰富、文化价值高、保护难度较大,文物资源资产的行业特点明显。办法指出,文物资源资产管理遵循保护为主、全面登记、合理利用、动态监控、分类施策、分级管理的原则。

办法明确,管理收藏单位应当按照国家统一的会计制度规定进行会计核算,将成本能够可靠取得的文物资源资产及时登记入财务账,确保不漏。文物资源资产涉及价值增减变动的,应当及时调整相关账目。

考虑到文物计价难的实际情况和特殊情况,办法在计价核算方面以文物行

业管理中的文物总登记账制度为依据,提出了实物量和价值量并重、以实物量为主更全面反映文物资源资产情况的管理思路。

办法明确,管理收藏单位禁止利用文物资源资产进行对外投资和担保。文物资源资产借展、交换、调拨等发生的补偿费用应当纳入单位年度预算,专门用于改善文物的收藏条件和文物征集,不得挪作他用。

办法还强调了加强文物利用的要求,“让文物活起来”,即博物馆(纪念馆)、图书馆等管理收藏单位应当加强文物资源资产展示利用管理,有效盘活文物资源资产,提高文物资源资产利用效率,充分发挥文物宣传教育作用,以满足社会公共文化需求。

业内人士认为,办法的印发实施,有利于进一步规范国有文物资源资产管理,加强文物保护利用,充分发挥文物对于增强国家文化软实力、彰显中华优秀传统文化自信的基础性作用。

国家技术标准创新基地(贵州大数据)

正式成立

新华社贵阳3月31日电 记者从贵州省市场监管局获悉,近日,国家标准化管理委员会批准“国家技术标准创新基地(贵州大数据)”正式成立。

2018年1月,经国家标准化管理委员会批准,贵州筹建国家技术标准创新基地(贵州大数据)。此后,贵州充分发挥大数据先行先试优势,整合调动大数据行业各方资源,紧紧围绕创建目标,汇集、应用大数据产业技术创新成果,积极推动大数据标准研制应用。

目前,国家技术标准创新基地(贵州大数据)建成14个大数据领域的专

业委员会和6个公共服务平台,牵头或参与创制技术标准200余项。2020年11月26日,国家技术标准创新基地(贵州大数据)筹建工作通过国家标准化管理委员会组织的专家验收。

国家技术标准创新基地(贵州大数据)的成立,对完善大数据领域法规制度和标准规范,探索研制大数据关键共性标准,推动贵州省大数据产品、技术、标准“走出去”,打造具有全球影响力和示范引领作用的大数据技术创新和标准研制协调发展平台,具有重要的意义。

中央军委发布

《中国共产党军队委员会政法委员会工作规定(试行)》

新华社北京3月31日电 近日,中央军委发布《中国共产党军队委员会政法委员会工作规定(试行)》(以下简称《规定》),自2021年4月1日起施行。

《规定》是我军第一部专门规范党委政法委员会工作的党内法规,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻习近平强军思想,深入贯彻习近平法治思想,着眼为实现党在新时代的强军目标、全面建成世界一流军队提供坚强法治保

障,系统规范党委政法委员会的设置运行、职能任务和工作制度,对于贯彻落实党领导政法工作的原则制度、加强中央军委对军队政法工作集中统一领导、确保宪法法律在军队正确统一实施具有重要意义。

《规定》共8章37条,涵盖党委政法委员会设置、领导指导关系、职责、决策和执行、工作制度、监督和责任等方面。《规定》紧紧围绕政法姓党的根和魂,牢牢把握党委政法委员会作为党

委领导和管理工作职能部门定位,把坚持党对军队绝对领导、坚持聚焦备战打仗、坚持厉行法治、坚持问题导向和底线思维、坚持面向部队服务官兵的原则贯穿始终;按照精简、统一、效能要求,在编设政治工作部门的团以上部队和相当于团以上部队的单位普遍设立党委政法委员会,建立健全上下贯通的政法组织体系;适应深化国防和军队改革要求,明确各级各类单位党委政法委员会职责任务和领

导指导关系,强化服务保障建设、改革和备战打仗的功能作用;坚决贯彻民主集中制,规范党委政法委员会会议决策的原则、范围、程序和要求,提升履行职责的制度化、规范化、科学化水平;坚持“打铁必须自身硬”,建立理论学习、请示报告、教育培训等制度机制,压紧压实执法检查、纪律作风督查以及考察考评、督促整改等监督责任,为提升履职能力和工作水平奠定坚实基础。

疫情大考下,贵州茅台交出高质量发展靓丽成绩单

2020年实现总营收979.93亿元,净利润466.97亿元,分别同比增长10.29%和13.33%。累计分红242.36亿元,超过利润一半!

3月30日晚,备受关注的贵州茅台发布2020年年报。

报告显示,2020年,贵州茅台实现营业总收入979.93亿元,同比增长10.29%;实现归属于母公司所有者的净利润466.97亿元,同比增长13.33%;每股收益37.17元。

疫情冲击,加速中国白酒进入调整期,规模以上白酒企业产销量略有下降,但贵州茅台依然用两位数的增速,向世人宣告自身乃至中国白酒所具有的强大抗压性、生命力和恢复力。

中国最优质的高端白酒创造的瞩目成绩,也给疫情之年中国经济以内循环为主的增长模式,提供了一个堪称完美的范本。

总营收979.93亿元 “四不”目标顺利实现

事实证明,外界远远低估了这家全球第一酒企的韧性。

3月30日晚间,贵州茅台发布了2020年报,透过这份疫情之年的成绩单,我们得以窥见白酒行业龙头的张力——

报告期内,贵州茅台实现营业总收入979.93亿元,同比增长10.29%;其中酒类收入948.22亿元,同比增长11.10%;实现归属于母公司所有者的净利润466.97亿元,同比增长13.33%。

疫情之下,茅台逆势增长,其当初定下的主要工作目标已全部超额实现,顺利收

官“十三五”。

把时间的指针拨回2020年年初。春节刚过,疫情肆虐。

2月13日,当绝大多数酒企尚在纠结并思考对策时,茅台率先在业内打响复工复产“第一枪”,工人首先到岗,尽最大努力抢时间补损失。即使疫情“黑天鹅”影响未知,但茅台仍以行业龙头的责任和担当,迅速对外释放一个重要信号:2020年“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”。

虽然复工比原计划晚了不少,但贵州茅台发布的年报仍显示,2020年茅台酒及系列酒产质量稳中有升,共生产基酒7.52万吨,同比增长0.15%;其中生产茅台酒基酒5.02万吨,同比增长0.63%。产品出厂合格率100%。

年报在总结时称,公司坚持疫情防控和生产经营“两手抓、两不误”,建立联防联控机制,筑牢疫情坚固防线,实现全公司“零疑似、零确诊”,确保了员工生命安全和身体健康;在行业内率先复工复产复市,把损失和影响降到最低,稳定了高质量发展大局,交出了抗击疫情的优异答卷。

累计分红242.36亿元 股东是茅台永远的家人

伴随着优异的“成绩单”,贵州茅台也抛出一份“豪气”分红预案,拟每10股派发现金红利192.93元(含税),累计派发现金

红利为242.36亿元,约占归属于母公司所有者的净利润的51.9%。

据了解,该分红方案为贵州茅台历年最高。事实上,贵州茅台在分红上一直都十分慷慨。翻看贵州茅台历史分红数据,可以发现其自2001年上市以来,从未间断过向股东实施现金分红,尤其是自2006年以来,每年年末的每股现金分红总是被不断刷新。截至2020年6月底,贵州茅台累计现金分红971亿元,约为上市募资净额的49倍。

年报称,公司坚持“股东是茅台永远的家人”,致力于做一个有良心、负责任的企业。公司真实、规范地披露信息,与投资者积极互动,持续稳定回报投资者,切实维护投资者权益。

“在特殊时期依然选择高比例分红,就是用实际行动回报股东。”茅台高层在茅台2019年度股东大会上就曾明确表示,茅台是守初心、负责任的企业,心系股东朋友们的投资与付出,不断创造优异经营业绩,坚持持续、稳定的现金分红政策,用最实际、最实在的方式回馈股东,分享茅台的发展红利。

茅台是上市公司,更是国企。双重身份令茅台在企业经营管理过程中,既要考虑大小股东的利益,同时也要承担与之匹配的社会责任。

年报表示,2020年,贵州茅台坚持“大品牌大担当”的企业社会责任感,在筑牢质量、安全、环保“三条生命线”的同时,主动参与脱贫攻坚和疫情防控两场大考,持续加大生态环境保护力度,推动世界酱香型白酒核心产

区共同发展,保障各方权益,努力回馈社会,走出了独具茅台特色的履职尽责之路。

在环保方面,茅台坚持生态优先、绿色发展,严格落实“控源、退城、增绿、减排、循环”环保工作方针,积极探索固体废物资源化利用途径,实施冷却水循环利用和凤冷等项目,实行绿色交通,推进碳减排、碳中和,提升了企业污染防治水平,改善了厂区环境,筑牢公司高质量发展的环境基础。同时,继续出资5000万元保护赤水河流域生态环境。

在捐资助学方面,茅台继续与中国青基会联合开展“中国茅台·国之栋梁”大型公益助学活动,捐资1亿元,资助全国2万名困难学生。持续开展了“茅台王子·明亮少年”“贵州大曲·点滴有爱”等社会公益活动。

在脱贫攻坚战中,茅台从产业、党建、人才、教育等方面,助力道真撕掉贫困标签。贵州茅台表示,下一步,还将继续巩固拓展脱贫攻坚成果,并同乡村振兴有效衔接,与道真人民一起阔步小康。

新增产能4032吨 未来五年增长可期

产能,一直是茅台最受消费者、投资者以及业内关注的发展要素之一。在业内人士看来,茅台酒之所以成为纯粹的卖方市场,就在于强大的品牌和稀缺的产能结合到一起。

此次贵州茅台发布的年报显示,2020年贵州茅台茅台酒制酒车间设计产能42560吨,实际产能50235.17吨;系列酒制酒车间25260吨,实际产能24925.37吨。与此同时,3万吨酱香系列酒技改及配套设

人资金10.09亿元,累计投入金额16.6亿元。

据了解,2021年度茅台酒制酒新投产车间的18栋生产房,已于去年10月17日全面投产,标志着“十三五”中华片区6600吨茅台酒技改扩建项目全面完工,预计每年实际新增茅台酒产能5200吨。公开资料显示,茅台基酒产量4.99万吨,加上6600吨技改新增产量,茅台酒产能已达到5.6万吨。

贵州茅台表示,由于茅台酒及系列酒的生产工艺特点,2020年新增的茅台酒基酒设计产能4032吨和系列酒基酒设计产能4015吨,实际产能将在2021年释放。

对此,业内人士称,虽然贵州茅台通过扩大产能缓解供需问题,但按茅台酒工艺,当年生产的茅台酒至少五年后才能销售,系列酒的产品形成过程也近似于茅台酒,短期之内,茅台酒的供需问题依然不好解决。不过,长期从产能视角来看,高端白酒供需两端基础扎实,未来市场规模有望稳步扩容,景气度和确定性仍高。随着茅台产能的逐步释放,未来五年保持年均复合增长两位数以上将是大概率。

值得注意的是,贵州茅台年报中对于经销商情况介绍中提到,在报告期末,国内经销商数量为2046家,新增数量为15家,减少数量346家;国外经销商数量为104家,减少1家。对于经销商数量的变化,茅台在公告中提到,报告期内增加的主要是酱香系列酒经销商,而为进一步优化营销网络布局,提升经销商整体实力,贵州茅台也对部分酱香系列酒经销商进行了清理和淘汰,报告期内减少酱香系列酒经销商301家。

从经销商数量的变化也可看出,随着茅台“双轮驱动”战略的深入推进,不仅茅台酒是稀缺资源,酱香系列酒也逐步成为了紧俏资源。数据显示,2020年茅台酱香系列酒实现营业收入99.9亿元,比上年增长4.7%。

“十四五”期间,贵州茅台将立足新发展阶段、贯彻新发展理念、融入新发展格局,坚持稳中求进工作总基调,以高质量发展统揽全局,以聚主业、调结构、强配套、构生态为发展思路,筑牢“质量、安全、环保”三条生命线,推进品质茅台、绿色茅台、活力茅台、文化茅台和阳光茅台建设,巩固茅台酒世界蒸馏酒第一品牌地位,推动茅台高质量发展、大踏步前进。

对于2021年的经营目标,贵州茅台表示,一是营业总收入较上年度增长10.5%左右;二是完成基本建设投资68.21亿元。(李 勋)



茅台酒厂花园式的生产车间



疫情初期贵州茅台复工复产