

茅台「國之棟樑」公益品牌再升級 四大項目發布構建可持續公益生態

——累計捐資超14億元助26萬學子圓夢 公益版圖拓展至文化遺產保護與鄉村振興

「鄉村CEO」「鄉村振興」「亞洲文化遺產保護基金」「非遺匠師」四大全新公益項目同步在17日召開的「中國茅台·國之棟樑」2026年公益計劃發布儀式上隆重推出，同時發布的還有《茅台集團2025年社會責任報告》，儀式上也啟動了年度公益周。

這一系列舉措標誌着這家中國白酒龍頭企業的公益戰略從過去單一的助學行動，全面升級為覆蓋生態保護、鄉村發展、文化傳承、民生教育等多維度的系統化公益生態，展現出中國民族品牌在社會責任領域的深度思考與長遠布局。

文圖：金石、黃鋒

本版圖片除標注外為6月17日，「中國茅台·國之棟樑」2026年公益計劃發布儀式現場。



公益積澱三十載 從助學邁向系統賦能

茅台的公益實踐並非一朝一夕。早在1991年，茅台酒廠即捐款100萬元（人民幣，下同）支援全國抗洪救災，開啟企業回饋社會的先河。三十餘年來，茅台可統計的社會責任投入已累計超過100億元，其公益版圖從應急救災逐步拓展至教育、環保、鄉村振興等領域。

真正具有里程碑意義的是2012年啟動的「中國茅台·國之棟樑」公益助學行動。該行動連續14年不間斷，累計捐資逾14億元，幫助26萬餘名學子從「家門」邁入「校門」，覆蓋全國31個省（區、市）及新疆生產建設兵團，成為希望工程歷史上企業累計捐資最多、覆蓋範圍最廣、受益對象最多的公益典範。在茅台集團黨委副書記、總經理王莉看來，「善意從來不是即時給予，而是永恆傳遞」。這份堅持的背後，是茅台對「善」的樸素理解——公益不是一次性的施捨，而是需要代際延續的信念。

「天地人文」四大支柱 構建可持續公益生態

2025年6月，茅台將「中國茅台·國之棟樑」從單一助學行動全面升級為綜合性公益品牌，以品牌化思維運營公益項目，推動公益從「點狀播撒」轉向「系統布局」。升級後的公益體系以「天、地、人、文」為骨架，形成四大板塊：

「天」之維度「順天護地」：圍繞水、土、氣、生四大生態要素，在赤水河流域及四大生態區域強化環境保護，構建綠色低碳發展體系，踐行「綠水青山就是金山銀山」的理念。

「地」之維度「厚德共興」：聚焦鄉村振興，通過「鄉村CEO」培育計劃和產業扶持項目，為農村培養經營管理人才，激發鄉村內生發展動力。

「人」之維度「敬人惠眾」：繼續深化教育助學，同時擴大至科技研發支持、醫療健康等領域，惠及更廣泛群體。

「文」之維度「明理思源」：依託「亞洲文化遺產保護基金」和「非遺匠師」計劃，挖掘、傳承和弘揚中華優秀傳統文化，助力文化遺產的跨國界保護。

這一框架的建立，使茅台公益從分散的行動上升為有章可循、有標可量的系統工程，為企業的社會責任實踐提供了清晰路徑。王莉在致辭中強調，公益品牌的持久生命力在於形成「人人參與、生生不息的可持續生態」，茅台將與廣大供應商、經銷商、茅友等相關方一道，規範化、標準化運行好這一公益品牌。

四大新項目落地 助學觸角延伸至科技前沿

今年發布的四大公益項目，正是上述維度的具體落地。「鄉村CEO」項目將面向返鄉創業青年、村幹部等群體提供系統化的管理培訓，幫助他們掌握現代農業經營、品牌營銷、社區治理等技能，目前已規劃在貴州、雲南、四川等省份率先試點。「鄉村振興」項目則延續茅台在丹寨等地的產業扶貧經驗，通過資金注入、技術支持和市場對接，幫助脫貧地區鞏固成果、接續發展。

值得關注的是「亞洲文化遺產保護基金」的設立。這一基金將聯合國內外文保機構，對亞洲範圍內的瀕危文化遺產進行修繕、數字化記錄和學術研究，首期聚焦中國西南地區的古建築和非遺技藝。茅台方面表示，此舉旨在以企業力量推動文明互鑒，讓文化遺產「活」在當下。「非遺匠師」計劃則通過資助傳承人、建立傳習



所、推動非遺進校園等方式，為傳統工藝培養新一代接班人，確保技藝不失傳、不斷層。

在傳統助學領域，茅台並未止步於學費資助。茅台學院受助學生伊磊，連續四年接受「中國茅台·國之棟樑」項目資助。他表示，這份支持「不僅是一種經濟上的幫助，更是一種心理上的鼓勵」，讓他有信心完成學業，未來有能力再去幫助他人。伊磊的經歷並非孤例——26萬餘名茅台學子中，有人扎根鄉村教育，有人投身公益事業，有人返鄉創業，形成「受助—自助—助人」的良性循環。

與此同時，茅台的公益觸角已延伸至前沿科技領域。浙江大學「啟真」方程式賽車隊連續多年獲得茅台公益獎學金支持，用於研發國際領先的賽車配件。隊員虞環軒坦言，這份資助不僅減輕了學業負擔，更讓他們有機會參與國際賽事，展現中國製造的競爭力。車隊成員高美義則從工匠精神的角度解讀：「茅台釀酒是一種匠心，我們造車也是一種匠心，我們與茅台有着相同的目標——就是不斷嘗試做得更好、走得更遠。」將公益注入科技創新，凸顯了茅台對「國之棟樑」內涵的重新定義——棟樑不僅需要知識，更需要探索精神和國際視野。

社會責任報告彰顯擔當 國際評級屢獲認可

同期發布的《茅台集團2025年社會責任報告》顯示，集團2025年研發投入達9.33億元，安全生產投入1.25億元，環保投入3.99億元，連續三年獲評中國企業社會責任報告「五星佳」級典範。在國際評級方面，茅台於2025年成為全球白酒行業首家獲得MSCI ESG A級評級的企業，2026年5月又首次入選標普全球《可持續發展年鑒（中國版）2026》。這些成績表明，茅台在環境管理、社會責任和公司治理方面的努力已獲得國際權威機構的高度認可，也為中國企業在全球可持續發展領域贏得了話語權。

在公益資金運作層面，貴州茅台公益基金會自2023年成立以來，累計接收公益資金3.67億元，投入2.36億元用於70餘個公益項目，直接或間接受益人群達500餘萬人次。2025年，該基金會獲評貴州省5A級社會組織，為省級最高評級。發布儀式現場，貴州茅台經銷商公益聯合會及廣西、雲南、四川等地經銷商聯誼會共計捐贈超850萬元。截至今年，全國已有2104家茅台相關方向基金會累計捐贈超1.8億元，開展公益項目超50個。從企業單方出資到經銷商、供應商、消費者共同參與，從單向捐贈到多元合作，「中國茅台·國之棟樑」正從一個企業公益品牌，成長為凝聚社會善意的公共平台。

●位於仁懷市郊的超大茅台酒瓶地標建築。



公益周讓善行融入日常 從「我」到「我們」匯聚力

作為公益周的重要環節，6月18日，「中國茅台·國之棟樑」公益跑在仁懷市楠竹林公園舉行。貴州茅台公益基金會理事長卓瑪才讓表示，活動以跑為媒，打通線上捐步與線下奔跑雙渠道，「讓公益從『遠方的項目』變成『身邊的行動』，讓人人都能成為希望的傳遞者」。

線下跑者來自社會各界，而線上參與則更為便捷——只需掃描「一塊走」二維碼，即可將每日步數捐給希望工程圓夢行動，每滿1,000步即可捐步一次，茅台公益基金會隨機配捐5至15元。29歲的仁懷市民胡美英通過公開招募參與活動，原本只為鍛煉身體，卻在捐步後發現配捐金額超出預期，她表示「之後會更關注，如果有活動我想積極參與」。浙江大學車隊成員高美義也從「受助人」轉變為「幫助人」，他坦言：「大家能夠在日常生活中參與，在不知不覺中做出貢獻，這是推動社會公益事業發展的好方式。」

跑步有終點，善行無止境。公益不再是遙不可及的宏大敘事，而是舉手之勞的日常積累——這正是茅台所倡導的「輕善行」理念。作為中國白酒行業的領軍企業，茅台近年來加速國際化布局，產品已銷往五大洲64個國家和地區。在公益領域，茅台的視野同樣放眼全球，設立「亞洲文化遺產保護基金」、對標國際ESG標準、參與聯合國全球契約組織等行動，均體現其從民族品牌向世界品牌跨越過程中的責任自覺。從赤水河畔的捐資助學，到亞洲層面的文化遺產守護，茅台正在用實踐詮釋「大擔當」的深刻內涵。正如活動主題所昭示的——當善意植入品牌的深層土壤，便會如草木遇夏，生生不息。這份源自中國西南山區的公益火種，正以其系統性、可持續性和國際視野，為全球企業社會責任貢獻獨特的「茅台樣本」。

