**茅台战略研究院**

**2024年度课题指南**

**茅台战略研究院**

**2024年4月**

说 明

一、2024年度茅台战略研究院课题申报和评审工作，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以习近平文化思想为引领，全面贯彻落实党的二十大、二十届二中全会精神以及贵州省第十三次党代会精神，坚持正确的政治方向、价值取向和学术导向，坚持基础研究和应用研究并重，坚持以重大理论和茅台发展现实问题为主攻方向，解放思想、实事求是、与时俱进、求真务实，为茅台集团和行业高质量发展、现代化建设服务。

二、《茅台战略研究院2024年度课题指南》（以下简称《课题指南》）围绕深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，围绕贯彻落实党的二十大、二十届二中全会精神，聚焦茅台集团“五线发展道路”、茅台“美”时代等战略部署，聚焦茅台集团发展的重大问题、现实问题和前沿问题，在相关领域拟定了一批重要选题，申请人可结合自己的学术专长和研究基础选择申报。

三、申报茅台战略研究院课题，要体现鲜明的时代特征、问题导向和创新意识，着力推出代表正确方向、体现高水平的研究成果。研究要紧密结合茅台集团的发展动态，立足茅台集团发展需要，聚焦茅台发展中的全局性、战略性和前瞻性的重大问题，力求具有现实性、针对性和较强的决策参考价值和实践应用价值。

四、申请人须具备下列条件：遵守中华人民共和国宪法和法律；在相关研究领域和专业方向具备一定的学术地位和优势；具有完成课题的人才条件和相关技术设备；具有与课题相关的研究经历和研究积累；具有完成课题所需的组织管理和协调能力；具有完成课题的良好信誉度。

五、课题申报须按照《茅台战略研究院课题申报书》（以下简称《申报书》）规范填写。《课题指南》中各课题均为方向性课题，申报可选择不同的研究角度、方法和侧重点，也可对课题的文字表述做出适当修改。课题名称的表述要科学严谨、简明规范，避免引起歧义或争议。

六、茅台战略研究院课题的经费额度上限为80万元。申请人根据实际需要编制科学合理的经费预算。课题实际经费以申请获批后签订的合同为准。

七、茅台战略研究院课题的完成时限为1年。

八、为确保申请人有足够的时间和精力从事课题研究，2024年度茅台战略研究院课题申报作如下限定：申请人同年度只能申报一个茅台战略研究院课题，且不能作为课题组成员参与其他茅台战略研究院课题；课题组成员同年度最多参与两个茅台战略研究院课题申请；在研茅台战略研究院课题的课题组成员最多参与一个茅台战略研究院课题申请。

九、申报课题实行同行专家通讯初评，初评采用《茅台战略研究院课题论证活页》（以下简称《课题论证活页》）匿名方式，论证部分字数不超过7000字，要按规定的方式列出前期相关研究成果，不得出现任何可能透露申请人身份的信息。

十、申报纪律要求

（一）贯彻落实中央《关于进一步加强科研诚信建设的若干意见》，申报课题须按照《茅台战略研究院课题申请书》和《课题论证活页》要求如实填写材料，保证申请信息的真实性和准确性、保证没有知识产权争议、没有违背科研诚信要求的行为。

（二）获准立项后，课题负责人在课题执行期间要遵守相关承诺，履行约定义务，按期完成研究任务，结题成果形式原则上须与预期成果一致；获准立项的《申报书》视为具有约束力的合作合同文本。最终成果由茅台战略研究院组织专家鉴定。除特殊情况外，最终研究成果须由茅台战略研究院鉴定、发布，擅自发布者视为自行终止合作协议。

（三）申请单位和申请人要切实把好政治方向关和学术质量关，认真审核申请信息的真实性和准确性。

十一、课题申报材料从茅台集团官网下载。

十二、课题申报时间为2024年4月20日至2024年5月20日。5月20日前将纸质版《申报书》（单位审查盖章版本，一式3份）、电子版《申报书》《课题论证活页》报送至茅台战略研究院秘书处（邮寄地址：贵州省仁怀市鲁班大道茅台学院茅台战略研究院秘书处饶小红收，电子邮箱：raoxiaohong@mtxy.edu.cn），逾期不再受理申报。

一、人工智能推动茅台集团“三大主业”发展战略及实施路径研究

在当今数字化时代，人工智能技术飞速发展，对各行业产生深远影响。茅台集团作为中国著名酒企，围绕“酒的制造、销售及相关配套产品制造和服务,综合金融服务(产业金融方向),酒旅融合产业”三大主业谋发展。然而，市场竞争日益激烈，传统发展模式面临挑战。在此背景下，如何利用人工智能技术优化生产、提升服务质量、增强竞争力，实现三大主业的协同发展和创新突破，实现茅台集团三大主业的协同发展，提升整体竞争力，引领行业创新。

二、银发经济发展背景下的茅台集团产业转型战略及实施路径研究

根据第七次全国人口普查数据,我国60岁及以上老年人口达2.6亿,占全国总人口的18.7%,且老年人口规模还在持续快速增长。人口老龄化趋势的加快，促进了“银发经济”的发展。在“银发经济”快速发展的背景下，茅台集团如何抓住“银发经济”的机遇，如何明确在银发市场中的品牌形象和价值主张，如何在适应银发经济发展的背景下进行产业转型升级，提高市场竞争力，实现可持续发展。

三、茅台集团数字资产发展战略及实施路径研究

茅台集团近年推出了“i茅台”数字营销平台，打造“巽风”数实融合世界，完成工业互联网标识解析二级节点的建设等拥抱数字化的工作。通过这些平台的运营，吸引了大批用户，也沉淀了一批数字资产。但茅台集团在数字资产如何运用、如何交易以及如何与实体资产进一步融合，还需要继续摸索。

四、茅台集团“十五五”战略目标及增长路径研究

在当前经济形势下，茅台集团面临着新的发展机遇和挑战。“十五五”时期是茅台集团实现更高质量发展的关键阶段。随着市场竞争的加剧和消费需求的变化，茅台集团需要明确战略目标，探索有效的增长路径，助力茅台集团在品牌建设、科技创新、产品创新、市场拓展、文化建设、ESG管理等方面取得新突破，实现可持续发展。

五、人口分布新格局下茅台集团区域布局战略及实施路径研究

在当前人口分布新格局的背景下，各地区的消费市场和消费需求呈现出多样化和差异化的特点。茅台集团作为国内知名的白酒企业，其区域布局战略的科学性和适应性面临着新的挑战和机遇。在人口分布新格局背景下，茅台集团如何根据人口变化优化产业布局，拓展市场，实现更精准的区域发展，提升市场竞争力。

六、茅台集团产业生态化战略及其路径研究

在环保意识增强和可持续发展重要性凸显的当下，茅台集团面临转型挑战。为实现长远发展，集团积极探索产业生态化战略，寻求经济与生态平衡。聚焦产业“生态化”，研究形成正面和负面清单，明确茅台哪些领域能做，哪些不能做；茅台品牌哪些领域可以用，哪些不能用，哪些仅在引导阶段可以用。