

4 特别报道 Special Reports



■ 本报记者 许强

要开学了，湖北利川一中劲牌阳光班高三毕业班学生刘洋打好行李，准备前往南京航空航天大学报到。在2017年高考中，他以587分的优异成绩被该校飞行器制造工程专业录取。

像刘洋这样的阳光班学生，全国还有很多。据统计，2016年，共有1750名劲牌“阳光班”学生参加全国统一高考，考上国家统招本科的学生有1685名，本科上线率为96.29%，其中，“阳光班”3名学生喜中状元郎。仅宜昌一中劲牌阳光班就有三名同学高考成绩在600分以上：舒沛清673分，舒沛玄646分，张水茵600分。分别被清华大学、北京航空航天大学、中南财经政法大学录取。

深入采访发现，劲牌有限公司坚持“树正气、有担当、可持续”的核心价值观，创办“阳光班”，仅仅是劲牌敢于担当的“冰山一角”，创办326个“劲牌阳光班”，出巨资用于环保、救灾等公益事业，倡导“健康饮酒”理念，力促中国保健酒联盟成立……至少在以下九个方面出色地表现出自己的担当。

创建“正文化”，传递正能量

德鲁克的企业目的观：追求企业利润最大化的更高境界。

劲牌对此不以为然，21世纪，劲牌探索出了一条具有劲牌特色的企业文化——“正文化”。

劲牌“正文化”就是以“不断提高消费者体质素质和生活质量”为使命，以“做百年企业 树百年品牌”为愿景，以“树正气、有担当、可持续”为核心价值观的企业文化。

2003年10月29日上午8时许，吴少勋董事长匆匆走进劲牌学校第四期营销培训班沟通会，望着学员期待的目光，第一句话就吐出了自己心声：“国家兴亡，我的责任。”

说到“国家兴亡，我的责任”，人们自然而然想起了明朝末年著名儒者顾炎武的那句名言——天下兴亡，匹夫有责。吴先生说的“国家兴亡”中的国家，也不是顾炎武时代的那个“国家”概念，完全区别于皇权统治的“国家”概念，它具有普遍价值的仁义和公平正义。

世纪跨越之时，拜金主义、极端个人主义、享乐主义、利己主义“四大主义”在社会上抬头。大多普通百姓认为反腐倡廉，纠正社会上的歪风邪气那是当今政府的事情，有人甚至认为，一些当官的因以权谋私、造假欺诈骗富裕了起来，自己如果还是老实本分，很吃亏。

劲牌人敏感地意识到，国家的兴衰、仁义的存废不单单是政府的事情，也关系到了每一个人。于是，劲牌人提出了“国家兴亡，我的责任”的理念，并把这种理念广泛传播，并成为了“正文化”的重要的内涵之一。

“国家兴亡，我的责任”。今天，劲牌“正文化”在社会上传播开来，它不仅传递了正能量，也感召了许多中国人自觉地勇当责任，为中国的繁荣富强、公平正义服务，为实现“中国梦”而努力。

自觉纳税，为社会创造财富。
在很多人眼里，劲牌人有点“傻”，卯足劲交税，在当地乃至整个行业，劲牌税销比都是很高的。劲牌人却有自己的解释，依法交税，创业踏实。

2010年末，黄石市市委、市政府等部门主要领导专程到劲牌慰问，当着市委、市政府和各部门领导的面，劲牌董事长承诺，2011年上交税收10亿元。

什么？上交10亿元？没有听错吧！那不是上交税收年增长41%以上呀！

有人认为，劲牌只是说说而已，鼓鼓干劲，喊喊口号，博领导开心。

时光飞逝，2011年一晃就到底，当很多人都忘记了劲牌要交10亿元的这个事，劲牌董事长却牢记着这个承诺。他看到报表上2011年只交了9.79亿税收的时候，便把劲牌财务总监董艳叫到办公室严肃地说：“要交10亿的税，怎么还差2100万没有交？”董艳回复说：“我们去交了，国税、地税都不收，说是劲牌交的税收已经很高了，税务部门要放水养鱼。”

董事长看看财务总监，拿起了电话，分别打通黄石国税、地税一把手的电话，说出了劲牌要多交税的想法。税务局的领导见劲牌董事长请求加税，很惊讶。别的企业都是请求税务部门减税的，劲牌人倒好，请求税务局多加税。看到税务局领导为难，劲牌董事长提议，劲牌曾经承诺交10亿，现在还差2100万，必须交上，算是替黄石的街道个体户交税了，抵



扣小商小贩的税收，减少个体户的负担，以此激活万众创业的热情。税务局的领导觉得劲牌董事长的提议有道理，于是同意了劲牌的请求。

劲牌上交税金是极高的，超乎了人们的想象。2016年，劲牌上交税金达25.01亿元。

目前，劲牌公司不仅多年荣获“湖北省国税十强纳税人”，“中国保健酒第一纳税人”称号，也是湖北酒业、黄石市的纳税状元，成为了当地的财政大户，为当地的经济建设做出了极大的贡献。

做“好而不同”的产品，把产品做到极致

劲牌的前身——大冶县新建酒厂始创时产品只有一种，48度白酒，日生产能力为400斤。1978年，大冶县新建酒厂甚至转为了生产味精。但这次的产品“跨界”转型失败给了劲牌人一种启迪，不能脱离酒业，要“做有益于人类健康的酒”，解决消费者“痛点”，把产品做到极致。

于是，通过不断的努力和创新，1989年10月，劲牌研制生产出了“中国劲酒”。21世纪，劲牌保健酒板块有了劲酒、韵酒、追风酒、玛咖酒等品牌。2013年，劲牌又研制和生产出了“健康、不伤身体”毛铺苦荞酒，引领中国健康白酒在新世纪奔向向前。至此，劲牌两个产品巨轮——保健酒和健康白酒在市场驰骋的身影已清晰可见。健康白酒板块有了毛铺苦荞酒、毛铺酱酒、毛铺老酒、毛铺纯谷酒等品牌。

为了把劲酒做到极致，劲牌人不断创新，在“研”上下功夫，使劲酒更趋向消费者的需求。

据1991年进入劲牌的刘胜华回忆，1998年前做劲酒，就是将药材放在缸里泡一、两次，再拿出调配，就成了劲酒。1998年后，渗漉工艺在劲酒生产中得到应用，2003年，劲牌实现了酒体的大罐调配，并开始了劲酒指纹图谱研究。2009年之后，劲牌将渗漉工艺升级为动态组罐逆流提取技术，实现药材有效成分高效、快速、准确的提取。

21世纪，劲牌坚持“按做药的标准生产保健酒”，率先将中药数字技术运用于产品生

产。2006年3月，劲牌研发中心成为“博士后产业基地”。2008年5月，劲牌检测中心通过国家实验室认可。2013年1月，“中药保健食品质量与安全湖北省重点实验室”获批组建。

劲牌自主制订并全面实施的企业标准覆盖了从原料种植、采收、运输到包装用材质量监控、酒体调配灌装，以及劲牌产品上架销售的整套工序，其中有195项高出国家标准。

从2006年开始，劲牌开始酿酒工艺创新，2011年7月6日，劲牌小曲新工艺改进初获成功，在劲牌枫林酒厂满负荷生产。

检测数据证明：采用新工艺后，酿酒产品优品率80%，比传统工艺提高60%；粮食出酒率比传统工艺提高4个百分点。

2016年，劲牌公司保健酒智能制造试点项目成功入选国家智能制造试点示范专项项目名录。

2009年9月，劲牌开始规模化应用数字提取技术，建成了按照GMP要求建设的国内最先进的生物提取车间，数字提取技术具有“单药”、“量化”、“优取”三大技术特点，使劲牌产品的功效更显著、品质更稳定、口感更醇和。

21世纪初，劲牌灌装生产线进行三次大的技术创新，研制出30000瓶/时异型瓶高速全自动灌装生产线，产量翻了十几倍。

2016年，劲牌产品已辐射东南亚地区和中国32个省市、自治区，2个特别行政区，300多个地级市场，年销售额达到90多亿元。

开设“阳光班”，让贫困学子享受阳光

2004年10月28日清晨，在阳光下，黄冈中学高一<七>班的50名学生身着整齐的校服，满怀喜悦地走进了黄冈中学“劲牌阳光班”开班典礼现场。也因此开启了“劲牌阳光班”之路。

“劲牌阳光班”是劲牌为广大贫困地区“特困特优”高中生而创办的公益助学项目，目的是为品学兼优的特困高中生搭建一个健康成长、成才的平台，为贫困学子送去阳光，以此带动更多的人关心弱势群体教育，将爱心的火炬传递在最需要帮助的贫困学子中。

截至2016年，劲牌已先后在全国31个省市自治区的78所高中建立326个“劲牌阳光班”，受惠学生16300人，12年来累计投入近1.4亿元。2016年，共有1750名劲牌“阳光班”学生参加全国统一高考，考上国家统招本科的学生有1685名，本科上线率为96.29%。
再穷不能穷教育，再苦不能苦孩子。劲牌“阳光班”只是劲牌投入公益助学项目之一，劲牌在发展中不断地为中国的教育事业奉献自己，捐款修建校舍，帮助贫困生顺利完成学业；设立“劲牌贫困大学生助学金”，明确提出“你上大学我出钱”的响亮口号，以帮助考上大学的贫困高中生顺利进行大学深造。

情系社会，扶危济困

劲牌人坚持“正己守道”，勇敢承担社会责任，通过自身努力，切实营造体恤弱势、扶危助困的社会风气，累计捐赠总额达数亿元。

2008年5月12日14时28分，四川汶川县发生了里氏8.0级地震。远在加拿大出差的劲牌董事长在得知地震灾难的消息后，第一时间给公司打来电话，要求公司以最快的速度为四川地震灾区捐款。据不完全统计，劲牌及其控股的相关投资企业和员工累计为四川汶川地震灾区捐款1180万元。

2010年4月，青海玉树县发生7.1级地

震，劲牌向玉树地震灾区捐款超过1000万元，还就灾后重建的相关资助工作拿出具体可行的实施计划。

据了解，劲牌在捐助受灾地区非常“大方”，频频伸出扶危济困之手，各类慈善捐助已逾亿元。截止到2016年，劲牌仅用于赈济自然灾害的就达数千万元。

劲牌先后荣获了中华慈善总会颁发的“中华慈善突出贡献奖”、湖北省慈善总会颁发的“湖北省爱心慈善奖”等荣誉称号。

对于弱势群体，劲牌尽自己的力量主动伸出了援助之手。

自2002年以来，劲牌用于支持民族地区建设、扶老助残等的投入达3200万元……

劲牌人还有一个梦想——“军队强，国家安，企业稳，员工乐”，并捐款2050万元改善海军生活条件。

劲牌慈善的核心是传播“正”文化，做一个负责任的企业。

环保先行，劲牌勇当“绿色使者”

劲牌人奉行“低碳环保、绿色节能”理念，内外兼修，一方面保持勤俭节约，努力创建“资源节约型和环境友好型”企业，打造绿色劲牌；另一方面，积极倡导人文自然和谐共生的价值观，捐款出力，实施惠民工程，努力修复生态，为人类环保事业做出了积极的探索。劲牌还被黄石市城市绿化委员会评为“绿色使者”。

走进劲牌厂区，你可能感觉自己走进了花园中，绿树成荫，百花怒放。在一片片绿意盎然的空间里，“青青小草、渴望呵护”、“关爱生命、善待植被”等温馨话语让人在绿色熏陶中得到升华。到2016年底，劲牌绿地面积371104平方米，绿地率为37.52%。

2005年，劲牌成立了环保管理专门部门，推行环保三级责任管理；制定了严格的巡查、考核制度，建立环保监测数据的日反馈、环保指标月考核、环保达标运行季度奖励、环保目标年度兑现等工作机制；先后编制了《劲牌公司环境保护管理办法》、《劲牌公司环境检查管理办法》等环保管理制度及标准，实现污染物的全过程受控管理。

据统计，劲牌环保设施累计投入达数亿元，建设废水、废气、噪声和废渣处理设施，全部安装了在线监控设备并与省环保厅、黄石市和大冶市环保局在线监控平台对接，所有污水经处理后均能按照企业标准稳定达标排放。

劲牌十分重视企业周边环境生态保护和社会公益环保事业。十几年来，累计投入公益环保事业资金达数亿元。2011年，劲牌决定出资1.13亿元，捐建大冶市首个大型综合体育休闲公园。2014年，劲牌决定出资1.7亿元，捐建柯尔山白马山公园，同年，劲牌出资3000万元，捐赠阳新园博园部分工程。黄石柯尔山白马山生态公园、黄石园博园和大冶金湖生态园等公益项目已在2016年完成并投入使用。

真心助农，带动山区经济发展

“农业安天下”。三农问题一直是在中国亟待探索的问题，劲牌一直在积极地探索，并创造了工业反哺农业的新模式。

“每逢佳节倍思亲，劲牌公司就是我们山区人民的大恩人，是您们改变了我们穷困山区人民的命运，让我们走上了共同富裕的道路。在新年来临之际，特献上节日的问候。”2007年12月20日，劲牌收到了一封特殊的来信。这是来自大冶刘仁八镇原毛铺乡山区人民的感谢信，薄薄几张素纸代表了村民们对劲牌支持农村建设的感激之情。

2000年，劲牌开始在毛铺乡投资修建了小曲原酒一期基地；2004年，劲牌又在

大冶农村投资修建了二期原酒基地；2005年修建了三期原酒基地。三个基地投产，不仅改善了周边农村的面貌，带来了新气象，而且解决了近2000人的劳动就业问题。

15年间，毛铺乡发生了翻天覆地的变化，原来的“偏僻”、“贫困”、“落后”等字眼慢慢淡出人们的视线，如今的毛铺乡渐渐成为希望、美好的新农村的代名词，每年都会吸引许多游客来观光。
近年来，劲牌多次荣获“湖北省农业产业化十强龙头企业”称号。2010年10月，经农业部、国家发展和改革委员会等部门联合审定，劲牌荣获了“农业产业化国家重点龙头企业”称号。

提倡“健康饮酒”，丰富中华酒文化

今天，酒成为社会人际关系交往的重要工具，“一醉方休，不醉不归”、“宁伤身体，不伤感情”等错误饮酒观念导致暴饮、豪饮等现象层出不穷，不仅伤害了饮用者的身体健康，也为社会带来了诸多问题。因此，劲牌把积极倡导健康和谐的饮酒文化当作一种社会责任，力推“健康饮酒中国行”公益活动。

2007年2月1日，对于中国健康事业来讲，是一个值得铭记的日子。

上午9点，“健康饮酒中国行”大型主题公益活动全国启动仪式在劲牌拉开了序幕。

“健康饮酒中国行”主题公益活动最开始是中国保健协会、中华医学会、劲牌联合发起，是围绕“适量饮酒，健康中国”的主题，通过一套科学评估体系和调查方法全面调查中国民众饮酒真实状况，并为民众提供健康饮酒科普知识，使每个饮酒者都能知道自身饮酒状况，摒弃不健康饮酒方式，找到最适合自己的饮酒方法，从而树立“适量、健康、文明”饮酒观念。

1993年，劲牌首次提出了“适量饮酒有益健康、过量饮酒有害健康”的观念，积极倡导社会民众健康饮酒。1994年，“劲酒虽好，可不要贪杯！”正式启用，这句广告语至今仍是席间“少量饮酒、适量饮酒”的劝语。2004年，劲牌率先在包装上印刷健康饮酒警示语“适量饮酒对健康是有益的，但经常过量饮酒比吸烟的危害更大”。2006年，劲牌专门编制了《健康饮酒手册》。

据悉，中国每年至少有11万人因过量饮酒导致酒精中毒而死亡。劲牌坚守“健康饮酒，健康生活”的理念，并广泛传播。

这么多年，“健康饮酒中国行”从没有停止过，行遍25个省、市和自治区的121个城市。据不完全统计，全国各地共1000多万人参与了“健康饮酒中国行”活动。

力促行业联盟，共振保健酒业

2013年，劲牌注定要在中国保健酒业的史册上刻写出浓墨重彩的一笔。

5月8日上午，当吴少勋、中酒协理事长王延才与黄石市杨晓波市长三人一起拉开盖在中国保健酒联盟挂牌上那块红绸布的刹那，意味着中国保健酒联盟正式成立，也意味着中国保健酒业已向行业标准化、市场规范化和行业自律的方向迈出里程碑式的一步。吴少勋出任保健酒联盟理事长。

上世纪80年代，劲牌首次提出保健酒概念，受益于白酒黄金十年，中国保健酒业一路突飞猛进。然而，令中国保健酒业尴尬的是，保健酒产值虽与黄酒相当，但至今“寄人篱下”，屈居于白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、果露酒5大酒种之下。况且保健酒行业缺乏标准规范和有序的竞争环境，企业规模小、散、乱，行业集中度低，这些都成为保健酒行业潜在的危机。

2015年3月，保健酒联盟正式启动了整个保健酒的标准制定，首先由劲牌牵头制定了保健酒标准和保健酒生产卫生规范的一个草案，分别和海南椰岛、五粮液、汾酒进行了深入沟通和探讨，搜集意见，形成保健酒标准50条，保健酒生产卫生规范有28条，已根据意见进一步完善标准，完成标准初步定稿，2016年3月份确定这个草案。

俗话说，同行是冤家。中国保健酒联盟成立，意味着劲牌要将多年来摸索出来的一套技术标准和工艺流程奉献出来，与众多少竞争对手分享，这不等于“养狼”吗？

事实上，劲牌的大门是敞开的，创业经验对竞争对手从不藏着掖着，目前已有数十家保健酒企业专程前往劲牌考察、学习，劲牌都毫无保留地介绍自己的探索思考和经验。

2017年8月22日，椰岛集团副总裁、酒业发展公司董事长洪河一行7人来访劲牌参观交流。董事长、总裁吴少勋，副总裁夏振干，行政总监余敦文等劲牌领导予以了热情接待。在劲牌总裁助理吴刚的陪同下，洪河一行先后参观了山南健康产业园、劲牌展馆、保健酒包装二车间自动化灌装生产线和数字化生物提取车间。其中自动化灌装生产线和数字化生物提取车间是劲牌创新的核心“机密地段”。

著名的爱国诗人文天祥说过：“壮心欲填海，苦胆为忧天”。提出“国家兴亡，我的责任”创业理念的劲牌人壮心不已，勇于担当，不仅传播了正能量，体现了中国企业企业的价值，还为民营企业的发展做出了一种积极的探索。