

引子：
有一种力量，汇聚至上思想和人物；有一种力量，讴歌行业精英与梦想；有一种力量，令世界为之动容；有一种力量，令人们为之感动；有一种力量，让我们不断前行；那就是榜样！
3月27日，由华西都市报、中国雅虎联合发起，全国40多家主流媒体共同举办的“榜样中国”年度金榜颁奖典礼在成都举行。川渝中烟工业公司以其在公益事业、社会责任等方面的杰出贡献，获得了由大会颁发的“责任企业”大奖。评委会对此这样评价：川渝中烟工业公司是全国烟草行业第一家跨省组建的工业公司，也是川渝两省、市第一纳税大户，2009年实现了税利总额157.7亿元。在大力弘扬“激情创业、创新发展”的企业精神和“海纳百川、矢志不渝”的人文品格的同时，川渝中烟还致力于公益事业，从“百万助学建设西部”到投资兴建希望小学，始终默默回报社会，履行着企业的社会责任，用榜样精神领引着时代的前行。

勇担社会责任 提升西部品牌竞争力

——祝贺川渝中烟荣获“榜样中国·责任企业”称号

公益助学，为学子插上翅膀

“爱心凝聚力量，希望成就未来。”去年7月落成的“中国娇子希望小学”不仅彰显着“娇子”品牌的慈善行动力，也体现了川渝中烟认真履行作为国企的高度社会责任感。“中国娇子希望小学”是由川渝中烟工业公司捐资200万元修建的，学校坐落在凉山州普格县螺髻山镇马厂坪村。在巍峨的螺髻山脚下，四层框架结构的教学综合楼拥有16间教室，可容纳学生800人。学校不仅有实物投影仪等电化教学设备，还配备了多媒体教室、音乐室、美术室、微机室，川渝中烟工业公司还为学校配置了40台学生电脑。
其实这所学校的建成对川渝中烟工业公司而言并不是新鲜事，早在2004年“娇子”品牌就开展了一系列的公益助学活动，用实际行动证明了“娇子”品牌关爱社会、回馈社会的慈善之举。

2004年，川渝中烟与共青团四川省委联合发起了“娇子百万助学建设西部”大型资助活动，出资130万资助了130名贫困大学生。此次公益活动引起了社会各界的强烈反响，犹如一道阳光温暖了一批寒门学子的心，让他们对自己的大学之路重燃信心，同时也唤起了人们对贫困学子的关注。

2005年，为延续这份具有深远意义的公益助学行动，为了给更多的贫困学子们在艰难的求学之路上提供有力的支持，川渝中烟成都卷烟厂再次联手团省委，开展了针对应届高考学生的“中国娇子，阳光助学——世界著名男中音歌唱家廖昌永‘娇子之夜’助学演唱会”。活动向全社会公开征集50名受助贫困学子，并从中选出学业优异，但因家庭困难而无法继续深造的贫困学子，向他们一次性发放助学资金。而该项助学资金由“中国娇子，阳光助学——世界著名男中音歌唱家廖昌永‘娇子之夜’助学演唱会”的票房收入全额承担。

数据显示，我国目前大约有4000万贫困生因贫困而无法完成学业，其中3400万为小学生和初中生。为了让他们不让梦想因贫困而折翅，近年来，川渝中烟给予这些寒门学子越来越多的关注。多年来，企业与员工以奖学金、助学金、“一对一帮扶”等形式无偿支持贫困生完成学业，为他们的梦想加油，已成为川渝中烟企业文化的重要组成部分。

川渝中烟企业策划部张建伟说：“助学不仅要注重受助者物质上的解困，更要注重受助者精神上的成长。现在，我们更关注点对点、一对一的具体帮扶，方法是身体力行地去选项目设计项目执行项目。”这也正是川渝中烟现在的公益思路：要更直接、更有效力，要看重执行过程中的每一个环节的严密。把单一的公益助学活动向培育一种积极向上的价值理念转化，将单纯的经济资助行为发展成注重参与性和互动性的主题活动。他还认为，助学活动应唤起寒门学子对生活和理想的渴望与追求，进而形成爱心的社会传递，这才是捐资助学的更高追求。

投身重建，树灾区企业的榜样

2008年，首届“情暖2008·中国烟草品牌‘慈善·责任’”大型公益活动中，来自川渝中烟的“娇子”荣获了“最具慈善行动力品牌”称号。川渝中烟工业公司“娇子”品牌的高度社会责任心不仅感动了业界专家，更是在全中国消费者的心中刻下了深深烙印。

活动组委会给予娇子品牌的获奖理由是：“5·12汶川特大地震”中有惊无险，启动高效应急预案，生产自救，抗震救灾。立足后方，挖掘潜能，创下日产新纪录；救助他人，出人出力，出钱出物，所捐款项高达5000余万元。

在灾难面前，经受淬火的是人性的光辉和力量，拷问的是企业的责任感和行动力。履



导语：

著名经济学家弗里德曼曾说，企业不仅要承担经济责任，还有其他的一些责任要承担，财富代表企业的能力，更意味着企业的责任。2008汶川大地震带来了中国有史以来最大的一场全民慈善运动，媒体敏锐地将这个年份称作“慈善元年”、“公民社会元年”。当“公益”成为一个极具普世价值的词汇，并与财富、公众观念、社会责任感等融合在一起，就逐渐成为当代中国精英思想，所以有人提出：中国正在进入企业社会责任运动的“转型时代”。在企业社会责任一点点被唤醒的背后，是企业“社会公民”价值观诉求的释放。当这个语汇与财富、公众观念、社会责任等发生融合，它所承载的符号内容与意义被放大并更具张力。

不过，川渝中烟工业公司的社会责任感并不是从地震之后才被唤醒的，而是在公司成立以来就始终坚持奉行“国家利益至上”和“消费者利益至上”为企业的根本原则。作为一个有高度社会责任感的“企业公民”，川渝中烟心中不忘造福一方，不仅以企业的振兴来增强西部的自我发展能力，推动西部经济的快速发展，更是通过助学、捐建灾区等实实在在的行动关爱社会、回馈社会。

行企业的社会责任，川渝中烟在抗震救灾的过程中将其表现得淋漓尽致。一方面，减少自身损失，不等不靠，积极生产自救，挽回地震带来的损失，不给政府增添负担，另一方面，积极参与全面抗震救灾工作，尽企业所能为受灾群众、受灾地区送去相关物资，给予相关支持。

“5·12”汶川特大地震中，川渝中烟及所属四川工业公司什邡、绵阳、成都分厂和长城雪茄烟厂距汶川只有几十公里，地震造成部分建筑物沉陷、坍塌，烟囱断裂、设备位移，11名员工受伤。据不完全统计，直接经济损失超过3亿元，生产恢复和灾后重建困难多、投入大、任务空前艰巨。

5月12日当天，大地刚刚在颤抖中平静下来，川渝中烟工业公司党组书记、总经理吴应禄就在公司大门处召开起了紧急会议，立即启动应急预案，成立抗震救灾指挥部。“现在通信中断、情况不明，必须迅速摸清灾情，把员工的生命安全放在第一位”。吴应禄发出第一条指令，并主持制订了抗震救灾三原则：一是立足生产自救，履行企业责任，最大限度减轻地方党委政府压力；二是做到积极主动、科学靠前指挥，确保员工生命安全、生活稳定；三是强调领导干部带头表率，团结带领干部员工齐心协力、共渡难关，确保大灾不减目标、努力多作贡献。工作部署妥当后，川渝中烟领导班子成员立即奔赴受灾分厂慰问干部员工，了解灾情，既要自救，还要义不容辞全力抗震救灾。

5月15日，成都分厂停止运行70小时的生产设备率先轰鸣起来；6月3日，身处重灾区什邡的长城雪茄烟厂生产线比预定时间提前一周开始运行；6月8日，绵阳分厂在20天完成40天的任务，重新奏起激情交响；7月10日，受灾严重的什邡分厂全面恢复生产。14类50项工作环环紧扣，20天完成了40天的任务，川渝中烟创造着一个个奇迹，悍然而至的大地震考验了一个灾区国企的行动力。

在振奋精神迈入全国烟草行业“第一方阵”的进程中，川渝中烟没有忘记一个灾区

企业的社会责任，并以振作的姿态和积极的行动投身于地方灾后恢复重建。为帮助灾区人民加快建设美好新家园，川渝中烟工业公司出资150万元，分别建成了两个“娇子爱心家园”试点，一个在北川县擂鼓镇胜利村，这是北川境内受灾群众相对集中的、板房规模最大的社区，擂鼓镇胜利村村委会对“娇子爱心家园”建设非常重视，专门提供援建房一栋用于项目建设。其主楼为两层木楼，使用面积400平米。副楼为砖混平房，使用面积为150平米。家园内有200多平米的露天广场及有盖广场各一个。另一个“娇子爱心家园”设在成都，办公场所面积130平米，在服务“娇子爱心家园”、组织实施项目内容、向灾区“娇子爱心家园”联络、配送爱心物资等方面做出了很大贡献，起到了中枢作用。

擂鼓镇的“娇子爱心家园”内设培训室、电教室、图书室、医疗站、爱心超市等。既丰富了居民的文化娱乐生活，又有固定场所进行村民教育培训。投入使用后，当地村民在这里开展文化活动，接受农业科技、羌绣针织、手工制作、计算机操作等教育培训，进行健康检查。“爱心家园搭建了志愿者服务平台，联系志愿者对孤残老人、儿童进行一对一的帮扶；联系医疗卫生服务志愿者或聘请医疗人员，进行医疗诊断，健康检查，心里咨询，卫生知识辅导等，是一个多功能的很实用的家园。”“娇子爱心家园”的负责人介绍，依托成都“娇子爱心家园”服务站和“娇子爱心家园”网络平台，村民们还可宣传推广羌绣、山核桃制品等羌羌文化特色产品和山区林特产品，发展特色经济，扩大就业机会。

爱心蔓延，大爱熏陶川渝中烟人

灾难面前，川渝中烟工业公司除了保障员工的生活安置外，还尽最大努力组织人力、物力、财力支援受灾地区和商业企业的抗震救灾。非常时期，员工深入重灾区，运送救灾物资，安置照顾灾民。想人所想，急人所急，显示出大企业大品牌在突发事件中

的超强行动力。“社会责任居前，企业责任居次。”吴应禄说，作为社会的一分子，我们有理由、有义务、有责任去挑起社会赋予我们的责任重担。

强烈的社会责任感驱动着人心，震后第二天，干部员工排队献血、捐款随即展开。10万、100万、1000万、2000万……短短10天，川渝中烟公司及员工自发捐款数额成倍地往上升，数百名志愿者和数十台汽车深入灾区一线参与抢险救灾；帐篷、衣物、食品、药品、饮用水、电筒、行军床、雨伞、消杀用具等物资更是一到位就送达灾区。抗震救灾期间，川渝中烟总共捐赠5000余万元的款项和物资，成为国内烟草业捐款持续时间最长的企业。

在参与自救、重建的过程中，川渝中烟的一个个普通员工也用自己的爱心为灾区出力。2008年5月18日，《新闻联播》中播出了领导慰问志愿者的画面，当被问到“你是哪里的志愿者啊？”志愿者响亮地回答：“我是什邡烟厂的职工！”这个志愿者就是川渝中烟四川公司什邡分厂内退职工谢若兰。而公司内部像她这样及时奔赴灾区第一线的志愿者还有很多。

5月14日，川渝中烟直属四川三联卷烟材料公司的席盛伟徒步进入银厂沟，与另一名志愿者一起在“鑫海山庄”救出被埋作家李西闽，并为济南军区某部官兵带路，解救了被谢家坪堰塞湖围困在孤岛上的50多位村民。在两天中，他把扛进灾区的一箱方便食品全部分发给灾民，自己只吃了一顿稀饭；两天中，他直接面临悬崖、滚石、堰塞湖和缺水断粮的死亡威胁，经历了与死尸同眠，被疯狗群攻击的生死考验，不抛弃、不放弃，有一线希望就尽百倍努力，展开生死大营救的惊魂50小时。

艰难困苦，玉汝以成。川渝中烟人自强不息、不屈不挠，在灾难中顽强拼搏、在挫折中坚强挺立，众志成城、团结一心，誓与地震灾害顽强抗争的精神得到了国家局和四川省委省政府的高度肯定，赢得了行业同仁赞许的目光。



中国娇子“阳光大使”参观生产车间



后记

慈善行动力才是实实在在的责任

近年来，川渝中烟除了实施“阳光助学”外，还参与资助了多项文化体育事业：娇子小学、娇子立交桥、娇子连心桥、娇子音乐厅、娇子世纪城、娇子·再看第四城、娇子成都十大名片评选等。同时，联合团中央，开展“我与祖国共奋进——中国娇子 青春梦想”评选活动，与《南方人物周刊》、《新周刊》等国内知名媒体共同打造中国娇子青年领袖、中国娇子新锐榜评选等社会公众活动等等。这些活动充分展现了“做好产品、做好人、做好事、回馈社会”的公益灵魂，都取得了良好的社会评价，更为川渝中烟树立了高度社会责任感的慈善爱心形象。

多年来，赞助公益事业、资助贫困学子、帮扶弱势群体已经成为川渝中烟企业整体战略的一部分，所属娇子品牌“认真、积极、负责”的形象，已被社会和广大消费者认同。不过，娇子品牌的慈善行动力不仅体现在品牌公益活动的宣传层面上，更落地在了产品层面上。早在2004年下半年，川渝中烟就推出了10元档的“阳光娇子”，并在国内烟草行业引起了广泛的关注，全国行销势头非常良好。人们无不温情地说，“阳光娇子”，就像阳光一样渗透到了中国的每一个角落。

川渝中烟工业公司所开展的一系列公益营销，正是用实实在在的“慈善行动力”证明了川渝中烟关爱社会、回馈社会的慈善之举。同时，娇子品牌更是凭借着这实实在在的“慈善行动力”屡创创造了多项骄人的成绩。2008年中国烟草大型公益活动评选中，娇子品牌就被评为“中国烟草最具爱心品牌”。这项活动由中华慈善总会支持，90多家媒体协办，其目的是倡导企业主动承担社会责任，积极回报社会和消费者。经过多种形式层层筛选，娇子以高票入围，而本次通过网上投票、短信投票等方式评选川渝中烟工业公司为“榜样中国·责任企业”也实至名归，其热心公益事业、勇于承担社会责任的表现得到媒体、专家和公众的一致肯定和认可，是众多企业的榜样，是中国优秀的榜样。