

“好人”好梦 陈光标为凉茶业注入火热“正能量”

——访陈光标饮品(北京)有限公司总裁周鉴斌

一直以来,陈光标饮品有限公司坚持走慈善营销公益营销路线,一方面将陈光标慈善产业化的梦想具象化加以落实;另一方面企业将陈光标的个人形象和产品形象进行完美“嫁接”相得益彰。公司秉承陈光标“做好人、长好心、做好事”的行事理念,通过打造健康、安全、放心的食品,争做中国食品行业的良心企业。时值 2013 年秋季糖酒会将在武汉举行之际,该公司如何通过新行动将慈善及环保梦想之“正能量”传递,且听陈光标饮品(北京)有限公司总裁周鉴斌细细分解。

■ 王利锋 本报记者 王剑兰 胡跃进

陈光标饮品(北京)有限公司总裁周鉴斌认为,陈光标既是一位企业家,更是一位人所共知的慈善活动家。自首批产品“陈光标好人暖茶/凉茶”于 2012 年 10 月份面世以来,赢得了消费者的一致好评就是明证。

好品行 用公益行动作表率“好上加好”

据周总介绍,推出“陈光标好人饮品”就是希望能够有一种载体来唤醒所有人的慈善和公益意识,让大家共同参与慈善和公益。陈光标强调,“我们每赚的一分钱里都有国家的无形股份,我们应当与政府共同履行社会责任,与社会共同分享财富。”

周鉴斌指出,陈光标树起了一个道德标杆。“什么叫真正的慈善?陈光标认为那就是发自内心的帮助别人,同时让自己快乐的事业。证明我是好人。”陈光标创业 10 年,总计向社会捐赠了超过 10 亿元的款物,而且还成立了光标榜样基金,决心要把惠及大众、救贫解困的慈善事业推进到底。

其实,这对于陈光标有着不同寻常的意义,意味着能快速传递企业大爱,尽快把灾区人民所需物资送到手中;多一分钟就多一分生命的希望,多一分钟就多一分担当,多一分钟就多一分责任,这就是“陈光标速度”。对于办企业如此,对于做慈善亦然,尤其是在大灾大难面前尤显难能可贵。

据了解,今年 4 月 20 日早晨 8:02 雅安芦山县发生 7.0 级强地震,8:50 分还在井冈山的陈光标立即通知雅安经销商就地租借吊车、挖车、推土车等大型机械,携带大批饮料,并且就地购买棉被、电筒、快餐面等物品赶往灾区救援,而本人则立刻出发,于当日抵达四川双流机场,然后乘车赶往地震现场。陈光标一共调集 13 台大型机械、1000 床棉被、500 只手电筒以及 2000 斤快餐面在下午 1 点时送往灾区。因山体滑坡,通往芦山县、宝兴县和天全县的多处道路已中断。他 200 左右到达地震现场,带领 13 人队伍,操作大型器械,参与宝兴县至二郎山、二郎山至天全县、泸定县至石棉县的生命通道抢修工作,为灾区救援抢得先机。

把视线回溯至五年前的“5·12”汶川大地震中,陈光标带领公司 120 人,调动 60 台大



陈光标饮品(北京)有限公司总裁周鉴斌



型设备参与抗震救灾斗争,而且始终冲在抢救生命的第一线,救出 200 多位受伤者与罹难者,救活 14 人,其勇敢精神与慈善大家之心,让每一个目睹者震撼不已。时任总理温家宝在灾区现场接见他,称他是一个有良知、有灵魂、有道德、有感情、心系灾区的企业家。据了解,汶川地震后,陈光标先后到四川灾区 30 多次,对灾区倾注了无尽的牵挂。尤为让人感动的是,陈光标不是在地震发生那一刻前来救灾的,而是整整坚持了 54 天;在震后一年之内,又先后到四川灾区 30 多次,继续捐钱捐物,为灾区的重建呕心沥血。

每当灾难发生时,陈光标总是第一个冲在前面。从四川汶川地震、湖南雪灾、青海玉树地震、甘肃舟曲泥石流、雅安芦山地震发生后,陈光标都能迅速行动,冒着生命危险奔赴灾区,并带去灾区急需的重型救援设备,给社会留下了“好人”的深刻而难忘印象。

正如陈光标所言,每次参与抢险,都是一次对心灵的触动,都会帮助自己树立和坚定

正确的人生观和价值观,在他看来,躺在巨富中死去是一种耻辱。作为“中国首善”,陈光标率先垂范,最核心的任务不是个人要捐出多少钱,而是要做一个中国慈善的榜样,他的行动证明了一切。陈光标的品行也感染着经销商,同时也是对好人品牌的务实诠释,形成了品牌无言的吸引力与良好口碑。福建快消品经销商黄开枢指出:“作为‘抗震救灾’的楷模,陈光标这么多年来一直在做公益慈善事业,每当国家遇到灾害危难时他总是冲锋在前,就凭这种精神就深深感染了我,我主动愿意来做他的(快消品)福建省总经销。”

好品牌 “外行”纵横捭阖探索市场“门道”

很多人惊讶于从来没有从事过食品快消品的陈光标,如何在这么短的时间内将成熟的饮料产品推广上市?殊不知,陈光标好人饮

料项目完全是在一支久经磨合的成熟团队的操控下运作的。

“做了慈善家、人脉遍天下”,如何具体策划一个饮料品牌,使之实现商业与公益的最佳结合,还能很好地整合利用好陈光标的个人品牌资产?国内各路品牌营销策划英豪应邀加入了陈光标饮料的策划。

陈光标好人饮料自从 2012 年 10 月份正式亮相以来,就受到了媒体与民众的极大关注。细细盘点,还没问世,就充满了新闻点和悬念。首先,之前完全没有从事过食品饮料行业的首善陈光标竟然做起了饮料,做的还是巨头林立的凉茶;其次,陈光标竟然把自己的头像与名字注册成饮料的商标,光芒背景的陈光标卡通头像赫然放在饮料的包装上,成为包装的核心标识,引起一片争议;再次,包装上没有一句商业广告语,标签上下写满了陈光标式的慈善标语:“做好人、长好心、做好事”,“早睡一小时、节约一度电”等;另外,宣传该饮料基本不做广告,节省出的费用全部捐给慈善公益事业。引起最大争议的是,好人饮料竟然宣称“开一罐、捐两毛”,熟悉快消品行业的专业人士惊呼“标哥真的要裸捐了,一瓶饮料的利润也就两三毛钱”;最后,该饮料的包装风格竟然会以“新鲜空气罐”的形式率先亮相。

周鉴斌与品牌副总裁王利锋回顾了当时与陈光标接触的情况。二人当初是以朋友帮忙的身份参与到了陈光标的项目规划。据了解,在一周之内,二人给陈光标提交了一份报告,报告里详尽地规划了陈光标做饮料的路径。随后,周鉴斌与王利锋所在公司的董事长出于对陈光标的敬重与支持,抽调了一个近 50 人的核心团队加入陈光标公司,帮助陈光标启动食品项目。

高手出招是实打实的,在超高的工作效率下,团队组建、战略定位、品牌策划、产品开发、包装设计、配方研发、工厂布局、质量标准等等工作,基本在两个月内完成。周鉴斌指出:“做食品就是做良心,质量融入我们血液。”

据饮品经销商黄开枢介绍:“我作为他的福建总经销商,十分认同‘公益文化’的理念,我们非常愿意同陈先生一道为推进中国的食品安全而恪尽职守,为我们的公益慈善事业而身体力行。”据了解,陈光标当时推出的“陈光标好人系列饮料”包括“好人暖茶”和“好人凉茶”,其中暖茶由南京中医院专家研发,配方中包括生姜、红枣、红糖等等,具有祛湿驱寒、暖心暖胃的功能。陈光标当时表示:“基本不会拿钱出来为饮料产品做广告,想更多地让利给消费者,更好地利用利润做慈善事业,及宣传环保产业。”

的确,陈光标多年来的行为表明,他不仅是乐善好施,更让人钦佩的是通过他身体力行引领整个社会形成一种好风尚。这是一种发自内心的动力,也正好诠释出“好人”品牌的深刻内涵与丰富外延,并形成一种务实的行动力。更为重要的是,这是他长期的自发自行动,由此为品牌镀上了一层恒久的光环。所谓不彰自显,好人饮品追求的就是这种忘我境界,这与好人的企业理念和产品诉求不谋而合。

好人脉 糖酒会上左右逢源谱写事业新篇章

众所周知,糖酒会是中国食品行业的饕餮盛宴,是汇聚产业各路英豪之所,新兴的陈光标饮品不能不在此亮相。

2012 年 8 月初正式启动项目的好人团队,随后高调地参加了在福州召开的 2012 年全国秋季糖酒会。在福州糖酒会上,好人团队

推出了好人营销第一步——中国食品行业好人联盟启动仪式,号召食品行业从业人士一起做好人!引发食品行业众多企业的热烈响应。在秋季糖酒会上,陈光标好人饮品以总共接近 300 平米的超大展位,以两个后现代风格的形象展位高调亮相,其商务洽谈区被争先恐后的经销商围得水泄不通,被专业人士评价为福州糖酒会上最大的亮点。如今回忆起来,周总依然激情难抑。

据记者了解,当时在现场,陈光标动情地宣读了一起做好人的宣言,此举一石激起千层浪,产生了巨大的反响。“如果我们在社会上遇到的都是好人,那么,贫困的朋友,会得到更多人的救助,遇到困难的朋友,会得到更多人的帮忙,遭遇不平的朋友,会得到更多人的伸张正义。好人,就是这样,让我们的社会充满和谐,让我们的人生铺满鲜花,让我们的世界更加美好。既然人人都希望自己身边皆为好人,那么就让我们从自己做起,从自己的一言一行开始,让好人的一缕阳光照亮身边,我相信,我们这个世界好人多了,这一缕缕阳光必将照亮世界。”

时隔半年,在 2013 年 3 月底在成都召开的春季糖酒会上,陈光标好人暖茶凉茶从内到外都经受住了严酷的考验,该项目正式全面启动。为了饮料项目的既定目标,好人饮料项目从陈光标绿色食品产业股份有限公司分拆出来,成立陈光标饮品(北京)有限公司独立运作。完成内部治理调整后,陈光标好人饮品以更加宏大的规模参加了在成都召开的全国春季糖酒会,并再一次成为了焦点。

近 200 平米的陈光标好人饮品展位矗立在成都新会展中心六号馆的入口处,整体绿色的透明方盒子造型,气势宏伟,风格简约,在展位林立的展厅中显得鹤立鸡群,宽大的舞台配以接近 40 平方米的高清 LED 屏,巨大的画面引得围观者水泄不通,展台两侧与后面三个接待前台均被熙熙攘攘的人群包围,接待台上的试饮杯如流水般盛满饮料,又被围堵的客户如流水般取走。洽谈区座无虚席,业务经理们与来自全国各地的客户热情交谈,整个展位陷入到汹涌的人流中。“标哥来了。”一身西装、一脸笑容的陈光标在人群的簇拥下进入会场,现场顿时人声鼎沸,陈光标、大好人”的呼喊声此起彼伏、热闹异常。

陈光标再次发表了关于环保慈善公益与食品安全方面的主题讲话,并首次在现场为大家亲自演唱了公益歌曲《一起做好人》,在他的带领下,独唱变成了大合唱,嘹亮的歌声响彻展馆,气氛达到了最高潮。超过 5 亿元的年度合同额再次创下了糖酒会的奇迹,三天内多达 5 万名客户品尝了好人饮品,上千家经销商前来洽谈,几十家媒体参与采访报道了陈光标好人饮品。据了解,很多媒体是不请自来,为好人饮品摇旗呐喊。

俗语说“鸦有反哺之意,羊有跪乳之恩”。在糖酒会获得巨大成功的陈光标好人饮品,正式启动全国范围内的慈善营销计划,通过发动全国各级经销商组成一个覆盖全国的好人联盟,通过各种创新的营销手段积极传播好人理念,积极弘扬正能量,积极参与扶危济困,积极组织慈善义卖,将陈光标的慈善理念传播到亿万消费者的心中,将陈光标好人饮料传递到广大消费者的手中。

时值 2013 年秋季糖酒会即将在湖北武汉召开之际,不知陈光标饮品有限公司今年在秋季糖酒会上又有什么新动作呢?周鉴斌总裁卖了个关子,他说看行动吧!不过,这刚好吊起了记者及广大消费者的胃口,因为凉爽的金秋正是进补之时,此时激情传递“正能量”颇合时宜!

《企业家日报》 中国企业家的思想阵地 经济市场的冲锋号角

开创内容与形式的大型财经新报章

统一刊号:CN51—0098

邮发代号:61—85

北京:010—87721045

87527365

52896956

52896958

成都:028—87319500

68230696

新浪官方微博:@企业家日报 @今日微报道

全国各邮政局(所)均可订阅 全年定价:450 元