

4 特别报道 Special Reports

【编者按】:本报昨日第四版刊发了 2014 贵州企业 100 强发布暨第十五届管理创新成果表彰会新闻,今日继续刊载 2014 贵州 100 强企业和 34 户“成长之星”企业名单。贵州作为西南地区一个省份,近来企业发展迅速,很值得我们关注。

2014 贵州 100 强企业名单

排序	企业名称	排序	企业名称	排序	企业名称	排序	企业名称
1	贵州电网公司	26	贵阳银行股份有限公司	51	玉蝶控股集团有限公司	76	贵州雨田集团
2	中国烟草总公司贵州省公司	27	大唐贵州发电有限公司	52	贵州信邦制药股份有限公司	77	贵州中盟磷业有限公司
3	瓮福(集团)有限责任公司	28	贵州广投黔桂投资有限公司	53	贵州航空有限公司	78	贵州大龙银星汞业有限责任公司
4	中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司	29	中国铝业股份有限公司贵州分公司	54	中国铝业遵义氧化铝有限公司	79	贵州西洋肥业有限公司
5	中国石油化工股份有限公司贵州石油分公司	30	贵州西南水泥有限公司	55	贵州钢绳(集团)有限责任公司	80	贵阳市工业矿业物资总公司
6	贵州中烟工业有限责任公司	31	国电贵州电力有限公司	53	大西南矿业股份有限公司	81	联塑科技发展(贵阳)有限公司
7	贵州开磷(集团)有限责任公司	32	中国水利水电第九工程局有限公司	57	贵州兴义电力发展有限公司	82	贵州省交通规划勘察设计研究院股份有限公司
8	中国贵州航空工业(集团)有限责任公司	33	贵州粤黔电力有限责任公司	58	贵州燃气(集团)有限责任公司	83	中铁十五局集团都匀桥梁工程有限公司
9	贵州盘江投资控股(集团)有限公司	34	贵州中电振华信息产业有限公司	59	贵州紫金矿业股份有限公司	84	贵阳润达钢铁有限公司
10	贵州建工集团有限公司	35	贵州省安顺黄果树铝业有限公	60	贵州黔东电力有限公司	85	贵州锦丰矿业有限公司
11	首钢水城钢铁(集团)有限责任公司	36	贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司	61	贵州华能焦化制气股份有限公司	86	贵州湾田煤业集团有限公司
12	贵州宏立城集团	37	贵州银行股份有限公司	62	贵州铝厂	87	贵州红星发展股份有限公司
13	中电投贵州金元集团股份有限公司	38	贵州路桥集团有限公司	63	贵州安顺华荣集团投资有限责任公司	88	贵州众一金彩黔矿业有限公司
14	中国移动通信集团贵州有限公司	39	毕节市力帆骏马车辆有限公司	64	西南能矿集团股份有限公司	89	贵州黔源电力股份有限公司
15	中国石油天然气股份有限公司贵州销售分公司	40	中建四局第三建筑工程有限公司	65	中国邮政储蓄银行股份有限公司贵州省分行	90	贵州国台酒业有限公司
16	贵州乌江水电开发有限责任公司	41	贵州久联企业集团有限责任公司	66	中国太平洋人寿保险股份有限公司贵州分公司	91	贵州景峰注射剂有限公司
17	贵州航天工业有限责任公司	42	贵州其亚铝业有限公司	67	贵州盐业(集团)有限责任公司	92	贵州同济堂制药有限公司
18	七冶建设有限责任公司	43	际华三五三七制鞋有限责任公司	68	贵州省医药(集团)有限责任公司	93	贵州亿祥矿业(集团)镇远润达有限公司
19	贵州水矿控股集团有限责任公司	44	贵州益佰制药股份有限公司	69	首钢贵阳特殊钢有限责任公司	94	贵州兴化化工股份有限公司
20	贵州高速公路集团有限公司	45	贵阳海信电子有限公司	70	中国水电顾问集团贵阳勘测设计研究院有限公司	95	贵州詹阳动力重工有限公司
21	贵州省物资集团有限公司	46	中国人民财产保险股份有限公司贵州省分公司	71	贵州华通汽车贸易服务有限公司	96	贵州健兴药业有限公司
22	贵州轮胎股份有限公司	47	贵州金平果铝棒有限公司	72	交通银行股份有限公司贵州省分行	97	贵州麒龙房地产开发集团有限公司
23	中铁二局第一工程有限公司	48	贵阳农村商业银行股份有限公司	73	贵州百灵企业集团制药股份有限公司	98	贵州威门药业股份有限公司
24	贵州赤天化集团有限责任公司	49	贵州省六盘水双元铝业有限责任公司	74	贵州省遵义汽车运输(集团)有限责任公司	99	贵阳娃哈哈昌盛饮料有限公司
25	贵州省公路工程集团有限公司	50	南方汇通股份有限公司	75	贵州康心药业有限公司	100	贵州一树连锁药业有限公司

34 户“成长之星”企业名单

序号	企业名称	序号	企业名称	序号	企业名称	序号	企业名称
1	贵州省贵阳汽车客运有限公司	10	贵州青酒集团有限责任公司	19	贵州省施达房地产开发(集团)有限责任公司	28	六盘水恒鼎实业有限公司
2	贵州盘江化工(集团)有限公司	11	招商银行股份有限公司贵阳分行	20	兴业银行股份有限公司贵阳分行	29	贵州省朗月矿业投资有限公司
3	贵州今飞轮毂股份有限公司	12	贵州广铝铝业有限公司	21	百花医药集团	30	贵州望力线缆有限公司
4	贵州双龙实业集团有限公司	13	邦泰(贵州)铁合金有限公司	22	毕节金河化工有限公司	31	毕节东华新能源有限责任公司
5	贵州红林机械有限公司	14	松桃三和锰业集团有限责任公司	23	贵州神奇投资有限公司	32	兴国集团毕节基地
6	贵州川恒化工有限责任公司	15	贵州豪龙水泥有限公司	24	天生桥一级水电开发有限责任公司水力发电厂	33	贵阳新希望农业科技有限公司
7	贵阳铝镁设计研究院有限公司	16	贵州钰祥矿业集团投资有限公司	25	贵州源翼矿业集团有限公司	34	贵州圣济堂制药有限公司
8	贵州华储石化有限公司	17	龙里红狮水泥有限公司	26	华润雪花啤酒(黔南)有限公司		
9	贵州宣化化工有限责任公司	18	贵州黎明能源集团有限责任公司	27	贵州西南紫金黄金开发有限公司		



古城淡雅 雅量天成

■ 王桃花

新疆酒源在古城,古城酒源出杏林。新疆第一窖古城酒业酿酒技艺是从山西引进“老五甬”酿酒工艺,结合“汾酒”的操作方法,创造了“古城大曲”的酿造工艺,生产出色味醇正的清香型古城白酒。在六百年漫长的发展历史中,古城秉承古法陈酿的传统技艺,一直坚持传承和发展清香型白酒,使清香成为一代人对古城酒美好的追忆和追随……

一脉传承

杏花村汾酒文化从书中有“新疆古城大曲,是乾隆二十二年,即 1757 年由山西汾阳杏花村酒师到新疆奇台建烧锅,才成为西北边陲著名酒品的”这样的记载。光绪十五年(1890 年),古城烧酒作坊发展到 13 家,其中山西商人经营的就有 8 家,唯有杏林泉所生产酿造的白酒是盛宴必备佳品。新中国成立后,各大酒坊实行联营,将各酒坊迁至一处,合并为四座大作坊,杏林泉就是其中之一。1952 年公私合营后,成立国营奇台县白酒厂,后来相继更名为奇台县酒厂、新疆奇台县古城酒业有限责任公司,2003 年二次改制为新疆第一窖古城酒业有限公司。

“技术的就是艺术的”。古城大曲以优质小麦为原料,以高粱、大麦、豌豆制作的高温曲为发酵剂,采取独具特色的老五甬续渣法,即清蒸、清烧三次清工艺、水泥池发酵、分级摘酒贮存,精心勾兑而成。所产的酒液具有晶莹透明,清香纯正,绵甜爽口,醇香甘冽,尾净悠长等特点。52 度古城大曲清香纯正、甜净爽口、饮后不上头,1998 年获新疆优质酒称号,同年获首届中国食品博览会金奖。55 度优质古城大曲口味清香纯正、甘冽清爽落口净,具有清香型的典型风格,1984 年、1988 年蝉联商业部两届银爵奖,1988 年获自治区地方名酒称号,1993 年获中国白酒精品奖。

进入新世纪后,随着人们生活水平的不断提高,饮酒与健康愈来愈受到重视,单一的粮食酒已不能满足消费者的需求,于是,古城酒业在秉承传统工艺的基础上,加大对酿酒工艺的改革与创新,突破传统工艺,在清香型酒的发酵过程中,加入红枣、苹果等果类物质以及绿豆等,增加酒的营养成分,所生产的 56 度古城大曲在第二届西北五省白酒技术研讨会上以 90.13 的好成绩名列前茅,成为西北五省唯一一个清香型营养健康白酒,产品一经上市场就以其清香纯正、恬静爽口、饮后不上头等特点深受消费者的喜爱。2014 年 52%VOI500mL

清香型古城清雅酒通过中国绿色食品发展中心认证,获“绿色食品”标志。

清香记忆

古城酒飘香,难忘好时光。在火红年代的天山盛筵里,清香打动了国家元首。1962 年天池之颠,一位东埔寨国家元首西哈努克亲王,一位共和国的副委员长郭沫若等相聚,举杯同饮古城大曲。那年古城大曲获国务院轻工部质量鉴定会好评,为授予“地方名酒”称号。

在激情燃烧的年代里,清香成为一代人青春的记忆。有人说,20 世纪 70 年代没有一个新疆人不知道古城大曲“魔鬼城”;有人说,20 世纪 70 年代的新疆男人都因“魔鬼城”而醉过;有人说,20 世纪 70 年代,能一次性买到整箱的“魔鬼城”,那便是有了通天的本事;还有人说,20 世纪 70 年代,新女婿第一次上岳父家门,若能提两瓶“魔鬼城”,那亲事便十拿九稳。“魔鬼城”就是古城大曲,人们之所以叫它“魔鬼城”,是因为酒盒包装上印着奇台风景名胜魔鬼城的图片。

“魔鬼城”在那个年代,成为当时为新疆建设流过泪、流过血的最深记忆。来自上海、湖南的知识青年来到边城奇台东湾镇,与当地的青年一起生活了一年多。一年多的集体劳动,使教育、文化背景不同的他们结下了深厚的友情。知青返城的前一晚,11 个年轻人整整喝了一夜的“魔鬼城”。那一夜他们都醉了,都哭了、都笑了,都唱了,那一夜的情,因“魔鬼城”而结下了深厚的友谊,绵延多年。十多年后,其中一位事业有成者来到当年插队的地方看望老朋友。世隔多年相见竟一时无语,直到奇台朋友提起当年最后一夜痛饮,两人都唏嘘不已,说到高兴处,眼中都泛起泪花……

岁月流逝,回首当年的时候,很多事,很多人都已经变得模糊,唯有古城大曲清香纯正的味道,令人记忆犹新。如今,通过国家级工业旅游示范点,来自四面八方的游人走进古城,看到“魔鬼城”和“红领巾”都激动的仔细端详,向同来的伙伴们讲述着曾经的美好……

引领时尚

古城淡雅、雅量天成。新疆第一窖古城酒业有限公司出品的经典 46°古城淡雅玉露、42°古城淡雅清风、古城淡雅酒杯酒是当下国人对酒品相、品质高层次的追求中,古城人与时俱进所创新开发的三款新产品,在设计理念上回归中国风,用国花牡丹与喜鹊登梅、荷花和螃蟹作为配图,更体现了古城 60 年厚重的历史文化与酒文化、中化文化的有机结合,让人赏

心悦目,更彰显了人与自然的和谐、美好。

46°古城淡雅玉露、42°古城淡雅清风让观者、饮者从视觉中感受到生活的美好的和谐以及对酒的热爱,其瓶型色彩方面,采用白底碎纹增加质感,把荷花和螃蟹用水墨青花和白描相组合的效果体现,寓“和谐”之意。每每饮酒中总有收藏爱好者将清风、玉露的瓶子带回家作为“花瓶”赏心悦目;从味觉中品到清、透、亮的特色,在酒体上选用以纯粮酿造的清香型白酒为母酒作保障,由两名国家级评委精心设计而成,成为独具匠心的一款商务用酒,其酒液晶莹透亮、清香纯正、幽雅芳香、绵甜爽净,酒体丰满、回味悠长,是古城清香系列酒中的佳作。同时,更注重健康、理性饮酒,46°、42°酒体在保持原有白酒风格不变的同时,经过对原酒的吸附、过滤等处理,减少了白酒中的甲醇、杂醇油等有害成分,有利于饮者身体健康。同时,通过调整更体现了低而不淡,口感淡雅、绵柔、不上头等优势,成为越来越多消费者的首选,它更适合商务等社交场合,既能让宾主都尽兴,又能够畅饮而不醉,更能体验到高舒适度的低度白酒。

46°古城淡雅酒杯酒不仅有很美的艺术气息,更有超值的实用价值。这款酒因其独特的设计理念,集实用性、艺术性、创造性与瓶身选用的国花牡丹与喜鹊登梅图案融为一体,给消费者呈现了一种吉祥、喜庆、好运到来的寓意,深受消费者喜爱,饮用后还可获得精致水杯,更环保,成为一种消费时尚。

酒仙网上报道:古城淡雅酒杯酒,一杯绵甜心中留;独饮自酌香犹在,推杯换盏情悠悠;若问此物何处有,酒仙热销价更优。有网友评价说:包装很好;很不错;物流也很快;值得购买;同时,在新疆高原地带酿造出来的清香型白酒,味醇,味净,甘甜,口感真的特别好。还有网友评价道:这个酒太好喝了,入口很柔,喝着香香的,给老爹带了些,摆在桌上也挺好看的,淡雅有韵味。

酒是选用五谷精华,吸纳天地灵气之物。酒可提神,也可清心,淡淡一丝清香,柔柔一缕心音,暖暖一份真情,都在那默默地品味之中。

淡雅是人生一种至美的境界——淡名,淡利,一切自然,一切脱俗。淡雅是一首隽永的诗,是一抹别样的风景。

淡雅更是一种责任,一种真诚,一种无言的承诺。

来杯淡雅吧,拥有了淡雅,生命会更鲜活,更精彩!

劲牌慈善启示录

■ 谭儒

说到慈善,人们往往会联想到捐钱捐物,济贫、赈灾,养老扶幼,其实《说文解字》、《国语》中早有注释:慈,爱也;善,本义是美好!近日,在长沙召开的“劲牌公司第十六届经销商恳谈会”上,笔者听见了劲牌人对慈善的全新诠释:“慈善是‘正’文化的延伸,慈善是企业责任。”

劲牌公司创建于 1953 年,一直步履坚定地走在传播健康理念、倡导健康生活方式的道路上,改革开放后,劲牌从一个默默无闻的小厂裂变成了中国保健酒第一品牌。近十余年,劲牌公司用于慈善公益事业的资金已达 2.7 亿余元。仅仅 2013 年,就达 7095 万元。2008 年、2010 年两次荣获“中华慈善奖”。

表面上看,劲牌做慈善并没有“轰轰烈烈”,也不算“大气磅礴”,既不像陈光标式的高调出名,也不像有的人羞羞答答。但了解劲牌的人都知道,这些年,劲牌从来没有停止过慈善的脚步,而是在不断地探索企业慈善新内涵。窃以为,劲牌慈善至少给了中国企业三点启示。

启示一： 慈善不仅仅是捐钱捐物，也需传播“正”文化

如何把慈善事业和企业发展联系起来?如何通过慈善彰显企业成长价值?这是很多企业家苦苦思考的问题。

目前大多企业慈善核心是:慈善必须与企业的发展战略、商业利益紧密联系在一起。企业有了良好的商业收益才能为慈善事业注入新的资金,同时,企业慈善可以赢得公众好感,这是任何直截了当的广告都换不来的。陈光标式的低调慈善很有代表性。但陈光标的慈善也遭到了很多非议。

2008 年汶川地震,温州吉尔达公司率先捐赠 200 多万元,但发现随意地捐钱既难把握钱物用在灾民身上,也对宣传吉尔达没有多大意义。董事长余进华委托笔者组织捐款,笔者通过同学张天劲(现成都市武侯区副区长)联系到时任什邡市委书记的何明俊先生,捐款 50 万元人民币,援建什邡蓥华镇小学。6 年过去了,蓥华镇小学又矗立在地震废墟上了,但有谁还记得余进华是该校名誉校长呢?这并没有达到吉尔达的慈善预期。

劲牌人做慈善与众不同,劲牌慈善的核心是传播“正”文化、传递正能量。

“正”文化是劲牌长期实践的结晶,其内涵为正气、至正、和谐、热爱、美好。对社会传播“正”文化,做一个负责任的企业才是劲牌慈善之道。

启示二： 慈善“最近”的通途是关注未来

企业如何传播“正”文化?如何做到真正地负责任?

劲牌选择了“四轮驱动”:一方面传播“国家兴亡,我的责任”的文化理念,将企业的梦想与“实现中华民族伟大复兴的中国梦”紧密联系在一起,努力做强做大,担当社会责任。仅 2013 年上交税金 17.87 亿元;一方面科学公平地慈善,出资 2000 多万元参与黄石地区的新农村建设,创造了工业反哺农业的新模式,向灾区累计捐款超过 1600 万元。一方面致力于改善民众健康状况,提升民众生活品质,传播健康饮酒理念,进行酿酒工艺革命,诠释中国 CSR 新逻辑,一方面积极探索一条“关注未来、公平正义”的“正”慈善之路——

翻开劲牌公司的公益事业名录,用于捐助贫困学生和改善学校教学水平的费用占了公司整个公益慈善投入的 80%以上,为什么对公益助学情有独钟呢?劲牌人的回答是:“人们贫困是因为普遍受教育程度低,对新思想,新知识及致富信息的接受和应用能力有限。而要改变落后面貌,实现民富国强,教育无疑是解决这个问题的关键因素。”目前,劲牌累计出资 7000 余万,培育了 241 个“劲牌阳光班”,资助 12050 名学子。“劲牌阳光班”也已成为企业最有社会知名度的一个公益品牌。

启示三： 慈善的正义是让每一个需要帮助的人都能享受

吴少勋说:“劲牌追求的是‘蓝蓝的天、白白的云、青青的山、绿绿的水、清新的空气’的自然环境,以及‘路不拾遗、夜不闭户、人与人之间互相爱护、互相帮助、团结友爱’的人文环境。”其实,不管富人穷人,都有享受阳光和空气的权利,企业致力于生态文明建设,才是最公平正义的大慈善。

走进大冶红星湖畔,映入眼帘的仿佛一幅山水画,湖面波光粼粼、轻盈流畅,岸边杨柳随着微风轻拂,行人三三两两,一派悠然、清新、恬静的景象。可是在十年前的红龙湖,却是“恶臭”、“脏乱”、“污染严重”,特别是夏天,人们均绕道而行。1999 年夏天,吴少勋晨练,跑在红星湖畔附近时,一股恶臭扑面而来,停下来查看,原来是岸边飘浮的大量死鱼、垃圾所散发出来的味道。在得知该湖污水工作无人问津后,劲牌特别召开了专题会议,决定义务清理红龙湖。

此外,在过去的几年中,劲牌先后投资 8000 余万元建成了五座污水处理站,并引进了“水质在线监测系统”,实现了污水处理 24 小时在线监控。劲牌每年的环保运行费用超过 2000 万元。

从 2015 年起,劲牌计划每年投入 2 亿元资金,用于金湖生态修复项目,劲牌还投资 2 亿元建设大冶城市体育馆和黄石公园。

每个企业家挣到钱了都想做点慈善,积点阴德,获得福报,那么,企业如何慈善才能善尽善呢?窃以为,劲牌传播“正”文化、“关注未来、公平正义”的慈善就给了中国企业做慈善很多启示。