

# 劲牌有限公司 2014 年度社会责任报告

2014 年,立志“做百年企业,树百年品牌”的劲牌公司,迈向了第二个 60 年创业的新征程:全面贯彻十八大精神,坚定可持续发展的新思想,丰富“正文化”的新内涵;延伸健康事业链,传播健康新理念;坚持技术创新,提高生产效率;热心公益事业,倡导低碳生活,注重人文关怀;不断增添社会荣誉,努力提升品牌价值。2014 年,企业保持了健康、科学发展的良好势头,实现了经济效益、社会效益的高速增长。

本年度,劲牌公司销售额突破 75 亿元,上缴税金逾 20 亿元,直接用于公益慈善事业的投入达 7900 万元。

现将企业履行社会责任情况报告如下。

## 一、新思维 新健康

**1、培育企业核心价值观,构建“正文化”体系。**2014 年,企业高度重视学习和践行社会主义核心价值观,培育企业核心价值观——“树正气、有担当、可持续”。同时,企业遵循社会主义核心价值观,将社会主义核心价值观融入企业文化之中,构建了完整而内涵深广的“正文化”体系:做正直的人,做正义的事业;坚持以理想信念为核心,树立员工的共同理想;剔除一切形式主义和华而不实的作风,风清气正、实事求是;制定切实可行的企业制度,培育员工“说老实话,办老实事,做老真人”的作风。

**2、劲牌展馆投入使用,传递正能量,引领文明风尚。**劲牌展馆 2012 年完成方案设计,总投资约 1300 万元,总建筑面积为 1850 平方米,2014 年正式投入使用,成为中国保健酒行业中的首家企业展馆。展馆采用实物、图片、全息影像、三维立体画面等多样化方式,全面展现企业情况。展馆导向鲜明,富有内涵,传播健康理念,传递正能量。

**3、思维方式转变,“共同做大蛋糕”理念多维度延伸。**2014 年,公司对市场、对用户、对产品、对企业价值链乃至对整个酒业生态进行重新审视和思考,打破惯性,跳出圈子,“共同做大蛋糕”理念多维度延伸,提升了保健酒运营的整体水平。5 月,经济日报、中国质量报等多



士入选湖北省委组织部“湖北省引进海外高层次人才‘百人计划’第四批名单”;3 月,湖北省人力资源和社会保障厅发文批准公司技术中心白酒技术部经理杨强、装备总工程师徐思新为 2013 年度享受省政府专项津贴人员。至此,公司现已拥有完善的分析实验室和具有国际水准的仪器设备,及一支一百多人的科研人才队伍,其中高级工程师 10 人(教授级 3 人)、中国酿酒大师 1 人、博士 9 人、国家级评酒委员 7 人。为公司发展提供了雄厚的技术支撑。

**7、“机械自动化酿造白酒”新工艺改进应用,大幅提高生产效率。**2011 年,公司与北京大学、华中科技大学等科研院所开展产学研合作,历时 3 年,成功研发出白酒生产低压蒸馏技术,实现酿造全过程机械化、信息化。2014 年 7 月,公司新工艺通过优化设计改造,实现了酿造五车间顺利投产,提高了生产过程的稳定性和可

**控标准,保障产品品质。**公司广泛地向保健酒业输入“按做药的标准生产保健酒”技术理念,导入“保健食品良好生产规范(GMP)”和“国际食品安全体系(HACCP)”,实现保健酒自动化无菌灌装。

**12、与合作商签订廉洁及文明合作条约,设置贪腐防火墙。**为践行十八大精神,公司一马当先,积极倡导员工克己奉公、廉洁自律,并将廉洁及文明作为考察合作商实力的重要指标。2014 年 9 月 1 日,公司与全国经销商签订了《劲牌公司廉洁及文明合作条约》,以条约的束缚,规范厂商行为;7 月 17 日,与定制客户签订,9 月 19 日,与物流合作商签订,至此,劲牌抵制商业腐败能力业已提高。

**13、劲牌大讲堂之“道德讲堂”开讲,“正文化”落地。**2014 年 5 月 22 日,公司大讲堂之“道德讲堂”正式开讲。“道德讲堂”以爱岗敬业

过了省出入境检验检疫局对出口线的卫生注册监督审核和 OU 洁食认证的现场监督审核。

**17、开展活动,帮困助学,增强员工主人翁意识。**2014 年,公司共组织开展了足球、篮球、羽毛球、摄影征文、元宵喜乐会、登山等 13 项文体活动,员工身体与心理健康水平普遍提高。同时,公司救助困难员工 72.3 万元,金秋助学 7.35 万元,员工提案落实率 100%,员工维权行动及时完成率 100%。

**18、培养与关爱员工,大大提高了劲牌团队的凝聚力、战斗力。**2014 年,公司秉承“办学习型企业、育知识型员工”的原则,为员工量身定制个人职业生涯规划;同时,实行包容性增长工资制度,投 1650 万元改善员工住宿环境,至此,公司仅在改善员工工作、生活环境单方面投入金额已逾 4 亿元。员工“愉快工作、幸福生活”,流失率小于 1%,团队战斗力大大提升。



家媒体组成“向健康出发——2014 年高端媒体保健酒行业采风团”深度调研了公司,认为作为中国保健酒联盟的发起人,劲牌思维正在转变:一是从传统思维向互联网思维的转变,更趋向于商业民主化、用户至上的思维,二是从价格思维向价值思维转变,三是从客户思维向用户思维转变,使产品导向转入服务导向,从成本管理转入绩效管理,从资源整合转入能力整合,最终获得了用户普遍的认可。

**4、坚定走健康产业联盟之路,构建“健康全产业链”。**2014 年,公司更加重视构建“健康全产业链”,加快了健康产业联盟建设的步伐。2014 年 4 月 25 日,在湖北省保健酒企业现场交流会上,公司再次强调了“同行不是冤家”、“找准竞争对手”等观点,得到了行业广泛认同。

**5、七大板块产业格局业已形成,夯实了健康产业基础。**公司倡导“健康人类、永无止境”,2014 年,已奠基了以保健酒、健康白酒和生物医药为三大核心业务的健康产业结构。拥有了面积 350 亩的保健酒工业园、930 亩的原酒生态园和 1100 亩的健康产业园,年生产保健酒的综合能力达到 18 万吨。在植被繁茂、水质甘冽的幕阜山脉建立中国最大的小曲白酒酿造基地。至此,由保健酒、健康白酒、保健酒新品、定制产品、电商业务、海外营销、生物医药七大板块支撑的劲牌产业格局业已形成。

## 二、新技术 新产品

**6、技术性人才梯队业已形成,助推科研事业发展。**2014 年 2 月,公司技术中心冯声宝博

控性,原酒品质有非常明显的提升,提高原粮出酒率 5%,每年降低损耗 10%。新工艺的改进实施突破了我国酿酒行业机械化和自动化程度不高的瓶颈,促进行业技术进步。

**8、推进知识产权管理,加大无形资产保护力度。**2014 年,公司“一种有降血脂功能的苦荞酒制备方法”获得了国家知识产权局颁发的发明专利证书。目前,劲牌已申请专利 226 项,申请注册商标总数 664 件,其中在 76 个国家、地区申请注册的国际商标总数为 229 件。

**9、毛铺苦荞酒获评“白酒国家评委感官质量奖”。**2014 年,公司确定了“两条腿走路”,打造两个百亿品牌的战略:以劲酒为代表的传统保健酒和以毛铺苦荞酒为代表的健康白酒。2013 年 7 月,毛铺苦荞酒作为公司的第二大核心战略产品上市,2014 年销售额逾 5 亿元,同比增长近 300%。7 月,毛铺苦荞酒获得“白酒国家评委感官质量奖”。8 月又获“鄂湘赣渝闽桂白白酒质量检评金奖产品”称号。

**10、完善产品可追溯性工作,产品质量零缺陷。**“把产品做好是第一责任”,这是公司一直奉行的管理理念。2014 年,公司对产品中化学添加剂(添加物)严防死守,启动了原酒生产过程的可追溯工作。在国家标准的基础上,公司制定了更加严格的原酒内控标准,其中,理化指标、质量指标(甲醇、杂醇油、正丙醇),均严于国家标准,进一步确保了产品品质。

## 三、新管理 新举措

**11、35 类系统规章制度及 3450 项技术管**

为主题,分为唱励志歌曲、诵经典名句、观看劲牌故事人物视频、谈心得体会等环节。旨在传播社会主义核心价值观和劲牌核心价值观,弘扬中华民族传统美德,传递文明新风,引导员工见贤思齐,讲道德、做好人、树新风、争做社会主义道德风尚的传播者和实践者。

**14、ERP 系统正式启动上线,信息化管理步入新常态。**2014 年 12 月,投入逾千万的公司 ERP 系统正式启动上线,实现了财务与业务的对接一体化。所有信息在一个平台上传递,极大的提高了业务的联动性。机械化、自动化、信息化、智能化、智慧化是劲牌发展的基本要求,是走向未来的必然选择。

**15、进一步完善 GMP 管理标准,产品品质提升到一个全新高度。**2014 年,公司完成了《劲牌公司保健酒厂房设施 GMP 技术标准》、《劲牌公司健康白酒厂房设施 GMP 技术标准》的修订,厂房一律按照保健食品 GMP 标准建设。公司针对市场需求和变化,走差异化路线,做到品质“好”而不同,采用新工艺、GAP 标准化管理、“中药指纹图谱”技术,投资 1 亿元建成的国内最先进的生物提取车间投产,保证保健酒的品质。

**16、标准化管理模式创新,通过多项管理体系审核。**2014 年,公司导入并推行质量风险管理,制定了具体的风险评估与控制表;公司还组织通过 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、HACCP 食品安全体系、ISO18001 职业健康安全管理体系、保健食品 GMP 及卫生许可证的监督审核工作。先后通

奖——“湖北省长江质量奖”。公司成为 2014 年荣获“湖北省长江质量奖”的四家企业之一,也是唯一获此殊荣的民营企业,湖北省内仅有 12 家企业获得此殊荣。

**23、提倡“国家兴亡,我的责任”责任意识,再摘地区纳税状元桂冠。**2014 年,公司上交税金突破 20 亿元,较十年前,税金增长超 20 倍。连续 10 年登上《黄石民营企业纳税 100 强排行榜》,其中,6 次当选黄石市第一纳税大户。在去年省国税局公布的年度省国税 20 强名单中,公司成为唯一入榜的民营企业。

**24、“阳光班”已遍布全国,受助学生累计达 12050 人。**2014 年 9 月,随着“阳光班”在天津武清杨村一中落户,公司已投入逾 9580 万元,成功开办“阳光班”241 个,遍布全国 31 个省市自治区。“阳光班”连续两年荣获“中华慈善奖——最具影响力慈善项目”奖项。

**25、履行企业使命,勇于承担社会责任,向云南鲁甸捐款 100 万元。**2014 年 8 月 3 日,云南省昭通发生 6.5 级地震,公司立即启动应急预案,第一时间向灾区伸出援助之手,截至 2014 年,公司公益捐助已达 2.8 亿余元。

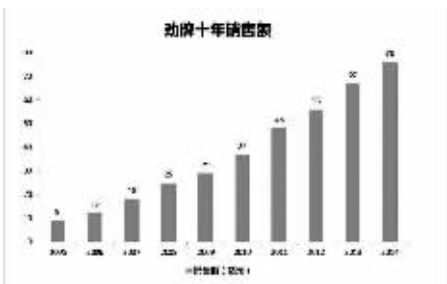
**26、扶贫助农,关心帮助的弱势群体。**公司近年用于支持民族建设、扶老助残等的投入达 1000 多万元;用于改善农村人居环境的投入 2600 多万元,为闭塞山村里的农民兄弟创造便捷的出行条件,帮助贫困村修建塘堰、清洁家园。

**27、关注自然与生态文明,努力做到慈善的“正义”。**公司追求的是“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,希望让每一个需要帮助的人都能享受慈善成果。5 月,公司投资 1 亿元捐建的大冶体育休闲公园主体工程成功封顶。劲牌计划从 2015 年起,每年投入 2 亿元资金,用于大冶金湖生态修复项目。

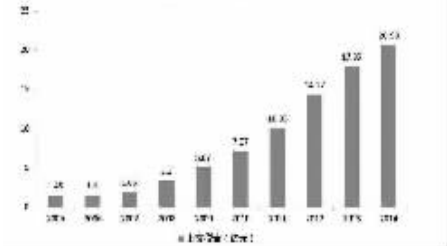
**28、勇于探索,劲牌确定了未来发展战略。**为了实现“做百年企业,树百年品牌”的夙愿,为了探索一条企业匀速、健康、稳定、可持续的发展之路,2014 年,公司确定了探索目标:到 2020 年,劲牌将确立保健酒业务单元在中国的领先地位,主营产品“中国劲酒”成为中国保健酒第一品牌;劲牌将进一步拓展保健食品、生物医药业务,逐步走上健康产业的专业化道路,2030 年,努力发展成为拥有独立运营的保健酒、健康白酒、生物医药三大业务单元的国内一流健康食品企业。

## 六、新数据 新曲线

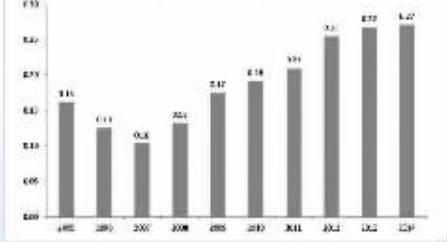
劲牌 2005—2014 年销售额及上交税金图



劲牌十年上交税金



劲牌十年税金占销售额比重



## 四、新市场 新营销

**19、未来品牌的战略确立,市场目标渐已清晰。**2014 年,公司确定了“两条腿走路”,打造两个百亿品牌的战略:以劲酒为代表的传统保健酒和以毛铺苦荞酒为代表的健康白酒。用 10 到 15 年的时间使劲酒、毛铺苦荞酒销售过 100 亿。力争在 3 年内使毛铺苦荞酒突破 10 亿销售额,将毛铺打造成中国健康白酒第一品牌。

**20、破除陈规,拓宽新渠道。**2014 年,公司定制事业部再次发力,凭借品牌优势、品质优势、管理优势、行销优势四大优势,把握先机,逆势而上,构建了区域定制和个性定制两大业务模式,定制产品包括劲牌十全酒、国公酒、枸杞酒、金眼酒及健康白酒等。同时,公司尝试突破渠道模式,加快春节福利酒销售,仅展销中心累计销售额破 4000 万,单日整体销售额达 295 万元。

**21、电商重组,互联网营销再创新高。**公司自 2010 年 4 月 28 日首次触“电”,2014 年,公司电商事业部全力重组,服务体系的全面升级,已在天猫、淘宝、京东等十大平台实现了销售布局,保健酒销量全网第一,成为酒类行业线上品牌标杆。现已建立了以自主旗舰平台运营为核心、分销为辅助的电商直分销模式,累计销售额逾 2000 万元,会员人数达到 76579 人。

## 五、新公益 新价值

**22、获湖北省人民政府最高质量荣誉**

