



图为劲牌有限公司总部。

□ 本报记者 默晓龙

今年2月5日早8点,春节后上班第一天,劲牌有限公司召开全体员工新春团拜会,正式宣布迈入“四个友好”型企业建设元年。

“四个友好”企业是什么?1953年诞生于湖北大冶的劲牌有限公司,历经70多年企业发展并不断凝练总结认为,友好型企业是致力于在多个维度实现“友好关系”的企业模式,通过营造和谐、友好的内外部环境,实现企业的健康可持续。

“营造友好型生态,共创可持续未来。”2月10日,劲牌有限公司在年度营销会议上旗帜鲜明地打出这一口号。2月26日,劲牌有限公司召开第27届经销商大会,向全球1000余家经销商宣贯建设“四个友好”型企业。劲牌有限公司认为,建设“四个友好”型企业,既是劲牌“正”文化的内涵延伸,也是劲牌“树正气、有担当、可持续”价值观和“做少做小、做专做精、做细做实”生存观的具体要求和体现,更是劲牌健康可持续的基本保证,也是新时代对企业的新要求。

围绕“四个友好”建设,劲牌全体干部职工持续更新工作清单。4月下旬,记者深入到牌有限公司采访,在一个个“友好”的事迹中,深入探寻“四个友好”型企业的内涵逻辑和时代意义。

“四个友好”的内容和演变过程是什么?

“四个友好”即“用户友好、客户友好、员工友好、社会友好”。其中,“用户友好”是根基,“客户友好”是生态,“员工友好”是动力,“社会友好”是责任。以“四个友好”为指引和准则,劲牌有限公司推出了正面清单,规范企业生产经营行为。

劲牌有限公司将致力于为用户提供优质产品,与客户连成命运共同体,为员工创造幸福生活,为社会创造有效价值,筑牢百年产品、百年市场、百年品牌、百年企业的发展根基。

劲牌有限公司提出“四个友好”并非一时之举,是企业多年发展探索的经验证积累和心血结晶。

劲牌有限公司在发展初期便提出消费者权益第一、以用户为中心等发展理念。随着不断发展壮大,劲牌有限公司深刻认识到营造和打造内外部环境的重要性,明确了“树正气、有担当、可持续”的价值观。

“正文化”回答了劲牌有限公司的理想信念和价值追求——做一个什么样的企业,要走一条什么样的道路,要坚持什么价值观、生存观等一系列问题。劲牌有限公司以此准经营行为和员工职业行为,在“正文化”引导下,将社会利益、企业利益、员工利益有机结合起来,将公司引入良性循环轨道。从以用户为中心,劲牌有限公司逐步拓展到了客户利益、员工友好和社会责任等多个“友好”维度,不断丰富友好型企业建设的内涵。

“四个友好”对劲牌有限公司以及其他企业的意义是什么?

肩负着提高消费者身体素质和生活质量的企业使命,劲牌有

劲牌有限公司“四个友好”型企业建设“十问”

限公司专注“保健酒、草本白酒、中药业”三大业务板块,打造“中国劲酒、毛铺草本酒、持正堂”三大产品品牌,目前产品已覆盖30多个国家和地区。通过建设“四个友好”型企业,劲牌公司将“树百年品牌、做百年企业”的愿景细化到每一项具体工作之中。

对于劲牌有限公司而言,“四个友好”型企业的打造基于三大原则。其一是品质信任原则,劲牌有限公司践行“正文化”,持续打造“好与不同”的差异化健康产品,获得用户、客户、员工真实而持久的信任;其二是和谐共生原则,在与相关方建立友好关系时,劲牌有限公司需始终保持平等尊重、开放包容、相互让利、共同成长、和谐阳光的共生关系;其三是可持续原则,“友好型”企业的终极目标是实现可持续,包括经营可持续、生态可持续、文化可持续等。

路漫漫其修远兮,吾将上下而求索。通过打造“友好型”企业,劲牌有限公司用实践证明:要成为世界一流的企业百年,不仅要向内而生、深化企业转型变革,还需付出长期且艰辛的努力。

劲牌有限公司围绕“用户友好”做了哪些基础工作?

“用户”主要是指劲牌公司产品的用户(含潜在用户)。“用户友好”是以用户为中心,围绕用户的需求和痛点,从科技创新、产品开发、用户服务等方面打造友好生态,提升用户满意度与忠诚度。

“用户友好”是践行“以消费者为中心”的终极体现,是企业实现健康可持续的基础前提和根本保障,也是劲牌有限公司价值观的根本要求。因此,“用户友好”排在“四个友好”的第一位,是打造“友好型”企业的基石。

4月28日,劲牌有限公司为中国劲酒等光瓶酒开展包装焕新升级活动计划,升级后的有色瓶能更好保护酒体,为用户提供了更强品质守护。

一直以来,劲牌有限公司坚持做好用户洞察,找到用户真正“痛点”,以此来引导产品开发和用户服务;在做好产品创新和升级的同时,不断带给用户新体验、新期待,提升用户满意度和忠诚度。

企业理念方面,多年来,劲牌有限公司始终肩负着提高消费者身体素质和生活质量的健康使命。从20世纪70年代末开始研发滋补酒,到后来的中国劲酒,再到现在的养生一号、毛铺草本酒等,劲牌有限公司坚持所有产品和服务必须具有健康内涵和价值,持之以恒向消费者传递“不贪杯”的理念,并不断做实做强产品力,减轻用户饮酒负担。

科技创新方面,劲牌有限公司将科学提取、中药指纹图谱两大核心技术用于生产,每年科研投入占销售额3%以上。目前,劲牌研究院聚集专职研发人员420余名,其中硕士以上学历超过40%。团队中有39人为国家级评酒委员、2位中国酿酒大师,7位专家享受国务院政府特殊津贴。面对全国320多万终端客户,劲牌有限公司正在用实际行动践行“友好”,坚持“厂商同心”,让更多客户感受到“互利共赢、共同成长”的氛围。站在利他初心,劲牌有限公司切实与客户建立起风雨同舟的命运共同体关系,共生共荣才能健康可持续。

产品开发方面,劲牌有限公司坚持“八原则”——用户洞察、定位清晰、价值独特、名副其实、定价合理、品质第一、结构合理和低碳环保。无论是产品研发还是升级,劲牌有限公司都致力于用户,充分听取用户声音。例如在酒体开发时,劲牌有限公司要开展严格的内外部测试,广泛收集研发人员和用户意见,直至测试效果满意,酒体才会定型上市。

产品定价方面,劲牌有限公司坚持“货真价实”的要求,践行质价相符、高性价比、明码实价的定价理念。在价格策略方面,劲牌有限公司开展合理定价,确保公司和渠道及消费者三方利益的合理分配。

产品品质方面,劲牌有限公司建设原酒、原料基地等,持续增

加原酒储存量,配套完善湖北黄石清香、四川宜宾浓香、贵州茅台镇酱香“三香”原酒基地建设,原酒产能和储备均居行业前列,并分批获得中国酒业协会和第三方机构的真年份原酒认证。

产品包装方面,劲牌有限公司将在包装上展示产品溯源信息。用户扫描包装上的二维码,就能看到产品的“前世今生”,让用户“买得放心”。

“用户友好”还有哪些不足,会怎么改进?

“用户友好”,是劲牌有限公司无止境的追求。用户提出的要求和意见,劲牌有限公司始终在倾听并持续努力改进。

下一步,劲牌有限公司将持续加大科研投入,以技术创新提升产品品质;完善电商、直播等线上平台,为用户创造更便捷购买渠道;同时充分利用大数据和人工智能技术,为用户提供更个性化的产品和服务。

“客户”是企业的命运共同体,主要包含供应商、各级渠道商、工程合作商、媒体合作商、物流商、专业服务商等劲牌生态链上所有合作方。劲牌有限公司坚持与客户建立阳光透明、和谐相处、共同进步、互利共赢的合作关系。

劲牌有限公司“客户友好”有哪些好的做法?

4月20日,劲牌有限公司举办了第三期合作20年以上经销商及亲友团回共叙情谊活动。未来,这样的活动还会持续举行,加强劲牌有限公司与经销商的情感联系和价值认同,为共同的事业传承奠定良好基础。

围绕经营生态,劲牌有限公司优选生态链伙伴,构建“阳光文明”的稳定合作生态。公司员工与客户之间的关系简单、纯洁,无利益往来;公司与客户签订文明及廉洁合作条约,同时设置合理利润机制,确保合作方保持稳定收入。

对于客户的问题和建议,劲牌有限公司积极回复和落实解决,构建与合作商、下游渠道商之间和谐共生关系。

怎样发挥“客户友好”更大作用?

劲牌有限公司进一步发挥企业带动效应,对关联合作商提供服务支持和管理赋能,实现共同成长、互利共赢。

劲牌有限公司长期从经营管理、阳光营销上不断引导经销商,做好非饱和销售工作,摒弃短期压货行为,严格保护市场价格,让客户没有后顾之忧。还有不少客户,在劲牌有限公司影响下踊跃投身公益慈善事业,以责任大爱回馈社会。

目前,劲牌有限公司在全球有上千家产品经销商客户,合作年限最长的经销商达39年,其中204家经销商和劲牌合作超过20年,19家合作超过30年,151名“劲二代”通过劲牌培训和市场历练,陆续成为接班人。面对全国320多万终端客户,劲牌有限公司正在用实际行动践行“友好”,坚持“厂商同心”,让更多客户感受到“互利共赢、共同成长”的氛围。站在利他初心,劲牌有限公司切实与客户建立起风雨同舟的命运共同体关系,共生共荣才能健康可持续。

能用一个故事讲述劲牌“员工友好”好在哪吗?

“员工”包括劲牌有限公司所有员工(含在职工员、退休及内退人员等)。劲牌有限公司深入践行“快乐工作、幸福生活”人文理念,围绕企业文化、职业发展、员工激励、员工服务等方面不断优化,提高员工归属感和幸福感。

健康饮酒从我做起。4月27日,劲牌有限公司修订了员工健康管理制度,明确规定员工须填报个人“最大饮酒量”,不得过量饮酒。这是劲牌有限公司持续开展“员工友好”的生动写照。

作为健康企业,先要员工身心健康。劲牌有限公司成立健康

管理办公室,针对员工健康问题开展高尿酸、高血糖等慢性病管控项目,组织健康跑团、万步健走、千人减脂挑战赛等特色健康活动,已创新实施八期轻食餐健康减脂项目,每期2个月,近1500位员工参加,帮助员工实现了高体脂、高血脂状况的有效改善。在心理健康方面,劲牌有限公司搭建“线上7x24小时+线下每月1场”的心理咨询服务平台,帮助员工释放压力,调整心态。

“员工友好”还做哪些工作?

在倾听员工心声方面,劲牌有限公司还需在职工代表大会等内部沟通平台的基础上,进一步广开言路,尊重员工意见,创造良好和谐、积极向上的企业文化氛围。

对于新进员工,劲牌有限公司还需通过更为全面的培训体系,让员工尽快熟悉岗位职责。对于在职员工,劲牌有限公司还要搭建更完善的管理梯队和培养规划,营造积极向上、团结进取的工作氛围。

此外,对于外地员工和退休员工,劲牌有限公司还要建立个性化的服务管理机制,让人文关怀贯穿员工一生。

劲牌有限公司在“社会友好”方面做了哪些工作?

“社会友好”的对象包括地方政府、行业关系、友商、关联企业、环境、社会民众等,延伸至社会公益、区域发展、企业帮扶、促进中医药发展、宣传健康饮酒、公共卫生、养老服务等,要求劲牌有限公司遵纪守法、依法纳税,投身公益事业、具有家国情怀,旨在承担社会责任,推动企业与社会和谐进步。

“社会友好”的内涵包括两大“环境”的友好,一方面是人文环境友好,就是创造良好的精神文明;另一方面是自然环境友好,就是做任何事都要有利于自然环境,不得破坏生态环境。

今年春节,大冶金湖生态园游人如织。这座昔日的尾矿库,经劲牌有限公司捐建后,化身为市民的“后花园”。

劲牌有限公司秉承“怀仁行善、共生共荣”的社会理念,围绕捐资助学、扶贫助困、乡村振兴、灾害救助等方面,引导和推动社会慈善事业发展,截至2024年年底,公益慈善捐资金总额达37.21亿元。

绿色发展是高质量发展的底色。2018年,劲牌有限公司获评国家级绿色工厂,并不断打造绿色供应链。从酒糟、药渣到污水环保,劲牌有限公司以“资源化、再利用”为指导,将生产过程中产生的固液废物实现百分百无害化处理和回收利用。

如何通过“社会友好”打造友好生态?

构建友好和谐社会生态是企业重要的社会责任。自20世纪80年代走上健康差异化发展道路后,劲牌有限公司坚持积极履行社会责任,以实际行动回馈社会,打造“社会友好”企业。

在国家“双碳”战略下,需要更多企业扛起节能降碳大任。劲牌有限公司经过18年的努力,在2024年实现中国劲酒125毫升装,“小方劲”产品玻璃瓶累计减重50克,每年减排二氧化碳999万立方米。

绿色发展是高质量发展的底色。2018年,劲牌有限公司获评国家级绿色工厂,并不断打造绿色供应链。从酒糟、药渣到污水环保,劲牌有限公司以“资源化、再利用”为指导,将生产过程中产生的固液废物实现百分百无害化处理和回收利用。

如何通过“社会友好”打造友好生态?

构建友好和谐社会生态是企业重要的社会责任。自20世纪80年代走上健康差异化发展道路后,劲牌有限公司坚持积极履行社会责任,以实际行动回馈社会,打造“社会友好”企业。

在国家“双碳”战略下,需要更多企业扛起节能降碳大任。劲牌有限公司经过18年的努力,在2024年实现中国劲酒125毫升装,“小方劲”产品玻璃瓶累计减重50克,每年减排二氧化碳999万立方米。

绿色发展是高质量发展的底色。2018年,劲牌有限公司获评国家级绿色工厂,并不断打造绿色供应链。从酒糟、药渣到污水环保,劲牌有限公司以“资源化、再利用”为指导,将生产过程中产生的固液废物实现百分百无害化处理和回收利用。

如何通过“社会友好”打造友好生态?

构建友好和谐社会生态是企业重要的社会责任。自20世纪80年代走上健康差异化发展道路后,劲牌有限公司坚持积极履行社会责任,以实际行动回馈社会,打造“社会友好”企业。

在国家“双碳”战略下,需要更多企业扛起节能降碳大任。劲牌有限公司经过18年的努力,在2024年实现中国劲酒125毫升装,“小方劲”产品玻璃瓶累计减重50克,每年减排二氧化碳999万立方米。

绿色发展是高质量发展的底色。2018年,劲牌有限公司获评国家级绿色工厂,并不断打造绿色供应链。从酒糟、药