

坚持与担当,让娃哈哈品牌更响亮



宗庆后与下沙基地青工合影

文 朱 郭

一条祈福的红围巾,一桌丰盛的年夜饭,把新春联欢会现场装扮得喜气洋洋。2月5日下午,在传统佳节猴年春节到来之际,中国饮料龙头企业娃哈哈在下沙生产基地举行简朴而又热闹的年夜饭。800余名留杭过年的外来青工美滋滋地聚在一起,一边欣赏娃哈哈艺术团的精彩表演,一边享受公司精心准备的团圆饭。与往年一样,娃哈哈集团董事长宗庆后亲临现场,全体员工齐刷刷起立报以热烈的掌声。这位慈祥的大家长,向员工敬酒、发红包,感谢他们一年的辛勤付出。活动现场设置了丰富的抽奖环节,红旗出版社新书《宗庆后万有引力原理》,作为开年特别奖。抽奖结果公布后,宗庆后为30名幸运员工送上了亲笔签名的新书,并合影留念,场面温馨感人。

员工年夜饭:坚持了28年的传统

请外来青工吃年夜饭,这是娃哈哈的传统。28年来,这一桌年夜饭见证了娃哈哈从昔日不为人知的校办小厂,成长为如今家喻户晓、在国际上也有相当知名度的中国民族品牌的历程。

记者从联欢会获悉,由中国品牌建设促进会、中央电视台、中国国际贸易促进委员会等单位联合发布的“2015年品牌价值评价信息榜单”中,娃哈哈以516.96亿元的品牌价值,位列“酒水饮料”类别第一名,领先第二名近350亿元!

随着社会的发展,时代的进步,社会对企业公民责任的呼声越来越高,消费者对企业责任和企业公众形象越来越重视,企业对社会责任的履行状况也日益成为评价一个品牌好坏的重要尺度。正是20多年的坚持和担当,铸就了娃哈哈这个闪光的品牌。

企业应当如何履行社会责任?宗庆后认为,“评价一个企业是否履行了社会责任,最重要的几个标准应该是:企业是否依法纳税了,是不是为社会创造了有价值的产品、是否最大限度地满足了员工身心发展的需求?第一条是对国家和社会负责,第二条是对广大消费者负责,第三条是对自己的员工负责。”

娃哈哈是这么说的,也是这么做的。



宗庆后向员工发红包

纳税大户:一天上缴税金超过1500万元

2016年1月21日,由人民网主办的“担当的力量——第十届人民企业社会责任奖”颁奖盛典在北京举行,旨在表彰在经济下行压力下,稳定企业发展的同时仍不忘履行社会责任的企业和个人。宗庆后荣获“十周年特别致敬人物奖”,是他在长达10年的一个时间跨度中获得的肯定,无疑是对他作为一个企业家在履行社会责任方面“一以贯之”的一种认可。

诚信经营、依法纳税是企业应尽的义务。在杭州市萧山区公布的2015年度缴纳税收500万元以上独立企业荣誉榜单中,有14家娃哈哈子公司榜上有名,其中税收超过一亿元的22家企业中,娃哈哈就占了4家。娃哈哈14家上榜企业,合计为萧山区政府纳税12.5982亿元。

这些企业只是娃哈哈遍布全国各地的庞大饮料王国的一部分。据介绍,在过去的一年,娃哈哈克服经济下行压力以及网络谣言带来的不利因素,依然取得了较好的业绩,各项经济指标连续18年领跑饮料行业,2015年上缴税金56亿元。

以2015年税金计算,娃哈哈平均每天向国家上缴税金超过1500万元,每位员工平均向国家贡献税收20万元。

卓越质量:不断满足消费者对产品的健康需求

2015年12月28日,“质量之光”年度质量盛典在人民大会堂举行。娃哈哈作为唯一的饮料生产企业,凭借优异的产品质量和高度的社会责任感,荣获“质量之光——年度魅力品牌”称号。

娃哈哈等年度魅力品牌,不仅是国产品牌的骄



娃哈哈荣获“质量之光——年度魅力品牌”称号

关爱员工:爱心捐款100万救助小培琳

二月的杭城特别寒冷,然而一条“小培琳回家了”的消息在娃哈哈内部员工朋友圈中不断刷屏,让大家感受到阵阵暖流和满满的正能量。

小培琳的父母荀丽芳和王国强,是娃哈哈山西公司的双职工。几个月前,他们怎么也没有想到,“朗格罕斯组织细胞增生症”这一罕见的儿童血液病会发生在自己的小培琳身上。

“不及时治疗就会演变成恶性肿瘤,存活率只有万分之一。”

医生的话犹如晴天霹雳,为了筹集医药费,荀丽芳一家把刚买的新房卖了;为了照顾在北京治疗的小培琳,妈妈辞去了工作;由于治疗的药只能在香港

买到,爸爸不得已只能经常请假跑去香港……荀丽芳一家花光了所有积蓄,不堪重负。

小培琳的病情牵动了娃哈哈人的心。大家长宗庆后得知后第一时间签批了第一笔善款10万元。随后短短几天时间,爱心在全国各地的娃哈哈人中间传递,大家纷纷为小培琳慷慨解囊,捐款达到100万元!有了这笔救命钱后,小培琳经过几期的治疗,已不再发烧,身体有所恢复,但需定期去医院治疗。虽然还没有痊愈,但可以从医院回到家中安心养病,可以像其他孩子一样在家过年了。

荀丽芳动情地说:“感谢宗总、感谢娃哈哈,有娃哈哈家人这个坚强的后盾,我一定积极为孩子治疗,傲,更是中国制造的代

表。正是依靠卓越的产品质量,营养健康的理念,使娃哈哈的品牌价值一年比一年高,一年比一年响亮。

从儿童营养液到八宝粥、AD钙奶再到营养快线,娃哈哈一直将“生产具有真正使用价值的产品”作为产品的核心价值观,坚持走“品质高档化、价格大众化”的品牌路线,通过持续的产品创新,赢得了市场与消费者的信赖。最近又推出创新产品——爱迪生奶酪酸奶、“百维特”高蛋白奶昔产品,以满足不同消费者对健康的需求。

最近上市的爱迪生奶酪酸奶,是由娃哈哈首创的全新高端营养酸奶。据介绍,爱迪生奶酪酸奶以进口奶源为主要原料,采用进口法国乳酸菌对牛奶进行长达10小时的发酵,并特别添加欧洲甄选奶酪。奶酪是牛奶的精华,是孩子成长中非常重要的营养补充,也有利于老年人的健康。同时,爱迪生奶酪酸奶不添加防腐剂,不添加色素,不添加人工甜味剂,是一款可常温饮用的酸奶产品,呵护孩子的肠胃,助力孩子的成长,有助于老年人的健康。

与“奶中皇族”爱迪生奶酪酸奶不同的是,“百维特”高蛋白奶昔创新地采用酪蛋白、乳清蛋白和大豆蛋白三种蛋白质科学配比,使其人体8种氨基酸配比更合理,营养更全面。百维特高蛋白奶昔一份含有300mg钙,所有钙都来自于天然乳钙,不外加人工钙源,有助于骨骼健康。一份含有12克蛋白质,是普通牛奶的1.5倍,能随时、有效帮助消费者补充蛋白质,满足每天的健康需求。

宗庆后说,“我们国家正在实施的工业制造2025,就是实业强国,所以我们实体经济的企业家们要坚定信念,实现中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变,实现我们的强国梦。我们娃哈哈也在继续努力,我们现在开发智能化生产线,把自动化转为智能化,同时把食品安全转向食品健康,为老百姓造福。同时我们也会继续努力,使中国的娃哈哈成为世界的娃哈哈,这就是娃哈哈的追求!”

让孩子早日康复,我也早日回到岗位,回到娃哈哈这个大家庭,为娃哈哈发展尽微薄之力。”

互相关心,互相扶持,在娃哈哈早已蔚然成风。娃哈哈奉行的是“家”文化,把每个员工都当作自己的家庭成员一样看待,使员工的生活、工作等各个方面都得到关心。

创业以来,娃哈哈始终坚持“发展依靠员工,发展为了员工,发展成果员工共享”,不断提高员工收入,让包括外来青工在内的全体员工持股,为员工解决住房一千多套,帮助员工解决子女入学……企业发展使员工生活品质得到大幅提升,让他们有了更多的获得感。

关爱社会:连续16年为春风行动捐款累计6460万元

2000年,为破解困难群众生活就业难等问题,杭州在全国率先发起了以“社会各界送温暖,困难群众沐春风”为主题的“春风行动”。如今,杭州“春风行动”已经成为社会广泛参与的爱心工程。



四川雅安市仁义乡“娃哈哈爱心桥”

今年是杭州实行“春风行动”的第16个年头,娃哈哈的捐助也持续了16年。

“娃哈哈是土生土长的杭州企业,20多年的发展,离不开杭州市委、市政府的关心和支持,也离不开家乡父老的厚爱。”宗庆后接受记者采访时表示,“作为率先发展起来的企业,富裕以后首先要反哺社会。再穷不能穷孩子,再苦不能苦教育,宁愿企业省吃俭用也要献上这份爱心。”

从一开始的50万元到后来的100万元、300万元、500万元,特别是从2009年第9次“春风行动”开始,连续4年捐款500万元。2013年第13次“春风行动”起,又连续4年捐款1000万元。娃哈哈作为捐款第一大户,累计向“春风行动”捐款6460万元。

据杭州“春风行动”办公室介绍,2015年“娃哈哈·春风助学”帮助4056名困难大学生圆了“大学梦”。自2011年娃哈哈将“春风行动”捐款用于专项助学以来,累计资助学生12898人。

不仅杭州的寒门学子感到娃哈哈的温暖,远在千里之外的四川雅安人民,也感受到了娃哈哈

的爱心。

四川省雅安市芦山县发生里氏7.0级地震后,娃哈哈响应中国扶贫基金会号召,捐赠1000万元用于灾后重建项目。每年八九月雨季,河水暴涨,河上的老石板桥就不见踪影,当地小孩只能待在家里,无法上学。一到寒冬,老石板桥上全是霜冻,桥面湿滑,鞋子常常湿透,大人过桥都提心吊胆,孩子们更是心惊胆战。

2015年,在娃哈哈和中国扶贫基金会努力下,灾后重建项目——娃哈哈溪桥工程,陆续竣工了。该项目共涉及10个县,100座桥,三万多人从中受益。爱心桥造福了村民,促进当地生产生活发展,成为乡亲们走向美好生活的幸福桥。

创业以来,娃哈哈一直秉承“产业报国、泽被社会”的经营理念,在自身获得快速发展的同时,积极回馈社会,履行社会责任。通过在西部和老少边穷地区投资建设厂支持西部大开发和贫困地区发展,极大促进当地经济发展的同时,积极投身慈善事业,累计为慈善事业捐赠超过5亿元,其中资助教育2.9亿元。