



“至善之心”，做“慈企，慈商”。从生产源头到生产过程，从绿色经营到五心服务，从责任文化到企业社会责任，“绿色”已成为绿之韵天然的属性。不弄点滴，不登高远，在未来的某一天，绿色企业注定深入人心。我们不再仅仅以利润为唯一追求，而是将绿意盎然的幸福感，将绿色的力量，以正能量传播到社会的各个角落。

2012，“十八大”提出走美丽中国的科学发展之路，公众目光密集聚焦在“健康”“放心”“绿色”“安全”等关键字上，而绿之韵重点发展的绿色农业、健康产业、公益事业，与社会关注点高度呼应。领悟“十八大”会议精神之精髓，绿之韵悟出一个道理：“至善”之道，即“为民”之道。

从怀鸿志、夯基石的2011，到谋跨越、创格局的2012，这一年，绿之韵孕育了一个宏伟的梦想。十周年，围绕“打造大健康产业”的战略思路，全力打造“全球大健康产业品牌”，除绿之韵原有独立下属企业外，还将逐步进军生态纺织、低碳生活、抗衰老等领域，在健康食品、养生、保健、美容等方面，运用先进技术研发各种促进人类健康的产品。那历经一年的铺垫与累积，究竟为十周年预留了哪些伏笔？理性提炼，以一窥全，以下系列事件对绿之韵的品牌形象、社会认知、企业定位、产业布局等方面都将产生深远影响。

从怀鸿志、夯基石的2011，到谋跨越、创格局的2012，这一年，绿之韵孕育了一个宏伟的梦想。十周年，围绕“打造大健康产业”的战略思路，全力打造“全球大健康产业品牌”，除绿之韵原有独立下属企业外，还将逐步进军生态纺织、低碳生活、抗衰老等领域，在健康食品、养生、保健、美容等方面，运用先进技术研发各种促进人类健康的产品。那历经一年的铺垫与累积，究竟为十周年预留了哪些伏笔？理性提炼，以一窥全，以下系列事件对绿之韵的品牌形象、社会认知、企业定位、产业布局等方面都将产生深远影响。

# 绿之韵：绿色企业的“至善”之道

## 绿色产业——“大健康”格局在构建

# 影响产业格局 10 大事件

one

### 绿之韵科技产业园筹建，斥资三亿助推企业服务升级

**事件概述：**绿之韵即将进入下一个十年发展历程，为提升和完善企业价值链，不断增强核心竞争力，绿之韵斥资3亿，在长沙国家高新区规划了一个以直销为核心的强大产业集群——绿之韵科技产业园，以绿之韵科技展示中心、保健品生产车间、产品研发中心组成，通过产业配套与延伸进行产业升级，提升企业价值链，强化企业竞争力。  
**影响力提炼：**这是绿之韵服务品牌向前迈进的“大步”，修炼内功，丰富内涵，提升服务，虽处规划实现的速进期，却表达出企业追求卓越的决心，开创百年企业的信心。



two

### 绿之韵集团与湖南省中医药研究院、湖南中医药大学签署战略合作协议

**事件概述：**为更好地实现绿之韵第二个十年发展“大健康”产业规划，2012年12月7日，绿之韵集团与湖南省中医药研究院、湖南中医药大学正式签署战略合作协议，决定在中医药健康产品研发、新品实验、产品安全、绿之韵产品研发中心科研力量提升、专业人才引培等多个领域进行全面的战略合作，持续加速产、学、研一体化格局。  
**影响力提炼：**“产学研”合作的价值不仅在于利用资源整合，优势互补，开启直销行业与权威科研机构合作的新模式。更重在于，双方甚至多方的携手合作，将为人类健康服务的重视上升到一个新的台阶，助推全民健康工程的进行。



three

### 绿之韵再获国家商务部批准，直销区域扩增内蒙古、辽宁、吉林、山东四省

**事件概述：**2012年5月15日，国家商务部正式核准绿之韵生物工程集团有限公司直销区域扩增中特，在原有获批的湖南省13个州、市基础上，内蒙古、辽宁、吉林、山东四省获批开展直销业务。四省先后成立了分公司，并同时完善服务网点建设规范工作。经省、自治区商务主管部门的核准，绿之韵获准在内蒙古2市8区、辽宁2市7区、吉林2市12区县、山东3市13区县开展直销业务。  
**影响力提炼：**从2009年获批直销，到四省直销扩增，两者遥相呼应，形成绿之韵事业版图在全国的燎原之势。这是社会对绿之韵持续信赖的结果，做受人尊敬的直销企业，绿之韵已与社会、消费者实现三面对话。



four

### “绿韵圆梦·书香助学”——绿之韵300万元开展爱心图书工程

**事件概述：**2012年5月30日，在“六一”儿童节即将到来之际，绿之韵慈善基金会、绿之韵党支部带领爱心人士来到绿之韵工业园希望小学，开展“绿韵圆梦·书香助学”流动图书馆捐赠爱心活动，绿之韵首家校区爱心“流动图书馆”正式成立！同年，绿之韵慈善基金会与中国光华科技基金会签署300万爱心图书战略协议，由会长胡国安承诺开展“绿之韵爱心图书工程”，计划用三年时间，以“绿韵圆梦·书香助学”主题公益活动为契机，为湖南、黑龙江、内蒙古等省捐赠20所爱心图书馆。  
**影响力提炼：**直销业在追求主流，树立行业正面形象上需要每一位直销从业者凝心聚力。从承担社会责任开始，31家直销企业2012年度向社会捐赠爱心善款近4亿元。绿之韵的正能量表现在“企业公民”行为准则上，为社会解负，躬身推进直销走向主流的道路。



five

### 绿之韵“清调补衡”养生理念升级，套盒上市

**事件概述：**为更好地改善人类亚健康，绿之韵集团携手领域内权威专家及专业机构，凝聚中华五千年和谐养生文化精髓和现代营养学理念，融合国际尖端科技，于2012年3月10日，倾力推出绿之韵“清调补衡”养生套盒。鉴于绿之韵和谐养生之“清调补衡”健康理念的推出对解决人类亚健康具有重大意义和影响，以于燕民、谭亚军等为代表的绿之韵科研专家受到中国保健协会的表彰，被授予“健康养生态杰出贡献奖”。  
**影响力提炼：**优质产品是企业发展的命脉。扎根中华五千年养生文化沃土，加速科技成果转化，“清调补衡”养生理念的提出，配套产品的研发，开启了传统养生文化与现代生物科技完美结合的新里程。



six

### “健康中国·责任有我”——绿之韵2003—2012企业社会责任报告发布

**事件概述：**2012年7月9日，《绿之韵2003—2012企业社会责任报告》隆重发布，深入诠释民族企业与社会的关系，全面诠释绿之韵的社会责任价值观，政府领导、行业专家及二十多家媒体现场见证。  
**影响力提炼：**企业作为社会公民，能够通过自己负责任的行为，为相关利益主体承担广泛的责任，使企业在谋求商业目的的同时，倡导并践行主流的社会价值观念和道德理念，在为社会创造价值的同时，承担起企业社会责任，值得拥有人们的尊敬。



nine

### 绿之韵集团与湖南日报报业集团《大众卫生报》实施战略合作

**事件概述：**2012年8月8日，绿之韵集团与湖南日报报业集团《大众卫生报》签订战略合作协议，开启了湖南省保健食品龙头企业绿之韵与全民健康公众平台合作战略的新格局。湖南日报报业集团党组书记、社长董晓亮在签约仪式上指出，这是媒体与企业强强联手、共创双赢的又一崭新举措。强强联合、优势互补，必将带来广阔的发展空间，获得更大的经济效益和社会效益。  
**影响力提炼：**紧扣信息社会3.0时代，借力媒体的跨界资源，让直销企业的公众形象建设走上正轨。主动、透明、诚实、交流，扭转直销业在中国被误解的窘境，促进直销主流化建设，品行兼道，却已行在路上。



seven

### 盛世龙江，绿韵飞扬——绿之韵黑龙江分公司盛大开业

**事件概述：**2012年7月11日，绿之韵集团第六家分公司——黑龙江分公司正式客户哈尔滨。分公司的成立是市场版图保障，是集团总部为经销商、消费者提供全面服务的重要载体。黑龙江分公司的成立标志着绿之韵东北市场已全面覆盖，连接黑龙江、吉林、辽宁的市场布局已全面形成。  
**影响力提炼：**分公司是企业的服务触角。触角越多，感知市场的反应速度越快，服务的责任越高，品牌的树立越有力。完成全国优势市场的分公司布局，是绿之韵倾力打造“大服务”规划的重中之重，更是拉动企业向前奔跑的助推。



eight

### 绿之韵2012年度豪华奔驰轿车颁奖典礼

**事件概述：**绿之韵九周年年度盛典上，豪华奔驰轿车获奖营销精英站上最高领奖台，接受至高无上的表彰，一个个流光溢彩的水晶奖杯成为成功的最佳见证。未来，绿之韵仍将创新创业机制，优化创业环境，为营销人员定制成长计划、提供专业培训、完善业绩分享机制、强化服务支持，伴随从业者走上成功之路。  
**影响力提炼：**能为从业者提供成长、致富的创业平台，是企业社会价值体现的一大要素。良好的福利机制，有助于激发从业者的创业激情，正确引导万千从业者为社会创造价值，奔驰轿车奖励的意义，已超越本身的高度。

ten

### 北欧，穿越时光的童话——绿之韵精英北欧四国梦幻之旅

**事件概述：**2012年9月19—28日，60余名绿之韵精英在长春市常务副总魏芳的带领下将绿之韵事业的快乐旅程延展到丹麦、瑞典、芬兰、挪威，领略北欧不同风情文化，以成功者的身份与梦想同行，与拼搏共舞。  
**影响力提炼：**借旅游之名，搭建全国市场卓越领袖思想交锋的平台，在碰撞之间挖掘市场管理之道。不一样的梦想，不一样的旅行，不一样的人生，不曾忘却，台湾、还是桂林、衡山，大家共享快乐事业的最佳契机，精神比物质来得更让人振奋。

