

以"至善之心",做"慈企,慈商"。从生产源 到企业社会责任,"绿色"已成为绿之韵天然的属 准。不弃点滴,不骛高远,在未来的某一天,绿色企 业、健康产业、公益事业。与社会关注点高度呼应。 追求,而是将绿意盎然钓幸福感,将绿色的力量,以 理:"至善"之道,即"为民"之道。 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 头到生产过程,从绿色经营到五心服务,从责任文化 路,公众眼光密菜聚焦在"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 业的定位必定深入人心。我们不再仅仅以利润为唯一 领悟"十八大"会议精神之矫随。绿之韵悟出一个道

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, 置绕"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。那历经一年的销垫与累积, 究竟为十 周年预留了哪些伏笔?理性捉炼,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。

绿色产业——"大健康"格局在构建

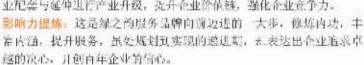
绿之韵: 绿色企业的"至善"之道

影响产业格局

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,在长沙国家产业园区 规划了一个以直销为核心的强大产业集群——绿之的科技产业园,以 绿之韵科技展示中心、保健品生产车间、产品科研中心组成。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。





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。为更好地实现绿之物第二个十年发展"大健康"产业规 划,2012年12月7日,绿之韵集团与遗南省中医药研究竟、溃南中医药大 学正式签署武略合作,决定在中医药健康产品研究开发、新品实验、产品 安全、绿之韵产品研发中心科研力量提升。专业人才引过等多个领域进行 全面的战略合作,持续加速产、学、研一存化格局。

影响力提炼: "产学街"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。更重要在于。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。则推全民健 康工程的行进。



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规公司直销区域 扩增中请。在原有获批的湖南省13个州、市基础上。内蒙古、辽宁、古林、山东四省获托 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查、绿之韵获准在内蒙古2年8区。辽宁2年7区、吉林2年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,两者适相呼应,形成绿之韵事业版图 在全国的原原之势。这是社会对绿之常持续信赖的结果。做受人尊敬的直销企业,绿之常 己与社会、消费者实现三面对话。

"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 菩基金、绿之韵竟支部带领爱心志愿者来到绿之韵工业园希望小学,开展 "绿鹎區梦·书香助学"流动图书馆捐增爱心活动,绿之葡苣家校园爱心 "流动图书馆"正式成立:同年。绿之裔慈善基金与中国光华科技基金会 签署300万爱心图书捐焙战格协议,重事长胡国安承诺开展"绿之韵爱心图 书馆工程",计划用三年时间,以"绿箭圆梦•马香助学"主愿公益活动为 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。直销业在追求上流。柯立行业正百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 爱心菩就近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,贴身推进直销走向主流的道路。



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、绿之韵集团费 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,依力推出绿之韵"清明补衡"参 生会盒。 鉴于绿之韵和诉养生之"清调补食"健康理念的 推出对解决人类亚健康具有重大意义和影响,以行感民、 谭雪军等为代表的绿之物科研专家受到中国保健协会的表 彰,被授予"健康养生杰出贡献奖"

影响力提炼。优质产品是企业发展的命脉。扎根中华五千 年养生文化沃士, 加快科技成果转化, "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 代先进科技完美结合的新里程。



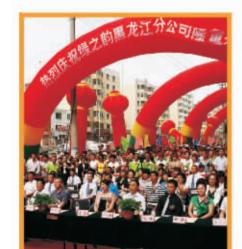
"健康中国●责任有我" 绿之韵2003-2012企业社会责任报告发布

事件概述。2012年7月9日、《绿之约2003—2012企业社会责任报告》隆重发布、深入探 析民族企业与社会责任的关系。全面诠释绿之韵社会责任价值观,政府领导、行业专家 及三十多家媒体现场见证。

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 经的责任。便企业在某来商业目的的同时。倡导并履行主流的社会价值观念和道德理 焦,在为社会创造价值的同时,承担基企业社会责任,值得拥有人们的尊敬。



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



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一 黑龙江,分公司正式器户哈尔滨。分公司的成立是市场稳固的 保障,是集团总部为经销商。消费者是供全面服务的重要载 传。黑龙江分公司的成立标志着绿之韵东北市场山全面覆 盖,连接黑龙江、古林、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。服务的质量越高、品牌的树立越有力。 完成全国优势市场的分公司布局,是绿之物保力打造"大服 务"规划的重生之重。更是拉动企业向前奔腾的缰绳。



绿之韵2012年度豪华奔驰轿车颁奖典礼

事件關述:綠之的九周年年度盛典上,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生见证。未来,绿之构仍将创新创业机制,优化 创业环境,为营销人员订制成长计划、提供专业培用、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务,良好的福 利机制,有助于激发从业者的创业激情。正确引导方千从业者为社会创造价值,奔驰轿车奖励的意 义,已超越木身的高度。



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 涉议, 开启了湖南省保健食品 龙头企业绿之简与全民健康公信平台合作战略的新格局。湖南口报报业集团党组书记、社长型宽汽在签约仪式上指用。 这是媒体与企业缔结联盟、共创双赢的义 新手笔。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,越实。 交流,扭转直销业在中国被误读的窘境、促进直销主流化建设、虽任重道远,却已气在路上。

ten

北欧,穿越时光的童话 绿之韵精英北欧四国梦幻之旅

事件基述。2012年9月19-28日、50众名绿之韵精英在盖事常务副总裁劳嘉的带 领下将绿之韵事业的快乐撒播到丹麦、瑞典、芬兰、挪威、领略北欧的不同风情 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。潜建全国市场卓越领和思想交锋的平台。在碰撞之间 控制市场管理之道。不一样的参想,不一样的旅行。不一样的人生,不管是欧 洲、台湾,还是社林、衡山、人家共享快乐中业的最佳类别。精神远比物质来得 更让人提奋。

