

海东青：民企飞出“绿色雄鹰”

王惠兵 翟红兵 钱艺鹏



海东青集团外景

中国节能海东青新材料集团隶属于中国节能环保集团，是中国首家登陆香港联合交易所IPO主板的非织造材料企业，致力于资源回收再生，以及非织造材料生产、研发、应用业务。其产品 在苏、沪、浙、闽、粤等国内主要市场占有相当大的份额，并远销欧美、东南亚地区。

“文化即是情怀”，在海东青的宣传语中，文化内涵与情怀得到了全面的诠释。海东青，满洲语为“熊库鲁”，汉译为“世界上飞得最高和最快的鸟”，是满洲族系的图腾。因海东青公司创始人本身是满族的后裔，他以自己的民族图腾命名自己的企业，既是民族情怀，不忘回报社会，愿将绿色环保事业作为贯穿企业发展的重要定位，又将海东青坚毅勇猛、奋发不止的精神融入到企业发展中，形成具有独特内涵的“鹰文化”。

以文化铸魂

海东青集团已走过了十多年发展

历程，所积淀的企业文化串起了一个改革开放后逐步发展起来的民营草根企业形象。2010年，海东青公司在香港上市，完成了发展历程中的第一次蜕变与跨越。2012年，海东青公司投身中国节能环保集团，正式加入央企行列，把践行《中国节能环保集团公司企业文化建设纲要》作为推动企业文化建设的指南，不断推陈出新，成功走出了一条海东青特色文化建设的新路，促进了企业的蓬勃发展，推动企业朝着更高的目标不断迈进，立志成为“中国的杜邦”“中国的3M”。

以“鹰”为蓝本

在海东青里有一套完整的企业文化体系，其中主体文化是“海东青”鹰文化。海东青公司结合企业文化的发展现状，构建出以“鹰”为模型的“一体两翼”产业发展模式，即以非织造技术应用体系的产业结构为实体，以新型人力资源综合服务开发体系整合为契机，以

科技与信息的服务体系提升效益为支撑，力争将集团全面打造成一个技术型科技集团。海东青公司基于“用心·值得信赖”的服务理念，对外，通过不断提升产品服务、提升附加值，用心让客户满意、股东满意、政府满意、社会满意；对内，通过定期举办员工旅游、中秋节庆、篮球比赛、拔河比赛等活动，丰富员工文化生活。同时，不断提升员工薪酬福利，强化员工技能水平，让员工与公司共同成长，不断提升员工幸福感和归属感，从而构建出和谐海东青的氛围。

“和谐共融，绿色共赢”是海东青人尽皆知的核心价值观。海东青人以环保新材料隔离技术让天更蓝、空气更新鲜；以“净化一切不可能的可能”在低碳经济时代让生活更美好；以同盟共展的精神为非织造新材料在后工业经济时代的发展树立标杆为己任。

海东青致力于发展循环经济，走资源再生利用之路，立志成为全球领先的绿色环保企业。

雅客：总想走在前面

王惠兵 梁东坡



前不久上市的雅客“长白甘泉”品牌

优质铸就品牌，品牌传承文化。雅客(中国)有限公司作为中国食品产业的标杆品牌，作为糖果行业的领军企业，一直致力于将甜蜜文化融入人们的生活，“健康、快乐、运动、时尚、喜庆”，是雅客赋予一个个糖果鲜活的个性。

1993年8月8日，雅客(中国)有限公司怀着满腔的热忱与活力在海峡西岸经济区——福建晋江应运而生。雅客的创始人兼董事长陈天奖说，在甜蜜事业的创业路上，“雅客，总想走在前面”就是他一直以来的“座右铭”。作为中国食品行业领军企业，多年来，雅客人以发展民族品牌为己任，怀着与生俱来的激情与活力，以超常规的思维、超常规的创意、超常规的行动、超常规的速度造就了一个个业内领先：第一个投资建立国家级实验室、自主研发出国内

第一颗夹心太妃糖、国内第一颗维生素功能糖果、第一块伯尔巧克力、第一个中国消费者协会“3·15标志”许可糖果企业等。同时，雅客一直热心公益事业，曾连续两届赞助中国奥运代表团、赞助中国航天事业，成立慈善基金，回报社会。总想走在前面的雅客一直坚持品牌发展战略，公司旗下拥有中国一流食品品牌方阵，先后获得“中国名牌”“中国驰名商标”“国家免检产品”“中国消费者最喜爱品牌”“中国食品行业百强”等众多荣誉。

“甜蜜促进和谐，创新改变生活”是雅客的文化经营理念。陈天奖带领着一个优秀的团队在奔跑，他说团队是一群带着思考奔跑的“狼”，没有完美的个人，只有完美的团队。这就是他们团队的文化，雅客人的文化。十年企业靠管理，百年企业靠文化。

浩沙：从运动到健康，传递正能量

王惠兵 黄敏诗

浩沙国际有限公司创始于上世纪80年代，一直专注于室内运动市场，并成功地发展成为中国知名的室内运动品牌。在室内运动服饰细分市场，浩沙在品牌 and 市场份额方面处于领先地位。而在健身俱乐部领域，浩沙已发展成中国规模最大的连锁健身服务机构之一，跃身为亚洲时尚健身运动产业的知名品牌。

每一个优秀的企业都有优良的企业文化。浩沙集团以“传递和倡导时尚健康的生活方式”作为企业使命，引领室内运动，倡导健康生活，体验快乐人生，致力于推广快乐、时尚、健康的健身文化，积极推进全民健身活动，努力提升国民身体素质。

浩沙作为健康生活方式的传播者，关注社会大众的健康，也关注员工的健康。每个员工都有一个家庭，家人的健康是永恒的保障，也是最大的幸福；企业是一个大家庭，员工的健康是发展的源泉，也是企业强大的基石；国家是更大的一个家，国人的健康是社会的和谐，也是国家兴旺的象征。浩沙用行动开启了一份健康事业，也诠释了什么是正确的人生态度，享受精彩人生。通过产业整合与并购重组，凭借现代化的会员制连锁经营模式、国际化的专业健身管理队伍、丰富多彩的健身教练课程、行之有效的健身服务项目、舒适优雅的运动环境和时尚动感的品牌号召力，浩沙力求为都市人带来轻松快乐的全方位运动生活体验。在体验过程中，改变的不仅仅是体重秤上的数字和消费者的身材，更是每个人对生活的态度：遇到困难大家一起解决，共同成长，态度是积极向上的，心情是乐观开朗的。

让运动更心动，时尚健身生活从每一个浩沙人开始。浩沙的快乐、时尚、健康是自上而下，由内而外的。他们始终坚信，只有浩沙人



浩沙品牌展示

福马咪咪：做食品就是做良心

王惠兵 陈海兰

福马咪咪(福建)食品工业有限公司自1979年创办以来，从无到有，从小到大，逐步成长为一家集食品研发、制造、营销、贸易等为一体的多元化产业集团。公司以生产烘焙类产品为主，旗下拥有福马派、Q巧点、丝遇、卡丝达面包等产品，销售渠道遍及全国，是年销售额超过10亿元的综合型食品企业。

在打造国际化食品企业的同时，福马始终坚信，唯有带给消费者更多满足、更多快乐的企业才能成为中国休闲食品的领导品牌。秉承“以人为本、与时俱进、开拓创新、诚信经营”的理念，福马成就了独有的企业文化价值——“我们的福马，共同的事业”。他们以高质量的产品为基础，实施品牌战略，坚持以“做食品就是做良心”的准则，以更谦虚的态度面对消费者，

不断提升品牌形象，把食品优质安全作为企业生存之本，为消费者奉献健康优质的产品。

以人为本，做良心食品要有质量的保障。一直以来，福马引进、研发了先进的硬件、技术和管理，为食品质量保驾护航。福马平均每年投入千万元资金打造企业硬件，特别是斥资从欧洲进口全球最先进的卷心蛋糕全自动生产线。在工艺技术上为发挥生产线的效能，特设研发部，成立了一支具有国际视野、充满创新和合作精神的队伍。在生产管理上，坚持把产品质量安全看作是企业的生命，运用制药企业的标准严格把关，在原料筛选、生产流程、成品跟踪等阶段均严格执行行业标准，以确保产品的优良品质。

历经风雨，福马的努力和真诚得到了广大消费者的高度认可，福马派

类产品市场占有率遥遥领先，并迅速成长为烘焙行业中的明星企业。他们心无旁骛地聚焦于食品主业之上，更多地依靠科技和人才战略，加快品牌升级、技术升级、管理升级，保证产品质量。以单一品牌和多品牌结合发展的策略，重点突出产品的个性来满足消费者的需求，以更加务实和开放的态度让更多的智慧来成就福马的价值。

“我们将聚焦在烘焙糕点这个领域，并把‘做精做专’当作我们的使命，创造生活化、趣味化的创新产品，是福马接下来的奋斗目标。”这是福马集团总裁柯永河提出的美好愿景。在未来，福马将继续恪守“以人为本、与时俱进、开拓创新、诚信经营”的理念，把食品安全及提供优质产品作为企业生存之本，把烘焙蛋糕类市场引向全新的发展局面。



福马集团向晋江市慈善总会捐赠善款