

太阳神：传承创新筑未来

张艳秋

这是一个不朽的传奇！

从1988年，太阳神成立至今，25年了，中国的保健品行业也走过了四分之一的世纪。

25年，对太阳神而言，是一个从无到有的路程，是一个坚守与摒弃共存，智慧与勇气糅合的路程……

以历史为镜，可知天下兴亡。在太阳神25周年的时候，我们聚焦在太阳神，目的就是希望通过回首这个中国保健品企业代表的历史，去眺望这个企业的未来，眺望这个行业的未来，眺望中国民营企业的未来……

传承中华养生以成根基

中华数千年来实践的养生智慧，是全民族极其宝贵的财富，而对其最大的传承与发扬，就是用现代科技对其进行改造、提升，开发出有益人们健康的养生产品和服务，让全人类受益。

1988年，太阳神以“生物健口服液”起家，开创了国内保健品产业先河，缔造了太阳神的商业奇迹；1999年，太阳神提出现代养生概念，开始构架企业未来更大的发展空间；2006年，正式吹响进军现代养生产业的号角；2013年，在太阳神25周年庆典的会议上，太阳神集团董事长张鸣先表示，“太阳神正在向现代养生产业的战略目标有效推进。”

这是大家所熟知的太阳神的创业历程，长期以来，人们总是从一个企业的成败沉浮来解读太阳神这段载入中国现代经济史的传奇，以期总结可资借鉴的教训和经验，但是很少有人注意到，这实际上是中国企业继承、发扬中国传统文化的一次宝贵尝试。

对现代养生产品，按张鸣先的解释：“是运用现代生命科学的一切手段，以中华养生理念为载体的产品。”从太阳神的起家到对未来的勾画，我们都不难发现一个关键词——中华养生。

中华民族，自古以来就有着对生命和健康的天然关照。“神农尝百草普惠众生”、“神医扁鹊悬壶济世列国”等大量生动的民间传说讲述着数千年来呵护生命的过人智慧。老子指出“摄生”、“贵生”、“长生久视”，孔子提出“天地之性人为贵”，庄子认为“缘督以为经……可以养亲、可以尽年”，古代先贤们更是从人生哲学层面，深刻阐述“生命为上”的人本主义思想，传递通达“身心和谐”的养生之道。

这些数千年来用生命实践的博大精深的养生智慧，无疑是全民族一笔极其宝贵的财富，而对其最大的传承与发扬，就是用现代科技对其进行改造、提升，根据现代人生活环境的特点，开发出有益人们健康的养生产品和服务，通过现代工业化大生产方式和现代商业运行模式，让全民族乃至全人类受益。

太阳神集团和他的缔造者张鸣先为完成这一历史使命，以25年的坚守，传承和发扬着中华养生精粹，造福着社会。这一点，从一些相关的历史资料中，我们不难看出。

2004年，太阳神正式进军直销业，在当年《行业环境与太阳神直销的使命》的报告中写道，“太阳神直销对社会的价值，就是传播现代养生理念，用古老的中华养生文明解决现代人快节奏下的健康问题。”2006年，太阳神营销总部总经理张鸣先在《现代养生文化的思考》一文中提到：“所谓养，是指滋养、培养、保养、修养；所谓生，是指生命。养生就是通过身心兼养，即‘守神全形’和‘保形全神’，以获得更加旺盛的生命力。”

2011年，张鸣先在“太阳神现代养生文化万里行”的启动仪式上讲到：“中华养生产品基于几千年的食疗文化，安全、环保；中华养生文化视人类生命为有机整体，养生之道重在综合调理，兼顾身心内外，在未病状态解决健康问题。”也是在那场仪式上，太阳神提出：“以中华精神为魂，以天下民众为心，以健康安乐为愿。养生万里行，健康中国人”的口号。

张鸣先认为，太阳神对中华养生理念的传承与发扬，是对经过几千年实践检验成果的信任，是对老祖宗智慧结晶的珍惜，是对民族文化的传承与复兴。

孟子曰：“士何事，尚志。”作为一个真正有独立意识的人，首先要确认的是自己的一种志向，一种追求。太阳神非常明白自己做“何事”：传承中国文化，打造养生帝国。”这就是他们的豪情壮志。

或许，对中华养生的关注与传承，对太阳神而言有着更多的意愿与意义……

恪守传统道德的25年

一个企业的生命力，取决于一个企业的文化；一个企业的文化，则取决于这个企业的价值取向。

“2.5年”和“7-8年”，这分别是中国中小企业和集

团企业的平均寿命，透过这些令人沮丧的冰冷的统计数据，我们仿佛看到一艘艘商业之舟在市场经济的激流漩涡中不幸沉没的凄惨画面。就太阳神所在的保健产业内而言，不少曾经叱咤一时的名字早已烟消云散，让人不胜唏嘘、恍如隔世。与它们相比，今天走过整整25个春秋后向着养生帝国梦想进发的太阳神无疑是幸福的，然而，这幸福的背后除了辛勤的汗水、宁折不弯的执著之外还有什么呢？用张鸣先的话说：“太阳神屹立不倒的原因有很多。我认为有一点至关重要，那就是25年如一日始终恪守一名企业公民的道德底线。”笔者把这句话理解为太阳神的商道。

古人云，德者尊道，道者重德，尊道重德，张鸣先在给员工的新年献词中提到：道，是客观事物发展的必然规律，只有顺应这个规律，才能生存和发展。

“安全、赢利、持续赢利”，是太阳神25年来始终坚持的商业基本原则。对此，张鸣先解释说，“安全是企业存在的根本，所以，道德底线不去碰，政策红线不去碰，产品质量要恒抓。”

由此，我们不难看出，作为传统文化继承发扬者的太阳神，其遵循的商道天然地就融入了中国数千年传统商业道德的元素。传统商业道德要求经商者树立“见利思义”、“义然后取”、“信义不欺”的义利观，商业实践上做到“价实”、“货真”、“量足”，达到企业产品和服务在价格、质量、数量等方面的基本要求。比如，《礼记·王制》云：“布帛精细，不中数，幅广狭不中量，不溺于市”。阐述了经营者要保持良好的经商作风，必须对消费者负责，保质保量。太阳神在继承融合传统商业道德的同时，结合现代商业社会涉及到的多元参与主体，形成了自己的商道纬度。

太阳神的商道包括哪些纬度呢？张鸣先说：“‘商道’说到底就是企业责任，包括企业对国家和政府的责任、对经销商和消费者的责任、对社会的责任、对员工的责任和对股东的责任等5个纬度，因此诚实守信、质优价廉、回馈社会、人性化管理、维护股东权益等成为符合太阳神商道的基本行为准则。”

2009年，太阳神把“德不孤必有邻”作为“文化总则”写入《太阳神直销文化纲领》。“这句话之所以给我们很大触动，引起我们如此强烈的共鸣就在于它鲜明而坚定地表明了‘德’的强大力量。我们就是要有如此强大的凝聚力、向心力。‘德不孤，必有邻’早已成为太阳神直销一切行为的逻辑起点。”张鸣先如是说。

冰冻三尺非一日之寒，企业商道文化的塑造需要多年持之以恒的努力，在此过程中，企业文化人物的言行举止及其胸怀，对企业文化的塑造起到特殊而重要的作用。

我们依然清晰记得太阳神那段气势雄浑、震撼心灵的“睡狮惊醒”形象广告：黄河千年冰破，长城万里鼓鸣，一头东方雄狮昂然而起，仰天长啸。太阳神以浪漫主义情怀给那一代人留下了深刻印象。太阳神通过这则广告所传递出的是强烈的民族主义精神和以民族复兴为己任的博大胸怀。

张鸣先，这位深受齐鲁大地浓郁的儒家文化熏陶的山东汉子，和他的太阳神从一开始就把沉甸甸的民族责任感放在心头，把产业报国作为最重要的人生追求之一。这就不难理解，太阳神作为一家企业为什么有为民族复兴而呐喊、而奋斗的担当。他要求太阳神积极响应党和政府的政策和号召，反复告诫员工产品和服务的质量是生命，消费者是衣食父母，教育所有员工要感恩和回馈社会。

与严格的规章制度相比，企业文化通过为太阳神人树立一把内在的道德尺度，进而规范他们的思想和行为，因而更持久、更有效。于是，在潜移默化中，企业文化便内化成太阳神的企业良心，成为指引全体员工一切行为的基本准则，也使太阳神在中国企业界一直劲吹着清新之风，不仅涤荡着保健品行业一度污秽不堪的浊气，也有力促进了中国企业整体道德氛围的改善和提高。

产品创新的四大步

从标志中国保健品业诞生的生物健口服液，到食品、药品、化妆品的相继推出，再到今天现代养生的实物、服务、文化产品的三步战略，太阳神在25年的征程中，跨出了产品创新的四大步。

“回顾太阳神企业发展的不同阶段，我们深感太阳神每一次的成功和辉煌都源自创新。”张鸣先介绍说，太阳神自创立那天起就一直高度重视产品的创新发展，经过25年努力，形成了保健品、化妆品、普通食品、药品、水健康产品和家居健康用品等6大类100多种产品。

在太阳神诸多产品中，1988年创立之初就推出的生物健浓缩口服液颇具盛名。历经25年市场考验、众多顾客验证，是3届奥运会、2届亚运会运动员专用营养增补剂。太阳神生物健口服液的面市，不单是太阳神的创新之始，也是中国保健品业这个全新产业的诞生之始，它，是中国商品市场日益丰富的代表之一。

生物健的成功，奠定了太阳神产品创新的基石，太阳神以每年最少推出一款新产品的速度迅速形成了自己的产品生态群落。在笔者看来，这是太阳神产品创新的第二大步。

1991年开始，在保健品业苦心经营并获成功的太阳神开始涉足其它相关行业的尝试。这一年，太阳神食品公司成立；两年后，太阳神化妆品公司成立；1994年，太阳神制药公司成立。至此，太阳神完成从单一保健品向食品、化妆品、药品等行业的扩张。

如果说，从单一产品衍生出口服液生态群是太阳神产品创新的纵深线，那么涉足食品、药品、化妆品，则是太阳神产品创新的横延线，也显示出太阳神构架未来的勃勃雄心。笔者将其定义为太阳神产品创新的第三步。

1999年，太阳神首次提出现代养生概念，2006年正式吹响了进军现代养生产业的号角，2012年的一次会议上，张鸣先明确了太阳神实现现代养生产业的三步战略：实物产品阶段、服务产品阶段、文化产品阶段。这既是太阳神产品创新的第四步，更是太阳神产业整体升级的新起点。

在张鸣先看来，太阳神目前正处在从实物产品阶段向服务产品阶段迈进的过程中。他认为，服务本身就是企业提供给消费者的产品，养生产业事关消费者身体健康，必须传递专业的信息，提供专业的服务，才能对得起消费者的信任。

未来，太阳神还将逐步建设现代养生论坛，养生网站、养生杂志、专业养生学府等商业平台，将太阳神现代养生的文化、理念和技能，推广普及到社会，用文化产品统率服务产品及实物产品，以百亿的经营规模，推动现代养生产业的发展，推动全社会的健康事业。这是太阳神的宏伟愿景，也是所有太阳神人为之奋斗的事业。

25年产品创新的四大步，清晰地刻画出太阳神诞生、成长，以及未来的发展脉络。在今天看来是如此清晰，但谁又知道这些创新，在当时的社会与市场背景下，是需要多大的勇气与智慧。

但，仅仅是产品的不断创新，概括不了一个企业成功的原因，因为产品只代表着一个企业的生存条件。

营销的定与不定式

太阳神营销模式的变化，其实就是在满足当下消费需求的不变中，不断创造出更优质、更便利、更贴近消费者的变化。

在教科书里，营销的定义是：把产品提供给需要的客户。简单的一句话，却是包罗万象。到底怎样才能提供给需要的客户？

实际上，太阳神初创之时，沿用的还是药品的销售方式，即产品生产出来后，进入医药公司的批零渠道，是一种计划经济下被动的销售。太阳神没有因循守旧，从肩扛手提把产品寄卖在医药门店开始，最终将销售终端延伸、辅之活动、广告，以点带面分步进行，并形成了独具风格的立体营销模式。

这一创造式的营销模式，曾被列入MBA课程经典案例，它不但铸就了太阳神的辉煌，更开辟了中国市场营销的全新时代。

这个世上没有永恒的不变，也没有永恒的辉煌。2000年，太阳神一面在经受保健品业诚信危机冲击后的痛苦，一面也在努力寻找新的曙光。

直销，被纳入调研关注的序列。在进行了细致深入的专题调研与讨论后，太阳神决定进军直销。

对一个曾经辉煌无限的企业，全新的营销模式引入，其实需要莫大的勇气，那是对曾经花费无数心血构建、建

功无数的营销模式的重新认识……

现实的残酷，总是需要智慧与勇气去扭转。

2004年，在低调地充分调整之后，太阳神参加了国家有关部门召开的会议，被一度惊呼为“黑马”。这惊呼在笔者看来，是因为太阳神是“骆驼”。2007年2月初，太阳神经过不懈努力终于获得商务部颁发的直销牌照。以直接沟通产销，减少中间环节，适应现代社会中需求多样化、个性化趋势等直销的优势，开启了太阳神二次创业的征程。这当算是太阳神营销史上的第二次创新。

然而，骨子里有着创新基因的太阳神，并没有照搬照抄外资直销企业的做法和经验，而是结合中国传统文化和国情，探索出一条适合中国市场的中国特色直销之路。

在太阳神直销筹备之初，就以“德不孤必有邻”的儒家思想作为企业文化，并延伸出“信、恒、道”三层内涵，进而提出小康直销、剩者为王的理性经营理念，以诚信、理性为当时盛行“一夜暴富”的行业注入新风。2009年10月，太阳神发布了《太阳神直销文化纲领》，系统性地提出了包括“抵制诱惑‘剩’者为王”、“理性中庸小康直销”、“创新求变模式制胜”在内的太阳神直销理念，全面阐述了其关于中国特色直销文化内涵的思考。

太阳神中国特色直销的创新之处还体现在其率先提出在团队中推行党组织建设，掀起了一股直销企业党建的热潮。

特别值得一提的是太阳神2006年底推出的“珍珠店”模式，该模式以直销的核心经营理念，密切结合中国保健品面临的市场环境，成功实现了传统营销与直销的完美嫁接。

太阳神的中国特色直销，即是包含中国传统文化及价值观的经营理念、中华养生理论依据下的产品、符合中国消费心理的销售模式、符合百姓消费能力的产品价格等等。以此满足市场消费心理与需求，为直销在中国大地上健康发展，做了很好的探索工作。这，亦是笔者定义太阳神营销模式的第三次创新的缘由。

我们不难发现，太阳神营销模式的变化，其实就是在满足当下消费需求的不变中，不断创造出更优质、更便利、更贴近消费者的变化。营销有目的，营销无定式。

在开拓创新中砥砺前行

对于太阳神来说，为其提供强大创新力量的源泉就是五千年厚重的中华文化传统。

创新是一个优秀民族的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力，创新对一个企业来说更是如此。日益激烈的市场竞争在一定意义上来说就是企业创新能力的比拼，时刻创新求变不仅是企业发展的根本保障，而且是企业能否生存立足的基础。太阳神的诞生和发展本身就是创新的产物，正是以现代生物科技为先导，太阳神应运而生并不断推出新的产品和服务，正是以创新型的营销方式为依托，太阳神不断发展壮大。可以说，太阳神的25年就是不断开拓创新的25年，创新，已经内化成太阳神人的一种惯性。

太阳神生生不息的创新之源在哪里呢？仔细追溯不难发现，太阳神作为民族企业拳拳之心报国的责任感、踏实进取的学习精神、君子自强不息厚德载物的品质等都是这个问题的答案。而当我们对太阳神的这些精神品格进行分析梳理之时，会猛然发现这些不就是我们民族代代相传的优秀的文化传统元素吗？

在古希腊神话中，海神波塞冬和大地女神盖亚之子安泰力大无比，但前提是他不能离开大地母亲，一旦离开了，他就失去了力量，不堪一击。而对于太阳神来说，为其提供强大创新力量的大地母亲就是五千年厚重的中华文化传统。颇让人深思的是，太阳神孜孜以求奋斗的目标“打造现代养生帝国”也正是以中国传统文化瑰宝养生文化为基础的。

“昨天，我们怀着开创太阳神事业的使命感，取得了创业的成功；今天，这份使命感将继续凝聚和激励我们携手创新。”张鸣先在太阳神25周年华诞庆典上的简短致词中强调的还是两个字“创新”。他勉励迈上新台阶的太阳神人，以更加昂扬的斗志、更加奋发向上的激情，使太阳神充满勃勃生机和活力，在现代养生产业广阔的舞台上，施展才华，创造新的奇迹和辉煌！



太阳神集团办公区（效果图）