



# 上善若水 太阳神汇聚微力量

张燕秋

太阳神向雅安学生捐赠学习包并与学生们共同度过了一个快乐而有意义的六一儿童节

25年，中国保健行业风雨兼程，作为行业的开创者太阳神依旧笑春风。25年，太阳神创造了奇迹，也给世人以启示。它的成功，靠的不仅是过硬的产品品质，还有企业创立之初就秉承的理念和文化，尤其是对中国传统“德”文化的传承和推崇。

用太阳神的话来说，“一方有难，八方支援。这就是传统文化对‘德’的最基本要求，是有社会责任感的企业的一种本能。”

“慈心为人，善举济世。”近年来，企业社会责任越来越受到人们的关注，众多企业纷纷开始探索建立企业社会责任体系(CRS)，对公益慈善事业大举投入，理念文化层出不穷。

在中国保健品行业，很多企业也纷纷行动，捐款助学、宣传环保、敬老爱幼……在花样不断翻新的公益慈善中，广东太阳神集团以“微公益”让人眼前一亮。

事实上，太阳神的“微公益”，微而不小，是由一个个小公益组成的一系列大公益，其密集程度，员工、经销商普遍参与度，在保健品行业里首屈一指。

“上善若水，水利万物而不争。”在公益慈善中，太阳神不求名利，只求通过成千上万的经销商这个平台，将太阳神的文化和公益理念渗透到社会中去，通过这些切切实实的行动，影响和带动更多的人自发自愿地参与到公益慈善中来。

## 为社会创造共享价值

企业“中国梦”的核心是一种精神，一种担当，一种企业的社会责任。为社会创造共享价值是所有太阳神人一直以来的共同追求。

哈佛大学著名教授、管理大师迈克尔·波特将企业承担社会责任分拆为两种类型：一类是反应型，一类是战略型。反应型的企业做良好的企业公民，比如进行公益性捐助，减轻企业价值链活动对社会造成的损害。而战略型企业则是寻找能为企业和社会创造共享价值的机会。

对于一个负责任的企业来说，完成好反应型企业的社会责任，就已经是不错的作为。但对于一个行业领导型企业来说，与生俱来的使命感，促使他们对于企业的社会责任有着更深刻的理解和更高的追求。

经历25年发展的太阳神早已成为中国保健品行业的中流砥柱。对于企业社会责任，太阳神有着清晰的认识和规划，它要做的是能为社会创造共享价值的战略型企业。太阳神集团党委副书记、营销总部总经理张鸣先介绍：“企业社会责任有虚、有实，精神层面和物质层面一起构成太阳神的社会责任体系。”

1988年，怀汉新在广东东莞黄江镇创立太阳神，2004年，太阳神正式启动直销业务，始终坚持“德不孤，必有邻”的企业文化，主动承担了“打破外资垄断，振兴民族直销产业，传承中医文化，打造现代养生帝国”的使命。作为“德文化”的坚守者，太阳神积极扶危济困，在力所能及的范围内，更多地泽己及人。

“当你有能力了，自然而然会更多地思考回馈社会，不需要其他的功利心。对于企业而言，‘中国梦’的核心就是一种精神，一种担当，一种企业的社会责任。6年前，太阳神就提出‘小康直销’、‘快乐直销’、‘和谐直销’循序渐进的直销发展三部曲，最高境界的‘和谐直销’实际上就是企业承担社会责任的过程。”

张鸣先谈道，“要达到和谐就必须保证企业的价值观、文化与社会大众认同的价值观体系保持基本一致。因此太阳神一直坚持以中国传统文化为向导，坚持中国特色直销之路。”

太阳神的这一做法，实际上是在精神层面为社会创造价值共享，除此之外，在物质层面，太阳神也不遗余力。“物质层面，比如说企业要交税，对社会要有回报，兼顾好政府、百姓、员工、经销商、股东这五个太阳神相关方的利益，与这些相关方共享物质层面的价值。”

## 创新公益模式

太阳神从来不把对公益慈善捐赠多少钱作为践行社会责任的唯一标准。而是结合企业使命积极探索，将多种元素融合一体，向社会传播正能量。

提到公益，大多数人首先都会联想到企业的捐赠行为，实际上，这是由于企业在践行社会责任的模式固化所造成的。据中华慈善奖数据库中的样本分析显示，企业捐赠总样本总量约60%，这也说明了捐赠作为最直接的践行社会责任的方式，被企业广为接受。

但是在张鸣先看来，“践行企业社会责任，特别是公众所看重的公益慈善领域，不是一蹴而就的事情。千里马最重要的不在于爆发力，而在于持久力，贵在坚持承担它的责任。公益慈善要根据企业的实际情况，量力而行，我们希望的是长期坚持，把它当成一辈子的事情。”

“因此，公益慈善作为践行企业社会责任的重要组成部分，太阳神从来不把对公益慈善捐赠多少钱作为践行社会责任的唯一标准。”

“我们期望影响和带动更多的人参与到公益活动中，爱心没有大小和多少，只有有与没有。”太阳神对公益慈善的目标很明确，多年来，太阳神深思熟虑，通过创新公益模式，将多种元素融合一体，向社会传播正能量。

比如以“传播中医养生文化，宣传与倡导网络党建，展现太阳神的快乐事业，开展社会公益活动、提升自我价值”为主要目的的养生文化万里行活动便是太阳神对公益模式的一种创新。

2013年10月25日，太阳神拉开了养生文化万里行福建—浙江站的序幕。由太阳神公司高层以及经销商组成的自驾游车队，从福州出发，途经龙港、云和、天台、千岛湖等地，沿途欣赏美景、品尝美食。11月3日，抵达浙江杭州，完成了一次快乐和谐之旅。

特别值得一提的是在此次养生文化万里行活动中，太阳神分别在福建、浙江各举行了一场大型养生公益讲座，向当地老百姓推广了太阳神现代养生操，普及了养生文化、经络养生等健康知识。同时，在此次活动中，太阳神龙港党小组正式成立，在杭州召开了太阳神网络党建浙江省巡查会议……

将四大元素融为一体，形成了匠心独运的现代养生文化万里行活动，在中国保健品行业里，太阳神独创这一公益模式。不仅如此，太阳神的网络党建、快乐直销也在行业里开先河。

据介绍，该活动于2011年3月在山东正式启动。三年来，相继在全国18省45市举办了19场养生公益讲座、19场党建座谈会、组织了26次养生操户外推广与培训。同时，太阳神还将慈善的元素很好地融入到活动中，分别在重庆—贵州站，向重庆璧山县特

殊学校捐赠了价值8万余元的“感觉统合训练室”和120套桌椅；在贵州凯里开怀中学开展“爱心1+1”助学活动；在浙江看望了云和县七社区的102位孤寡老人，并为他们带去了总价值约7万元的太阳神优质营养品；在湖北—河南站、山西—陕西站，都分别开展了“爱心1+1”助学及“爱沐山区”等公益活动……

截至目前，太阳神养生文化万里行活动总计行程1.3万多公里，足迹遍布全国各地，直接影响4万余人。

## 汇聚微力量

社会上需要帮助的人群很多，有时候觉得自己力不从心，我们不会去圈定帮助对象的群体。谁更需要帮助，我们就帮助谁。

太阳神不圈定受助人群，也不排斥“微”公益，“只有当越来越多的人参与到公益活动中，公益的力量才能最大化。”这一想法也促使太阳神的公益慈善有了更高的格局，将目光投向整个社会，也最终促成太阳神与专业公益平台联手合力扶危济困。

2012年4月，张鸣先在电视中看到湖南卫视的公益节目《天声一队》号召爱心人士向贫困山区学校捐赠校车，以解决学生上学困难的问题，觉得非常有意义。于是，在张鸣先的感召下，太阳神的经销商将爱心接力棒接到手中，纷纷走向节目现场，为贫困山区孩子们捐赠装满沉甸甸的希望和未来的“快乐校车”。

《天声一队》节目是湖南卫视联合芒果V基金打造的爱心公益节目，芒果V基金的想法是希望通过媒体平台，将公益的理念和温暖传递到社会中去。通过这一次合作，太阳神找到了知音。太阳神希望企业的德文化和公益理念通过经销商群体渗透到社会中去，虽然两者的平台不一样，但想法基本一致。

“因为公益不是一个人、一个企业能做完的，我们的公益理念是让整个社会更和谐、更温暖。而只有当更大的群体都有这种意识和行为的时候，这种温暖才会加倍。所以我们希望更多的人参与进来，自觉地践行公益，帮助他人。”张鸣先说道。

正是因为双方的一些想法有了共鸣，所以当芒果V基金提出“帮助微力量”的构想时，太阳神当即决定参与。经过一系列的筹划，太阳神与湖南芒果V基金、新浪微公益共同推出了“帮助微力量”项目。项目基于新媒体方式展开，积极回应社会公众临时性、应急性的求助需求。“帮助微力量”每周进行一例公益资助，每例资助1万元。

6月29日，“帮助微力量”第一周捐助活动在湖南张家界顺利举行。此次受助的是一名叫李尚格的小男孩。2013年1月30日，因家中电炉起火，引燃毛毯而让刚满2岁的李尚格烧伤面积达40%，为特重度烧伤。两岁的尚格已经历了五次手术，仍然在生命线上挣扎。面临着截肢与植皮，这超出了他贫困家庭的承受能力。在得知情况后，太阳神联合芒果V基金迅速行动，作为“帮助微力量”项目的第一个资助对象。太阳神经销商何涛通过项目平台捐赠了1万元，帮助小尚格暂时渡过难关。

截至目前，“帮助微力量”公益项目已

经连续开展了21周。白学锋谈道，“未来，我们仍将持续关注并参与到这项公益事业中，也希望更多的经销商们通过太阳神加入到这个爱心接力中来。慈善，不仅是一份责任，更是一份细水长流的功德。”

## 引领经销商传播正能量

我们的目标是通过经销商群体传播太阳神的德文化和公益理念，影响和带动更多的人参与到公益活动中。

纵观太阳神的公益慈善活动，企业和经销商在其中扮演了非常重要的角色。太阳神拥有成千上万的经销商，每一个人均是独立的传播源，他们通过行动、话语以及新媒体，传播能力不可小觑。因此，太阳神希望通过企业对经销商进行引导，通过经销商群体传播太阳神的德文化和公益理念，带动影响更多的人参与到公益慈善中，向社会传播正能量。

2013年3月，太阳神再次发起“爱沐山区·献给最美乡村教师的爱”大型系列慈善公益活动。这是太阳神2012年10月发动“爱沐山区·心系未来”系列公益活动的第二期，希望通过经销商参与献爱心，共同关注贫困山区乡村教师的健康。

在持续一个月的活动中，太阳神带领经销商走进全国24个省市的贫困山区，为奋斗在一线的乡村教师捐赠了5万余盒具有保护咽喉、预防咽喉疾病的产品，总价值达250余万元。

在一些重大事件中，太阳神的这种“共同体”效应表现得尤为明显。汶川地震、玉树地震、雅安地震……面对重大灾难，太阳神绝不含糊，公司带头，员工、经销商纷纷慷慨解囊。

4月20日，四川雅安芦山县发生7.0级地震，上百万人受灾。太阳神公司在第一时间，向雅安灾区捐赠款物372万元，其中现金168万元，物资价值204万元。其中包括在雅安灾区捐建的127个图书室，六一儿童节期间为孩子们送去的2077个快乐学习包以及为女教师定向捐赠的5000套女性用品。同时，号召并组织全体太阳神人行动起来，为灾区同胞奉献自己的一份爱心。

一时间，企业在行动，各地党小组以及经销商也在积极行动，开展献爱心主题活动。太阳神丰都党小组、邯郸党小组、六盘水党小组、重庆渝中区党小组、河南信阳党小组……各地经销商党员纷纷解囊相助……

“短短五天时间，我们的党小组、经销商团队、员工自发的募捐，就筹集了67万余元善款。”太阳神网络党总支部书记、营销总部副总经理白学锋谈道，在太阳神企业文化和理念的号召下，经销商都心怀感恩，自觉回馈社会，这是令人欣慰的，也是令人自豪的。

## 自发的力量

通过自己切切实实的行动，影响和带动更多人参与公益慈善。太阳神的理念和价值观得到了大众的认可和响应，越来越多的太阳神人自发自愿地参与其中。

太阳神发掘了经销商的力量，这是与其他企业不同的地方。引导经销商参与到公益慈善中，这仅仅是太阳神公益理念中的第一步，最重要的是太阳神希望通过这种引导，让经销商自觉地传播公益理念，展开实际行动。

事实上，太阳神的这一策略是非常成功

的。这种成功首先是表现在太阳神企业的文化和理念被认可和响应，越来越多的太阳神经销商自觉参与其中，回馈社会。

2012年太阳神养生文化万里行活动中，太阳神对重庆市璧山县特殊教育学校捐赠完毕之后，校长找到对接人说学校还紧缺一些残障儿童康复培训的器材。在当晚，白学锋向经销商提及这一情况，发布了一个捐赠的倡议。令人惊叹的是仅仅几分钟，经销商伙伴们就捐赠了5万多元，为重庆璧山特殊教育学校解了燃眉之急。

或许你还在惊讶于太阳神为什么有如此魔力，让经销商能团结一致，共同尽心尽力帮助这些陌生人。其实，原因很简单，“太阳神对经销商的高要求，不仅是在业务技能方面，还有在品德方面。”

也正因此，在太阳神，能看到同类企业里鲜见的一个现象，那就是经销商自发组织公益慈善活动。

2012年5月17日，太阳神经销商通过自发组织和筹划“爱心1+1助学工程”，与贵州省凯里市开怀中学8名贫困学生结成“一对一”帮扶计划；8名贫困学生每人每年可获得2000元的助学资金，帮助他们顺利完成学业。经销商还联合捐赠了一批图书并资助学校建造了一个图书馆。随后，该活动又在河南、湖北等地陆续开展。

“经销商自发组织的公益慈善活动很多。有些我们知道，更多的我们不知道，不管是1元、10元，还是1万、10万，都代表着一份爱心，代表着你有帮助别人的心。”白学锋谈道，经销商的自发自行为印证了太阳神公益策略的正确性，太阳神对此十分支持和鼓励。

2013年9月，在一次企业活动中，一名经销商突然向太阳神企业高层咨询如何做系列环保公益项目。当听了这名经销商的想法后，太阳神企业高层既惊讶又惊喜。四年前，这名经销商加盟太阳神，修车工出身的他，言谈中体现出更多的是如何销售产品，养家糊口。“今年再见面时，他开始考虑做公益，回馈社会了，境界提升得很快。”

经销商的这一巨大变化，从侧面也展示了太阳神6年前在全国率先提出的“直销三部曲”的巨大影响力。张鸣先说：“小康直销更多的是对物质的追求，快乐直销是对精神的追求，和谐直销是要被别人认可和尊重。经销商在获得物质满足之后，应该回馈社会，力所能及地去帮助别人。太阳神的这一理论也符合马斯洛提出的人的五大需求层次理论，而更重要的是，太阳神的经销商也正是在按照这个理论一步步走的。”

## 结语

欲穷千里目，更上一层楼。对于未来，太阳神在公益慈善领域也有十分清晰的规划，将目光聚焦到两大主题。“一是发扬德文化，唤醒传统文化的传递，帮助老人与小孩，‘老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼。’二是中医文化，中医是通过上千年的实践检验和传承下来的宝贵财富，希望通过养生文化万里行、养生操等活动，让老百姓从中受益。”

纵观太阳神的公益慈善事业，可圈可点的地方很多，其总体特征是规模小、数量多、经销商参与程度高。作为一家保健品行业的龙头企业，太阳神积极主动地探索，实现公益慈善效应的最大化，这是难能可贵的。在越来越繁荣的公益慈善领域，太阳神立足于企业，通过经销商群体，带动更多的社会爱心人士参与进来，将慈善作为一辈子的事情，为企业提供了一个全新的视角。相信，在未来，会有越来越多如太阳神一样具有爱心的企业、个人一起无私奉献，托起希望的明天。