



红太阳集团编印



RED SUN

更高 更深 更广

B版

2018年12月1日 第199期  
准印证号 S(2018)01000281  
内部资料 免费交流



# 红太阳荣膺改革开放40年40品牌

10月31日,由CCTV《大国品牌》倾力打造的中国2018年最具影响力的经济活动之一“改革开放40年40品牌”盛典活动在北京万达文华酒店举行。得益于改革开放40年来取得的杰出成就,“红太阳”成功荣膺“改革开放40年40品牌”,集团董事长杨寿海受邀出席颁奖盛典。

“改革开放40年40品牌”汇聚了中国最顶尖的企业品牌,包括TCL、华为、伊利、阿里巴巴、腾讯等一批优秀品牌纷纷亮相,展示品牌改革开放40年来所取得的辉煌成就,向改革开放40周年献礼。盛典以时代进程为轴梳理改革开放40年来中国经济发展脉络,深度剖析40年来中国品牌发展历程,全景展现当代中国品牌风貌,探讨中国品牌未来发展方向。

28年前,改革开放是激荡在神州大地的主旋律,杨寿海成为改革浪潮的亲历者、实践者和弄潮者,他抓住时代的脉搏,以为“三农”服务为宗旨,以创造民族品牌为目标,以振兴民族工业为己任。靠借资5000元白手起家创造了“红太阳”。28年来,红太阳不仅打破了世界农药产业格局,改写了中国农业发展的历史进程,而且创造了一家“笑话”变“神话”的民族尊严企业;不仅为国家解决了“既要保证粮食安全,又要保证食品安全”的历史难题,而且创造了一个与强共舞的世界民族品牌。连续三年位居亚洲品牌500强和中国品牌百强;其中核心产业连续三年荣膺世界农药“奥斯卡金奖”——最佳供应商称号,成功步入世界农药行业制造八强、亚太第一、中国十三连冠。实现了资产从负5000元到500亿的跨越,创建了一家上市和五家拟上市可持续发展集群公司,位居中国制造、民营等“六项”500强和中国实业、品牌等“五项”百强的国家重点高新技术企业,拥有中国唯一产业链20条,其中世界唯一产业链十条,取得全球话语权产品超98件,独创了“产业平台化、平台实业化、实业品牌化、品牌国际化”新模式。

“红太阳”荣膺“改革开放40年40品牌”,是对于红太阳在过去28年为中国“三农”事业做出杰出贡献的肯定,也是对于“红太阳”在践行国家创新驱动、供给侧结构性改革的充分赞许,更是对于“红太阳”与强共舞,作为中国卓越民族品牌的高度认可。(朱江)

杨寿海出席科邦核心客户峰会提出

## 致力打造数字生物健康肥业

11月12日,江苏科邦2018年新品发布会暨核心客户峰会在淳召开,董事长杨寿海出席发布会并作了主题演讲,提出将致力打造红太阳数字生物健康肥业,力争成为中国数字生物健康肥料产业的领先企业。

江苏科邦作为红太阳集团大农业板块的一员,自香港长江生命科技集团与红太阳集团共同投资组建以来,坚持以技术开发为核心竞争力,依托国内外权威专家团队,历经多年的技术攻关,成功开发出具有国际领先水平的三维全效系列肥,在业内重新定义了生态高效肥的深层定义。目前,江苏科邦已从单纯的“生产制造”企业逐步成为具备一定业界影响力的“品牌经营”企业,江苏科邦已构建生态肥料全产业链,产品覆盖常规复合肥、生物菌肥、生物有机肥、有机无机复混肥、新型生态肥料,功能性肥以及具备进口知名肥料品牌代理资质的一个集生产、研发、销售、专业服务为一体的新型肥料、生物功能肥料领军型高新技术企业。

杨寿海对科邦新品发布会成功召开表示祝贺,对与会嘉宾莅临高淳表示欢迎。他指出,未来红太阳将致力打造数字生物健康肥业,通过整合红太阳科邦肥料、苏农农资集团、江苏苏农供销网络、国家农业部江苏益农信息社、大丰动力化肥,依托红太阳大数据、云计算、互联网、物联网平台优势,借力生化技术研究院资源,重整肥料行业格局,做大做强红太阳肥料产业。全力打造



中国肥业新模式,建立红太阳肥业技术、数字管理、市场“三大”平台,实现“双绿”致富农民工程,即绿色农资与国际绿色食品进村入户,绿色农产品进城入区。杨寿海强调,选择大于努力,情怀决定成败,致富“三农”的责任高于一切。江苏科邦要在全国选择

200个具有“名特优功新”农产品大县(市)定向培育,力争培育200家农业龙头企业,全面实现红太阳“圣人主导、能人合伙、好人跟投”的新机制。力争到2025年成为中国数字生物健康肥料产业的领先企业。(朱江)

杨寿海对国际健康食品产业作强力部署

## 构建“太阳系”时代发展新版图

11月21日下午,董事长杨寿海主持召开总裁办公会议,听取国际数字健康食品产业工作汇报,对产业未来几年发展进行再动员再部署。

杨寿海指出,红太阳历经28年发展,已成功创造了具有国际排它性的以健康农业为核心的数字化+国际健康农业到数字化+国际健康食品的闭环国际数字健康食品产业链生态圈,企业产品优势已具备国际核心竞争力。同时,依托红太阳大数据、云计算、物联网等互联网技术,独创了红太阳国际数字健康食品供应链体系;并通过打造健康宅连配、健康幸福岛等工程,构建立足南京、面向华东的国际健康食品市场

平台。国际数字健康食品产业链生态圈将以线上线下同体验、同交易、同服务的“1+N+X”运营模式,以国际健康食品仓储式场景体验中心、跨境电商、智慧储运等为载体,让百姓在家门口即可享受国际健康生活,彻底解决市民的痛点、农民的重点、“三大”难题。

杨寿海强调,各有关部门要按照本次会议层层分解目标任务,整体规划、一点引爆、多点联动,确保各项任务尽快落地实施。要加强团队建设,注重人才队伍的选拔和培养,不断优化人才结构,培养一批认同红太阳事业、想干事、会干事和不出事的能人。要以创意思维为引领,“无中生

有,有中生优”。要倒排时间节点,确保明年建成10个国际食品港,完成150亿销售。集团各职能部门必须全力服务国际健康食品产业,从市场策划、战略发展、质量管控、管理、产融等各方面全力支持,确保目标实现。

杨寿海最后要求,全体国际数字健康食品产业同志要牢牢把握千载难逢的历史机遇,心往一处想,劲往一处使,为到2025年创造一家年销售超五千亿的世界500强企业,构建“太阳系”时代发展新版图而不懈奋斗。

集团副总裁胡容茂,红太阳集团董事长王东宝,全球购总经理卞秋明及相关部门负责人参加会议。(朱江)

## 杨寿海会见央视《大国品牌》总制片张轶

11月13日晚,继红太阳荣膺CCTV改革开放40周年40品牌之后,中央电视台大国品牌总制片张轶率队来红太阳再访集团董事长杨寿海。

采访中,杨寿海首先介绍了红太阳29年来“三次创业”历程以及未来发展规划。他表示,当前红太阳积极践行国家创新驱动、供给侧结构性改革和坚持由高速向高质量

增长的新动能转换战略,构筑了“产业平台化、平台实业化、实业品牌化,品牌国际化”的新模式。未来,将全面实施“健康市民、致富农民、恩报社会”的担当行动计划,为创造一家有民族精神的世界500强企业而不懈奋斗。

张轶表示,红太阳当选改革开放40年40品牌实至名归,中央电视台创建“大国品

牌”旨在为在全球范围内有影响力的中国企业展示自我价值、弘扬民族精神。同时,红太阳作为一家有社会担当、责任担当和使命担当的大型民族企业,《大国品牌》希望能够进一步挖掘红太阳优秀品牌故事,为企业塑造榜样,为社会注入能量,为国家赢得尊严。

集团品牌中心负责人黄桂清陪同参加活动。(朱江)