

# 红太阳荣登央视“大国品牌”

2019年恰逢新中国成立70周年，在这个有特殊意义的年份里，红太阳成功入选央视“大国品牌计划”。通过央视这样的国家平台，红太阳的全球影响力将踏上新的台阶。

2017年7月1日，《大国品牌》在CCTV-1正式开播，该栏目积极响应国家促进品牌建设的号召以及用中国品牌讲好中国故事的要求，持续打造能真正代表中国形象，具有国际影响力的中国品牌国家队。时至今日，CCTV《大国品牌》开播一年有余，已成为践行中国品牌战略，树立中国企业典范，推动大国品牌崛起的重要平台。而红太阳作为伴随中国改革开放时代浪潮成长发展的企业，具有极高的社会价值、经济价值和品牌价值，高度契合CCTV《大国品牌》主流价值定位，入选该计划，是时代的号召，更是使命的呼唤。

## 紧握时代机遇，谨记实业初心

伴随着波澜壮阔的改革开放大潮，红太阳作为中国首批创业企业中最为典型的案例，将坚守实业和自主创新作为与伟大时代同行的座右铭，既是“实业兴国”的呼吁者又是“实业精神”的践行者，为中国经济发展留下了鲜活的印记。

政策引导经济，时代造就企业。在红太阳看来，实业是一种积累，唯有发展实业，才能撑起中国经济的脊梁。如今，即将三十而立的红太阳已拥有现代农业、医药健康、环保材料、智能汽车与云数据产业等五大产业，创造了“平台+技术+品牌”的新经营模式，实现了“产业平台化，平台实业化，实业品牌化，品牌国际化”的新平台发展系统。

美好生活离不开碧水蓝天。进入新时代以来，红太阳站在世界的高度洞察未来，顺势应变，积极响应国家节能减排政策，顺应当前国际社会绿色可持续发展的潮流，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。

用实业创造品牌，铸就品牌，品牌才能基业长青。纵观红太阳的发展经营情况，企业所思所做无不满足“响应时代号召、践行国家战略、挖掘



民生需求”这三大要素。红太阳，这艘以实业为帆，装载着“中国心”的科技巨轮正在乘风破浪，朝着百年企业、国际平台的目标全速前行。

## 与时代同行，用民族精神孕育理想之树

民族精神是推动中华民族改革创新的不竭动能，从红太阳成长的点滴中与勾画的蓝图里，离不开“民族精神”四个字。

在坚持以产业报国、实业兴国的同时，红太阳时刻铭记“改革开放是为了让一部分人先富起来，先富带后富，最终实现共同富裕的发展目标”，主动担当起更多更大的社会责任，用实际行动践行企业的社会责任和担当。

自创业以来，红太阳积极践行贯彻“国家精准扶贫”战略，用产业“真扶贫、扶真贫”，创造了

一家高科技高成长主板上市和多家拟上市公司，相继在重庆万州、安徽石台等国家贫困地区实现了企业与地方“共赢”，成为拉动地方经济的主力军，为国家乡村振兴战略贡献了力量。

## 携手CCTV《大国品牌》，向建国70周年献礼

2018年10月31日，红太阳董事长杨寿海受邀出席由CCTV《大国品牌》发起的“改革开放40年中国品牌盛典”。在专访环节，杨寿海抒发了对改革开放的感恩之情：“我们这代人是很辛苦的，经历过计划经济、商品经济、市场经济、互联网经济四大时代浪潮。改革开放四个字对我们有着特殊的意义，这四个字铸就了一个时代，正是这样一个时代成就了我们这群人。”也许就是这份感

恩之情，让杨寿海带领着红太阳集团不断开疆辟土，用行动诠释责任品牌的价值升华，不断发现甚至超越时代步伐，在中国企业史上留下了厚重的笔墨，是当之无愧的大国品牌。

自主创新，敢想敢为，顺势而为，民生为先”。在CCTV《大国品牌》看来，红太阳顺应改革开放的发展大势，面对新经济浪潮展现出无限的宏观理念和全球化的前卫视野，在国际道路上步步为营，为中国经济的腾飞做出了卓越的贡献，为国家和民族的荣耀做出了显著的成绩，入选《大国品牌》实至名归。

凡有大事必有大国品牌，在新中国成立70周年之际，“建国70年70品牌”已经正式拉开序幕，红太阳将以入选大国品牌计划为契机，进一步加强企业品牌形象的打造，全面开启品牌建设新时代。 大国君

# 品牌的力量与荣耀

## 写在红太阳荣登CCTV“大国品牌”之际

东方欲晓，红日喷薄。新年钟声敲响，日历翻开了崭新的一页。

在这万象更新的时刻，红太阳凭借誉满全球的品牌形象荣登CCTV“大国品牌”之列，这是国家平台的品牌荣耀盛典。

品牌专家张轶评论：“这意味着红太阳从29年实业报国、产业兴国的时代，向品牌强国的历史性跨越。”

其实，红太阳入选“大国品牌”并不意外。今天，在五洲四海，在华夏大地，一件件标有红太阳品牌的农化、医药、环保新材料、国际健康食品以及数字产业等交相辉映，红太阳这个金字品牌，早已在蓝天苍穹之下光芒四射，璀璨夺目。

红太阳品牌大厦系统日趋完整，内涵深邃，雄姿巍然。

1989年4月5日，注定要在中国民族工业发展史上留下浓墨重彩的篇章。这一天，杨寿海亲手挂起高淳农药分装厂的牌子，8年后，红太阳集团组建成功，全系统使用统一的“红太阳”标识，高举品牌兴企、品牌强企和实业报国的大旗。

红太阳商标以长城上一轮朝阳冉冉升起，辅以“红太阳”中英文，寓意红太阳像旭日东升，蒸蒸日上。标志中绿色长城一方面和红太阳标志性建筑相吻合；另一方面寓意公司打造中国民族产业的“绿色长城”。标志外观呈现圆形，寓意红太阳无限的凝聚力和创造力，体现了红太阳“方”“圆”文化的内涵，创造

与社会环境和谐的企业责任。

为规范“红太阳”标识的使用，企业文化传播部门编制了《红太阳集团CIS手册》，从理念、行为到视觉等各个方面结合企业特点与发展战略，对于红太阳这个新生的充满希望与梦想的品牌赋予规范应用，“红太阳”在全国2800多个市县以及世界108个国家熠熠生辉。

集团董事长杨寿海认为，品牌是产品、市场、技术、文化、社会责任等综合因素的外在表现，是一个企业发展的基因，要建设世界水平的综合性产业集群，就要拥有民族大品牌，加强品牌建设是必然的战略选择。红太阳深耕产业，从产品、技术、质量、文化、模式等不断不断创新，强化品牌建设，扩展品牌影响力。构建以红太阳为主的集团品牌，以不同产业与业务体系为辅助子品牌的品牌矩阵，共同构成红太阳集团品牌架构。

品牌缘自品质。成功的背后是对质量的坚定承诺，是对创新的不懈追求。

红太阳在国内外农化产业，从跟跑、并跑到领跑，走过了让世人震惊称奇的发展道路。

“不忘初心”，红太阳从第一天起就以服务三农，勇担民族农药产业的振兴为使命，从最艰难也是最高的起点起步，“红太阳”三个字既是品牌，更是责任。为了达到绿色健康无公害，清洁环保生产，红太阳投入巨资，进行产品升级科研，走高质量

发展之路。利用数字化+生物技术，成功将化学环保农药转型为生化绿色农药，尤其是成功创造了拥有自主知识产权节能环保排放系统，循环经济生化除草快、生物纳米百草枯、生化草铵膦、L-草铵膦、绿色毒死蜱、拟除虫菊酯等“六大”产业链，助推国家实现了高毒农药到绿色环保农药的大变革，建成20条国内唯一，具有自主知识产权的产品链，其中10条国际唯一，98种产品获得全球话语权的“大国品牌”。

品牌就是质量、就是竞争力与生命力。统一的品牌形象，同样助力红太阳国际业务的快速发展。通过“整合资源、跨界融合、产融结合、创意发展、与强人共舞”，红太阳集团垂直整合与水平扩张，海外市场已经扩大到108个国家和地区。从原来的环保农药，发展成大数据、医药健康、环保新材料、智能汽车、数字健康产业等“356”大健康产业链生态圈，“红太阳”品牌凸显品牌引领企业发展的巨大价值与影响力，在国际化进程中，红太阳成为世界农药不可或缺的资源类企业，“红太阳”品牌已成为世界农业行业的翘楚。

品牌的力量与荣耀，是社会责任彰显与担当。

红太阳创始人杨寿海曾语重心长地说：“前天我们一穷二白，是靠党的正确方针政策和领导，让我们从一无所有步入正确‘三观’的成长之路。不忘初心，回报社会是我们的应尽责任。”

在天灾人祸，致贫致弱，社会百态中，红太阳累计捐赠达数亿多元，特别是对于三农更是情有独钟，不仅是直接捐款捐物，更多的是技术推广服务、农民技术培训等，同时改善“三农”基础设施，帮助农民兴修农田水利，改造乡村道路，安装自来水，开通有线电视，建设农民阅览室等等，对于教育事业，红太阳也是不吝投入，先后在多所高校设立“红太阳奖学金”，激励优秀学子笃学报国；对于社会，设立“红太阳慈善基金”，用于“助贫、助困、助医、助残、助教、助学、助孤、助老”等八助民心工程建设。

精准扶贫，致富百姓。持续实施投资、捐资产业扶贫“167”计划，相继在重庆万州、安徽石台等国家贫困地区产业扶贫投资近百亿元，实现了企业与地方共赢；捐赠帮扶资金数百万元，为四川少数民族地区“绿色发展，脱贫攻坚”服务，践行“先富带后富”的新使命、新担当。

大品牌就是大情怀，大情怀产生大格局。“红太阳”的担当与情怀为这块金字招牌增光添彩。多年来得到了党和政府、投资者以及社会公众的普遍认可，多次获得“慈善先进单位”、“光彩事业精准扶贫先进单位”、“关心下一代工作先进集体”、“同心万家民企帮万户工程”突出贡献奖；杨寿海先后获得全国劳动模范、中国文化扶贫功勋奖、农药创新贡献终身成就奖，中国改革开放40年功勋人物称号等荣誉。 夏学海