

- 2019 -  
**可持续发展报告**  
Sustainable Development Report



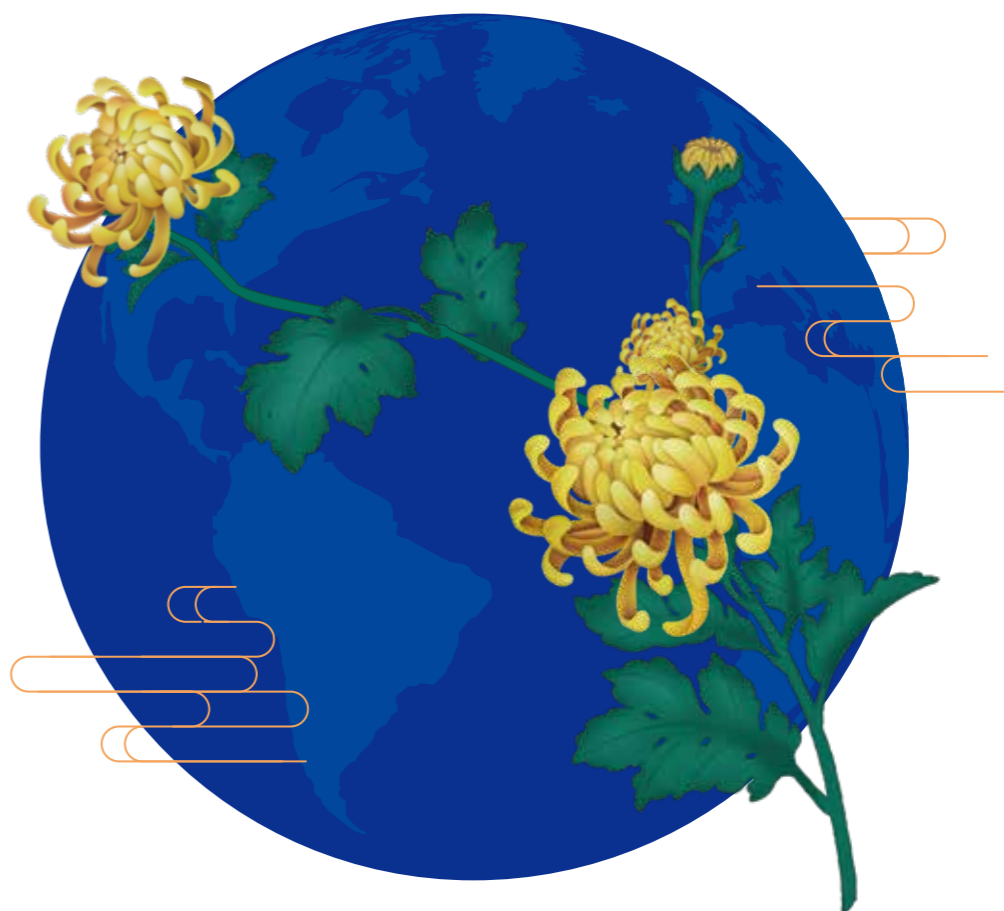
中山榄菊日化集团

Zhongshan Lanju Household Chemicals Group

版权所有：中山榄菊日化集团，保留一切权利。

免责声明

本文件可能含有预测信息，包括但不限于有关未来的运营、产品系列、新科技等信息。由于实践中存在很多不确定因素，可能导致实际结果与预测信息有较大的差别。因此，本文件信息仅供参考，不构成任何要约或承诺。榄菊可能不经通知修改上述信息，恕不另行通知



# 关于 报告

## ABOUT REPORT

本报告是榄菊集团继2018年之后连续发布的第二份可持续发展报告，报告主要披露了2019年榄菊集团在科技创新、商业伙伴、品牌传播、人才战略、践行公益等方面的意愿、行为和绩效，相关内容、数据和案例来自公司有关文件、报表。

### 报告时间范围

2018年12月1日-2019年11月30日，部分内容超出上述范围。

### 报告发布周期

本报告为年度报告

### 称谓说明

为方便表述和阅读，“中山榄菊日化集团”在本报告中也以“榄菊集团”、“榄菊”、“公司”或“我们”表示。

### 编制依据

全球报告倡议组织《可持续发展报告指南》(4.0版)中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南(CASS-CSR3.0)》

### 报告获取方式

您可以登录榄菊集团官方网站www.lanju.cn，查询和索取

集团总部地址：广东省中山市阜沙镇大有工业园

邮政编码：528400

广州营销中心地址：广州市天河区林和西路159号中泰北塔

邮政编码：510000



## CONTENTS 目录

/ 董事长致辞	P01
/ 总裁致辞	P03
/ 关于榄菊	P05
/ 2019年荣誉与奖项	P07

### P09 / 掌握前沿科技，提升发展动能

召开行业专家研讨会	P10
研发成果转化应用	P11
组建博士后创新实践基地	P12

### P15 / 深化战略合作，实现合作共赢

供应商的战略合作与沟通	P16
新渠道拓展成绩斐然	P17
与中国天气达成战略合作	P18

### P19 / 推动品牌年轻化，把握消费新趋势

千校创意工程暨学院奖启动	P20
会员营销平台2.0上线	P21
传播的年轻化	P23

### P25 / 尊重人才价值，激发企业活力

助力员工发展	P26
员工保障与安全	P27
关爱员工生活	P28

### P29 / 助力公益事业，勇担社会责任

4.21榄菊公益日	P30
战螂行动科普杀蟑知识	P32
支持家乡慈善公益事业	P32

# 董事长 致辞

CHAIRMAN'S  
SPEECH

2019年，我们迎来了新中国成立七十周年华诞，这是波澜壮阔的七十年，也是成果丰硕的七十年。七十年来，我们伟大的祖国飞速发展，人民安居乐业，创造了举世瞩目的中国奇迹！

在欢庆祖国辉煌成就的同时，我们榄菊也迎来了品牌发展的第37个年头。2019年，面对错综复杂的市场环境，不断叠加的经营压力，作为家卫行业的领军企业，榄菊依然逆流而上，踏浪前行，取得了近五年来最好的经营业绩。实现了新的超越！榄菊人用拼搏的汗水和骄人的业绩，向新中国成立70周年献礼。

37年来，我们励精图治，锐意进取，目前，榄菊蚊香不仅在国内市场占有率第一，在全球市场占有率也稳居第一，这样的成绩让人振奋！我们要继续把促进社会进步、行业发展、改善人们生活品质作为企业发展的目标，专注病媒生物防制领域，为消费者的健康生活保驾护航。

新的一年即将来临，我们又将迎来新的挑战。近年来，零售环境以及消费者的复杂程度和变化速度都在加大，传统的经销模式正在被重构，可以预见，在快销品领域，行业互相跨界必将成为新常态，市场竞争必将更加白热化，新一轮的优胜劣汰必将成为未来的行业主旋律。

但我坚信，榄菊定能在新的市场竞争中继续胜利前行，因为我们有着优秀企业的基因：优质的产品，优秀的品牌，以及不拘一格创新精神——无论产品的创新、品牌的创新、渠道的创新，乃至管理架构、经营结构的创新！所有这些，都将催化成生生不息的源动力，助力我们继续腾飞。可以断言，未来没有任何力量可以阻碍我们的发展，我们最大的竞争对手只有自己，我们需要做的，就是不断地勇于变革创新、超越自我，全新突破！

同事们、朋友们，让我们勇做新时代的奋斗者，在发展的大潮中勇立潮头，赢在蓝海！

骆建华

## 骆建华

榄菊集团董事长

2019年，面对错综复杂的市场环境，不断叠加的经营压力，作为家卫行业的领军企业，榄菊依然逆流而上，踏浪前行，取得了近五年来最好的经营业绩。



GROUP  
CHAIRMAN

# 总裁 致辞



## 薛洪伟

榄菊集团总裁

2019年，我们坚定不移地贯彻公司“聚焦消杀，做大主业，多品发展，助力主业”的战略方针，消杀核心竞争力持续增强，产品结构持续优化，同时，洗涤和清护品类销量大幅增长，有效增强了渠道的竞争力。

CHIEF  
EXECUTIVE  
OFFICER

2019年，于世界、于国家，都是极不平凡的一年，于榄菊人来说更是如此，面对错综复杂的宏观环境和转型升级的挑战，榄菊整体业绩继续保持稳健增长的势头，营业收入实现双位数增长，主要经营指标再创历史新高，企业运营高效、健康、可持续。

过去的一年，我们坚定不移地贯彻公司“聚焦消杀，做大主业，多品发展，助力主业”的战略方针，消杀核心竞争力持续增强，产品结构持续优化。同时，洗涤和清护品类销量大幅增长，有效增强了渠道的竞争力。这让我们感到骄傲鼓舞的同时，也对未来更加充满期待。

在科技赋能方面，我们始终坚持创新驱动和产业升级，召开病媒生物防制前沿技术及市场趋势专家研讨会，组建博士后创新工作实践基地，充分利用国内外科研院所、高校、行业协会、合作伙伴等外部研发资源，搭建开放、高效、协同的技术创新平台，加强研发创新能力，增强企业核心竞争力和可持续发展能力。同时，积极拓展品类边界，布局完成全系列杀蟑产品，国内第一款也是唯一一款杀蝇气雾剂也正式上市，填补国内市场空白。

我们积极探索与供应商、渠道商、媒体、学术机构等业务伙伴的战略合作，携手创建可持续发展的产业链，维护良好商业生态。我们与扬农化工一起，加强科研合作，打造稳定的原材料供应保障体系；我们与阿里零售通及京东新通路合作，合力布局榄菊的新零售渠道；我们与中国气象局华风气象传媒集团达成战略合作，借助央视综合频道、新闻频道《天气预报》节目的顶级黄金资源，占领传播制高点。

2019年，我们大力推动品牌年轻化建设，品牌活力及美誉度大幅提升，10月，榄菊千校创意工程暨学院奖战略合作正式启动，我们开始深入大学生群体，面向全国2500多所高校、1500万大学生群体进行创意征集；我们发起的“#这就是驱蚊舞”抖音挑战赛收获1.3亿播放量，策划的《晚安baby》微电影在第26届中国国际广告节上斩获两项大奖。

我们持续推动品牌公益行动，4.21榄菊公益日由去年的5城扩大到10城，专业驱护的理念在大半个中国普及，我们首先发起蟑螂防制科普行动，推广组合杀蟑理念。我们持之以恒支持家乡的慈善公益事业，连续15年参加小榄慈善万人行活动，连续6年冠名小榄新年慈善音乐会，彰显企业的社会责任。

对内，我们坚持不懈地推动管理变革，激发企业活力，《榄菊集团员工职业发展通道和任职资格管理制度》正式颁布，使员工实现了多通道发展，极大释放了员工的热情，最终实现人才与企业的长期共同发展。薪酬管理制度改革，员工节庆福利等提升了员工的满意度，6大社团活动丰富了员工的业余生活，“幸福榄菊人”的氛围日益浓厚。

亲爱的朋友们，2019年我们取得了新突破，但我们也应该清醒地认识到，经济下行的压力依然很大、行业竞争将日益加剧，严峻的形势容不得我们有丝毫的松懈。全体榄菊人要凝心聚力、上下同欲、攻坚克难，努力成为中国病媒生物防制领域最优品牌供应商，为消费者、为社会创造更多价值，为中国社会的可持续发展而努力！



### 榄菊是谁？

榄菊诞生于1982年，是中国电热蚊香片的开山鼻祖，目前已成为中国家庭卫生杀虫行业的领军企业，几乎参与了中国家用杀虫行业所有国家、行业标准的制（修）订，产品畅销全球30多个国家和地区，榄菊蚊香市场占有率稳居全球第一。

#### 我们的理念与愿景

以科技护卫家居健康是榄菊的核心价值理念，我们始终坚持以创新驱动和产业升级，不断探索病媒生物防制领域的前沿技术，开展前瞻性的行业研究，致力于成为中国病媒生物防制领域最优品牌供应商，以领先的产品体验与服务，为广大消费者提供安全、高效、绿色环保的产品。

目前榄菊技术研发中心获得了近百项专利技术与核心技术，位居行业前列，先后被认定为国家高新技术企业、广东省工程技术研究中心、广东省企业技术中心，同时，我们充分利用国内外科研院所、高校等外部研发资源，搭建技术创新转化平台，我们与华南农业大学联合成立博士后创新实践基地，与中国天气合作成立“节气与病媒生物习性联合研究院”，加强研发创新能力。

#### 我们的品牌与产品

榄菊集团拥有榄菊、儿宝健、精亮、碧芳菲、菊之语、猎网、金果园等多个自有品牌，实行高端化、差异化、年轻化的品牌发展策略，布局不同的细分领域，目前已形成以驱蚊、杀蟑、杀蝇等病媒生物防制产品为核心，洗涤、家居清洁、生活用纸为延伸的100多个产品族群，为家庭提供一揽子生活服务解决方案。

#### 企业责任与荣誉

榄菊一直致力于成为一家受人尊敬的企业，在追求经济价值的同时，更加注重社会价值和环境价值的平衡统一，我们积极履行企业社会责任，提供优质产品、保障员工权益、依法缴纳税收。连续10年获得“中国轻工业十强企业”，并先后荣获“中国日化百强企业”、“全国优秀民营化工企业”、“中国轻工业行业先进集体”、“全国质量检验工作先进企业”、“全国质量诚信标杆典型企业”、“全国质量领军企业”、“中国标准创新贡献奖”等殊荣。

同时，榄菊坚持绿色生产，获得“国家绿色工厂”荣誉称号，多款产品通过中国环境标志认证。

#### 生产布局和销售网络

榄菊分别在中山、安徽、重庆、江西等地投资建立了六大生产基地，销售网络遍布全国，并畅销海外30多个国家和地区，榄菊在经销商渠道深耕多年，在全国拥有近1000家经销商伙伴，近几年电商渠道、海外渠道、商用渠道发展迅速，补充了渠道多样性，让消费者可以便捷地购买到喜爱的榄菊产品。

# 2019 年 荣誉与奖项



# 掌握前沿科技 提升发展动能

MASTER  
THE ADVANCED  
TECHNOLOGY  
—  
IMPROVE  
THE DEVELOPMENT  
MOMENTUM



以科技护卫家居健康是榄菊的核心价值理念，我们始终  
坚持创新驱动和产业升级，不断探索病媒生物防制领域的  
前沿技术，开展前瞻性的行业研究，增强企业核心竞  
争力和可持续发展能力。

## 搭建技术创新平台 召开行业专家研讨会



3月7日，由榄菊集团主办的“2019年病媒生物防制前沿技术及市场趋势专家研讨会”在广东江门隆重举行。来自药物作用机理研究、植物源农药研究、化学原药合成、病媒生物制剂研究等多个领域的国内外知名专家学者相聚一堂，以“远离病媒危害，守护健康生活”为主题，对病媒生物防制前沿技术及市场趋势进行深入研讨。

总裁薛洪伟出席会议并致辞，薛总表示：榄菊将聚焦病媒生物防制领域，充分利用国内外科研院所、高校、行业协会、合作伙伴等外部研发资源，搭建开放、高效、协同的技术创新平台，加强研发创新能力，以科技为企业赋能，以颠覆性的创新、领先的产品体验与服务推动行业的共同进步，为广大消费者提供健康无危害、使用便捷、设计新颖，更安心、更放心、更贴心的病媒防制产品，让人们远离虫害烦恼，为人类的健康发展做出我们应有的积极贡献。



### 参与会议的专家

- |   |   |   |
|---|---|---|
|  <p><b>董珂</b><br/>美国密歇根州立大学昆虫系<br/>遗传和神经科学终身教授</p> |  <p><b>徐汉虹</b><br/>华南农业大学农学院<br/>农药学系主任、博士生导师</p>    |  <p><b>江定心</b><br/>华南农业大学农学院<br/>农药学副教授</p>  |
|  <p><b>游一中</b><br/>中国包联气雾剂<br/>专业委员会主任</p>         |  <p><b>辛正</b><br/>济南市疾病预防控制中心<br/>消毒监测与病媒生物防治所所长</p> |  <p><b>姜志宽</b><br/>中华预防医学会媒介生物学<br/>及控制学会副主任委员、<br/>杀虫药械学组组长、<br/>《中华卫生杀虫药械》杂志主编</p> |
|  <p><b>中山幸治</b><br/>日本金鸟公司董事、<br/>中央研究所所长</p>      |  <p><b>姜友法</b><br/>江苏扬农化工股份有限公司<br/>总经理助理、高级工程师</p>  |  <p><b>贾伟</b><br/>江苏扬农化工股份有限公司<br/>研发中心主任</p>  |

## 研发成果转化应用 提升产品竞争力

我们积极推动科技创新成果的推广与应用，实现新产品、新工艺的快速投放，增强产品竞争力，为公司发展和行业进步持续注入强劲的发展动力。

### CASE 01 钠离子通道闭合技术应用



研发人员通过对药物和蚊虫毒理研究发现，榄菊蚊液配方中的核心成分能够抑制蚊虫独有的Na<sup>+</sup>钠离子通道闭合，能使蚊虫产生神经兴奋而死亡，从而可高效地控制蚊虫，同时因人和其他哺乳动物并不具有这种生理结构，所以产品对人类具有非常高的安全性。抑制蚊虫Na<sup>+</sup>钠离子通道，是榄菊驱蚊产品的核心科技，对蚊虫高效，对人体安全。



### CASE 02 9种害虫气雾剂



榄菊研发的0.21%氯菊酯·右旋反式氯丙烷菊酯气雾剂配方，通过配方改良升级，在原有可有效防制蚊子、苍蝇、蟑螂（学名蜚蠊）、臭虫、蚂蚁、跳蚤和尘螨7种害虫的基础上，新增常见的仓储害虫——麦蛾、印度谷螟，真正开启了防制对象多元化新格局，成为国内市场上杀灭害虫种数最多的杀虫气雾剂产品。主要涵盖的产品包括速杀系列、清新系列和金霸旋风等。



### CASE 03 有效预防传播登革热的蚊子



榄菊研发团队对0.03%四氟甲醚菊酯蚊香配方升级，并经第三方权威机构检测，可有效驱杀白纹伊蚊（又称亚洲虎蚊，是传播登革热最重要的媒介生物）。控制白纹伊蚊，可有效预防登革热的传播，保护消费者健康。产品标签经国家农业部药检所审批通过后，已正式应用于蚊香产品包装上。



## 行业唯一



### 榄菊蚊香与气雾剂双双入选“升级和创新消费品”

12月4日，由中国轻工业联合会主办的“轻工业消费升级与高质量发展”新闻发布会在北京人民大会堂举行。发布会以“轻工业消费升级与高质量发展”为主题，并发布了第六批《升级与创新消费品指南》。榄菊0.03%四氟甲醚菊酯蚊香和速杀型杀虫气雾剂作为行业代表，双双入选“升级和创新消费品”，成为家卫行业唯一一家上榜品牌。



## 壮大科技人才队伍， 组建博士后创新实践基地

2019年，我们加强了技术研发类高端人才的引进，建立健全适合研发类人才发展的评价选拔机制与培养机制，激发研发人员的创新热情。10月，经广东省人力资源和社会保障厅备案公布，榄菊联合华南农业大学共同设立的广东省博士后创新实践基地正式挂牌，基地的设立将强化榄菊与华南农业大学的合作机制，不仅为企业带来高水平人才，提高技术创新能力，同时，也将推动华南农业大学的科技成果转化成为生产力，促进产、学、研结合。





## 品类延伸 引领行业发展

### INDUSTRY DEVELOPMENT

传统消杀行业主要集中在驱蚊防蚊领域，但对蟑螂、苍蝇、老鼠等其他病媒生物的防制研究关注不够，消费者面对蟑螂、苍蝇、老鼠等病媒生物的困扰，却没有很好的解决办法。作为中国家庭卫生杀虫行业的领军企业，榄菊主动承担起行业发展的重任，加大对非蚊类病媒生物的防制研究，并取得了突破性的进展，引领了行业的发展走向。



### 杀蟑系列产品

榄菊深耕中国37年，深入研究在中国环境下生长的蟑螂习性，推出蟑香、蟑螂屋、杀蟑饵剂、杀蟑胶饵、杀蟑气雾剂、方便贴等全系列的杀蟑产品，组合杀蟑更有效，其中蟑香和气雾剂可以短时间内消灭大部分蟑螂，迅速降低蟑螂密度，而杀蟑饵剂和蟑螂屋可清除漏网之鱼，维持“长治久安”，有效解决蟑螂烦恼，更适合中国家庭使用。



### 粘鼠系列产品

榄菊粘鼠系列产品采用双重引诱，粘胶层富含独特花生香气，同时附赠专业研发的老鼠引诱剂，可多样折叠，灵活布局于老鼠经常出没处，如洞口、墙根、洗碗池、排水口附近。同时，还有专门针对大老鼠设计的超大尺寸和加厚纸板，进口配方胶水，粘力强劲，鼠辈难逃。

### 杀蝇系列产品

榄菊在气雾剂领域有近30年的研发经验，新推出的杀蝇气雾剂是国内第一款也是唯一一款专门针对苍蝇的专杀气雾剂。

榄菊粘蝇产品纯物理捕蝇，安全可靠，强效引诱，有效粘蝇。挂件和捕蝇屋产品专门针对蝇类生理特性设计，外观新颖美观，多款造型随机组合，不同使用体验，增添生活乐趣。



国内第一款也是目前唯一一款  
专门针对苍蝇的专杀气雾剂

# 深化战略合作 实现互利共赢

DEEPEN  
THE STRATEGIC  
COOPERATION  
—  
ACHIEVE  
MUTUAL BENEFIT  
AND WIN-WIN RESULTS

打造社会综合利益共同体，是榄菊始终坚持的发展理念，我们秉承战略合作的态度，积极探索与供应商、渠道商、媒体、学术机构等业务伙伴相处的共赢模式，通过有效把握双方共同需求，从中发掘机遇、发挥影响，携手创建可持续发展的产业链，维护良好商业生态，努力实现共创共赢。

## 供应商的战略合作与沟通

2019年4月，榄菊集团与扬农化工签定深化战略友好合作协议。作为国内规模最大的新型仿生农药——拟除虫菊酯生产基地，扬农化工与榄菊合作20年。深化战略友好合作协议的签订，为双方在今后的合作提供了更广阔的平台，标志着双方通过多年业务层面的合作，正逐步向优势互补、资源共享等更深层面的合作迈进。



榄菊与各位供应商不仅仅是客户关系，而是战略合作伙伴的关系，榄菊在自身发展的同时也密切关注着合作伙伴的成长，榄菊愿意为伙伴提供帮助、支持与引导，期待与大家保持一致的成长步伐，从而促进双方企业的不断提升以及共同发展。

### 2019年，我们还通过多种形式与供应商进行信息和资源共享，促进合作共赢：

- 为了应对行业政策变化与突发事件，公司加强了与原材料供应商的密切沟通，共同保障原材料供应，并加强成本管控，实现成本最优、服务最优、环保最优。
- 对OEM/ODM供应商进行年度的质量保障强化沟通，持续提升产品质量，积极履行企业社会责任。



## 新渠道拓展成绩斐然

2019年，榄菊积极推动线上线下全渠道融合共生，探索布局新零售，充分激活全链路能效价值。5月，榄菊集团和阿里巴巴集团旗下零售通平台在杭州共同签署了2019年度联合生意计划（JBP）协议。8月，京东新通路领导亲赴榄菊进行业务宣导。通过与阿里零售通及京东新通路等新零售平台合作，帮助榄菊完成交易的数字化和信息化，降低物流成本、提升仓库周转率和终端行销能力；线上渠道运营数据的追踪、回溯和分析，也将帮助榄菊更好地理解经销商、终端小店等需求，为公司渠道策略的制定提供参考，以线上反哺线下，建立更合理的渠道拓展、运营和管理闭环。

2019年借助在新零售领域的积极探索，榄菊电商销售额同比增长

近**100**%。



与阿里零售通签署  
2019年度联合生意计划(JBP)协议



泰国达纳康国际有限公司董事长一行  
榄菊参观考察

第126届广交会上，榄菊实现东南亚和欧洲市场  
客户合作新突破

## 海外市场拓展

此外，榄菊的海外销售市场已覆盖全球30多个国家和地区，2019年海外销售也取得了新的突破，同比增长超30%，公司在海外市场的反应能力与服务能力，市场渠道能力均取得积极进展。

2019海外市场销售同比增长

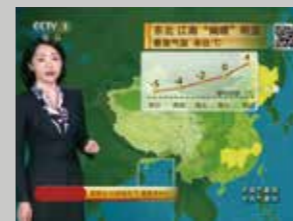
超**30**%

## 与中国天气达成战略合作，占领传播制高点

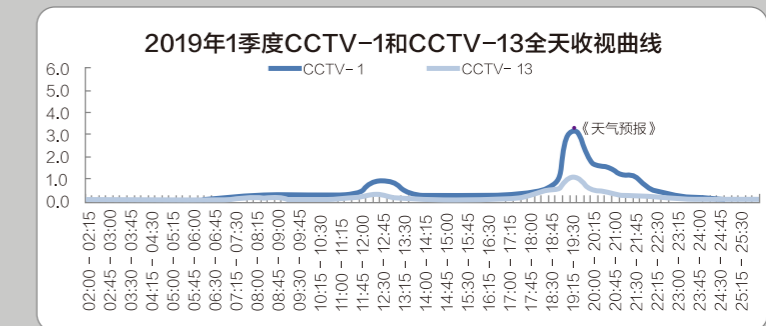


2019年9月，榄菊集团与中国气象局华风气象传媒集团签约，正式成为中国天气二十四节气研究院应用传播委员会成员。

签约后，榄菊将以CCTV-1和CCTV-13并机播出的《新闻联播》后《天气预报》栏目为核心，融合中国天气品牌旗下全媒体资源，强势占领传播制高点，利用天气与病媒生物习性的强相关性，精准传播，打造榄菊的传播金名片。此外，利用中国气象局国家级天气数据平台，可以为榄菊赋能，精准预测未来气候和天气情况，指导榄菊的生产、销售布局。



《天气预报》是央视1套/13套收视最高峰，是最具价值的传播资源



数据来源：CSM，29省网，4+，2019年1-3月

## 节气与病媒生物习性联合研究院



随着合作的深入，11月，榄菊携手中国天气共同成立的“节气与病媒生物习性联合研究院”正式揭牌，标志着榄菊在病媒生物防制领域将再次开启全新篇章。双方通过跨学科、跨链条的研究，探索节气与气候变化和病媒生物习性之间的关系演变和对人的影响，让中国乃至全球消费者，使用到更多、更好的榄菊产品，也让我们共同生活的地球家园更加美好。

# 推动品牌年轻化 把握消费新趋势

目前,以 90 后、00 后为代表的新生代迅速崛起,开始成为新一代主流消费人群。伴随着互联网成长起来的 90 后和 00 后爱好个性化、多元化,更注重体验和分享。

为了更好地应对新消费时代的年轻化变革,榄菊在 2019 年大力推动品牌年轻化建设,了解年轻群体消费习惯,打造创意新内容,精准触达并实力圈粉年轻人。



MAKE  
THE BRAND  
YOUNGER

GRASP THE UPDATED  
TREND OF  
CONSUMPTION

## 榄菊千校创意工程暨学院奖启动

10月28日,榄菊千校创意工程暨学院奖战略合作正式启动,榄菊成为学院奖2020春季征集大赛的战略命题单位,榄菊将通过学院奖这一平台,面向全国2500多所高校,1500万大学生群体进行创意征集,让最具活力的年轻人根据榄菊发布的命题进行规模化创意,为榄菊品牌注入无限活力!



此次合作将为榄菊带来至少 4000 件创意作品,涵盖文案、包装、平面、策划、视频等六大类,4000 代表了至少有 4000 个团队深入研究榄菊品牌,代表了至少 4000 个广告工作室为榄菊提案,代表了 4000 个师生团队从参赛那一刻开始关注榄菊,榄菊或许将成为这些大学生第一次深度研究的品牌。

此外,榄菊还将在全国 10 所高校进行现场宣讲,与大学生面对面交流,组建大学生社群,做千人问卷调研等工作,全方位了解当代大学生,占据青春阵地,精准群体传播,提升榄菊在年轻群体中的知名度和美誉度,榄菊的品牌年轻化步伐也将大幅提升。

中国大学生广告艺术节学院奖,作为全国大学生深度参与的创意传播平台,在高校广告艺术创意领域,拥有独一无二的权威影响力:它是历经 20 年连续成功举办 17 届的国家级活动,在全国创下 2578 所高校院系规模参赛、40 万创意作品、70 场线下、150 万直接参赛 + 直接影响 800 万在校大学生、1 亿 + 品牌曝光量的最大规模活动。

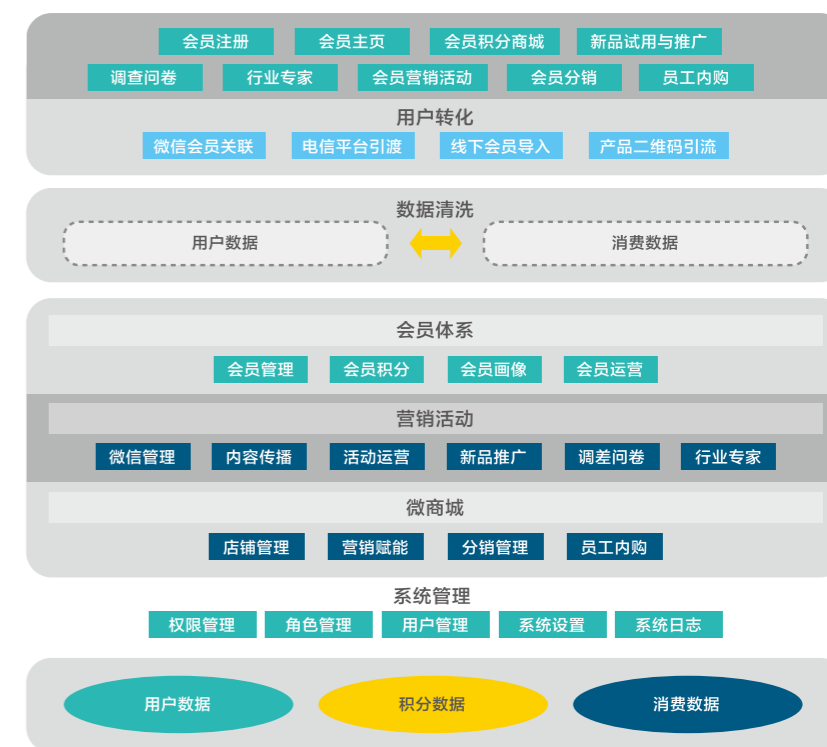
中国大学生  
广告艺术节 AD CAMPUS  
学院奖

## 会员营销平台2.0上线

2019年，榄菊集团上线了全新版本会员平台，粉丝VIP待遇升级，同时涵盖新品试用、创意周边、积分获取及福利兑换、家护百科专家答疑等多项内容，创意玩法不断，强势解锁多重福利，粉丝粘性得到进一步增强。



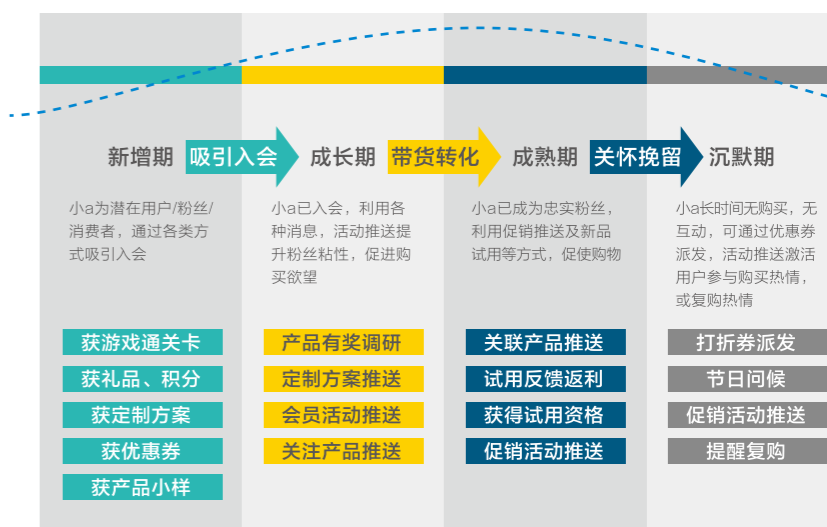
### 榄菊会员营销平台



通过全新的会员平台，深入搭建榄菊专属私域流量池。它整合各种消费者触点（如微信、微博、抖音、电商网站、线下渠道等），统一收集会员信息，对会员的基础信息及行为偏好、消费数据进行整合、筛选/清洗后，沉淀到榄菊的专属数据库，以大数据技术驱动平台管理，为消费者描绘清晰画像，打造动态分类标签，最终数据反哺到未来的营销活动中，实现精准营销。

可以说，升级后的全新会员平台，能够更加贴近粉丝，了解粉丝喜好，与粉丝实现双向深层沟通，倾听粉丝意见，从而不断改进我们的产品与服务。

### 会员生命周期



## 传播年轻化

主流消费群体的变化带来的是传播方式和内容上的改变，为了深入触达年轻群体，我们迎合年轻人兴趣，寻找他们关注的热点，通过短视频、直播种草等方式与年轻群体沟通，全方位，多角度吸引年轻人的注意力，得到许多年轻人的积极响应。

### 引发过亿播放量的榄菊驱蚊舞抖音挑战赛

6月，由榄菊集团举办的“#这就是驱蚊舞”抖音挑战赛活动，成功吸引了上万抖音网友参与，各位抖音达人也纷纷加入，瞬时疯狂占领抖音活动C位，话题播放量达1.3亿，实力圈粉年轻群体。

此次亮相挑战赛的驱蚊舞由榄菊作词编曲，舞蹈达人把日常生活中被蚊子骚扰的情景融入到舞蹈动作，音乐魔性洗脑、动作简单有趣，多听几遍就能在脑海中循环播放一整天，迅速刮起一股跳驱蚊舞的旋风。

作为消杀行业的首个大型驱蚊舞挑战赛，利用“舞力”姿势驱蚊硬核疯传，刷新了大家对榄菊品牌的认知，收获好评无数。



### 《晚安baby》微电影走心传播，斩获两项大奖

“晚安baby”是榄菊对消费者最用心的守护、最长情的告白，我们通过洞察成年人晚而不安的故事，以微电影的形式表达“晚安baby”内涵，即世界纵有千万种不安，但不要忘记总有人让你睡好，给你晚安。



《晚安baby》微电影展现三类代表性的不安人群，刚来大城市打拼的职场新人、为家庭拼命应酬的年轻父亲、遭遇职场危机的中年女性，最终他们的不安都被一句“晚安baby”化解。通过线上微博、朋友圈、头条、抖音等强势社交媒体分发，情感类头部KOL胡辛束、陈秋歆，线下广佛地铁西塱站台品牌森林、晚安专列全包车持续造势，向广大消费者传达了榄菊暖心的人文关怀。

### 直播种草助力“消蟑”传播

作为国内消杀行业领导品牌，9月，榄菊发起“战螂行动”，借助明星主播超强人气与榄菊品牌自身公信力，将内容年轻化和传播手段趣味化结合，将杀蟑明星产品精准触达目标消费人群，迅速引爆粉丝围观，形成全网抢购热潮，为杀蟑产品的推广打响了第一枪。



榄菊首次借助超人气明星主播王祖蓝、村长李锐，以及淘宝top主播祖艾妈、恩佳N等数十位知名主播开启专场直播。各大主播各显神通，用最直观、最通俗易懂的形式，展现产品功能与特性，为榄菊疯狂打call，直播间氛围持续活跃，掀起一股“消蟑”热潮。“祖蓝同款”“村长推荐”成为大批粉丝们的追逐热点，使榄菊产品吸粉无数。



同时，榄菊在内部广泛动员，由管理团队带头，通过制作战螂英雄动员海报，发起内部员工抖音视频大赛等方式，助力“战螂行动”传播。

# 尊重人才价值 激发企业活力



员工是企业最大的财富，榄菊集团高度重视人才队伍建设和发展，不断完善员工职业发展通道和任职资格管理。同时，积极履行并保障员工各项合法权益，主动为员工谋福祉，不断增强员工的获得感与幸福感，激发企业活力，推动企业健康和谐发展。

## 助力员工发展

### 完善员工职业发展通道 与任职资格管理

为帮助员工根据自身特点，有效规划及管理职业生涯，提高专业能力和长期绩效，同时为集团有效规划人力资源，提升组织能力和满足集团战略发展需求，最终实现员工职业发展与集团经营发展共赢。榄菊集团在人力资源发展需求基础上，于2019年11月正式发布实施了《榄菊集团员工职业发展通道和任职资格管理制度》。

#### 序列

根据不同职位的工作性质及职业发展特点,划分为“管理序列(M)、项目序列(PM)、专业序列(P)、技术序列(T)、销售序列(S)、操作序列(O)”六大职业序列。

管理序列 (M)	专业序列 (P)	项目序列 (PM)	技术序列 (T)	销售序列 (S)	操作序列 (O)
M1- 5	P1- 4	PM1- 5	T1- 6	S1- 5	O1- 4

#### 职业发展通道

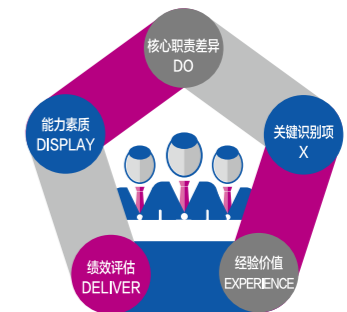
职业发展通道是通过建立科学合理的晋升方式，对员工的职业生涯进行规划，建立多通道的职业发展路径，使员工获得足够的发展空间。

#### 任职资格维度

任职资格维度分别为：核心职责差异(Do)、能力素质(Display)、绩效评估(Deliver)、经验价值(Experience)、关键识别项(X)五大维度定义各职级各职档的任职资格。

#### 任职资格模型

任职资格采用“3D+E+X”模型，其中3D是指职责差异、能力差异、绩效差异；E是指工龄经验、司龄经验、学历要求、人才培养、学习课时；X是指关键识别项；同时辅以晋升测评认证。



制度的颁布使员工实现了多通道发展，员工可以依据自身特点，选择合适的晋升通道，避免晋升通道单一造成的全员涌入“管理岗”，解决了管理岗位“僧多粥少”的问题，实现以人为本，人尽其才，最终实现人才与企业的长期共同发展。

## 榄菊大讲堂

2019年7月，旨在提升员工知识与技能，培养员工人文素养、综合素养的“榄菊大讲堂”正式成立，“榄菊大讲堂”是一个平台，我们既可以“请进来”，也可以“走出去”，请社会上一些知名人士、商业领袖来传递知识，也可以主动去其他企业、社区分享榄菊的文化和专业知识，要让“榄菊大讲堂”成为榄菊的一张名片，要在更大的范围传播它的影响力。



薛洪伟总裁将骆建华董事长亲笔题写的“榄菊大讲堂”牌匾授予人力资源部



资深人力资源管理专家周潮老师当天精彩亮相“榄菊大讲堂”，成为首位在“榄菊大讲堂”开讲的大咖

## 员工保障与安全

为了增强员工抵御风险的能力，提升员工幸福指数，榄菊建立了多层次的员工保障体系。除了依法缴纳社会保险外，还为其购买商业保险，提供双重保障，免除员工后顾之忧。

为帮助家庭困难员工，榄菊成立专门的员工关爱基金-对公司员工突发重大疾病无力救治、家庭突发重大事故造成特殊困难、员工家庭生计和子女求学困难等在经济上给予帮扶，缓解他们的困难，帮助他们度过难关。

公司牢固树立“生命至上，安全第一”的发展理念，持续强化各项安全管理工作，与公司总裁、各中心负责人签定安全生产责任书，进一步强化日常监督检查工作，建立持续长效有力的机制，从项目建设、费用投入、设备设施本质安全、责任制落实、安全检查、隐患整改、环保设施运转等各方面均按照法规标准要求开展工作，确保员工生命及公司财产安全。



与管理层签订安全责任书



消防安全演练

## 关爱员工生活

CARE  
THE LIFE  
OF  
EMPLOYEE



为充分体现公司对员工的关爱，营造“幸福榄菊人”的氛围，2019年各类员工文化活动全年覆盖，极大的丰富了员工的业余文化生活。







HELP DEVELOP  
PUBLIC  
WELFARE  
—  
BUILD  
BEAUTIFUL  
LIFE TOGETHER

## 助力公益事业 共创美好生活

饮水思源，回馈社会，37年来，榄菊始终心怀感恩，积极投身社会公益，充分发挥行业优势，大力宣传普及专业驱护知识，为消费者的家居健康保驾护航，同时，积极参与公益慈善、文化传承保护等社会公益活动，共创美好生活。



## 4.21 榄菊公益日

缘起：4.21 公益日是由榄菊集团倡导设立的公益项目，每年的4月21日，在世界地球日的前一天，通过一系列的公益科普、社区美化清洁等活动，号召大家关注身边环境、及时清理垃圾，防止蚊虫滋生。

### 专业驱护，榄菊到家，10城公益大行动

#### 5城接力 十万人点亮美好生活



2018年4月21日，公益日期间，榄菊5城接力，走进社区、商圈、校园，征集十万志愿者，将榄菊“积极维护家园环境、暖心呵护家人健康”的公益主张持续传播给社会大众，与所有人一起关注社区环境，点亮美好生活！



2019年4月21日，榄菊4.21公益日活动在广州正佳广场再次启程，榄菊集团高层领导与社会各界嘉宾、市民，共同见证了这一难忘时刻。总裁薛洪伟在启动仪式上对2019年榄菊4.21公益日的活动主题——“专业驱护，榄菊到家”进行了阐述：榄菊所倡导的专业驱护理念，是指在驱除蚊虫的时候，根据不同的病媒虫害，不同的使用人群，以及不同的使用场景，定制差异化的解决方案。家居健康无小事，专业驱护是趋势。愿专业驱护理念被越来越多的家庭认可，让专业驱护解决方案走进千家万户。

#### 专业驱护

榄菊所倡导的专业驱护理念，是指在驱除蚊虫的时候，根据不同的病媒虫害，不同的使用人群，以及不同的使用场景，定制差异化的解决方案。



媒体、专家助力科普，  
有趣有料更专业



广东珠江频道在品牌传播方面与榄菊已合作多年，2019 年榄菊正式成为珠江频道专业驱护合作伙伴。儿童如何防蚊？怎样预防登革热？蟑螂有什么生活习性？针对消费者关心的问题，榄菊联合珠江频道推出 6 期“榄菊驱护小课堂”，在珠江频道多频次播出，通俗易懂、幽默风趣的小课堂，受到消费者的一致赞誉。

榄菊到家



专业驱护小分队  
将榄菊送到千家万户

2019 年，榄菊的 4.21 公益行动从 5 城扩大到 10 城，榄菊的驱护小分队足迹遍布广州、中山、深圳、南宁、重庆、成都、长沙、武汉、福州、杭州等重点城市，将专业的驱护知识、定制化的驱护解决方案传递给千家万户。

MEDIA AND  
EXPERTS HELP  
TO EDUCATE

华南农业大学农学院江定心教授，现场为大家讲解了蚊子的喜好和出没规律，解答了儿童更容易被蚊虫叮咬的原因，并向大家介绍了如何科学驱蚊的一些方法，并特别指出在使用驱蚊产品时的一些误区，最后江教授还向现场观众分享了驱蚊领域最新的研究成果，让大家受益良多。



线上联动传播  
将科学杀蟑进行到底

为了将专业杀蟑理念传递给更多消费者，榄菊与权威媒体新华社、专业媒体丁香医生等知名 APP 合作，一起科普杀蟑知识。同时，还积极尝试网络直播等新的传播方式，与王祖蓝、李锐等明星和网络红人合作，开展榄菊系列杀蟑产品专场直播，在直播间与消费者直接对话，积极回复粉丝提出的问题。



战螂行动- 蟑螂防治科普行动

蟑螂是人们日常生活中常见的病媒生物，而且近些年有愈演愈烈之势，但人们对蟑螂的习性、危害以及防制方法却知之甚少。作为中国家庭卫生杀虫行业领军企业的榄菊，主动承担起消费者教育科普的责任。9 月 28 日，我们在广州白云万达广场举办了“全民消蟑日”科普活动，将专业的杀蟑知识，通过有趣好玩的形式传递给消费者，受到了消费者的积极响应。

线下趣味科普，全民一起“消蟑”

活动现场，在科普大教室和杀蟑实验室前，许多观众围在工作人员身边，认真听讲杀蟑科普。通过工作人员的趣味解读，现场不少观众表示受益匪浅。“原来蟑螂是和恐龙同时代的生物！”“蟑螂竟然会引发这么多疾病，以前真是小瞧它们了。”“杀蟑四计很有趣，以后看到蟑螂就用这些方法啦！”



现场观众认真听讲杀蟑知识

持之以恒  
支持家乡发展

作为小榄镇的明星企业，榄菊一直心系家乡建设，弘扬和传承小榄传统文化，赞助振武山房榄菊洪家拳会，义务普及小榄洪拳，支持小榄书法进校园，回报桑梓百姓。更难能可贵的是，榄菊的慈善事业一以贯之，已经融入企业的血脉，成为榄菊发展不可或缺的一部分。



连续 15 年参加小榄慈善万人行活动

连续六年冠名小榄新年慈善音乐会