



白象方便面火爆出圈，国货之光也可照进作文

热点聚焦

今年的 3.15 晚会让某酸菜企业折戟沉沙，诸多方便面品牌受其牵连，销售下滑。

形成鲜明对比的是，白象方便面直接宣布：没合作、放心吃，身正不怕影子斜。

同时它还亮出了全年 30 次质量抽检 100%合格的数据，白象这一原本不太火的品牌迅速火爆出圈。

事实上，在北京冬残奥会期间，白象就曾冲上过一次热搜。

作为冬残奥会的面食供应商，白象公司受到了人们的关注。

大家发现，在该公司的员工当中，残疾人竟然占到三分之一。

在白象，大家把残疾人员工称为“自强员工”，让他们与正常人同工同酬，平等享受一切福利待遇。

为了方便“自强员工”，白象还花钱改造生产线，设置无障碍通道，让他们干得舒适，干得有尊严。

这些事实被媒体挖掘出来以后，大家都被企业的爱心感动，随之引发了一波白象方便面的“野性消费”。

而在此之前，白象这个品牌其实不算响亮，许多年轻人甚至不知道还有这种方便面。

其实白象当年也曾辉煌过，在大约二十年前，白象曾被称为国内初代方便面霸主。

后来，康师傅、统一、今麦郎三家巨头陆续被日本企业参股，而白象，自始至终不肯让日本企业渗入半分。

白象的掌舵人姚忠良是位退伍军人，他内心热血未凉，在他看来，饭碗还是端在自己手中保险。

白象因此受到日系品牌合力挤压，所占市场份额越来越小。

2020 年，白象方便面的市场份额已经低于 7%。

然而，就是这样一家被人逼到墙角的企业，在武汉遭遇新冠疫情的时候，第一时间捐出了 500 万。

在去年河南洪水时，又悄悄捐了 500 万元，还不惜搬空自家库房，把方便面送到了救灾一线。

更为可贵的是，公司做出这一切，纯粹是出于一种责任和担当，而不是为了炒作和营销。

在河南洪灾期间，白象公司内部下发文件：

“不得为了宣传去救灾，救助了也不一定要宣传。涉及到总裁捐赠及到一线救灾的文字、照片，均不得对外宣传。”



为什么我们一直说要支持国货,就是因为在这样的关键时刻,只有自己人才会真心诚意地帮自己人。

姚忠良曾经说过:“哪怕销售少一点,利润低一点,也没有关系,要坚持做正确的事,充分地满足消费者的需要,才能获得企业应有的利益。天道酬勤,商道酬信!”

而今,在默默坚持多年之后,他的这种经营理念终于听到了回响。

素材入文示范

角度一: 民族自强、国货之光

2022年315晚会曝光了“土坑酸菜”,普遍由日企参股的方便面行业深受影响,唯独民族品牌“白象”凭着过硬的质量火爆出圈。为了帮助残疾人就业,白象公司的员工当中,残疾人占到了三分之一。在疫情、洪水等灾难爆发时,白象公司屡屡倾囊相助,不遗余力地承担起社会责任。白象的信誉和担当,让我们看到了国货之光。这样的光能照进每个中国人的内心,带给我们温暖和力量。当白象这样的企业越来越多,当国货之光越聚越亮,我们民族的强盛就无人能够阻挡。

角度二: 责任担当

被称为“国货之光”的白象方便面,虽然市场占比不大,却在每一次灾难来临之时,主动捐款捐物,为了帮助残疾人就业,它的员工当中残疾人竟然占到三分之一。白象的这份责任与担当,赢得了全社会的敬重,大家发起“野性消费”对它进行支持。无论企业还是个人,能否赢得别人的尊重,不在于他的地位高低和财富多寡,而在于他在多大程度上造福了他人。我们在追求个人成功的同时,必须肩负起相应的社会责任。只有把“小我”融入“大我”,在实现个人梦想的同时,让这个世界变得更好,才算是真正的成功。