“剡”字入诗溯源

■ 吴宏富

笔者撰写《“剡中”“剡县”“剡溪”首入唐诗考析》一文（本报于 2019 年 11 月 1 日文化副刊发表）之后，为探究“剡”字何时入诗，作了进一步的溯源。经查考后得知，在唐朝之前的历代诗歌中，存世的“剡”字诗，只有一残句和一首诗。一残句，是东晋殷仲文《入剡诗》；一首诗，即南朝宋谢灵运《登临海峤初发疆中作与从弟惠连可见羊何共和之》。

（一）最早将“剡”字写入诗中的是东晋文学家殷仲文

殷仲文（？–407）；东晋文学家。字仲文，陈郡长平（今河南西华东北）人。少有才藻，美容貌。始任骠骑参军，后为征虏长史，左迁新安太守。桓玄姐夫，桓玄举兵篡夺帝位，参与其事。曾任咨议参军、侍中，领左卫将军。桓玄失败后，复投靠刘裕，历任镇军长史、尚书、东阳太守等职，后因谋反而被杀。其诗开始改变东晋文言诗的风尚，但正如《南齐书·文学传论》所说：“仲文玄气，犹不尽除”。原有集七卷，已佚。今存诗《南州桓公九井作》及又《自解表》，均载《昭明文选》。《晋书》有传。

入剡诗（残句）

野人虽云隔，超悟必有此[1]。

【出处】

《昭明文选》卷六十《齐竟陵文宣王行状》李善注引。

【注释】

〔1〕“野人”句：（清）梁章钜撰，穆克宏点校《文选旁证》（下册）载：“《六臣》本‘隔’作‘隐’。胡公（考异）曰：‘野人’当作‘人野’。”

【赏析】

殷仲文是大司马桓温的女婿。因从兄殷仲堪之荐，为会稽王司马道子骠骑参军，甚受赏接。仲文为桓玄姐夫，晋安帝司马德宗元兴元年(402)，桓玄举兵攻入京师，仲文弃郡投之，为咨议参军，迁侍中、领左卫将军，参与废立之事。佐立有功，厚纳贿赂，奢侈无度。元兴三年(404)，刘裕攻杀桓玄，安帝复位，仲文改投刘裕，为镇军长史，转尚书，旋迁东阳太守，因未达执掌朝政之望，意常不平。晋安帝义熙三年(407)，因阴结永嘉太守骆球等图谋不轨，以谋反罪被刘裕所杀，年约 40 岁。殷仲文善属文，为世所重。

南朝梁·钟嵘著《诗品》列谢混于中品，列殷仲文于下品。《诗品》卷下“晋东阳太守殷仲文”：“晋宋之际，殆无诗乎？然中興之时，谢混一人，故自不俗。”谢混清新，得名未盛。”（用萧华荣注）又说明他是从玄言诗到山水诗的过渡性人物，是改变玄言诗风的重要作家。

（二）最早将“剡中”引入诗中的是南朝宋山水诗鼻祖谢灵运

谢灵运(385–433)；南朝宋著名诗人。祖籍陈郡阳夏（今河南太康），生于始宁（今嵊州、上虞交界）。东晋名将谢玄之孙。晋时袭封康乐公，故又称“谢康乐”。入宋，曾任永嘉太守，临川内史等职。与同族后辈另一位著名诗人谢朓分别被称为“大谢”及“小谢”。他的诗大都描写山水名胜，刻画自然景物非常细致，开文学史上山水诗一派。著有《谢康乐集》。

登临海峤初发疆中作与从弟惠连可见羊何共和之〔1〕

杪秋寻远山，山远行不近[2]。
与子别山阿，含馥赴修畛。
中流执就判，欲去情不忍。
顾望脰未悄，汀曲舟已隐。
隐汀绝望舟，鸶神还惊流。
欲抑一生欢，并奔千里游。
日落当栖薄，系缆临江樯。
岂惟夕情放，忆尔共淹留。
淹留昔时欢，复增今日愁。
兹情已分虑，况乃协悲端。
秋泉咽北涧，哀猿啸南岱。
威威新别心，凄凄久念攒[3]。
攒念攻别心，且发清溪阴。
暝投剡中宿，明登天姥岑[4]。
高高入云霓，还期那可寻。
傥遇浮丘公，长绝子徽音[5]。

【出处】

晋·陶渊明著《陶渊明全集（附谢灵运集）》，第 103 页。

【注释】

〔1〕此诗作于元嘉二年(425)九月，谢灵运第一次东归始宁时。临海峤：泛指临海郡之山。临海郡为会稽（今绍兴）郡南岭，辖临海、章安、始丰、永宁、宁海五县，南接永嘉郡。峤：尖而高的山。强中：清同治《嵊县志》卷一：“强口溪在县北二十五里游谢乡，水自仙岩入剡溪。……又名强中。”在今嵊州市仙岩镇强口，原名强中，传谢灵运最后一次离始宁时，天虽冷，强饮一口强中水，方依恋而不够成熟，故《南齐书·文学传论》中说：“仲文玄气，犹不尽除；谢混清新，得名未盛。”（用萧华荣注）又说明他是从玄言诗到山水诗的过渡性人物，是改变玄言诗风的重要作家。

〔2〕清溪：清澈的河水，指强口溪。强口洞源头有谢岩村，谢灵运南居石壁精舍所在地。涧江入剡溪处有康乐船埠。

〔4〕《昭明文选》句后原注：“《楚辞》：‘夕投宿于石城。’《汉书》：‘会稽有剡县。’《吴录》：‘《地理志》曰：会稽有天姥岑。’善《注》：‘剡，植琰切。’刘履曰：‘剡，古县名，属会稽郡，即今嵊县也。天姥，剡中山名，在今新昌县。寻，复践也。徽音，谓德音也。此言将由剡中以至临海，而诸山高绝，还期莫寻。倘遇神仙接引而去，则将永绝子之徽音矣。’”嘱，天色晚暮时。剡中，剡县界内。别为始宁南邻，秦置，含今嵊州市、新昌县境，县治在今嵊州城，其南与临海郡始丰(天台县)界，始宁入临海的必由之路。据新昌县旧志载，剡中宿处在今新昌县南明街道，原称城关镇，旧有康乐坊，即旧城中心百货商场附近。时新昌未立县，属剡，新昌县城名石城。从强口至新昌县城水道 60 里，逆水十多小时，容宿于此与行程合。又新昌城在天姥山北麓，与下句“明登天姥岑”地理相合。天姥岑，即天姥山。南宋嘉泰《会稽志》卷九《山》“新昌县”条载：“天姥山在县东南五十里，东接天台华顶峰，西北联沃洲山，上有枫千余丈。《寰宇记》云：‘登此山者，或闻天姥歌谣之响。’”岑，本义是小而高的山。此二句意为，夜晚抽宿剡中地，黎明攀登天姥山。

〔5〕浮丘公：传说中的古仙人，曾接王子乔（周灵王的太子）上嵩山并导之成仙。李善注引《列仙传》：“王子乔好吹笙，道人浮丘公接以上嵩山。”

【赏析】

这是谢灵运赠给他的堂弟谢惠连的一首诗。诗题所涉及到的，除了谢惠连以外，还有何长瑜和羊璿之二人。谢惠连是谢灵运的堂弟，也是当时的著名诗人之一。这一年谢灵运 45 岁，谢惠连 23 岁，二人虽然年龄相差较大，但却志趣相投，感情相当深厚。元嘉初，谢惠连离开家乡北上京都，诗人一直送到郊外，久久不忍离去。诗人《登池上楼》中传颂千古的名句“池塘生春草，园柳变鸣禽”二句，相传即是诗人梦中遇见谢惠连所得。何、羊二人则是诗人在始宁以“文章赏会，共为山泽之游”的“四友”中的二人，也是当时比较著名的诗人。此诗题的大意是，将登临海郡的央山，由强中出发而作此诗赠堂弟惠连，惠连如见到羊璿之与何长瑜，可清二人一起作剡以和之。

全诗共为四章，是然较长，但其间以顶真格的手法相衔接，因而整诗前后一气贯穿，联系紧密。

第一章，写远游别弟，两情依依之状。诗开头即交代时间，并以“寻远山”照应题目的“登临海峤”。“山远行不近”，看似平淡，且又与“寻远山”有重复之嫌。但细细体会，则可发现这可谓似笨实佳之妙句。自己为寻幽探奇之心所趋动，临海峤自然不能不去，而由于行程颇远，与情深意笃的族弟分别又不能不使他倍感惆怅。所以这一句正体现了诗人当时的这种复杂矛盾的心理，同时也是下文与族弟分别时“含酸赴修畛”的抒情基础。船

●张宗祥(1882–1965)《剡山如蟹图》
款识：剡山如蟹剡溪清，昔日曾为画里行。欲向画中寻往迹，白头相对不胜情。

第三章，承接上章，续抒新愁别恨。写昔日兄弟共游时欢乐融合的回忆反而更增加了现今别离后的伤感。又用山泉悲鸣、猿猴哀号的秋日凄景作为烘托，将自己积聚心头而无法消解的忧愁伤感之情抒写到极致。“沉乃协悲端”一句大有深意，秋天是肃杀的季节，摧残万物，古人就有“悲哉秋之为气也”的说法，初秋是秋的开始，也是悲的开始。这种凄惨肃杀的季节正当自己与族弟的离别，这伤感的情绪又如何能够消解呢？忆昔本为消愁，但结果旧日共游之欢乐反而映现出今日独行的悲苦，旧欢转成新愁，不禁叹息频频。这种无可排遣的愁怀本已使人劳心焦思，更向况又逢这旨人悲怨的溪秋。耳畔只听得，秋泉活活，哀猿嗷嗷，悲愁断肠的秋声，弥漫在夹江两岸。闻此，威威新别之心，更引动了旧事万千，都来心头。

第四章，力图从悲苦中振起，拟想舟至剡中登游寻仙的情景以自遣。诗人不堪新愁旧悲转相交煎的心情，就计算起行程，明日从鬼谷子修行的清溪出发，傍晚就可到达浙东名胜剡中，而后日清晨就可攀登“势拔五岳掩赤城”的天姥山了。一旦在高出尘嚣的云霓中徜徉，归期就将不复计算。也许此游有幸遇到接引汉代王子乔到嵩山为仙的古仙人浮丘公吧，那么就更要与从弟永远分手了。诗人想象出发后登临天姥山的情景，“还期那可寻”与结句的“长绝子徽音”，与首章相呼应，将与从弟的惜别伤感之情在远游的遐想中如丝如缕般延伸开去，颇有余音绕梁，不绝于耳的艺术效果。

全诗在远游成仙的遐想中结束，又仍含蕴着对从弟的怀恋，正与开头远行惜别首尾呼应。复杂的情思，是喜还是悲，是喜为主还是悲为要，恐怕诗人自己也难以说清，而读者则不妨见仁见智，去慢慢品赏。

此诗流传一千五百余年，传诵不衰，在创作方法上有其独到之处，体现在章法结构与写作手法上，可以看出受到曹植《赠白马王彪》的影响，但却并非刻意模仿，而在吸取曹植诗营养的同时，于写景抒情的布局安排等方面又注入了新的变化。这也是诗人追求自我人生价值的体现，如何安置自己心仪的前辈大诗人，他也不愿亦步亦趋，而是要力求创新，有所突破。难怪明代的《古诗归》一书对此诗大为赞赏：

钟惺：“秒秒寻远山，山远行不近”；郑重委曲。“中流执就判，欲来情不忍。顾望脰未悄，汀曲舟已隐”；写别情幽细。

谭元春：“与子别山阿，含馥赴修畛”，真。“中流执就判，欲去情不忍。顾望脰未悄，汀曲舟已隐”；是舟中离境。

陆时雍：“顾望脰未悄，汀曲舟已隐”、“岂惟夕情放，忆尔共淹留”；含情极妙。

（本文作者为《历代剡字诗集评》主编）

西湖西溪“双西合璧” 新疆音乐家讲述《杭州故事》

■ 本报记者 许强

为贯彻习近平总书记关于西湖西溪保护管理利用的重要指示精神，6 月，“杭州西湖国于”暨“西湖·西溪”一体化保护提升正式启动。在启动仪式上，浙江省委常委、杭州市委书记周江勇称，西湖是杭州的“眉”与“目”，西溪是“城市之肾”。自古以来，西湖西溪水系相连、人文相通，让山间天堂充满灵秀、美得独特。恰逢端午，新疆音乐家百川在杭州西溪演绎了一曲《杭州故事》，打动了在西溪湿地参加活动的记者之心。

“坐一叶吴越刻来的轻舟，陌上花开是谁在等候？龙飞凤舞守护的是鄂顺明珠？唯，你想听故事就来杭州……”端午节，杭州大雨滂沱，西溪湿地洪园鄂莎喧天、龙舟穿行，人头攒动，荷花盛开，主题为“龙腾盛夏 荷映洪园”夏季主题活动在此如期开幕。新疆音乐家百川与风信者子鸣、风语者林牧组成的古琅风乐团，一起演绎了古风民谣《杭州故事》，因歌词优美，旋律动人，为杭州端午活动增添了一抹亮色，迎来了阵阵掌声。

据了解，百川原名陈百川，别名新疆巴郎，生于新疆，17 岁起在歌厅驻唱，为西部歌王王洛宾关门弟子，古风民谣创始人。陈百川还做过刀郎的音乐制作人。代表作《草原恋曲》《分手的秋天》《亲爱的你》《江南雨》《老婆之歌》《蓝宝石》《神奇喀纳斯》《你真的很好》《别离开我的爱》《两只小山羊》《塔城心》等歌见于酷我音乐、虾米音乐、QQ 音乐，百川是广大歌迷喜欢的音乐制作人。

端午节当天上午 10 点许，西溪湿地洪园鄂莎喧天、热闹非凡，魔术表演，青春活力的舞蹈，龙舟比赛，自制传统端午香囊，画彩蛋，舞龙 DIY、老艺人现场雕刻龙头，在洪氏宗祠长廊体验到活字印刷、皮影戏 DIY、竹编、剪纸等，让游客感受到了浓浓的杭州文化风情。

由新疆音乐家百川为主唱的古琅风乐团演唱了《杭州故事》(那年烟雨)、《西子神茶》《看风景的人》等原创古风民谣，以及《霍霍》《念奴娇·赤壁怀古》《卜算子·咏梅》《月下独酌》《登鹳雀楼》《暮江吟》《送元二使安西》等古诗词民谱，与西溪“静、幽、雅、野”“一曲溪流一曲烟”的江南神韵融为一体，延伸了吴越文化、南宋文化、明清文化，并把杭州夏季主题活动推向了高潮。

半亩水塘荷花香

■ 杨丽丽

在老家的后院有一口水塘，约半亩田地大小，生成椭圆形的模样，因母亲喜欢荷花的缘故，父亲便在水塘里种上了几十株。于是那口水塘就成了一个不大不小的荷塘。

春天时候的水塘是寂静和祥和的，只有一两声的蛙鸣以及月照的波光，还有偶尔鱼儿的跳跃，激起的片片涟漪。过了立夏就不同了，仿佛一夜之间，塘面上就擎起了一片片婴儿手掌大小的绿色荷叶，精圆型的，一片片恣意地伸出来了。没过几天，荷叶越长越大，开始随着茎杆慢慢地升起来，慢慢地慢慢地，变成了一张张绿色的大玉盘，又像一把把绿色的遮阳伞，慢慢地，一朵朵粉嫩的花苞也从圆圆的玉叶上冒出来了，层层叠叠的花瓣裹在一块，欲开未开，像睡眠惺忪的小姑娘。

“风蒲猎猎小池塘，过雨荷花满院香”。夏雨过后，水塘的景致更加迷人，一朵一朵的荷花都绽开了笑颜，像刚沐浴完的美人，亭亭玉立，穿着绿罗裙，在微风里轻轻起舞，妩媚，艳丽，楚楚动人。那顽夫的叶子上还溶动着春雨，微风吹来，摇摇欲坠，一滴一滴像晶莹剔透的玛瑙。不仅让人想起了“因行过东湖，荷叶恰新美。茎茎粉圆盖，嫩绿出清波。”的诗句。此时的蛙鸣也开始恣意起来，傍晚时分，暑气退去，蛙儿开始了此起彼伏的鸣叫，更为荷塘增添了热闹的氛围。

荷花它有多种别称，如莲花、芙蕖、水芙蓉、藕花、红莲等。属多年水生草本花卉，花期 6 至 9 月。而且荷花全身是宝，藕与莲子可食用，而莲子、根茎、藕节、荷叶、叶花及种子的胚芽都可入药。其出污泥而不染的品格也多为世人称颂。周敦颐就曾在《爱莲说》里赞扬过荷花：“出淤泥而不染，濯清涟而不妖，中通外直，不蔓不枝，香远益清，亭亭净植，可远观而不可亵玩焉。”

与友人欣赏过西湖荷花的壮观，一眼望去，那荷塘里的浓翠连着万千娟红连绵不绝，微风一来，那荷叶泛起的涟漪就一层层荡漾开了。那场面之壮观，真真印证了宋朝杨万里的“接天莲叶无穷碧，映日荷花别样红”所描写的荷塘景观。如果把西湖的荷花盛景比喻成大家闺秀，那么老屋后面的荷塘可以算得上小家碧玉了。几株荷花亭亭净植，在夏日里盛放，亦是动人心神。

微风阵阵，清香缕缕，这半亩水塘的荷花盛开着，芳香着，醉了眼，亦醉了心……

（作者单位：中铁三局四公司）

三大机制 助推文化理念落地

■ 王善美

2017 年以来，潍柴立足“迈向高端跨越百年”的宏伟目标，将“客户满意是我们的宗旨”提升到企业核心价值观的高度宣贯落实，并且提出“一天当两天半用”的效率文化、“不争第一就是在混”的激情文化。为推动“三条文化理念”落地，2018 年以来，集团通过搭建网格化文化传播矩阵，建立文化传播多元机制；提供标准化、流程化、系统化、规范化服务，建立“一站式”文化建设工作机制；打造“WE ARE ONE”品牌，建立海外公司员工文化互动交流机制，不断将文化建设工作做实做细做精，凝聚员工力量，助推企业发展。

一、开展背景

（一）强化“三条文化理念”落地是集团 2020–2030 战略实现的必然要求

2017 年 12 月，潍柴集团发布 2020–2030 战略，提出 2020 年传统业务要超越世界一流水平，2030 年新能源业务引领全球行业发展。要支撑 2020–2030 战略实现，必须要进一步推动“三条文化理念”落地，强化员工客户思维和客户意识，凝聚员工力量，形成“永葆激情，奋斗不止”的磅礴力量。

（二）强化“三条文化理念”落地是打造世界 500 强企业强企品牌的必然要求

潍柴集团 2017 年全年销售收入超过 2200 亿元，正式跨入了国际化企业集团行列。2018 年 10 月，谭旭光董事长在山东重工 · 潍柴动力 2018 年营销技术年上会作了题为《为实现整车整机挑战全球一流战略愿景打造具有世界强劲竞争力的动力总成》的重要讲话，并提出要强化“客户满意是我们的宗旨”“一天当两天半用”“不争第一就是在混”文化理念在全集团宣贯落地，使之成为集团上下全体干部员工共同认可的价值观。为推动“三条文化理念”在全集团的深入传播和践行，发挥集团协同优势，必须创新方式，系统思考，形成常态化机制，从而形成集团统一文化语言。

（三）强化“三条文化理念”落地是推动海外企业文化交流融合，形成发展合力的必然要求

企业价值观不同必然带来沟通不畅，协调效应发挥不出来等问题。从战略重组法国博杜安公司、意大利法拉帝、德国凯傲、林德液压、德马泰克，再到战略投资 PSI、加拿大巴拉德、英国锡里斯，潍柴已发展成为一家跨领域，跨行业经营的国际化公司。潍柴的产业布局遍布全球，面对旗下子公司地域分布广、行业分类多的特点，如何实施有效的文化管理，发挥出协同优势，成为集团快速发展过程中亟需解决的难题。

二、主要做法

以“责任、沟通、包容”核心文化为指导方针和前提，充分考虑集团内外部形势和国内外子公司具体情况的前提下，结合“客户满意是我们的宗旨”“一天当两天半用”“不争第一就是在混”三条文化理念，聚焦问题，突出“客户思维”“效率优先”“激情奋斗”这“三个导向”，并建立“五个机制”，推动员工价值观统一。

（一）搭建网格化文化传播矩阵，建立文化传播多元机制

围绕文化理念的传播，在文化理念培训基础上，集成 OA 专栏、微信公众号、博客、报纸、电视传播平台功能，形成纵横交错的网格化传播矩阵，并凸显传播亮点，建立了横到边、纵到底的文化传播多元机制。

1.实施“5+X”文化宣贯工程，推动文化理念纵向渗透

文化理念传播离不开最基础的文化培训与宣贯。为推动“三条文化理念”传播，结合企业生产形势，党委工作部将常规文化培训与基层自主培训相结合，实施“5+X”文化宣贯工程，统一策划，同步推进，推动文化理念纵向渗透。“5”即“领导干部文化宣贯、研讨，新入职员工文化引导，班组长理念宣贯，国内子公司文化宣贯，文化理念进班组”5 个层面的文化培训。“X”即基层自主培训，如基层组织的“一号榜样”“文化讲坛”“班前故事会”“五分钟课堂”等微课程。近年来，在企业文化培训方面，平均年度开展三条文化理念主题宣讲 200 多场，累计 1500 多个学时，培训人数达 20000 人次。

2.建立“一号三群”“四位一体”文化交流矩阵，推动文化理念横向传播

信息化、大数据和自媒体等新兴事物为企业文化传播带来新方法、新途径和新工具。集团综合运用报纸、电视、博客、OA 办公系统等传播平台强化文化理念宣传引导，在此基础上，形成了“一号三群”“四位一体”的文化传播互动矩阵，推动文化理念横向传播。

一是搭建“一号三群”文化传播和工作交流模式。结合不同阶段文化理念传播重点，不断创新“幸福潍柴人”微信公众号传播方式。同时，分三个层次，建立了潍坊本埠、国内子公司、海外公司文化建设交流群，实现了文化信息瞬时传递，文化活动瞬时分享，文化成果交流互鉴的模式。

二是形成“四位一体”（博客、OA 专栏、报纸、电视等）文化传播平台。在文化传播中，注重发挥各平台的作用和优势，如博客中体现员工思想的互动交流，OA 专栏和电视体现基层文化活动亮点和身边榜样力量，报纸侧重文化故事的深度挖掘和传播。四大平台各有特色，互为补充，形成文化传播交流的矩阵。累计各平台年度信息交互量达到 60 万次。

3.丰富表现形式，凸显文化传播矩阵亮点

目前企业员工年龄结构越来越年轻化，平均年龄不到 34 岁，这对文化传播提出了更高的挑战。为让文化理念展现形式更生动、形象，更便于员工接受，组织基层爱好者，深挖素材，精心提炼，打造出一批传诵度高的文化作品和品牌。此外，借助 OA 专栏，设置“文化创意视频”模块，发动基层创作了一批题材新颖、感染力强的微视频，不仅调动了基层员工参与文化传播的积极性，而且提高了文化传播的多样性，传递了积极向上的正能量。

（二）提供标准化、流程化、系统化、规范化服务，建立一“站式”文化建设工作机制

集团规模不断扩大，权属子公司越来越多，更加迫切需要形成统一的文化语言。针对国内公司“三条文化理念”的传播和践行，从建立统一标准化企业文化目视化标识，流程化操作方案和细则，系统化宣讲课程，设计规范化文化理念落地工程等方面提供服务支持，建立了“一站式”文化建设工作机制。

1.提供统一规范企业文化目视化标识

围绕“约法三章”“四个永葆”“责任、沟通、包容”“客户满意是我们的宗旨”“一天当两天半用”“不争第一就是在混”六条文化理念，集团设计企业文化理念目视化标识，并且提供在办公区域、生产现场等不同场合规范悬挂的相关要求，在国内各权属公司推广。国内 11 个权属公司统一更新、悬挂标识 231 幅，让更多员工在企业公共场合了解集团文化理念。

2.提供流程化操作方案和细则

结合“三条文化理念”，从强化“宣传引导、品牌活动、知行合一”三个方面，形成从理念认知、认同，品牌活动创新到具体工作践行的流程化操作方案和细则，便于各权属公司结合生产经营，参与和对照执行。

3.提供文化理念系统化宣讲课程

为便于宣贯，集团开发系统化的宣讲课程，匹配丰富的案例，组织各权属公司对照宣讲。同时，集中开展“潍柴文化行”活动，面向扬州、上海、厦门、莱州等地区 8 个公司和单位进行重点宣讲解读。集团各权属公司年度累计开展企业文化专题宣讲近 100 场，有效推动了文化理念传播。

4.提供规范化文化理念落地工程计划和实施步骤

结合“客户满意是我们的宗旨”核心价值观落实，在潍坊本埠开展“三提升—满意”工程，引导员工强化问题导向，强化客户思维和客户意识。在此基础上，在权属公司推广“三提升—满意”工程操作经验，形成文化理念落地工程计划和实施步骤，在子公司强化“责任意识、工作质量、产品品质”三个核心，立项实施，推动客户满意价值观践行。通过建立“一站式”企业文化建设机制，一方面导入集团“三条文化理念”传播和落实的优秀做法，另一方面指导子公司结合自身实际创新文化管理，通过输血与造血的有机结合，推进国内权属公司员工对文化理念的深入理解和认同。

（三）打造“WE ARE ONE”品牌，建立海外公司员工文化互动交流机制

面向海外公司，建设有效的文化传播、交流平台，是实施跨文化管理，逐步形成统一文化语言的必要途径。近年来，集团不断强化“WE ARE ONE”品牌，建立“2+3”文化互动交流机制，引导海外员工加深对文化理念的认识和理解，更加积极投入工作。“2+3”即集团摄影画《潍柴人》英文专刊互动、刊登优秀文化交流案例、海外公司成立纪念日活动、国内传统文化节日活动和旧主文化活动。

1.发挥海外英文专刊《WEICHAI PEOPLE》互动平台作用

在国际化经营中，针对潍坊本埠与海外子公司文化背景不同的实际情况，不断丰富英文专刊《WEICHAI PEOPLE》的内容，通过介绍公司重要资讯、发展战略，企业文化理念、文化故事，不同国家、地域的风土人情，传递国内外各子公司信息，实现总部与海外公司的信息共享和互动。

2.发挥对口交流的思想碰撞作用

海外员工所处的岗位不同，对文化沟通的认识、发挥的作用存在差异。不同层级、不同专题的对口交流能够进行充分思想碰撞，达成共识。一是公司工会与海外子公司共同推动，促进人力资源、工会工作、企业文化建设层面交流。每年法拉帝、凯傲、博杜安等公司工会都会与潍柴总部工会互访、座谈，而总部工会也主动推进，促进多个业务层面的交流，起到了良好效果。二是策划了“文化共融 同心筑梦”主题文化交流活动，针对不同海外公司，分专场组织文化融合、工作交流方面的座谈、交流活动。首期组织马兹潍柴专场，集团 50 多名基层优秀企业文化骨干和青年团干部与马兹潍柴员工代表进行深入交流。三是借助海外公司新入职外籍员工和优秀员工来潍坊本埠学习交流契机，加强企业文化和团队建设专项培训，传播潍柴文化和理念。

3.发挥主题活动的文化粘合作用

为增强与海外子公司员工的文化互动，以“WE ARE ONE”为主题，开展了丰富多彩的文化互动活动，如印度公司团队拓展、法国博杜安公司卡丁车比赛、北美公司马拉松活动等。同时，借助圣诞节、国外传统节日，中秋节、春节等中国传统节日和潍柴成立纪念日，项目组人员与外籍员工共同参与文化活动，增进了解。尤其是在潍柴成立纪念日前夕，中外籍员工一起录制祝福视频，共同祝福潍柴，逐渐固化成一种仪式。

在海外公司企业价值观导入中，具有贴近性和灵活性的交流平台，丰富的活动载体，把集团文化宣传和渗透到海外子公司，形成一种正向影响力。

并且，海外公司的文化交流与互动，加强了海外员工对潍柴文化的理解和认识，潍柴文化在海外公司的影响力不断提升。潍柴马兹合资工厂仅用七个半月时间就完成了项目建设，并是“巨石”工业园第一家当年开工建设、当年投产的企业。这是“不争第一就是在混”“一天当两天半用”文化理念的具体体现。2020 年初，面对突如其来的疫情，潍柴海外企业和全球伙伴自发捐助防疫物资，足以证明潍柴文化的海外影响力。

（作者单位：潍柴动力股份有限公司）

“安全课堂”走进施工一线

“钻井正常钻进时不容易出现问题，发生问题往往是在钻开油气层以后”“钻井搬迁安过程和后期交叉作业出现安全问题最多，一定要严格按照规章制度操作”“安全督察和纪检监督两者目的同向，一个是为了安全生产和保证安全的生命健康，一个是为了廉洁从业和维护公平公正的竞争关系，都是为了维护大家的安全和利益”……

6 月 24 日下午，TH12286 扑救会议室座无虚席，承钻该井的胜利 70751 队员工齐聚会议室，西北油田采油二厂 QHSE 管理室、生产运行室、工程技术室、纪检相关人员为他们上了一堂直观、生动的安全教育培训课。

正值夏季生产黄金季节，采油二厂各项生产经营任务十分繁重，加上高温炎热等极端天气，安全生产不利因素增多。该厂以“消除事故隐患，筑牢安全防线”安全生产月活动为契机，开展承包商安全宣传进现场活动。他们认真设计安全培训内容和讲课形式，增强灵活性和针对性，切实提高承包商队伍的安全意识和安全操作技能。

安全培训老师由机关现场经验丰富、业务功底扎实、责任心强的相关人员组成，根据培训对象需求提前备课，定期分批到施工现场授课。

培训现场，他们和施工人员一起学习了集团公司典型事故案例，并就事故教训与员工进行互动分享，警醒员工安全就是生命、安全就是效益、安全就是和谐。QHSE 管理室副经理王喜乐深入浅出地讲解了基础管理、直接作业、钻修井作业方面的用途、安全督查李有用对近期安全执行情况进行点评，工程技术室安全员李海明对钻修井作业注意事项进行梳理，纪检干事文强对有关廉洁从业、廉洁风险文件精神进行了宣贯。

安全培训结束后，他们听取了钻井队安全工作存在的问题的建议，并和井执员工一起查找安全风险，引导一线员工自觉遵守安全法规，做到警钟长鸣，安全生产。

该井队安全员胡波说“这种安全培训紧密结合生产实际，既接地气，又给力，员工学得快记得牢，深受井队员工好评”。图为机关安全人员和井队员工一起在开场检查排除安全隐患。

（丁玉萍）

● 图为总指挥桑朝中正在介绍险情。

重庆高速巨能川九公司组织开展“雨季三防”应急演练

近期，南方连续降雨，为切实抓好“防汛、防雷电、防排水”的三防工作，保障项目部的安全生产，6 月 29 日，重庆高速巨能川九公司达州项目部以安全生产月为契机，组织开展了“雨季三防”应急演练。

本次演练抢险队员分为抢险组、后勤保障组、医疗救护组，地点设想在施工现场 S# 路挡墙处。假设因暴雨冲刷发生山体滑坡造成小河沟堵塞、挡墙被泥石流堵截及河水漫没挡墙、险情十分危急。

上午 8:30 分，应急演练正式拉开序幕，演练指挥长项目总工秦朝中简要介绍险情后，抢险队员带着工具立即赶往指定地点进行抢险，各小组按照分工采取设置路障护、疏通合道、处理山体危石、清理水泡和山坡泥石流，并利用 225 和 360 挖掘机等机械进行抢险排危，同时医疗救护组在指定位置待命。在演练过程中，各抢险小组行动迅速，反应敏捷，听从指挥，在 1 小时内高效完成了各项抢险任务。

通过本次演练，切实增强了员工的“雨季三防”意识，充分检验了各抢险小组的应急能力和“雨季三防”方案的可行性，有效提高了全员的防灾抗灾能力，促使全员进入雨季“三防”的高度战备状态。 **（曾锋杰 彭光淑）**

河南油建：严把管道工程质量关

中石化河南油建在承建的荆门——荆州成品油管道线工程建设中，坚持打造中石化优质工程目标，将整个施工过程分成 46 个质量控制点，按照 A、B、C 三级控制点对各个环节进行质量风险预警分析，同时成立 QC 小组，对存在质量问题专题攻坚，有效避免质量隐患的发生，把质量问题消灭在萌芽状态。同时，严展百日攻坚创效质量评比，严格考核奖惩。据悉，该项目建成后，将降低管道运行风险，彻底解决管道穿越中心城区居民密集区问题及柳林河油库存在的环境安全隐患。

李仲洋 摄影报道

便民服务

收费标准：55 元/行/天（13 字 1 行） 广告热线 028-66079393 QQ：769036015 VX：13308082189
地址：红星路二段 159 号成都传媒·红星国际 2 号楼 1702 室
律师提示：本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照，未刊方对所刊登信息及结果承担法律责任。

注销公告

成都黑文文化发展有限公司(注册号:510108000134302)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

成都文晨实业有限责任公司(统一社会信用代码:91510108730100256X)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

四川聚合利商务咨询有限公司(统一社会信用代码:91510104MA61R3XR58)经股东会决议决定注销，请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。

注销公告

成都正君五金制品有限公司(统一社会信用代码:91510108MA7A2MUFT40)营业执照正本、副本遗失作废。

●成都隆农科技开发有限公司第 15 销售点－第三十销售点营业执照正副本注册号 510125000009285 遗失作废

●成都市健农科技开发有限公司第 15 销售点－第三十销售点营业执照正副本注册号 510125000108672 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十一销售点营业执照副本注册号 510125000009926 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二十二销售点营业执照副本注册号 510125000008942 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二十三销售点营业执照副本注册号 510125000012192 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第三十八销售点营业执照副本注册号 510125000009269 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二销售点营业执照副本注册号 510125000025523 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十五销售点营业执照副本注册号 510125000050084 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十三销售点营业执照副本注册号 510125000047787 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十八销售点营业执照正副本注册号 510125000008934 遗失作废

●四川益峰劳务有限公司(注册号：510000000095414)营业执照正本、副本不慎遗失，声明作废。

●成都健健农科技开发有限公司第二十一销售点营业执照副本注册号 510125000009779 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司二十五销售点营业执照正副本注册号 510125000129651 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二十一销售点营业执照正副本注册号 510125000008942 遗失作废

●成都隆农科技开发有限公司第二十三销售点营业执照副本注册号 510125000012192 遗失作废

●成都隆农科技开发有限公司第三十八销售点营业执照副本注册号 510125000009269 遗失作废

●成都隆农科技开发有限公司第二销售点营业执照副本注册号 510125000025523 遗失作废

●成都隆农科技开发有限公司第十五销售点营业执照副本注册号 510125000050084 遗失作废

●成都隆农科技开发有限公司第十三销售点营业执照副本注册号 510125000047787 遗失作废

●成都隆农科技开发有限公司第十八销售点营业执照正副本注册号 510125000008934 遗失作废

●成都泰业物流有限公司车辆川AM2308 营运证 0547504 丢失

●成都健健农科技开发有限公司第二十四销售点营业执照正副本注册号 510125000097798 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司二十五销售点营业执照正副本注册号 510125000129651 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二十一销售点营业执照正副本注册号 510125000008942 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二十二销售点营业执照正副本注册号 510125000012192 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第三十八销售点营业执照正副本注册号 510125000009269 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第二销售点营业执照正副本注册号 510125000025523 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十五销售点营业执照正副本注册号 510125000050084 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十三销售点营业执照正副本注册号 510125000047787 遗失作废

●成都健健农科技开发有限公司第十八销售点营业执照正副本注册号 510125000008934 遗失作废

成都原顺商务信息咨询有限公司经股东决定解散本公司，请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

情况说明

成都鑫城众达建筑劳务有限公司丛工明细（511303198510020929）、刘德羽（511025198607176169）、杨波（510181198207084011）于 2015 年 6 月离职，特说明解除一切劳务关系。

2020 年 07 月 03 日

●华关加半港关教师资格证，证号：2015312131000011，发证机关：阿坝县教育局，特此声明作废。

注销公告

成都策晨企业管理顾问有限公司经股东会决定解散本公司，请债权债