

“车间政委”上岗 激发企业“红色动能”

■ 吴璇

“最近的工作还适应吗？有没有什么困难或者想法？”近日，在浙江宏昌电器科技股份有限公司注塑车间里，“车间政委”盛守月、李婉君正利用午休时间询问新入驻职工们的生活和工作情况。作为一名“车间政委”，工作之余多与车间工人交流沟通，排摸员工诉求、调解员工矛盾，这已成为两人的日常。

这样的“车间政委”，宏昌电器一共有6名。为进一步聚人心、稳队伍，今年以来，宏昌电器在三个车间设立“车间政委”，激发车间一线红色动力。“我们选择了生产线上相对重要的三个车间作为试行，由党员或车间主任担任，主要是帮助车间管理提升、协助车间解决日常碰到的困难。”宏昌电器生产管理部部长于建国说，目前“车间政委”在车间一线化解职工矛盾纠纷、解决合理诉求等发面发挥作用，助推企业持续创新发展。

“车间政委”机制的成功，为受疫情防控、贸易摩擦等影响的企业提供了一个应对之策。今年以来，浙江省金华市婺城区秋滨街道立足辖区企业众多的实际情况，以生产车间等工作环境为背景，积极引导企业创新车间



管理模式，全面推广“车间政委”机制，通过车间政委带头学，“讲党史、赛技能”等多种创新形式让红色种子在企业、车间生根发芽，以

党建压实企业发展动力、激活发展动能。“围绕业务精、能力强，积极引导企业以车间为单位，在生产一线和业务骨干党员中公推选优

‘车间政委’，带头做好思想政治、疫情防控等各项工作，切实加强对职工的关心关爱，让这支队伍成为企业和谐发展的‘红色纽带’。”街道秋滨街道党工委委员王悦说。

据了解，“车间政委”的职责主要是通过谈心谈话，与一线员工谈心拉家常，排摸诉求收集信息，发挥上情下达、下情上传的桥梁纽带作用，有效维护生产经营稳定。同时，“车间政委”主动领办技术攻关、管理创新等项目，助力公司降成本提效率。

为了让“车间政委”作用发挥最大化，秋滨街道还通过建立定期例会、“车间政委”学习培训、报告反馈等制度，定期开展岗位业务培训，以考核强化管理、以业务提升服务。在市高新技术产业园仙华基地，浙江硕和机器人科技股份有限公司“车间政委”盛晓祥这段时间正忙着与技术工程师一起攻克机器人技术难题。作为“车间政委”，盛晓祥不仅要负责日常的技术研发和实施，还要做好技术人员的“传帮带”。“他日常都是加班加点忙工作，除了给大家鼓鼓劲之外，还要带好徒弟，帮公司解决了不少技术难题，充分发挥了党员的先锋模范作用。”副董事长洪洪说。

谈判中“输”的艺术

■ 徐喆

谈判是为了赢。

然而，在某种程度上，谈判是一门“输”的艺术。

在这里，我不准备将“输”引申为“让步”、“妥协”的意思，因为谈判本身就是一门让步和妥协的艺术，讨论这个问题需要大幅文字。我所说的“输”，就是你没有达成预期的谈判目标，和对手相比，你真的输了！

这确实是一件很糟糕的事。然而在现实谈判中，因为彼此所处位置的不同、实力的差异、谈判水平的差异等因素导致谈判“输”的情况并不少见，那种双赢的结果没有预期出现。赢家自然高兴，那么输家呢？

输家在谈判接近尾声、在结果几成定局的时候，一定不能让对手发现他们明显占据了上风，因为这可能让他们感觉触摸到了你的底线，同时，很可能在未来的谈判中，保持这种咄咄逼人的气势，让你永远处于劣势——除非你放弃和他们的合作！这时，你必须提出一个条件作为补偿，而这个条件，你心里清楚，对方不会很难做到。那么，你本次谈判虽然输了，但是气势没输，下一次也许能赢回来。

笔者曾经带领一位区域经理和一个非常强势的经销商洽谈年度合同续签的事情。在合同“销售返利”这一项，该经销商坚持按照年度销售额的2%给予核算，而我司坚持上年度的1%。双方僵持不下。稍后，我们从侧面了解到，该区域零售系统今年费用普遍上涨，给经销商带来了现实的经营压力，更重要的是，我们的主要竞争对手已经按照这个条约签订了协议。“输”的结局看起来已成定局。在最后一次谈判时，我们一改常态、高姿态地表示将支持他共同渡过难关，同时也提出了一个“很严格”的要求：必须按照月实际出货量的1.5倍以上备货，否则仍然只能给予1%的年度返利。

显而易见，这次我们没有达到预期目的，我们输了。但是在最后的时候，我们能比让步当做给对方的支持，同时提出了一个客户能够做得到的条件作为附加，很巧妙地化解了自己的被动局面。

还有一种情况，如果你在谈判中“赢”了呢？那当然要恭喜你！然而你仍然需要懂“输”的艺术！是的，你要保持足够的谦虚和低调。

商业合作是长久的利益，不是一次两次输赢的博弈。你一定不要表现出“赢”的喜悦，而是要表现出一种对未来美好合作的期待。如果你是一个高手，你甚至能够给对手造成一种错觉，让他感觉到他自己才是真正谈判的“赢家”！这一点，很多小商贩都运用娴熟。你是否经历过买一件商品的时候，在讨价还价的最后阶段，当你报出一个你自认为很低的“底价”时，小商贩无奈而很不情愿的表情？事实上，可能他才是真正的“赢家”！

这就是“输”的艺术！



兰石集团云平台园区智能化物资管控系统上线运行

■ 张建平

10月8日，国庆节后上班第一天，兰石集团厂区一辆辆等待入厂的大货车停在园区5号口，只见货车司机拿出手机，扫了物资入厂二维码后，开始在手机上填写车辆和物资相关信息并提交。这时，值班门卫人员手机上立即显示出该车辆和物资信息，在核对准确无误后，这辆运送物资的车辆被放行入厂，整个过程不到一分钟时间。

“以前，所有出厂车辆及物资我们采取拍

照方式留存，当班人员每天都要在电脑上逐个整理，填写进出厂区车辆信息，工作量非常大，费时费力。”在5号口值班的武保部队员祁永海说，“现在，新上线运行的物资管控平台不但让运送物资车辆进出厂区时间大大缩短，而且减轻了我们的工作强度。智能化真的给我们带来了很大的方便。”

为确保集团物资管控实现“零漏放”的工作目标，持续做好疫情防控工作，落实集团无纸化办公要求，集团武保部不断优化管控流程，提高信息化管理水平。在集团信息化和智

能制造部的大力支持下，仅用一个多月时间，就完成了集团园区智能化物资管理平台搭建。

园区智能化物资管理平台实现了运输车辆进出厂区的线上管理，覆盖从车辆进厂申请登记、物资出厂审批、查验、物票核对、车辆核查、信息归档等环节。查验结果自动生成报表，上传物资管理平台储存备查，减轻了执勤人员大量重复性工作。使得出入厂区车辆信息源头采集、实时上传有了可靠依据，保证了信息真实有效，同时大幅提升了执勤管

理信息归档的及时性，提高了出入集团物资的智能化管理水平。

据了解，近年来，兰石集团积极响应国家经济数字化转型、新型基础设施建设和甘肃省“三化”改造决策部署，不断夯实信息化转型基础，加快推进数字化创新。目前，已在智慧冶炼、焊接数字化车间、兰石云工业互联网平台等领域取得良好业绩，为大力探索离散型制造业智能制造新模式奠定了基础，加快推进了数字产业化、产业数字化能力提升，为对外推广树立了标杆。

深圳实现企业信用风险分类管理

■ 魏格格

10月10日，记者从深圳市市场监督管理局(以下简称市市场监管局)获悉，该局开展企业信用风险分类管理工作试点工作已取得初步成效。

据悉，承接该项试点工作后，市市场监管局先后出台《深圳市商事主体信用信息公示办法》《深圳市公共信用信息管理办法》《深圳市市场监督管理局企业信用风险分类管理规定(试行)》。在此基础上，该局构建商事主体信用监管平台、智慧市场监管平台以及鸿蒙协同云平台，在信用信息归集共享的基础上，综合应用大数据、云计算、机器学习和人工智能等先进技术，建立“1+11+74+N”智能指挥体系，强化监测治理能力，初步形成业务闭环、全程留痕、过程可查的市场监管智慧化体系。

目前，该局已建立包含63项指标的信用风险分类指标体系，对全市登记在册的共213

万家企业进行信用风险分类，实现信用风险的自动分类、动态更新。

据了解，企业分类分级结果首先应用于“双随机、一公开”监管，率先在2021年的企业年报和公示信息抽查中运用，同时与定向抽查相结合，以分类分级结果为基础，结合监管的不同需求，建立专项检查模型进行定向检查。

此外，企业分类分级结果也与在重点行业监管、商事登记准入相结合。针对餐饮行业、特种设备行业等重点领域监管业务需求，实现建立重点行业指标体系和监管模型，为重点行业监管提供依据。针对虚假登记高风险企业和识别为“空壳公司”的企业，经现场核查不在登记住所经营的，除载入经营异常名录外，还纳入风险预警库，与商事登记系统关联，在商事登记时启动实质性审查，在“秒批”时予以拦截。企业分类分级结果还能全面直观反映企业情况，为监管工作提供决策支持。



师徒结对传“薪火”

中煤新集楚源公司基层单位积极开展“导师带徒”活动，激发了职工学习业务知识的主动性，加强企业梯队人才建设，促进企业高质量发展。

朱宗楠 陈丹 摄影报道

企业家自述(长篇连载之一百五十)

王建明：动力大王的传奇故事

在这里我想和各位重点探讨的是前两项对策，第一是构筑优势问题。1999年初，玉柴在构思三个赶超系统工程时为了便于对比差距设定赶超目标特别对发动机的适用性做了九个要素的分解，它们是动力性、经济性、可靠性、环保性、舒适性、可选性、性能价格比、与用户的时空距离比、对用户的态度风范比。这种要素分解的方法有效地减少和避免了赶超工作中的盲目性，特此提出，谨供各位在构筑自己产品优势时加以参考。建议YC结合体成员厂最低限度在可靠性、一致性、相符性和性能价格比等方面迅速构筑优势。

在可靠性方面，2001年要全面采用二汽引进的货源件管理办法，不搞形式，不留死角；在一致性方面，要通过全面加强基础管理显见成效；在相符性方面，要通过加大成员厂与玉柴之间自检自分与互检互分相符率的考核力度鼓励质量真实、防止质量失真；在性能价格比方面，要充分看到我们在南北竞争中的差距，既要挖潜于成本精细控制，又要潜心于销售策略的细分。

第二是把握机遇的问题。首先以YC结合体内部为例。2000年中主供厂与辅供厂的换位发生近10例。涉及到的零部件有活塞环、喷油器、摇臂、起动机、进排气门等等。这是一种强势与弱勢的转换，是积极因素对原有的消极平衡的打破，是推动YC结合体进步的活力。我觉得我们首先应当祝贺和感谢这些由辅到主升位成功的成员厂，正是这种内部积极的、良性的竞争推动了YC结合体整体的进步，提高了YC柴油机的竞争力。然后要对包括降位者和升位者在内的所有成员厂大声说一句：机遇来之不易，请君牢牢把握！

再介绍一下二汽本部对玉柴的一个定货意向。据玉柴驻二汽办事处报告，2001年二汽

本部有意要玉柴供应各型发动机3万台以上，这个数量大约是今年供货量的3倍。

这是信息，也是机遇。我曾经多次阐明：玉柴的发展得益于东风的品牌和质量教益，玉柴希望能够适时为东风增添添誉；只要二汽需要，玉柴将不遗余力。我想这也应该是我们结合体应有的态度。竞争越激烈，机遇越短暂。如果我们在二汽需要的时候能够为二汽增强竞争力，就有可能把二汽的意向和我们的愿望变为现实；如果我们通过自身不间断、大幅度地提高与进步使二汽认为玉柴是其对外竞争的强劲助手和伙伴，那就意味着我们把握住了2000年末出现在YC结合体面前的机遇，抢占成功了参与国际竞争的有利位置与阵地。

中国的国力要有几个强有力的行业为象征，强势行业得要有几个强势企业为象征，我想这就是YC结合体牢牢把握增量机遇，添誉成功东风品牌的意义之所在。

玉柴已经依据二汽的定货意向把2001年的产销目标确定为7.6万台，已经在一个月前依照“稳扎稳打，步步为营，战战皆胜，添誉东风”的工作方针全面展开了各项准备。这并不是主张在小鸡孵出之前去数它有几个，而是精心准备，促成意向；是宁可备而不用，不可丧失机遇。

以上所说的是我们对2001年经营形势的一些估计和分析，为的是使大家了解玉柴供应部为什么在各个方面特别是在质量方面提出了近乎苛刻的要求。

各位代表，有理想、有抱负、有实施意志、有决胜信心又懂得并且能够做到最大限度地发挥已有、最大限度地发挥现在的自然人和法人堪称强者。我衷心祝愿YC结合体所有成员厂都能成为市场竞争的强者。谢谢各位！



稳步主动战战皆胜 增誉乘龙添誉东风 ——在经营警示教育会上的讲话 (2000年12月2日于玉柴)

在将近20年的时间里，是柳州汽车厂带着玉柴历经各种艰难，经历了从小到大的发展。我们每一项产品诞生以后，无一不是在柳州汽车厂成熟的；先在柳州站住脚，才到全国市场。柳汽帮助我们成熟了一代一代的产品，也帮助我们培育了市场。此外，大家知道，特别是经营和财务的人都知道，在玉柴资金上有困难的时候，柳汽总是尽其所能，给我们最好的付款条件，给我们最及时的支付。在最近我访问柳汽的时候，我觉得几个领导的讲话，恐怕会对我们厂有很大的帮助，我提出请求，希望他们来帮我们做一次警示教育。排排时间，排

来排去，最后还得动用他们的休息时间。对此柳汽的同志没有多一句话，立刻作出了安排。一句话，柳汽总是在玉柴最需要的时候给我们及时的帮助，我想我们应当再一次用热烈的掌声对柳汽表示感谢，真心的感谢。

今天，我们这个会的标题叫警示，跟柳汽商议，柳汽不太同意，但是，确实是警示。警示是对现状的一种警告，相当于足球场上的黄牌，黄牌之后就是红牌，经历黄牌比直接出示红牌要好。那么，现在柳汽愿意对我们来做黄牌警告，他还没有对我们出示红牌。警示可以说是对我们现状的一种批判和一种纠正，但是还是给我们机会。如果在警示之后，我们的现状仍然不动，下一步那就是出局。柳州汽车厂作为一个独立在社会存活的法人，他绝对不可能把自己的生命系在一个没有前途、没有希望、不思改进、不懂得进步也不能够进步的合

作伙伴的身上。最近柳汽就邀请了好几个发动机厂谈后备和备用。我跟销售公司的同志讲，柳汽的这种心情、这种做法，天经地义，绝对正确。

我们跟柳汽将近20年的关系，是一荣俱荣，一损俱损的关系。“荣”，从刚才覃副总的介绍可以看到，柳汽的几个辉煌的阶段都带动了玉柴。柳汽好过的时候，我们玉柴也好过，这就叫一荣俱荣。一损俱损，最典型的最糟糕的案例，就是我们黑色的1996年1997年，我们动力升级的计划没有如期实现，落在国内主要竞争对手的后面。由此而来的损伤和损害，严重影响柳州汽车厂。我们自己在1996年1997年经历了黑色时期，也就把柳汽拖进了历史的最低水平。因此，从柳汽的角度来感觉玉柴，从柳汽的角度来评价玉柴，对玉柴而言是有特殊重要性的，是特别准确、特别贴切的。

今天覃总讲话客气得多，为了还现状以本来面目我还得在这里概括一下。主要是三大意见：

第一是玉柴的品牌影响在严重下降。首先是不仅新品不可靠，老产品也不可靠，105就存在着越来越多的漏油现象。其次是服务滞后，对于无锡，覃副总昨天晚上举个例子：无锡打浙江市场，开始是根本进不去，但是就是靠快速服务，发动机只要一有故障立即进行整机调换，而且到处在做这种承诺，其实在两三年当中整机调换也不过只有十多台。但就是这种快速服务的承诺跟快速服务的行动，赢得了用户的心，攻进了浙江市场；相对之下，我们就是服务滞后，后果就是品牌下降。品牌下降的第三个表现是动力性。在我们发动机动动力性能方面，我们是一步被动，步步被动，始终没有实现主动。

(此文系本报整理，待续)