

正通煤业：“食”事办实 幸福再加“码”

■ 孙宁亮 李丹 弋永杰

“1# 窗口做的酥锅真地道，香浓醇厚，有‘家’的味道。”11 月 24 日，山东能源淄矿正通煤业公司一楼食堂历经 4 个月升级改造后正式启用。该公司综掘二队山东籍职工赵松松，中午一下班就迫不及待去 1# 鲁菜窗口点了一道“博山酥锅”，吃后赞不绝口。

“民以食为天”，今年以来，正通煤业公司持续深化“我为职工办实事”，并将“两化融合”理念深度融入民生服务。他们通过开展焦点管理改善，加快民生工程建设的进度。以食堂升级改造作为提升职工幸福指数的重要抓手，他们在运营、服务、监督等各方面升级举措，全面提升职工就餐体验，持之以恒将矿区建成职工幸福家园。

风味食堂有特色

“走进食堂就像走进了美食城，以后就有

口福了。”赵松松吃完饭后，还恋恋不舍，又挨个窗口转了一圈。

在食堂一楼改造之前，该公司就到大学校园、对标企业等单位取经调研，确定了风味餐厅改造建设方案，并实行窗口式、市场化经营。该食堂规划建设 9 个窗口，从来自山东、陕西等不同地域的 30 多家投标商户中选定 8 家，其中有经营鲁菜、川菜等不同菜系的餐馆，也有陕北面食、砂锅米线等特色小吃，样式丰富、菜品齐全，满足不同地域、不同口味职工的需要。

丰富的菜品满足职工味觉上的享受，优美环境则从感官上增加就餐“情调”。该公司对食堂大厅进行了精心装饰，灯光、吊顶、地板等全部采用现代化装修风格，柱子四周还挂满灯箱式牌版，展示精美风景画、宣传图册等内容。“以后和工友聚餐不用去外面了，食堂里点啥有啥，环境还这么高档大气，可比外面饭店强多了。”皮带队职工李鑫说，话语里充满幸福和满足。

食品安全有保障

11 月 23 日，食堂开业前夕，该公司食堂管理办公室唐忠广核验一楼食堂各窗口食材供应商资质证明材料。

一楼食堂开业后，各承包窗口自营自销，原材料也是自主采购，但该公司对食品安全的把控丝毫不松。为确保食材品质，该公司与承包单位签订合同，专门条款明确双方食品安全权利义务。该公司要求各窗口固定食材供应单位，并提供供应商《营业执照》《商品合格证》等资质证明，建立进货台账，随时接受查验。

该公司二楼自营食堂除遵守以上条款外，还建设冷库、保鲜库，肉、菜、调味品等分类分区存放。他们还建立菜品留样制度，配备留样柜，每天菜品留样 48 小时，做到食品可追溯。

另外，该公司还成立食堂监督管理委员会及职工代表巡查机制，对食堂原材料采购、储备及加工全过程监督巡查。据介绍，他们已组

织对二楼自营食堂巡查 4 次，下一步将对一楼及二楼进行全面巡查。

为保障大厅及餐具卫生清洁，该公司还成立专业保洁机构，配套清洁间、消毒柜及各种洗消器具。专业人干专业事，他们制定餐具清洗消毒卫生标准，每周一次固定检查，切实保障职工饮食安全。

真情服务有品质

“请小心端好，注意烫哦。”11 月 22 日中午，该公司食堂二楼售卖服务员张艳，将盛好的稀饭递给每位职工时不忘微笑提醒。

食堂硬件升级，服务必须跟上。自该公司二楼食堂升级改造完成后，他们就建立考核制度，要求售卖窗口人员面对职工保持微笑，以家人待之，以真情服务。在饭菜保温、餐具配置等方面，他们也制定明确要求，务求让职工吃的舒心。

“我们将每位前来消费的职工都当成朋友，真情相待，尽可能满足他们的服务需求。”

该公司一楼食堂 5# 窗口“鲁记牛肉汤”老板，向笔者介绍他们的服务“秘诀”。据了解，一楼每个窗口基本都单独建立了微信群，定期发布菜单单样，征询职工建议，并接受订餐需求，以个性化服务吸引职工。

为全面了解职工对食堂评价，该公司还制定调查问卷及测评表，定期组织民意测评，向全员征求意见建议。截止目前，该公司今年已组织测评 2 次，征集意见 200 余条。他们还建立留言反馈机制，在食堂门口设立意见收集箱及留言簿，职工有意见和建议随时留言。

一楼食堂投入使用后，该公司形成了“二楼自营成本餐、一楼市场化运营特色餐”食堂管理模式，满足了职工多样化就餐需求。据介绍，除正在建设的职工健身活动中心外，该公司年初确定的“十项民生实事清单”已完成九项，企业发展成果真正惠及到每位职工，矿区不再单是职工工作场所，也成为学习生活的幸福家园。

履行社会责任 践行国企担当

四川广运集团苍溪公司审时度势运筹帷幄抗疫纪实

■ 胡清亮

2021 寒冬又至，天气转冷，疫情防控进入崭新阶段。此时对于公共运输服务行业企业而言，更为关键，不能有丝毫马虎和懈怠。从去年疫情暴发至今，四川广运集团股份有限公司积极响应国家号召，居安思危主动作为，多措并举共克时艰。作为苍溪县唯一一家国家一类道路运输企业，公司旗下拥有客运站、驾培、旅游出租、公共交通、农村客运、汽车维修和定制客运等产业，在疫情发生以来，广运集团苍溪公司全面动员、全员投入、全力以赴，去年投入 30 万元采购了防疫口罩、消毒液、红外线体温计等防控物资，引进一套先进的“疫情防控智慧通行系统”和自动口罩售卖机等设备，为抗疫提供了物质基础，可谓先声夺人。

战略上周密部署 上下同心齐抗疫

四川广运集团苍溪有限公司按照疫情防控工作要求，始终坚持快速响应、周密部署，一手抓防控、战疫情，一手抓改革、促生产，用实际行动践行国企担当，履行社会责任，全力构筑起疫情防控坚强“堡垒”。

高度重视，以上率下强化组织引领。公司成立了以领导班子为组长的疫情防控工作领导小组，组织各科室召开新型冠状病毒防控部署会议，下发紧急通知到各下属单位，高效有序开展疫情防控前期工作。根据市委市政府要求，客运站高度重视新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作，相继联合苍溪县卫生局、疾控中心、县人民医院、县交警大队 运营、国资委等相关部门组织建立新型冠状病毒疫情防控检测点，严格落实“四查一登三转”，“外防输入 内防反弹”的总体防控策略，坚持预防为主，落实“四早”措施，压实“四方责任”，做



到“五有三严”。

压实责任，防控工作井然有序。各科室从严履行主体责任，牢牢守住自己的门、管住自己的人，切实做到了守土有责、守土担责、守土尽责。全体干部职工树立了“自己是健康第一责任人”意识，增强 科学防控能力，增强战胜疫情的信心，在做好防控工作的同时统筹抓好安全生产工作。

强化宣传教育，取得理解信任。组织员工学习相关传染性疾病的预防知识和自我保护意识。公司在汽车站悬挂宣传标语，提高公众自我保护意识，因地制宜落实重点场所和公共交通工具的通风、消毒、测体温工作等，对进出旅客进行体温检查和信息登记，对发现体温异常的旅客上报有关卫生防疫主管部门备案，做到“不漏一车、不漏一人”，确保疫情及时发现、及时报告、有效处置；通过展板、专栏、LED 电子显示屏向广大旅客宣传相关新型冠状病毒的预防知识，大力宣传中央和省、市、县防控疫情的政策措施，宣传疫情防控相关知识。同时将疫情防控的相关公告第一时间传递到广大旅客及员工中；大力宣



传疫情防控工作先进典型，加强正面引导，营造凝心聚力的良好氛围。两站疫情期间发放疫情防控宣传单合计近 3.7 万份，宣传专栏近 10 期。

战术上因地因时制宜 全力编织“安全网”

在战术施行上，该公司持续做好“两站一场”的常态环境防控工作，同时落实好疫情应急运输保障工作，充分发挥站场卡口哨点作用，坚守住四川苍溪县“四方大门”确保全县人民平安健康出行。

各尽其责，强化站场及办公区域管理。一是对站场设施、各区域坚持每天早中晚定时消毒；二是落实专人对站内工作人员及所有回苍车辆、旅客进行体温监测和登记，发现疫情防控重点区域或者与之有接触史人员以及发热人员，及时上报、组织现场疏散隔离，协助卫生防疫部门和疾控人员，立刻采取隔离、送医等应急处置；三是落实专人对进出站车辆进行趟次消杀；四是落实专人对售票大厅、候车大厅旅客进行体温检查，出示健康码、佩

戴口罩等相关要求并做好登记。

防患于未然，实行体温检测日报告制度。做好全站职工和进出站旅客流动信息，实行分层分类管理，对从国内中、高风险地区返回人员严格按照属地疫情管控要求做好核酸等相关项目检测、检查和集中隔离等工作；完善传染病报告，做到早发现、早报告、早隔离、早治疗，分层管理，及时落实。

应检尽检，分层管理。从低风险地区返回人员，经相关部门综合研判确认健康无异常的，可直接返岗；对可能接触确诊病例、疑似病例和重点防控人群的，或本人有发热、干咳、乏力等不适症状的，核酸检测做到应检尽检。

百姓安危无小事，一枝一叶总关情，广运集团苍溪公司胸有成竹，密织全覆盖的疫情防控网，为百姓出行提供便利，体现出国企的担当与作为。目前，该公司正众志成城同心抗疫，不折不扣抓好常态化工作，坚决捍卫来之不易的防控成果。前路迢迢，公司正集中精力，全神贯注瞄准远方，誓夺抗疫战的最后胜利！

企业家自述(长篇连载之二百一十二)

王建明：动力大王的传奇故事

灵魂是什么东西？我觉得它就是队伍本身已经具备的一些优秀的有特色的好品德。第一条是尊重人，现在玉柴跟改革开放初期对比，人和人之间的这种具有一定文明程度的相互尊重，在玉柴的今天要比过去多得多。在上下级之间，在同级之间，在职工和干部之间，在职工与职工之间，人和人之间的相互尊重、相互爱护，注意对方发挥的权利，注意对方发展的需要，像这种思维上的习惯要比 1984 年多得多。当然这个理念起的决定性的作用的是干部必须要有一个对自己基本的约束和要求，要按照公司的一些理念，贯彻好这种对人的使用方针、对人的培育方针，还有就是贯彻好人为本的一些基础保障要求。像“十字”约束方针，后来改为“十二”字方针，像六项基本功，这些就构成了在玉柴人之间相互尊重的一个基础一个保障。人本基础很重要的就是人与人之间的相互尊重，人本保障很重要的核心就是干部的自律及干部的六项基本功。我觉得这是玉柴前十五年最骄人的、最值得书写的、最值得记录下来一个非常非常宝贵的财富。

不服输是什么样的概念？好，到 2001 年我们来验收，三个赶超我们实现了，我们前十五年制定的“跻身国际内燃机强手之林”的目标实现了。但这些实现了以后还有人在我们之上，可能康明斯公司若干地方要比我们强，那么怎么办？我们就不能够认输，我们总要制订计划，总要制订部署，我们总要一个台阶地不间断的往上走，这个都叫做不服输。不服

输，永远不要去跟弱者比，永远去跟赶过我们的人去比。我们早就讲过强者的观念、强者的意识，强于自身，强于实践，强于困难，强于效果，强于对手，强于困难里面就有强于对手的含义。强于对手就有一个“比谁”的问题，比上不比下，比外不比内，比目标不比过去等等，说的都是这个含义。

第二项，讲财富也行，讲业绩也行，讲成就也行，应该讲我们有自己一套比较成功的管理软件。这套软件通过十五年的摸索，十五年的摸爬滚打，一个初步形成自己的特色，一个叫它初步成熟起来，而且在实践当中证实它是有效的。十五年的摸索，把围墙外的、国内外的经验、管理规范、成熟的管理模式，我们放手地拿来。同时，也密切结合玉柴自己的地域势、地理势，创造具有我们自己特色的东西，像产品可靠性三级跳系统工程及围绕这项系统工程制定的一系列独具特色的行为规范和标准；像围绕最大限度地发挥现有设备的功能，最大限度地发挥我们企业现在的生产能力这个命题产生的叫设备“强零”系统工程，一个强保证，四个零等候，硬是在 1994、1995 年以 3 万台的能力造出了 7、8 万台柴油机，这是何光远部长到玉柴时非常非常内行地指出来的一个大特点；还有后来延展开来的生产现场的围绕拉动式管理的，国外叫做看板生产现场管理，结果我们揉进去玉柴自己的文化，我们创造了“强零”生产现场系统管理工程，一个强保证，四个零存放；还有就是从 1995 年末起，经过两年非常艰辛的努力进行

贯标，把我们自己的创造、外面成功的模式和具有国际规范的标准化规定结合起来，产生了玉柴非常细化的管理制度，这些制度在贯标的过程里，不但是完成在纸面上，而且推行在实践当中。

第三个重大的业绩和成就就是我们创造了五个行业之“最”、两个国际领先。前十五年，玉柴从净资产不到 800 万元开始动手，就是在十五年的一瞬间，我们用不足 800 万元的净资产创造了在全国全行业当中最大的净资产，我们净资产达到了 24 亿。到今天为止，我们净资产和行业的第二位保持了两倍半到三倍的差距，就是我们的净资产是排在第二名的企业的净资产的 2.5 倍到 3 倍。我们创造的第二个行业之“最”是最大的生产规模，我们中型柴油机和重型柴油机的生产规模在国内是遥遥领先的。创造出来的第三个“最”就是最低的负债率，玉柴到去年底，我们的总资产负债率又恢复到低于 30% 以下，在 1996、1997 年我们曾经超过 30%，但 1998、1999 年我们又重新回落到 30% 以下，这个总资产负债率、净资产负债率我们是全国全行业最低的，而且是长时间保持最低。我们还创造过最大的净资产回报率，我们只有 24 亿净资产，但是税后利润曾经达到过 4 亿 8 千万元，这种约 20% 的资产回报率在国内不仅是内燃机行业也包含其他行业都是比较罕见的，我们是破过纪录的，我们是创造过纪录的。还有一个“最”就是连续多年，从 1989 年开始，在中型卡车行业，一直保持了十年市场最大的占有率，国外叫市场份额，我们保持

了最大的市场份额。这个市场份额在十年里有高有低，但我们始终保持着领先的位置，最大的份额。这几个最，是不容易的，因为我们的地理位置要比行业当中许多厂家偏。起家的净资产要比行业的很多很多的厂家低得多。我们的人员在早年起步的时候，文化的平均水准、信息量的占有水平，在行业即使不在最后一位，也是相当后进的。

两个领先国际，现在我们比较自豪的，一个是发动机排放的测试水平和手段领先国际的，在国际内燃机行业我们是领先的，再有一项是我们重机厂曲轴生产的加工工艺，它所采用的设备和加工工艺在国际上是领先的。这两项即使再好的再发达的工业国家再发达的公司，在这方面的手段也只有这个水平，顶多和我们持平。

我觉得公司前十五年取得的是这三项值得一书的重大业绩。还有职工的生活环境、生活水平比十五年前是有所提高，但是这个方面还远远不够，还没有达到我们应该有的水准，还要做更大的努力。

记者：玉柴人把自己对 2000 年的梦想的最后冲刺凝聚在“三个赶超”系统工程之中，请问你对实现“三个赶超”目标有无信心？为什么？

王董事长：三个赶超是我们对跻身国际内燃机强手之林的一个冲刺，这个提法非常科学。跻身国际内燃机强手之林，这个话是在 1985 年的年末，在 3000 台任务完成以后，工厂召开的只有 40 分钟的庆功大会上提出来的

的。当时提出来的产品水平方针“站得住，站得稳，扎住根，出得去，跻身国际内燃机强手之林”，后来就把最后一句话截下来了，作为我们公司长远的战略目标。跻身的“跻”就是一个足字边一个齐，就是表示要挤进去，要强行挤进去的意思。跻身国际内燃机强手之林，那么强手是由多少个企业组成？那就是那些国际上的名牌公司，那就是在行业里边，一讲大家都知道的公司。列举一下，应该有个七八家吧。那么玉柴喊出了这个口号，在喊出的当时，是不为人所注意的，那是到 80 年代末，玉柴的动作开始为人们所注意，到 1993 年、1994 年的时候，玉柴喊的口号大概不仅仅是被国内企业注意，国际上一些大公司也在注意，而且是非常注意。有一段时期，欧洲基本每一个有名的设备生产厂家当中都有玉柴的订货，都有玉柴的把关键设备和关键设备的订货，中国行业代表团到欧洲公司看，都可以看到有我们的订货。那个时候，我们增长的爆炸性的速度引起了一些大公司的关注。

在 1985 年年末、世纪之交的时刻，在 1999 年初，玉柴又根据竞争实际情况，根据实际情况的变化和它的需要提出了“三个赶超”的年度目标，这已经不是战略任务，而是一个年度的实施目标。现在总经理班子已经排了计划，我们所谓“中机赶超 B，重机赶超 C，服务赶超海尔”的“三个赶超”的工作计划已经确立，完成时间就定在 2001 年，也就是说，2002 年就验收。

(此文系本报整理，待续)