

## 主题研讨 “卷烟上水平”

### 北京卷烟厂组织 2010 年度党务干部培训

7月16-17日,根据年度培训计划,北京卷烟厂党委组织部组织开展了2010年度党务干部培训工作,来自全厂14个支部的20余名党支部书记和组织委员参加培训,邀请中央社会主义学院赵丰教授进行党务知识讲座,开展“卷烟上水平”主题研讨。

培训班根据北京卷烟厂曲志刚厂长党课教育和“卷烟上水平”工作要求,结合部门工作特点,各支部围绕如何做好思想政治工作,发挥党组织的战斗堡垒作用进行了沟通交流。例如,制丝车间针对车间新老职工的工作和思想现状,提出严格梳理工作流程、加强职工绩效评价、做好活动载体建设等方法;卷包车间针对近年来由于青年职工的大量引入而产生的新情况,提出要摸索经验,做好说教方式的转化,做好荣辱观教育等工作;安保部交流了“办事从我做起,从小事做起”,营造氛围和环境改造人、教育人和激励人的经验做法。

党委副书记蔡继东结合培训和“卷烟上水平”工作,提出三点要求:一是强化组织意识,要明确目标任务,分析现状,探求提高党务工作水平的途径方法;二是强化党员的主体意识,要集中力量,充实内容,强化效果,探求年度主题教育形式载体的可行性;三是善于运用组织的力量,要真实识别党员队伍的现状,转换说教内容为规范要求,形成企业文化加以运用和推广,以期通过解决实际问题来解决思想问题,有效发挥思想政治工作的优势。

通过培训,参训人员进一步统一了思想认识,丰富了开展思想政治工作的思路和方法,为有效发挥党组织的战斗堡垒作用,助推企业实现“卷烟上水平”,促进“百万中南海”目标实现打下了理论基础。(赵艺 吕风梅)

## 上海世博会上的 宇通元素

本报讯(记者 李代广)举世瞩目的2010年上海世博会吸引着全球的目光,在这片528平方公里的土地上,来自全球的189个国家和57个国际组织进行了精彩展出。作为中国客车第一品牌和河南工业企业的代表,宇通元素在公共交通国际会馆和河南馆均有呈现。

公共交通国际会馆的设计,结合了绿色元素,从亲切、新奇、有趣的角度出发,让参观者认识到使用公共交通出行的好处。通过轨道及道路模型、影像与图像的结合,使人们对公共交通创造城市美好环境留下印象。作为全球创新公共交通元素的代表,宇通 ZK6180HGC 公交车(即郑州 BRT 用车)模型在该馆隆重亮相,展示了当今公交的主流发展方向。

主题为“国之中,城之源”的河南馆,位于中国馆一层 A 片区,占地约 600 平方米,远远望去就像一个巨大的“中”字,分上中下三层空间,取“地理之中、文化之中、发展之中”之义。展馆中都是一个全开放的坡面空间,色彩绚丽的小人偶挂满穹顶,一个个河南特色展品陈列其中。作为河南现代工业的代表,宇通客车自然位列其中。变幻的灯光中,宇通客车模型向游客静静呈现。

据了解,前国内各大网站推出了世博联盟统一活动,发动当地网友推荐最能代表本地的展品去世博会,在大论坛开设的“河南世博展品我来选”活动中,宇通客车受到了众多网友的推荐,排名现代工业类首位。

宇通元素在世博会上的完美呈现,充分展现了宇通在行业及区域范围内的实力和影响力,足以让全体宇通人为之自豪。

## 经营转型 | JingyingZhuanXin

□ 钟锐

虽然国美电器副总裁何阳青斟酌句地回复记者,“我不清楚此事”,但记者从多方打探,证实国美收购世纪电器网正在进行中。

“收购是真的。还在谈具体细节。”一位接近世纪电器的业内人士分析,“暗渡陈仓”是国美最好的选择,但如今哪瞒得住。

### 为什么是世纪电器?

“当然要做电子商务,否则很快就会 Over 了。但电子商务没想象的那么简单,收购个现成的网站学人家是怎么做的。”国美一位内部人士透露。

专注于 3C 产品的销售,是世纪电器有别于电器网购领域知名网站京东商城的最大特点,这正符合国美此前将 3C 作为 B2C 核心产品的定位。此外,异于已经实现了 18 亿美元的融资但尚无一分钱盈利的京东,世纪电器已实现盈利。

当然要做电子商务,否则很快就会 Over 了。但电子商务没想象的那么简单,收购个现成的网站学人家是怎么做的——

# 国美收购世纪电器

国美作为收购方是合适了,但世纪电器为何愿意出售?有媒体称后者资金链出现了问题。

“资金链问题是百分之百的。”上述接近世纪电器的业内人士透露,“做到这种程度的网站不到迫不得已不会考虑卖出的,吸引风投是更好的选择。”世纪电器近年扩张过快,导致资金吃紧。2009 年,国美、苏宁受益于家电“以旧换新”,相当于产品获取了 10% 的价差,于是家电网购价格优势不再,市场遭挤压。内外夹击,到今年 3、4 月份,世纪电器资金出现较大缺口,“原本围拢上来的风投‘哗’就闪了”。

### 左手砍右手的自我革命

虽然赶在“被吃”之前“吃”了挑战者,但国美接下来面临的将是一场挑战自我的“左手砍右手”革命。



“不转型不行了,现在不少消费者是到国美、苏宁去看价,网上商城下订单。”一位家电企业营销老总说。

统计显示,目前全国家电类网上商城已超过 1000 家。2008 年家电网购销售额约 200 亿元,2009 年 400 亿元,GEK 预计 2010 年接近 800 亿元。淘宝电器城亦在今年年初上线。

“那些网站暂时威胁不大,淘宝做电器就有点麻烦了,它有成熟的物流配送体系。”国美一位内部人员表

示。淘宝电器城的口号是,“只要苏宁国美卖的商品,淘宝电器城都有卖”。

记者发现,目前淘宝电器城有苏宁的身影。“苏宁肯定呆不久,那是助淘宝威风杀苏宁士气的事。”一位电器购物网站负责人判断。据记者了解,国美也在淘宝电器城做短暂驻足,随后撤了。

其实,苏宁对电子商务的态度也正发生微妙变化。张近东近来在多个公开场合表态,只要时机成熟,苏宁“随时可以切换到 B2C 平台”。

从苏宁、国美今年以来的行动看,“时机”似乎正在成熟,但“切换”似乎不易。

“国美以前自己做商城都没能协调好内部资源,现在世纪电器的外来团队能否协调好?除非陈晓亲手操刀,亲自协调。”上述电器购物网人士分析。

## 羚锐制药:“比”出员工凝聚力

□ 汤兴

河南羚锐制药股份有限公司创立于 1992 年 6 月,是一个相对年轻的企业。该公司员工平均年龄不过 30 岁,30 岁及以下员工占职工总人数的 70% 以上。绝大部分青年员工都是直接从学校进入企业,不但在企业的时间短,而且对市场竞争的残酷性、企业严格的现代化管理等缺乏了解和应有的承受力,而对个人职业生涯缺乏规划设计,个人上升空间、经济收入又期望过高。如何通过思想政治工作和企业的人文关怀,让员工心往一处想,劲往一处使?羚锐制药有针对性地将“比较法”运用于形势任务教育之中,通过公司与周边企业在地位、实力、发展方向等多个方面的对比,使员工对公司面临的形势、公司的情况和个人的发展等有更加清晰明确的认识,增强员工的忠诚度、认同度和企业的凝聚力。成功地探索

出一条思想政治工作新途径,有效地促进了企业又好又快发展。

### 比生存环境

羚锐制药每年组织员工代表到周边企业参观交流,用事实说话,用员工的切身感受说话。许多青年员工在参观中看到别的企业的同龄人住宿条件很差,10 多人挤在一个房间里,没有电视、没有空调。反观羚锐制药,不仅收入相对比较稳定,而且在福利方面公司更是竭尽所能。除了给员工办理国家规定的保险和职工医疗互助保障外,公司还为员工增加了意外伤害医疗险和团体人身意外伤害险等商业保险,为女工参保了女工安康互助保险。公司还建立并完善了员工俱乐部,配备了必要的健身器材。员工可以免费在俱乐部里锻炼身体。此外,公司积极倡导人文关怀,建立了谈心机制、帮困机制、暖心工程等,并依托工会、共青团组织,定期开

展文体活动,丰富员工精神文化生活,为员工们营造了极好的人文环境。

### 比发展空间

公司建立了合理而健全的岗位体系,为员工职业生涯规划发展描绘了清晰的职业发展路径图。公司定期开展各种职业发展培训和群众性的技术比武活动、岗位练兵活动、员工读书活动等。近年来,公司共培训员工 6000 人次,人均每年约 3 次。公司充分尊重员工的首创精神,大力鼓励员工自主创新,调动员工立足岗位成才的热情,在公司深入开展岗位技术竞赛活动,评选“优秀员工”、“优秀共产党员”、“优秀管理干部”、“优秀岗位操作能手”等活动,较好地调动了员工的积极性。在羚锐制药,员工们看到了这样一个事实:公司不仅关注企业经济效益的增长,更关注员工个人的发展,这和周边那些不稳定的

企业相比形成了鲜明的对比。

### 比出员工的忠诚度

在羚锐制药,年龄不到 30 岁便走上中层管理岗位并不稀奇。几年前,一名员工为了眼前的利益而跳槽了,此后的时间里他辗转了好几个省市,一直没有找到理想而稳定的工作,结果弄得身心交瘁。而这位员工当年的同事们,在羚锐制药却都得到了良好的职业发展,有的还当上了部门经理或生产技术方面的负责人。

鲜明的对比,让员工们对企业多了一份忠诚,员工队伍的凝聚力、向心力明显提升了。近两年来,羚锐制药的员工,特别是骨干员工流失率大幅下降,随之而来的是生产经营的逐步向好。羚锐制药在市场上的表现可谓抢眼,公司在国内贴膏剂药品行业中的地位一直保持领先。2010 年 5 月,公司工会荣获全国总工会授予的“全国模范职工之家”称号。

## 借央视媒体传亚宝品牌 强势媒体印证亚宝品质

# 央视《购物街》再次走进亚宝药业

7月19日,央视经济频道大型互动娱乐节目《购物街》栏目组来到亚宝集团风陵渡工业园,举办亚宝专场选手选拔活动。来自全国各地的销售精英和客户代表 120 余人,与亚宝经销公司后勤服务人员一同参加了此次“CCTV 幸运邮天下亚宝药业专场体验活动”。山西省邮政局广告函件局局长毛淑芳、运城城市邮政局党委书记丁美芳及亚宝集团总裁许振江、副总裁任蓬勃一同出席了此次专场体验活动。

此次亚宝专场体验活动是央视

《购物街》栏目组继 2009 年之后第二次走进亚宝药业。一方面亚宝集团借助央视《购物街》栏目强大的收视率和中国邮政连万家的功能,充分展示企业形象,提升企业美誉度。另一方面,亚宝集团也通过这样的互动方式来答谢客户,作为一种全新的店培理念和沟通方式,倾情为终端客户代表搭建实现价值的平台和魅力展示的舞台,在提倡健康快乐生活的同时,给店员送来幸运,创造惊喜。

活动现场,120 余名亚宝幸运客

户与央视导演和购物宝贝亲密互动,一起玩起了“小型版”《购物街》精典游戏。参赛选手通过“一口价”、“七个钢镚”、“大转轮”等有奖互动游戏和精彩纷呈的活动,在充满欢乐、充满情趣中了解亚宝产品,宣传亚宝的品牌形象,体验《购物街》节目独特的魅力。而更独具特色的是参赛的每个方阵分别用了桂儿脐贴、珍菊降压片、忍冬感冒颗粒、绞股蓝总甙分散片等亚宝名牌产品作为队名,让客户备感亲切,现场气氛热烈。

通过自我介绍、互动游戏等环节的比拼,最终选拔出 60 名获胜者,赴京参加《购物街》节目的现场录制,体验精彩刺激的价格游戏。专场体验活动前一天,所有来亚宝的医药终端代表还参观了亚宝工业园的生产现场和企业文化展厅,并游览了关帝庙、永乐宫、大禹渡等当地名胜。据悉,这次参加亚宝专场体验活动的 120 余名销售精英和终端客户是亚宝经销公司今年在太原、郑州、长沙等 11 个城市举办专场活动中海选出来的。(海珍)

## 华天集团谋划“十二五”战略

近日,华天集团在潇湘华天举行战略内部研讨会,广泛听取集团在湘企业主要负责人对集团“十二五”战略规划(草案)的意见和建议,进一步修改、完善集团战略发展规划,为集团举行的“后危机和高铁时代湖南旅游发展高峰论坛暨华天集团发展战略研讨会”热身思考,积极做好准备。

研讨会期间,集团邀请湖南大学教授、集团外部董事欧阳润平女士为与会人员授课,欧阳教授根据华天集团“十二五”战略规划(草案)内容,从集团战略改进、战略价值、战略协同、战略制定等方面发表了真知灼见,提出了很好的修改意见,给与会高管人员提供了启发和借鉴。

集团在湘所属 28 个公司的主要负责人围绕欧阳教授的授课内容提示和“集团十二五战略是否符合华天当前实际”、“为实现这一战略目标,作为基层管理人员应该怎样做”两个问题,踊跃发表了许多很好的意见和建议。

集团董事长陈纪明作了重要讲话,陈董事长首先就集团的核心竞争



力、集团的盈利模式、华天企业如何协同等几大问题进行了详细的阐述和解答。然后,陈董事长重点就集团即将推出的“十二五”战略规划中几个重要的目标进行了解读:一是未来 5 年华天集团要跻身中国旅游集团前 10 强;二是华天酒店要力争成为中国的香格里拉。

具体工作要从以下 9 个方面入手:1、企业一定要创收。各公司要增强高管人员盈亏意识,新项目要缩短经营磨合期,加快盈利步伐,新开企业第二年要盈利;老酒店要老当益

壮,持续创收。2、未来 5 年集团酒店拥有数力争达到 100 家。3、确保每发展一家企业要赢利一家企业。4、商业地产要以每年收入 5 亿以上的速度递增。5、旅行社要保证在现有基础上有 2 倍以上增长。6、发展要有资金保障,不能只依赖银行,集团每年要在资本市场有 5 亿以上的融资。7、要有超常规的方式。集团要在未来几年里开发 3 到 5 个在国内叫得响,在省内外数得着的大项目。8、集团要确保目标实现,人才是关键。集团要打破常规,引进外部人才,实施后备人才

计划,给后备人才提供平台,创造机会。如何运作华天管理学院,培养人才是今后工作的重中之重。9、华天员工利益、高管人员和企业利益同步增长,集团公司和管理公司要拿出股权激励的办法,让高管人员的利益与华天集团的利益捆绑在一起,包括企业年金、养老保险基金,都是下一步集团要认真思考和解决的问题。

省政府派驻监事会主席李建华作了重要讲话:第一,集团战略目标定位很明确,具体思路很明晰。第二,对华天集团实现“十二五”规划目标很有信心。第三,衷心希望高管人员站在集团全局的高度,谋划集团发展。集团总裁许维主持了研讨会,他用“领导开明、授课精到、备会充分、真知灼见。”16 个字概括会议取得的效果,并对如何落实会议精神作出了部署,提出了要求。

集团领导、集团外部董事、监事会成员、华天大酒店独立董事、集团所属在湘公司主要负责人和集团部门经理出席了研讨会。(成山 海雄)

## 锌业一厂 低碳生产

今年两会上,“关于推动我国经济社会低碳发展的提案”被列为全国政协一号提案,这预示着“低碳”已成为经济社会发展的趋势。

锌业一厂是豫光锌冶炼的龙头工序,该厂的锌精矿采用鲁奇式沸腾焙烧炉焙烧,其烟气回收后采用稀酸洗涤、双接触制酸工艺生产硫酸。硫酸销售市场一直较好,2008 年,曾创下了市场价 1800 元/吨的最好市价。所以综合回收的效益不可小视,在承担环保职责的同时,绿色冶炼也给豫光带来了更多的市场和机遇。

目前锌业一厂的两套硫酸系统设计为 36 万吨/年的生产能力,由于成本低,每年都会有可观的收入,2009 年,公司对硫酸产品的结构调整,不仅进一步拓宽了市场,同时也提高了市场竞争力。

硫酸生产气浓高、转化率高就能高产,但环保形势严峻,“低碳”呼声愈演愈烈。要产量还是要环保?该厂义无反顾地选择了降低气浓,低碳生产,打造绿色冶炼企业。在绿色冶炼中,该厂不断提升装备水平,培养大批的硫酸熟练操作工,并积极用创新提管理,靠管理降成本,用员工增效益。

### 提升装备 培养队伍

在生产中,该厂人员积极“走出去”考察学习,并带回先进经验,不断改进和提升现有装备水平。

2009 年 10 月份,根据学习经验和考察,该厂将一期循环泵更换为节能泵,每台可节约电耗 30%。而二期试产时,该厂又参考市场最新信息,将动力波材质改为玻璃钢,干吸分离器采用槽氏静压分离器,风机采用德国西门子进口风机(一期一备一用,二期只有一台,这样就降低了设备消耗和电耗)……另外,在生产中,该厂注重培养优秀的硫酸操作工,大批人员在不到 5 年的时间经历两期试产,积累了丰富的经验,现在一个个都是硫酸操作的“好把式”,而硫酸系统不断轮岗培训使操作工也成为了“多面手”,为生产的顺利进行提供了人员保障。

### 提管理 降成本 增效益

在硫酸生产最主要的问题就是“跑冒(烟)滴(酸)漏(气)”问题,目前一期系统已运行 5 年,设备老化、腐蚀严重等使跑冒滴漏问题上升。

今年,锌业一厂想争取突破 40 万吨/年的目标,但一期大修让这个任务变得有些艰巨,但该厂通过一系列的措施努力完成。在生产、管理过程中不断创新工作,不断提高管理水平,从“岗位标准的编写”到“管理量化标准”,以及“优秀班组评选”等,一个个主动创新,不但提升了管理人员的水平,也带动各项工作的更上一层楼。另外该厂还通过不断强化设备、工艺管理来降低成本。该厂从操作细节上下功夫,加大硫酸系统和焙烧系统操作协调培训,不断优化操作,顺畅协调。

目前,该厂正在对已达标排放的尾气进行进一步的综合治理,力争不断改进,追求更低标准。

经过各项措施的实施,锌业一厂上半年共生产硫酸 20 万吨,取得历史最好成绩。(党春艳)