



群英集团董事长 蒋建良

发

“须知少日拿云志，曾许人间第一流。”旭日东升舜翩跹。肩负历史重任的群英集团总裁蒋建良20年风雨兼程，高举“布遍全球”的民族大旗，秉承艰苦奋斗的顽强精神和执着的创业坚强意志，在创业的征途上不断努力成为大国，终于成为中国纺织业中跃起的一匹黑马而声誉鹊起！

1990年，中国改革开放热潮如火如荼，大江南北创办实体之风盛行，许多有为青年开始走上“工业兴国”的创业之路，其中不乏民营企业，群英集团的开山祖师蒋建良就是其中之一——他带领全体群英人奋战在纺织行业20年磨一剑，从一个名不经传的小作坊企业快速崛起，书写着一部民营企业“自强不息，报效祖国”的传奇历史。

兴办峥嵘。创建于上世纪90年代初期的群英集团，如今已拥有了家分公司、占地面积达250亩的纺织区发展、专业从事经编化纤的纺织产业链的规模型企业。公司固定资产4亿元以上，2009年销售额达8亿元，拥有员工队伍1500多人，年产国内经编毛毯面布5000万米，构建集成化纤纺丝研发、织造、印花、染色、后整理一条龙生产结构和国内外贸易销售为一体的经编产业集群。2008-2009中国纺织服装企业竞争力500强”公布的常熟10家企业中，群英集团跻身第五位，成为实力雄厚的中国经编行业龙头企业之一。

继往开来，理念制胜。透视群英集团领头羊蒋建良董事长以“坚中、专法、创新、开拓”的精神，开创创业史彪炳篇章的传奇故事，以续读者。

上篇 砥砺奋进 二十年磨一剑

一、路漫漫其修远兮 吾将上下而求索

悠悠长江奔涛不息，在中国历史前进的长河中留下许多可歌可泣的优秀民营企业家的光辉足迹，他们毕生的心血为祖国的富强搏击。在为社会创造财富的同时，也为实现自己的人生价值交出一份份满意的答卷。

八千里路云和月，扯满风帆劈浪行。坐落在美丽江南水乡常熟的群英集团创始人蒋建良，是一位具有传奇色彩的私营企业家。不用扬鞭自奋蹄的创业生涯中，充满着艰辛和坎坷，也尝到了快乐和甜蜜——“用意忘机梦想成真，用坚守实现事业成功”的蒋建良，兼收并蓄，胆识过人。用实践阐释“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”的商道精神成为引领时尚经编的行业龙头而骤然闪亮。

历史回眸，追溯到90年代初，时期25岁的木匠蒋建良风华正茂，在行业中被喻为是一

中国经济脊梁·百家明星企业暨百名卓越企业家

仅以此文献给中国经济脊梁“百家明星企业、百名卓越企业家”蒋建良董事长和他领导下的群英集团的全体英雄们！

继往开来 理念制胜

——记中国经编产业快速崛起的骏马“群英集团”董事长蒋建良

□ 本报记者 张力农

“经编行业”，如今硕果累累，无论市场如何大起大落，都执着地守住这块绿洲锱铢不舍。那么他的动力到底来自哪里？蒋建良动情地告诉记者：“25岁是我人生途上的一个转折点，我的驿站在哪里？路漫漫而道茫茫，哪里是我人生的坐标？我的创业方向是什么？”蒋建良上下求索寻求一个正确的答案——“责任造未来”！蒋建良是一个热血青年，爱家爱国爱社会，在今年蒋建良迎来自己45岁生日的时刻可以自豪地对人说“我无愧于这八尺男儿身，无愧于父母的生养，无愧于党和国家的栽培，无愧于全体员工的信任……”在全球金融危机的冲击下，群英集团生意竟然红火，而且利润不减，可见董事长蒋建良智出商众、营销能力不同凡响——立足于科技、开发、新品、技术的一流追求，走差异化产品创新思路的坚定不移，引领蒋建良从“产品经营到品牌经营到规模经营”的步步为营、稳打稳靠战略的不断升级。他高举改革大旗，向着既定目标争当行业“小巨人”的标杆直跑！

激昂人生奋飞的足迹，蒋建良演绎出无愧于行业巨头和中国“经济脊梁”明星企业”和“卓越企业家””的动人故事。

1966年出生的蒋建良是一匹骏马，快马加鞭20年，从小打小闹的乡镇小作坊起步，在“工业救国”的广阔天地里策马扬飞，如今“群英”已经能够作为一艘大舰，2009年跻身“常熟20强民营企业”之列的群英集团，成为常熟经编产业的骄子。

“胸无志人立不”，永不满足，立志进军全球，打造“布遍世界”的群英面料引吭人蒋建良，为实现自己宏远目标大胆出招：“制定行业标准”为获得行业与世界的话语权发奋图强做了精心准备——为谋求新发展，蒋建良广揽人才，品牌战略一卒不让，以“强势”攻击平摆头兵。“得人者才得天下”。攀登人才高地，加大高端战略型人才和CEO管理大腕的引进，重视研发团队实力的储备，营造第一阶梯人才队伍“世界级”一流科技团队精英，向行业高科技尖端领域进军、为缔造国际化持续发展发展的全球大公司梦。以改革精神使企业脱胎换骨的蒋建良不辱使命，加快结构调整和产业升级步伐，以高新技术和人才集聚的实力应对各项严峻的挑战，以不断推陈出新的精筑剑刺世界！蒋建良决心用一輩子的心血去努力践行，为人类健康福祉，提供优质、舒适、安全、靓丽的新品，提升“绿色健康新生活，为普遍一座康乐守日，适应时代潮流发展的低碳环保“群英面料王国”这一历史丰碑而砥砺前行！

1993年，随着市场经济的不断发展和对经编市场需求的增大，谋略出众的蒋建良不失时机及时调整投资方向，转向市场十分看好的经编产业。他认为：经编业用工量少、产量高、产品要求门槛相对较低、市场需求面广增，并且经编产品品种繁多、空间大，选择余地多，资金积累快又容易周转……因此在当地政府的指导下，大批经编企业遍地而起，集聚成一方实力雄厚、特色鲜明的经编大市。此时群英集团虽尚无名气，但浓厚的创业氛围熏陶着立志干大业的蒋建良暗下决心，经过20年蓄势砥砺前行，以坚守自己专注的实业精神稳步向前，逐渐壮实起来。然而，正当蒋建良施展拳脚欲干大事业的时候，一场严峻的考验迫临而来……

市场经济跌宕起伏，经编行业同样起落不定，变化无常。从1993年到1999年群英集团陷入低谷，残酷的形势使羽毛尚未丰满的蒋建良陷入了沉思——“干事业不易，干大事业更难！”逐渐醒悟过来的蒋建良告诫自己：“增强信心，坚持下去是第一位。”……回过头去，蒋建良感叹万千——“坚持下去”这是他对记者采访时说得最多的一句话。在困难时期的几年中，群英公司修身养性进入全面调整阶段。但作为企业领头羊蒋建良董事长却无暇休息，他对自己提出更高更严的要求：利用一切机会充电，加快个人领导能力和素质的提升，向自己企业管理及市场经济运行规律进行钻研，以提高自己的决策力、应变力和影响力；重视企业文化建设，培养有用人才。“人才兴企”的网略这时开始浮出了水面；追求“客户第一、质量至上、诚信经营、信誉为重”的企业发展宗旨永远不变；加大科技创新，进行技术改造和设备投入的投入；抓住时机兼收并蓄，制定群英集团跨越式的发展坐标……蒋建良将企业发展战略定格为：“争当行业龙头和领跑企业”而一言九鼎策马向前。

“龙兴如云。群英集团所在梅李镇经编产业发迹史悠久，群发力量雄厚。10多家颇具实力、技术一流、跨地区、跨国度、拥有很强竞争力的经编强企业集聚一地，按市场不同需求发展而各自暗中发力，其特色产品在全国经编市场十分抢手并具有一定的影响力。而这强龙之首的群英集团，更以先进设施和科技创新而名列前茅，并且逐渐成长为最具竞争力的经编产业中的“单打冠军”！

从企业文化抓起，蒋建良要将群英集团打造成一个具有优秀文化特色的规模集团军，其精髓为：一、核心价值观：“品质第一、信守承诺、群英善才、认真细致”；二、使命：“致力为客户提供健康、环保、舒适、保暖的美好生活”；三、战略目标：“在未来5年做到销售额15亿元、人均产值150万元、人均收入翻番，企业走向正规化、国际化、持续发展”；四、愿景：“成为上市公司集团”；获取世界认可，拥有行业话语权，成为行业标准的制定者，成为行业内研发、咨询、服务的权威人士输出地”的巨舰……

蓄势待飞的跳脱。蒋建良率领群英人争当行业小巨人并努力高摘取经编面料王国桂冠的伟业已昭然若揭。

白驹过隙，光阴荏苒，20年在中国发展的长河中只是一瞬间。但是群英集团已在创业路上刻下了20个光辉年轮。乘上改革开放东风，蒋建良于90年代初，大胆决策跨入门槛较低

的压力和竞争都会给企业发展带来新的“瓶颈”和“救助”，其中高端人才稀缺是一大制约……因此重任在肩的蒋建良不得有丝毫松懈！尤其是随着形势的逼人和企业强劲发展的需要“人，才兴企，创业强企，团队旺企”的战略方针都需要加快步子；随之而来的企业现代化进程的种种步履也迫在眉梢……如何加快企业现代化管理的变革，以各种人性化的规章制度来规范员工向智力型转化、如何以树立远大理想和履行社会责任来激励干部努力攀登、如何在当前“用工荒”潮流中稳定员工队伍都是第一要事。蒋建良董事长以“待遇留人、感情留人、发展留人和事业留人”将员工的心“留在群英这个“家”；与此同时，加快企业文化建设，确立人力资源是企业最大财富的理念，将人才竞争看作是企业市场的首要竞争力……不遗余力、广开言路，求贤若渴，寻找猎头，以企盼重量级人物实现全体员工奋力推进群英车轮滚滚向前，铸造世界级百年群英——加速群英面料“布”遍全球，快速占领世界市场制高点，是群英集团二次创业剑深致远的前阵。

领袖风范，优秀企业家蒋建良抢抓机遇，坚持“发展是硬道理”的践行初现端倪！

二、夯实基础 追求“卓越绩效”管理模式

管理是一门科学，是企业强筋壮骨的基石。和庄稼生长一样，“三分种，七分管”，同样也是企业平稳健康发展的永恒主题。无论企业采用何种方式：如以生产型管理——以生产为中心的企业管理模式；或是完成国家计划；或是生产经营性管理——以经营为中心的管理方式，以市场经营观点为指导思想，以提高经济效益

三、激发组织活力是企业管理的实质

管理是企业成功的逾越21世纪的有力武器。企业成长，重在管理“救助”的突破。

登高望远方能居安思危。自幼聪慧，善于学习，善于思考、善于总结的蒋建良，虽并未受过正规高等教育但对企业管理颇有研究，平日里他尊重人才，喜欢与有识的人交往，并能从不同的人的谈话中汲取营养，尤其注重企业管理的策略和实践。善于全面观察并举一反三的蒋建良，用心、用战略引领企业稳步向前“不图一时一地的得失，一分一厘的获取，注重长远根基的扎实和持续稳定”。这是群英领头雁蒋建良不同于“只有商机而无战略的商人”，因为他是一位注重战略的企业家。年轻有为，在人生经过近万个日夜夜的市场生涯中历练成形的蒋建良，对21世纪企业管理理念有着新的诠释——他认为“和谐是管理的最高境界”，洞出惊人的蒋建良一针见血地指出，“一个优秀的管理者在管理的理念层面上修的修远胜于管理技术层面上的修炼”！多么深邃的见解啊！

理念是行动的指南，从此用机制激活团队斗志，以张弛有度的心情、达观天下的气魄，坚守专业的毅力，“勇攀高峰”追求卓越和争当行业领袖者的蒋建良决心下好企业创建这盘棋来提升企业战斗力。为群英二次创业蒋建良费尽心力，坚持引进CEO尖端人才，“激发组织活力”，发挥集体智慧，再呈蒋建良“理念先行”的卓见。为此，董事长蒋建良渴望有志向加盟群英发展的精英人才尽快入厠，共创辉煌。

现代企业管理的一个新标杆“激发组织活力”的基础是“全员动员”，立足于员工积极性的调动和持续。蒋建良强调群英发展“以人为本”为最终目的；或是行政性管理——以“厂长经理为首的一整套生产行管理组织，由各级行政领导人员、职能机构和职能部门组成，成为工厂、车间、班组三级管理组织等不同的管理型模式，都必须以追求“卓越绩效”为目标，这一管理发展的战略方针在群英集团掌舵人蒋建良的企业远景图上打上烙印，力打造“现代群英、百年群英”而势劈。

蓝图在胸的蒋建良运筹帷幄，他在探索一种在中国尚未全面推广的一种更新的管理模式——即追求“卓越绩效”的最佳管理模式。他意味深长地告诉记者：“我们群英集团是一个奋进的团队，从领导层到管理层到员工都在苦练内功，追求更加完美的企业形象，立志成为行业中的领跑者就必须追求卓越绩效”……那么卓越绩效模式到底具有哪些优势呢？它的目标和内容是什么？为什么群英集团这家成长型企业如此青睐这种管理模式？让我们解开以《卓越绩效运行准则》为依据而制定开编的这种管理模式的奥秘：

下篇 以企业文化推动群英集团向现代化嬗变

一、革故鼎新 从变革组织结构型式开始

21世纪，是我们社会迈入全球化竞争更加激烈的知识经济时代。这个时代也是一个经济高度发展和“合作第一、双赢趋势”的时代……因此，21世纪必然是一个理念决择和战略方向的老更迭、推陈出新并不断创新，与时俱进的新时代。

高瞻远瞩。蒋建良告诉记者“企业要发展，离不开两个轮子的推动：一是科技，二是管理，而管理起到“导航”作用”。管理，相对技术而言不易看见，但它确实是更根本、更重要的无形资产。而在管理领域中又以企业文化为根为骨，更为持久……

私企群英集团是“梅李中国经编名镇”规模最大、实力雄厚的行业支柱企业。20年前，改革开放的东风虽然吹遍全国各地，但私营企业犹如“小荷才露尖尖角”尚处在萌芽状态。经过市场经济大潮的冲击，不少私企不堪负重，命运多舛，有的仅仅只是昙花一现很重要的原因之一还是企业经营管理水平不善、企业文化落后的瓶颈制约！那么，破土而出的群英集团又如何能在其掌门人蒋建良的导航下战胜低谷而力挽狂澜并茁壮成长起来呢？特别是如何巩固企业发展势如破竹的态势——如今便已成为一家集纺、织、印、染、科研、开发于一体，专注化纺织纤维经编制造产业结构、内外贸易兼营的大集团公司，以及目前已形成“常熟地块”和“宿迁地块”两大方阵；家分公司的规模实体和行业领跑者地位更加蔚为大观呢？蒋建良决心革故鼎新从变革企业组织结构形式开始，重视企业管理，重视企业文化建设。目前企业已通过ISO9001:2000质量管理体系认证和ISO14001:2004环境管理体系认证，并拥有各类发明专利、新型实用专利和外观设计专利共计187项以上……群英集团用实践证明“发展是硬道理”的科学管理，用企业文化金钥匙开启“实力群英”的建造。

国内外市场竞争日渐激烈，在这一严峻形势下，企业之间的竞争将发展成成本的竞争和文化的竞争。进一步弱化企业文化建设在梅李标准”。……蒋建良在企业科学管理理念上更进一步。

2010年9月8日 星期三

群英集团“群英制胜”——记中国经编产业快速崛起的骏马“群英集团”董事长蒋建良

企业文化是企业发展过程中逐步形成和培养起来的具有本企业特色和老板意愿的企业精神、发展战略、经营思想和管理理念，并逐渐成为企业员工普遍认同的价值观、道德观极其行为规范……就其本质而言，企业文化对外是企业的一面旗帜，对内是一种向心力！因此企业文化具有振兴功能、约束功能、协调功能、凝聚功能和形象功能，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念。正如“一个企业真正的价值和魅力不是产品，而是它的文化”这个深奥的哲理一样。勿须置疑，21世纪企业成功要领贤在企业文化建设！无论是管理思想、管理方式、群体意识和行为规范，都是企业文化在生产/经营中逐渐积累起来的以人与人之间的企业文化综合。剖析开来：管理有与物之别和与软与硬之分，前者以人的管理为主，后者以机制为重。它们都是人类思想意识在生产/经营中的不断积累并为企业组织结构的”管理模式”。这种形式是由三个管理系统交叉组合而成的一种新模式：一是按产品划分的事业部制，即产品利润中心；二是按地区划分的专门机构，即地区利润中心；三是按职能划分的专业参谋机构，即专业成本中心……总之，这是从矩阵式基础上发展起来的一种多维组织形式，目的是把产品经理、地区经理和专业参谋部门三者的管理有机地统一和协调起来，有利于互通情报、集思广益、共同决策！这种组织形式主要适用于规模性公司，尤其是向跨国公司迈进的集团。矩阵式组织是一种多维组织，完全区别于只适用于小型企业的组织形式，只适用于工业生产的初级阶段和生产简单的小型规模企业的直线制，因为垂直系统设置管理层和配备管理人员的组织形式是一种不设专门的职能机构和部门的基础。蒋建良强调群英发展“以人为本”的企业责任，具有组织结构简单，职权分明、指挥统一、行政效率高的特点，但设有专业分工管理，要求行政管理人员通晓多种专业知识和管理技能，因此它不适用于规模大型企业、尤其是向跨国企业发展的企业。

企业文化是企业发展过程中逐步形成和培养起来的具有本企业特色和老板意愿的企业精神、发展战略、经营思想和管理理念，并逐渐成为企业员工普遍认同的价值观、道德观极其行为规范……就其本质而言，企业文化对外是企业的一面旗帜，对内是一种向心力！因此企业文化具有振兴功能、约束功能、协调功能、凝聚功能和形象功能，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念。正如“一个企业真正的价值和魅力不是产品，而是它的文化”这个深奥的哲理一样。勿须置疑，21世纪企业成功要领贤在企业文化建设！无论是管理思想、管理方式、群体意识和行为规范，都是企业文化在生产/经营中逐渐积累起来的以人与人之间的企业文化综合。剖析开来：管理有与物之别和与软与硬之分，前者以人的管理为主，后者以机制为重。它们都是人类思想意识在生产/经营中的不断积累并为企业组织结构的”管理模式”。这种形式是由三个管理系统交叉组合而成的一种新模式：一是按产品划分的事业部制，即产品利润中心；二是按地区划分的专门机构，即地区利润中心；三是按职能划分的专业参谋机构，即专业成本中心……总之，这是从矩阵式基础上发展起来的一种多维组织形式，目的是把产品经理、地区经理和专业参谋部门三者的管理有机地统一和协调起来，有利于互通情报、集思广益、共同决策！这种组织形式主要适用于规模性公司，尤其是向跨国公司迈进的集团。矩阵式组织是一种多维组织，完全区别于只适用于小型企业的组织形式，只适用于工业生产的初级阶段和生产简单的小型规模企业的直线制，因为垂直系统设置管理层和配备管理人员的组织形式是一种不设专门的职能机构和部门的基础。蒋建良强调群英发展“以人为本”的企业责任，具有组织结构简单，职权分明、指挥统一、行政效率高的特点，但设有专业分工管理，要求行政管理人员通晓多种专业知识和管理技能，因此它不适用于规模大型企业、尤其是向跨国企业发展的企业。

企业文化是企业发展过程中逐步形成和培养起来的具有本企业特色和老板意愿的企业精神、发展战略、经营思想和管理理念，并逐渐成为企业员工普遍认同的价值观、道德观极其行为规范……就其本质而言，企业文化对外是企业的一面旗帜，对内是一种向心力！因此企业文化具有振兴功能、约束功能、协调功能、凝聚功能和形象功能，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念。正如“一个企业真正的价值和魅力不是产品，而是它的文化”这个深奥的哲理一样。勿须置疑，21世纪企业成功要领贤在企业文化建设！无论是管理思想、管理方式、群体意识和行为规范，都是企业文化在生产/经营中逐渐积累起来的以人与人之间的企业文化综合。剖析开来：管理有与物之别和与软与硬之分，前者以人的管理为主，后者以机制为重。它们都是人类思想意识在生产/经营中的不断积累并为企业组织结构的”管理模式”。这种形式是由三个管理系统交叉组合而成的一种新模式：一是按产品划分的事业部制，即产品利润中心；二是按地区划分的专门机构，即地区利润中心；三是按职能划分的专业参谋机构，即专业成本中心……总之，这是从矩阵式基础上发展起来的一种多维组织形式，目的是把产品经理、地区经理和专业参谋部门三者的管理有机地统一和协调起来，有利于互通情报、集思广益、共同决策！这种组织形式主要适用于规模性公司，尤其是向跨国公司迈进的集团。矩阵式组织是一种多维组织，完全区别于只适用于小型企业的组织形式，只适用于工业生产的初级阶段和生产简单的小型规模企业的直线制，因为垂直系统设置管理层和配备管理人员的组织形式是一种不设专门的职能机构和部门的基础。蒋建良强调群英发展“以人为本”的企业责任，具有组织结构简单，职权分明、指挥统一、行政效率高的特点，但设有专业分工管理，要求行政管理人员通晓多种专业知识和管理技能，因此它不适用于规模大型企业、尤其是向跨国企业发展的企业。

企业文化是企业发展过程中逐步形成和培养起来的具有本企业特色和老板意愿的企业精神、发展战略、经营思想和管理理念，并逐渐成为企业员工普遍认同的价值观、道德观极其行为规范……就其本质而言，企业文化对外是企业的一面旗帜，对内是一种向心力！因此企业文化具有振兴功能、约束功能、协调功能、凝聚功能和形象功能，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念，所以企业文化是企业发展的无形资产的概念。正如“一个企业真正的价值和魅力不是产品，而是它的文化”这个深奥的哲理一样。勿须置疑，21世纪企业成功要领贤在企业文化建设！无论是管理思想、管理方式、群体意识和行为规范，都是企业文化在生产/经营中逐渐积累起来的以人与人之间的企业文化综合。剖析开来：管理有与物之别和与软与硬之分，前者以人的管理为主，后者以机制为重。它们都是人类思想意识在生产/经营中的不断积累并为企业组织结构的”管理模式”。这种形式是由三个管理系统交叉组合而成的一种新模式：一是按产品划分的事业部制，即产品利润中心；二是按地区划分的专门机构，即地区利润中心；三是按职能划分的专业参谋机构，即专业成本中心……总之，这是从矩阵式基础上发展起来的一种多维组织形式，目的是把产品经理、地区经理和专业参谋部门三者的管理有机地统一和协调起来，有利于互通情报、集思广益、共同决策！这种组织形式主要适用于规模性公司，尤其是向跨国公司迈进的集团。矩阵式组织是一种多维组织，完全区别于只适用于小型企业的组织形式，只适用于工业生产的初级阶段和生产简单的小型规模企业的直线制，因为垂直系统设置管理层和配备管理人员的组织形式是一种不设专门的职能机构和部门的基础。蒋建良强调群英发展“以人为本”的企业责任，具有组织结构简单，职权分明、指挥统一、行政效率高的特点，但设有专业分工管理，要求行政管理人员通晓多种专业知识和管理技能，因此它不适用于规模大型企业、尤其是向跨国企业发展的企业。

“内部完善是立身，形象打造是固本”。作为群英现代管理中不可或缺的企业文化建设，它必须以两大元素做支撑：一是内部管理、二是品牌形象，而企业文化则是企业内部管理的最高层次，是企业经营管理一门“以人为本”的管理科学，这就是21世纪企业管理者的“着眼点”，已完全跳出了工业发展初期那种重视物而轻视人的管理理念。当前企业发展要靠技术、质量、价格和信息、和未来企业的发展则靠智慧和潜能，打造企业文化不同时期的不同内容正是群英集团打造百年基业的基础！

“内部完善是立身，形象打造是固本”。作为群英现代管理中不可或缺的企业文化建设，它必须以两大元素做支撑：一是内部管理、二是品牌形象，而企业文化则是企业内部管理的最高层次，是企业经营管理一门“以人为本”的管理科学，这就是21世纪企业管理者的“着眼点”，已完全跳出了工业发展初期那种重视物而轻视人的管理理念。当前企业发展要靠技术、质量、价格和信息、和未来企业的发展则靠智慧和潜能，打造企业文化不同时期的不同内容正是群英集团打造百年基业的基础！

企业文化建设提升了企业的管理水平 在人员管理上，群英已由单纯靠经济手段走向以人为本的管理。注重员工思想素质提高，挖掘员工内在潜力，以遵纪守法、热爱岗位、热爱社会和企业的主人翁意识来激发员工的积极性和创造性；企业经营管理也由个人决定走向民主、科学性与规范化管理并时鼓励员工参与管理，提出管理，以企业文化建设提升群英集团整体科学管理的水准来保证群英持续发展 and 长盛不衰。

企业文化建设培育具有鲜明个性品牌 品牌的一半是物质，另一半是精神。群英品牌诞生群英发展，不仅要注重产品质量和科技的力量，而且必须具有高品质的文化附加值，重视传统文化的内涵和现代文化的有机结合，提升个性的文化内涵，创造别具一格的群英特色品牌。悦性于消费者的感官，获得消费者情感的交融。只有消费者认可的和“回头”的“民牌”，才是真正持久的品牌——名牌的核心是质量和形象的融合，应该体现鲜明个性的价值……

企业文化建设重在强化创新概念 群英个性品牌打造，其精髓是创新。创新是群英二次创业的主旋律和群英文化的灵魂！要敢于突破别人已有的经验，承认自我，敢于突破别人的别人的经验排除出困。解放思想，树立开发意识，在当前世界科学技术突飞猛进和市场竟日趋激烈的形势下尤为重要。加入WTO以后，群英人志当向何处去。先行一步，做行业探路排头兵，树立开发意识——家纺产品的特点是更新快、变化快，是“快鱼吃慢鱼”的竞争规律，产品

企业文化建设重在强化创新概念 群英个性品牌打造，其精髓是创新。创新是群英二次创业的主旋律和群英文化的灵魂！要敢于突破别人已有的经验，承认自我，敢于突破别人的别人的经验排除出困。解放思想，树立开发意识，在当前世界科学技术突飞猛进和市场竞争日趋激烈的形势下尤为重要。加入WTO以后，群英人志当向何处去。先行一步，做行业探路排头兵，树立开发意识——家纺产品的特点是更新快、变化快，是“快鱼吃慢鱼”的竞争规律，产品



宿迁市群英纺织印染科技有限公司

常熟市群英针织制造有限责任公司