

双汇集团 向患病记者献爱心

日前，双汇集团投资发展股份有限公司公关宣传中心主任张继伟代表双汇集团董事长万隆，专程赶赴《东方今报》社，坚持把3万元现金送到东方今报记者张学军手中。

张继伟称，他们刚刚得知张学军患上了“尿毒症”（慢性肾功能衰竭症）。在漯河市民眼里，张学军是一名优秀记者，2011年，曾采写了多篇优秀的新闻，报道漯河当地社会与经济的发展。

几天前，当他们得知张学军身患“尿毒症”，需要巨额资金治疗时，他受双汇集团委托，同时也代表一批漯河市民专程赶到郑州送钱，要帮他们心中的好记者张学军治病。

（本报记者 李代广）

张武宗当选全国人大代表 提升石横特钢影响力

今年山东省第十二届人大一次会议第三次全体会议上，山东石横特钢集团有限公司董事长张武宗当选第十二届全国人民代表大会代表，既是其个人的崇高荣誉，也标志着石横特钢企业社会地位的提升，社会影响力和知名度的提高。作为全国人大代表，张武宗担负着神圣的职责和使命，他将进一步关注经济社会的发展，为国企改革、转方式调结构、民营经济发展建言献策。

（肖富君）

羚锐制药 再度成为河南省百高企业

日前，河南省人民政府向全社会公布了河南省2013年度百强企业和百高企业名录，并对入选企业授牌表彰。国内知名医药上市公司河南羚锐制药股份有限公司名列其中，再度成为河南省百高企业。

据了解，河南省人民政府决定从2011年起，每年在全省范围内评选100家规模效益强企业 and 100家高成长性企业，重点扶持其发展壮大。为此，河南省还专门出台了《关于支持百强和百高企业加快发展的意见》，明确提出要给予“百强”“百高”企业在用地和税收等方面以保障和政策倾斜。

（汤兴）

淮北临涣矿 文明环境建设力创“三佳”

“社区街道两旁存在张贴小广告现象扣6分；瓦斯办公室室内空调线私接乱扯，桌子内杂物扣4分，瓦斯办主任罚款150元……”日前，淮北临涣矿安全办公会和网站对地面文明创建存在问题的单位进行了通报和处罚。

今年，临涣矿在去年开展地面文明环境创建的基础上，修订完善下发了《临涣煤矿》2013年地面文明创建实施意见，除对地面单位办公场所、卫生责任区域明确创建标准、考核办法外，还延伸拓展了创建范围，加大了创建考核力度，形成了井上井下文明环境立体型创建，努力实现“最佳矿容矿貌”，达到“最佳优质服务”、创造“最佳工作环境”。地面文明创建由分管领导牵头，组织矿文、职工业生活监督委员会成员及部分党员代表、职工代表，每周一对全矿地面进行检查、通报及兑现，并将考核结果纳入到月度“星级”支部考核。为使检查不流于形式，矿上还成立了督查组，不定期对文明创建小组检查情况和地面单位整改落实情况进行抽查，对检查不力的检查组成员给予通报和经济处罚，对责任单位没有按时落实整改的给予加倍扣分和经济处罚，以实现地面文明环境创建闭合管理，动态达标。

（郝宏田）

北重集团 2012 年“五个注重”创佳绩

2012年，对于企业来讲，注定是一个不平凡的年份。国际金融危机持续影响，国内宏观经济下行压力加深，装备制造业“寒风”依旧。面对复杂的外部市场环境，北重集团在兵器工业集团的正确领导下，深入贯彻落实科学发展观，紧紧围绕“五个注重”，取得了营业总收入100.9亿元，在岗员工人均收入40887元；工业增加值16.9亿元，同比增长14.4%；全员劳动生产率13.8万元/人，同比提高13.5%；EVA改善23.2%的好成绩。

注重优化升级，结构调整正加速。2012年，北重集团认真从兵器工业集团的战略决策和实际出发，推进了组织结构、产品结构、人员结构调整工作。组织结构方面，调整了运营督察室管理职能，实现了外委协作、流通物资采购招标比价的集中管理，固定资产投资招标、建设和管理的有效分离，通过规范管理和制衡监督节约价值4700万元；成立了新产品研究院和特种材料研究院，整合优化了研发资源；成立了国内国

脚踏实地谋发展 茅台保健酒业攀新高

■ 特约记者 罗开琪

本报记者 张建忠 樊瑛

2012年，茅台集团保健酒业公司深入推进“一个目标，复合发展”战略，着力打造核心品牌茅台不老酒。全面推进质量管理体系建设，建立绩效考核机制，调结构、建网络，全面完成和超额完成集团公司下达的2012年度任务指标，各项工作都取得了新的成绩。

科学发展 品牌建设再迈坚实一步

公司以集团公司“八个营销”为指导，不断创新营销模式，加强渠道建设，拓宽市场领域，千方百计扩大产品的销售。特别是着力打造具有自主知识产权的核心品牌茅台不老酒，使之成为行业的领军品牌。

在自主产品的销售上，充分利用去年央视千万元的广告投放，在高端主流媒体以及报刊、大型户外广告牌充分宣传展示企业和产品，极大提升了茅台不老酒产品的形象。同时充分利用公司内部网站进行宣传，开通了“400”免费咨询热线；组织参加规格高、规模大、影响力强的全国春季糖酒交易会和第二届中国（贵州）国际酒类博览会，重点宣传推介核心品牌茅台不老酒、白金酒；着力培育一支适应茅台不老酒营销特色的、能打硬仗的营销队伍。

在品牌合作商的营销上，认真贯彻袁仁国董事长“发展经销商要选择有实力、有网络的大集团”的指示，按照新的合作门槛2000万元标准，引进了合作商4家。去年，白金酒积极扩大市场，成功举办了几十场省级以上产品推广会和新闻发布会，有力提升了企业在行业的影响力、产品的形象。其他合作品牌窖酒、金红力和、红钻酒等也积极做市场，均实现千万以上销售。



茅台保健酒业公司领导在公司举办的2013年“相亲相爱一家人”活动上。

据不完全统计，2012年已引进经销商84家，新开专卖店103家，进入商超250家，建立团购商300家。贵州和广东的销售已突破千万，各项经济指标更是较上年成倍增长，实现销售收入同比增长107.91%；老成利润同比增长106.84%。

质量立企 助推企业跨越式发展

一年来，企业建立了质量管理的七大体系文件，涵盖公司的整个生产经营。按照质量管理体系建设的要求和集团公司关于食品安全的相关政策，对生产设备、管道、器具等方面查出的不符合项全面整改。

加强评酒人才的培养，成立了公司评酒委员会，严格把好基酒的品评关。对基酒的采购实行了更为严格的监控管理，成立了基酒取样封罐、转运协调小组；加大了产品的送检力度，产品分别送遵义、贵阳质检部门和集团公司技术中心检测。同时建立和完

善基础台账，加大生产现场管理和生产原辅材料的检查力度。从生产的源头到每一道工序都严格把关，坚决做到不合格基酒不准入库，不合格产品不准出厂，确保了产品质量。同时加强对员工的人文关怀，开展“茅台不老酒让生活更美好”、“相亲相爱一家人”等活动，积极为员工谋福祉，圆满实现了年初公司董事会工作报告提出的员工收入目标，让员工充分享受到公司发展的成果。并组织2012年度优秀员工到意大利、法国、瑞士等欧洲国家考察学习，开创了优秀员工欧洲之旅的纪录，开阔了员工的视野，极大地激励了员工士气！

时代担当 积极承担社会责任

在企业发展的同时，公司认真履行社会公民的职责，积极承担社会责任。在公司的积极协调配合下，合作商北京白金至尊酒业公司继2011年向仁怀市卫星希望小学捐资60万元后，2012年又向仁怀市后山乡民族

小学捐资77万元，帮助该校修建教学大楼。并先后向茅台镇太平村小学、茅台一小等学校捐献资金和物品，向茅台周边贫困党员、村民捐资捐物。八一建军节期间，还专门到茅台武警中队、茅台消防中队、仁怀市消防大队慰问，以实际行动关心和支持军队和国防建设。

如今，责任、爱心、拼搏，在茅台保健酒业公司成为主旋律，集团公司对保健酒业公司也给予前所未有的高度关注，袁仁国董事长、陈敏书记、刘自力总经理、吕云怀副总经理等高层领导亲自出席保健酒业公司“质量管理体系建设动员大会”，并发表重要讲话，给保健酒业公司的发展指明了方向，刘自力总经理还两次到保健酒业现场调研办公。公司班子成员“同心、同向、同行、同力”，密切配合，成为团结带领广大员工抓建设、谋发展的坚强战斗堡垒；全体员工的责任感、使命感、压力感和危机感进一步增强，为公司跨越发展凝聚了强大的精神力量。

由于对社会的贡献和在行业的影响，公司被评为2012年亚太区最具影响力保健酒业企业；企业成为品牌中国理事会理事单位；公司董事长张城荣膺2012品牌中国（酒行业）年度人物；党支部书记、副总经理谭定鸿荣获茅台集团公司2012年度优秀党务工作者称号。

近年来，茅台保健酒业的主要经济指标快速增长，交出了一份让集团公司满意、全体员工满意的成绩单：相比2007年，茅台保健酒业销售收入增长5.51倍，利润额增长8.58倍，上缴税金增长4.42倍。到十二五末即2015年，茅台保健酒业公司将实现销售15亿元；2017年实现销售30亿元。在新的起点上，张城一班人表示，将为全面完成2013年的目标，为把保健酒业公司做大做强，成为茅台“千亿集团”的重要组成部分而不懈奋斗！

“六大工程” 主导蛇年兴乐

■ 本报记者 何沙洲

日前，兴乐集团召开2013工作会议，该集团董事长兼总裁虞文品在与全体干部畅想未来：“今年工作重点主要是‘六大工程’：卓越绩效工程、创新创造工程、和谐文化工程、精细管理工程、平安安全工程、精品名品工程……希望各位年终奖考核时左手拿着‘绩效’，右手拿着‘平安’，二者兼备你才能得到高回报。”会议上，虞文品率总裁班子与集团基层以上干部，畅谈如何在新的一年里实现新跨越，赢得大发展。

兴乐集团人力资源、财务、物资采购、技术生产、质量、营销和集团纪委等相关部门负责人先后作了工作思路报告。在对大家的报告逐一点评后，虞文品工作思路与干部员工作了2013兴乐集团年度工作思路报告。

虞文品的报告涵盖了兴乐集团工作的方方面面。

他首先介绍了兴乐集团的宏观战略：一是产业布局“纵向一体化、横向关联化”；二是开拓创新，科学发展，打造“百年兴乐”。他说，未来的兴乐，将是“社会的兴乐”，集团以电线电缆及上下游产业为主导，总体销售收入达到1000亿元；以兴乐易购为模板，打造一个销售收入超百亿的流通业；以上海公司为投资主体的现代服务业。秉承“业兴民乐、和谐兴乐”的企业使命，兴乐要“商行天下”、“驰名天下”，更要“善行天下”。

虞文品指出，今年的核心工作必须紧紧围绕以下几个方面开展：完善内部治理，推行全员营销，落实创新创造，狠抓成本控制，力推精细化管理，统一统计渠道，强化预算控制，实施文化战略。完善内部治理主要体现在明确组织责任、完善制度；量化绩效考核，二级考核的责任率达到90%以上；绩效考核，KPI指标量化出台；优化激励机制，推出退休金制度。

虞文品强调，必须推行全员营销、人人营销、事事营销、时时营销、处处营销、内部营销、外部营销。营销的本质是“服务”，创造“好感”，是“创造并传播影响力”，影响他人的“思想和行为”，达到“支持我们的人越来越多，反对我们的人越来越少”的目的。

没有创新就没有发展，兴乐要强化思维创新、管理创新、技术创新，以创新大会为载体，以全员为主体，坚持不懈地走下去。

精细化是一种意识、一种观念、一种认真的态度、一种精益求精的文化。要推进精细化管理，狠抓成本控制，掌控成本发生的过程，包括设计、采购、生产、销售、物流、售后、管理、后勤保障等过程。

“三流的企业做产品，二流的企业做品牌，一流的企业做文化。”兴乐要努力向一流企业迈进，实施文化战略，将兴乐的党建文化、安全文化、创新文化等进一步发扬光大，为进一步提升企业管理水平，促进企业做成行业标杆而努力……

虞文品如此全面而深邃地解读企业经营方略、企业文化，令与会的兴乐集团干部员工精神振奋，同时也让大家意识到肩上的责任。发言完毕，虞文品代表集团与各子司、各部门逐一签订了安全生产暨综合治理、能源目标管理责任书和廉洁从业承诺书等。

苏通奋力冲刺现代企业集团目标

本报讯 人勤春来早，新春培训忙。3月5日江苏苏通茧丝绸有限公司、江苏银兰进出口有限公司、江苏伊贝实业有限公司三家公司员工齐聚江苏省如东县岔河影剧院，组织全体员工参加于大成主讲的《剧场从优秀员工做起》专题培训，此举播响了苏通打造现代企业集团的战鼓。

有着中国员工训练第一人美誉的于大成老师，是国内顶尖企业团队训练专家，现任清华大学中旭商学院高级讲师，曾先后服务过柒牌男装、利郎等国内多家知名企业集团。整场讲座通过优秀员工的五大准则、优秀员工的五大心态等方面，运用深入浅出、通俗易懂的企业案例，讲述了企业一线员工如何立足本职工作，通



过修身、治家、处世等，达成人生最大的生命价值。培训在苏通内部引起了强烈的反响，许多一线员工对于此次培训，收获颇多，苏通丝绸党支部书记彭亚军说，培训

华英公司召开 2012 年总结表彰暨 2013 年目标签订大会

■ 本报记者 李代广

2月25日，河南省潢川县委礼堂内座无虚席，河南华英公司2012年度总结表彰暨2013年目标签订大会在这里隆重召开。中共潢川县委副书记、代县长兰恩民应邀出席大会，公司高管人员、二级机构、部门负责人及员工代表300余人参加了会议。公司2012年度先进党支部、先进单位、模范养殖户、优秀共产党员、先进工作者胸佩大红花在会前排就座。

大会由河南华英公司常务副总经理闵群主持。

河南华英公司副总经理杨志明宣读了关于2012年度评优评先的表彰决定，

到会的县领导及公司高管分别为获奖的单位和个人颁发了奖牌和荣誉证书。先进单位国际业务部、先进工作者汪文炳分别在会上了典型发言。常务副总经理张黎明在会上宣布了表彰决定。2012年度高管分工及中层管理人员任职通知，董事长曹家富分别与他们签订了目标责任书。

在全场热烈的掌声中，河南华英公司董事长曹家富作了题为《创新发展强实力，全面内控增效益，不断谱写华英事业的新篇章》的工作报告。

曹家富说，回顾过去的一年，我们全面实施了内控体系建设，创新了营销管理模式，推行了月度目标考核奖励机制，大大提升了企业经营规范管理水平，继续保

持了良好的发展势头。全年共实现产值69亿元，出口创汇5760万美金，实现利税4700多万元。

中共潢川县委副书记、代县长兰恩民代表潢川县政府发表重要讲话。他说，2012年，华英以全面完成“富民计划”为契机，大力开展资本运作，各项业绩十分突出。如何做好华英2013的工作，兰恩民提出六点要求：一、强化资本运作，提高企业发展资金保障能力；二、追求卓越品牌，提高企业市场竞争力；三、强化科技创新，提高企业经营效益；四、加大科技投入，提高企业核心竞争力；五、加快项目建设，提高企业滚动发展能力；六、大力开展文化创建，提高企业发展软实力。

注重强化管理，基础管理水平有提升。2012年，公司全面推进精益工作，实现了在生产效率提升、产品质量改善等方面的突破。公司机加准时配套率提高5~10个百分点，主产品制造周期缩短8%~20%，线内在制品减少11%~27%。组织深入推进合理化建议活动，全年共征集合理化建议42343条，节约价值7578万元。启动了“职责、流程、标准”三位一体精细化管理工作，有77%的部门岗位职责完成了流程化、标准化设计，公司层面制度由386项精简为166项，并完成70项制度的评审，总结形成了制度流程化、项目化、表单化的基本经验。推进了ERP标准的深入开展，基本实现了物流、信息流、资金流三流合一。推动了数字化工程向基于全三维的设计工艺制造一体化关键路径的迈进。进一步发挥了协同办公系统的作用。

注重优势培育，市场开拓创佳绩。2012年，公司不断强化顶层战略营销，先后与太重、巨力、寿阳段王、一机集团等10多家企业签订战略合作协议。推动完善了各子公司

的商业模式，有效提升了民品市场开拓的灵活性和适应性。一年来，特钢产品在四大管道、中石化等重点市场实现了新的突破；煤机产品销售收入同比增长35%，高端支架与重型掘进机所占比例进一步提高；专机公司再次竞标成功天安门护栏工程，受到天安门管委会的高度评价；轧钢公司实现了北美和欧洲市场近4000万元的突破，取得了中东和以色列新市场的初步进展；专汽公司与光大和华夏银行合作，成功实现8000万元的按揭专用车销售业务，为有效转变营销模式积累了经验、搭建了平台。

注重人才引进，人才队伍建设焕生机。2012年，公司成功引进高层次人才5名，推动成立了特种材料院士工作站，对公司特钢和其他重点民品实现转型升级提供了人才支撑；建立了两座国家级技能大师工作室——“李文玉电工技术工作室”和“郑贵有车工技术工作室”，为专业技能人才培养提供了很好的平台；完成了兵器工业集团组织的第二届创新大赛暨第六届职业技能竞赛，并取得了在兵器系统内较好的成绩。（杜超）