



郑莱莉参加“金瓯工程”捐助助学

“奉献是一种品格，给予是一种精神”

“奉献是一种品格，给予是一种精神。”康奈集团副总裁、温州市鹿城区女企业家协会会长郑莱莉在与40多位女企业家参加第十届“金瓯工程”捐助助学结对仪式上表示，她们将进一步丰富金瓯工程的内涵，让“金瓯工程”在感动中继续前进、在感恩中茁壮成长，在责任中不断奉献。

据悉，“金瓯工程”是温州市鹿城区妇联、区女企业家协会为资助贫困女学生而共同组织发起的爱心慈善活动，以捐助助学为结对方式的慈善活动，至今已经连续举办十年，捐款数额已近100万元。其中，一些女企业家还为部分贫困女大学生提供就业、暑期实践的机会，帮助那些家境贫困的孩子勤工俭学。目前，已有725人次学生得到了“金瓯工程”资助，帮助他们顺利完成学业，走上社会。

第十届“金瓯工程”捐助助学结对仪式捐赠善款超过10余万元。会后，郑莱莉还与结对的学生亲切交谈，关心她们的生活和学习情况，勉励她们要在生活中也能有一颗“关爱社会，帮助他人”的心。

(本报记者 何沙洲 通讯员 王滨 徐佩)

四平市铁东区委书记到稻花香集团考察

3月7日，吉林四平市铁东区委书记郭志勇、铁东经济开发区管委会主任霍宽到稻花香集团考察，并邀请稻花香集团到四平市铁东区投资兴建白酒项目。

稻花香集团发展部部长陈天柱向郭志勇一行简要介绍了稻花香集团的发展历程与战略规划。他说，稻花香集团白手起家，在30年里，从一个小作坊发展成为如今的百亿强企，2012年集团销售收入突破160亿元。目前，集团正向500亿目标稳步迈进，白酒产业优化升级是集团打造500亿产业集团的重要战略之一。

郭志勇对稻花香集团白酒产业优化升级战略表示赞同，他说，吉林四平市粮食产量丰富，优质水源充沛，白酒市场广阔，当地又缺少市场占有率高的大品牌，适合投资兴建白酒项目。他还邀请该集团到四平市进行实地考察，进一步洽谈白酒项目合作事宜。

郭志勇一行还参观了稻花香酒业公司“151”包装中心、酿酒四车间、藏酒洞及关公坊酒业公司三期工程。

(刘宇星)

海纳百川 大江奔腾

大江工业公司出版发行新版《企业文化手册》

文化引领发展，文化凝聚人心，文化塑造品牌。近日，大江工业公司新版企业文化手册《海纳百川 大江奔腾》出版了，它的出版标志着大江的企业文化建设进入了一个崭新的阶段，并将成为大江转型升级的精神动力。

依据企业战略发展的要求，2011年，大江工业公司全面启动了新一轮企业文化理念体系搭建工作；2012年8月，正式成立并发布了大江全新的、适应战略发展要求的以“鹰”为主题定位“DJ1146”企业文化理念体系。《海纳百川 大江奔腾》企业文化手册是大江企业文化研究的最新成果，它系统地大江“DJ1146”企业文化理念体系所涵盖的“一个文化主题、一句形象用语、四项核心理念和六大应用形象”进行了全面的系统解读和深层诠释，以“鹰”定位的文化主题，不仅完整呈现了大江三线建设、军转民、兼并重组、债转股、资产整合、改革发展等历程，更展现了大江人为实现“建设军民融合行业一流企业集团”的愿景而勇于直面困难、搏击长空、不断超越的精神状态；“海纳百川、大江奔腾”形象用语承载了大江过去“九九归一”的历史渊源，展现了当今聚小溪，汇千流、厚积薄发的军工品质，憧憬了未来整体发展、超越领先、大江奔腾的整体风貌。

卓越的文化筑就卓越的企业。《海纳百川 大江奔腾》企业文化手册的出版是大江文化发展的一件大事，也是宣贯企业文化的指导教材，更需要深入学习和自觉应用，同时也是凝心聚智超越发展的精神动力，是大江未来发展的动力源泉，用大江积淀的历史底蕴陶冶人，以大江发展进程中锤炼出来的宝贵精神激励人，必将激发大江人砥砺前行的斗志。

(马占超)

文化聚焦

瑞士著名的钟表师马修在很多场合都被问到，为什么他造的钟表总是那样准确，马修的惟一回答是，或许因为我比较笨拙的缘故吧。他的这种态度也被同一国度的雀巢公司借鉴着，并把这种充满哲学味道的商业精神带到全球。

雀巢：瑞士人笨拙精神的胜利

■ 史彦

相比之下，雀巢咖啡进入中国这个茶文化盛行的国家更是举步维艰。1989年，在经历了长达一年半的艰苦谈判后，东莞雀巢有限公司开始制造和销售速溶咖啡及相关产品。

在许多聪明的中国人眼中，雀巢的确是一只笨拙的大鸟，虽然早在1979年它就来到了中国，先后成立了14家独资企业、19家控股的合资企业和一个研究中心，但直到两年前，公司才看到了可观的赢利，不过没有人责怪雀巢的效率也没有人妄想改变一些传统，因为大家都知道雀巢与众不同。公司人士表示，“可口可乐带来的是一个绝密的配方，大众汽车带来的是图纸和技术，而我们不仅要把这些带到中国，还要帮中国的农场改良奶牛、教中国的农民种植咖啡豆，我们甚至试图改变中国延续千年的饮食习惯，而做到这些只有依靠执着、坚持。”

改变农民

与那些进行工业化流程生产的跨国公司不同，雀巢在中国的进程别具一格，第一步从改变中国农民开始。

这是个戏剧性的时刻，参与整个谈判的罗建章先生回忆说，“当时中国的国情与雀巢所熟悉的环境相差甚远，但为了在中国出售牛奶和咖啡，雀巢还是选择了进入中国，这是个冒险的决策，因为它早已超出了产品销售范畴的范畴，因为在某种程度上是在与中国的古老传统进行对抗。”

雀巢在1979年4月派员来中国讨论合作事宜，1982年正式谈判与中国的第一个合作项目：合资建立黑龙江双城牛奶制品厂，但双城工厂在八年之后才开始运转，期间经历了复杂的合资磨难。当一切步入正轨时，奶源成了突出的难题：工厂供奶区奶产量低，质量不高，为了解决奶的供应问题，雀巢不得不从欧洲派来一支专家队伍，不仅



建立了一套鼓励奶农积极性的牛奶采集网络和收购制度，而且还向农户教授照顾奶牛的技术和采奶技术。这在当时是非常艰苦的事情，用雀巢瑞士公司的一种说法是，这比培养一个合格的工程师还难。

相比之下，雀巢咖啡进入中国这个茶文化盛行的国家更是举步维艰。1989年，在经历了长达一年半的艰苦谈判后，东莞雀巢有限公司开始制造和销售速溶咖啡及相关产品。在开始的时候雀巢无法获得满意的原料，当时中国咖啡豆的种植既不得法又没销路，产量几近于零。为了在中国建立起咖啡豆的本地货源，雀巢只能再次耐心地帮助中国农民种植咖啡豆，不仅保证每年收购咖啡豆的总吨数，明文规定了咖啡豆收购的质量标准和基价，付款方式和将产品运往工厂的方法，还同意帮农民支付咖啡种植贷款的利

息，并且派遣深农艺师教授农民种植技术。

罗建章说，看起来这确实是个吃力的方法，当时存在一种争论，本地化还是通过进口渠道先占领市场？但交锋始终不激烈，几乎没用多长时间，意见就统一了：坚持不懈地本土化，这或许不是最聪明的方法，但雀巢今后的收益却都建立在这个基础上，过程很复杂，所幸结果还不错。当雀巢以曲折的历程进入中国后，还没有多少人能预期它到底会给中国带来什么。

雀巢的愿望

对多数公司而言，成功通常不会在第一年甚至前五年来到，雀巢在中国的实际做法看起来只是意味着成本的激增而无法看到切实收益，这与它在其他国家的情况略有不

羚锐制药：学雷锋活动进一步常态化



日前，河南羚锐制药股份有限公司团委发出通知，要求各单位和团组织深入开展学雷锋活动，大力弘扬和传承雷锋精神，促进社会主义核心价值观体系建设，推动学雷锋活动进一步制度化常态化。

通知要求，以建设国内一流医药企业为目标，以践行《“八荣八耻”》和社会主义核心价值观为中心，以推进员工思想道德建设为重点，大力弘扬和传承雷锋精神，切实把学雷锋活动融入企业精神文明建设的全过程，贯穿公司改革创新和科

学发展的各领域。

通知部署了学雷锋活动的重点工作：广泛开展雷锋精神教育，大力弘扬以奉献、敬业、创新、创业为主要内容的雷锋精神，引导广大企业经理人、企业管理者和员工感悟雷锋精神的时代特征；广泛开展志愿服务，用员工群众便于参与、乐于参与的形式推动活动常态化；“岗位学雷锋，争当创业功臣”，引导广大员工干一行、爱一行、专一行、精一行，让每一个岗位都能成为员工践行雷锋精神的最佳平台；“服务学雷

锋，文明树新风”，行管后勤岗位以服务生产、销售和科研一线为突破口，抓好规范服务、优质服务、满意服务，彰显公众上市企业的良好形象。

通知要求，强化组织领导，确保活动有序推进。要采取有力措施推进学雷锋活动进一步制度化常态化。

羚锐制药一向重视学雷锋活动和企业精神文明建设，并于1999年和2005年先后两次荣获“全国精神文明建设先进单位”，公司经常组织员工和青年志愿者到羚锐希望小学、新县光裕院等基层社区开展志愿服务活动。

今年3月5日，适逢毛泽东主席号召“向雷锋同志学习”发表50周年纪念日。为引导学雷锋活动的持久、深入开展，公司团委还在全公司范围内组织开展了“学雷锋，见行动，从我做起”“学习雷锋精神，争做最美丽锐人”为主题的团日活动。活动当天，公司近50名青年员工、青年志愿者步行到公司总部所在地鄂豫皖苏区首府——河南省新县县城区的英雄山，开展清理垃圾、维护旅游秩序和清洁生态环境等实践活动。

(汤兴)

企业文化建设独具特色、充满活力，两个文明建设硕果累累

兴乐荣膺浙江省文明单位

■ 本报记者 何沙洲

通讯员 卢书友 毛文杰

近日，浙江省委、省政府命名表彰一批浙江省示范文明城市(县城、城区)、浙江省文明单位、文明村镇、文明街道、文明社区。兴乐集团荣膺“浙江省文明单位”称号。兴乐是乐清市唯一荣获该称号的非公企业。

浙江省文明单位的评选对象，是创建文明单位工作成绩突出、示范作用明显，符合《浙江省文明单位创建管理办法》规定的基本标准，并已获得市文明单位荣誉称号的单位。省文明单位是以自愿申报、公开考评、择优推荐方式，经过县考核推荐、市把关推荐、省联评考核等评选程序产生。此次评选更加重视参评对象的内涵建设和评选过程的社会效应，创建对象的社会知名度、诚信度、和谐度和创建知晓率、参与率、满意率都被列入考评范围，道德建设、文化建设、风尚建设等方面的考评分值权重比以往有了大幅度提升。

兴乐集团一直以来，在狠抓业务发展的同时，非常重视企业的精神文明建设，真正做到了“两手抓，两手都硬”。该集团成立了文明单位领导小组，并制定了文明单位五年创建规划，由集团党委牵头，联合工



●“5A非公有制企业党组织”上台领奖

会、团委、人武部、女工委等群团组织，在各子公司、各部门全面开展文明创建活动，从而使企业文化建设独具特色、充满活力，两个文明建设硕果累累。

另讯 3月1日上午，温州市非公有制经济组织和社会组织党建工作会议召开，会议对新成立的11个社会组织联合党委进行授牌，并对“5A非公有制企业党组织”进行表彰。兴乐集团党委、康奈集团党委、

人本集团党委等企业党组织光荣晋升“5A”。

近几年来，兴乐集团党委坚持党建和企业管理融为一体，不搞花架子，创新党建工作。如兴乐推出“一会一课，一会一师”、“星级党员示范岗”、工资集体协商、“三十佳”评选、生活“3+1”和文体“3+1”等活动载体，都有效促进了企业的和谐与发展，受到企业员工和上级党组织的好评。

同，而且这种情景一直维持了十几年的时间，即使如此，瑞士人依然坚持着自己的笨拙。

在瓶装水的利润被日渐认可的情况下，早在1994年，雀巢就将水源定在天津蓟县盘山，但直到1997年，天津水厂才宣告成立，这3年时间雀巢都用来自考察水源，在他们看来，稳定、可靠的水源才是竞争中最锋利的武器，雀巢宁可花在夯实基础的阶段多花一些时间也不愿意冒失前进。此时，就连捷足先登的老对手法国达能也无法弄清楚雀巢的真意，他们把雀巢的做法评价为“特立独行”。而现在，所有先前不被人理解的措施到了收获的季节，中国区的业绩以两位数的幅度增长，与此同时，雀巢的长线计划正变得清晰起来，在多数城市，“雀巢”的概念已经融入了本地文化之中。

雀巢中国公司董事长兼执行长穆勒表示，公司期望其赢得中国4-5亿城市人口的青睐，在这个全球人口最为众多的国家中，这将是一场艰巨的竞争。

为了赢得这场战争，瑞士人愿意把笨拙精神发挥到极致。公司设在瑞士日内瓦湖畔的总部对生产工艺、品牌、质量控制及主要原材料做出了严格的规定，而行政权基本属于各国公司的主管，他们有权根据各国的要求，决定每种产品的最终形成，形成国际性经营和当地国家经营之间的平衡，在给予各子公司高度自治的同时，公司又不断促成他们之间的流动性。为了迎合中国人的口味，雀巢甚至违反原则地进入自己过去并不熟悉的领域，开发各种茶饮和草药类饮料，以攻克中国市场，而新推出的超过八个种类的冰淇淋，也是在其冰淇淋产品在中国上市两年的经验基础上，研究开发出来的针对青少年顾客设计的产品。去年底，雀巢在上海建立了研发中心，正是专门针对中国消费者的口味进行脱水烹调食品和营养食品的研究和开发，许多人相信，其成功的配方可能来自四川的胡椒和龙眼之类的纯粹中国式的产品。

临涣矿工会抓载体 丰富女工工作内容

淮北临涣煤矿工会围绕“十二·五”女职工建功立业工程主题，扎实开展女工素质提升、巾帼建功活动，以活动促女工素质提升，取得了较好的效果。

该矿工会积极创新活动载体，引导广大女工增强学习新知识、新技能的自觉性和紧迫感，促进女工素质提升。开展了“女工素质达标”活动，采取内请外聘、内教外训、流动实训相结合的办法，开办了技术专业知识和文化素养提升等流动技术培训和“女工职工素质提升讲堂”、车间女工班组技术培训学校，为女工拓宽视野、增长知识搭建平台。开展赠书引导式读书学习活动，为基层赠送书籍，购买发放了千册报刊书籍供女工读书阅读，同时开展读书作品征集活动，为女工提升素质营造氛围创造了条件。

以“巾帼创新功、岗位争优秀”活动为主题，引导女工立足岗位、创先争优。按照女职工工作目标考核办法和《巾帼示范岗争创管理办法》要求，在着重抓实车间女工班组“双争竞赛”考核和矿“人才库建设”之中，组织开展女工班组创新创优优秀成果评选、导师带徒、技术比武、岗位练兵、文明窗口竞赛等活动，形成了强管理、重考核、提素质、树形象的女工班组管理模式，打造出了10个立足岗位，争先创优，奋发作为，勇于创新的女工班组，使她们成为矿生产辅助的主力军。

除此之外，该矿工会还充分发挥典型引导、表彰激励的作用，激发女工“巾帼创新功、岗位争优秀”的热情。以纪念“三八”国际劳动妇女节为契机，大力宣传一批体现时代女工风采的先进典型，全面展示女工工作成就，促进女工工作发展。工会女工部以“巾帼创新功、岗位争优秀”为主题等活动，引导广大女工在矿井安全生产中彰显力量，涌现出了主井绞车房班、保运一区灯房班等优秀女工班组和保运一区高美荣、物业科绿化队陈友华等一批优秀女工。

(邵宏田 周莉莉)