

双汇集团举办从业观与职业生涯规划讲座

8月1日上午,双汇集团邀请香港泰弘国际集团河南区首席执行官张宏辉先生到漯河总部举办了一场以“目标、责任、爱”为主题的大型职业生涯规划讲座,近300名人员双汇养殖场及本年度新进大学生现场聆听了本次讲座,异地公司通过视频系统参加本次活动。

张宏辉先生的演讲立足现实,结合产业特点,引导员工正确树立人生目标并有效付诸实施,得到了现场人员的充分肯定。

(本报记者 李代广)

发挥“保姆”功能 做实民生“蛋糕” 中铁十八局轨道公司工会“四力齐发”撬起职工幸福指数

民生,乃小康社会之本,中国铁建十八局集团轨道公司在逐步实现转型发展的同时,在公司党委带领下,工会建立“接地气”长效机制,“面对面、心贴心、实打实”服务职工,发挥“保姆”功能,做实民生“蛋糕”,让广大员工有尊严地工作,有激情地生活。

致力维护职工利益。该公司工会把“面对面、心贴心、实打实”活动作为了一项长效机制。工会组织每年都要至少两次深入项目一线调研了解民生民意。先后解决了职工住房公积金、职工储蓄补充养老保险等问题。工会所建议的项目人员采取轮休方式,缓解了职工待岗问题。

着力丰富职工生活。如“三八”节女工跳绳比赛、“五一”节乒乓球、篮球赛。工会女工委还发挥自优势,积极开展单身青年交友联谊活动,建立了“鹊桥会”QQ交友群,已经有15对单身男女通过这个平台确定了恋爱关系,其中有8对喜结连理。今年上半年,工会还在各项目成立了图书馆。

倾力温暖职工人心。该公司领导在春节期间走访慰问部分退休职工、困难家庭,送去慰问金。2012年9月份,为癌症晚期职工荣庭华捐款7.6万余元。要求各项目进行了职工健康体检,在暑期开展“送清凉活动”,并筹资分批次组织公司级以上先进工作者、劳模先进行疗养。

给力服务企业生产。适时开展各类劳动竞赛,促进了各项目施工。莞惠城际、湘桂铁路项目部相继被全国铁路总工会授予“火车头”奖杯。工会通过《轨道交通信息》将“一法三卡”内容刊发其中,对职工进行广泛宣传教育。钦州子大桥、南宁可利江新桥项目部先后被评为“广西安全文明工地”,永宁高速项目部荣获福建“平安工地建设活动先进单位”。

公司工会坚持“建家就是建企业、建家就是建队伍”的工作思路,在“建家”工作中,第一时间派专人到新上场项目现场实地勘察指导。莞惠城际项目部先后荣获集团公司“建家建线先进单位”、中国铁建企业文化优秀项目部。

轨道公司工会件件落地有声、事事深入人心。公司党委副书记兼纪委书记、工会主席王超英说:民生、和谐、转型、稳定,这些都是与职工切身利益密切相关的关键词,在党委带领下,做好做实,职工才会幸福,才能激发创造力。截至目前,该公司今年上半年已完成经营承揽10.9亿元,比公司组建之初2011年年承揽额的2倍还多。

(伍振 刘兴旺)

日前,锡柴钱恒荣厂长收到了一封无锡市民献血办公室、无锡市红十字中心血站联合写来的感谢信,感谢一汽锡柴在无锡市血液库存量不足和偏型时,勇敢地伸出手臂献上自己的热血,履行无偿献血这项光荣而伟大的社会责任。对锡柴领导及员工弘扬人道、博爱、奉献精神的实际行动,表示最诚挚的感谢和最崇高的敬意。

多年来,锡柴员工始终将无偿献血作为造福人类的一项公益事业、作为对社会应尽的一份责任来做。不少员工除参加工厂集体组织的无偿献血外,还纷纷走上社会采血车上献上自己的一份爱心。管理部员工陈国祥在社会采血车献血的同年又参加了锡柴组织的集体无偿献血活动;加车间员工贺志晨连续三年参加无偿献血;巾帼不让须眉,女职工张继平也已连续献血二年。锡柴献血人数逐年递增,2012年无偿献血的职工为225人,2013年达到了269人。

锡柴人的片片爱心得到了社会的高度认可。今年3月,一汽锡柴被无锡市市民献血办公室、无锡市红十字中心血站评为2012年无锡市无偿献血先进集体、厂工会常务副主席周成峰被评为2012年无锡市无偿献血先进个人。

(许武英)

弘扬人道、博爱、奉献精神 锡柴人无偿献血获感谢

兴乐集团 2013 工资集体协商工作拉开大幕 员工协商代表补选全部“海选” 行政片补选 1 人,连选三轮才过关

■ 本报记者 何沙洲
通讯员 卢书友 万超

“黄斌,祝贺你当选!我们工资的事就拜托兄弟了啊……”8月6日上午,兴乐集团2013年工资集体协商“行政片”协商代表补选现场,当经籍护卫队队员黄斌当选时,全场响起热烈的掌声,“行政片”的员工们围过来向他表示祝贺。

从2011年开始,兴乐集团与员工开展“面对面”工资协商工作,引起社会广泛关注和好评。2012年全国“两会”期间,央视二套把兴乐作为收入分配改革的“样本”予以重点推介,《企业家日报》作了多次报道。转眼间,从上次工资协商到现在已有一年半时间,公司员工队伍等诸多方面都有了不少变化。为此,兴乐集团决定开展新一轮工资协商。兴乐集团其他片组的11场补选工作都

陆续展开,8月9日结束。

根据2011年出台的《兴乐集团工资集体协商职工代表选举办法》(简称《办法》)规定,集团将所有员工划为若干片,按员工比例“海选”协商代表。谈判时劳资双方派出数量对等的代表进行对话。按照《办法》,兴乐集团总部和兴乐电缆有限公司、兴乐高分子材料有限公司等单位与部门,共划分为13个片组。经工会调查,今年需补选协商代表的有11个片组,应补选16人。

“选举是你们的权利,你们要选那些真正能代表你们的人……”在“2013年兴乐集团工资集体协商职工代表选举大会”大红横幅下,兴乐集团工会主席周绿化告诫“行政片”选民要认真对待。兴乐集团副总裁倪海鹰和工会副主席仇海青也出席了选举会。“行政片”由集团总裁办、行政中心、宣传中心、信息中心、人力资源中心、生产管理中心



●协商代表补选现场

和物资总公司组成。本次该片补选代表1人。

因为是“海选”、“普选”,事先并未指定候选人,第一轮和第二轮选举均未有入过半

数,无人当选。第三轮,工会主席征求选民意见,确定把票数排在一二位的两位员工作为第三轮候选人。最终,公司经济护卫队员黄斌当选。

文化聚焦

英格玛人生活的“企业文化时代”

■ 黄蕊卿

有这样一个团队,生活在这样一个时代,企业文化由来已久。这就是英格玛人生活的“企业文化时代”。自2002年英格玛人力资源集团成立以来,一个“小家庭”逐渐发展壮大为拥有这216位家人的“大家庭”。以“家文化”为特色的这样一家企业,开始了渗透于家人工作和生活点滴滴的家庭生活。

不论男女,不管开心伤心,只要你需要家人的一个拥抱,你将立即得到最温暖的回应。每次开会为了摒弃严肃枯燥的氛围,家人们总以拥抱开始拥抱结束。这就是英格玛的个性文化——拥抱文化。

如果你是英格玛家人,那么你的家人就是集团的家人。2004年,作为全国首家实行“员工孝顺金制度”的公司,英格玛将“孝顺父母长辈”中华民族的传统美德融入到企业文化当中。企业每月从员工工资中代扣50元,公司再补贴50元,一年积累下来的1200元作为“孝顺金”由公司分别在中秋节和春节两次邮寄给员工父母。在寄“孝顺金”的同时,公司还会附上一封由总裁亲笔签名的慰问信,向员工家长汇报公司半年来的成长,春节还会寄上“员工家长问卷调查表”、贴好邮票的回邮信封和一张公司全年活动的DVD光盘。

正如庄总所坚持的:“如果一个员工连自己的父母都不孝顺那一定不是一个好员工,哪怕他(她)再优秀我们都不要。”集团也将孝敬父母长辈列入英格玛人的十大标准中。

一位邮递员将汇款单递给员工的家长时感叹:“老席,你女儿单位真好!我递了十多年的信和报纸,只有你女儿单位给员工家长发孝顺金的,而且一年两次!”

谁说“快乐工作,快乐生活”只是口号,“员工第一”只是浮云。踏入英格玛全新装修的办公楼,可以发现员工办公区特别设置在朝阳的南面,管理层人员则选择了背阴面。办公楼内设有休闲吧、阅览室、露天阳台,正如电视中的白领,工作倦怠时员工可以喝下午茶、图书借阅、享受阳光氧吧带来的新鲜空气。

早上既有供应品种丰富的早餐,随时供应零食和饮料,午餐也不断变换口味,为员工提供健康、美味和颇具亲切感的家常饭菜。“我们并不是把追求利润放在唯一重要的位置,而是倡导快乐工作,以人为本的宽松型管理方式。而员工的工作自律,完全通过企业文化和工作氛围的熏陶而打造出来,毕竟工作最重要的动力是自愿和快乐。”庄总举了个例子,今年春节过后行政部门做了统计,初八提前半小时到公司上班的员工有22位,初九有26位,另有44位员工提前20分钟到公司。

如果你是离职的家人,不用担心,英格玛善待并欢迎回来;如果成为英格玛团队的一员后,将享受集团不惜重金投入,打造的一年一度在行业小有名气的年度拓展大型活动,以及免费参加力拔经费设立的员工社团活动(舞蹈社、羽毛球社、HR沙龙、户外运动俱乐部、篮球社),当然全员运动会及家庭日活动也是员工家庭与英格玛大家庭大聚会的约定。

“家文化”只有三个字,但是家的内涵却丰富无限,在英格玛家人心中“文化”二字了无痕,唯有“家”的温暖永长存。

一个学到老活到老的团队才是一支坚韧不会被摧毁的团队。“学习型文化”在英格玛人的“企业文化时代”占据着重要地位,它潜移默化在英格玛人的践行中反映企业精神并成为企业发展的永动机。

太重科协举办大众健康保健知识讲座



7月31日,太重集团公司大众健康保健知识讲座在会展中心举行。集团公司副总经理、总工程师、科协主席王吉生主持了会议。来自公司各基层单位科协的科技人员和职工代表300余人到会听取了讲座。

此次讲座由山西医科大学内科教研室副主任、山西医科大学第一医院肾内科主任方敬爱教授主讲。她重点讲述了肾病医学的原理和肾病方面的预防知识,让与会者受益匪浅。 曹克顺 摄影报道

鱼水情深 军企和谐——古城酒业“八一”慰问进军营

“八一”建军节来临之际,由新疆第一窖古城酒业有限公司(以下简称“古城酒业”)生产技术总监郭刚带队组织的慰问组带着慰问品来到犁铧尖派出所、边防大队、69332部队、武装部、武警中队、奇台县公安局、消防大队等八家单位进行走访慰问,并致以崇高的敬意。

炎炎烈夏,骄阳似火。为隆重纪念中国人民解放军建军86周年,也为加强交流和学习军旅文化,进一步丰富军企共建活动内容,增强企业与部队的情谊,建立良好的“拥军拥民”氛围,表达古城酒业人对人民解放军、公安干警、武警战士、消防官兵等节日的问候以及维稳期间的辛勤付出,7月23日,由古城酒业生产技术总监郭刚带队组成的慰问组带着古城酒业董事长周文贵及全体干部员工的深深祝福向人民解放军、武警战士和公安干警致以亲切的问候和崇高的敬意,并送去古城纯净水等慰问品。“在八一建军节来临之际,非常感谢古城酒业慰问组前来慰问我们武警官兵,这

既是对我们的关怀,更是对我们的鞭策和鼓励,今后,我们会更加努力,让奇台平平安安,让奇台人民安安全全。”武警中队一线官兵高俊华说。

在69332部队,当慰问组和部队领导经过一番亲切交流和座谈后,部队政委肖世才深有感触地说:“这两年和古城酒业的共建活动意义深远,短短几年时间,让我深有感触,不仅改变了之前我对企业的许多认识和看法,古城酒业的发展和品牌影响力更让我们刮目相看,600多年深厚的文化底蕴以及董事长周文贵多年来用爱心筑起厚德、鼎力助学、扶贫济困、勇于承担社会责任的善举,热衷回报社会的大爱精神,让我受益匪浅。我们诚邀古城酒业适时也能到部队参观、交流,开展‘军事一日’活动,增进彼此情谊,军企共建、共促双赢。”最后,古城酒业生产技术总监郭刚一边把公司刚刚出版的《新疆第一窖古城酒业志》奉送给部队领导,一边充满感激地说,部队官兵来古城酒业参观、学习,了解企业文化,

市场将军的商战之道——汪海的ABW理论(三十七)

第二个战术:理论是指南(11)



●首届全国优秀企业家汪海

■ 张秀玉

18、“六多论”
“六多”即多口岸、多渠道、多形式、多客户、多品种、多方法。在上世纪80年代中期,双星在积极开拓国内市场的同时,把目标瞄准了国际市场,先后在美国、欧洲、中东地区建立了十几个海外公司,出口的鞋如果连接起来可以围绕地球绕几圈,双星把中国鞋业品牌的新闻发布会开到了纽约,把中国鞋文化演示到了德国,在新加坡的论坛上作了把中国传统文化用于企业管理的演讲。1995年,汪海被美国名人传记协会和国际名人研究会评为该年度“世界风云人物”。

19、“关联论”
上世纪90年代中期,汪海就从中国乃至世界范围内汽车行业的发展趋势中,看到了轮胎广阔的发展空间。尽管不少人向汪海提议:双星应当在互联网高科技领域和汽车领域有所作为,但他提出了“不熟不做”的品牌扩张理念,提出双星新的效益增长点必须是熟悉的橡胶制造业。随着人们生活水平的提高,汽车需求量的增大,汪海认为轮胎市场大有可为,于是毅然决策:投资轮胎。

双星从给人做鞋到给车做“鞋”,短时间内就使双星轮胎进入国内同行业前列,关键是双星发挥名牌、文化、资金等优势,准确把握战略调整机遇,看到给人做鞋和给车做“鞋”二者的互补优势,具有明确的增值取向。这说明作为劳动密集型传统产业的国有企业,要存活必须做大市场,找准机会,突围到技术含量高、附加值高的领域,稳步实现产业升级,实现企业迅速做强

20、“两手论”
双星之所以横跨23个行业都发展、都成功,就是较早地认识到市场经济更要讲政治,要以市场的观点重新认识政治工作,将经济发展规律和企业实际有机结合;就是较早地运用和掌握了马克思创造的政治经济学,做到一手抓政治,一手抓经济,两手都要抓、两手都要硬,依靠双星独特的企业文化,凝聚了团队精神,树立了团队正气;就是始终坚持从实践中总结的“三句话”:继承传统优秀的,借鉴国外先进的,创

造自己特色的,“八个字”:实事求是、行善积德,“三个经”:政治经济学的“经”,一切以市场为中心的“经”,越是我们自己的越是最好的“经”。正是双星传承了马克思的政治经济学,充分发挥政治工作优势,才能在激烈的市场竞争中不断创造发展新的奇迹。

21、“升级论”
汪海认为,管理的深化是有限度的,面对更加严峻的市场形势,要想在竞争中占有优势,必须要靠技术的不断升级。

他还认为,真正的技术是市场逼出来的,是产品暴露的问题逼出来的。可以说,分析解决产品质量问题是提高技术水平最直接、最有效的途径,也是目前实现技术升级的最好方法。

技术升级要从管理技术、工艺技术、操作技术、研发技术四个方面入手。应该看到,研发成功并不等于技术成功,技术的最终检验标准是产品,产品的检验标准是市场,只有得到市场的认可才是真正的技术成功。因此,我们必须要了解市场的需求,掌握市场的变化,一切研究都要围绕市场进行,与市场接轨,根据市场需求来搞研发、调配方、搞设计,同时要注意整合全集团的技术资源,把这些综合技术充分运用到所有产品中。

市场无止境决定技术无止境,技术升级的步伐永远不能停止,要做到升了再升、改了再改、创了再创,真正做到“材料是最好的,结构是最佳的,工艺是最好的,设计是最合理的,产品也是最好的”。