

2 热点透析 Hot Dialysis

运用卓越绩效评价准则

银光集团推进精益管理战略落地

“卓越绩效模式是企业推进全价值链体系化精益管理的有效方式,旨在持续改善,提升基础管理水平。”中国兵器工业集团甘肃银光化学工业集团有限公司董事长贺宜平 11 月 22 日在企业推进卓越绩效评价准则现场评审总结会上做出这样的判断。

从 10 月 18 日以来,银光集团利用 1 个多月的时间,由董事长与分管该项工作的副总经理亲自带队,分两个测评组,对 5 个分子公司和集团总部应用卓越绩效评价准则推进全价值链体系化精益管理工作进行现场评审。

现场评审组由企业卓越绩效评价内部自评师组成。评审组采取召开座谈会,核自评报告、口头指导、查阅相关资料等方式,从卓越绩效评价准则的“领导、战略、顾客与市场、资源、过程管理、测量分析与改进、结果”等 7 个方面,对企业经理层以及集团总部各部门、各分子公司卓越绩效工作推进情况进行全面审核。

据了解,从今年 3 月份起,银光集团导入《卓越绩效评价准则》,全面推行卓越绩效模式,并以此为标准,全面推动全价值链体系化精益管理战略落地。企业制定下发《银光集团卓越绩效管理推进方案》,明确了推进卓越

绩效模式的目标任务,在全集团全面推广和实施卓越绩效评价准则。

卓越绩效模式是成功企业公认的提升竞争力的有效方法,也是中国企业在新形势下经营管理的努力方向,其核心是强化组织的顾客满意意识和创新活动,追求卓越的经营绩效,并使组织持续获得成功。目前,世界各国的企业和组织纷纷引入实施卓越绩效模式,取得了较为出色的经营成效。

“卓越绩效模式是推进全价值链体系化精益管理战略落地的一个标准,是精益管理工作对标高水平、紧跟专业化,实现量化、标准化的‘指挥棒’。”贺宜平在谈到企业导入卓越绩效评价准则的动因时说。他说,银光集团从 2012 年开始推行精益管理工作,几年来,初步解决了管理粗放、生产不精细、缺乏改善精神等问题。2014 年主要生产线综合生产效率同比提升 11.3%,设备故障率同比降低 19.4%,备品备件库存费用同比降低 23.6%,物耗、能耗同比降低增利 8833 万元。“但真正推进全价值链体系化精益管理战略落地生根、开花结果,还需要以卓越绩效模式为标准进行深入的探索实践。”

几年来,银光集团在实施精益管理的过程

中,和众多企业一样,总是感到缺乏一个参照的标准,精益管理做到什么程度,成为企业的困惑,而卓越绩效评价准则为企业指出了努力的方向和追求的目标。

为成功导入卓越绩效管理模式,银光集团于去年 9 月份和今年 3 月份,邀请中国质协学术教育委员会、研究院暨培训中心高级专家龚海明分两次为企业管理人员和内训师开展专题培训,帮助企业各级管理人员领会《卓越绩效评价准则》的内涵和实施要点,学习卓越绩效评价过程、评分方法和评审技巧。

在应用卓越绩效管理模式过程中,企业坚持问题导向,紧盯生产线从各环节找问题,以卓越绩效为标准,对标水、电、汽等生产能源消耗指标降成本,对安全操作规程规范操作保安全,持续优化改善。统一制定物资采购管理办法,集中采购甲苯、硝酸等大宗原材料。尤其是在白银本部实施外购电缆统签集中采购,将原来由 3 家分子公司分开购电整合为由集团统一采购,全年节约购电费 1500 元。企业借助信息化手段,建立库存物资信息共享平台,将各分子公司积压物资信息进行共享,互通有无,有效降低了资金占用。

谈到应用卓越绩效评价准则推进精益管理,贺宜平说:“精益管理只有起点,没有终点。通过应用卓越绩效评价准则,我们将持续完善精益管理推进机制,不断探索适合企业特点的精益推进方式方法,持续提升企业的经营质量与效益。”

根据这一思路,银光集团建立完善全价值链报表体系,从材料采购成本、产品生产成本、物料消耗水平、能源耗用情况、产品销售市场行情及生产装置运行状况等方面入手,尝试分析产品单耗,逐步实现“全价值链财务信息化管理报表”与“内部管理信息统计报表”的合并。各单位以可控指标为抓手,利用单元成本效益管理模式有效落实成本控制、价值创造、预算分解,完善考核激励机制,有效调动和激发了员工工作性。

对企业如何应用卓越绩效模式,提升经营质量和效益,银光集团总经理程仕鹏表示,“还得站在全价值链的角度高屋建瓴查不足,结合当前全面深化改革工作,破除不适应、不符合企业发展的体制机制弊端,不断追求卓越,提升管理水平和综合竞争实力,并最终推动银光集团走上质量效益型发展之路。”

(朱继龙)

山东梁山农业局强化新型农民科技培训助增收

今年以来,山东省梁山县农业局以促进农民增收致富为目标,通过科教兴农培育新型农民,大力推广农业实用新技术,有效地提高农民科学种田水平,取得了明显的成效。

在对新型农民进行科技培训过程中,梁山县农业局采取集中办班和现场指导相结合的方式,重点为农民群众开展小麦、玉米优质高产栽培技术、夏玉米免耕直播晚收增产技术、病虫害综合防治等实用技术培训,收到明显的成效。地处黄河滩区的小路口镇在大会议室召开科技培训,农民张学跃高兴地介绍说:“听了技术员的培训,种了一辈子地,这里面科学技术还真不少哩,按照这样做一定能丰产增收。”截至目前,已在全县培训了 3000 名新型农民,进村现场指导近 300 次,发放科技书籍、明白纸,大大提高了广大农民群众的科学文化素质和科技成果应用能力。现在,以种植业为主,已引进、试验、示范、筛选推广新品种,推广了小麦氮肥后移、测土配方施肥、病虫害综合防治、玉米“一增四改”,秸秆还田等 6 项新技术。今年,测土配方施肥技术更是在全县得到了大面积的推广,在全县范围内共实施取土化验 15 个乡镇、街道和开发区,通过大量分析土壤化验结果,科学制定配方方案,共推广配方施肥,实现了诊断、开方、推广肥料相结合,为全县的农民提供了科学施肥的依据。拳铺镇前杨楼村农民杨如意从县农业局举办的科学技术培训班,学到套种技术,采取立体种植取得明显的成效。拳铺镇陆庄村农民刘建新流转土地 100 多亩,打破传统的一麦一豆种植模式,采取一年三种三收的立体种植模式,每年收入 30 万元,还安置农村闲散劳力 20 名在此打工。截止到目前,梁山县农业局不断加大新型农民科学技术培训力度,做到在有限的土地上打好增收仗,尽快致富奔小康。

(王瑞芹)

襄阳表彰一批家政企业和家政员

11 月 27 日下午,湖北省襄阳市妇联、市人社局联合举办表彰大会,23 名优秀巾帼家政员、17 个优秀巾帼家政服务队受到表彰,来自全市 40 个家政企业和 40 名服务员代表参加表彰活动。

近年来,为贯彻大众创业、万众创新的决策部署,该市通过举办家政服务技能大赛、组织系列家政服务培训等形式,为全市家政服务业发展搭建良好的供需平台,推进全市家庭服务职业化、规范化发展,全面提升家政服务水平、打造巾帼家政服务品牌,促进了妇女就业创业发展。全市家政服务已涉及 20 多个门类,200 多个服务项目,家庭教育、医疗保健、居家养老等新兴服务进入家政服务范畴,服务对象已涵盖从新生儿、幼儿、少年、成年白领,到单亲家庭、老人和残障人士等不同年龄阶段,基本覆盖到不同收入水平的居民群体。今年 5 月,湖北省妇联、省人社厅联合启动湖北省巾帼家政服务业职业技能大赛,借助全省巾帼家庭服务业的发展,该市妇联、市人社局在全市举办了第四届巾帼家政服务业技能大赛,全市 19 支家政服务队伍、90 名选手参加大赛。

据悉,11 月 1 日,该市参赛选手柳艳珍、汪艳琴、姚丹在全省家政服务业技能大赛中分别获得第二、第三、第六名,襄阳市妇联获得最佳组织奖。

(田伯韬 牛书壮)

泊富地产 25 万元资助高山教学点

12 月 1 日,湖南泊富地产有限公司爱心代表深入湖南隆回县小沙江镇光化村,为光化村教学点捐赠 25 万元现金,帮助教学点用于扩建征地、校舍维修、添置办公设备、奖励长期扎根山区的优秀教师、资助贫困学生。

光化村教学点地处偏僻高山,现有 2 名教师、幼儿园及小学一二年级共 71 名学生,教学设备简陋。泊富地产的善举将改变教学点多年来的落后状况。

罗理力 曾松柏 摄影报道



中阳食品:抢占鸭梨加工“智”高点



最近,山东阳信中阳食品科技有限公司可谓是喜事连连:在第二届“到山东最想买的 100 种特色旅游商品”评选活动,公司生产的阳信鸭梨利脉系列产品成功入选;荣获第二批“山东省专精特新中小企业”特色服务企业;在第 12 届中国林产品交易会上,公司参展的“中阳牌”阳信鸭梨醋饮喜获全国金奖;山东省林业厅公布了 2015 年度山东省林业龙头企业,中阳食品科技有限公司榜上有名。同时,公司生产的阳信鸭梨膏获得滨州市非物质文化遗产,公司总经理魏玉田被评为滨州市乡村之星。

潜心研究两年发明鸭梨醋饮

地处鲁北的阳信县是“中国鸭梨之乡”,一到阳信,就不能不说起阳信鸭梨,阳信鸭梨以其香甜口感和营养价值成为一大特产,以其为主料制作而成的鸭梨醋饮也深受人们青睐,成为中国女排指定果汁饮料,敲开了国外大门。

但是人们大概不会想到,鸭梨醋饮的“创始人”却是一位只有 37 岁的年轻人——山东省阳信中阳食品科技有限公司总经理魏玉田。

1978 年出生的魏玉田 1997 年大学毕业后进入阳信一家鸭梨深加工企业担任技术员。受所学专业影响,魏玉田认为要想做大做强家乡的鸭梨产业,必须围绕鸭梨深加工这一主题进行研究。魏玉田的想法也得到了公司的支持,公司为此专门提供了经费,让他专心研究。

一次偶然的机会,魏玉田在糖酒会上发现了一种名为“苹果醋”的饮品,魏玉田想到,阳信盛产鸭梨,并且鸭梨是一种优良的

滋补佳果,何不以鸭梨为主要原料生产饮品呢?为此,魏玉田特地到厂家进行了考察,做了可行性分析。回到阳信后,这一想法得到了厂领导的大力支持,魏玉田便一心开始钻研配方。

因为鸭梨饮品成分以及配料比例完全没有参照,只能根据口感自己慢慢摸索,一点点进行配比试验。每天一上班,魏玉田就到实验室去调配料,一直盯到晚上。“那时候自己年轻,就住在工厂的宿舍里,晚上回去煮个方便面,吃完就到实验室接着研究。”魏玉田告诉记者,“往往会出现这种情况:在实验室配好后,到车间中试时又出现问题。”遇到这种情况没有别的办法,只能从头再来。

就这样,一次次的失败,一次次的试验,到 2000 年,魏玉田用了两年的时间,终于将鸭梨醋饮的配方研制成功。

辞了副总自己创业

2008 年,刚满 30 岁的魏玉田已经是厂里的副总。春节回老家过年,魏玉田想:自己已到而立之年了,应该有一份属于自己的事业了。魏玉田说:“我做鸭梨饮品已经十多年了,对这个行业也有很深的感情,但是目前行业内一直走低端路线,长此以往对整个鸭梨产业都有影响。”他心里一直有这样的想法:自己单干,推出高质量的鸭梨饮品,打造鸭梨深加工龙头企业。决心一下,他便和原来厂里的一个同事一起辞职,开始了创业路。

魏玉田的想法得到了县里相关部门的大力支持,在他们的帮助和介绍下,魏玉田将厂址选在了阳信商店镇。厂址选好了,资金又成了难题。没办法,魏玉田就自己一趟趟地跑银行,申请贷款,最后在家人和朋友的帮助下凑够了 200 万元的启动资金,开

始建设厂房。

就这样一路摸爬滚打,到 2009 年 11 月,魏玉田的公司正式投产。魏玉田专门从德国西门子引进了全套自动无菌灌装设备,严格按照出口产品生产车间标准操作,产品包括鸭梨醋饮、鸭梨醋、鸭梨脯、鸭梨酒和鸭梨原汁等,现已经远销广州、厦门、福州、杭州、上海、北京等地,年销售额达到 8000 万元。

成为中国女排指定果汁饮料

魏玉田从事的鸭梨饮品加工企业,也是阳信乃至黄河三角洲地区极具发展潜力的优势企业之一。由于产品适销对路,形成了年产 10000 吨鸭梨饮料、2000 吨鸭梨浓缩汁的生产规模,消化鸭梨 60000 吨。

阳信鸭梨富含维生素 B、维生素 C 及钙、磷、铁等多种营养成分,以及清热养肺、生津止咳、化痰平喘、滋阴养颜等功效。利用鸭梨的价值,中阳食品与山东省供销社水果研究所、山东大学联合研制成功并投入生产的功能性保健饮料,采用“液体深层发酵法”和生物工程技术,经过压榨、澄清、低温发酵、除菌过滤等十几道工艺,使产品既继承了醋的各项功能又溶入了阳信鸭梨的各种营养、保健、药用特点,荣获山东省“食品安全诚信单位”证书。公司本着开发一代、研制一代、储存一代的指导思想,根据鸭梨饮品的特有药性,进一步开发止咳保健饮料,向更高功能、保健型饮品发展。作为我国梨系列饮品中的佳品,鸭梨醋饮也成为中国女排指定果汁饮料。

阳信鸭梨醋饮敲开国外市场大门

2013 年 8 月,山东阳信的鸭梨醋饮在北京中韩贸易洽谈会上大出风头,中外佳宾开怀畅饮、啧啧称赞,它以独特的口味、精美的包装征服了客商,签订了出口韩国的协议,阳信鸭梨醋饮终于敲开国外大门。

公司这次出口的产品属纯天然(食品,未加任何添加剂,顺应了世界返璞归真、崇尚自然的消费趋势,在香港市场上也十分畅销,产品供不应求,已申请获得了国家专利。

魏玉田告诉记者,鸭梨醋饮配方中配料比例十分严格,多一克或者少一克,口感就会有变化,现在的配方已经达到了最佳比例,这是经过几万次的失败后得来的。

(翟成新 李东生)

拥抱互联网 安徽庐江茶业驶入新蓝海

伴随着全民电商时代的到来,作为“中国茶叶行业综合实力百强企业”,安徽白云春毫茶业开发有限公司也盯上网络营销这一新兴市场。今年年初,该公司与庐江县供销社总公司共同投资创建了安徽白云春毫电子商务有限公司,走出一条茶企电子商务的新路。

传统茶企拥抱互联网

安徽白云春毫茶业开发有限公司坐落在素有“温泉古镇、名茶之乡”的庐江县汤池镇,占地面积 80 亩,总资产 3600 多万元,是一家集茶叶种植、加工与销售为一体的省级农业产业化龙业企业。目前,企业优质茶种植面积达到 2.9 万亩,茶叶直接销售收入 6000 余万元,茶农人均每年仅茶叶产业一项就增收 800 多元。茶叶已成为当地农民增收致富的“摇钱树”,并成为庐江县在市场上最具竞争力的农产品之一。

近年来,“白云春毫”茶叶连续多次获得中国(安徽)第国际茶产业博览会上获得金奖,并折取“茶王”桂冠。公司还获得了 ISO9001-2008 国际质量管理体系认证。“白云春毫”茶叶先后荣膺“安徽名牌”、“安徽省著名商标”、“安徽省十大品牌名茶”、“安徽市场读者最喜爱的十大品牌名茶”、“中国徽茶十大著名品牌”和“中国长三角顶级茶叶品牌”等称号。

时下,“电商企业品牌化,品牌企业电商化”成为一种流行,茶叶当然不会错过电子商务这趟快车。安徽白云春毫电子商务有限公司的成立,茶企实现了线上线下互动发展,使传统品牌农业焕发了勃勃生机。

开辟出一片新蓝海

白云春毫电商成立之初,就与合肥集智包装设计有限公司、安徽三文鱼电子商务有限公司达成合作,实行技术引进、人才共享,并拥有高水平产品品牌定位、包装设计以及电子商务运营能力。时尚清新的页面风格、丰富的产品系列已吸引大批爱茶者,品牌在网络上声名鹊起,也通过网络传播了庐江的茶文化,促进了庐江中高端茶品在电商渠道的发展。

茶叶的网络营销发展,不仅拓宽庐江茶叶的销售渠道,扩大就业,也带动相关包装、物流配送以及茶叶下游产品开发,延伸茶产业链条。目前白云春毫线上月销售额逾 10 万元,茶企已尝到了“触网”的甜头。

当前,白云春毫电商正积极向外取经,积极筹备进驻京东、1 号店、当当、飞牛网等,进一步完善电子商务平台。“电商企业品牌化”与“品牌企业电商化”,正推动庐江县茶产业转型升级。

线上线下“两条腿”走路

笔者在走访中发现,安徽白云春毫电子商务有限公司注重线上线下互动结合,不仅在线下增开体验店,还兴办合作社,从虚拟网络向实体领域进一步延伸,增强抗风险能力,实现多赢。

据了解,白云春毫茶叶已在消费群体中形成一定口碑和品牌黏度。为此,网商开始从线上线下互动,增开体验店,以更好地服务老客户,并扩大销量。

电商通过“网一店一园”三位一体,利用网络把粉丝、网友,吸引到店里,带到茶园体验制茶全过程,了解茶文化,成功吸引多家家加盟商和连锁店。白云春毫江苏南通店已正式营业,白云春毫合肥营销中心将在近期建立。

体验店的开设,解决消费者在网购过程中对茶叶品质、口感等无法判断困惑,有利于茶叶网商进一步扩大销售范围。而组建合作社生产茶叶,更让消费者放心“白云春毫”的茶叶品质。

据介绍,电商组建的春兰茶叶专业合作社,按照有机茶的标准全面打造茶叶生产基地,在生产过程中实现五个统一:统一农资配送供应,统一防治指导,统一生产经营标准,统一学习交流培训,统一其他生产经营环节把关。

电商通过在线上拓展新业务,并通过线上线下深度互动,产品创新及营销手段不断发展,拓展了茶企的新营销渠道。

采访结束时,安徽白云春毫电子商务有限公司董事长赵玉贵对笔者说,在网络上卖茶不同于在实体店卖茶,会面临着重重困难,尤其是国内电子商务市场处于拼价格的初级阶段。

赵玉贵说,尽管茶行业电子商务的发展成熟还有相当一段路要走,但电商时下已逐渐成为传统产业与现代科技交融的一个主要趋势,“茶企做到线上线下‘两条腿’走路,在茶叶电商这块会比纯电商的茶企做得更好。”

(赵德顺)