

2015 第九届深圳企业文化节颁奖典礼于深圳举行

王石、马化腾、古少明等获深圳企业文化建设功勋人物称号

■ 林中平

12月15日,2015 第九届深圳企业文化节颁奖典礼于深圳举行。万科企业股份有限公司董事局主席王石、深圳市腾讯计算机系统有限公司 CEO 马化腾、深圳宝鹰集团董事局主席古少明等 48 位企业家共同获得特区设立 35 周年—深圳企业文化建设功勋人物荣誉称号。颁奖典礼还颁布了深圳企业文化建设十佳单位、深圳企业文化建设示范基地、深圳企业文化建设创新企业、深圳人喜爱的十佳知名消费品牌等奖项。

“智、敏、勇”成宝鹰集团企业文化核心

2015 第九届深圳企业文化节颁奖典礼由深圳企业文化节组委会举办,颁奖典礼对第九届深圳企业文化节获奖单位和个人现场进行了表彰。各获奖单位和个人经过企业申报、市民投票、专家综合评审和公示四个阶段,最终方从近 3000 家申报企业和个人中脱颖而出,成为代表深圳企业文化建设水平的高峰。一年一度的深圳企业文化节迄今为止成功举办过九届,围绕企业文化建设的主题,选出了一大批“以文化推动发展”的企业文化名企和一大批推动了深圳企业文化建设的企业家。

在颁奖典礼现场,“特区设立 35 周年—深圳企业文化建设功勋人物”获得者——深圳宝鹰集团董事局主席古少明介绍了作为积极践行“一带一路”国家战略的深圳企业开拓者,宝鹰集团企业文化建设的突破点及宝鹰集团在“一带一路”沿线国家广泛开展“以人文交流促进经贸合作”的具体情况。

古少明说:“智、敏、勇”作为宝鹰集团企业文化的精神核心,是宝鹰团队攻坚克难,永远向前的精神保证,也是内向型的宝鹰文化塑造宝鹰人的重要法宝。智敏勇是什么?是中华文化精神的集中体现,是智者知人,敏则有功和勇者不惧。这样的企业文化内涵在宝鹰各



● 颁奖现场

个发展阶段发挥了重要作用,因为正是它教导宝鹰人按照鹰的机智、敏锐和勇敢要求自己,团结凝聚在这个精神下,宝鹰团队才能克服一切艰难险阻。与此同时,宝鹰集团设立了面向社会大众的宝鹰讲堂,先后邀请知名学人在高校、社会巡回开讲,向社会传递正能量。

据悉,宝鹰集团自 2014 年开拓海外市场,积极践行国家一带一路战略以来,逐渐在探索发展的过程中摸索到一条企业文化建设的新路,将宝鹰文化逐渐引向社会,让更多的人受益凝聚中华传统文化的宝鹰文化,让中华文化成为搭建一带一路经贸合作的桥梁和纽带。宝鹰集团先后举办了一次国际书画印创作大赛,投资拍摄了一部反映中印尼伟大友谊电视剧,举办了一次印尼中国书画邀请展。三次活动先后承接,主旨都是弘扬中华优秀传统文化精神,促进中外文化交流,促进经贸合作。致力于通过中华传统文化感召更多人,弘扬社会正能量。

古少明表示:作为走出去的中国企业,通过外向型的企业文化建设,促使海上丝绸之路沿线国家充分了解中国,认识中华文化是积极践行“一带一路”国家战略,为国家产能输出做

贡献的基础性工作,不断扩大宝鹰文化的受益面亦是外向型的宝鹰文化自身的内在要求。因此,在我们迈开宝鹰文化国际化之路脚步的时候,我们就已准备好要不断以时代最强音讲好中国故事,唱响海丝传奇。

万科与腾讯的企业文化

王石的获奖可谓在人们的意料之中。无论是作为万科集团的创始人还是一个民营企业家的身体,王石在企业文化方面的践行有目共睹;王石曾在他的专著《大道当然——我与万科(2000—2013)》中写道:万科解决问题的方法就是企业的核心理念,即企业的核心价值观。在万科,企业的核心理念就是“万科化”,它涵括了“专业化、规范化、透明度”三大内核。通过十几年的不懈努力,尤其是近几年公司的不断调适,这三大企业理念已经成为万科成长的核心支持,成为万科的核心竞争力的源泉。

王石酷爱运动。在王石的引领下,万科一直把企业的社会责任当成一场永不停歇的马拉松。作为一家规模 2000 亿的房地产企业,万



● 王石获奖

科认为,关注员工健康、引领城市健康运动发展,这些都是企业社会责任的应有之义。万科的目标不仅是要成为中国房地产行业的持续领跑者,更要成为卓越的绿色企业。它非常清楚,其愿景不仅仅是提供一个产品,不仅仅是赚钱,更多的是思考在面对全球气候变化、环境恶化,面对未来的不确定性时,民营企业应该扮演一个什么角色。

在万科公司内部,企业管理者已经营造了一种健康、积极的企业文化。从王石到郁亮,从公司到社区,运动作为一种精神,正深入骨子里。郁亮到城市公司走访的时候,要求办公室必须为员工配备淋浴间,积极为员工创造有利的运动条件。而在过去两年,万科对于健康理念的推广已不再局限于企业内部。于是,“城市乐跑赛”诞生了。如今,“乐跑”的万科,正在用自己的行动将这种健康运动的文化推进到其他企业,带进社区,走进校园,面向社会。据了解,城市乐跑赛自 2013 年开展至今,共吸引逾 6000 家企业超 20 万人参与。

住宅产业化是万科一直带头推进的,其目的是全面改善住宅的使用功能和居住质量,高

质量、高效率地建设符合市场、客户及绿色低碳发展所需求的高品质绿色住宅。2014 年 11 月 13 日,万科宣布正式加入世界自然基金会(WWF)“碳减排先锋”,成为全球房地产行业中首家“碳减排先锋”成员企业。作为倡导绿色建筑先锋企业,万科还积极参加了 2014 年 2015 年的联合国气候变化大会。在今年的巴黎气候大会中国角企业日上,王石表示,万科积极响应国家碳交易号召,从 2016 年开始将从国内交易所购买减排指标抵消万科集团商务飞行的碳排放量。与此同时,作为全国最大的住宅开发商,营造幸福社区成为万科企业社会责任的重要实践。截至 2014 年底,万科服务了 405 个住宅小区,约 65 万户 200 万人生活在万科社区。

至于年轻的腾讯,其企业文化早已声名远播:一位在腾讯工作了十年的员工撰文写道:我在 2004 年加入腾讯,到现在已经十多年了,一直负责腾讯内部的企业文化。我们总是不断想做一些创新的东西,新的东西更好玩,也让做这块工作的同事更有成就感。腾讯内部每年都会做满意度调研,文化一直是所有指标当中最核心的。大家对于腾讯文化的认同度,以及腾讯文化在所有员工和管理干部身上体现程度的认同都非常高。很多人谈到腾讯之所以成功,除了对用户的关注,对内部管理的方式很好之外,还有很重要的一点是腾讯非常重视人才培养以及文化建设。腾讯是一家非常包容的公司,像我的装束特别像搞艺术的,其实我是做 HR 的,做企业文化,负责包括敬业度、员工行为的管理和一些偏劳动关系的部分。在腾讯大家不会觉得你穿着打扮有什么奇怪,你的装束并不代表和你这个人有必然的联系。

有人说腾讯很低调,这跟老板有关,公司的创始人之一马化腾,他不爱出来说话。低调有低调的好处,大家很务实,活干好了就行,不用夸夸其谈,不好的一点是像文化是做喉舌工作,一定要发声,找老板出来说话就很难。腾讯文化形成了一种时刻面对“在老板不喜欢出来说话的情况下,怎么做好工作”的命题和挑战。

帮员工“抢”票也是一种企业文化

■ 王嘉实

一张火车票,承载着几多思乡情,一年一度的春运抢票高峰又将来临。近日,随着能购票的日期渐渐接近除夕,在浙江省嘉兴市南湖区工作的外地职工们多了一份心事。

提高公司电脑网速、成立抢票团队、实施“白领帮蓝领”行动……记者从南湖区总工会获悉,在区总工会下发了《关于组织开展 2016 年春运铁路团体票订票的通知》的基础上,辖区许多企业工会也行动了起来,只为帮助职工顺利买到返乡过年的火车票(详见 12 月 3 日《嘉兴日报·南湖新闻》)。

自从铁道部推出网上购票制度以来,为购买一张春运火车票而卷着铺盖在火车站购票大厅彻夜排队的情况已经不再重现,虽然春运期间仍有在窗口排队购票的现象,但越来越多的人已不再“轧闹猛”,转而通过网上购票轻松搞定。然而,便利、快捷的网上购票方式对于很多文化程度较低,网络技术不高的一线企业员工而言,却是一道迈不过的技术门槛,他们不会上网,不会抢票,或者上

了网也“抢”不过人家。眼看年关将近,能否顺利买到返乡车票成为异地员工的最大烦恼。

为了帮助异地员工顺利买到火车票,实现返乡过年的心愿,南湖区的不少企业主动承担起员工“娘家人”的角色,充当起为员工抢票的强力后盾。比如浙江良友木业有限公司为职工买春运车票的行动已经持续 7 年,每年安排 20 多名职工专门抢票,基本满足了所有想回家过年的职工需求。

这些年来,很多企业面临招人难、留人难的困境。为此,越来越多的企业不但打出了“高薪牌”,而且打起了“情感牌”,这个“情”就是企业文化,通过开展丰富多彩的活动,给予员工工作和生活上的人文关怀,从而让员工真正感受到被尊重和家的温暖。为员工购买一张火车票,看似小事,却传递出企业对员工的浓浓关爱之情,必将提高员工对企业的亲和力和感恩度,增强企业与员工之间的凝聚力,这何尝不是企业文化建设的一种直观体现。企业视员工为家人,员工才会以企业为家,从而激发企业发展的内生动力。

中国诞生首个正式的珠宝产业教育体系项目

在中国国家教育部及中国国际贸易促进委员会的见证下,产业教育领导品牌西廷思世博教育与世界首屈一指的珠宝设计学院佛罗伦萨欧纳菲珠宝设计学院(LAO)及珠宝产业领导品牌周大福 21 日在北京共同签署并发布“米开朗基罗计划”,此举意味着中国第一个正式的珠宝产业教育体系项目正式诞生。

据介绍,在此前,西廷思就已与 LAO 于意大利米兰时间 8 月 5 日在米兰世博会中国馆签署了全面教育合作。此次“米开朗基罗”计划的发布也是中国参与本次米兰世博会的文化教育中外合作的成果。

LAO 创始人兼院长 Gio Carbone 说,“米开朗基罗计划”的签署,不仅是建立珠宝人才培养目标,更对世界珠宝行业发展起到了巨大的推动力。LAO 将在米开朗基罗计划开设中国珠宝学院方面给予全程教学支持,并负责学员在意大利佛罗伦萨的长中短期的珠宝课程与实践,并将同西廷思和周大福一起建立珠宝设计的中国版教材和整理保护中国的非物质文化遗产手工技艺。周大福作

为珠宝产业的代表将为米开朗基罗计划提供教学平台,实习基地,技术支持,提供人才工作机会等全方位的支持,并且藉此平台来吸纳和建立与国际珠宝产业上下游更为广泛的合作。

西廷思教育董事长许立表示,米开朗基罗计划是西廷思推动产业教育模式的一个典型范例。它将弥补中国珠宝行业教育培训的空白,为提升整个珠宝行业整体设计和营销水平做出贡献;同时,还将设立长中短期的各类珠宝设计和营销课程,聘请国内外许多传统技艺工匠传授特别的手工艺技。此外,西廷思将以米开朗基罗计划为平台链接国际珠宝产业上下游资源,形成一个以珠宝矿产,珠宝设计师,非遗手工艺人,珠宝营销人员,珠宝加工制作,时尚产业品牌,珠宝展览为一体的产业平台,开创珠宝产业的新发展模式。

据了解,米开朗基罗计划中的第一所珠宝学院将设立在深圳,之后计划在中国十个城市开设分校。

(闫晓虹)

蒙牛“牛二代”出书谈“蒙牛系创业传奇”

一本由蒙牛“牛二代”撰写的《蒙牛系创业传奇》一书,日前正式由中国言实出版社出版、发行。该书作者之一郭万富说,这是他对众多“牛二代”企业家在蒙牛集团牛根生带领下走过历程的一种回望与致敬。

郭万富说,作为蒙牛集团创始人的牛根生,其旗下的牛一代大致有许文、王贵生、邓九强、孙玉斌、卢俊、杨文俊、孙先红等人。但这些年“牛一代”目前大都很少在公众面前露面,活跃的则是“牛二代”中的卢文兵、姚同

山、赵全生、郭凯锐及他本人等。

作为曾在蒙牛集团担任过宣传部长的他而言,写这本书最大的难题是,由于众所周知的缘故,即便是牛二代也甚少有人愿意接受采访。这也使得他的写作思路多次更改,从 2013 年开始写作的过程中,推翻重来是经常有的事。

不过,让他高兴的是,在他的坚持下,在本书中他还是客观公允的描写了卢文兵、赵全生等八人对于蒙牛集团的回望以及当下的创业历程。并得到了受访者的认可与肯定。

商丘新奥坚持“专业 + 安全 + 服务”打造特色企业文化

■ 吴锦行 刘雪玲 赵金超

自 2004 年 8 月 28 日新奥集团在河南商丘注册成立商丘新奥燃气有限公司至今,商丘新奥燃气有限公司始终坚持“以人为本,追求卓越,和谐共生”的核心价值观,秉承“让客户满意是新奥人永远的追求”的服务理念,经历十余年风雨打造出如今商丘新奥燃气的优良品质。

“便利圈”缴费网点让客户贴心

商丘新奥一直本着“诚信经营、便民利户”的经营理念,拥有一支优质、高效的线下服务交付团队,截至目前商丘新奥已在市区增加缴费代收网点 43 个,为用户营造了便利的天然气缴费、CNG 充值体系。

为了积极拓展气费缴纳方式和渠道,力求全面实现城区“便利交费圈”,商丘新奥于 2015 年 9 月 9 日正式上线恩纽诚服 APP 业务,标志着商丘新奥提倡的“互联网+”又增加了一位新成员。这是商丘新奥与时俱进打造互联网城市智能服务平台的一个重要举措,前期实现让广大普表用户和 CNG 用户足不出户轻松搞定查询缴费等业务,后期还将陆续开通在线报修、抢险等服务项目。

一体化加气站网络体系让用户舒心

商丘新奥燃气车用燃气业务始于 2007 年 6 月,先后在商丘地区投入运营共 6 座加气站,分别是平原路 CNG 加气站、北海路 CNG 加气站、建设路 CNG 加气站、双八镇 CNG 加气站、李庄 LNG 加气站以及宁陵 L/CNG 加气站。三座 CNG 加气站紧邻市区,交通便利,承接了商丘市近一半的燃汽汽车加气业务。



● 新奥燃气公司工作人员正在为出租车加气

8 年来,商丘新奥燃气车用燃气业务秉承着“安全卓越运营”、“361 度服务”等运营理念,迅速在商丘地区做大做强,在服务广大用户、降低用车成本的同时,保证了每天 6 万方的最大 CNG 供应量和每天 24 小时不间断的供气。并在一定程度上有效改善了商丘市大气污染状况。

心系千家万户用气安全让百姓放心

众所周知,天然气既是清洁高效的能源,又是易燃易爆气体,它在给社会发展和人们生活带来巨大效益和方便快捷的同时,也具有一定的危险性。商丘新奥燃气有限公司目前为商丘市 14 万居民用户、600 多家工商业用户、4000 多辆汽车源源不断地供应着天然气。

在接受记者采访时郭万富透露,该书是在中粮集团入股蒙牛之后,蒙牛“牛二代”对跨文化管理的一次重新思考。它不但是对过去蒙牛文化基因的一种传承,更是对现在蒙牛文化的一次沉淀后的再认识。

“通过书中的这八名牛二代创业家,我们可以看出,这个创业群体对蒙牛文化的崇拜与敬畏,几乎达到了极致。尽管他们今天的创业之路并不平坦,但他们头顶上最大的光环依然是‘蒙牛’两个字”。郭万富说。(李爱平)

商丘新奥坚持“专业 + 安全 + 服务”打造特色企业文化

一直以来,安全的天然气服务是新奥人不懈的努力和追求。对此,商丘新奥燃气有限公司不断深化安全生产保障,实施和开展了一系列科学、严格的安全管理举措,坚持每家每户安检深入;公司总经理宋立志挂帅,实行高管分片包干;建立完备的企业风险管理体系;建立横到边、竖到底的安全体系和安全管理团队,对管网实行全天候、全方位的监控调度;建立有专业的燃气抢险队伍和安全抢险预案。坚持“预防为主 消防结合”,确保天然气使用安全不断健全和落实安全生产管理制度,保证天然气使用安全。

商丘新奥燃气有限公司总经理宋立志表示,商丘新奥在发展中进步,在进步中致力于服务广大商丘民众,一定会切实履行社会责任,做好能源供应,抓好安全生产,保护生态环境,以优质的服务回报广大商丘市民。