

今年以来,兖州煤业鄂尔多斯能化工会认清形势,找准位置,主动作为,创新开展“企业渡难关,我们在行动”主题教育实践活动,充分发挥了广大职工在企业度危求进、逆势闯关中的主人翁和主力军作用,凝聚了齐心协力渡难关、众志成城促发展的强大合力。

帮助企业渡难关 能化工会主动作为促发展

市场遭遇寒冬,企业负重爬坡,员工队伍迅速壮大,管理模式过渡转型,生产建设任务日趋繁重,面对这些新形势新任务新要求,企业工会应该怎么办?今年以来,兖州煤业鄂尔多斯能化工会认清形势,找准位置,主动作为,创新开展“企业渡难关,我们在行动”主题教育实践活动,充分发挥了广大职工在企业度危求进、逆势闯关中的主人翁和主力军作用,凝聚了齐心协力渡难关、众志成城促发展的强大合力。

共画一个同心圆

人心齐,泰山移。全体职工能否思想统一、目标一致、合力共为,是关系到能化公司能否实现既定目标、促进优质高效发展的前提和关键。该公司工会深谙这个道理。他们以集团公司统一组织的形势任务宣讲为契机,借势造势、借力发力,掀起了形势任务教育的热潮,精心写好形势任务教育这篇文章。

1月21日-25日,能化公司宣讲小组辗转800余公里,深入到各个矿厂,和干部职工共聚一堂,敞开心扉,共同谈形势、明目标、讲任务、定措施,解开了头脑中的疙瘩,甩掉了思想上的包袱,收到了解疑释惑、释放压力、凝聚合力的良好效果。“刚才听张主席讲,好多企业一年才发几个月的工资,没想到现在的形势这么严峻。虽然我们是驻外开发单位,相对辛苦点,但和本部、和其他单位相比,我们的收入算是很可观了。”听完报告会后,安源煤矿的一名职工如是说。

除了常规的宣讲以外,他们还在创新教育方式和载体上动了不少脑筋。针对能化公司青年职工较多、思维活跃的实际,他们建立了“青年驿站”QQ群,及时传达宣贯公司改革发展政策精神,为增进了解、交流思想、成家创业搭建平台,稳定青年员工队伍。建立“员工心声”微信平台,畅通交流渠道,即时传递政策要情、行业动态,动态掌握员工心理诉

求,超前做好疏导调控,及时理顺思想情绪,有效化解各类矛盾,架起企业和员工之间的连心桥。他们还建立领导干部与员工面对面、心连心促和谐稳定联保联责机制,各单位班子成员及职能科室分别包保基层区队(车间),每月至少组织一次与员工面对面的谈心活动,深入沟通,平等交流,掌握员工思想动态,征求意见建议,研究解决实际问题。

“三八”节期间,他们还组织开展了“巾帼展风采、助力新采矿”主题征文活动,各单位女职工结合本职岗位,围绕新形势、新任务、新目标,谈认识、谈体会、谈感想,充分展示驻外开发女职工在改革发展中拼搏进取、奋发有为的精神风貌,他们其中的优秀征文汇编成册,成为引导广大女职工为实现各项工作目标贡献智慧和力量的精神食粮。

创新创业我当先

“作为能化公司的首个创新工作室,我们深感责任、使命光荣。通过积极努力,工作室牵头组织实施的两项国家‘863’课题去年底顺利通过了国家科技部验收。积极研究实施内部煤炭掺烧试验,内外部煤炭使用比例达到8.5:1.5,今年一季度又全部使用内部煤炭36.7万吨,协同创效783万元。我们还发挥传帮带作用,14名工作室成员与30名岗位职工签订了师徒合同,带动了职工技能素质的提高。”在今年召开的劳模座谈会上,该公司荣信化工副总经理、创新工作室负责人朱敏颇为自豪地作了上述发言。

开展劳模(技能大师)创新工作室创建活动只是该公司工会组织职工开展创新创业活动的一个缩影。2015年,公司工会牵头制定实施《创新创业管理工作考核管理办法》、《合理化建议和小改小革管理办法》,设立了60万元奖励资金,着力全员参与、全领域覆盖、全流程融入,促进节支增效、挖潜增效等多元化创新创业,推动公司管理升级、技术进步、

效益增长。2015年全公司共取得合理化建议、小改小革成果236项,创效3000余万元。今年年初,他们又制定了深化“双创”活动的实施意见,将“双创”活动融入到生产经营全过程,从岗位视角识别增长点和治亏点,列出创新创业25项,“双创”目标额15763万元。1-4月实现创效3984.18万元。

他们积极推进区队班组建设,制定实施能化公司《关于加强“五型”班组建设的实施意见》,形成了“细化五型标准、开展三级竞赛、严格四级考核、组织三级评比”的班组建设推进机制,制定了矿厂单位千分制考核评价细则,在区队(车间)之间、班组之间、岗位之间广泛开展质量达标、创新创业、安全知识、操作技能等劳动竞赛活动,工会每个季度列出专项资金用于奖励各单位评选出的优秀班组和班组长。各矿厂也结合各自实际,不拘一格,自行组织了丰富多彩的各类竞赛活动,不断激活了区队、班组建设的活力。

“个个赛技能、人人都出彩”——这是该公司首届职工技能大赛提出的口号。为了切实把这次大赛组织好、落实好,他们精心筹划,抓好员工教育培训、队伍技能提升,选拔优秀人才参加集团公司第七届职工岗位技能比武,在全公司掀起了学技术、练本领、钻业务、争先锋的热潮。

一枝一叶总关情

“形势越困难,越要关心关爱职工。特别是我们驻外开发的同志们,远离故土、远离亲人,忍受着艰苦的环境、孤独的生活,承载着伟大而光荣的使命。面对这样一个可亲可敬的群体,能化公司各级组织必须义不容辞地肩负起访贫问苦暖人心、排忧解难促和谐的历史责任。”在今年3月份召开的职代会上,该公司党委负责同志的一段话引起了大家的强烈共鸣。

他们是这样说的,也是这样做的。为了切

管理日记

产品和服务是企业发展的两翼

良品铺子有限公司创始人兼董事长 杨红春

我认为,做生意的本质,就是研究产品与顾客需求的关系。谁研究得更深入,谁与顾客贴得更近,就能更好地把握顾客新的消费习惯,谁的生意就能做得更好。

这一点,无论是在传统经济时代,还是互联网经济时代,都如此,只不过互联网时代对商家提出了更高的要求,因为顾客的需求更加多元化和个性化了。

企业家要有研究态度

我赶上了一个好时代。

关于创业,雷军有句名言,“成功靠勤奋是远远不够的,需要找到能让你飞起来的台风口”。所谓“台风口”,就是要跟上时代的趋势,在对的时间点做对的事情。

如果说互联网手机是雷军创业成功的“台风口”,那么消费者对高品质零食持续高速增长的需求,则是让良品铺子飞起来的“台风口”。

随着人均收入的增长,必然伴随着人们对消费升级的渴望。人们对吃的要求在提升,对食品的品质尤为看重,哪怕是吃零食。我给自己的食品店取名“良品铺子”,就是基于这样的认识。可以说,良品铺子能发展起来,就是抓住了消费者需求升级的机遇。

卖零食,并不是我的首创。创业初期,一个新生的零食小店,该如何去跟包括家乐福、沃尔玛在内的大小商超抢市场?我充分调研和研究后发现,人们购买零食主要源于四个方面的需求,一是源于理性,这是对食物的基本需求;二是源于感性,会基于营养考虑食物搭配;三是场景需求,如人们通常都喜欢在旅途中带食物;四是社交需求,带着零食看望朋友是个不错的选择。

无论是哪一种需求,人们往往希望商家能提供“多、快、好、省、美”的服务,于是一种以小包装、精选装、个性装为特色的零食在良品铺子亮相后,因挑选更便捷、食用更方便备受市场青睐。

可以说,这种研究人和产品的习惯,一直保持在我管理良品铺子的过程中。我在多个场合强调过,我们做的不是买卖,而是在研究人的需求。多年来,我一直在反问自己“为什么消费者一定要选择你?”用这种方式“逼”着自己不停地思考顾客究竟想要什么?

企业家要有服务心态

良品铺子从2006年在武汉开了第一家门店到现在,全国已有1700多家门店,拥有员工7000余人,2014年的销售收入在25亿元,2015年的销售收入达45亿元。

我们之所以能够在众多零食品牌中赢得消费者的认可,在很大程度上是因为我们一直在扮演中间服务商的角色,一边是服务消费者,一边是生产工厂。

在零食这个单一品类中进行垂直拓展,关键是定位目标客户,细分消费者,思考为谁服务。注重品质的人群就是我们的核心消费群。有了定位,我们就按图索骥,以“多、快、好、省、美”的服务宗旨去选择卖什么和怎么卖。

如果说,产品是发动机,那么新技术实现新的服务转变就是企业发展的加速器。2013年的时候,良品铺子已经完成了电商化的布局,将产品放在天猫、京东商城、一号店等网上商城销售。移动互联网兴起,我们也开展了社区化O2O的布局。

借助线下门店的地理位置优势,为线上提供快捷配送服务,让消费者享受更便捷的物流体验;同时,我们还建立了“全渠道、全过程、全节点”的客户关系管理体系,以客户为中心,记录客户的所有数据,研究分析客户的需求、习惯和心理。

另一头是生产工厂。而连接这两头的是良品铺子的组织管理。组织管理的核心是良品铺子的企业文化和服务思想。良品铺子“品质、快乐、家”的企业文化受到供应商们的认同,良品铺子“服务至上,独立自主,开放整合,互动互强”的服务思想受到消费者的认可。

我们希望能把这1700多家门店各自打造成一个个“小而美”的组织,各有特色,各自运营,以此来盘活公司整体的活力和创造力。

新希望地产全新品牌正式亮相 致力打造“好房子·漫生活”

日前,新希望地产品牌发布会暨全国战略合作伙伴盛会在成都召开,揭幕全新的新希望地产品牌形象,发布“好房子·漫生活”战略升级理念,与全国150余家优质供应商携手,运用现代科技,让智能美好生活触手可及。同时,作为新希望地产“品牌元年”、“百亿元年”战略的重要组成部分,本次发布会也是新希望地产成立以来一次重要的品牌战略发声。

新希望地产成立于1998年,是新希望集团旗下四大重要板块之一,集物业开发、商业运营、资产管理于一体的综合性地产开发商。新希望地产经过18年的发展,从成都走向全国,从中国走向了世界,市场不断拓展,产品线从住宅四个体系到酒店产品线、写字楼产品线和商业产品线,已经搭建了一个完整的产品序列。2013至2015年,新希望地产保持高速增长销售额实现了高达62%的复合增长。

据介绍,新希望地产全新提出的“好房子·漫生活”理念以追求产品的极致呈现和客户的满分为标准,铸造“好房子”,雕琢



“漫生活”。新希望地产以“财富、品质、尊贵、美好”为标准,致力于打造“自由、健康、便捷、休闲”的“漫生活”。

在提供好房子、好服务的同时,新希望地产更在努力为业主提供健康服务,主要包括食品健康和医疗健康。依托新希望集团优质食品链,新希望地产将陆续在所有的小区设

置绿色健康食品体验店,为广大业主提供绿色、健康的食品。同时,将健康和科技元素完美融入到产品中,比如与国内知名医疗服务商联合打造的“德恒医疗中心”,开创了社区智能医疗的全新模式,为业主提供健康呵护,结合科技,打造智能化生活范本。

在用户需求多元化发展的市场环境下,

新希望地产坚持“以人为本”,为用户营造舒适宜居的“好房子”,创新提出包括“全生命周期”户型设计、一字形板式楼栋结构、全龄段健康成长社区在内的众多人性化概念。新希望·鼎盛作为集住宅、商业和写字楼资产管理于一体的综合性服务社区,通过在新建小区内充分利用现代科技智能为业主提供更安全、更便捷、更舒适的生活体验,用户可以通过新希望地产自主开发的D-life、D-café、D-club等APP实现线上线下服务生活的无缝链接。

新希望地产总裁张明贵表示,未来十年二十年房地产行业仍然是非常有生命力的,新希望房产仍然有很大的机会。在这样的大势下,新希望地产追求的是适度的规模和有质量的增长,追求合理利润,坚守新希望地产的经营逻辑、财富逻辑。

2016年,新希望地产延续了高速发展态势,在1-5月中国典型房企销售榜位居前列。未来新希望地产将不断深化“好房子·漫生活”理念,坚持以人为本,持续稳步提升。

(张兴茂)

(徐雅玲)

(李世平 马潇雪)

问题显现化 改善日常化 浪费最小化 十堰部件厂推行全员作业观察

笔者从东风德纳车桥有限公司十堰部件厂生产科了解到,该厂自1月份开始推行全员作业观察,目前已基本实现作业现场“问题显现化、改善日常化、浪费最小化”的期望目标。

据了解,作业观察原本是企业管理人员进行作业现场安全管理的一种方法,是以标

准作业书及其他基准文件为依据,对作业或作业领域内的各项状态进行比较,判断其正常或异常并作出处理的管理行为。今年1月,该厂管理层决定启动全员作业观察并将观察对象由安全扩展到质量、装备、培训、生产效率、5S及人员行为规范。

工厂成立了“作业观察项目组”,以课题

攻关方式进行推进。制定了《作业观察活动计划书》及《作业观察评价办法》,要求各单位管理人员和员工按照职能职责,针对自工序和作业领域内的各项作业进行观察,做到工序、人员全覆盖;在工厂局域网建立了作业观察管理数据平台,各车间及职能科室每日下午17时将员工作业观察发现的异常点录入数

据平台;制定了激励办法,即发现异常点以正激励为主,异常点整改以负激励为主,极大地调动了广大员工发现问题、整改问题的积极性和主动性,做到现场事事有人管,事事有人操心,使现场各种显而易见的不良行为明显减少。

(李世平 马潇雪)



●羚锐集团办公大楼

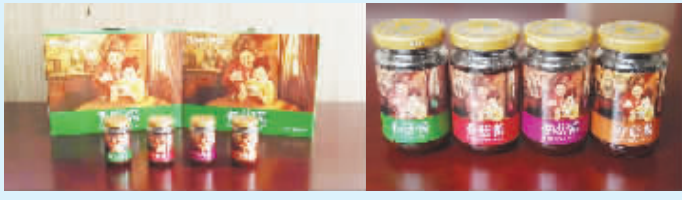
羚锐·好味道香菇酱 面向全国招商

河南羚锐集团总部位于大别山革命老区信阳新县,旗下拥有羚锐制药、绿达山茶油等多家公。近年来,羚锐集团主要涉足医药保健、农林产品加工等多个领域,并充分利用生态环境、企业品牌、人才及技术等方面优势,致力于“做实做精大健康产业,做强做大羚锐品牌”。

信阳羚锐好味道股份有限公司由羚锐集团倡议创立,遵循“安全、健康、营养、规范”的经营思路,选用天然食材,引入现代化专业设备和工艺技术,致力打造以香菇酱等为代表的健康美食精品,主打产品香菇酱有原味、香辣、麻辣、孜然等多种口味。

羚锐好味道——香菇酱,酱香浓厚,菇香宜人,粒粒劲爽,多味俱全;低盐,使用野生山茶油等高品质食用油炒制;可拌饭、炒菜、蘸食,带之方便,食之开胃,是您身边不可多得的佐餐佳品。

公司现面向全国,诚招香菇酱省会城市代理商、地市级代理商、县级代理商。



●羚锐好味道香菇酱产品

招商电话:0376-6283288 18837682666
手机:胡先生 18639709598
沈先生 13693976771