

# 劲牌靠什么培育出了众多“中国工匠”？

■ 本报记者 许强

“品评精技兼一身，毛铺醇香天下闻。酿酒能手童国强，十几年如一日潜心钻研，酿制‘健康’白酒创收十余亿市场价值，十七年做‘酒’的钟爱者，千锤百炼，追求极致，酿出一颗工匠心。”

2月28日，在湖北省首届“荆楚工匠”群英会上，劲牌公司健康白酒技术部产品开发技术员、高级技师童国强，当选首批“荆楚工匠”，评选委员会发布了这样的颁奖词。

在劲牌公司，像童国强这样的“工匠”还有许许多多，他们坚守在自己的工作岗位，恪尽职业操守，精益求精，一丝不苟，默默地奉献着自己人生的光华。

劲牌靠什么培育出了如此众多的“中国工匠”？

劲牌为什么能够留住这些身怀绝技的“中国工匠”？

日前，记者多次深入劲牌，寻找着这些问题的答案。

## “正文化”引领 菜鸟也能成技术专家

2月21日，2017年劲牌企业文化巡回宣讲会在枫林酒厂四楼培训教室正式拉开序幕，三名基层宣讲员围绕“如何做一名合格的劲牌人”开展主题宣讲，宣讲内容分别从劲牌工匠精神、职业素养、做人做事等多个层面，结合自身工作，案例进行讲述。

此次宣讲会历时2个小时，通过“讲故事”的方式解读企业文化。其实，这也是劲牌“正文化”宣导的一次活动。

“正文化”是劲牌之魂。“正文化”引领着劲牌员工“要怎么做”、“要做什么”，要遵循“树正气、有担当、可持续”的核心价值观，这不为劲牌人发展指明了方向，也加深了劲牌人“树正气、走正道、做正人、行正事、有担当”意识和思想。

“正身以黜恶”（唐·魏征《谏太宗十思疏》），有了正文化引领，劲牌建立了一整套科学、规范、公正的企业制度，制定了标准化的作业流程，建立健全了多元化的激励机制，充分调动了员工工作的积极性；同时，劲牌员工拥有了正确的人生观、价值观，充满工作活力和激情，杜绝急功近利，从点滴改善开始，正德正己，知识水平不断提高，生活境界不断提高。

“发扬工匠精神，把每一件事情做到极致。”这是劲牌“正文化”的理念之一。在这种理念的培育下，许多劲牌员工从酿酒菜鸟成长为技术专家，在2016年7月15日劲牌表彰的首批“劲牌工匠”里，陈学政就是典型之一。

1993年8月，20岁的陈学政从建材系统进入了劲牌，被安排在白酒四车间做白酒酿造。

一年之后，他被分配到当时的工程师室，开始接触白酒调配工作，并对此产生了浓厚的兴趣。这个兴趣到现在已经长达22年之久。

“要行正事，向品酒大师学习。”当时还是门外汉的陈学政有了要学习品评技能的念头。

只有中专学历的陈学政想要快速掌握品

评技能，无疑是一个重大挑战。

但他没有气馁，从毕业时的滴酒不沾到一天品评40杯白酒，仔细揣摩，不懂就问。

在“正文化”的影响下，经过日复一日的不断学习和坚持，2014年12月，陈学政通过湖北省白酒评委选拔考试，成为了劲牌公司有史以来第一个获得省级白酒评委的操作工。

## 知人善用 劲牌成为“中国工匠”孵化器

“员工才是劲牌的优良资产。”这是劲牌董事长的一句名言。在劲牌，知人善用，大胆地培育一线员工成为风气，因此，锻造了许多“中国工匠”。“荆楚工匠”童国强就是其中之一位。

1999年，童国强大学毕业，成为一名普通的基层酿酒工人。他勤奋好学、技术精良，入职三年就被升为车间主任。

童国强在勾兑车间一干就是十年。3600多天的坚持，让他对车间的每一个装置、每一个部件甚至每一个按钮都如数家珍，对白酒配制过程的每一道工序都了如指掌。

2009年，一个偶然的机会，童国强毅然放弃了中层管理岗位，辞去勾兑车间主任职务，调到技术中心任产品开发组组长，成为一名普通的技术员工。

天道酬勤。2010年，凭借“过鼻不忘”的过硬本领，童国强一路过关斩将，在全国205名参加白酒品酒职业技能竞赛的选手中脱颖而出，成为湖北省唯一被授予“全国酿酒行业技术能手”荣誉称号的人。

几年来，凭着坚持不懈的努力和埋头钻研的劲头，童国强参与完成了几个大项目的开发，不但获得行业内的多项荣誉，而且突破了全国酿酒行业的诸多瓶颈。他先后荣获“国家级白酒评委”、“国家一级品酒师”、“国家一级调配师”等各项荣誉称号。他研发的抗疲劳功能和降血脂功能的白酒制备方法获得国家发明专利，他撰写的酿酒论文先后在国家和省内外白酒科学技术交流中斩获大奖，是酿造界当之无愧的品评、调酒大师。

## 成就员工，天高任鸟飞

劲牌一直重视员工成长发展，犹如给鱼儿无限的大海以遨游，给鸟儿宽广的天空以飞翔。

早在改制之初，劲牌管理层就明确了一个共识：变成了民营企业更要讲民主，更要尊重人权，不能以为改制后有了“尚方宝剑”，见人就砍，看不顺眼就辞，而是重视每一个员工，给他们充分的支持、精神鼓舞和发展空间，充分发挥他们的潜能，让员工做自己喜欢做的事，放飞美好的梦想。

2004年10月，劲牌原酒生态圈规模扩大，用工需求增加。刘诗孝进入毛铺酒厂，从一个磨豆腐的小伙子变成了一名酿酒学徒。

刘诗孝只有初中文凭，到酒厂上班第一天，看到班长酒曲粉，感觉打大豆腐洒石膏一样，顿时觉得煮酒既神奇又熟悉。以后每天，他都提前到，看班长怎么分粮、蒸粮，不懂的地方就问。下班了，他就跑到其他班再看再问，好多班长都把手经验告诉他。

不到两年，刘诗孝就成了副班长，轮班时

要独挑大梁，因为问得多，总结起来一操作，出酒率比好多老班长还高。

2008年，刘诗孝超越众多指导过自己的老师，成了班长。正是凭借着他的勤劳、坚持，刘诗孝班组持续获得较好的出酒率，同时，刘诗孝练就了一身过硬的酿酒本领，每年个人考评都在前五名，还先后获得公司“劲牌工匠”、“先进个人”、“操作能手”等荣誉称号。

## 快乐工作，幸福生活

在劲牌企业理念中，“快乐工作、幸福生活”已成为企业文化中的一抹亮色。

刘源才，1991年毕业于湖北工学院，进入劲牌工程师室从事白酒技术工作。1992年，刘源才基于对白酒的理解筹建了白酒勾兑室，这一举措使白酒勾兑形成了一个完整的体系，实现了白酒勾兑技术工艺操作程序化、规范化，从而为稳定和提高了中国劲酒基酒和白酒的质量奠定了坚实牢固的基础。1994年，劲牌公司将中国劲酒配制室和勾兑室合并成立中国劲酒配制车间，刘源才出任该车间第一任主任。刘源才提出将药材进行浸泡分区管理并付诸实施，从而加强了中国劲酒的工艺管理和产品生产时效性，实现了药材管理和生产工艺的规范化和有序化。

2011年，刘源才荣获“湖北省博士后管理工作先进工作者”称号。目前，刘源才任劲牌技术总监，是劲牌培养的典型的“中国工匠”，也是个不折不扣的足球爱好者。他17岁就开始踢球，对足球的喜爱由来已久。1991年来劲牌时，无人踢，他就常去外面踢。1996年，公司招进40多名大学生，这其中就有许多足球爱好者，成立了“劲酒足球队”，也就是后来的劲牌足球队，这给了像刘源才这样的足球爱好者一个追求生活的平台。

二十多年，劲牌足球队在一场场比赛中逐渐成长，刘源才和队员们一起征战在每个赛场上，享受足球所带来的快乐和奔跑过程中内心的激情澎湃，也体验到了拼搏、健康和协作、敬业的快乐，许多足球队员在自己的岗位上磨练，爱岗敬业，像刘源才一样一干就是二十多年，并成为了锲而不舍的优秀工匠。

旅游是劲牌给予员工的一项福利，也是让员工体面工作与快乐生活的具体实践。自1999年开始，劲牌就开始实施员工旅游制度，让员工在工作的同时享受企业发展所带来的利益。自2005年开始，劲牌从人性化角度出发，开始允许员工携带家属参加旅游活动，劲牌工匠愿意留在劲牌，生活充满着诗与远方。

在劲牌，不仅有购房补贴，没有条件购房的员工也能享受到劲牌提供的免费公寓。公寓按照四星级酒店格局标准设计，内部设施有双人隔间、飘窗阳台、一卫两铺、网络电视、中央空调等，其内部硬件全部招标采购，均与国内知名企业联合设计安装。

在劲牌，“一补二金三检四免五险”是员工引以为豪的福利。

改善工作环境，树正气，为每位员工量身定制符合个性特征和知识结构的个人职业生涯规划的同时，劲牌通过完善的培训机制，确保员工综合素质持续提高，从而塑造出了许许多多的劲牌工匠。

## 包容性增长 让劲牌工匠共享发展成果

2007年，亚洲开发银行首次提出了“包容性增长”这一概念，其最终目的是把经济发展成果最大限度地让普通民众来受益。

就在同一年，劲牌公司也提出了“包容性增长”的概念。较之于前者的大概念和大战略思维，劲牌的“包容性增长”落脚在了员工薪酬增长这个焦点上，强调随着企业的不断发展壮大，员工也要相应从中受益，即让每个员工都能享受企业成长发展带来的成果。

2013年1月，公司员工整体工资涨幅实现了30%，突出体现出了“包容性增长”理念，还明确提出基层一线员工的工资涨幅要高于中高层管理人员涨幅，切实将“包容性增长”政策落到实处。“包容性增长”，不仅让员工劳动价值的回归，也有效规避企业两极分化，缩小收入分配差距，保护弱势群体，通过均衡发展实现活力和谐，提高了劲牌工匠的收入和自豪感。

## 办学习型企业 让知识武装劲牌工匠

1999年，劲牌就确立了“办学习型企业、育知识型员工”的理念。从此，学知识，学技能，善思考，在劲牌蔚然成风。劲牌人学习专注且持之以恒，有着水滴石穿，绳锯木断的高贵品质，真正做到了学以致用、用以促学、学用相长。

韩愈曾说过，业精于勤而荒于嬉，行成于思而毁于随。劲牌人始终做到精益求精，始终做到学而不厌，用一种雕琢的态度对待日常学习和业务工作，最终实现自我完善，自我提升。

在2006年4月劲牌一届三次职代会上，董事长与全体员工面对面，并语重心长地说：“为什么要读书？从书中能得到什么？劲牌志存高远，有着远大理想和目标，倘若继续依靠员工现在的这种水平和素质，难以实现。希望大家每天都要认真读‘书’、认真思考。我的想法是让读书成为大家工作、生活中不可或缺的一部分。劲牌要办学习型企业，劲牌员工也要‘活到老、学到老’……”

如今，这个心愿已在劲牌绽放出灿烂的花朵。“山南酒厂2013年度首届读书会”、“劲牌酒厂第七期内部读书交流会”、“劲牌读书交流暨户外拓展”、“营销书籍送员工”“劲牌酒厂读书热”……，自2006年以来，数百场读书活动在劲牌各部门竞相展开，读书成了劲牌人的一种自发自觉行为，构成了劲牌人弘扬工匠精神的内发力量。

2006年6月，劲牌首颁《读书管理制度》，把读书作为一项常规工作确定下来。作为福利性规定，员工每年还可享受200元/人的购书费。购书费不以现金形式发放，凭购书发票报销，年度报销上限200元。

“让读书成为企业的福利”。劲牌投入大量人力、物力、财力为员工搭建良好的学习环境 with 成长平台，将读书学习与个人命运、企业命运、国家命运联系在一起，极大促进了企业和员工的同步成长。员工整体素质得以持续提升，其中一线职工中就产生了国家级白酒评委杨强等大批知识型工匠。

徐杨16岁就踏入社会，独立生活。来到劲牌后，通过继续的阅读获取新知，徐杨收获很大，特别是对市场营销专业知识与系统运作的掌握及应用，有了更宏观的视野，并能把

握市场。读书和实践，徐杨渐渐成熟起来，在每次劲牌全国性的公关促销活动准备工作中，徐杨参与的策划，具有前瞻性，执行也条理清晰，各方面都做得非常出色。

“发扬工匠精神，力求把每一件事情做到极致”。今天，在这种管理理念指导下，劲牌培育了成千上万的劲牌工匠们，他们精益求精，持之以恒、爱岗敬业、守正创新、追求极致，成为了劲牌可持续发展的主力军。

▼ 记者点评

## 劲牌培育“工匠”持三大法宝

在今年的政府工作报告中，李克强总理重提“工匠精神”，呼吁“厚植工匠文化，恪尽职业操守，崇尚精益求精，培育众多‘中国工匠’，打造更多享誉世界的‘中国品牌’，推动中国经济发展进入质量时代。”显然，锻造“中国工匠”是目前我们的时代强音和历史使命。那么，作为一个民族企业，如何去与时代共振，培育出我们的“中国工匠”？

劲牌的实践告诉我们，文化引领，平台激励，制度保证是企业培育“工匠”的三大法宝。

文化引领，让工匠精神指引员工成为企业工匠。

像陈学政、童国强、刘诗孝，他们从一名普通的基层酿酒工人成为“劲牌工匠”，没有什么捷径可走，都是用了十几年、几十年的功夫。为什么他们几十年能持之以恒、坚守和孜孜不倦，因为他们都有一种事业心和责任感，而责任感恰来自于劲牌“正文化”的引领。“正文化”培育了劲牌人“走正道、做正人、行正事、有担当”的意识和工匠精神，工匠精神支撑了劲牌人爱岗敬业、守正创新，做一行爱一行，踏踏实实工作，对岗位工作精益求精。

平台激励，把劲牌变为“中国工匠”的孵化器。

工匠从什么地方来？从企业中来，企业是创造国家经济财富的主体，也是工匠创新的主战场。但是，工匠也是人，需要生活，不能光靠热爱、靠热情、靠满腔热血，更要靠平台、靠技术、靠激励。

劲牌把员工当做“优良资产”，一方面知人善用，为员工提供创新和学习的环境和平台，通过提高待遇留住人安安心，努力使员工“快乐工作、幸福生活”；通过荣誉和物质奖励形成导向；通过“包容性增长”，让员工劳动价值回归，提高了劲牌工匠的收入和自豪感。

制度保证，使普通工也能成为技术专家。

劲牌建立一套公平合理的选人用人机制和“能者上、平者让、庸者下”的优胜劣汰机制。管理制度化，制度很全很广，细节管理很到位，况且制度已系统化，具可操作性，比如：《劳动用工制度》、《读书管理制度》、《问题管理制度》等等，这些制度不断在实践中完善，使一名普通员工也能成为“新一代知识型工人专家”。

人民是历史的创造者。当今时代，“鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产，培育精益求精的工匠精神”的同时，培育“中国工匠”应是企业当务之急，毫无疑问，像劲牌一样手持企业培育“工匠”的三大法宝，就一定能够培育出更多更好的“中国工匠”。

## 河南全省重点项目暨产业转型攻坚观摩组莅临双汇

本报讯（记者 李代广）早春三月，清风十里，草长莺飞。3月9日上午，河南省工业和信息化委员会主任王照平带领全省重点项目暨产业转型攻坚第二观摩组莅临双汇集团，在漯河市委副书记、市委政法委书记王勇，双汇发展副总裁何科的陪同下，参观了双汇第二工业园。

在双汇第二工业园，观摩组首先参观了产品展，并在展厅内认真听取了双汇发展副总裁何科有关双汇“创新转型、开创未来”的情况汇报。在了解到双汇由一个资不抵债的小型肉联厂发展成为全球最大的猪肉食品企业，母公司万洲国际也在2016年首次进入世界500强的发展历程后，观摩组给予高度评价。

随后，何科副总裁向观摩组介绍了双汇5000万只肉鸡产业化项目的发展情况，观摩组边听边观看肉鸡屠宰、分割生产线，并对从国外引进的先进技术设备，配套的全产业链发展模式给予高度评价。

30多年来，双汇借助河南“大交通、大流通、大市场”的开放格局，坚持走农业现代化发展之路，依靠改革的力量、科技的力量、人才的力量、资本的力量，在中国传统肉类行业，走出了一条大工业、大市场、大品牌的国际化发展之路。

未来，双汇将继续围绕“调结构、扩网络、促转型、上规模”经营方针，抓住中部崛起的有利时机，用好世界500强的优势，建立大外贸、扩建大网络、形成大优势、实现大发展，为河南经济发展和肉类工业创新转型做出新的更大贡献。

# 丰享优家：践行大健康 O2O 发力线下实体店铺

■ 兰文种

从李克强总理提出“推健康产业新政，撬动8万亿市场”，到2015年全国两会政府工作报告首次提出“健康中国”概念，从2016年《“健康中国2030”规划纲要》出炉，到今年两会再提推进健康中国建设，大健康产业已成中国发展的重要战略“高地”。

从12年前投入美容行业，到转型开办养生会所，从单纯健康产品研发，到如今以微商平台加线下体验中心的方法打通O2O模式，丰享优家董事长罗甜语的每一步都紧贴健康产业的脉搏。

“为家分享优质生活。”罗甜语董事长这样诠释着“丰享优家”名字的由来。丰享优家前身创立于2014年微营销元年，总部定在杭州，为响应国家十八大生态文明建设，是最早进入中国家庭大健康产业的企业之一。

苍松叶常青，古树枝犹稠，体健心如少，返老还童身。丰享优家深知身体健康的重要性。两年多来，在产品方面，丰享优家通过中医针灸学结合远红外物理原理调控，推出“五宝一通”产品，为用户解决颈椎、关节、月经疼痛、足底筋膜炎以及预防乳腺癌等起到了显著效果，有口皆碑。

春回大地，情暖人间。两年多来，在回馈社会方面，丰享优家一直努力付出。2017年2月28号的杭州市上城区复兴敬老院微风习习，和煦的阳光洒满社区的每一个角落，映照着春光，丰享优家第二届慈善公益走进了这里，为他们送去了辅助理疗颈椎病、关节病的“爱心礼”。

两年已过，通过引进互联网高级管理人



才，规范管理全面升级，现在的丰享优家已是目前国内顶尖的微营销平台之一，广州成立分公司，有自建工厂，全中国27个地市有门店和微商团队，销售网络遍布全国，产品远销10多个国家和地区，俨然发展成一家集研

发、生产、销售为一体的现代化科技企业。

罗甜语常常将合作伙伴、客户和员工挂在嘴边，她坚信，企业成功最重要的基石就是成就卓越的合作伙伴、客户及员工，这不仅是要帮助每一位合作伙伴与员工实现梦想，更

是要做到始终关注每一位合作伙伴和员工的成长。

作为率领丰享优家拿过微商十大品牌奖、微商十大团队奖、微商杰出贡献奖、微商十大领军团队奖的罗甜语深知如何利用互联网挖掘全新的商业模式，开发广阔的销售渠道。在罗甜语的带领下，丰享优家依靠创新实现企业快速健康发展，2015年底公司启动O2O线下品牌店铺建设，目前全国各地加盟体验中心数千家；2017年丰享优家的目标是建立线下数万家实体店铺，将健康财富带给千家万户。

线下，产品研发生产有地，亲身体验服务有店，线上，微商网络遍布全国，渠道拓展易如反掌，这便是罗甜语想要撬动中国大健康产业数万亿市场的独门秘籍。罗甜语直言，为了更好地顺应移动社交时代的需要，把线上传播和线下实体相结合，必须共同建立彼此信任的营销渠道，并提出独创性的伟大构想，将“丰享优家”定义为公司发展的战略品牌，不仅服务于亿万家庭，更要服务于社会，成为当下和谐社会的有机组成部分，以实现中国家庭优质健康生活的梦想为己任，助力中国生态文明建设，是中国梦的重要内容。

如何帮助志同道合的伙伴？在罗甜语看来，生活难免磨难，让丰享优家陪你度过，给你亲人般温暖的爱。丰享优家的经营理念是通过2至3年，和志同道合的伙伴们一起，通过线上线下联动的O2O模式，组建一条属于自己的销售和消费管道。在动静之间找到平衡，在喧嚣之中忠于自我，在阴雨天做自己的太阳，在中国大健康产业开拓进取的弄潮儿丰享优家，未来必将书写下浓墨重彩的一笔。