

2018 年,冀中能源国际物流集团进入调结构、转型发展的关键时期,企业不断进行制度创新,使制度成为促进企业转型发展的助推器。综合管理部作为制度建设的管理部門,紧跟时代脉搏,掌握行业动态,增强制度意识,掀起制度完善和制定新高潮。

涟水商务局
加大成品油市场整治力度

冀中能源国际物流集团
以制度创新提升管控水平

冀中能源国际物流集团始终坚持创新发展理念,紧紧围绕“目标任务、风险处置、转型发展”三大任务攻坚战为中心,坚持一把亲手自挂帅,党政工团齐抓共管,从传统的产品性能、寿命、安全等质量观向经营质量、综合质量、发展质量的观念转变,掀起一场“质量、效率、动力”的巨大综合变革,不断推动企业的健康发展、安全发展、和谐发展和可持续发展。

强化质量认证,
夯实质量管理基础

国际物流集团自 2011 年成立伊始,就视制度管理为生命,将规范企业运营、强化质量管理作为集团公司长远发展的重点工作来抓,设立了以董事长挂帅的管理组织架构,出台了一系列管理条例和实施细则,完全按照现代化企业管理模式规范企业运营。成立当年就与北京兴原认证公司合作,推进企业内部制度化管理及质量管理的进程。建立了企业内审制度,通过培训、考试、发证,产生了企业第一批内审员,2015 年申报通过了复审,2018 年按照最新 2016 年标准进行了第二次复审并已顺利通过,对企业质量管理不断地自我完善打造了良好的生态环境。

强化顶层设计,
推动制度管理创新

俗话说“人管人不如制度管人”,制度之于企业如同宪法之于国家,优秀的企业都具有鲜明的制度特色。企业管理的成败,很大程度上取决于制度的建设和执行。国际物流集团成立以来,视制度管理为生命,建忠董董事长多次重申“管理靠制度、办事讲原则、工作按程序”的工作理念,并一以贯之,为公司健康发展提供了强有力的保障。2018 年,企业面临调结构、转型发展的关键时期,我们必须与时俱进,不断进行制度创新,使制度成为促进企业转型发展的助推器。综合管理部作为制度建设的管理部門,组织各单位宣贯学习法律法规、宏观政策等知识,紧跟时代脉搏,掌握行业动态,增强制度意识,掀起制度完善和制定新高潮。综合部根据发展

将管理总部移到合肥
安德利迈出
“全国性企业”步伐

“现在我们将管理总部移到了合肥,下一步计划在上海或者广州设立总部。”安德利集团董事长陈学高近日表示,接下来,安德利的发展计划是成为全国性企业。

过去 35 年,得益于“发展三、四线城市”的定位,安德利在零售商业的大浪淘沙中获得了较快发展。“制约安德利发展的不是资金与市场,而是人才的缺乏。”陈学高介绍,由于三、四线城市的局限性,公司在人才集聚和信息量上无法跟上业务发展的步伐,导致公司发展相对比较缓慢。管理总部搬迁到合肥后,安德利将与合肥几所高校建立合作,获得更好的人才储备。据悉,由于总部大楼正在规划中,安德利已先行在合肥置地广场设立了办事处,办事处的第一任务就是招揽人才。

虽然总部搬迁到合肥,但安德利专注三、四线城市的战略不会动摇。陈学高介绍,安德利的优势仍然在县城与乡镇,获得人才储备后,公司就可面向全省三、四线城市加快业务复制,把区域零售做大做强。“首先,我们将在省会城市树立安德利标杆企业形象,来打造公司的品牌。”资料显示,安徽有 60 多个县城,公司目前经营网点主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山、当涂等县及下辖乡镇,在安徽的业务覆盖率尚不足十分之一。

总部搬迁至合肥,也有助提升公司的企业管理和优化公司业务运营。陈学高介绍,公司目前采购主要集中在巢湖、庐江等,将总部迁至合肥后,就可以面向全省招商,通过统一采购、配送等提升统筹能力,可以有效地降低采购成本和管理成本;更为重要的是,这是公司探索新的商业技术和经营模式、实现从草根企业向现代企业的转型之路。“如果早 10 年进驻合肥,公司的人才储备和现在会大不同,发展也会更迅速。”

陈学高强调,安德利的下一步发展计划是在上海或者广州设立总部。“安德利要面向全国招揽行业最优秀的人才,没有这样的跨越,安德利永远只是区域性企业,做不成全国性企业。”

(李兴彩)



的需要,实时修订绩效考核办法,根据党委工作报告,加大了党建在绩效考核中的权重;根据职代会报告,强化对清欠工作的考核,制定创新发展安排意见,加大推进管理创新、制度创新、商业模式创新的实施和考核工作。

强化管理提升,
夯实企业发展基石

2013 年 11 月,国际物流集团启动了管理提升培训培训项目,一期进行了顶层设计,建立了流程和胜任素质模型;二期建立了目标分解和落实体系,人力资源采用的“选、用、育、留、出”模型在集团“争创政府质量奖,取得卓越绩效方面”起到了关键作用,但“仁者见仁、智者见智”,企业对此既不能夜郎自大,更不能妄自菲薄,省政府质量奖现场评审专家给我们反馈建议中提出“你们引进了很前卫的管理思想、方法、模型,非常好,取得了效果,但还有很大的改进空间”,这说明企业各项基础工作并不是十全十美,与标杆企业相比还有差距。现在,正值第三期“行动学习”阶段,行动学习是什么,就是学以致用,活学活用,行动学习=理论知识+质疑+反思+行动,也就是说,每个部门、每个人都要结合实际工作进行质疑和反思,质疑就是要问题导向,反思就是要取长补短,行

动就是找出对策,创新改进。对待管理提升要象学习十九大精神要求的那样,必须“学懂、弄通、做实”。

虽然外服继续来给辅导、穿针引线,但必须解决依赖他人这种思想认识上的误区,管理提升不是一个或几个领导替代的问题,这需要团队组织的力量,精诚协作、持之以恒的创新。要通过“行动学习”结合制度落实年活动,质疑、反思流程体系、制度体系、职责体系、考核体系等各方面存在的哪些改进空间,拾遗补缺、破旧立新,筑牢基础。管理提升办要依照《推进管理提升项目落地应用的实施方案》,从制度体系、顶层设计、流程体系、岗位职责、目标分解跟踪、运行保障等多方面,一步一步抓落实、抓督办、抓考核,特别是围绕集团公司“两会”重点工作分解,用好重点工作与岗位职责考核指挥棒,使各项创新的制度、流程,入脑入心,固化下来,变成实实在在的自觉行动,真正靠管理创新、机制创新、流程创新来夯实企业高质量发展的基础。

强化管理创新,
不断提升管理质量

2015 年在“管理系统”成果的基础上,启动了第二阶段以“执行系统”为主线的“管理提升”项目。经过全体员工积极参与全情投

入,围绕“执行力框架”(定方向)和“人力资源框架”(用人)两个角度,打造“执行系统”。“执行力框架”通过协调内外资源,分解战略目标、制定可行性计划、并运用有效的执行工具,进行跟踪落实,最终形成从组织到个人的战略执行体系。“人力资源框架”从“招聘选拔”、“人才管理”、“员工培训”、“薪酬福利”、“绩效管理”等 5 个模块进行建设和梳理。

2017 年开展了三期“行动学习”课题,对一期“管理系统”、二期“执行系统”的理念、模型、步骤、产出、工具等学以致用,在实践中学习,围绕目标和战略,发现问题、分析问题、解决问题,提升集团上下的执行能力。管理提升的不断推进,使物流集团的“大质量”管理理念逐步确立,从领导到员工基本形成质量管控的自觉习惯,逐步在集团战略、经营、发展、文化等各个环节建立起分系统,建立起指标测量体系,为实现高质量的卓越绩效管理起到了支撑作用,为提升经营质量、推行卓越绩效标准夯实了基础。

强化宣贯推行,
打造崭新品牌形象

随着集团业务不断发展和质量管理的不断深入,在开展管理提升的基础上,从 2015 年起,引入卓越绩效管理标准,与管理提升工作相互借鉴,齐头并进,互为促进。通过分层次培训、逐一对标、管理诊断和自评、专项改进、系统梳理并结合管理提升项目成功建立的“管理系统”“执行系统”,在战略、顾客和市场、资源、顶层设计、执行能力、行动力形成等方面均有创新性举措。继 2015 年获得煤炭工业质量奖,2016 年获得河北省政府质量奖提名奖,党委书记、董事长李建忠获得河北省个人质量贡献奖之后,2017 年获得邯郸市市长质量管理奖、河北省政府质量奖再创质量新佳绩。

下一步,集团还将通过办公 OA 系统学习园地将标准、细则等发至每名员工,网络大学卓越绩效课程,并通过经营分析会、绩效考评会等经常交流体会,使“大质量”理念逐步树立,卓越绩效管理思想逐步深入人心。(纪新)

黄陵矿业之窗

实战演练砺精兵
提升技能筑防线

连日来,陕西省黄陵地区普降中到大雨,局地降暴雨,降雨量一度达到 50 毫米以上。为了进一步增强干部职工应对水灾事故的快速反应能力和避险能力、应急处理能力和协调作战能力,7 月 13 日,黄陵矿业一号煤矿在 807 进风楼梯开展水灾事故应急救援演练,通过演练锻炼了救援队伍,检验了救援预案的实用性和可操作性,提高了干部职工应对突发事件的能力和水平,为矿井的安全生产提供了有力保障。

倪小红 摄影报道



新力量 新征程

2018 大王椰新经销商进阶会议在杭州召开



求,以深入挖掘家居建材市场潜力。

为未来 先行

身处竞争形势变化剧烈的板材市场,大王椰一直在行动,在转型升级进程中汲取生长力量,取得明显成效,如今将进一步带领新晋经销商们开启新的征程。

会议正式开始后,大王椰板材总经理黎黎先生细数过往发展成绩,以“为未来 先行”为中心,提出大王椰将助力新晋经销商实现形象升级、销量升级、团队升级、渠道升级与活动升级,直奔确立以工业 4.0 信息化为基础的板材滴滴模式,成就三倍于如今板材利润的未来而去。

大王椰板材市场中心副总蒋朋先生随后上台,为众经销商详细解读大王椰板材的经营攻略,包涵形象门店的统一打造、市场调研的关键解析、上货选择的种种考量、定价策略的详细梳理、渠道扩展的具体途径以及活动举办的注意事项等层面。

此外,大王椰集团还将提供精细的市场帮扶,涵盖店面装修、市场调研、进销存管理、产品结构调整、广告投放、活动策划、宣传推广、渠道开拓、区域内协调、团队培训等,力促新晋经销商快速掌握营销诀窍,跃升大王椰发展的中流砥柱。

深耕·突破

追根溯源,大王椰发展根基在于产品。大王椰板材营销中心副总李军锋先生在会上细致阐述大王椰产品体系,强调消费升级趋势明显,消费者追求的并非“便宜”,而是“性价比”。因此,李总建议经销商们需在大王椰产品持续创新、防伪体系不断升级的基础上,制定合理的售价阶梯、合理的产品主推度与合理的产品体系,因地制宜提升售卖策略,以在当地市场占据有利地位。

纵观中国各大市场形势,一店多体已经成为主流经营模式。对于板材行业来说,如何

满足不断升级的市场需求,已是当下板材经销商急需考虑的问题。大王椰集团副董事长兼大王椰宅配总经理高建江先生在会上提出了可行性解决方案,即采用“1+N”营销模式,在板材基础上经营五金、地板、木门等多品类产品。大王椰宅配,“1+N”精耕者,与时代接轨,正是为经销商而来。

践行转型升级

在现今“品牌为王”的时代,不转型就会被淘汰。对此,大王椰优秀经销商吴金洲先生有深刻的体会。会上他以自身实际发展历程为样板,讲述自己从通货销售到品牌营销的转变,顺应时代潮流不断优化运营模式与渠道建设,方有如今板材店面从 20 平方米堆板扩张至 200 平方米炎魔展厅的斐然成绩。来自湖南长沙的优秀经销商孙年强先生则强调要“做大王椰的粉丝”,因大王椰雄厚的品牌实力,庞大的发展体量、优质的产品体系、高超的环保性能而成为其“死忠粉”。同时,可秉持“眼观六路、耳听八方、心灵嘴巧、循序渐进”的营销准则,持续进行渠道扩展、客户开发与经销延伸,不为能力设限,勠力赢得成功。(王萱)

