

工行南通市启东支行 坚定不移推进 企业文化和队伍建设

工行南通市南通启东支行加强内控文化建设,强化制度建设和检查监督,严控风险责任事故,全面构建遵章守纪、合规经营良好工作氛围,确保顺利通过银监合规大检查;加强服务文化建设,坚持客户为尊,加大服务存在问题的检查整治力度,不断规范服务行为,优化服务举措,改善客户体验,聚焦网点竞争力提升;加强企业文化建设,定期开展慰问、调研、座谈会、家访和各种文化娱乐活动,积极推进健心工程工程,寓教于乐丰富职工业余生活,因地制宜解决职工工作生活中遇到的实际困难和问题,全面提升员工职业幸福指数和集体归属感。

加强员工队伍建设,注重优秀人才的培养和发掘,做好管理人员、客户经理、理财经理后备队伍建设,不断提升全员职业素养和市场拓展竞争能力。

(周健 韩璐)

邮储银行江西 德安支行:党建铸魂 助推企业文化建设

邮储银行江西省德安县支行充分发挥党建政治文化引领作用与党员先锋模范作用,大力弘扬先进文化,牢牢把握国企党建优势,助推企业文化建设迈上新台阶。

以党建工作为核心,推进企业文化建设

坚持党的领导、加强党的建设,是我国国有企业的的光荣传统,也是国有企业的“根”和“魂”。德安县支行坚持以党建工作为核心,让党建成为生产力,以党风促行风,增强员工凝聚力与向心力,将企业文化根植员工内心深处,为支行健康发展提供强大动力。

牢记企业使命,打造“服务三农”特色品牌

“根植城乡,服务三农”是该支行一直以来的目标与追求,并始终为此不断奋进。德安县支行紧紧围绕打造一流大型零售商业银行的战略定位,强化信贷队伍建设,结合县域实际情况,扎实推进三农金融业务持续健康发展,积极打造德安邮行优质品牌。

奋发有为,践行“人民邮政为人民”企业担当

邮储银行德安县支行坚决坚持党的领导不动摇,党的建设不松懈,将讲政治摆在首位,强化员工宗旨意识,以实际行动践行“人民邮政为人民”企业担当,对外做到为客户提供优质金融服务,对内要为员工切实谋取应有福利,凝聚企业发展正能量。

邮储银行德安县支行始终坚持以党建强根基、以党员作先锋,营造“人人争先”的文化氛围,进一步提升企业软实力,丰富文化建设载体,党建铸魂,文化生根,在德安邮储阔步向前的道路上提供源源不断的动能与力量。

(曹梦雪)

打造良好企业文化 助力鑫世界珠宝稳定发展

对于一个企业来说,企业文化是一个企业的灵魂,对企业的发展有着深远的影响,同时也是一个企业凝聚力和创造力的源泉。对于鑫世界珠宝来说更是如此,因此,加强自身文化建设,提高企业文化软实力一直是鑫世界珠宝改革发展的重中之重。

于企业而言,企业文化建设首先就是要确立适合本企业实际的企业精神。企业精神是现代意识与企业个性相结合的一种群体意识。每个企业都有各具特色的企业精神,鑫世界珠宝也不例外:“专业敬业,安全诚信”的鑫世界精神早已深深地烙在每个员工心中,也时刻激励着员工。

同时,鑫世界珠宝不忘将企业文化建设与传统文化有机结合。该公司拥有源远流长的历史,积淀了优秀的传统文化,华夏文明五千年的优秀传统文化一直是该公司吸收和借鉴的文化。鑫世界积极从优秀传统文化中汲取力量,不断促进企业文化建设迈上新台阶。首先,该公司加强对优秀传统文化的认识和学习,进行系统而有针对性的学习,在理论 and 实践中充分感受到传统文化的魅力。其次,该公司辩证处理传统和现代的关系,立足当下,做到古为今用,推动企业和社会发展的目的。再次,鑫世界管理者都注重于提高自身传统文化修养,有学习传统文化的自觉性,将优秀传统文化同企业文化建设有机结合,不断促进企业文化建设迈上新台阶。

在文化建设的过程中,鑫世界积极营造企业内部参与氛围,引导公司全体职工对企业经营及发展目标、企业价值观、企业精神、企业宗旨、企业道德等取得认同,把企业和员工塑造成一个“命运共同体”。同时尊重企业内全体职工的主人翁地位,让员工感到自己与企业的紧密联系,尊重全体职工的个人价值观和心理要求,激发员工无限的工作热情,让全体员工参与到企业文化建设之中,成为企业文化建设的主力军、生力军,使企业文化真正发挥作用,员工才能认同和接受企业文化。

文化兴国运兴,文化强民族强。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有民族的伟大复兴。鑫世界珠宝作为有责任感的企业,积极发挥出了文化兴企的作用,在文化建设中出实招,下大力气,切实推动着行业的健康发展。

(宗文)

马云湖畔大学开学演讲: 形势好的时候培养企业文化 坏的时候锻炼它

3月27日,湖畔大学五期开学典礼举行,湖畔大学校长、阿里巴巴董事局主席马云在演讲中表示,“湖畔要探索一套发现、训练企业家精神的体系出来。湖畔大学不教你怎么赚钱,而教你怎么正确地创造价值。”

谈及做企业的感觉,马云认为,“做企业”就像“农民种地”,好的农民不仅要挑好的种子、好的项目,还要经常锄草,做好整年规划;做企业永远有好有坏的年份,这没什么大不了的。好的时候,去准备不好的时候,不好的时候,去准备好的时候。经济是有波动的,做企业一定是有波动的。

马云说,“做企业有一个误区,就是追求做强做大。做企业要做好企业,好了,强不强、大不大,自然而然;个子很大,未必力量很大;力气很大,拳头很硬的人,未必受尊重。在湖畔,不要比谁的企业做得大,而是要看你的情怀有多大、担当有多大、感觉有多好。”

在企业文化方面,马云称,在经济状况不好的时候才会诞生真正了不起的企业家,在公司碰到困难的时候,才看到企业文化的重要性。在形势好的时候要培养文化,坏的时候就去锻炼。

(翟继茹)



以人为本 山东东营供电公司加强企业文化建设

“早上好!”、“早上好!”这样的镜头已经成为山东东营供电公司办公楼早上上班时候的一个常见镜头。据了解,该公司始终坚持以职工为中心,竭诚服务职工、关爱职工,从职工最关心、最直接的利益出发,不断提升职工幸福感、获得感、归属感,凝聚正能量,实现职工与企业共赢发展。

关心职工诉求,解决后顾之忧

“现在员工可以通过微信群随时提一些需要改善的地方,非常方便。这不,去年冬天,有职工在微信群里说了一些暖气、停车位的问题,我们就尽快联系帮助解决了。事虽小,却关系到职工实实在在的权益。”东营供电公司员工诉求中心工作人员崔连君说。

走进东营供电公司员工诉求中心和EAP服务站,“民有所呼,我有所应;民有所求,我有所助”几个字映入眼帘。“2015年,我们成立了员工诉求中心和EAP服务站,开展员工心理援助。”该公司工会副主席石峰说。自成立以来,诉求中心和EAP服务站就秉承员工诉求“零障碍”、扶困解难“零缝隙”、人文关怀“零距离”的理念,坚持统一受理、集中议事、上下联动、限时办结的方式,积极响应职工诉求,解决好职工关心的热点、难点问题,确保诉求事项件件有着落,事事有回音。

东营供电公司时刻把关心职工身心健康摆在突出位置,采取措施,促进职工身体健康和心理健康全面发展。在该公司健康管理中心,有体能体能健康评估仪和智能运动训练系统等设施。工作人员介绍,这两类设备可以数据共享,为职工提供6项体能测试和科学的训练方案。目前,该公司已完成职工身体健康数据汇总,正在进行系统数据录入工作,后续即将正式对职工全面开放。同时,健康管理



中心还设有饮食健康指导,从年龄段、饮食搭配、适宜人群等多维度,为职工提供全方位的饮食建议。“以前都是网上搜一些饮食图谱,也不知道合理不合理。在这里,有专业人员给我们提供指导,解答很细致,我们很放心。”该公司职工赵永杰如是说。

依托EAP服务站,该公司还积极开展心理咨询服务,通过心理健康监测系统定期组织开展职工心理健康检测,客观评估职工心理健康情况,为职工及时调节心态、压力提供建议。

营造学习氛围,提升队伍素质

“通过参加微课堂发布,我加深了对专业知识的理解,也发现了自己讲课方式及讲稿撰写方面的一些问题,收获非常大。”东营供电公司输电运检室王常欣说。他刚刚参加完企业举办的“班组微讲堂”劳动竞赛成果发布会,并获得了“金牌讲师”称号。

一直以来,东营供电公司努力为职工成长成才搭建平台,积极调动职工在干中学、学中干的激情,促进职工业务技能、表达能力、沟通能力、创新能力等综合素质的全面提升。

东营供电公司关注职工的精神文化需求,开展“悦读人生”活动,建立起职工书屋、班组读书角,号召职工多读书、读好书,提高综合素质,充分展现积极向上的精神风貌。

在职工书屋,该公司不仅为职工配备了专业技术资料、法律法规、班组建设等与工作相关的书籍,还根据职工读书意向增添了经济管理、时事政治、人文科学、党建、健康知识等报刊杂志。该公司着力改善职工学习条件,编制读书计划,并定期开展读书心得交流。为了进一步提高职工研读专业书籍的积极性,该公司还将组织老员工、技术骨干与青年员工一起,把一些典型的技术问题整理出来,作为班组“大讲堂”的课题进行深入讨论,达到新老职工双向互动、彼此提高的良好效果,不

在当前形势下,烟草行业必须进一步强化企业文化建设,以“两个至上”为核心,打造强势企业文化,为增强企业的向心力、凝聚力和核心竞争力提供文化支撑和精神动力,不断引领企业高质量发展。

打造强势企业文化 引领企业高质量发展

正确把握新形势下 烟草企业文化建设要点

企业文化建设是一项庞大的系统工程,涉及企业的方方面面。在实践过程中,只有抓住关键问题并有所突破,才能抓住企业文化建设的根本,收到实实在在的效果。

企业文化建设要更加系统化和科学化。企业文化建设是一项动态的系统工程,企业既要根据发展的要求,又要结合实际,总结和提炼适合本企业战略发展的优秀文化,促使企业的一切行为遵循其核心价值,并通过不断地变革来实现员工行为上的改变,最终实现企业价值的最大化。以“两个至上”为核心的企业文化建设要与战略目标相匹配,更好地为实现这一目标服务,这就迫切需要企业文化建设更加系统化、科学化,打造符合烟草企业未来发展的强势企业文化。

企业文化建设要更好地为品牌服务。企业文化是企业形成的共同遵守的价值观、信念和行为方式的总和,是企业生产与发展的指导思想。品牌文化则以产品生产、精神的塑造和推广为核心,使品牌具备文化特征和人文内涵,重点是通过各种传播手段使消费者认同品牌文化。两者都是企业核心竞争力的重要组成部分,对一个企业能否实现可持续发展至关重要。因此,尽管两者在概念、作用、着眼点和建设方法方面可能有所不同,但其核心含义应该是相通的。例如,广东中烟工业有限责任公司提出“开拓进取,勇于担当,喜悦和谐”的企业精神,提出“共创喜悦新生活”的品牌价值理念,与“市场导向,共赢发展”的核心经营理念在精神内核上是一致的,共赢概念在内部文化建设与外部品牌推广方面相得益彰、互相促进。

企业文化需要获得广泛的认同。调动员工参与企业文化建设的积极性和主动性,真正发挥员工在文化建设中的创造力。企业文化建设是一个需要企业与员工互动的过程,

让员工广泛、高质量、持久地参与,在此过程中塑造与改变员工的思维习惯与行为方式。只有员工普遍认同了企业的价值观和发展观,愿意付出自己的智慧和心血谋求目标实现时,企业的管理、经营等各个层面形成合力,目标实现才能更迅速、更直接、更准确。

坚持打造烟草行业 强势企业文化

企业文化给企业注入了生命活力,带来了有形的和无形的、经济的和社会的多重效益。打造烟草行业强势企业文化、充分发挥这一无形资产的功能,必须重视抓好以下几个问题:

建立理念体系,引导凝聚员工。在强势企业文化建设中,应当以企业文化理念体系的宣传教育为抓手,把企业文化理念体现到各项规章制度,渗透到企业经营管理的各个环节,转化为广大员工工作的动力和自觉行为,使企业管理步入决策理性化、管理制度化、操作规范化的良性轨道。比如近几年来广东中烟不断用企业文化理念体系引导和凝聚员工,编写印发了《喜由心生》《通向未来之路》等企业文化书籍和《广东中烟企业文化理念宣传手册》,有步骤地发动员工广泛参与企业文化建设。从基层文化抓起,集思广益、群策群力,全员共建,努力使广大员工在主动参与中了解企业文化建设的内容,认同“共创喜悦新生活”的企业核心理念,形成上下同心、共谋发展的良好氛围,使企业文化建设成为企业向前发展的不竭动力。

结合自身特点,丰富活动内容。在强势企业文化建设中,应当坚持创新建设手段,丰富和优化活动内容,扩大企业文化建设的有效覆盖面,并注意培养企业文化建设的各类人才。同时,要注重发挥有关职能部门和工会、共青团、妇女组织的作用,形成企业文化建设的合力。在企业文化和服务品牌建设中,要进一步整合企业文化资源,完善职工

培训中心和企业新闻媒体,并注重抓好职工文化体育场所、图书室等企业文化设施建设,组织开展健康向上、特色鲜明、形式多样的群众性业余文化活动,还要利用企业内部报刊、座谈会、问卷调查、论坛等多种形式,吸引广大员工广泛参与企业文化建设。近年来,广东中烟坚持每年举办内容丰富、健康向上的文化体育活动,今年拟结合庆祝新中国成立70周年活动,组织公司文艺活动,营造健康、祥和、温馨的文化氛围,满足员工求知、求美、求乐的精神文化需求,并加强企业文化传播,塑造企业良好的社会形象,为进一步增强企业竞争力奠定坚实的基础。

规范服务流程,打造服务质量。在强势企业文化建设中,应当坚持规范服务流程,为广大消费者提供优质的、风格独特的卷烟产品,提高客户满意度,为国家和社会创造价值。秉承“管理就是服务”的崭新理念,从岗位、制度、流程等方面入手,按照减少管理环节、提高运作效率的要求,以科学、精简、实效为原则,建立高效、顺畅的运行机制,不断理顺服务流程,提高管理水平,提高服务执行力。多年来,广东中烟始终坚持以科学发展观为指导,不断加快生产厂管理整合步伐,建立实现管理机构统一、管理职能统一、管理模式统一,实现集团化管控的管理模式目标;同时,始终坚持“以人为本,机制管人”理念,设计一系列人性化的管理制度,为企业营造一个“公平、公正、公开”的管理环境,进一步调动了员工的积极性。

坚持奖惩制度,推进文化建设。在强势企业文化建设中,应当注重把文化理念融入具体的规章制度中,渗透到相关管理环节,建立科学、规范的内部管理体系,在激励约束中实现价值导向。按照国家烟草专卖局建设现代化烟草经济体系的总体要求,结合广东中烟的实际情况,积极构建支撑企业高质量发展的五大体系:构建统领全局、纵横联动的企业党建工作体系,全面提升新时代党建工作质量;构建市场导向、协同高效的品

牌培育创新体系,全面提升品牌发展质量;构建快速响应、科学顺畅的生产运行保障体系,全面提升供需平衡的运营质量;构建全面覆盖、全程管理的风险防控监督体系,全面提升规范管理质量;构建结构合理、素质过硬的新型人才发展体系,全面提升人才队伍建设质量。通过构建五大体系,最大限度地释放生产力和提升企业竞争力,为企业稳步、健康和可持续发展提供强有力的企业文化支撑。

注重服务效果,促进企业发展。在强势企业文化建设中,应当以提升市场一线人员的服务意识为切入点,激发员工的服务热情。把“贴心、喜悦的营销服务”作为打造服务品牌的重要内容,形成全员营销、全面营销的氛围,向销售渠道和消费者传递服务价值;更加注重市场的发展变化,与商业企业做好市场信息、市场分析预测、货源组织及品牌培育等工作的有机对接;坚持营销服务体系的创新,整合各项营销资源,构建一套快速响应市场需求、多部门协作支持的营销服务管理体系。同时,构建企业与消费者的沟通平台,加强品牌与消费者之间的互动,增强对市场信息的敏感性,实现对消费者投诉建议的及时反馈;始终坚持求真务实,重实际、办实事、求实效,反对形式主义,避免急功近利,使企业文化和服务品牌建设经得起历史和实践的检验。

广东中烟立足本单位实际,将企业文化和服务品牌建设与生产经营管理紧密结合,把企业文化的创新与企业改革的深化紧密结合,始终坚持把发展作为第一要务,牢固树立抓住机遇、加快发展的战略思想,围绕中心、服务大局,开拓发展思路,丰富发展内涵;坚持把物质文明、政治文明和精神文明统一起来,既追求经济效益的增长,又注重社会效益的提高,实现政治上和谐稳定、经济上持续增长、文化上不断进步,切实保障员工合法权益,促进经济效益、社会效益、员工利益的协调发展。

(王国飞)