

□ 谭儒

日前,由品牌中国产业联盟主办的2010品牌中国行业年度人物颁奖典礼在北京举行,在会上,记者采访获得“2010品牌中国矿业行业年度人物”之称的神华国际贸易投资(集团)股份有限公司董事局主席刘报先生。

记者:您好,首先祝贺您获得“2010品牌中国矿业行业年度人物”称号。据了解,您的成就源于您“开疆拓土”的企业精神,那么请您简要谈一下您对“开疆拓土”的理解。

刘报:“开疆拓土”就是最大限度去开辟新的市场。我们经营煤矿产业,比如说露天煤矿,肯定要破土动工,每一寸土都是由无数的牺牲换来的。“开疆”就是开掘祖国的疆土,挖掘我们自己的煤炭,把温暖带给社会,带给每一个人。

记者:贵公司的口号是“联合联合再联合”,您是怎么理解这句话的?

刘报:联合,说白了,就是大家平等互利,互相协助,相互包容。唯有这样,才能产生一种原动力,联合就是力量。常言说得好:独树不成林,孤鸟不成群。人以类聚,物以群分,单靠一个人的力量干事业那是有限的,干不成大事的。我想,只要大家团结一致,只要联合在一起,我们的明天会更好的。

记者:管理是企业发展的主要支撑,您是如何做到科学管理推动企业又好又快发展的?

刘报:我们的管理就是利用美国NBA点对点管理,什么叫点对点管理呢?抓生产,出效益,必须有科学的管理方法,因为科学是第一生产力。我们经

营煤炭一方面是机械化,有一部分是合作式的。例如,和一些公司合作,利用对方现有的管理系统、厂房和人员,为我们工作。用我们的内部管理来完成合作。每个员工的任务不同,分配的工作也不同,分配的任务要按照计划去完成,最后是全部完成还是完成80%、50%等等,连续三个月的淘汰制度。

记者:您在商道征途中坚持了怎样的谋略方式?

刘报:“知未来者先天下”。好谋而成,分段治事,不疾而速,无为而治!我认为,一个企业的发展不仅有一个好的思路与模式,而且还要有一个好的节约机制、免疫系统、和谐处世的人格、良好的时间观念、良好的办事程序与方法。好谋而成,深思熟虑,未战先算,谋定而后动。

记者:您的名字叫刘报,这其中有什么特殊含义吗?

刘报:我的名字叫刘报,报,指的是报效于祖国,服务与人民。将人比人,设身处地。这是我名字的含义。我的笔名叫刘中华。中华是中华人民共和国的中华。

■人物档案

刘报,现任财富国际投资(集团)股份有限公司与神华国际贸易投资(集团)股份有限公司董事局主席,神华国际内蒙古煤炭运销有限公司董事长,联合国教科文集团名家财神书画院院长,世界名家书画联合管理推动企业又好又快发展的会长,世界名家书画家协会会长,世界名家书画杂志社社长,联合国金融集团投资资产交易协会主席、联合国和平基金会副秘书长、中国国际经济发展研究中心研究员,中国行业督察员等职。

奥康年底给员工发特殊红包:“学习银行卡”



公司总裁王振滔给学员代表颁发“学习银行卡”。

本报讯 新春将至,企业都会选择在这个时候给员工包一份大红包,近日,记者就发现奥康的员工收到了一份特殊的“红包”——“学习银行卡”。凡是奥康的员工每参与一次公司组织的培训,就可以往自己的银行卡里存进一定数额的积分,而这个积分就会作为公司年底考核员工的依据之一,积分越高,得到的奖金将越多。

据了解,“学习银行卡”由奥康人力资源中心负责制作、管理,面向所有奥康员工发放,员工持印有自己部门、姓名等信息的“学习银行卡”参加学习、培训活动,结束时加盖专用章,作为参加学习的证明。参加一次课程积1分,月度个人学习积分合格为2分,年度个人学习积分合格为24分。月度学习积分超过3分者,可以参加“月度学习之星”评选;年度学习积分超过30分者,可以参加“年度学习之星”评选。荣获月度或年度“学习之星”的员工,给予通报表扬及现金奖励。

当天还启动了“奥康大讲堂”,“奥康大讲堂”依托公司内部众多经验型管理人才,以内部讲师为主,外聘专家为辅,每周开课,给员工带来销售、目标、团队、时间、文化管理等不同课程,以打造奥康千时万人的学习工程。启动仪式吸引了近千名奥康员工参加,有中高层管理人员,更有生产、销售一线的员工。

“基于奥康快速发展的管理要求,学习力成为考验公司应对市场挑战、捕捉发展机遇的重要能力。企业唯一持久的优势就是比竞争对手学习得更快。”浙江奥康鞋业股份有限公司董事长王振滔亲临启动仪式现场,并给在场学员带去了题为《心态管理》的精彩培训,他表示,企业的竞争是人才的竞争,人才的竞争是学习力的竞争,给员工充电,就是给企业充电;员工综合素质提升越快,企业发展也越快。

据他介绍,奥康每年花在培训上的费用超过千万元,为了满足员工不同需求,还不断创新课堂形式和授课内容。此次成立“知识银行”,规定员工只要存进一定的学习积分,公司就会给予相应奖励,这个是除了年终奖外给员工的另一份福利。奥康的目的就是希望充分发挥员工的创造性思维能力,并在此基础上建立起一种有机的、符合人性的、可持续发展的组织。

“奥康将公司各部门的培训纳入统一培训管理体系,真正做到资源共享,选拔和培养优秀的员工,初步构建企业培训系统和完整的培训课程体系,为广大员工职业提升做好知识、技能等方面的储备,这是一种健康的、可支撑企业长足发展的内生动力。”有关专家对奥康积极打造学习型组织的努力也给予了较高评价。(奥轩)

ZHIYEJINGLIREN

职业经理人

杨汉琳:志在成为具有全球竞争力柴油机企业

□ 于丹 余洁

“环保事业需要长期的耕耘……SFH上菲红也将时刻不忘对中国市场的承诺,坚定目标,严格遵守国家法规,以创新、世界先进的技术及管理经验,严谨的制造生产体系及全球化的服务理念,为中国市场提供性能卓越、节能环保的绿色动力产品,以带动行业的发展。”上汽菲亚特红岩动力总成有限公司(简称上菲红或SFH)副总经理杨汉琳在“2010年度绿色内燃机颁奖典礼”暨“中国内燃机品牌推广论坛”上的演讲中强调。

就在这次广受业界和新闻界瞩目的“典礼”和“论坛”上,由上菲红生产并首先投入中国市场的CURSOR 9发动机不负众望,捧回了“2010年度环保动力金奖”。本报记者有幸采访了杨汉琳副总经理,参观了上菲红的自动化生产线,获悉了上菲红(或SFH)为外界所关注的一些新情况新进展。

上菲红——上汽菲亚特红岩动力总成有限公司成立于2007年6月,由上汽依维柯商用车投资有限公司(SI)、意大利菲亚特动力科技(FPT)、重庆机电控股集团(CQME)三方共同投资建设。公司坐落于重庆北部新区黄茅坪,拥有高度自动化的产品装配线和机加工生产线,并规划有完善的物流配套体系。公司规划年生产能力为20万台套柴油机总成,其中10万台套用于出口。

如果仅仅从建厂时间上看,上菲红很有点“生不逢时”——合资公司诞生不久就受到金融危机猛烈冲击,出口严重受阻。可贵的是,上菲红高管层及各控股方企业,事前已为应对残酷的市场大搏杀做了充分的筹划,使上菲红不同于国内大部分同类企业从国内II发动机逐步向升级的发展路线,而以自己拥有的国V产品平台和完善产品系列真正积累了厚积薄发的动能,为推出高端、主流产品和不断拓展市场创建了先天优势。并且三家母公司都是汽车及发动机行业的领军企业,合资公司现代化的生产线、办公和生活设施及人性化的科学管理,无不为上菲红的发展打下了坚实的基础。

事实上,上菲红在全球金融危机爆发后的2008年底以来,已经逆势而上取得了许多阶段性成果:公司与FPT菲亚特动力科技同台亮相2008年中国国际工程、建材机械、工程车辆及设备博览会,初步展现了自身的领先技术和卓越产品性能。上菲红的首款明星发动机CURSOR 9伴随上汽依维柯商用车公司“杰狮”重卡隆重上市并赢得市场青睐,标志着上菲红的“中国造”正式面世并服务于用户。在2009年世界客车博览会亚洲展览会上,FPT菲亚特动力科技携上菲红为国内客车行业奉献四大明星发动机产品,为2009年中国客车行业发展注入强大的推动力。同年又在上汽集团的带领下,携CURSOR 9、NEF 6和FIC三款明星发动机在上海国际汽



上菲红杨总接受媒体采访

车展上重拳出击。接着又和重庆公交客车产业链的三家重点企业就联合开发节能和新能源客车产品的战略合作达成意向,为重庆市新能源汽车市场培育、加速城市绿色公交创新发展迈开了领先步伐。

2009年5月,上菲红生产基地正式启动,面向国内外客户提供顶尖的柴油机系列产品及“绿色动力”解决方案,宣告了一个拥有国际尖端动力总成研发应用及制造技术的合资企业正式运营,不仅使重庆市柴油机及商用车制造业得到了质的飞跃,也使上菲红成为了中国高技术、低排放柴油机的推进者和全国最大的柴油机制造企业之一。

从成立之初确立做全系列、全方位动力解决方案供应商的定位,到之后大量产品进行适应性改进和成本控制的努力,上菲红所有的市场表现都显示其要成为国内发动机行业主流企业的决心。“我们要做的不是一个主流的产品,而是一个高端产品。”杨汉琳总会向采访的记者反复强调这一点。他称虽然在一段时间内,国内多种排放标准产品并存的局面会继续存在,但排放标准升级是长期的必然的趋势。随着高排放标准产品在中所占比重越来越高,上菲红的产品定将进入主流市场。

上菲红目前的产品主要有CURSOR、NEF、FIC三大系列,产品覆盖功率从70KW到294KW,最大扭矩从350Nm到1600Nm的各个系列,可满足重、中、轻型商用车、工程机械、农用机械、船舶及发电机组的动力需求。上菲红此次获得“环保动力金奖”的明星柴油机CURSOR 9,也是其在国内首款量产的柴油机。这款产品采用第三代重型电控共轨喷射系统,零部件比同类产品减少10%的紧凑化结构设计,确保了其优越的动力性能、超低噪声及低油耗品质,

符合现代汽车发展潮流及不断升级的市场需求。多种情况表明,上菲红经过较短时间的本土化进程后,已得到了行业专家、用户及媒体的肯定。

上菲红产品优异的性能,凝聚了以杨总为首的公司管理层和技术人员的大量心血。要在国内实现与国外同等的排放标准,他们付出的努力要比在国外付出的努力更大。因为国内油品等与汽车排放标准相关的产品发展相对滞后,上菲红发动机要导入与整车匹配好,让用户放心使用,发动机就必须作适应性改进。为了克服原机型对国内油品的“水土不服”,消除用户的后顾之忧,上菲红系列发动机进入国内后进行了大量的改进。目前,上菲红的产品本土化率已经达到90%以上,这就大大降低了备件成本和用户使用成本。

经过近一两年成功的市场导入,2011年的上菲红将开始大批量的产品投放。杨汉琳告诉记者,目前,年产销2-3万辆的商用车企业都是上菲红市场拓展的对象。此外,出口将成为公司业务增长的重要部分,服务能力建设也将成为公司2011年工作的重点。

上菲红确立的长期愿景,是以市场为导向、整合全球优势资源,通过公司

员工团结、高效的努力实现精益化生产,为社会提供高性能、高品质和完善服务的动力总成产品,使公司成为具有全球竞争力的中国柴油机企业。据悉,“十二五”期间,上菲红将进一步积极响应国家关于低碳、环保、节能、创新的号召,导入新形势下符合市场的战略目标及策略,实现自身对社会的承诺,在中国市场贡献具有最先进技术,符合欧III、欧IV及欧V排放的节能环保重、中、轻全系列发动机。

搞技术出身的杨汉琳认为,在发动机行业倡导绿色环保,仅仅靠实现产品技术本身的节能环保远远不够,应该将这一理念延伸落实到产品的开发、制造及应用环节。他说上菲红先进的生产设备、制造工艺以及物流等整个生产和管理理念,采用全球最先进的生产设备,生产线全部采用柔性化设计。据了解,上菲红还在积极推进“世界级先进制造”生产理念,不仅要制造出高质量的产品,还要减少制造过程中的资源浪费,实现真正意义上的节能减排。杨汉琳还表示,在发动机与整车的匹配、供应链环节,同样有着提升节能减排的很大空间。发动机企业应该积极探索,从整个产业链角度思考节能减排。



上菲红的自动生产线

职业经理人需要历练职业化专业化能力

职业经理人阶层在中国还是个较为稚嫩的群体,他们还没有独立站稳脚跟昂首前行,边学习、边历练、边成长乃是他们目前彰显的个性。企业家呼唤职业经理人,职业经理人追逐老板,而老板却又在不断体味中脱胎换骨,进而成为众目睽睽的类企业家明星。

中国五千年文明,进阶的远非西方人所期盼的职业化水准和专业化效率,帝王将相、父子情怀乃是我们永远不能泯灭的一种力量。但这并不是说中国不

需要职业经理人,恰恰相反,中国目前正是需要铸造职业化水准高、专业化素质强的职业经理人阶层。

职业经理人是可塑造、可追逐的角色,它的成长土壤和标准至关重要。遗憾的是,至今我们国家还没有比较完备的职业经理人法规,也没有哪个部门敢于为职业经理人阶层开通一条切实可行的职业生路。为此,在社会上就显现出了很多类型的职业经理人面孔,他们也近乎完美,但换个土壤生存却又很难。

但就经理人本身而言,其职业化水准和专业化能力才是亘古不变的原色。作为职业经理人,将其全部心血放在岗位价值工作本身似乎比放在企业未来上面更有效些,因为老板才更关乎企业的未来。但当职业经理人看不到企业的光明未来时,其自身的价值也就荡然无存。这种深不可测的老板情怀乃是当代中国很多职业经理人不能正常发展、阳光生存的劣根。

换位思考、彼此共融发展是职业经

理人操守必须恪守的准则,他们可以时常站在老板的角度考虑问题,但不能用老板的行为处理问题,这是质的变革。当老板进阶为企业家,当经理人用职业化的水准和专业化能力在本职工作中搏击奋发时,职业经理人的老板情怀也会随之黯然逝去。

老板需要成长,企业家需要铸造企业未来,职业经理人需要历练职业化水准和专业化能力,这才是我们脚下的路。(于识军)