文化聚焦 | Wenhua Jujiao

“太阳能热利用产品要想取得综合社会、环境效益，必须贴近广大民众，以低姿态、平常心，诚心诚意、脚踏实地服务客户，服务社会。”

——力诺瑞特总经理申文明

力诺瑞特
真情回馈社会　聚焦“阳光”文化

今年春节，力诺瑞特再次与广大经销商一起用真情和行动为社会送上爱心和温暖。多年来，在企业高速发展的同时，力诺瑞特始终把客户的利益、消费者的利益、供应商的利益、利益攸关者的利益、社会公民的利益挂在嘴边、熟记于心、落实到行动上。

公益服务一个都不能少

“太阳能热利用产品要想取得综合社会、环境效益，必须贴近广大民众，以低姿态、平常心，诚心诚意、脚踏实地服务客户，服务社会。”力诺瑞特总经理申文明常言。在申文明的领导下，力诺瑞特不仅关注环保事业，同时也关注公益事业，造福社会服务大众。

春节前夕，由德州市庆云县人民政府、交警支队、中华联合保险、残疾人联合协会和庆云县力诺瑞特太阳能志愿成立的“送温暖、献爱心”慰问车队，把面粉和食用油等慰问品送到孤寡老人、残疾人手中，为他们送上一份温暖，献上一片爱心。

作为力诺瑞特的龙头经销商，力诺瑞特枣庄市经销商吴临沂更是广泛播撒着自己的“阳光爱心”。当吴临沂得知大山里有几名孩子因家庭困难即将辍学、福利院里的孤寡老人因罕见的寒冷天气急需帮助的时候，他立即积极和当地民政部门取得联系，表达了献出一份爱心的心愿。1月22日，吴临沂亲自将100多床棉被送到福利院，解决了老人们过冬的实际困难。第二天，吴临沂又来到山区小学，向部分家庭贫困的孩子捐赠了文具、羽绒服及助学金等，并和其中两位同学牵成长期帮扶助学对子，将一直资助到两人完成所有学业。

临近春节，家家备年货，热水需求量增大。为了保证太阳能热水器在春节期间使用无忧，力诺瑞特济南分公司向全市居民发出通知，为“住在济南”的热水器进行全面“体检”，任何品牌太阳能用户如果拨打力诺瑞特客服热线，力诺瑞特济南分公司也会免费帮助用户解决太阳能的所有问题，确保大家在春节期间用上“阳光热水”。

慈善行动从未停止

事实上，在力诺瑞特，从经理到车间工人，每一个人都怀揣着一个“阳光梦想”，在从事阳光事业的同时，还十分热衷社会公益，积极通过公司、慈善组织等捐资助学、救困帮扶、救灾助难，在力诺瑞特集体力量的助推下，从援助海拔5000多米的边防哨所到援建四川地震灾区，从援藏援疆到献礼革命老区，力诺瑞特的公益行动遍及中国各地。2006年初，力诺集团领导带领研发团队，深入西藏边防哨所考察，在不到10天时间里，成功研制出适合高寒边远地区的“无机超导热管式太阳能热水器系统”，将价值100余万元的太阳能光电、光热器材，安装到高原和边防哨所，解决了西藏军分区官兵长期用电难、洗澡难等问题。力诺瑞特在支边项目中，已经捐助太阳能光电系统、光热系统千余万元，用实际行动支持了国家的西部建设。四川大地震后，力诺瑞特上下迅速行动，快速部署抗震救灾与捐款工作，第一时间向灾区捐款捐物达400万元。公司的营销部门立即启动一级灾害预案，第一时间发布了全体客服人员动员令，暂时取消公司全体客服人员的休假，并要求成都办事处、兰州办事处、西安办事处等受灾省份办事处人员要积极协助当地政府开展抗震救灾工作，紧急调拨物资配件，全力保证灾区人民的灾后维护工作。

2009年6月，力诺瑞特通过河南省慈善总会，向信阳新县老区捐赠了240套总价值52万元的太阳能热水器，并负责所有的运输和安装工作。切实的为那些老红军、老战士、老八路、困难群众家庭和部分敬老院解决了生活的不便。2010年玉树地震和舟曲泥石流等自然灾害发生后，力诺瑞特也积极组织广大员工和经销商采取多种形式进行捐助救灾，有效支援了灾区救援和重建。一系列的慈善行动，让力诺瑞特经历了责任的洗礼，随着企业的发展，作为正在铸造世界品牌的力诺瑞特，将会肩负起更多的社会责任，为人类迈向低碳世界贡献一己之力。　**(美 通)**

【新闻链接】

力诺瑞特 用企业文化抓住经销商

山东力诺瑞特新能源有限公司是由力诺集团与德国Paradigma公司共同投资成立的中外合资企业，是集太阳能光热、光伏工程多类型多方面利用的综合性企业，是亚洲最大的太阳能生产企业之一。

力诺瑞特认为，作为企业，最基本的就是提供产品和技术。对于经销商，首先解决的是他们的思想意识问题，能不能跟着企业前进，认不认同企业文化。经销商如果对企业文化认同，就会快速吸收企业精华，成为企业攻城略地的利器。企业也能更好地把自己的管理理念传递给经销商。这样客户满意，经销商销量攀升，企业发展迅速，才能真正做到共赢。

企业文化是一个企业的灵魂，也是企业成败的关键因素。力诺瑞特的一位合肥经销商这样介绍说：“我原来做过很多牌子的太阳能热水器，最后只做力诺瑞特，除了产品优势因素外，就是力诺瑞特的企业文化给我一种平易近人的感觉，能让我有效地和企业沟通，快速地解决问题，力诺瑞特在我眼里更像一位学者。”其实企业文化抓住的是经销商的心。企业文化可以有效地传达企业内涵和品牌形象，也能吸引更多的合作伙伴与企业共同发展。　**(济南日报)**

重视员工教育　斯柯达建立全球第七家喷漆培训中心

对于斯柯达汽车而言，员工的长期培训和继续教育是实现公司业务增长战略的重要环节。2011年伊始，斯柯达继续稳步投资员工素质培训，日前其全球第七家喷漆车间培训中心在捷克姆拉达·博莱斯拉夫开设，斯柯达汽车生产部门的员工将在此接受关于生产各个环节的综合技术培训。

新喷漆车间培训中心根据车间的最新技术要求设计，并配备了最新科技的放映室。培训中心将以最一流的专业知识，为斯柯达汽车的员工提供多方面培训课程。以喷漆技术培训为例，斯柯达汽车的员工将在实体车身和零件上完成车身喷漆所有相关环节和活动的培训。此外，喷漆生产线也被设计成流水作业形式，员工可以随着生产线的移动体验需要的操作培训。斯柯达汽车负责生产和物流的董事会成员Michael Oeljeklaus表示：“新培训中心的设立为喷漆车间相关流程和活动集中化的实践培训提供了最佳条件。未来几年，斯柯达业务将稳固增长，在2018年，公司有望实现全球销量翻番。因此，为实现这一目标，斯柯达汽车在加速工厂生产活动的同时，将比以往更加注重对整个生产团队的培训工作。只有加大培训的频率和时间期限才能保证出色的业务水平。”

据悉，目前斯柯达汽车公司已经在其各制造基地内设立了密集的培训网络，其中3家斯柯达工厂内设有“学习中心”并配备了车身制造、发动机生产、物流和车辆装配等领域的培训中心，截至目前，全球已有近万名员工接受过上述领域的培训。

Michael Oeljeklaus指出，“不久之后，斯柯达汽车将在全球所有工厂设立培训中心，目前我们正在加紧筹备推出其他措施。未来，我们也将继续加大提升全球生产团队制造能力的投资力度。”　**(搜 狐)**

以企业文化力提升市场竞争力
——河南羚锐制药股份有限公司发展纪实

近年来，河南羚锐制药股份有限公司重视企业文化建设，以企业文化力提升市场竞争力，促进了企业生产经营任务的落实，实现了企业全面可持续发展。公司重视软实力，把企业文化上升到了战略高度。这体现了羚锐制药决策层的文化眼光、文化责任和文化自信。

“企业之间的竞争说到底就是企业文化的竞争，越来越成为一种现实。”许多企业家对此有同样的感受。文化管理与科学管理有机融合形成强大的“文化力”，已成为越来越多的企业家孜孜以求的目标。

作为一家从事医药健康产业的现代化企业，羚锐制药从无到有，从小到大，从弱到强，经过近20年的沉淀与积累，迅速在现代文明中不断兼收并蓄、吐故纳新，形成了具有自身特色，厚重而又珍贵的文化成果，推动了企业持续健康发展。

创业精神，开辟发展全新道路

按照现代企业理论，一种新型的企业STES（科学、技术、经济、社会）发展目标已被广泛认同。“企业STES发展目标的特点在于它在强调经济效益的同时，追求企业与社会的和谐发展，注重精神财富的创造，其中包含丰富的企业文化发展目标。”

作为一家国内知名中医药上市企业，毫无疑问羚锐制药应该确立STES发展目标，努力创造更多、更好的物质财富和精神财富，努力做到经济、政治、文化、社会的协调发展、全面发展。

“换句话说，也只有将企业文化建设纳入企业发展战略，才能真正确立公司STES发展目标，保障公司沿着健康的轨道快速全面发展。”

羚锐制药每走一步，对公司都是非常大的考验。公司董事长熊维政介绍，“正是强烈的百折不挠创业精神，主要是对企业文化和企业信誉、企业社会责任的强调，在发展过程中所碰到的困难，都能克服。我们坚信，通过我们不断地创新和推进‘二次创业’工程的稳步实施，一定能开辟一条全新的发展道路。”

以人为本，形成企业核心竞争力

以人为本、和谐发展，是羚锐制药培育企业文化的出发点。

公司员工加盟羚锐制药后到岗的第一天都会得到一本《企业文化手册》，“诚信立业、造福人类”、“团结、进取、创新、奉献”……这些企业理念、企业精神等看了让人心动。

在企业生产经营工作中，公司一方面注意树立“以能效绩”，强化效能管理的新型人才观，以是否能够充分发挥效率、提高效能作为考核工作成绩的标准，而不是唯学历、唯职称，更不是论资排辈。此外，公司注重尊重人、理解人、关心人，把帮助解决员工工作、生活中的实际困难，作为强化企业管理和企业文化建设的切入点，抓好聚人心、扬人气工程，使公司的凝聚力、向心力空前增强，干部职工精神振奋，齐心思进，创造了安定团结的良好局面。

在公司各基层单位，每一个生产厂区都是一座花园，绿树红楼，林深径幽。生产与科研基地有整洁的员工食堂和宿舍，有员工俱乐部，有标准篮球场。“职工们呆在单位能过得充实，所以安心，能够进步。”

几年来，公司通过建立文化管理与科学管理相互渗透、相互促进、刚柔兼济的新型管理机制，充分调动了员工的积极性、主动性和创造性，实现了资源优势的充分发挥和管理效益的提升。

努力打造学习型企业

公司认为，21世纪最成功的企业将是学习型企业。人类社会正在进入一个“学习社会化，社会学习化”的时代，不断学习，打造学习型企业，是经济全球化、信息化和高科技发展的必然要求，是企业在知识经济时代提高竞争力的创新之举。公司定期举办羚锐论坛、开展员工学习日活动，并经常邀请专家学者来企业为员工授课，适时组织员工出国参观、考察，学习行业知识，经过多年的宣传贯彻，在全体员工中树立起了“学习工作化，工作学习化”的理念。

为进一步将创建学习型组织的水平提档升级，近年来，公司与上海灵诺咨询公司、北京朴智咨询公司和河南卓越绩效管理公司等专业公司联姻，由咨询公司和专业机构为公司提供创建学习型组织咨询、培训服务，通过多年的共同创建，初步建立了员工愿景体系、组建了职工培训师队伍，企业自主管理成果丰硕。

实践中，公司内部也建立了一套完善的学习保障机制和激励机制。“有计划安排，有考核检查，有经费保障，有学习场所。”据公司副总经理吴希振介绍，公司每位员工在公司总的核心理念下，正根据自己的奋斗目标，制定以公司发展战略为主干的岗位奋斗目标体系和员工个人成才计划体系，使员工的学习与公司的发展相统一。　**(汤 兴)**

互相监督　互相促进
邢台微晶一厂　领导职工岗位互查一视同仁

2月9日凌晨，晶牛集团邢台微晶一厂厂长助理张文生又拿着考勤本来到车间，开始新一轮的检查。一个多小时的时间，他分别检查了冷加工、晶化、熔化、煤气、机电等几个工段以及值班门岗。

检查过程中，张文生仔细查看了生产设施运行状况、车间干部值班情况和倒班工人上岗情况。回到值班室的时候，他的值班记录上多了王斌、王兆军、赵兴军等七八个人的名字，这七八个签字的有岗位班长和假日值班人员。

这些人的签字是对厂领导夜间值班的认可，成为领导夜间检查的证据。该厂规定，厂部段长以上领导值班期间，必须到车间各工段查岗。领导所检查情况必须有所检查工段的岗位工人签字，否则视为值班脱岗，将受到严肃处理。

该厂厂长王海菊介绍说：“职工签字认可领导夜间值班制度始于去年10月底，集团第五次整风之中，受包头浮法领导夜间巡岗登记的启发。微晶属世界首创高科技产品，是一个非常重要的生产线，24小时连续生产，时时在考验着这个厂的安全生产工作。”不仅如此，由于独特严格的生产特点使得车间成为一个闭合的生产线，任何一个点出现问题，都会直接影响生产。职工签字认可领导夜间值班制度实现了领导和职工岗位互查，避免脱岗、不按规定查岗、替班等现象。“领导认真负责，这种对一线职工的感染力是很强的，让职工感到心里踏实，对自己的工作充满信心。”熔化工段职工王胜川深有感触地说。

领导干部每天都要深入到生产一线，既可以了解生产情况和职工的思想动态，掌握生产经营的第一手资料，同时也有利于职工来监督自己的工作。这种举措，拉近了干部与职工之间的距离，密切了党群干群关系，稳定了生产。　**(闫 岩)**

即发集团　人性化关怀“情暖”员工

连日来，山东青岛即发集团推出了一系列面向广大一线员工的“送温暖，感温情”活动。送外来务工人员回家过年、给优秀员工颁奖等多样的人性化关怀举措不仅让员工共享了企业的发展成果，并且坚定了他们与企业共赢未来的信心。（上图）为即发集团的几位优秀职工高兴地展示企业奖给他们的笔记本电脑。（下图）为在青岛即发集团工作的江苏籍职工韦纯余夫妻俩拿到了“夫妻房”钥匙后喜气洋洋。**梁孝鹏** 摄影报道