今年4月18日,是江苏天工集团有限公司成立30周年的大喜日子。谨以此文献给锐意改革、求实创新、顽强拼搏的“天工”志士仁人;献给历经沧桑、创造辉煌、独显风流的“天工”全体将士;献给深情关怀、热情支持“天工”成长发展的各级领导和海内外良师益友。

天工国际精锻项目投产仪式

◎天工国际1300吨精锻机投产仪式

◎天工员工公寓

天工:一首振兴民族产业的壮丽史诗

——写在江苏天工集团有限公司成立30周年之际

□ 本报记者 李丙驹

成在和谐 赢在创新 SUCCESS COMES FROM HARMONIOUS

凡是走过不平凡岁月、而且取得不平凡业绩的人和企业,大多怀有抚今追昔的情结。其实,再凝重的回首只要删繁就简,人们用三言两语就能从庞杂之中亲切地感触历史的体温。像江苏天工集团(天工国际)这样的特大型民营企业,浏览它沧桑嬗变的历程,人们不难读到一则看似平凡、实则非同凡响的概述:从1981年至今刚好30年。“三十而立”。岁月的航船驶过了三十个春夏秋冬,时光的刀笔铭刻了万多个日日夜夜。30年前,前巷起步,一路走来,从昔日几只“塑料拉手”,几条“电视天线”,到现今的“中国工具大王”、“世界行业冠军”,天工30年沧海桑田,鲜明地折射出中国民族传统产业曲折坎坷、而又大有希望的发展轨迹。

30年来,天工一直受到中央和地方各级领导以及社会各界的关注。正因为如此,天工的幸运连同他们的责任自然就有了非同寻常的承载:30年的科学发展,30年的巧夺天工,让人们看到了中国切削工具、高速钢、模具钢在世界崛起的希望。“而立”的天工,使越来越多的人深信,天工定将撑起中国切削工具、特钢产业的脊梁。

今天,天工人站在一个时空的节点上,以凝重而豪迈的情怀回眸天工走过的30年,所有的眷念和感慨都化为心灵的歌唱。音符铿锵,旋律雄浑,奏出30年沧桑巨变——

第一乐章 | The first movement

凝重的行板,回顾与巡礼

站在21世纪的海岸,回望30年前的起点,虽然往事如烟,但却铭心刻骨。

“逝者如斯夫!”遥听孔子对岁月长河的概叹,历史的回音壁应接如响。在共和国改革开放的进程中,关于“振兴传统民族产业”的吟唱不乏黄钟大吕的乐章。其中,在嘉山脚下昂然崛起的天工,用“麻花钻”和“高速钢”雷鸣天下的曲调,谱写了一首史诗式的时代壮歌。

哲人有言:“一个时代的人们不是担起属于他们时代的变革的重负,便是在它的压力之下死于荒野”。事实证明,天工人的目光是深邃的。他们铁肩担道义,决策抢市场。掌门人朱小坤带领天工大行其道,最终写下了振兴中国传统民族工具、特钢产业的世界传奇。

用“穷则思变”打造“星火燎原”

每一个年轮的斗转星移,都会使历史步入一个“节点”。对天工而言,2011是他们的“而立之年”。这个特别的年份,叫天工人想不“节点”都不行。对记者来说,兔年之春再访天工,无论从什么角度,都是题中应有之义。30年哪,记者考虑的不是应不应该去天工的问题,而是担心自己能不能真实而确切地写出天工30年的巨变。即使挂一漏万在所难免,就是“老调重弹”也必须情动于中。因为,记者多年倾情关注的天工是日新月异的。不用冥思苦想,天工30年中的亮点就会浮现出来。

记者曾在一篇关于天工的采访报道中写道:走进天工国际董事局主席朱小坤的办公室,首先映入眼帘的,还不是朱总那勤勉的身影,而是他背后墙上毛主席的《沁园春》墨宝,龙飞凤舞的气势营造出一种昂扬奔放的氛围。由字及人,记者分明感受到这间办公室的主人对共和国的缔造者毛泽东深怀崇敬。由“伟人情结”联想到天工30年前的创业理念,“穷则思变”和“星火燎原”正是毛泽东的谆谆教诲。于是,记者就循着这一思路,开始了对天工30年的回顾与巡礼……

历史镜头的回放,令天工人感慨万端。嘉山脚下,秦淮河畔,30年前的江苏省镇江丹阳市后巷镇前巷村绝对是一片穷乡僻壤。天工所在的前巷村与中国千万个普通乡村并没有什么两样,低草房、烂泥塘、旱涝无收人心慌。贫困如朱小坤者,决不是一家一户,说朱家是前巷贫穷的缩影一点不算夸张。朱小坤提起那段日子,至今感慨系之。他告诉记者,20世纪70年代初,三顿饭里“两稀一干”就很满足了。青少年时期,吃长饭的年龄,经常食不果腹的困窘像刀子一样在朱小坤心中刻下了疼痛的伤痕。他清晰地记得,自己13岁就开始推独轮车、挑大粪,早晨5点钟就下地干活,一天挣六七个工分。那时吃不到干饭,早上喝一大碗稀粥,然后就是挑一天江堤,饥寒交迫之状可想而知。正是这种对于温饱的渴望,使朱小坤下定决心,一定要带领乡亲们脱贫致富。

朱小坤对记者说,毛泽东思想里面有八个字他特别“上心”,那就是“穷则思变”和“星火燎原”。对于草创时期的天工而言,这“八字箴言”可说是他们灵魂的灯塔。在朱小坤看来,从建党开始到推翻三座大山,再到五星红旗在天安门升起,也是差不多30年时间,一个积贫积弱的旧中国变成了新中国,中国人民昂首挺胸站起来!对“站起来”的前巷村来说,又躬逢改革开放的盛世,把贫穷落后的帽子甩到太平洋去,难道还有什么疑义吗?说到这里,朱总一字不漏地引用了毛主席关于“穷则思变”的论述:“穷则思变,要干,要革命。一张白纸,没有负担,好写最新最美的文字,好画最新最美的图画。”接着,他又满怀崇敬地说,伟大的毛泽东能够在当时黑云压城城欲摧的旧中国指点江山,吹响“星星之火可以燎原”的战斗号角,这对我们天工创业发展的鼓舞是前无古人的。

没有过多谈及天工创业的艰辛,而是高屋建瓴阐述天工创业的理念,坐在记者面前的朱小坤气定神闲,于从容朴实之中彰显大家风范。从这位优秀企业家和深邃思想者身上,记者分明领悟到天工30年成功的必然逻辑,看到朱小坤作为天工这艘民族工业旗舰掌舵人的英姿俊采。

看麻花狂飙 全球席卷旋风

天工30年发展的路线图记者记忆犹新。从1981年承办村办企业开始,五金铜拉手、塑料瓶盖、远程强力天线,这些乡镇企业刀耕火种时期的主打产品,朱小坤们做起来也是倾注了全部的热情。尽管朱小坤把这段日子称为“穷折腾”,但他还是从这种“折腾”之中找到了“拨乱反正”的方向。朱总不无幽默地对记者说,“折腾”是成功之母。某种意义上,它是工具麻花钻脱颖而出的产婆。

任何一个新生事物的诞生都会遇到阻力。1987年,天工决定转产工具麻花钻,事后证明这一决策是天工发展史上的一座里程碑。朱总告诉记者,决策当时,企业内部投反对票的很多。朱小坤说,他不怕“错误”的反对,难以对付的是“正确”的反对。当时,反对者的理由振振有词:不可否认麻花钻有市场,但对于一个只有几千元资金、几台破旧设备的乡镇作坊来说,要去搞投资大、技术要求高的产品,实在没有什么胜算,只有难测的风险。现在看来,朱小坤当时敢于拍板,确有过人的胆识。虽然他表示自己没有先知先觉,但关键时刻敢于拍板的气魄,往往是成功人士内力底蕴的必然释放。在这个层面上说,没有朱小坤就没有麻花钻是不争的事实。看看今天天工大气磅礴的景象,所有的天工人无不从内心深处钦佩决策者的远见卓识。

天工产品遍布全球
中国
IRWIN

◎天工国际营销网络

天工转产工具麻花钻,走过了一段称为“阵痛”的日子。他们知道,从完全的劳动密集型转向技术密集型,是一个艰辛而漫长的过程,但因为后者与振兴民族传统产业的企业发展方向息息相关,向前走去定有一片坦途。在朱小坤看来,生存之道与死路一条其实并不泾渭分明,选择很多时候就是一念之差。由此,朱小坤及其创业者们迫切地认识到,乡镇企业如火如荼的发展,早已告别了“村村点火、处处冒烟”的时期,企业要想继续前进,不能只在“拉手天线”上较劲,必须唯市场的马首是瞻,打造自己的独门利器。正是凭借这种理念和实践,20多年麻花钻的转动,“钻”出了一个“天下无处不天工”的恢弘景象。从23年前问世至今,天工麻花钻已日产超过130万支,年总产量达4亿多支。现在,已经成为国际工具市场知名品牌的天工工具麻花钻声名远播。过去0.5美元一支的麻花钻,现在卖到了3美元一支。一家中国乡镇企业掀起的“麻花钻旋风”席卷全球,这在中国、甚至世界工业革命的历史上,都是让人心悦诚服的一大经济奇迹。

朱总告诉记者,麻花钻投放市场以后,两三年就进入了快速发展的轨道。但是,他们并未被车水马龙的市场热象冲昏头脑。而是认识到,要想跳出国内市场的低水平竞争,主打国际市场,必须稳步前进,进一步弄清小产品与大市场的关系,做到“抓小不放大”。麻花钻虽小,市场却十分广阔、稳定。作为机械加工的“常规武器”和欧美家庭的日常用品,麻花钻不愁销路。20多年来,不管市场如何云谲波诡,天工以麻花钻为主导产品的目标始终不变。

谈到麻花钻的昨天和今天,朱小坤的豪情溢于言表。他对记者表示,现在看来,天工“以民族责任感振兴产业,以社会责任心发展天工”这条路走对了,天工还会坚定不移地走下去。一个产品,仅仅走俏国内算不了什么,因为民族传统产业振兴最重要标志是世界的认可。天工麻花钻之所以能够一步步登上世界行业的高峰,说到底就是八个字:脚踏实地,志存高远。既要保持国内工具行业的领跑地位,更要紧紧追赶世界先进水平。所以,虽然他们摘取了世界行业“单打冠军”,但他们更看到了国内行业的整体水平与世界发达国家相比,仍有较大的差距。差距就是动力。经过20多年的奋起直追,天工麻花钻已牢牢地站在世界行业的最高点上,营造出“天下无处不天工”的恢弘景观。正是这种实力和底气,天工才向世界豪迈地宣告:中华民族传统的工具产业实现了举世公认的振兴!

凭双管齐下 开拓发展通途

内行人都知道,中国每出口3支麻花钻,就有一支出自天工。现在,天工年产麻花钻4亿多支,其中80%用于出口,畅销欧美等50多个国家和地区,“天下无处不天工”名至实归。至于“小产品”为何做出了“大市场”,朱小坤的回答言简意赅:关键是站在什么层面上做,把它作为振兴民族传统产业的使命来做,“小产品”就不“小”了。正是这种理念,使天工在麻花钻面临无米之炊的关键时刻,又作出了一个关键的决策:果断上马高速钢。朱总给记者算了一笔账:如果高速钢的主要原料钨矿作为资源出口的经济价值是1,那么加工成高速钢的附加值就变成3,再加工成麻花钻等刃具则变为21。这样一算,天工上马高速钢的决策也就了然于心了。

据天工副总经理朱志和介绍,1992年,天工的麻花钻进入快速发展的时期。当时,日产麻花钻10万支的天工,年需原料工具钢100多吨。时值工具钢市场非常紧俏,有时甚至一斤难求。这种状况与100多吨的需要之间,缺口之大不言而喻。为了让麻花钻“吃好吃饱”,天工决定双管齐下搞高速钢,迈开了“麻花钻”和“高速钢”两条腿走路的步伐。

“一条腿走路”和“两条腿走路”的天工,其结果当然不能同日而语。后者相互依存,携手并进,使天工抗击经营风险、竞技国际市场的能力大大增强。20多年来,天工的钻头系列产品不断调整结构,增加高档品种,高速钢都能在第一时间保证钻头最优质的原料供应,成为其最坚强的后盾。

胆识是决策者的通行证,果断是开拓者的座右铭。记者单刀直入提问“高速钢”,朱总大含细入妙解“使命感”:当时,麻花钻头竞争激烈,钢铁行业产能过剩,天工逆风上马,靠的是“专、精、特”三大利器。朱小坤认为,天工高速钢在国内外钢铁市场的果敢亮剑,不仅成为了麻花钻这个民族产业振兴的强大支撑,更为做大做强中国工具制造产业、进军世界先进行列增添了拥有话语权的砝码。因为,天工的两条腿走路,瞄准的是两个世界一流。在麻花钻主攻世界行业高峰的同时,高速钢也向世界行业高峰发起了冲击。在这场攻坚战中,天工高速工具钢攻克了一系列技术难关,使技术装备和生产工艺达到和超过了国内领先水平,产量质量双枝并秀,成为天工又一个主导产品、支柱产业。经过这些年的发展,高速工具钢已由昔日的“龙套”变成现今的主角,其销售和利润已雄踞天工的半壁江山,年产量达5万吨,产量位居世界第一。更令人欣喜的是,当国内许多钢铁企业举步维艰之时,天工的高速钢不仅自给自足,还以其精和特的优势,走俏国内外行业市场。

记者了解到,“两条腿”走出的是一条品牌之路。“麻花钻”和“高速钢”从劲吹“中国风”到掀起“世界流”,一家名不见经传的乡镇企业,仅仅用了20多年的时间就登上了行业“世界双料冠军”的宝座,创造了中国民族机械工具领域的一大奇迹,实现了“天工产品”向“天工品牌”的飞跃。

透过“天工品牌”,朱小坤说了一段很哲学又很气派的话,让记者醍醐灌顶:恐怕没有第二样东西,像品牌那样物质又那样精神。天工人在打造品牌过程中所蕴藏的财富密码,彰显的是民族产业的身份,期待的是世界行业的认同。标举中国特色,闪耀炎黄辉光……

有诗为证——

蓝缕启山林,穷则思变展雄心。莫谓前巷皆落后,星火燎原天工人。

第二乐章 | The second movement

雄健的中板,管理与创新

倾听天工的“而立长歌”,让人醍醐灌顶的一大旋律就是管理。30年前,朱小坤在贫困的前巷重温毛泽东“穷则思变”的教诲,在一个五金作坊点燃创业的星星之火。把一家简陋的乡镇企业作为改革开放的“实验室”,自己甘当脱贫致富的“小白鼠”。历尽千辛万苦,终于梦想成真。

企业发展的逻辑就是这样作出结论的:管理也是硬道理。天工沿着科学发展观指引的道路,在管理、科技、质量等各个方面大写创新文章,从而构筑了一条振兴民族传统产业的进步之道。这当中,品牌之光,熠熠闪耀。

立规矩方圆 旨在刚柔相济

世界上最令人心悦诚服的奇迹,不是结果,而是过程。作为天工奇迹的标志性“结果”,天工品牌的打造“过程”特别值得关注和研讨。朱小坤从来不隐瞒自己的品牌观:品牌是“管”出来的,没有一流的管理就不可能有一流的品牌。他说,天工的科学管理,最鲜明的特点就是法制规范与道德约束相得益彰。

记者印象深刻。多年来,天工国际推行了一整套先进的管理手段,包括ERP信息化管理,将质量、产量、成本、安全、环保等一系列环节进行规范操作。同时,与工资挂钩的责任考核制体现了“军中无戏言”,厂纪如军令,不搞下不为例。严密的质量检测,严谨的工艺流程,严格的制度条款,宛如君临天下的权威,神圣不可侵犯。每个人都要作“国之干城”,都要捍卫品牌的名节,不允许与丝毫的懈怠与玷污。谁砸企业的饭碗,企业就砸谁的饭碗,从而确保了所有产品都符合国际和国内的最高标准。硬件很“硬”,软件不“软”,只有刚柔相济才是真正意义上的科学管理。朱小坤表示,天工来自“草根”,先天不足的缺陷只能靠强大的“后天”力量去弥补。事实证明,天工正是凭借科学管理的发展利剑,辟出了一条通向世界行业大雅之堂的坦途的。

朱小坤说,天时地利人和,是中华民族文化传统的精髓,天工将其融入企业的科学管理,从而打造出享誉中外的天工品牌。天工在惨烈的商场鏖战之中,铁腕铸牌,威震天下,竖起一面迎风招展的品牌大旗,展现出中华民族传统产业秀外慧中的风范。同时,用以人为本、诚信如山的管理理念及其实践,尽显道德约束的剑胆琴心,营造出一个“卓越管理,成就未来”的事业佳境。朱小坤说,把握时机,看准市场,企业内部和谐,与客户和谐,这是取胜的关键。而这一切的基础就是诚信。

“一切从诚信做起”,“人品决定产品,产品体现人品”。这不仅是天工品牌的理念,更是天工品牌的写照。这方面有“一千零一夜”也讲不完的故事,那个与美国一家公司发生的业务疏忽,展现的不仅是天工犯过的“低级”错误,更显示出天工有错必纠的“高级”诚信。在记者看来,仅这一则“故事”,足以对天工品牌“管中窥豹”了——

在一次广交会上,天工与美国工具行业五巨头之一的知名公司合作。由于是初次相交,谨慎的美国人只签下了9万支麻花钻的订单。由于经办人的疏忽,少看了一个零,只安排生产了9000支这样规格的麻花钻。直到要装车运往码头时,才发现出了这么一个大纰漏。朱小坤得知后立即赶到了车间,一方面布置车间加班加点生产,一方面紧急联系航空公司准备空运。相关人员在一旁急忙善意地提醒说,空运钻头的费用要比船运贵上10倍,这样的话,天工这笔生意就亏大了。朱小坤斩钉截铁地说:“天工就是亏,也不能失信!”

当美国知名公司接到通知是从机场、而不是到码头提货时,感到十分意外,特意来电询问。当知道这件事情的来龙去脉后十分感动,很快就签订了长达5年的订单,每年从天工国际进口至少1000万美元的钻头。

作为天工科学管理之魂,诚信,为天工品牌踏上世界之旅开辟了一条前景光明的通天大道。

喜鸟枪换炮 全仗科技给力

科技是第一生产力,是邓小平理论一个具有战略和方向意义的观点。把“第一生产力”实践得威风八面,是天工30年发展一道亮丽的风景线。在朱小坤看来,如果天工是一只出山的猛虎,科技则是腾飞的翅膀,如虎添翼的天工是任何力量也挡不住它跨越的步伐的。

语速不快思维快。朱小坤对人类跨入“信息高速公路”的现状有自己独到的见解。朱总说,现代社会的日新月异完全进入了“秒杀”的时代,机遇和命运往往像昙花一现的迅捷。稍有懈怠或者一不小心,就会被别人抢在前面甚至挤下悬崖。沉舟侧畔千帆过。劈波斩浪的航船,总是高扬着科技创新的大旗。

30年、特别是最近10多年来,天工遵循“工欲善其事,必先利其器”的经营管理之道,在每一个企业发展的节点,卓有成效地进行科技创新,看准火候,拿捏时机,不断“鸟枪换炮”。记者在采访中获悉的一串数据,让人们领略了天工打造“第一生产力”的强企风范——

2001年,中国第一条高速钢连轧生产线在天工投产;从2002年起,天工投资6000万元引进奥地利的精锻机,生产出一批高性能高速工具钢,其中的M7钼系高速工具钢被定为国家火炬计划项目;2003年投资近2亿元,上马1250T快锻、650、400轧钢机组;2005年开始,前瞻性地转入高技术门槛高附加值的模具钢领域,决心在这块5000多亿元的“市场蛋糕”上切下一块;2007年上马2000吨快锻、扁钢生产线。几年间先后投入逾20亿元,购买了910可逆轧机、850扁钢生产线、2000吨及1250吨快锻机等一系列先进的模具钢生产设备,从而使公司迅速成为国内专业化生产模具钢工艺装备最为齐全的公司之一。2009年,他们又斥资3亿元从德国引进一台1300吨精锻机生产线,这是目前国内最先进的生产特钢的高端精锻机。这台设备已于2009年底投入生产,极大地提升了天工的特钢尤其是模具钢的收入和利润水平。

说到这里,朱总又幽了一默:硬件不是万能的,没有人才是万万不能的。科技兴企的关键是人才,人才的关键是求贤若渴,“三顾茅庐”。创业之初的朱小坤以金石为开的赤诚,倾情“卧龙岗散淡之人”,感动了许多“诸葛亮”。这些佼佼者投在天工麾下,成为天工发展壮大的中流砥柱。这当中,有与他并肩作战、风雨同舟的朱兴元、吴新根、朱金福等;有“销售先锋”王宇红等……

目前,天工拥有一支活跃在冶炼、轧钢、热处理、精密合金新型材料等领域的300多名技术人才队伍和多位行业专家组成的研发团队,并与东南大学等多家高校和北京钢铁研究总院组成联盟,集聚了全国高速钢、模具钢行业一流的科技精英。同时,天工凭借深厚的科研和人才等优势,成功获批建立“江苏省博士后科研工作站”,这一科学的高端会所,在很大程度上促进了天工高层次科研人才队伍的培养和建设,成为提升自主研发和创新能力,加速科技成果的研发与转化最强劲的发动机。

以精益质量 谱写品牌华章

对天工多年的了解关注,记者的印象不可磨灭:天工品牌的质量文章,写得很有“质量”。天工“质量”的深度,不仅是他们把质量视为企业的生命,更是将质量当成国际市场的敲门砖。早在1998年,天工所有产品就通过了国家质量技术监督局ISO9001质量体系国际标准认证,领到了通向国际市场的通行证。尽管如此,天工从未放松过质量要求,而是一丝不苟、精益求精做好“质量文章”。据天工有关领导介绍,天工的“质量文章”紧扣三大主题——

一是狠抓软件打基础。按照国内外行业标准建立了严格的质量管理网络,实现了从总检、工序检、巡检、首检、最终检“链条式”层层把关,公司专门负责质量检验的就有150多人,并于2001年5月,一次通过德国博世公司的软件考核验收,这在我国工具麻花钻行业目前还是独此一家。

二是强化硬件作保障。多年来,天工在追求量的增长上,始终将质放在首位。为适应产品高品质的要求,先后投放巨资,引进世界先进设备,同时公司又建立了三座质量检测中心,配备了探测仪、光谱仪、美国产显微镜等各种各样的先进检测设备,从而保证了产品质量的内在要求。2003年初,公司还与中国最具权威的研发机构北京钢铁研究总院联合成立了高速钢研究中心,一大批知名的高速钢专家、教授云集天工,为研发振兴中国高速钢事业作出了重大贡献。

三是专攻特色强品质。天工根据我国钨、钴等资源丰富的优势,积极生产含钨、钴类高性能附加值高的工具钢和麻花钻,使其M7钼系高速钢被审定为国家火炬计划项目,M42含钴高速工具钢被列入江苏省技术攻关项目,公司同时被评为江苏高新技术企业。另外,天工还根据客户需求生产特殊规格的产品,将麻花钻加工成各种几何形状。同时,他们以生产高附加值的立铣刀等产品获得了多项国家专利。凭借这些独具特色、品质优良的产品,天工品牌在国内外市场一路凯歌、誉满全球。

记者所到之处,都能听到这样一种声音:“我们执行的标准,是使天工钢材占领国内外市场的标准,是使天工的钢材供不应求的标准”。在天工人的心目中,根深蒂固地认识到产品质量的好坏是决定企业兴衰成败、生死存亡的关键。只有优质产品,才能引领世界工具新潮流。为此,他们先后成立了三个质检科,用以对全公司产品的把关、检测、检验,使质量问题从源头上得到有效遏制。他们以“零缺陷”的质量方针和质量理念,构筑坚如磐石的质量大厦。1998年以来,天工先后领取60项国家专利,真正使天工走出国门,享誉全球。公司工具产品销售几乎囊括了世界工具十强,世界著名的博世、百得等大公司均与天工建立了真诚互信的合作联盟关系。在新产品开发方面,他们准确地把握市场脉搏,召集技术人员开发研制了M7、M2、M42、M35等多个高速工具钢新品,M7钼系高速工具钢被审定为江苏省高新技术产品,国家火炬计划项目,公司被授予中国高新技术企业、全国重合同守信用企业。

天工品牌从“地摊”到“大王”的跨越,完全可以写一本“钢铁是怎样炼成的”。朱小坤这个形象的概括,言简意赅又生动鲜明地道出了天工品牌独领风骚的秘籍:做好“质量文章”,才有阳关坦途。

有诗为证——

软硬兼施集大成,珠联璧合弹佳音。更喜科技很给力,黄钟大吕唱创新。

第三乐章 | The third movement

浑厚的柔板,文化与内力

天工的成功秘诀是全方位、深层次的,炳如日星的外在形象使人不难透过光芒感受到它的内在魅力。锐意进取的韬略,别具炉锤的技艺,气吞虹霓的业绩,这些如椽大笔写下的天工发展史,字里行间都闪耀着民族气节和人文精神的光辉。

振兴民族工业的雄心壮志,改变传统产业的巧夺天工,锤炼出独具天工特色的企业文化,使之成为天工兴旺发达的源头活水。天工企业文化“通古今之变,成一家之言”,具有鲜明的“中国特色”,无论宏观微观,都为我们铺就了一条通向天工成就深度的思维坦途。

以文化理念 构建价值精髓

每次与朱总探讨天工成功的秘诀,他都强调“文化就是力量”。在记者的印象中,朱小坤不仅是企业家、思想者,还是一个“文化人”。记得有次饭局上,谈到天工企业文化,朱总酒入豪肠,三分酿成了友情,余下的七分啸成剑气,绣口一吐就“文化”飘香:有志者,事竟成;破釜沉舟,百二秦关终归楚;苦心人,天不负;卧薪尝胆,三千越甲可吞吴。衣带渐宽终不悔,为伊消得人憔悴……这些“秀色可餐”的历史典籍,让人不难读懂天工玉汝于成的岁月黄页。

据天工相关领导介绍,天工企业文化的精髓是天工价值观和行为准则。价值观规定了企业和员工在商业往来和工作中的基本理念和主张,行为准则是体现价值观的一系列行动规范和原则,二者的有机统一形成了天工独具特色的行为方式。

朱小坤语重心长地告诉记者,归结起来,天工30年无非做了两件事。一是做企业,二是做企业文化。某种意义上讲,天工30年取得了两大成就。一是物质上的业绩,二是精神上的成果,即比较成熟而又独具特色的企业文化。他说,作为天工企业文化的一大核心内容,天工价值理念是在长期发展过程中逐渐形成的,反映了一代又一代天工人的不懈努力和追求。它是天工的灵魂、精神支柱和企业永续发展的基石。

记者不是企业文化的专家,但对天工在生存发展过程中,始终奉行的“八字”价值理念——“诚信、务实、勤奋、责任”却有着真切的感同身受。

关于诚信,天工人是这样恪守和实践的:无信不立,己不诚则欺心,与事不诚则败事,与人不诚则丧德。天工视诚信为立业之本,对内对外始终秉持诚信的原则。并特别主张,做人品德第一、礼让为先、孝敬父母、亲友和善;做事一诺千金、一言九鼎;

实实在在地想,踏踏实实地干,不尚空谈,拒绝浮夸,认真对待自己的工作、学习和其他任务。这是天工对“务实”的定义。在解决问题时,强调不找借口,只找办法,严于律己,永不言苦;

对于勤奋,朱总说,勤能补拙,只有勤劳、坚持、忍耐、积极、努力,才能到达理想的彼岸。我们的特别主张是,养成“日事日毕”的良好习惯,树立“吃苦在先、享受在后”的苦乐观;

天工的“责任”观尽显“大作为”风范和强企形象。在天工人心目中,责任心就是关爱他人,关心企业,关心社会。30年的历程证明,天工在发展的同时,始终眷顾员工的发展、前巷村的发展、社会公益事业的发展。他们深刻地感悟到,有了责任心,生活就有了真正的含义和灵魂。他们的特别主张尤其令人感佩——理想:“树百年天工,创知名品牌”,“天下无处不天工”;归属:公心为上、天工为家;动力:厂兴我荣、厂衰我耻;责任:任重而道远。

定行为准则 指南言谈举止

科学真理的常识告诉我们,企业文化仅有价值理念是不完全的,与其如影随形的是行为准则,只有两者的珠联璧合、交相辉映,才能打造真正意义先进、优秀的企业文化。天工企业文化之所以“珠联璧合、交相辉映”,正是价值理念和行为准则融会贯通的结果。

天工相关领导给记者介绍道,天工行为准则是以天工价值理念为指导而制定的一系列行为规范,原则上确立了每一个天工人应该做什么,不应该做什么,从而成为天工全体员工的工作标准和指南。具体说来,主要有以下一些内容——

自信自强。对此,这位领导是这样阐释的:自信是人对自身力量的一种确信,深信自己一定能做成某件事,实现所追求的目标。它是成功的必要条件,是成功的一大源泉。所以,他们认为自信比黄金更重要,它不仅可以给人带来希望和勇气,更能给人带来智慧和力量;

爱岗敬业。在天工人看来,爱岗敬业是人类社会最为普遍的奉献精神,它看似平凡,实则伟大。因为,只有爱岗敬业的人,才会在自己的工作岗位上勤勤恳恳,精益求精,才有可能为企业和社会做出伟大的奉献。天工人视爱岗敬业、干好本职工作为天职,是一种崇高的道德情操;

履行职责。强调的是认真学习、勤于观察、善于思考,进行创造性的劳动。他们把这一准则“量化”为:领导在第一时间做正确的事,员工在第一时间把事做正确。做别人做不到的事情,敢于挑战极限,一往无前;

满足需求。客户是上帝,竭诚为“上帝”服务是“天字第一号”的工作。为此,他们始终坚持“零投诉”,把客户的满意作为天工永远第一的质量标准;

团结协作。天工把这一事业成功的基础凝聚为“24字真经”,即:敢于打拼、勇于奉献;以诚相待、团结互助;剖析自我、提升自我。

有效交流。天工在企业上下奉行无障碍交流。通过交流,让每个员工深入了解公司的战略目标、重大决策;通过交流,倾听每个员工的意见和看法;通过交流,消除矛盾,增加感情;

遵纪守法。天工倡导的遵纪守法,就是对任何违法乱纪的行为和人采取零容忍的态度,绝不搞“下不为例”,更不准文过饰非,推诿于人。

另外,天工在安全生产上狠抓“零事故”,在环境保护上力求“零污染”。

记者发现,行为准则还渗透到天工人生活的每一个角落,要求每一个天工人勤俭节约。他们深刻地认识到,勤俭节约不仅是一种美德,而且是一种责任。在生活中,他们始终牢记朱子训诫:“一粥一饭,当思来之不易。”体现在工作中,控制成本 ,注重细节,人人都为公司节约“每一个铜板”,精打细算,集腋成裘,养成良好的人生和事业的习惯,将涓涓细流汇入滔滔江河……

现在,牢记并模范执行天工价值观和准则已经成为每一个天工人至高无上的责任,他们把自我反省,自我改进,自我激励变成自觉的行动,使得每位天工人做每件事情都能参照一个理念、遵循一种标准。他们在心灵深处不断修炼,在行动上不断改变,齐心协力,团结奋进,为把天工打造成国际上一流的企业集团而贡献自己全部的智慧和力量。

树人本文化 立起擎天砥柱

人本文化是天工企业文化中的擎天一柱。朱小坤说,以人为本是方法论,人本文化是世界观,两者是“经济基础”和“上层建筑”的关系,各司其职,和谐共进。

先说以人为本。“人是万事万物的中心,是世界之轴。”朱小坤引用培根这句名言来强调“人”的作用。作为天工企业文化的主要缔造者和实践者,朱小坤这位功勋掌门人口不论勋,认为“一个人周身是铁也打不了多少钉子”。为此,他始终坚信“人是第一个可宝贵的因素”,坚信团队的力量可以创造人间奇迹。

朱小坤告诉记者,人才是天工发展的第一资源和绝对主题,重视人才,珍惜人才,发展人才,用好人才是天工的一贯追求。他认为,企业最大的潜力就在人才管理机制上。一个高明的管理者不仅要懂得怎样“管”人,更要懂得怎样“放”人。对人的力量“收放自如”,这就是天工自始至终践行的“释放生产力理论”。为此,他们提出“人人都是人才,岗位培养人才”的工作思路,积极倡导以人为本的管理理念,高度重视对人才的管理、培养和使用,“变相马为赛马”,很快形成了有利于各类人才脱颖而出、人尽其才的良好机制。在天工,有着比别人更多、更细、更严格、更科学的人才管理制度,可是这些东西不仅仅是“有形”地贴在墙上或摆放在办公桌上,而是以“无形”的意识装在人的心里。面对一个强大的人才团队,朱小坤难抑心中的欣喜,他以诗人的激情,描绘出天工人才画廊最动人心魄的艺术形象:

“是骏马,给你一片草原;是雄鹰,给你一片蓝天;是猛虎,给你一座大山。”

TG
有限公司
COMPANY LIMITED
2007年
業績發佈
2007 Annual R
ouncement

◎天工集团有限公司董事长朱小坤

再看人本文化。在朱小坤看来,企业文化是软实力,人本文化是软实力中的软实力。软实力其实一点都不“软”,有时“硬”得可以摧枯拉朽,精神变物质的力量不可阻挡、甚至无与伦比。他说,天工能在短短30年时间内,从乡镇作坊登上行业冠军的宝座,不仅仅是自主创新的技术和现代化管理的结果。没有为广大员工广泛接受、并已成为精神动力的企业文化,企业不会站得这样高,走得这样远。“文化”一旦从“自发”走向“自觉”,就会变成无坚不摧、所向披靡的力量。关于“自觉”,天工一副总再次给记者提到了“外来妹”王宇红的故事,言者和记者重复的,依旧是几年前的动情和感佩。

2006年2月28日,朱小坤收到王宇红的来信。来自哈尔滨的王宇红,十几年前因慕天工之名,毅然辞掉国营大厂技术员的工作加盟天工,现在是天工驻美国办事处负责人。身处异国他乡的王宇红看到天工的产品在国际上的影响,一方面深感骄傲和自豪,另一方面,又看到天工品牌与国外优势品牌的差距,一种本能的忧患意识使她毅然挥毫泼墨,向自己的“新东家”直抒己见。

这封充满危机感、责任感和使命感的来信颇有“来头”。早在2003年11月的一天,在央视国际频道大型对话节目《让世界了解你》录制现场,被业界称为一对欢喜冤家的中国江苏天工工具股份有限公司董事长朱小坤与美国ACE工具有限公司国际市场推广总裁安吉尔·葛西亚面对面地坐到了一起。用栏目主持人的话说:“一个是做金刚钻的,一个是为揽瓷器活的人提供金刚钻的”。这是葛西亚与朱小坤的第一次见面,前倨后恭的美国人最欣赏的还不是天工从小到大、由弱到强的发展历史,而是“朱先生不掩饰自己过去的失败,心理非常健康,而且善于从失败中吸取教训,这不是人人都能做到的,他意识到问题所在并去改正,所以才有今天,很不容易”。葛西亚坦诚地告诉朱小坤:“我们ACE公司的门不是随便什么人可以敲开的,对一个新产品的认识过程很复杂,需要大量的调查研究,供货商们要挨个去敲零售商的门,去推销他们的产品和服务,挑剔和苛求超乎许多人的想象。天工已经敲开了我们的门,我没有理由不祝贺和祝福他们。”

正是与美国工具行业“大腕”的合作,使王宇红更迫切地认识到中国工具行业与世界发达国家水平的差距。于是,王宇红写了那封信。而且,老板的高度重视留给她的感觉不是受宠若惊,而是天工品牌很有希望。

天工一副总讲完这个故事,朱小坤比几年前更加动情地总结说,这就是“自觉”的力量,是企业文化入脑入心的必然结果。“灵台无计逃神矢”。王宇红“小爱”企业,“大爱”国家。

有诗为证——

企业底蕴民族魂,文化给力助振兴。莫道征途多变幻,巧夺天工有南针。

第四乐章 | Fourth movement

庄严的广板,责任与使命

发展有阶段无止境。企业做大做强之后,社会责任更是题中应有之义。“质本洁来还洁去”。沐浴着改革开放阳光雨露茁壮成长的天工,回报党和人民的涌泉之恩,从物质到精神全是情动于中的行动和实实在在的真金白银。

“以民族责任感振兴产业,以社会责任心发展天工。”这是天工社会责任的历史与时代的使命。他们在富裕前巷村、劲吹“中国风”、掀起“世界流”跨出“三大步”,举30年的内外功力,打造了一个世界级强盛公司的卓越经典。

展望今后的航程,朱小坤很有自知之明:天工虽然已经跨进世界特钢、高速钢、模具钢领域的“第一方阵”,但前有阻挡、后有追兵的市场竞争态势,使天工不敢有丝毫懈怠。革命尚未成功,同志仍需努力。设张举措,决战未来,天工吹响了更嘹亮的进军号角。

观前巷巨变 彰显造福乡梓

哲人有言:社会犹如一条船,每个人都要有掌舵的准备。30年来,天工从几百元起家,到去年底资产总额已有50亿元左右(还不包括品牌无形资产的评估),与30年前相比可说是“不差钱”了。正是有了这种底气,天工才能将慷慨解囊的心愿变为履行社会责任的现实。

在朱小坤心目中,穷则思变本身就是对幸福生活的渴望和带领乡亲们摆脱贫困的决心,这让他对人生和事业从不言弃。所以,在带领天工做强做大的同时,前巷村也在天工的带领下逐步走向富裕:从1981年的人均收入不足300元增至现在的近3 万元。

“办对社会负责任的企业。”这是天工一贯恪守的企业宗旨。30年来,天工在世界工具和特钢行业做出了卓越贡献。与此同时,在工业经济腾飞的带动下,原本贫困的前巷也发生了天翻地覆的变化,以工养农、以工促农,整个前巷村日新月异。现在,村里95%的劳力在天工集团上班。很多家里盖起了两层小楼,冰箱、空调、洗衣机、彩电、电脑等电器一应俱全。朱兰英大娘提到朱小坤就笑得合不拢嘴,连声说他是个大善人、大好人。朱大娘的老伴和儿子都在天工上班,月收入达到3000多元,家里盖起了两层小楼,冰箱、空调、洗衣机、电脑等电器一应俱全,光电视机就有3台。朱大娘感慨地说:“如果没有天工集团,没有朱小坤,哪能过上这么好的日子!”

行进在前巷村宽阔的街道上,绿树红墙,鸟语花香,记者心旷神怡的惬意溢于言表。今天的前巷村,城乡差别的鸿沟已经填平。从小桥流水到别墅轿车,一个美丽、文明、充满现代化气息的“乡村里的都市”展现在眼前。天工相关领导告诉记者,再过10年,天工将带领前巷村超过“全面小康”一流标准,做到户户有别墅、轿车,全面解决所有村民老有所养、老有所医、老有所乐,解除后顾之忧,进一步提高乡亲们的生活质量。

朱小坤说:“我办企业是为了自己日子过得好一点,现在日子已经很好过了,个人再富有、拥有再多对我来说已经没有什么意义。对我来说,遵守中华民族传统美德,做到尊老爱幼、扶贫帮弱,为乡里造福才对得起自己的良心,不负疚于人。”

前巷村有着尊老的优良传统,而这一传统在朱小坤手上发扬光大。在前巷村,村民无论男女达到一定年龄就可享受养老金待遇,并且随着年龄的增长而增加。另外,村里每年还组织老年人到外地旅游,这些费用都由天工集团支付。记者还专程到总投资500多万元、建筑面积4700平方米的天工老年公寓参观了一下,内设28间标准配置房,并设有麻将室、书报室、卫生室、健身房,还建设了符合国家标准的游泳池。住在公寓里的老人们说,这里吃得好、住得好,每个月还拿100多元的补贴。

尊老与爱幼,在朱小坤的人生辞典里情同手足,血肉相连。如今,前巷村民子女义务教育学杂费享受全额免除,村里还设了奖学金,对考上重点高中、大专、本科、研究生的分别予以奖励。前不久,村里的两位大学生考上研究生,天工集团均一次性各奖励了2万元……

朱小坤说,这是天工履行社会责任的第一个层面。身处前巷这片曾经贫瘠的土地,但“儿不嫌母丑”,我们凭着一颗赤子之心为改变家乡的落后面貌尽心尽力。天工正是站在这个层面上,迈开了走向中国和世界的步伐。

唯恩泽四海 方能惠达八方

天工的发展壮大,带动了前巷的巨变,这是天工30年辉煌成就的一个重要组成部分。不过天工履行社会责任的光辉,照耀的不仅是前巷。记者在采访中获悉,日前,一封盖着江西省余干县人民政府红印的感谢信寄到了镇江市委。在信中,余干县有关同志讲述了朱小坤多年如一日帮扶当地孤儿的先进事迹。市委领导读罢深受感动,当即在信头批示:“小坤同志的善举值得大家学习,和谐社会的建设需要每一个人都能献上一份爱,客观存在的弱势人群需要得到有爱心的人的帮助。”

记者从天工了解到,朱小坤帮扶的孤儿是江西余干县瑞洪镇谢家村胡景明、胡玉琴、胡黎明三兄妹。2001年,生活艰苦、面临辍学的三兄妹给在千里之外、素昧平生的朱小坤写了一封求助信。看到信后,朱小坤对他们的生活遭遇十分同情,并随即在核实情况后给他们汇去了一笔钱。近年来,朱小坤每年都要资助他们3000—10000元,并和他们保持通信往来。由于得到了朱小坤帮扶,三兄妹不仅继续了学业,而且老二胡玉琴还考上了大学。

采访中,记者还听说了朱小坤的其他一桩桩扶贫助学善举。河南汝州市特困生刘帅伟考取中国社科院英语系,因无力交学费准备放弃学业,在暑期来到天工打工。朱小坤得知后劝说他完成学业,并承担了他每年1万多元的学费和每月300元的生活费;泗阳县葛集乡特困生陆翠平考取徐州文广学院、行宫镇张庄村陈云考取南京工程学院,市区王晨亮考取南京信息工程大学……都是朱小坤资助上了大学。在“点对点”帮扶贫困生的同时,朱小坤还在上海科学技术学院设立“天工奖学金”,资助该校江苏籍贫困大学生;每年拿出40万元给南京师范大学资助高校品学兼优的贫困生。

据天工国际有关负责人介绍,“穷则独善其身,达则兼施天下”,“贫以志为贵、富以仁为贵”,一直是朱小坤的人生信条。同时,朱小坤认为,再穷不能穷孩子,也不能穷教育,自己作为一个党员、一个企业家,应该为此做出应有的贡献。

朱小坤真诚地表示,“当我成功之后就要反馈社会,只有这样社会才能进步”。这是朱小坤的口头禅,更被一次次的实践反复印证——

2003年,当SARS肆虐中国大地的时候,为了保障人民群众的生命财产安全,天工慷慨解囊,向镇江、丹阳两级民政部门各捐款50万元,以支持抗非事业;

2008年,面对四川“5·12”地震这场大劫难,天工通过多种渠道,先后捐赠近160万元,及时向灾区人民伸出了援手;同年,冠名1500万元,成立丹阳市天工慈善救助资金,在丹阳全市范围开展慈善救助活动;

几年前,朱小坤在丹阳日报上看到一则关于一个小女孩患了白血病无力支付高额治疗费的消息,他通过报社,几经周折找到了那个小女孩,并资助她一万元用于治疗……

据统计,2000年以来,天工用于社会慈善活动的投入超千万元。

天工有关领导告诉记者,天工回报社会波及面最广、受益人最多、影响力最大的,当数近年来的一大创举——“天工惠农农村小额贷款有限公司”。

与传统的融资方式相比,于2008年7月正式挂牌开张的“天工惠农”,以更快捷、更灵活、更有效的方式,使“惠农”名至实归。作为一种全新、实用的农村金融模式,“天工惠农”的问世,引起了社会各界的广泛关注,并一举取得良好的经济效益和社会效益。在“天工惠农”的鼎力扶持下,近百个“三农项目”顺利实施,一批农户逐步迈上了致富之路。

登世界舞台 要作领衔主演

兔年伊始,记者第N次走进天工,看到了一番“红杏枝头春意闹”的景象。10年前,朱小坤提出的“用3-5年时间再造一个新天工”的伟大构想已经变为现实。如今的天工,已是丹阳、镇江首屈一指的大企业。近几年,天工开创了丹阳市企业“多个第一”,声名美誉早已遐迩天下。尤其是朱小坤,他“诚信务实创新”的良好口碑得到了社会各界人士的钦佩和赞许。作为多次荣获全国、江苏省优秀乡镇企业家、镇江市人民奖章、2004中国管理100人、2005中国十佳诚信企业家等殊荣的经济英雄,朱小坤在荣誉面前始终保持着清醒的头脑,认为企业发展的桎梏就是骄傲自满,停滞不前。为此,在天工发展的关键时期,他在全公司深入开展了“反骄破满,再创新绩”的活动,并要求全体天工人:居安思危,忧心忡忡,如履薄冰,在任何时间都必须保持高度的警惕性,保证企业长盛不衰。

应该说,现在的天工已成行业的标杆和旗帜,在国际市场也占有举足轻重的地位。但朱小坤并不满足。他对记者说,这几年,他专程到韩国、欧美等一些国家和地区考察了许多知名工具厂家,痛感中国的工具企业与这些国家相比还有很大差距。尽管天工在国内“一枝独秀”,但问题恰恰就在这里:一花独放不是春,百花齐放春满园。因此,天工应该更自觉地肩负起历史和时代的使命,以夸父追日和精卫填海的精神勇往直前,打赢振兴传统民族产业的伟大战争。

今天的天工,已经成为世界工具舞台的一大主角。鉴于天工在国际市场的地位、尤其是欧美市场上的影响力,2010年7月7日,朱小坤代表天工国际,随全国人大吴邦国委员长赴法国巴黎出席“中法经贸合作论坛”,与法方有关企业进行洽谈,并随中国赴法贸易投资促进团,出席在欧洲举行的一系列经贸活动。

作为中国为数不多的企业家代表,此次跟随国家领导人的出访,无疑是天工发展史上的一件大事、喜事,也是天工30年熠熠闪光的一大亮点。同年11月22日—27日,朱小坤又随国家商务部出访俄罗斯,并出席了中国商务部与俄罗斯经济发展部在莫斯科举办的“第五届中俄经济工商界高峰论坛”。在俄罗斯期间,朱小坤受到了国务院总理温家宝等党和国家领导人的亲切接见。

作为中国企业家的一位代表,朱小坤能获此殊荣,是天工的无尚荣光,是对天工30年“打造卓越品质的典范,争当世界舞台的主角”的最好见证,必将极大地鼓舞全体天工人为振兴、发展中国特钢、切削工具产业作出更大的贡献。

“虎”去“兔”来,我们又跨进了一个新的年轮。作为“十二五”的开局之年,天工也制定了更加宏伟的发展规划,那就是:

有位名人说过,一个人的真正伟大之处就在于他能够认识到自己的渺小。天工30年,虽然取得了世人瞩目的成就,但民富国强需要“广厦千万间”,仅有“麻花钻”和“高速钢”“模具钢”是远远不够的。正是在这种意义上,天工人高瞻远瞩,他们正以锲而不舍的“渺小”构筑民族复兴的伟业。我们欣喜地看到,朱小坤带领全体天工人登高一呼:蓝图绘就,号角吹响,一个更加巧夺天工的天工正向世界灿然亮相!

有诗为证——

雄关漫道三十春,辉煌业绩助长征。决战未来气如虹,天工本色是真金。

◎天工集团有限公司全景