

文化聚焦 | Wenhua Jujiao

尽管汉铭集团的主营业务是通讯技术与设备,但它却以中国传统的儒家文化做基石,支撑着企业的快速发展——

汉铭集团：“儒文化”聚拢员工的“心”

□ 朱 耘

“巍巍大汉,铭誉寰宇”——这是“汉铭”的来历,象征吉祥如意的红色飞白巨龙瓦当形 LOGO,凝聚了中国传统儒家文化的精髓。2004 年 11 月,汉铭集团在新加坡主板上市,成为中国高科技企业赴海外上市的代表之一。

司歌 PK 赛

司歌,一个熟悉而又陌生的名词。曾几何时,国内各知名企业纷纷创作了自己的司歌,然而每一名员工是否都熟知自己企业的司歌呢?当司歌流于形式不被接纳,它也渐渐淡出了人们的脑海。

就在司歌淡出记忆的时候,汉铭集团重新点燃了它。

汉铭同事利用业余时间发挥各自专长,作词的作文,谱曲的谱曲,相继有 6 首歌进入了候选名单。2006 年 7 月 6 日下午,以“龙舞天下,唱响汉铭”为主题的汉铭司歌发布会隆重举行,“汉铭之歌”、“汉铭颂”、“让爱引领未来”最终胜出,分别作为公司司歌、汉铭管理学院和汉铭阳光俱乐部的主题曲。无论从歌词的创作到旋律的谱写乃至歌曲的录制,全部来自汉铭集团的员工。

在汉铭集团看来,创作司歌并不是一次简单的艺术创作 PK,更重要的是让汉铭的每一名同事都会唱自己的司歌,切身感受公司理念。

“盛事佳节展新姿,金秋喜庆唱汉铭!”2006 年 9 月 30 日,汉铭集团司歌大奖赛在北京太平洋洲际酒店隆重举行。汉铭大家庭 200 余名成员欢聚一堂,共贺双节!“也许我们唱的音不

够准,也许我们还没熟记歌词,但汉铭在我们心中!让我们坚定‘拒绝平庸,追求卓越’的全员志向,创造更高的价值,同时也让汉铭精神引领大家走向更加美好的未来!”产品部部门助理张帅的一番话道出了汉铭基层同事的心声。

“企业文化融汇在激扬的旋律当中,的确给人以震撼力。那一刻,你会感到自己的渺小。”汉铭集团人力资源总监陈云青说,“唱歌还可以振奋士气,就像在军队中,你总能听到那嘹亮的军歌。”

说起创作司歌,在汉铭人看来,就如同从小就背下来的文学诗词,或许不能诠释其意义,然而当某个时候,会发自内心地感叹出来。当员工下意识地哼唱着司歌,汉铭的文化才深深地铭刻于员工的内心。

“巍巍东方,龙的故乡,汉铭在唱;厚德做脊,服务为梁,积蓄着能量。蓄历史之华,我们健行不息;聚时代之英,我们共济远航……”这首乐曲时常回荡在汉铭集团,致电汉铭公司你会发现,也是这首乐曲作为电话的铃声。汉铭的司歌,音乐的主旋律回荡在公司的每一个角落,凝聚着每一位汉铭人。

司歌作为公司品牌和标识的有机整体,其创作、导入和传唱标志着汉铭集团企业文化建设迈上了一个新的台阶,是公司发展史上的重要里程碑。

打造“安居工程”

“企业文化就是一个个小故事堆砌而成的。”从事了 5 年多人力资源管理的陈云青娓娓道出他的企业文化观。每季度公司都会分配各部门部分费用用于团队建设,而每次部门领用

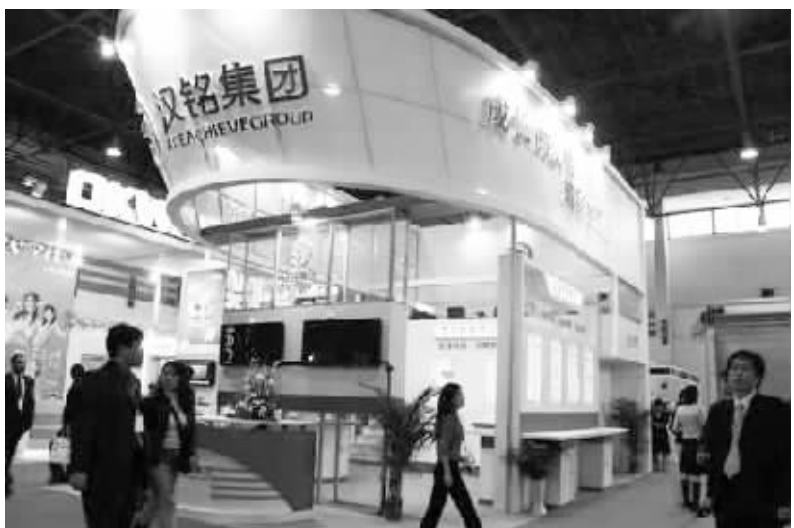
活动经费时,人力资源部都要求本部门提供一个部门内部能够阐释公司文化的一个小故事,然后将这些点点滴滴积累起来汇成公司企业文化案例库。

为打造汉铭价值共同体,保障全员与公司共同发展,公司考虑通过提供长期无息贷款的形式,资助汉铭同事的购房、购车和教育计划。汉铭阳光基金就此诞生了——凡在汉铭工作满一年以上的员工用于购房、购车、教育,都可以从公司申请“汉铭阳光基金”无息贷款。汉铭阳光基金贷款额度为 3 万元至 15 万元人民币不等。对此汉铭集团有专门的评审小组,只要员工申请且评审小组通过马上就可以从财务部办理贷款手续,这无疑对员工是“雪中送炭”。正如汉铭阳光俱乐部的主题歌中所唱,“让爱引领未来”,汉铭对每个员工无私的关爱感召着每一位汉铭人。

中国有句古话,“安居才能乐业”。的确,当生活压力日益增大的今天,员工们为买房买车大费心思,汉铭阳光基金的出现,让很多员工缓解了一大笔开销。陈云青看来,公司为员工排解些后顾之忧,大家才能更加安心地为企业工作,企业才能朝着更好的方向发展。这些年汉铭持续增长的业绩证明了陈云青的话。

在汉铭的文化墙上,也和众多企业一样,印有自己企业文化的精髓。但在陈云青看来,真正的企业文化并不是印在墙上的标语口号,而是发自员工内心的感受和体会。文字跟文化是有着天壤之别的。

“IT 企业跟传统行业最大的不同就是我们的同事需要尊重,过多的刚性约束和控制会打击人的积极性。”陈云青总结了他的工作经验。下班晚归



时,环绕办公区走上一圈,不忘对尚在加班的同事说,“工作别太晚,注意身体。”“不失一切时机地捕捉‘动情点’,除了建立一套科学规范的人力资源管理体系之外,人力资源管理对于公司而言很重要的一点还在于凝聚人心。”陈云青说。

培训的“文化渗透”

汉铭管理学院是专门针对汉铭管理层而成立的商学院,帮助企业管理层提升领导力,管理学院同样信守了“厚德做脊,服务为梁”的宗旨,服务内部客户,追求更高的员工满意度。

汉铭集团每年的培训经费预算并不高,而成效却颇为显著,经验只有两个字——“用心”。“学习型组织”在汉铭真正形成了一种自觉,而这种自觉正是在耳濡目染、潜移默化中形成,并落地生根成为汉铭的文化。

每周四汉铭雷打不动都有两个小时的分享交流会,分享最近的工作成果。若是某位同事参与了外部培训公

开课,回来后必须把课堂的知识做成 PPT,至少给大家分享两个小时。通过这种方式,公司在培训上花费了较少的经费,却让更多的员工受益。不仅如此,汉铭更是给了那些参与外部公开课的同事组织、演讲、活动控制能力的机会,可谓一举多得。

汉铭每周的分享交流会,不仅是外部公开课的成果分享,更多时候是内部同事的研论。最近一次经验分享,是全体同事对姜汝祥的《请给我结果》阅读分享会。当时汉铭同事看书之后,却有了抱怨——书中更多的是要求和约束员工的行为,却很少提及公司该给员工提供哪些帮助与服务。然而正是在观点的碰撞中,汉铭人给“请给我结果”的“我”做出了新的诠释——这个“我”不是公司、主管,而是自己。无论做什么工作,给自己一个满意的结果!

或许,正是这些耳“濡”目染,以及无所不在的“儒”文化熏陶,才让汉铭这家“刚硬”的 IT 企业得以变得“柔软”,真正聚拢了员工的心。



立足岗位学技能

8 月 30 日,安徽淮北矿业集团青东煤矿运输区电工胡守辉在机运系统培训基地学习井下设备维修技能。该矿在职工中开展立足岗位学技能、岗位成才比贡献活动,不断强化职工技能培训,提高职工技能水平,在职工中形成了比、学、赶、帮、超的良好氛围。

谢正义 摄影报道

实施项目引资双带动 加快新型工业化进程

孟庄镇综合实力位居新乡市第一名

“今年以来,我们孟庄镇续建、新建和谋划的 3000 万元以上工业项目达到 13 个,其中亿元以上项目 10 个,总投资规模达到 658 亿元。”近日,河南省辉县市委常委、统战部长、孟庄镇党委书记阮清献在接受本报记者采访时,对该镇新上项目情况,如数家珍。

阮清献告诉记者,这是他们强力实施项目引资双带动战略,加大项目建设和园区基础设施建设力度,加快推进新型工业化进程,带来的明显成效。

河南省新乡市辉县孟庄镇位于

太行山南麓,新乡市西北部,是国家可持续发展实验区和全国“十佳和谐小城镇”。拥有各类企业和工商户 1900 余家,其中限额以上企业 63 家。

2010 年,孟庄镇完成生产总值 39 亿元,完成工业增加值 35 亿元,实现财税总收入 21 亿元,社会固定资产投资完成 299 亿元,乡镇综合实力位列河南省第七名,在新乡市 122 个乡镇中位居第一名。

近年来,孟庄镇党委在“发展才是硬道理”和科学发展观的指引下,经济建设这个中心思想上更加牢固,行动上更加坚决,效果上更加明显,

使孟庄的经济建设步入了“又好又快”的科学发展轨道:去年全镇实施工业项目 13 个,总投资 50 亿元,其中亿元项目 7 个,千万元项目 6 个。

今年以来,孟电集团 2×30 万千瓦 1 号机组、永昌化工 30 万吨硝基复合肥等一批亿元项目相继建成投产。河南龙辉公司年产 9 万吨白铜合金管和 10 万吨铜管坯、孟电集团 2×30 万千瓦 2 号机组、长城装备制造等一批重点建设项目快速推进,成为孟庄经济发展新的增长极。

(本报记者 李代广 通讯员 刘裕明 乔学真)

羚锐制药“三力”助推学习型组织建设

国内知名医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司结合企业实际,以“三力”扎实推进“比学赶帮超”活动,全力打造学习型组织建设,并以此强化管理推进企业科学发展。

加强考核,激发原动力。该公司把小指标劳动竞赛融入“比学赶帮超”活

动中,根据企业生产、科研和营销工作实际,实行不同业务系统不同竞赛主题的模式,促进了竞赛实效,提高了员工的参与热情。同时,该公司建立起了竞赛考核体系,通过设立任务目标、考核评比,调动全体员工的工作积极性和创造性,形成了“千斤重担大家挑,

人人肩上有指标”你追我赶、奋勇争先的竞赛生动局面。

加强宣传,增强影响力。该公司利用企业报《羚锐人》、《羚锐》期刊和公司局域网络开辟专版或专栏,定期推出“员工风采”,发布“员工之星”等“比学赶帮超”荣誉榜,助推学习型组织建

设;加大对基层“比学赶帮超”宣传力度,鼓励企业报刊通讯员多写反映生产、科研与销售市场等基层一线“比学赶帮超”工作经验和成效的稿件,努力在企业内部营造“比学赶帮超”的浓厚氛围,积极推进学习型羚锐建设。

选树典型,打造形象力。该公司注

重挖掘生产经营基层一线的先进典型,如“优秀员工”、“优秀操作能手”、“优秀经理人”、“优秀共产党员”等,及时组织人员进行总结、提炼,形成经验材料予以推广,在员工中树立了学习的标杆,对外打造了企业良好形象。

(汤兴)

Google 等三家成功公司企业文化对比

□ 王建硕

任何一个成功的企业,必然有着独特并与其自身相符合的企业文化。

前不久和一位朋友聊天,提及几家比较了解的公司的文化,觉得把这三家公司放在一起对比很有意思。这三家有着迥异文化,却都是非常成功的公司是 FedEx(联邦快递)、GE(通用电气)和 Google(谷歌)。

FedEx 企业文化的精髓是“员工是战友”。FedEx 创始人 Smith 曾加入了美国海军陆战队,三年越战经历奠定了之后他创建的公司文化,其领导理念便是来源于海军陆战队的军规。他理解 FedEx 的核心是第一线

的装卸工人,他深刻理解社会中劳动阶层的需要。他的信条的第一项就是“人”,他把人放在最重要的地位,像对待战友一样地对待团队成员。

因为一个人不够优秀而解雇,就像战场上扔下受伤的战友一样不可以接受。这种兄弟连一样的文化对于 FedEx 这样的靠大量忠诚的员工支撑的公司来说,至关重要。与此类似的,我能联想到,Starbucks(星巴克)也是这样的文化,第一线的店员被足够尊重,西雅图的总部叫做 Global Service Center(全球服务中心),用来服务全球的门店。此外,中国的海底捞也有类似的以人为本的管理哲学。对于第一线的员工几乎等同于产品和

服务的行业,这种文化行得通,而且所向披靡。

GE 的企业文化因“强悍的末位淘汰制”而广为流传。GE 或许是 FedEx 的反面。它强悍的末位淘汰制,使得就算所有的员工都足够优秀,都完成了指标,但也必须有一部分的人要离开公司。对于 FedEx 的人来说,这简直就是个“恶魔公司”。不仅仅末位淘汰,如果不是所在行业的第一、第二名,这个部门就甚至会被解散。对于 GE 这样既不是靠绝对的技术创新,也不是靠第一线对用户的店员,而是通过不断的收购、管理、壮大或者关闭的过程,这种文化在商业领域也获得了巨大的成功。

而知名科技企业 Google 的内部文化特点是“散养”。Google 是另一种极端。它既不搞末位淘汰,也不对员工有过多的管理,属于散养型公司。但是,它进人的严格程度让很多人不能理解,抑或让人笑掉大牙,甚至让人发指。Google 的秘书也需要全球面试的故事就是这种严格进人的最典型代表。Google 这种不靠门店,不靠第一线员工面对客户,也不靠末位淘汰的方式保持人员的优秀,却是保证以创新作为核心竞争力的公司所必需的。很多成功的高科技公司,在这个行业里面,也基本上是这种思路。

三个完全不同的公司,截然不同

的企业文化,但都取得了成功。在这背后有一点是共通的,就是他们的企业文化都服务于它们所在的行业。不同的行业需要不同的文化。适者,生存。

互联网创业型企业,特别是技术驱动型的互联网公司而言,如果希望能够持久成功,那么就需要追求一种“只雇用最好的人才”的文化。

不能忘记的是,对互联网企业来说,核心是创造有价值的服务,多用服务器,少用人,这是互联网的精髓,因此,最好的策略便是雇用最好的人才,但严格控制人数。

(作者为百姓网 CEO)

兖矿集团 “阳光助学” 全覆盖

兖矿集团东滩矿贫困学生黄正炜以优异成绩被泰山学院录取,弟弟黄正煊被临沂大学录取。来自矿区贫困家庭的姐弟两个因父亲工资收入少,母亲无工作,在为学费发愁的时候,这个矿爱心助学活动帮他们圆了大学梦。

兖矿集团将助学作为民生工程的重点,纳入社会责任体系,针对金融危机带来的新情况,将多年坚持的“金秋助学”和“树献送”活动合并升级,助特困、奖优秀、帮就业,使特困家庭杜绝“上不起”,矿区学子积极“考名优、走出去”。今年截至目前资助大学生 500 余人,资助金额 200 多万元。

集团党委坚持“阳光助学全覆盖”的原则,将“金秋助学”和“树献送”等项帮贫扶困活动统一协调,对矿区低保特困家庭子女上学变“一秋定量资助”为“三春五载”全额学费资助。对矿区今年参加高考和在读的困难职工子女进行认真调查,逐户走访核实,摸清家庭生活困难状况、子女的入学情况和帮扶要求,做到底数清,情况明,救助工作及及时、准确、无遗漏。通过全面调查摸底,建立健全资助困难职工子女上学的档案管理系统,为实施全覆盖助学打下了坚实基础。该集团注重增强“金秋助学”活动每一个操作环节的公开性和透明度,使这个民心工程成为真正的“阳光工程”。明确要求对于“矿区享受当地最低生活保障待遇的特困职工子女”和“家庭成员因大病、突发灾害、残疾等原因造成完全丧失劳动能力或死亡,且家庭其他成员无固定性工资收入,家庭经济特别困难的职工子女”两类特困职工子女,以所考取学校收取的学费为资助标准实施全额资助。在困难职工档案的基础上建立“助学”档案,努力做到不让一名困难职工子女因为家庭经济困难而辍学或上不了学。为鼓励职工子女学有所成,兖矿不仅通过“助学”扶上马,而且全部建立档案关注全程学习。每年都选择“走出去”创业的职工子女大学生集中宣传。针对大学生分配就业难的问题,企业所需专业大学生,优先挑选职工子女。

(周燕)

东风商用车公司 发布 18 项 TPM 改善成果

日前,东风商用车公司举办 TPM(全员生产保全)成果发表会,18 项 TPM 改善成果参加发表会。东风德纳车桥有限公司十堰部件厂等 3 个工厂发表的改善课题获一等奖。

此次发表的改善成果包括提高设备综合效率、工装改善和降低故障强度率改善等方面内容。这次课题发表与以往不同的是,不但有专家评委点评,而且现场观众通过互动提问交流,开阔了大家做好 TPM 工作的思路和视野。在课题发表过程中,还穿插进行了 TPM 基础知识抢答。

2011 年,东风商用车公司秉承“改善无止境,追求无止境”的管理理念,通过持续推行 TPM 活动、QCT 改善等活动,使改善模式从个别改善走向系统改善,从操作方法的改善走向生产方式的改善。通过这些先进改善工具的导入,促进了员工改善技能逐步提升和企业改善水平不断提高。

(艾保国)