

太子龙是如何成为浙江省企业文化示范基地的?

□ 本报记者 许强

9月24日,由浙江省经济和信息化委员会、浙江省总工会、浙江省国有资产监督管理委员会、浙江省安全生产监督管理局、浙江省企业联合会、浙江省企业家协会联合主办的“2011浙江省企业文化示范基地(太子龙)现场会”在杭州隆重召开,这引起了世人的普遍关注:太子龙控股集团是如何被锤炼成了浙江省企业文化示范基地的?

“太子龙‘先做思想,再做产品’的企业文化实践,不仅将太子龙打造成了浙江省企业文化示范基地,也在浙江企业文化建设史上抒写出了浓墨重彩的一笔。”在现场会上,浙江省企业家协会副会长叶国坚如是说。他认为,太子龙成为浙江省企业文化示范基地并不是偶然的,至少存在三个闪光点。

上下同欲 提高了企业战斗力

“上下同欲者胜。”熟读兵法的太子龙控股集团董事长王培火是一个个性鲜明、有思想的企业家,他给自己加上一个新头衔——首席文化官,相比董事长,他更看重新头衔。

2007年,王培火觉得服装产业传统的劳动密集型制造模式和营销模式已经走到头了,不能再做“冒牌经济”,而要转型去做品牌文化和时尚产业。

在王培火的倡导和亲自指挥下,太子龙的员工统一了思想和意志,因此企业战略和员工需求联系了起来,达到了个人目标和企业目标的统一。同时,企业通过文化建设,连接了企业和员工的感情,增强了企业对员工的关怀,从而增强了太子龙控股集团的凝聚力。

众志成城,坚不可摧。在王培火和员工的共同努力下,太子龙上下同欲,从而形成了强大的战斗力,使集团旗下诸多品牌完全摆脱了传统民族品牌的运营桎梏,使各项战略性业务取得了长足的发展。

先做思想 构筑了企业核心竞争力

“先做思想,再做产品。”这是太子龙控股集团的三大核心思想之一。2007年10月5日,集团提出“太子龙让世界责任起来”的企业战略使命;2008年初,太子龙提出了“国际品牌的本质是民族文化的国际化”的企业愿景,本理念渗透在人民出版社于2009年3月出版的《科学品牌发展观》一书里。科学品牌发展观是以人为本,以先进的品牌文化为旗帜,全面协调可持续发展的品牌观。其中包括了三大核心思想体系,即核心思想:先做思想、再做产品;国际品牌的本质是民族文化的国际化;让世界责任起来,它奠定了品牌科学发展的价值观念。

在先进思想的引领下,太子龙分布在全国各地的家加盟店撤下原来的商标,代之以一个新的商标符号“TEDELON”。破旧立新的这场“换标”行动,舍弃沿袭多年的符号,并大力推广更具亲和力和时尚感的标识,在业界引起了震动。随后,太子龙投资动画片,始终贯穿的一个主角是“龙太子”,塑造了一个中国版的“奥特曼”卡通明星,这让龙太子形象更加深入人心。

同时,太子龙把“新龙精神”织进旗下的高档服装品牌——“RIAB”的颜色、花型、面料之中,因此使其品牌销量大增。目前,太子龙品牌男装已跻身于“中国服装行业竞争力前十强”,在国内已拥有众多加盟终端,营销网络遍布大中国区的绝大部分疆域。

文化先行 打造了企业文化力

太子龙非常重视企业文化软件建设。早在“十一五”期间,太子龙集团首创了“高举《科学品牌发展观》的伟大旗帜,万众一心锻造《国家品牌生产力》,担当首个《中国品牌运营商》”的“三维品牌文化框架”,以及“一个定位、二个确立、三维思想、四大模式、五大目标、六大理念的品牌运营新体系”,系统地构建起了关于民族品牌科学发展的前沿理论体系和创新发展模式。同时,太子龙

出品的以古代科学家的故事为题材的动漫剧,获得了中宣部、教育部和科技部的高度评价。

2009年初,太子龙开始着力打造文化之园、创意之园和精神之园,总体规划投资6亿元,已经完成一期投资3亿元。目前,一座融古今文化和东西方哲学理念于一体的太子龙时尚产业园,已经傲然屹立于“杭州的浦东”——江东新城这块神奇的大地上。

根据太子龙控股集团的“SI53”多品牌战略规划,到下一个五年,太子龙集团要成功运营15个民族品牌,其中TEDELON(太子龙休闲服饰),RYMA(例唛快时尚休闲品牌),RIAB(瑞博高档休闲服饰)这3个品牌要成功进入国际品牌队列。

让文化变成一种生产力,变成企业实实在在的利润。这是太子龙人文化建设的理想,也是太子龙打造文化力的目的。在短短的近三年时间里,太子龙控股集团先后获得了“国际企业文化学术成就奖”、“推动行业发展杰出贡献奖”等300余项国家级和行业殊荣。2011年太子龙品牌被世界品牌实验室评定为“2011年中国500最具价值品牌”,太子龙品牌的排行地位提升了41位。鉴于太子龙集团在民族品牌文化建设方面取得的卓越成就,浙江省企业文化示范基地评审小组,决定授予太子龙集团为“浙江省企业文化示范基地”,这也是浙江民营企业唯一的示范单位。

□ 闻 熙

“香港市场2009年销售仅有50吨茅台酒,2010年就上到了100吨,这个增长幅度国内市场上没有出现过。”在2010年的年度股东大会上,董事长袁仁国表示出对海外市场的强烈兴趣。

他接着举例,以法国巴黎市场来看,当地星罗棋布分布着一万多家中餐馆。每一家中餐馆是一个销售终端的话,假设每一家中餐馆一天消费一瓶茅台酒,那里一天就要消费一万瓶

国酒茅台上市10年纪实之四

国酒:中国人乡愁的符号

茅台。

“在国外的那些年,每次跟几个中国留学生聚会,总会免不了喝点茅台酒。”从海外留学回来创业的高先生说,中国人喜欢聚在一起的情谊和友情,而聚会总免不了吃一顿可口的饭菜,喝点家乡的白酒。最能够激发大家思乡情的,就是茅台酒。

每逢中国的传统节日,留学生们和当地华人华侨,总喜欢畅饮茅台,寄情祖国。席间,大家多次谈起的,莫过于尼克松1972年访华时,喝了茅台酒微醺状态下失语的故事:

在中国政府为尼克松总统在上海举行的宴会上,周恩来总理用茅台酒款待,尼克松兴高采烈,茅台酒使他脸上泛着红光。他激动不已地端着酒杯走到麦克风前,作了这次访问唯一的一次即席讲话。在激动之中,尼克松说了一句话:“美国人民,要和中国人民一起,将世界牢牢地握在手中。”对这句过于敏感的话,基辛格听着不免有一丝忧虑。幸好平时爱挑毛病抠字眼的记者们对尼克松的这句话没有太大反应。

一位哈佛大学毕业的社会学教授说,“每一瓶酒背后都有很多故事、很多情谊、很多人世沧桑。”1984年8月,这位教授刚留学美国,没有赶上好友10月份的婚礼。好友特地为他留了一瓶茅台,“等你回来再给你”。年轻人囁咐好友封酒,撕掉塑料纸,以厚实的红绸布密密扎紧瓶口,滴蜡封满,再用油纸包起,埋于地下。1994年,年轻人成长为学术资深人士,回国拿到这瓶茅台。直到26年之后,适逢家中有一

件开心事,便将这瓶含蕴深情厚谊的茅台开怀畅饮。

“太幸福了”,回忆往事,这位教授感慨系之,“好酒不是买来的,是找来的。”

茅台酒在一定程度上,成了漂泊海外的中国游子心中萦绕不去的乡愁的寄托。对于他们来说,选择茅台酒是一个饱含文化意味的行为,聚餐中少了茅台酒的加入,似乎是一种文化上心理上的欠缺。

海外市场的巨大潜力已逐渐显现,越来越多的华人青睐醇厚甘冽的茅台酒,越来越多的消费者把茅台作为中华文化的象征加以收藏。

陈先生是一位在纽约定居多年的中年华人,近年凡有人登门,他都会向客人如数家珍地展示珍藏的茅台。“每每把看一瓶瓶茅台,曾经在故乡的往事历历在目。”陈先生动情地说,近年“买茅台已上瘾”。

根据公司提供的财报,2010年,海外市场茅台酒销售额已经创纪录地达到了41亿元。庞大的国际市场,呼唤更多茅台酒现身。这也为公司的未来发展,增加了更多的想象空间。

(下期请看《创新:传统工艺的现代化探索》)



大江公司举行职工趣味运动会

为推动“健康重庆”建设,提振职工的精气神,9月24日,重庆大江工业公司举行职工趣味运动会,此次运动会设拔河、跳绳两个比赛项目,来自该公司事业部及职能部处的12个单位的500多名运动员参加了比赛。图为跳绳比赛的场景之一。

马占超 摄影报道

稻花香打造百亿企业引发关注

9月22日,湖北省重点培育的过百亿农产品加工企业座谈会在东湖宾馆百花二号三峡厅召开。湖北省委常委张昌尔出席会议并讲话,对稻花香打造百亿企业的“劲头”给予了高度评价,引发了参会企业广泛关注。

座谈会上,稻花香集团董事长蔡宏柱就百亿目标实施进程进行了专题汇报,并就企业“十二五”发展规划进行了介绍。他说,稻花香集团按照省委、省政府实施的农产品加工“四个一批”工程要求,充分发挥农业产业化国家重点龙头企业的带动作用,大力实施农业产业化发展战略,实施“打造百亿企业、树立百年品牌、带动百万农民致富”的“三百工程”,成功探索和实践农业产业化循环经济发展模式,在实现企业飞速发展的同时,推动了农村产业结构调整 and 农民增收致富。



湖北省委常委张昌尔讲话。

张昌尔对稻花香打造百亿企业的“劲头”给予了高度评价。他说,稻花香集团年底之前销售收入可望过百亿元,将实现湖北省农产品加工企业的历史性突破,令人振奋。稻花香集团打造百亿企业的“劲头”很足,大投入、大

发展、大效益的思路值得全省农产品加工企业学习和借鉴。

省委副秘书长刘田喜、湖北省财政厅、发改委、经信委等省直相关部门以及全省11家重点培育的过百亿元农产品加工企业负责人参加了会议。据



董事长蔡宏柱汇报百亿企业实施进程。

了解,本次座谈会是为落实李鸿忠书记提出的“喝湖北水,吃湖北粮,用湖北油,品湖北味”的战略目标召开的一次重要会议,旨在广泛听取各方意见和建议,推进全省农产品加工业跨越式发展。

(袁林文 图)



东风德纳车桥十堰部件厂党委新获两称号

近期,东风汽车公司创建“四强”党委和“四好班子”星级达标验收组对东风德纳车桥有限公司十堰部件厂星级达标情况进行了意见反馈,宣布了最终考评结果:十堰部件厂党委通过创建,符合“五星级四强党委”、“五星级四好班子”标准。同时,验收组领导对该厂进一步提高产品核心竞争力提出了殷切希望。

一年来,该厂党委通过创建“四强”党委、“四好班子”星级达标活动的深入开展,有效提升了领导班子的开拓创新能力,增强了领导班子的凝聚力和战斗力;有力地促进了生产经营各项工作,工厂管理水平、安全本质化建设、党建基础工作和文化建设进一步得到提升,营造了“在快乐中工作,在工作中快乐”的和谐氛围。在干部选拔任用方面,该厂不断深化干部人事制度改革,按照德才兼备、以德为先、注重业绩、群众公认的原则选拔任用干部,获得了较大的进步和发展。

艾保国 摄影报道

简 讯

周海江荣获“十一五卓越苏商”奖

9月22日,2011江苏企业管理年会暨首届苏商学院奖颁奖典礼在常州举行,会上隆重揭晓了四项苏商学院大奖,红豆集团总裁周海江获得了分量最重的“十一五卓越苏商”大奖。

年会上,300余位国内外优秀苏商代表,南京大学、东南大学等全省14所高校商学院院长汇聚一堂,为造就学习型苏商、知识型苏商献计献策,从而带动苏商新一轮转型升级,推动苏商持续成长。著名经济学家谢百三就当前国内外

经济形势和业界关注的热点进行了精辟分析。据了解,苏商学院奖是苏商传媒联合江苏省14所高校商学院联合创办,在江苏全省甚至全国尚属首次。

当天由零点研究机构董事长、著名主持人袁岳担任主持的苏商学院奖颁奖典礼引人关注。本次奖项设有“十一五卓越苏商”“2010十大苏商年度人物”“2010苏商新兴产业领军人物”“2010苏商最具创新力企业家”等奖项,共有周海江、蒋锡培等60位优秀苏商获奖。

因为有海尔,我不再焦急

夏天,我店里的海尔冰箱常备有很多冰糕。周六晚上快9点冰箱不工作了,联系海尔不到半个小时,海尔师傅就赶到了,他在问明

情况后开始了忙碌的检修,发现原来是线路老化短路了,更换完毕后,我感激地请师傅喝一杯水,被师傅婉言谢绝了。(苏水良)

元宝山露天矿9月份煤炭产销突破百万吨

国庆前夕从元宝山露天矿生产一线传来喜讯,9月份该矿完成煤炭产销105万吨,实现了新的历史突破,向节日献上了一份厚礼。

该矿根据全年1100万吨产量目标任务,结合后四个月煤炭生产工作实际,制定了“以电煤保总量、以品种煤保效益”的工作策略,具体措施有:一是围绕销售这个中心不放松,按照“计划、控制、协调”的原则组织原煤生产,从设备检修、运输效率、生产环节上做文章,一切满足服务于市场销售;二是实行电煤分流,根据地销重磅通过能力有限,造成拉煤车空返的现象,该矿积极采取有力措施,进行电煤分

流,从而使销售总量得到了提升;三是落实了“双增双减”工作,制定了管理办法,在大电铲位置建立了优煤堆和电煤堆,实现了大电铲、大汽车上电煤的目标,提高了运输效率,增强了销售总量,减少了煤质含矸率,提高了煤质和售价。四是在选采上实施了“四分三定”工作法,即采取分存、分运、分选、分装和定人员、定设备、定位置的科学的选装装运措施,充分发挥出了原煤生产的衔接性和煤质配比的重要性,使煤质管理更趋科学合理,稳定了客户对煤炭质量的需求,呈现出了销售局面空前高涨的良好氛围。(张永)

罗会超被评为市级优秀调解员

日前,江苏涟水县东胡集镇司法所长罗会超,被淮安市社会治安综合治理委员会表彰为“优秀人民调解员”。

罗会超担任司法所长以来,建立调解机制和网络,把矛盾钝化在基层,问题解决在源头。做到小事不出村,大事不出镇。经手调处的

矛盾纠纷200多起,成功率100%,被群众誉为化解各类社会矛盾的“灭火机”,矫正对象灵魂改造的工程师,安置帮教人员重获新生的引路人。他为促进安定团结,构建和谐社会做出了重要贡献。

(陈裕 贾炳成 李文林)

白音华公司加大剥离力度奠定千万吨基础

内蒙古平西白音华公司本着用时间换空间的露天开采理念,不断加强生产组织,加大剥离力度,2011年度预计在完成年初土方剥离计划4450万立方米的基础上新增剥离量1000万m³,为明年煤炭产销实现1000万吨产量奠定了基础。

该公司一是通过不断完善各种生产管理办法,加大生产管理力度,确保了生产的有序进行,形成了紧张、有序、快节奏的生产氛围;二是根据生产方式的转变,进一步强化了以调度为中心的生产指挥系统功能,推行并完善值班经理、

工长制的生产管理模式,通过各项制度和内部考核办法,理顺了生产程序;三是不断加强生产组织,很好地执行了日、周调度会议制度和周一坑下实地勘察制度,解决现场工作中的问题,做到生产、技术、销售、机电等工作协调配合和各生产环节均衡作业。据悉该公司今年1-8月份剥离生产计划3286万m³,实际完成了333269万m³,超产4669万m³。目前,剥离生产正在以每天30万立方米的速度稳步推进,预计在11月初就能完成调整后的全年土方剥离任务。(王庆祝)