

和谐企业 | HexieQiye

香格里拉将价值观和愿景融入未来的战略计划中,开展了全面的企业社会责任(CSR)项目。其未来的战略计划目标包括教育员工、改善运营实践、减少废弃物的产生、支持当地社区发展以及激励客人参与环保行动等。

香格里拉:激励他人共建 CSR 生态链

□ 马可佳

“香格里拉”无论在藏语还是其他语言中,均是人们梦想中的桃花源地。

香格里拉一词,最早源于1933年美国小说家詹姆斯·希尔顿在小说《失去的地平线》中所描绘的一块永恒和平宁静的土地,是个有雪峰峡谷、金碧辉煌且充满神秘色彩的庙宇、被森林环绕着的宁静的湖泊、美丽的大草原及牛羊成群的美妙所在。继承了对香格里拉梦境的追寻,马来西亚华裔郭鹤年家族创办的香港上市酒店建设公司——香格里拉酒店集团,同样被赋予了这个名字。

香格里拉自品牌创立以来一直积极践行自己的企业社会责任,更于2010年聘用了专业人士,启动了体现自身社会责任的“可持续发展”计划。

香格里拉(亚洲)执行董事及主席郭孔演在集团的可持续发展报告中说:“这些目标归根结底都是为了一个共同的愿望——我们希望香格里拉担负起创造美好未来的责任并希望激励其他人与我们一起努力。”

从大环境到小环境

张光明:让员工自己当老板

走进至善瑜伽灵性SPA会所,一句句真诚待客的话语与宫殿般富丽的环境,令人感受到这家创造“美”的企业“文化”所在。张光明,长春至善瑜伽文化传播连锁机构总经理,以单薄之躯坚毅地走出了一条精彩创业路。当得知自己当选长春市第六届“创业先锋”时,他说:“这是整个至善团队5年来协作奋战取得的荣誉。”

理念打造团队

发生在几年前的一件小事,让张光明深刻了解了团队力量的重要性。至善瑜伽桂林路店曾有一位非常优秀的瑜伽老师,会员都喜欢上她的课,一次意外的摩擦,这位老师辞职了,会员要集体退卡。“我们当时忽略了企业文化的打造,与部分人才的文化理念未达到融合。后来问题虽然解决了,但我们也经历了阵痛。”那之后,张光明和爱人任海慧开始寻求志同道合者。

“我们的理念就是让每位员工拥有一家自己的SPA会所。”张光明解释说,“至善瑜伽的5家店均为股份制,而红旗街万达店的股东多达15位。公司占股51%,15位股东在店里担任重要职位,自己管理自己的企业,事半功倍。”“工资+分红”的模式留住了人才,更壮大了自身。

口碑打造品牌

2006年,张光明夫妇经过开美容院、香水店等磨砺,终于在二道区开了一家瑜伽会员店,取名“至善”。当时的长春人对于瑜伽尚无概念,他们通过走进社区、公园义务表演,才逐渐打开局面。50多岁的陈阿姨是至善瑜伽的忠实会员,当时处于更年期的她情绪很不稳定,练上瑜伽后,心静下来了,人也变漂亮了。她把身边的朋友全都聚拢到至善瑜伽。

正是依靠良好口碑,至善瑜伽成为行业内一个响亮的品牌。目前,至善瑜伽在长春市已有5家直营店,省内有百家连锁店,品牌战略辐射黑龙江及辽宁。然而,睿智的张光明并未在东北以外的地区盲目扩张,“至善瑜伽已经做成了品牌,我们必须考虑到连锁店的资质和我们能照顾到的范围。”他已为自己制定了5年计划,那就是要实现市内直营店的品牌升级,并将长春直营店的数量再翻一番。

(毕馨月)



香格里拉自成立之后便一直快速发展。到目前为止,其在全球不同市场共有72家酒店,其中只有18家是与第三方签订协议后由香格里拉代为管理。这些酒店遍布亚太地区、欧洲、北美和中东,总客房数量超过30000间。这样一个庞大的酒店集团,一举一动自然有着非同寻常的影响力。

企业的社会责任不仅在于做正确的事,还在于做最有利于利益相关者的事。在香格里拉,CSR是多层面、多维度的企业行为,这不仅仅是一两

件善事,而是一种全方位可持续的自律和善举。具体而言,包括环境、员工、健康和安全、供应链和利益相关者等。

从大处着眼,香格里拉致力于改善赖以生存的自然环境,从珊瑚礁到雨林、从海龟到红猩猩等都属于香格里拉倡导社会一起关注的保护对象。从自身着眼,香格里拉和国际专业机构合作,从内部的建筑到日常的工作习惯,建筑的节能减排、选用无污染可降解的酒店日用品、促进酒店自身的生态循环,营造良好的内部生态环

境系统。

比如尝试推广绿色会议项目,就是减少会议中能源的浪费和二氧化碳的排放。再比如与EarthCheck一起制定富有挑战性的二氧化碳减排目标。

格外注重人文关怀

由于香格里拉每家酒店的企业社会责任实践都与所在地区情况密切结合,因此各种人文关怀项目也显得各具特色。

2010年,香格里拉增加了三家新酒店,其中一家为位于欧洲的旗舰店——巴黎香格里拉大酒店。另外,还有两家商务酒店也已启动。在招工中,人力资源部门所做的日常工作中,尽可能解决残疾人的就业机会是一个重要的目标。目前在整个集团,残疾员工的就业比例达到1.46%。为了帮助员工更加注意职业健康安全,加强自我保护意识,每家酒店增加了多种健康讲座。

此外,香格里拉旗下的每家酒店都有各自的人文关怀项目,用切实有效的方式为当地社区提供帮助。这项工作内容包括多样、目标明确,包括为需要做心脏手术的儿童筹集资金,帮助改善当地学校的教育水平和基础设施等。

同时,也为年轻人提供酒店工作技能方面的培训,经过5-10年的培养,参加培训的人将在自立自强和富有责任心等方面有额外的收获。

比如,马来西亚哥打京纳巴鲁香格里拉丹绒亚路度假酒店就一直坚持与当地的Seri Mengasih特殊教育学校合作,为那里的100多名存在智力和身体缺陷的儿童提供帮助。

类似的善举也发生在中国吉林省伊通县,每年有20%的中学生因经济困难而辍学。长春香格里拉大酒店承诺,力争通过提供强大的基础教育设施在2015年将此数据降低到10%。该酒店于2008年筹集资金,2009年援建新学校,截至2010年已有140多名学生在该校入学。

这与香格里拉集团的核心价值观“真诚质朴、彬彬有礼、乐于助人、温良谦恭、尊重备至、无私奉献”不谋而合。为了带动社会各界积极参与企业社会责任,香格里拉集团强烈要求合作伙伴和供应商也遵循企业社会责任。通过共同的价值观,维持一条负责任的供应链,在保持自身独特的竞争优势前提下,使员工、客人和业务伙伴感到自豪与自信。

“改善、充实、关怀”。CSR的利益相关者都从中受益,香格里拉的CSR生态链,正逐渐成型。

马纯济:先进企业文化助推中国重汽跨越式发展

从改革重组前的2000年年产销3800辆、年销售收入40亿元,到如今的年产销195万辆、年销售收入800亿元,十年来,我国重型汽车工业的“摇篮”——中国重汽发生了翻天覆地的变化。

中国重汽集团党委书记、董事长马纯济近日接受记者采访时表示,在实现跨越式发展的过程中,中国重汽一直秉承“用人品打造精品,用精品奉献社会”的理念,坚持不断战胜自我,实现自主创新,用先进企业文化推动企业发展。“十二五”期间,中国重汽将大力实施“二次创业”工程,实现年销售收入达到2000亿元左右。

马纯济说,对于一个国有企业而言,“用人品打造精品,用精品奉献社会”是一种社会责任,也是亲情文化的一种体现。企业在赢利的过程中,要靠质量、靠信誉、靠对社会的奉献精神,不断提高员工的综合素质。在商品经济社会,企业更是依赖于竞争来分得一杯羹。这种竞争不是单纯地去打倒对手,跟着别人去走老路,而是拥有自主品牌和一套行之有效的管理模式,通过不断地战胜自己、自主创新,用高水平走在对手的前面,只有这样才能创造我们中华民族国有企业独特的企业文化魅力。

今年,中国重汽把质量放在首位,每个月、每个季度都公布各个单位完成任务情况,无论市场的好与坏,始终坚持战胜自我,不断挖掘潜在能量,相应建立竞争机制,与效益挂钩,让人才真正发挥作用,实现“待遇留人,事业引人”的用人机制,给职工一个发挥聪明才智和创新的平台。

马纯济介绍,中国重汽在职工中打造人才“十百千”工程,目标是要有几十个在国家汽车行业的带头人,要有几百个在某一个汽车领域的专家,要有几千个技师和高级技师,求真务实,重聚人气,进一步巩固和加强人才优势和技术领先优势,实现企业发展与个人成才的和谐共赢。这种企业文化发展模式,才是中国重汽不断生产精品、对社会责任的动力所在。

创新是中国重汽的灵魂所在。马纯济介绍,通过这几年的研发,创造自主品牌的产品来引导市场,市场对中国重汽产品的认可度逐步提高,尤其是出口方面,也创造了自己的一片国际市场天地。自2005年以来,中国重汽一直雄踞中国重卡出口第一。2011年1-10月份中国重汽实现出口1.66万辆,同比增长81.8%;实现创汇4.6亿美元,同比增长156%。中国重汽不断寻找先进的目标,根据每

一个发展阶段不断查找自身存在的瓶颈,加深认识,及时用实事求是的科学发展观去解决问题,从管理程序到人才培养、企业文化建设方面,实现管理流程科学化、骨干带头作用突出、文化理念先进、全员参与的企业发展模式。

在快速发展的同时,中国重汽始终没有忘记自己所担负的社会责任,创造产品价值对社会价值带来的价值。当国家和民族需要的时候,中国重汽总能挺身而出。在汶川、玉树地震,舟曲泥石流等重大自然灾害发生后,中国重汽及时伸出来援助之手,纷纷献出爱心捐车、捐款,体现了一个国有企业的社会责任感。

马纯济说,经过十年发展,中国重汽的规模已经进入世界重卡的前列,企业创造了历史的辉煌,但是在市场面前如何实现新的发展,尤其是按照科学发展观,以及党中央提出的转方式调结构要求,实现企业质的发展?在这种形势下,中国重汽在保存自身优势的前提下还需要全新的提高,充分认识在水平化、质量化、员工整体素质、现代化管理等方面与国际先进水平存在着差距,所以,中国重汽与时俱进地提出“二次创业”。

“二次创业”的实质就是解决企业发展的水平问题,解决产品的结构、质量、需求,解决员工素质的整体提升,真正与世界先进水平接轨。马纯济说,“十二五”期间,中国重汽集团将大力实施“二次创业”工程,全力打造具有百万辆级商用车生产能力的企业集团,实现年销售收入达到2000亿元左右。在重卡打造世界先进水平的同时,不断发展中、轻、客、特、工程机械等其他品系产品,优化产品结构,使得管理水平、技术创新能力、人才队伍建设,以及国内和国际两个市场的开发能力得到提升。

马纯济表示,中国重汽坚持国际化发展思路,将国际化战略列为企业第一战略,不断走向世界,全力打造自主品牌。主动围绕市场需求,建立以过硬的质量为基础,以具有自主知识产权的核心技术为支撑的品牌,在提高诚信度上狠下功夫,确保国际市场走得稳,走得远。把产品的质量水平、效益水平、产品结构的科学布局放在突出位置,实现“真调真转”,确保“十二五”规划目标得以实现,在世界重卡行业中占有重要一席之地。

(王志 谢英杰)

写在茅台国营60周年之际(之四)

执著与果敢:茅台精神铸就国酒奇迹

□ 罗仕湘 高嵩 杨诺

熟悉茅台60余年发展历程的观察者评论说,茅台人身上有股与众不同的“气”——在这里随便找一个员工,哪怕是制曲车间劳动强度最大的一线踩曲工人,你也能从其脸上看到自信的光泽。这种自信,源自1915年茅台酒第一次走向世界即一鸣惊人的不凡经历,也源自1951年国营以后在长达60年历程中所经历的天翻地覆的深刻变化。

“我们酿的是世界上最好的白酒。”这种自豪感和归属感既发为声,更践于行。

茅台人身上的这股“气”,正是全世界的企业家们都期望塑造的团队氛围。茅台人爱用“茅台精神”来总结他们最为珍视的企业文化——这种源自茅台悠久历史文化而与时俱进的时代融合形成的企业精神,包含了企业成长所必须的进取之心和远大抱负。

20世纪中叶后,世界经济格局发生剧烈变化。亚洲国家的崛起,代表着新型工业化进程对世界的影响和推动。开放、勤勉、对质量一丝不苟、对营销的精细化管理,这是诸多知名亚洲企业成功走向世界的核心武器。

在茅台过去60年的历程中,你亦可看到类似的特质:

由于国酒茅台在中国广受关注的特殊地位,即便在封闭的计划经济时代,这里的工人对产品的工艺和质量要求,也从未改变近乎苛刻的一丝不苟。尽管地处大山的深沟腹地,茅台也从未停止拥抱世界的理想,早在国营后的第二年,首批出口的茅台酒就到达香港,为年轻的共和国换取宝贵的外汇。

再看一段茅台人津津乐道的传奇——

在1960年初,长达4年的时间里,酿酒师李兴发天天泡在酒库里,

一只大手上,吊着十数个小酒杯,装了不同年份、不同轮次的茅台酒,勾兑、品尝,再勾兑、再品尝……如是反复,然后把结果记录在笔记本上。他通常一天要尝取五六十坛酒,最多一天要品尝上百坛。原茅台酒厂党委书记兼厂长邹开良回忆说,有一次,李兴发甚至在品酒的过程中吐血。

为了保持勾酒时的灵敏味觉,身为贵州人的李兴发,一直拒绝吃辣椒、醋等刺激性食物,仅就蔬菜蘸点酱油。

1964年,在保持这种几近走火入魔的状态4年以后,并无太多文化基础的李兴发终于发现了构筑今天茅台酒香味的香型密码:酱香味好,口感幽雅细腻的称为“酱香”;用窖底酒酯酸味,有突出窖泥香味的称为“窖底”;香味不及酱香型但味道醇甜协调的称为“醇甜”。

李兴发的故事,只是千万个茅台

人的典型缩影,也是映射“茅台精神”的生动个例。

如果细心翻阅最新版的贵州茅台集团公司史志,通过那些细小的历史碎片回放茅台过去60年的发展历程,任何一位观察者都会对这家中国企业所发生的惊人变化给予赞叹和喝彩——

直到1956年,遵义到茅台的公路方才修通。这一年,茅台历史上第一次有了两台前苏联产的“嘎斯”汽车。那之前,生产茅台酒的所有原料和产品都靠人背马驮或用木船在赤水河运送。

至今,季克良仍清晰记得,就在1956年,遵茅公路修通前,酿酒工人王绍彬被评为“全国先进生产者”,进京接受表彰,走出当时不通公路的茅台镇坐的居然是牛车和马车。

(下期请看:《执著与果敢:满怀激情迈向新的征程》)

东风德纳车桥十堰部件厂党委:

以质量改善提升党建贡献度

自今年年初开始,东风德纳车桥有限公司十堰部件厂在全厂15个党支部开展“上质量降成本,共产党员当先锋”主题实践活动,有力促进了工厂产品质量提升,提高了党建工作对生产经营的贡献度。截至10月底,全厂党支部共完成车间级改善项目19个、党员完成改善承诺110项,创直接和间接经济效益近千万元。

为确保“上质量降成本,共产党员当先锋”活动落到实处、抓出实效,十堰部件厂将梳理出来的14个主要质量问题分解落实到相关党支部,明确规定党支部书记是第一责任人。同时,要求全厂共产党员要成为质量提升工作的先行者,在工作中率先做到“三不、两保证、两免检”,即:不接受不合格品,不制造不合格品,不流出不合格品;保证工艺执行率达100%,保证下道工序无质量抱怨;成为质量免检岗位、质量免检个人。

在活动中,十堰部件厂各党支部纷纷创新载体,结合实际开展了各具特色的质量改善活动。二车间党支部开展了“315”改善工作——“3”表示车间“党、政、工”三方联合,“1”表示支部每名党员每月至少有1项QCD改善项目,“5”表示整个活动围绕质量五大KPI指标的达成进行展开。六车间党支部一方面成立以党员为主的车间CFT改善小组,承担车间级年度改善项目;另一方面利用车间现场的QCD改善成果展板,将支部和个人在立项改善方面取得的荣誉、月度改善项目对比表进行展示,用现实的改善效果激励员工,使支部党员参与率达100%。

(艾保国)

环境亮了 精神好了 干劲大了 郭二庄矿加强企业文化建设谱新篇

今年以来,冀中能源邯矿集团郭二庄矿以形象再造为突破口,突出强化企业文化建设,把一个64年的老矿并打造的靓丽多姿。如今,该矿的环境亮了起来,职工的精神面貌好了起来,干劲大了起来,促进了企业更好更快发展。

该矿以“三区文化建设”为目标,大力实施了环境改造刷新工程。在矿工业区,清除了乱搭乱建乱栽之物,按照“统一规划,逐步实施”的原则,先后建成了花园、存车棚,划定了停车位置,一改过去乱摆乱放乱停的不和谐局面,实现了整齐划一。在此基础上,他们重点解决了困扰干部职工多年的办公问题,对机电一区、二区、运输一区、制修厂等办公室、会议室以及井口全部进行了改造装修和刷新,更换了区队的办公学习桌椅。在职工宿舍区,以构建“公寓式”管理为目标,大力实施了“美化亮化”工程,对职工宿舍外墙进行了粉刷,整修了部分坑洼路面,目前室内装修正在如火如荼进行。在娱乐区,以职工文化广场、矿中心广场和机关楼前广场为主体,澡堂楼前建成了职工文化娱乐中心,每天晚上,这里灯光闪烁,热闹非凡,成为人们休闲娱乐交流心得的好去处。对矿中心广场路面进行了硬化,经营网点、店头店面统一设计制作广告牌,安装了大型景观灯,中心广场面貌焕然一新。机关楼前广场进一步得到绿化改造,建成了标准篮球场,安装了各类景观灯柱,也成了职工家属属健身娱乐的好去处。

企业文化的强势推进使该矿“以人为本”的管理理念得以充分体现,促进了全矿干部职工精诚团结,干事创业,实现了企业安全稳定快速发展。1-10月份,该矿原煤产量、总进尺、开拓进尺、煤炭销售、职工收入等多项指标再创历史新高水平,谱写了郭矿“十二五”开局发展新篇章。

(程矿生 乔瑞波)