



中国十大文化名酒 中国唯一酒家传统酿酒工艺(周盛金球球)

道光廿五

辽宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.dao Guang.com.cn 销售热线: 0415-3883835

硕果压枝的奥秘

——东风德纳车桥十堰部件厂六车间团队文化建设纪实

东风德纳车桥有限公司十堰部件厂六车间党支部2011年荣获东风商用车公司先进党支部称号,连续5年荣获零部件事业部“模范党支部”荣誉称号,有什么秘诀吗?带着这个疑问,笔者采访了六车间党支部。六车间党支部书记韩建平说:“这些成绩的取得,主要得益于由人本文化、激励文化、改善文化组成的车间文化管理体系。”

人本文化 凝聚员工向心力

2011年,六车间党支部通过深入贯彻落实“以人为本”的管理模式,不断为员工办好事、办实事,一声声问候、一次次家访、一壶壶通过过滤的洁净开水……赢得了全体员工的认可,激发了员工的主观能动性,员工都视自己是“六车间人”,是先进团队的一份子,不因自己的随便言行,损害来之不易的集体荣誉。支部针对员工素质参差不齐、个性化员工多的实际,确立了以人本管理为核心的车间文化建设,通过开展“1234工程”特色活动(即:一帮一,一个党员帮扶一名员工;二关心,关心困难员工,关心个性化员工;三提升,提升员工技能,提升产品品质,提升工作效率;四促进,促进车间KPI的达成,促进车间QCD改善的落实,促进车间员工素质提升,促进和谐团队的构建)凝心聚力,逐步形成了有支部特色的“人本管理文化”,为车间全年目标的达成夯实了基础。

激励文化 提高员工积极性

多年来,党支部坚持从细节入手,注意发现和捕捉员工的闪光点,用适当方式激励员工。在六车间,如果员工为工厂、为车间、为同事做了一件好事,即使事情再小,支部都要在车间员工大会上上进行表扬,体现出组织的关心和重视,促使他们更加努力地关注自身的行为。在月度工作中,车间对质量、安全、生产、装备方面成绩突出员工进行嘉奖。每到年终,在工厂评比的基础上,党支部还要在车间内部组织评优评先活动,让更多的员工加入到先进的行列中,支部为他们设置荣誉榜,颁发荣誉证书。在开展争创“五星班组、十星员工”劳动竞赛活动中,支部认真组织引导员工对照“十星员工”标准自我约束、自我激励。号召员工以“十星员工”的标准严格要求自己,牢记“十星”标准,从言谈举止、行为规范等小事做起,用行动证明一个人就是一面旗帜,每个人都代表着六车间的形象。2011年,六车间有13名员工达到“十星员工”标准,占车间员工总数的21%，“八星”以上员工占车间员工总数的95%，在车间逐步形成了“比、学、赶、帮、超”和争先创优的良好氛围。

改善文化 提升员工作业环境

改善无止境,六车间党支部应用车间现场QCD改善成果展板,将车间年度改善课题完成报告、班组月度改善项目对比表进行展示,用现实的改善效果教育和引导员工积极投身改善,通过成立以党员为主的CFT改善小组,承诺年度改善项目,围绕现场作业环境,减少意外伤害和劳动强度展开全过程改善,《支架五线、六线生产线工艺改进》,《降低A07零件磕碰伤》等改善,用实际成效让员工切身感受到改善的重要性和必要性。2011年,六车间共完成年度重点课题4项,“上质量,降成本,共产党员工当先锋”主题实践活动承诺改善项目9项,各类小改善99项,员工作业环境在改善中得到稳步提升。

向先进企业学习申报省长、市长质量奖工作

华英公司 赴羚锐集团交流学习

近日,由河南华英农业发展股份有限公司常务副总经理张明带队,率领公司相关职能部门负责同志,赴新县羚锐集团交流学习申报省长、市长质量奖工作。华英公司一行受到了羚锐集团的热情接待,羚锐集团副总经理吴希振首先对华英公司一行人的到来表示热烈的欢迎,随后负责申奖工作的相关领导就羚锐集团两年的申奖过程、申报程序、申报材料准备等各个环节进行了细致的介绍;其他部门同志就相关问题进行了补充说明,耐心细致的解答得到了现场人员的阵阵掌声。张明代表华英公司在发

言中说,今天的座谈会,羚锐的各位领导给我们上了一堂生动的培训课,让我们有了一个全新的认识,受益匪浅。细致到位的解答,确实是我们传经送宝,为华英顺利申报省长、市长质量奖指明了前进的方向。羚锐与华英虽然行业不同,但有很多相近之处,是信阳市仅有的两家上市企业,肩上同时担当着带动地方经济发展、解决富余劳动力就业的重任。座谈会结束后,在羚锐集团的安排下,华英公司一行参观了羚锐下属的经皮膏药生产基地与芬太尼生产线。

品牌温州之路

据悉,为合力推进“三生融合·幸福温州”建设,积极促成内外温商互动、转型升级和创新发展,温州举办了“品牌温州全国行”活动,温州将组织两路记者,一路沿长三角线——环渤海线——东北线,一路沿珠三角线——西南线——中部线,在为期10个月的时间里,走遍全国约100个城市,在所到城市宣传“三生融合·幸福温州”决策部署,采访报道当地商人、温州品牌的发展状况,举办品牌运营、商贸合作、温商发展等论坛,组织温商开展学习考察、招商引智、感知温州文化等形式多样的活动。但中国品牌观察员谭儒认为,温州开展“品牌温州全国行”活动重要的目的还有一个,那就是提升温州形象,锻造温州品牌。按照陈金彪市长的话来说,希望此次“品牌温州全国行”能成一次形象展示之旅,助推发展之旅,联谊乡情之旅,让更多的城市(市民)了解温州,关注温州,垂青温州。

企业品牌之路

曾几何时,温州制造大放异彩。温州产品遍及世界各地,温州这个东海岸线上的小城,生产了全国10%的服装、20%的鞋、60%的剃须刀、65%的锁具、70%的眼镜、80%的金属外壳打火机、90%的水彩笔,形成了鞋革、服装、电器、泵阀、汽摩配等为代表的独具特色的块状经济,创造了多个行业制造的“单打冠军”。被称之为中国锁都、中国鞋都、中国皮都、中国塑编之都、中国纽扣之都、中国制笔之都、中国汽摩配之都、中国教玩具之都、中国合成革之都、中国五金洁具之都、中国低压电器之都,可以说,温州制造就是中国制造的一个缩影。与发达的温州制造相左的是温州企业的品牌之路却显得异常艰难,在新近公布的2012最具价值中国品牌50强榜单上,却没有一个温州品牌。

企业品牌之路

今年春天,中国品牌观察员谭儒在温州调研时发现,许许多多曾经红红火火的制造企业,今年的日子却不好过了。人民币升值、原材料价格上涨、用工费用巨增,市场疲软导致近20%温州中小企业中面临倒闭、停产。品牌价值决定了企业的核心竞争力。智慧的人当然知道这个道理。在世纪跨越之时,温州确定了品牌发展之路,一些先知的鞋服企业积极响应,参加“品牌温州全国行”活动的浙江印心鸟鞋业有限公司董事长黄高武便是响应者之一。黄高武和许多有理想的温州创业者一样,创业初期都是在为其他企业贴牌生产或者代工,等企业发展到了一定规模,有了一定实力,便开始创造企业品牌。2008年,黄高武在市场上以“心”文化为灵魂推出了印心鸟品牌,在全国开设专卖店推广自己的品牌理念,并请韩国影星张娜拉作形象代言。尽管印心鸟所走的品牌之路坎坷不平,但黄高武做品牌的意志不变。有了品牌战略和品牌意志,在短短的几年间,印心鸟品牌迅速闪亮在大江南北,为消费者所认知、青睐,先后获得“温州十大女鞋品牌”、“中国驰名商标”等荣誉称号。

品牌温州之路

温州制造向品牌温州横渡

今年春天,中国品牌观察员谭儒在温州调研时发现,许许多多曾经红红火火的制造企业,今年的日子却不好过了。人民币升值、原材料价格上涨、用工费用巨增,市场疲软导致近20%温州中小企业中面临倒闭、停产。品牌价值决定了企业的核心竞争力。智慧的人当然知道这个道理。在世纪跨越之时,温州确定了品牌发展之路,一些先知的鞋服企业积极响应,参加“品牌温州全国行”活动的浙江印心鸟鞋业有限公司董事长黄高武便是响应者之一。黄高武和许多有理想的温州创业者一样,创业初期都是在为其他企业贴牌生产或者代工,等企业发展到了一定规模,有了一定实力,便开始创造企业品牌。2008年,黄高武在市场上以“心”文化为灵魂推出了印心鸟品牌,在全国开设专卖店推广自己的品牌理念,并请韩国影星张娜拉作形象代言。尽管印心鸟所走的品牌之路坎坷不平,但黄高武做品牌的意志不变。有了品牌战略和品牌意志,在短短的几年间,印心鸟品牌迅速闪亮在大江南北,为消费者所认知、青睐,先后获得“温州十大女鞋品牌”、“中国驰名商标”等荣誉称号。

责编:陈燕 编辑:刘文景
版式:张彤 校对:梁英
2012年4月10日 星期二

SHIJIEGONGCHANG

世界工厂

贵肥公司华兴煤矿“推功”推出

精诚团结 互利双赢

近日,笔者到地处贵州省织金县的山东能源肥矿集团贵肥公司华兴煤矿采访时,遇到了感人的一幕。这天上午11时许,华兴煤矿驻地村——桂果镇果底村党支部书记罗义来矿走访,在二楼会议室里,他与矿长明联合互相推起功来。

罗义说,贵肥公司接管华兴煤矿两年多来,自觉承担社会责任,积极帮助农民脱贫致富的事,果底村老百姓永远不会忘记。接着,他掰着指头历数了华兴煤矿的“功德”:逢年过节,华兴矿都

到果底村残疾人、五保户、低保户等家中走访慰问,并免费向他们和村小学提供烤火煤。为树立村“两委”的威信,矿上规定:一是华兴矿使用农民工,优先由果底村“两委”推荐。2010年以来,该村在华兴矿就业的村民已达180多人,人均月收入2500元左右。二是只要村委会出据证明,果底村群众到华兴矿购买民用煤,每吨可比市场价少收二三百元。与此同时,华兴矿还鼓励果底村大力发展煤炭运输事业。目前,全村个体运煤户已发展到20家,让这个5年前

人均收入不足千元的省级少数民族贫困村,2011年迅速跃升到人均收入8000元,并涌现出10多个百万农户。

罗义话没说完,明联合便抢过话茬道:“俗话说‘天时不如地利,地利不如人和’。华兴矿能够扎根贵州,顺利发展,全靠地方政府和当地群众的大力支持。其中,罗书记更是功不可没。”明联合回忆,几年前,华兴矿刚接管时,部分群众对省外企业前来进行煤炭资源开发建设不理解,曾经出现过堵路、断电、引引水管等现象,是罗书记带领村“两

委”成员通过挨家挨户做工作,才打通了人们的思想。后来,几户村民因原矿主遗留问题来矿闹事,又是罗书记根据上级党委、政府的要求多方工作,积极协调,才使问题得以解决……

两个男人粗门大嗓的“争吵”,引来不少职工看热闹。矿办主任解培猛“劝解”道:“不要推功了,‘兄弟同心,其利断金’嘛。地企双方精诚团结,互利双赢,是我们的共同目标,大伙说对不对?”“对——”会场上响起热烈掌声。(石长荣 刘翠)

杰尔顿市长访问康奈称赞“OK! OK!”

春暖花开的三月,澳大利亚西澳州杰尔顿市长伊安·卡朋特先生率领政府代表团一行8人,前往康奈集团参观访问后,伸出大拇指连声称赞:“OK! OK!”

康奈集团是中国皮鞋行业的龙头企业,也是中国高端皮鞋制造的代表企业,先后获得了“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“国家免检产品”、“中国真皮领先鞋王”、“中国出口名牌”等300多项荣誉。目前康奈在国内外设立了14个营销分公司,2800多家专卖店,出口美国、德国、日本、印度等30多个国家和地区,并在美国、法国、英国、意大利、荷兰、越南等10多个国家和地区开设了230多家专卖店。康奈“走出去”在国际市场的成功,吸引了一批又一批的国际友人前往参观访问。

受康奈集团郑秀康董事长委托,康奈集团党委书记、工会主席陈增鑫代表企业接待了杰尔顿市政府代表团一行,并向客人们介绍了康奈集团的生产经营情况。

杰尔顿市政府代表团一行参观了



陈增鑫向澳大利亚客人们介绍康奈集团的发展。

康奈的生产车间、职工俱乐部和产品展示中心。在生产车间,客人们对康奈先进的现场管理与精致的康奈产品感到震撼,在职工俱乐部,他们对职工业余文化生活设施如此齐备感到惊讶,伸出大拇指连声称赞:“OK! OK!”在产

品展示中心,他们对康奈集团生产的皮鞋、皮具爱不释手,每人都选购了几件。市长伊安·卡朋特风趣地说:“你们这里真像个五颜六色的糖果店,什么样的东西我都喜欢。”

(欧阳 本报记者 何沙洲)

中国品牌观察员 谭儒

3月26日上午,由温州市委宣传部、温州日报报业集团、温州市经合办和温州市工商联共同发起“品牌温州全国行”活动在温州举行启动仪式。市委副书记、市长陈金彪,市人大常委会副主任陈笑华,市政协主席包哲东,市委常委、宣传部长胡剑瑾等市四套班子领导出席仪式。奥康、森马、印心鸟等50多家温州知名的鞋服业品牌参加了此活动。中国品牌观察员谭儒由此判断:在后危机时代,由温州制造、温州模式而闻名的温州将坚定地走品牌之路。

品牌温州之路

曾几何时,温州制造大放异彩。温州产品遍及世界各地,温州这个东海岸线上的小城,生产了全国10%的服装、20%的鞋、60%的剃须刀、65%的锁具、70%的眼镜、80%的金属外壳打火机、90%的水彩笔,形成了鞋革、服装、电器、泵阀、汽摩配等为代表的独具特色的块状经济,创造了多个行业制造的“单打冠军”。被称之为中国锁都、中国鞋都、中国皮都、中国塑编之都、中国纽扣之都、中国制笔之都、中国汽摩配之都、中国教玩具之都、中国合成革之都、中国五金洁具之都、中国低压电器之都,可以说,温州制造就是中国制造的一个缩影。与发达的温州制造相左的是温州企业的品牌之路却显得异常艰难,在新近公布的2012最具价值中国品牌50强榜单上,却没有一个温州品牌。



今年春天,中国品牌观察员谭儒在温州调研时发现,许许多多曾经红红火火的制造企业,今年的日子却不好过了。人民币升值、原材料价格上涨、用工费用巨增,市场疲软导致近20%温州中小企业中面临倒闭、停产。品牌价值决定了企业的核心竞争力。智慧的人当然知道这个道理。在世纪跨越之时,温州确定了品牌发展之路,一些先知的鞋服企业积极响应,参加“品牌温州全国行”活动的浙江印心鸟鞋业有限公司董事长黄高武便是响应者之一。黄高武和许多有理想的温州创业者一样,创业初期都是在为其他企业贴牌生产或者代工,等企业发展到了一定规模,有了一定实力,便开始创造企业品牌。2008年,黄高武在市场上以“心”文化为灵魂推出了印心鸟品牌,在全国开设专卖店推广自己的品牌理念,并请韩国影星张娜拉作形象代言。尽管印心鸟所走的品牌之路坎坷不平,但黄高武做品牌的意志不变。有了品牌战略和品牌意志,在短短的几年间,印心鸟品牌迅速闪亮在大江南北,为消费者所认知、青睐,先后获得“温州十大女鞋品牌”、“中国驰名商标”等荣誉称号。

企业品牌之路

在温州,许多中小企业都经历了印心鸟一样的创品牌之路,也形成了具有一定影响力的区域特色品牌,目前,温州已拥有了数十个中国名牌、上百枚中国驰名商标、400多个省著名商标。据中国品牌观察员谭儒了解,近年来,温州经济发展有一个主题词叫“转型升级”。如何转?向何转?“品牌温州全国行”活动能给世人一种启迪。也许,恰如黄高武所说,从“温州制造”向“品牌温州”横渡是温州发展的必然,也是大势所趋。

红豆: 让一线员工当培训师

日前,在红豆大学的一间教室里,一场“衬衫制作工艺”的培训正在进行。面对50多名学员,讲台上位年轻人一边讲解一边与台下学员互动。现场气氛热烈,不时有学员站起身向年轻人提问。

这位年轻人名叫郭军伟,是红豆集团衬衫厂技术科负责人,台下学员也都是红豆集团的员工。这已经不是郭军伟第一次到红豆大学培训学员了,但是,如果在10年前,不要说别人不相信郭军伟能够当培训老师,就是郭军伟自己做梦也不敢想。10年前的郭军伟还是一名普通一线员工,在来红豆之前,郭军伟在好几个私人服装厂干过。

进入红豆,郭军伟立刻感到与私人小厂不一样,这个“不一样”体现在许多方面,其中最突出的是培训。虽然郭军伟懂得一些服装操作技能,但厂里还是让郭军伟参加服装制作的系统培训。在培训过程中,郭军伟对衬衫打版产生浓厚兴趣,任何一款衬衫,版型是决定性的第一步。一个合格的版型师需要经过长期的历练,才能熟练掌握打版技术。

成为一个合格的衬衫版型师是郭军伟的梦想,他将自己的想法告诉了车间领导,得到领导支持,并安排郭军伟进入版型师培训。为了尽快掌握打版技术,郭军伟不仅在培训课堂上用心听讲,还自己购买打版材料在家中练习。刻苦、钻研的郭军伟进步很快,被分配到衬衫厂技术科。从最基层版型制作开始,郭军伟一步一个脚印,技术逐渐娴熟。2005年、2006年连续两年成为红豆服装技能比赛(服装打版)冠军。

命运从来不会亏待辛勤耕耘者,辛苦的付出获得了丰厚回报。2008年11月20日,郭军伟参加了由中国纺织工业协会、中国就业培训技术指导中心和中国财贸轻纺烟草工会全国委员会主办的全国纺织行业职业技能竞赛服装制作(制版)竞赛,在全国30个省市的100名决赛选手中郭军伟以精湛、熟练的制版技术脱颖而出,摘得比赛桂冠。此后,郭军伟又先后荣获“全国纺织行业技术能手”称号、“最佳样板设计奖”、“最佳样板创作奖”、“江苏省五一劳动奖章”和“全国五一劳动奖章”等多项殊荣。

一流的产品离不开一流的技能人才。这些技能人才正是得益于企业一以贯之的培训,在红豆集团有一大批像郭军伟、秦军一样技术精湛的技能人才。红豆集团一直注重技能人才的培养,多年来,企业的培训中心,举办各种针对一线员工的培训,不断提高他们素质;集团通过各工种的技能比赛,掀起学技术的热潮,不断提高职工的实际操作能力。企业还通过评选星级员工,不同星级给予不同补贴,级别高的有机会晋升管理岗位,以及通过举行合理化建议活动,好的予以奖励,来提高他们积极性、主动性和创造性。

为了让职工更有奔头,红豆实行了一项制度,就是让一线员工当企业培训师。这些员工都是各个行业的技术能手,他们来自一线,工作在一线,所以最了解一线。让他们培训一线员工,针对性强,培训效果好,企业减少培训费用,员工增强荣誉感和归属感,一举多得。(红鞋)