文化聚焦 | Wenhua Jujiao

西门子:雇主文化彰显魅力

开放式对话、互相尊重、明晰的目标和果断的领导力,这些多元化的要素是西门子公司雇主文化最重要的组成部分。

在西门子(中国)有限公司资深副总裁、上海分公司总经理孟凡辰看来,西门子被视为最佳雇主之一的重要原因是,在竞争激烈的劳动力市场中,西门子所给予员工的,不仅仅是一个职位,它还蕴含着美好的生活、丰富的工作内涵和长远的职业规划。

好雇主体现在多方面

一家好的雇主,不仅需要提供给雇员更好的待遇、倡导更健康愉快的生活方式,更应为员工创造长远并可实现人生价值的职业发展之路。

个人薪资方面,西门子所希望的是,让每位员工可以深入了解自己薪酬体系制定的过程:包括它的组成、计算方法以及与个人绩效、公司总体绩效之间的联系。公司还不断调整薪酬组合,与主要竞争对手保持同一水平。同时,企业也会密切观察流通市场走势以便及时作出相应调整。

业余生活上,西门子员工可以根据自己的兴趣,加入公司的游泳俱乐部等各种俱乐部,追求健康充实的生活方式。每年,公司还组织员工新年晚会、员工旅游,让员工在休闲中加强团队合作精神,推动高绩效企业文化的发展。

作为一家百年跨国公司,职业发展是人才极其看重的一环。"公司为员工提供了三条职业发展路径:综合管理、项目管理和技术专家。对于每条职业发展道路,公司会提供多种发展方案,如分派新任务、增加工作内涵、岗位轮换或工作调动,以及各种培训和发展项目等。"孟凡辰表示,如果某条道路并不适合员工,你仍可以有其他路径的选择权,从而发展和完善自己的职业生涯。

员工心灵的对话

2005年起,西门子(中国)启动了导师制度,通过高级管理层面对面的亲自指导,帮助顶尖人才发展领导力。部分有潜力的中层可以在公司的高层管理者中选择自己心仪的"对象",但作为学生,你要尽可能地避开自己的直接上司作为自己的导师。

孟凡辰认为,导师制度是一个比较分散的沟通机制。彼此先要互相认识,并定期沟通交流,了解清楚各自的预期,每一到两个月,大家就会一起吃中饭或晚饭,多数是轻松的聊天方式。当然,高级经理如果有一些具体的工作细节问题,也会听取我的想法和判断。不过有一点很关键,一个人的成长,还需要自己去定位并思考。

西门子推行"导师制"的初衷是,希望通过这种方法来打破固有的上下级关系,跳出以业务集团为主的纵向条块管理,并通过高级管理层的亲自指导,使顶尖人才得到综合全面并快速的发展。其实,这种模式,可以打破以往的某种直属关系,而不是将人才的管理禁锢在一个团队,甚至一个直接领导人之下。通过跨部门的沟通与交流,加强了员工对企业文化的理念认同感,有利于人才的全面发展。

跨国公司缺乏的是综合能力

外语能力突出、竞争意识强烈,是跨国公司人才的明显优势。然而,这些能力并不足以造就一名真正的跨国公司杰出管理者。

因此,孟凡辰认为,想进一步成长,他还要有多文化的经验,要能适应不同环境的工作。"如果他有海外的生活背景则更好。这个要求绝对不是一个普通的要求。"

在西门子,作为一名员工,首先要学会做事情,解决问题;其次要会管项目;第三是做销售;最后,还要学会做人。　(《智囊传媒》)

梨树矿企业文化 随员工幸福指数升级

住楼房,自驾车……关晓东自打娶妻生子后,感到实现这样的理想挺难。

当年,作为一名中专生,关晓东有幸被分配到原穆棱矿当上了一名技术员。但在他工作不久就赶上企业进入了困难期。十多年来,伴随着企业破产重组,关晓东娶了老婆、生了孩子,日子过得一天比一天难,一间仅20平方米的老公房,守护着他一家人寒来暑往,一年又一年……

如今,关晓东已是鸡西梨树矿开拓区主任工程师,而且近一两年,梨树矿的发展也是年年迈大步。企业越来越景气,员工的幸福指数不断攀升,这幸福的感觉使关晓东如"春江水暖"。

工资高了,收入多了,喝啥、玩啥,当然都是自己说了算,这是一;前年关晓东还开上自家的夏利车,这是二;去年,关晓东又一步跃过36平方米老公房的梦想,直接搬进了70多平方米的新楼房。平房改楼房,幸福自不必说,这是三……

在梨树矿,与关晓东感到同样幸福的员工还有很多。一区915队工人刘敏胜,在近一两年同样买上了自家车、住上了新楼房。据了解,现在梨树矿开上自家车的员工有70多人。

在梨树矿,企业文化的最大特色是惠民,即让员工幸福。矿政工部部长张义明说:"这个,应该说每一名员工心里都有一笔账。"他说,2007年企业刚投产时,一年产量30万吨,人均收入才七八百元,而今产量超过了百万吨,人均收入突破了3100元大关。实现了3年人均收入翻了近4倍的目标。

企业文化随员工幸福指数升级。在梨树矿工业广场,崭新的矿办公楼拔地而起,这是集办公、员工宿舍、食堂为一体的综合办公楼,它的建成使办公环境及员工的吃与住又上了一个新台阶。在办公楼的下方,占地1600多平方米的停车棚内,整齐地停放着上百辆的自行车和摩托车。这同样是去年刚刚完成的一项惠民工程。过去,梨树矿员工洗澡用的是直接抽上来的井下水,浴后身子发痒不舒服,现在通过安装上净化水设备,发痒的感觉再也找不到了。而且工作服人均两套,班中餐品种不时花样翻新。有了幸福感的梨树人自然不会忘记文化品位的提升。

走进梨树矿,你会发现,企徽、企旗、企歌,随处可见,随处可听。不信你问一下,全矿的员工都知道企徽的基本内涵是什么,所有干部的手机铃声一律下载企歌,唱企歌做到了人人会,文化理念普遍掌握,而且推进机制已经形成,用矿领导的话说,建设了班前"五个一"教育阵地,规范了班前"四个一"礼仪教育,养成了班前"四级"安全工作讲评习惯。现在的梨树矿,员工班前喝酒的没有了,车辆存放按位有序,考勤挂牌挂队,班前学习扎实开展,列队打旗行走成为习惯,领导检查互致问候成为时尚,遵章守纪成为荣光,为企效力成为了价值体现。

(王大伟)

独特企业文化　构建和谐羚锐

——河南羚锐制药股份有限公司企业文化建设纪实

设独特、先进的企业文化,是构建社会主义和谐企业的重要组成部分。近年来,国内知名医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司坚持科学发展观,积极探索,不断开拓创新,在推进企业生产经营工作的同时,站在确保公司持续、健康、稳定发展的高度,发挥企业文化建设的励志、聚心、塑魂作用,通过文化建设,丰富了广大员工的文化生活:通过文化建设,打造了一支高素质的员工队伍;通过文化建设,增强企业凝聚力,营造了一个一心一意谋发展的良好氛围。

灿烂的企业文化之花,结出丰硕的文明之果:羚锐制药成立近20年来,先后荣获了"全国中药工业五十强企业"、"全国中药系统先进集体"、"全国医药优秀企业"、"全国先进基层但组织"等数十项国家级殊荣,其中还于1999年和2005年两次荣获"全国精神文明建设工作先进单位"。

丰富文化生活 增强企业凝聚力

企业文化的核心,是激发员工的工作积极性和创造力,把每一位员工都引导到同一个发展方向或工作目标上来,使员工在公司的发展壮大中实现自我价值。

坚持文化活动励志,用丰富的文化活动和先进的文化理念激励员工。打造能够激励员工奋进的企业理念、企业精神,设计完成统一、醒目、规范的企业标识。针对公司发展空间和经营领域的不断拓宽,积极教育员工树立顺应时代进步、适应社会发展、促进公司发展、壮大的新思想、新理念。开展了学习《细节决定成败》、《把信送给加西亚》、《这是我们的船》、《你在为谁工作》、《这是我的错》等读书学习活动,培养和激发员工的主人翁精神,增强员工的责任感、使命感和危机感,使"诚信立业,造福人类"、"团结、进取、创新、奉献"等企业文化理念和企业精神深入员工心中,融汇在员工的思想行为上,引导员工把心思用到工作中,激励员工把能力体现在工作上。

坚持文化活动聚心,营造员工与公司"共命运同欢乐"的氛围。近年来,羚锐制药相继组建了职工文体协会、羚锐青年歌唱团,下设篮球协会、乒乓球协会、象棋协会、钓鱼协会和登山协会等多个群众性组织,相继组织开展了职工运动会、员工歌咏比赛、登山比赛、"挑战自我,熔炼团队"拓展培训、"羚锐为我搭舞台、我为羚锐作奉献"演讲比赛、各类征文比赛、春节联欢会、摄影比赛等文化活动,公司文化建设硕果累累,各种不同形式的文化活动全面反映了公司各方面取得的辉煌成就,展示了羚锐制药员工开拓创新、奋发向上的精神面貌,丰富了员工的业余生活,凝聚了人心,鼓舞了士气。

坚持文化活动塑魂,有效引导员工树立"争创一流,打造羚锐良好形象"的价值观和荣誉感,顺应时代发展潮流,积极投身公司经营管理。通过开展争创"文明单位"、"文明车间"、"文明示范岗"、"文明员工",争当"员工创新之星"、"优秀员工"、"二次创业功臣"、"三八红旗手"等活动,瞄准一流目标,叫响一流口号,创造一流业绩,树立一流形象,使文化建设活动在每个员工心中打下深深的烙印。公司广大员工开拓进取、无私奉献的精神,得到了上级领导和社会各界的肯定,树立了羚锐制药的良好形象。公司董事长熊维政被授予全国劳动模范、享受国务院授予的政府津贴专家和全国质量工作先进个人;近年来,公司有多人分别被授予信阳市和河南省"五一"劳动奖章、"巾帼建功标兵"、"优秀共产党员"等荣誉称号。

文化下基层 温暖送一线

开展和谐企业建设的有效途径,是满足员工群众文化需求的有力手段,也是羚锐制药历年来企业文化建设的重要内容。

2005年,羚锐制药从公司各基层单位挑选有文艺特长、爱好文艺的宣传骨干为班底成立了一支近50人的青年歌唱团。歌唱团结合工作实际,深入生产车间和销售一线,尤其是每遇大型活动和重大节庆活动,都要为员工演出了许多贴近员工生活、与日常工作生活息息相关的群众喜闻乐见的文艺节目,给基层一线员工送去了温暖,鼓舞了士气。

通过文化下基层活动,公司上下左右、公司内外形成了一盘棋,保持了一个形象,发出了一个声音,拧成了一股绳,营造了一个良好氛围。

构建和谐企业 凝聚企业精神

推行民主管理,实行政务公开。公司进一步建立、健全各项厂务公开制度,利用公司局域网"羚锐论坛"和企业报《羚锐人》等载体,凡是涉及员工直接利益的、能够公开的文件等均及时予以公布,确保了员工的知情权、参与权和监督权。同时增加了"网上论坛"等信息交流平台,疏通了上下言路。成立了公司信息网络管理中心,在公司网站设立BBS论坛、手机短信平台、公布公司领导电子邮箱,设立"董事长信箱"、"总经理信箱"、"监事会信箱"、《羚锐人》信箱,为员工反映问题、发表意见、提合理化建议、参与民主管理提供了方便快捷的渠道。

公司领导还经常深入基层,体察民情,了解民意,关心员工疾苦,为员工排忧解难,办实事办好事。如:创新党建工作,把党建工作延伸到工作岗位上,开展"党员示范岗"创建活动,充分发挥了党组织在经济建设中的政治核心作用;为员工解决了免费午餐;公司在购买大巴车的同时,根据员工上下班的实际情况,与新县地方公交公司联系,开通运营了覆盖公司所辖全部路段的公交车线路,有效解决了基层单位远途员工异地上班的问题。

强化员工福利待遇的改善。为员工办理了养老、医疗、失业等保险,建立了住房公积金。公司建立了荣誉室、图书室、运动健身房,完善了员工俱乐部、活动室等设施,还为员工设置了淋浴间,改善了一线的工作、生活环境。每逢员工过生日,公司都要为员工送去蛋糕或者鲜花,献上一份祝福、一份关爱。"一方有难、八方支援",公司不仅积极参加抗震救灾、捐资助学等社会捐助活动,还建立了"员工互助基金",在帮扶公司内部困难员工的同时,组建了河南省首家由企业发起成立的"羚锐老区扶贫帮困基金会",积极参与社会公益活动。

加强员工培训,开展劳动竞赛。公司每年都要举办各类培训班、轮训班,培训员工已达数千人次,占员工总数的。建立了党员干部评议制度,选派近百名管理人员、优秀员工到德国、意大利、韩国、日本等国外大型企业参观、考察、交流学习,丰富企业管理人员或企业经理人、企业骨干人员工作经验和阅历,提高其工作能力。广泛开展了劳动竞赛、技术革新、岗位练兵、技能比武等活动,鼓励员工立足岗位,刻苦钻研,成为"一专多能"的现代化复合型人才,不断适应企业发展的需要。

(汤兴)

深耕茶文化 福建实体书店转型 推读书品茗多元化经营

新华茗茶举行图书义卖活动。

面对着网络电商的步步紧逼,实体书店纷纷谋求战略转型,实现多元化发展。由福建新华发行集团与源利集团共同投资创办的茶文化产业公司——福建新华茗茶文化发展有限公司23日在福州挂牌,就是一个例证。

22日,在福州举办的一场"世界读书日"活动上,新华茗茶文化发展有限公司副总经理暨鸿华称,到今年五、六月份,福州市居民便可在福州市内的新华书店享受边读书边品茗的惬意。

此间观察人士指出,近年来,在当当网、京东网等一批电商大折扣的围剿下,实体书店寸步难行,一大批民营书店纷纷转型甚至转行。而国有控股的福建新华发行集团亦未能"独善其身",此番创办福建新华茗茶文化发展有限公司,战略转型意图明显。

暨鸿华表示,福建新华茗茶文化发展有限公司的成立是福建新华发行集团响应中央推动文化产业发展的一大举措。福建新华茗茶将借助于各地新华书店良好的平台作用,致力于发展茶业种植、生产加工、销售,并衍生出茶书籍制作发行等业务,深耕茶文化产业。

暨鸿华认为,福建茶叶大省优势以及各地新华书店强大的分销渠道,将是新华茗茶取得成功的两大优势。他介绍,新华茗茶将借助于分布在全国各地的新华书店,将福建茶叶推销出去,"届时,有新华书店的地方便有新华茗茶"。

"新华茗茶将建成一袭茶文化标杆。"暨鸿华表示,按照部署,新华茗茶将于三年后谋求上市。

此外,当天举行的"世界读书日"募捐活动上,由福建新华发行集团举办的图书义卖活动筹资近5万元,将为农民工小学援建"新华图书室"。　(龙敏　吴茜)

玉柴宣传文化人员赴中国一拖进行宣传文化工作交流

日前,玉柴集团公司宣传部宣传文化副总编辑唐宁带领集团优秀新闻采编人员、优秀通讯员到中国一拖集团有限公司进行宣传文化工作交流,与中国一拖东方红(洛阳)文化传播中心主任田鹏等进行了座谈,双方就如何打造宣传文化竞争力、更好地服务于企业发展等进行了交流。

座谈会上,唐宁表示,玉柴集团非常注重企业的宣传文化工作,已将企业文化建设提升到了非常重要的战略地位。玉柴对内的宣传平台包括《玉柴建设者》、玉柴电视台和新闻中心,对外的宣传平台有玉柴网站、《玉柴》等,各平台齐发力,为企业的战略规划和持续健康发展做好服务。玉柴希望借此机会学习中国一拖优秀的宣传工作经验。

田鹏对唐宁一行的到来表示热烈欢迎。他说,中国一拖的文化宣传部门是一个经营部门,宣传与市场的距离更近,致力打造企业文化核心竞争力。公司与《洛阳日报》合作,创立了《洛阳商报》,周二周五出版,内外发行。电视台的主要业务是广告和制作,在满足内部需求的基础上,还会根据关键用户的需求,承接路牌广告等业务。同时,中国一拖注重"宣传为王、渠道为王",出版了《东方红,我的新农村》,跟随拖拉机一起发放,并以此杂志为平台,成立了读者俱乐部,直接反馈用户的声音,为面向农村市场的企业搭建了一个高效的信息平台。

在互动过程中,《玉柴建设者》报责任编辑宋永赓、玉柴电视台责任编辑邹卉与中国一拖《拖拉机报》总编辑郭景涛等就"通讯员激励"等话题进行了交流。

交流活动期间,玉柴集团公司宣传人员参观了中国一拖的生产流水线和东方红农耕博物馆,了解中国一拖的主要产品及其发展历程。　(李莹)