

中国十大文化名酒 中国唯一黄洋传统酿酒工艺(原基金品牌)

**道光廿五**

江西道光廿五·团康成酿酒有限公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.daoguang.com.cn 销售热线: 0416-3883835

# 《诚信载道》连载十一

□ 魏建国 著

(接上期)  
 享誉世界的管理学大师彼得·德鲁克说：“管理以文化为基础。”

文化自觉是一种具有高度人文关怀和社会责任感的文化理念。文化作为一种精神状态，是人们第二本能的自然流露，而文化氛围的形成是一个长期熏陶和涵养的过程，是渗透于企业组织各方面、各层次的价值观念、思维方式和行为习惯。

诚信是企业文化最基础的要素，是现代企业等经济组织的文化建设的核心内容。企业诚信，孕育于企业文化，扎根于企业文化，渗透于企业文化，是企业文化不可或缺的重要组成部分。

企业文化是企业的灵魂，它通过向员工宣传统一的企业价值观而将他们凝聚在一起，这些价值观影响着员工的生活方式、行为方式和价值信念。

企业是树，文化是根，企业文化在企业的经营发展中具有无可替代的核心作用，正所谓“欲求木之长者，必固其根”，是实现企业战略的重要保证。多年来，昆明机场在企业文化建设中将诚信作为战略管理，融入企业管理、思想政治工作和精神文明建设的全过程。

并结合企业的经营发展战略，把魂附在机场改革、发展、建设的中心环节上，实现安全、效益、服务目标，起到品牌、形象、名片的作用。

企业文化建设不是说给别人听、摆给人家看的，其目的是要发展企业、壮大企业。云南机场集团的吉祥物是小蜜蜂，选择蜜蜂作为吉祥物，因为它是一个飞行物，同时它具有奉献、勤劳、团队精神、牺牲精神。主题歌曲《酿蜜之歌》有三层意思，第一层意思是从时间的跨度上来讲，机场的工作是一天从黎明到黄昏，一年是从夏秋到冬春的航班两季，从现实和历史来看是从现在到未来，我们既忙碌着，也快乐着，既守护着放飞着飞机，也放飞着希望，它采撷的是希望，跨越的是时空，追逐的是梦想。第二层意思是蜜蜂的生存环境，七彩的云南，神奇的高原，旅游的天堂，采用比喻的手法，表现我们的员工在平凡的岗位上，建设温馨的空港、美丽的家园。第三层意思是我们从事的是甜蜜的事业，幸福的追求，机场集团为员工成长成才搭建了平台。三个层次体现了我们既有飞翔的渴望，也体现了我们服务于这个时代，通过我们的服务创造一个平安、和谐的社会、和谐的企业，从而实现吉祥、平安的目标。小蜜蜂生长在风景如画的地方，这是我们成长的地方；只要我们能酿出蜜，我们就是在酿造生活，既是为了自己也是为他人、为社会，所以这也是我们成功的地方，这就揭示了云南机场人就应该具有团结、奋进、勤劳、勇敢、奉献精神，像蜜蜂一样的人。我们在酿蜜，是为

我们的社会公众提供一种体现时代精神的优质服务。从这些层面来理解，我们推出的《酿蜜之歌》，这不是唱给外人听的，而是机场员工的心声，需要我们每一位员工从心灵深处去理解，是我们员工认同并唱响的主旋律。

空洞的口号、铺排的文字、华丽的说辞不是企业文化，企业文化建设要立足于企业实际，符合企业定位。企业文化建设对于机场统一内部“系统做事原则”，同时激活组织与队伍，实现系统变革，全面提升企业核心竞争力，迅速形成整体竞争优势具有现实而深远的意义。企业文化关键在“建设”。建设得好，才能真正发挥它的巨大作用，建设得不好，只能是“花架子”、“富摆设”。在推进企业文化建设过程中，昆明机场把企业文化建设当做机场的“精、气、神”工程，以“诚信机场”创建为突破口和出发点，明确职能、职责，制定了切实可行的建设方案，把企业精神、经营理念变成具体的、可操作的行为规范，用符合文化理念的管理机制引导、规范企业和员工行为，使企业文化和思想政治工作、精神文明建设、云岭先锋工程等工作的结合，体现出区别于其他企业的“个性”。经由积淀、塑造、传播和评估这四个环节，昆明机场逐步推进自身的企业文化建设，形成了完整、独特、强有力的企业价值理念体系，营造了具有鲜明个性特征、与市场经济体制相适应的昆明机场文化和管理创新机制，实现了以文化资本的增值驱动物质资本的增值，使企业发展获得了长久的内在驱动力。

“诚信”作为昆明机场企业文化的核心和精髓，机场党委把诚信经营的理念，由表面的感性、知性，变成深层次的理性思维，融入员工的潜意识中，从细微之处入手，进行诚信管理，把诚信贯穿机场安全、服务、效益、发展的各个环节，对每一个组织系统、每一项活动、每一个流程进行诚信管理，以诚信来指导机场的管理和发展，在管理和发展中体现诚信的文化内涵。通过打造企业诚信文化来吸引航空公司、旅客和货主。通过正确地理解诚信理念的核心，尤其是诚信的义利观；构筑诚信制度体系，促进诚信文化建设；弘扬诚信文化，遏制反诚信文化的泛化和盛行；建立开放的环境，培育员工诚信行为，重视操守形成，提升精神境界，以创建学习型组织为载体，培养员工主动学习精神和诚信服务精神，建立起持久的诚信工作信念。昆明机场通过“创建诚信机场、创新服务品牌”，高扬起诚信文化的大旗，采取有力措施推进诚信机场的道德建设，不断积淀和深化机场的文化内涵。

(待续)

我们的社会公众提供一种体现时代精神的优质服务。从这些层面来理解，我们推出的《酿蜜之歌》，这不是唱给外人听的，而是机场员工的心声，需要我们每一位员工从心灵深处去理解，是我们员工认同并唱响的主旋律。

空洞的口号、铺排的文字、华丽的说辞不是企业文化，企业文化建设要立足于企业实际，符合企业定位。企业文化建设对于机场统一内部“系统做事原则”，同时激活组织与队伍，实现系统变革，全面提升企业核心竞争力，迅速形成整体竞争优势具有现实而深远的意义。企业文化关键在“建设”。建设得好，才能真正发挥它的巨大作用，建设得不好，只能是“花架子”、“富摆设”。在推进企业文化建设过程中，昆明机场把企业文化建设当做机场的“精、气、神”工程，以“诚信机场”创建为突破口和出发点，明确职能、职责，制定了切实可行的建设方案，把企业精神、经营理念变成具体的、可操作的行为规范，用符合文化理念的管理机制引导、规范企业和员工行为，使企业文化和思想政治工作、精神文明建设、云岭先锋工程等工作的结合，体现出区别于其他企业的“个性”。经由积淀、塑造、传播和评估这四个环节，昆明机场逐步推进自身的企业文化建设，形成了完整、独特、强有力的企业价值理念体系，营造了具有鲜明个性特征、与市场经济体制相适应的昆明机场文化和管理创新机制，实现了以文化资本的增值驱动物质资本的增值，使企业发展获得了长久的内在驱动力。

“诚信”作为昆明机场企业文化的核心和精髓，机场党委把诚信经营的理念，由表面的感性、知性，变成深层次的理性思维，融入员工的潜意识中，从细微之处入手，进行诚信管理，把诚信贯穿机场安全、服务、效益、发展的各个环节，对每一个组织系统、每一项活动、每一个流程进行诚信管理，以诚信来指导机场的管理和发展，在管理和发展中体现诚信的文化内涵。通过打造企业诚信文化来吸引航空公司、旅客和货主。通过正确地理解诚信理念的核心，尤其是诚信的义利观；构筑诚信制度体系，促进诚信文化建设；弘扬诚信文化，遏制反诚信文化的泛化和盛行；建立开放的环境，培育员工诚信行为，重视操守形成，提升精神境界，以创建学习型组织为载体，培养员工主动学习精神和诚信服务精神，建立起持久的诚信工作信念。昆明机场通过“创建诚信机场、创新服务品牌”，高扬起诚信文化的大旗，采取有力措施推进诚信机场的道德建设，不断积淀和深化机场的文化内涵。

(待续)

我们的社会公众提供一种体现时代精神的优质服务。从这些层面来理解，我们推出的《酿蜜之歌》，这不是唱给外人听的，而是机场员工的心声，需要我们每一位员工从心灵深处去理解，是我们员工认同并唱响的主旋律。

空洞的口号、铺排的文字、华丽的说辞不是企业文化，企业文化建设要立足于企业实际，符合企业定位。企业文化建设对于机场统一内部“系统做事原则”，同时激活组织与队伍，实现系统变革，全面提升企业核心竞争力，迅速形成整体竞争优势具有现实而深远的意义。企业文化关键在“建设”。建设得好，才能真正发挥它的巨大作用，建设得不好，只能是“花架子”、“富摆设”。在推进企业文化建设过程中，昆明机场把企业文化建设当做机场的“精、气、神”工程，以“诚信机场”创建为突破口和出发点，明确职能、职责，制定了切实可行的建设方案，把企业精神、经营理念变成具体的、可操作的行为规范，用符合文化理念的管理机制引导、规范企业和员工行为，使企业文化和思想政治工作、精神文明建设、云岭先锋工程等工作的结合，体现出区别于其他企业的“个性”。经由积淀、塑造、传播和评估这四个环节，昆明机场逐步推进自身的企业文化建设，形成了完整、独特、强有力的企业价值理念体系，营造了具有鲜明个性特征、与市场经济体制相适应的昆明机场文化和管理创新机制，实现了以文化资本的增值驱动物质资本的增值，使企业发展获得了长久的内在驱动力。

“诚信”作为昆明机场企业文化的核心和精髓，机场党委把诚信经营的理念，由表面的感性、知性，变成深层次的理性思维，融入员工的潜意识中，从细微之处入手，进行诚信管理，把诚信贯穿机场安全、服务、效益、发展的各个环节，对每一个组织系统、每一项活动、每一个流程进行诚信管理，以诚信来指导机场的管理和发展，在管理和发展中体现诚信的文化内涵。通过打造企业诚信文化来吸引航空公司、旅客和货主。通过正确地理解诚信理念的核心，尤其是诚信的义利观；构筑诚信制度体系，促进诚信文化建设；弘扬诚信文化，遏制反诚信文化的泛化和盛行；建立开放的环境，培育员工诚信行为，重视操守形成，提升精神境界，以创建学习型组织为载体，培养员工主动学习精神和诚信服务精神，建立起持久的诚信工作信念。昆明机场通过“创建诚信机场、创新服务品牌”，高扬起诚信文化的大旗，采取有力措施推进诚信机场的道德建设，不断积淀和深化机场的文化内涵。

(待续)

我们的社会公众提供一种体现时代精神的优质服务。从这些层面来理解，我们推出的《酿蜜之歌》，这不是唱给外人听的，而是机场员工的心声，需要我们每一位员工从心灵深处去理解，是我们员工认同并唱响的主旋律。

空洞的口号、铺排的文字、华丽的说辞不是企业文化，企业文化建设要立足于企业实际，符合企业定位。企业文化建设对于机场统一内部“系统做事原则”，同时激活组织与队伍，实现系统变革，全面提升企业核心竞争力，迅速形成整体竞争优势具有现实而深远的意义。企业文化关键在“建设”。建设得好，才能真正发挥它的巨大作用，建设得不好，只能是“花架子”、“富摆设”。在推进企业文化建设过程中，昆明机场把企业文化建设当做机场的“精、气、神”工程，以“诚信机场”创建为突破口和出发点，明确职能、职责，制定了切实可行的建设方案，把企业精神、经营理念变成具体的、可操作的行为规范，用符合文化理念的管理机制引导、规范企业和员工行为，使企业文化和思想政治工作、精神文明建设、云岭先锋工程等工作的结合，体现出区别于其他企业的“个性”。经由积淀、塑造、传播和评估这四个环节，昆明机场逐步推进自身的企业文化建设，形成了完整、独特、强有力的企业价值理念体系，营造了具有鲜明个性特征、与市场经济体制相适应的昆明机场文化和管理创新机制，实现了以文化资本的增值驱动物质资本的增值，使企业发展获得了长久的内在驱动力。

“诚信”作为昆明机场企业文化的核心和精髓，机场党委把诚信经营的理念，由表面的感性、知性，变成深层次的理性思维，融入员工的潜意识中，从细微之处入手，进行诚信管理，把诚信贯穿机场安全、服务、效益、发展的各个环节，对每一个组织系统、每一项活动、每一个流程进行诚信管理，以诚信来指导机场的管理和发展，在管理和发展中体现诚信的文化内涵。通过打造企业诚信文化来吸引航空公司、旅客和货主。通过正确地理解诚信理念的核心，尤其是诚信的义利观；构筑诚信制度体系，促进诚信文化建设；弘扬诚信文化，遏制反诚信文化的泛化和盛行；建立开放的环境，培育员工诚信行为，重视操守形成，提升精神境界，以创建学习型组织为载体，培养员工主动学习精神和诚信服务精神，建立起持久的诚信工作信念。昆明机场通过“创建诚信机场、创新服务品牌”，高扬起诚信文化的大旗，采取有力措施推进诚信机场的道德建设，不断积淀和深化机场的文化内涵。

(待续)

我们的社会公众提供一种体现时代精神的优质服务。从这些层面来理解，我们推出的《酿蜜之歌》，这不是唱给外人听的，而是机场员工的心声，需要我们每一位员工从心灵深处去理解，是我们员工认同并唱响的主旋律。

空洞的口号、铺排的文字、华丽的说辞不是企业文化，企业文化建设要立足于企业实际，符合企业定位。企业文化建设对于机场统一内部“系统做事原则”，同时激活组织与队伍，实现系统变革，全面提升企业核心竞争力，迅速形成整体竞争优势具有现实而深远的意义。企业文化关键在“建设”。建设得好，才能真正发挥它的巨大作用，建设得不好，只能是“花架子”、“富摆设”。在推进企业文化建设过程中，昆明机场把企业文化建设当做机场的“精、气、神”工程，以“诚信机场”创建为突破口和出发点，明确职能、职责，制定了切实可行的建设方案，把企业精神、经营理念变成具体的、可操作的行为规范，用符合文化理念的管理机制引导、规范企业和员工行为，使企业文化和思想政治工作、精神文明建设、云岭先锋工程等工作的结合，体现出区别于其他企业的“个性”。经由积淀、塑造、传播和评估这四个环节，昆明机场逐步推进自身的企业文化建设，形成了完整、独特、强有力的企业价值理念体系，营造了具有鲜明个性特征、与市场经济体制相适应的昆明机场文化和管理创新机制，实现了以文化资本的增值驱动物质资本的增值，使企业发展获得了长久的内在驱动力。

“诚信”作为昆明机场企业文化的核心和精髓，机场党委把诚信经营的理念，由表面的感性、知性，变成深层次的理性思维，融入员工的潜意识中，从细微之处入手，进行诚信管理，把诚信贯穿机场安全、服务、效益、发展的各个环节，对每一个组织系统、每一项活动、每一个流程进行诚信管理，以诚信来指导机场的管理和发展，在管理和发展中体现诚信的文化内涵。通过打造企业诚信文化来吸引航空公司、旅客和货主。通过正确地理解诚信理念的核心，尤其是诚信的义利观；构筑诚信制度体系，促进诚信文化建设；弘扬诚信文化，遏制反诚信文化的泛化和盛行；建立开放的环境，培育员工诚信行为，重视操守形成，提升精神境界，以创建学习型组织为载体，培养员工主动学习精神和诚信服务精神，建立起持久的诚信工作信念。昆明机场通过“创建诚信机场、创新服务品牌”，高扬起诚信文化的大旗，采取有力措施推进诚信机场的道德建设，不断积淀和深化机场的文化内涵。

(待续)

我们的社会公众提供一种体现时代精神的优质服务。从这些层面来理解，我们推出的《酿蜜之歌》，这不是唱给外人听的，而是机场员工的心声，需要我们每一位员工从心灵深处去理解，是我们员工认同并唱响的主旋律。

责编:刘梅 编辑:林萌  
 版式:张彤 校对:梅健秋  
 2012年7月24日 星期二

# QIYECHUANGXIN

## 企业创新

# 一家军需企业的巨变之路

### ——访新兴际华集团董事长刘明忠

2012年《财富》世界500强企业榜单不久前揭晓，新兴际华集团以2011年销售收入228.32亿美元首次登榜，成为我国首家从军队走出来的世界500强企业。

□ 何宗渝

新兴际华到底是一家什么样的企业？为什么能进入世界500强？未来新兴际华又将如何发展？记者日前采访了新兴际华集团董事长刘明忠。

#### 全面创新“后来居上”

在国资委监管的117家中央企业中，新兴际华是一个“后来者”。2000年10月，解放军总后勤部原生产部的78家军需企业与军队脱钩移交中央管理，重组成立新兴际华集团，但当时企业面临的形势异常严峻：成员企业规模小而散，行业跨度大，产品门类多，企业亏损面达到60%！

怎么办？新兴际华毅然走上了依靠结构调整实现转型升级的道路。产业结构、产品结构、市场结构、人才结构、区域结构……新兴际华在结构调整下足了功夫。

“比如通过淘汰落后产业，发展新兴产业，积极走出去，我们形成了‘军品



履国防责任、民品促企业发展、外贸拓市场空间’的发展格局；通过产品结构调整，形成了研发一代、生产一代、储备一代的产品格局，‘十一五’期间年专利授权数量增幅超过740%。”刘明忠说。

“再比如人才结构调整，截至2011年底，集团总部总共只有58名管理人员，其中86%的员工来自企业系统外，87.5%的中层干部来自集团外部。员工队伍的年轻化、专业化，为企业发展注入了勃勃生机！”刘明忠说。

2000年企业重组成立时，企业处于整体亏损状态。2011年新兴际华营业收入达到1476亿元，同比增长78.39%；实现利润36亿元，同比增长4361%。在今年的世界500强榜单上，新兴际华位列第484位。

刘明忠告诉记者，“以营业收入计算，我们相当于在11年时间里再造了22个新兴际华！正是因为多年来坚持调整结构和创新发展，新兴际华才走出了

一条军需企业转型升级之路。”

#### “小个子”的“大智慧”

曾有专家说，如果把所有中央企业比作一支篮球队，新兴际华个子不高，块头不大，但却是满场飞、投得准的得分手。没有资源优势、不靠特殊政策，在完全开放竞争的冶金、轻工等领域，新兴际华依靠管理创新实现了持续快速增长。

在业内，新兴际华为应对国际金融危机而创造的内部模拟法人机制和产供销快速联动机制，被广泛认为是市场经济条件下搞好国有企业的新路子。

刘明忠说，“只有立足市场的管理才是最有效的管理，随市场而生，因市场而变，才能无往不胜。”

而在外界看来，新兴际华的做法似乎有些“残忍”，因为内部模拟法人机制就是要让企业内部的每一个组织和员工都像独立法人一样去面对市场并承担风险，然后再按劳取酬，这与国有企业的普遍做法大相径庭。但这样一来，企业内部就形成了压力层层传递、指标层层分解、责任层层落实、业绩层层考核、活力层层激发的新机制，员工就会主动算细账，主动想办法降本增效。

“产供销快速联动机制通过把握资源、产品、物流、资本4个市场的区域、时间、品种、价格4个维度的信息共享，实现生产、采购、销售、运输和用户5个环节快速联动和动态调整，从而达到平衡和优化。”刘明忠说。

2011年9月以来，为应对欧债危机向实体经济蔓延带来的影响，新兴际华

又在生产经营和企业党建两方面探索实施了指标体系、责任体系、跟踪体系、评价体系和考核激励体系5个体系闭环管理，有力推动了企业持续发展。

#### 心态归零再起航

今年上半年，面临复杂多变的国内外经济形势，新兴际华营业收入同比增长了22.13%，净利润同比增长了19.5%，经济增加值同比增长了34.93%，保持了良好发展态势。

刘明忠说：“进入世界500强不是最终目的，而是我们工作的新起点；打造具有核心竞争力的国际一流强企，才是我们的追求和努力方向。”

他还告诉记者，按照规划，“十二五”至“十三五”期间，新兴际华将建设10个营业收入超500亿元的区域性企业集群、区域性公司及专业化产业集群，建设10个营业收入超100亿元的专业性公司；创建全球最强的球墨铸铁管、军需品研发生产基地，全球最强的双金属复合管研发生产基地，中国最强的制造用钢的研发生产基地，中国最强的职业装、职业鞋靴研发生产基地和新材料新能源等新兴战略性新兴产业基地等八大基地。到“十二五”末，新兴际华将力争实现营业收入2700亿元，利润总额100亿元，成为具有国际竞争力的一流强企。

刘明忠坦言，与那些优秀的中央企业和国内外强企相比，目前新兴际华在很多方面仍有差距，需要对标学习。“我们还需要实现股东增值、社会增利、员工增收，为利益相关者创造利益和价值。”

# 苏企童装日本开店 商贸“老字号”成功转型

□ 沧轩 陈秀雅

叫停多张国际知名服饰品牌的加工订单，大幅度缩减外贸产量，将生产车间改建为研发中心，引进国内首台三维编织机器，与株式会社日本设计中心深度合作……近年来，苏州恒锦服饰有限公司董事长徐园芳的多个“大动作”，引起业界关注。最近，该公司自创的高端童装“FLAG弗兰哆”即将在日本开出品牌店，多家欧洲代理商争相代理该品牌。通过自主创新，“老牌”传统商贸企业恒锦服饰成功实现转型。

从上世纪80年代起，苏州恒锦服饰有限公司便为LIMITED、GAP(盖普)、GYMBOREE(金伯利)等国际知名服饰品牌进行成衣加工。2008年国际金融危机爆发后，该公司意识到转型升级的重要性，当年停掉GAP等多个品牌的

订单。凭借着与众多世界中高档童装品牌长期合作累积下来的经验，恒锦服饰与苏州工艺美术院服装系开展校企合作，成立领秀针织研发中心，引进专业设计研发团队，推出针对0-5岁学龄前儿童的高端童装自主品牌“FLAG弗兰哆”，意在打造“中国制造”童装的一面旗帜。近期，该公司还花重金从德国引进首台三维编织机器，通过该机器生产加工的服饰可以达到“无缝”效果，俗称“织可穿”，让儿童服饰更加舒适更加安全。

2008年起，苏州恒锦服饰公司便投入200万元作为研发经费，并逐年增加。2011年，研发中心将传统的“草木染”技术运用到儿童服装生产，使儿童服装更加天然和安全。“草木染”即使用天然的植物染料给纺织品上色的方法，有着化工染无法比拟的品质。

传统工艺与科技创新碰撞后形成的

强大合力令人惊喜。“FLAG弗兰哆”童装品牌、“草木染”、“三维编织器”，诸多“新名词”让恒锦服饰名声大噪。2011年底，恒锦服饰引进了“金凤凰”——株式会社日本设计中心。该设计中心与领秀针织研发中心签订深度合作协议，该设计中心代表原研战成为“FLAG弗兰哆”品牌的视觉形象策划总监，日本服装设计大师津村耕佑作为战略产品策划总监。

与恒锦服饰一样，沧浪区的诸多传统商贸企业也正发生着悄然的变化，从以往的劳动密集型企业，正逐步被以自主研发为代表的新型业态替代，通过科技创新使传统商贸企业焕发生机，逐步走向科技创新型企业。记者从沧浪区了解到，于今年5月，该区民营科技型企业完成地方财政一般预算收入97980万元，占全区收入的10.88%，对全区经济的拉动作用逐步显现。

# 詹纯新：中联重科拿到国际“通行证”

□ 于晓灵

2012年7月17日，国际标准化组织起重机械技术委员会(ISO/TC96)秘书处正式落户湖南中联重科股份有限公司，自此，湖南工程机械制造这一优势产业获得了对话国际的“主动权”。这不仅仅是中联重科的荣耀，更是长沙这座名副其实的“工程机械之都”的殊荣。中联重科董事长詹纯新在ISO/TC96秘书处落户中联发布会上发表了重要讲话。

詹纯新表示，在加速推进中联重科国际化的进程中，技术标准的国际化一直是企业走向国际的通行证，作为中国工程机械领军企业，中联重科多年来一直是中国工程机械标准化工作的主力成员，并代表中国参加国际标准化组织的各项活动，积累了丰富的标准化工作经验，中联重科承担ISO/TC96秘书处这一职责，标志着公司在继续与国际接轨方面达到了一个新的高度，更标志着湖南乃至中国工程机械产业的技术水平得到了国际的认可。

“承担ISO/TC96秘书处的工作既是



一种光荣，也是一种责任，这种责任源自产业报国的使命与情怀，源自中国制造的形与责任，源自国际社会的信任与期待。”詹纯新表示，中联重科将秉承诚信、创新、协作、包容的企业基因，进一步加强国际间的合作与交流，加强行业协调与技术研发，加强人才队伍建设，提供完善的物质条件与便利，建设国际标准化工作中的工作一流、服务一流的秘书处。中联重科唯有奋力拼搏，自主创新，发挥龙头企业应有的作用，做好技术创新、做好标准化工作，绝不辜负

各界人士，聚中国力量，做好ISO/TC96国际标准化工作。

在随后的采访中，詹纯新表示，中联重科未来要做的事情主要有两项：首先，需要工作人员尽快熟悉国际标准化的相关政策，其次，中联重科将更加努力地致力于在产品和技术上的创新。标准和技术的保障力度，为国际标准化工作提供完善的物质条件与便利，建设国际标准化工作中的工作一流、服务一流的秘书处。中联重科，对中联重科来说，是一种荣誉，更是一种责任和鞭策，中联重科将不断创新、不断超越，引领着中国的起重机械行业实现新的飞跃。

# 创新，让大船人终圆“大船”梦

□ 王琴 李楠

近5年来，中国船舶工业实现了跨越式发展。2010年，我国造船完工量、新接订单量、手持订单量三大指标，分别占世界市场的43%、54%、41%，均居世界第一，我国成为世界第一造船大国的目标提前5年实现。

据大船集团总经理、党委书记刘征介绍，目前，大船集团已成为中国首家、也是唯一一家工业总产值、销售收入“双超两百亿”的造船企业；是国内资产总额和净资产规模最大的造船企业；是国内出口船舶数量最多、出口创汇最多的造船企业；是中国首获“亚洲最佳船厂奖”的企业；是中国首家跻身世界造船前五强的企业；是目前国内唯一有能力提供船舶产品研发、设计、建造、维修、改装、拆解等全寿命周期服务的船舶企业集团；是国内唯一汇聚军工、民船、海洋工程装备、修船和拆船、重工等五大业务板块的装备制造企业集团。

诸多“唯一”与“之最”，记载了“大船人”锐意创新的步履。大船集团先后成功开发并建造了VLCC、自升式钻井平台、半潜式钻井平台等30余种高附加值的船舶和海洋工程产品，填补了中国造船史上多项空白。同时追求世界最尖端的技术，研发了无污染、低排放的大型天然气运输船、钻井船。

大船集团坚持推行总装造船和数字造船，实施了由“线”到“块”的生产作业体系调整和优化，建立了7条专业化生产线，由专门的机构负责每条生产线涉及的公用资源，实现船舶制造的专业化、标准化和批量化。这个高效的生产体系已被公认为最符合中国国情、最好的造船模式。

如今，大船集团正坚定地向着“创建中国海军水面舰艇最强最大制造基地和国内领先世界一流船舶总装厂”的目标迈进。

