

对于走过31年创业发展历程的兰陵集团来说,值得称道和发人深思的东西或许31年也表述不尽。不过,兰陵人用“幸福兰陵”四个纯朴深邃的大字,就将他们30多年的理念和业绩、以及未来的愿景,真实而生动地呈现在人们的面前。在记者走进“幸福兰陵”的时候,立马想到了那首著名的民歌:“要问幸福从哪里来,全靠劳动来创造”。把“劳动”改为“奋斗”,则意义更加确切而深刻。

“幸福兰陵”掘井第一人

吃水不忘挖井人,幸福自有源头水。2012年,当记者沐浴着江南和煦的春光又一次走进兰陵集团的时候,探究“幸福兰陵”的采访初衷成为更加确定的主题。

凡是关注兰陵创业发展的人,肯定知道一个如雷贯耳的名字——陈人金。这位曾经与华西村吴仁宝一起被农业部表彰过的著名全国优秀乡镇企业家,既是陈春源的父亲,更是“兰陵之父”。1980年代,被改革开放大潮冲开的常州“东大门”——横山桥镇如梦方醒,沉睡多年的芳茂山张开炽热的双臂,深情地拥抱了初生的兰陵。

如果说“幸福兰陵”是一口井,陈人金就是掘井第一人。镜头定格在1980年4月,陈人金毅然辞去担任了10年的乡农科站站长的职务,主动砸碎了当时令许多人梦寐以求的“铁饭碗”,开始了从“铁饭碗”到“泥饭碗”的下海生涯。陈人金说,这也叫“壮士断腕(碗)”。如果从“幸福”的角度来看待兰陵的创业,12位土生土长的农民、东拼西凑的2万多元人民币和6间破旧不堪的猪舍,在这样的条件下诞生的“婴儿”,前面的成长道路有何等的艰险可想而知。但是,陈人金们却以中国农民特有的忠勇和坚韧,义无反顾地开启了脱贫致富的“幸福”之旅。对于当时名为武进化工防腐材料厂的兰陵来说,这个乡镇小厂因为体现了“穷则思变”的真理而闪烁着“幸福”的曙光。

作为中国农村改革开放的一名先锋人物,陈人金身上闪耀着一个独特而深刻的“幸福”亮点,那就是特别重视“教育和文化”。他曾说,只有受过教育而且有文化的人,才有可能成为真正“幸福”的人。因为“知识就是力量”,有了这种力量,就能创造幸福。为此,他在1987年就果断改变经营策略,从原来的“借梯登楼,以外为主”,转变到“造梯登楼,以内为主”,一次性投资150多万元建造起科研大楼,成立了全国首家防腐技术研究所。给陈人金带来“教育和文化”殊荣的是1991年,陈人金作为全国100个市长会议的特邀代表,登上全国城市综合改革经验交流会的大雅之堂。他在发言时殷切建议,希望国家教委对乡镇企业的职工实施规范化的培训,此议受到国家教委的高度重视。不久,“兰陵”被国家教委定为全国大中型企业教育综合改革试点单位,是全国101个试点单位中唯一一家乡镇企业。

基于对“教育和文化”的情有独钟,更基于对“幸福”本质的深刻理解,早在创业阶段,陈人金就十分重视员工教育。1991年投资160万元创办了厂办职业技术中专,成为全国首批职教试点企业之一;他还出资对五一村小学进行首次大规模改造翻新;1997年,在他病重之际,他还个人出资资助五一实验小学20万元和横山桥中学30万元,分别设立教育奖励基金。同时,为了让“幸福”落地生根、开花结果,老英雄一贯重视改善员工生活条件,尽心竭力回报社会。1997年,就在他告别人世不久前,还率先为员工办理了养老保险,向企业原参保的村民小组中60岁以上的老人,每年提供生活补助金。在



兰陵集团董事长、总经理陈春源

打造企业发展 更高更美的境界

——感受“幸福兰陵”的物质与精神

□ 本报记者 李丙驹



世时,他曾多次斥资用于家乡各项基础设施的改善,使昔日的穷乡僻壤走上了现代化新农村建设的康庄大道,开创了“利国家、益地方、支农副、富职工”的“幸福”之路。

兰陵“十一五”： 辟出“幸福”的金光大道

在打造“幸福兰陵”的征程中,透过2011年的“良好开局”和2012年的“龙年态势”,我们发现兰陵“十一五”期间的业绩成就具有特别的意义和作用。

这五年,是兰陵集团综合实力大增强的一年。在地方经济发展的台阶上,兰陵连年位列武进区重点企业,并以年产涂料10万吨的能力,雄踞中国涂料工业20强,成为当之无愧的常州市国家新型涂料产业基地龙头企业、武进区国家新材料产业基地骨干企业。

这五年,是兰陵集团项目建设大投入的五年。从5000吨粉末涂料车间建设竣工投产,到3大万吨级全自动化车间相继完工,彩涂车间投入运行,五年内项目建设投入近8000万元。从钢构公司办公楼全新启用,到集团公司新办公楼开工建设,圆满完成,五年内非车间基建投入近5000万元。

这五年,是兰陵集团产业水平大提升的五年。“十一五”期间,兰陵始终坚持涂料、钢构双轮驱动、两翼齐飞的发展战略,涂料产业瞄准国内外发展大势,大力拓展粉末涂料领域,涂料产品结构不断优化提升,高功能性、环境友好型产品不断抢占市场制高点。其间,钢构公司成功升格施工壹级资质,中重钢产品作为逐鹿市场的利器过关斩将,成效颇丰。同时,科技进步方面成绩斐然:江苏兰陵高分子材料有限公司首批获得江苏省高新技术企业认定,集团公司相继获批省级工程技术中心和省级企业院士工作站,成功获评首批常州市创新型企业、江苏省创新型企业,荣获推选推动中国涂料工业技术进步十大杰出民族企业。

这五年,是兰陵集团品牌营销大拓展的五年。在工业涂料领域,兰陵品牌一直享有“钢铁的盔甲,腐蚀介质的克星”的美誉。多年来,兰陵涂料营销紧跟国家产业发展政策导向,从钢铁、石化、电力等传统市场纵深拓



江苏兰陵化工集团公司新建办公大楼效果图。



展到装备制造、新能源、高铁建设等国家新兴战略性产业和重大投资市场,市场层次和客户结构多次实现“华丽转身”。从国家大剧院到首都机场,从北京奥运会国家会议中心到上海世博会主题馆,从武汉新客站到广州南站,创造了超7000万单体工程历史之最;钢构营销从小打小闹、苦陷困境,到凤凰涅槃、奋发有为,一举中标铜陵体育馆超亿元历史最大单,千万元级工程接踵而至。

这五年,是兰陵员工工作条件、社会保障体系大改善的五年。企业发展,成果应共享。为此,兰陵始终坚持以人为本,不断改善员工工作条件,不断提高员工收入水平,不断完善员工社会保障。三个“不断”,满怀深情,如今兰陵的每位员工都拥有“五金合一”,享受企业年金,办好住房公积金,共同分享到企业大发展的喜人成果,深深感受到兰陵大家庭的融融暖意。

看得见、摸得着的“大增强”、“大投入”、“大提升”、“大拓展”、“大改善”,使健康发展型、资源节约型、环境友好型、生态文明型、和谐幸福型企业蔚然成形。

2008年3月,“兰陵”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。至此,兰陵在中国涂料行业20强之一的排行榜上,又向前跨越了一大步,“幸福兰陵”展现出更加令

人神往的风景。

以人为本：“幸福兰陵”的核心价值

兰陵人深知,真正意义上的“幸福”,包含了物质和精神两个层面。为此,他们坚持“两手抓,两手都要硬”。

陈春源说,建设“幸福兰陵”,必须坚持以人为本。秉承这一理念,他们首先想员工之所想,急员工之所急,帮员工之所需,“得人心、暖人心、稳人心”这篇“三心”文章写得笔酣墨饱。他们在不遗余力地保障员工物质利益的同时,紧扣“三心”主题,密切干群关系,学会换位思考,关心员工身心健康,创造良好的工作条件,让员工切实感受到来自企业的关爱,感到心有所依,情有所属。当切身利益得到充分保障的员工,精神情操的焕发就成为他们最显著的风貌。员工们懂得忠诚感恩,学会从企业角度出发看问题想事情,坦然面对、正确理解企业发展中遇到的各种困难,并千方百计战胜困难勇敢前进。

陈春源进一步表示,建设“幸福兰陵”就要提倡顾大局,讲奉献;讲风格,讲合作;讲尊重,讲关爱。就要增强群体意识,发扬团队精神,激发对企业的认同感和归属感。在兰陵,全体员工自觉爱岗敬业,提高职业素养,增强从业技能,比学赶超蔚然成风。他们在学习中求创新,在追赶中求进步,在帮助中求和谐,在超越中求发展。员工们一致表示,只有始终保持奋发有为、昂扬向上的精神面貌,为企业的不断发展和美好未来拼搏奉献,“幸福兰陵”才是名副其实的。

担当社会责任,是建设“幸福兰陵”的一大“硬指标”,是考量其真伪的试金石。记者非常赞同陈春源对“担当”的解读:我们要感恩国家,回报社会,善待员工,持续提高员工满意度、客户满意度、社会满意度。坚持立足发展环境友好型产品,注重生态文明建设,大力推进节能减排、环境保护、清洁生产,主动践行建设低碳经济、绿色经济、循环经济,实现企业与社会的和谐共赢。

要向幸福从哪里来,全凭人才来创造。这是陈春源对“幸福兰陵”又一个思维亮点。他说,国以才治,业以才兴,企以才旺。为此,兰

陵始终坚持量才用才德为先的不变思想,做到人尽其才,才尽其用,杜绝人才浪费,防止优秀人才流失。在加快人才引进步伐方面,特别重视当前企业和项目急需的领军型人才、高技能人才和市场营销人才。同时,加强引进人才后续管理和培养,完善引进人才继续培养和激励机制,激发人才充分施展才能的动力和信心,感受单位和组织的温暖与和谐。具体做法上,积极倡导实施师徒制人才培养机制,把培养人才纳入领导干部考核指标,为人才施展才能创造机会,搭建不断进步的台阶,使其始终处于一种向上奋进状态。在选才用才上,注重年龄结构、知识结构、专业结构及性格特点,优化配置选人才,不拘一格用人才。值得一提的是,他们站在战略高度上,重视加快培养技能人才,大力打造“蓝领”高地,加强以人力资源部带头的员工技能鉴定和培训工作,形成目标化、制度化、规范化,坚持高标准、高要求,确保实用性、高质量,真正补齐员工的技能“短板”,鼓励员工岗位成才,从而形成学技能、比贡献的良好氛围。

按照陈春源的观点,所有以人为本的核心价值观,最终都体现为企业精神。记者从对兰陵集团多年的采访中熟知,兰陵集团1989年就提出了“团结拼搏,自强不息”的企业精神,这对创业阶段的兰陵起到了思想奠基、行为奋发的作用。随着企业的发展壮大,1996年,他们又提出“创新、求实、团结、奉献”作为企业精神,成为全体员工与时俱进、励精图治最强大的动力。

记者欣慰地看到,走过30余年发展历程的兰陵,以他们蜚声中外的业绩成就,向世人展现出“幸福兰陵”昨天、今天以及明天的风范。对兰陵而言,他们为之奋斗的民族涂料“黄金”时代和“幸福兰陵”,恰如正在东方冉冉升起的一轮朝阳……

放眼壮丽的日出,兰陵人齐声唱诵:面朝大海,春暖花开!

【记者点评】:做企业做到了“幸福”这个层面,无论从什么角度都是一件了不起的事情。“幸福兰陵”,让人们看到了一种境界,感受到一种他们在建设物质与精神文明方面的理念与行动:面包会有的,牛奶会有的,一切都会有的。但这些“会有的”,都必须靠靠奋斗来创造。

谷歌借联盟协议打击阿里云 开源时代必须的“非开源战争”

针对谷歌阻挠宏基与阿里云合作新手机一事,当前争论的焦点已经从发布会爽约转向阿里云OS与Android的关系。双方各执一词,陷入各种细枝末节。但事实上,在开源时代,争论版本关系并不是重点,更加值得警惕的是开源技术之上的非开源联盟,这与每一家互联网公司都相关,这才是它带来的更长远影响。任何企业都将面对开源时代的“非开源战争”。

从双方公司的多轮回应来看,可以得出阿里云与Android都使用了Linux核心,但有不同的虚拟机,阿里云除了自有的Web软件之外还兼容了Android的软件。因此谷歌称之为不兼容的Android版本,而阿里云则认为自己是新的系统。

从技术角度而言,这非常类似于当时Linux与Unix的分野,由于都从开源而来,有很多相同之处,也有不少不同之处,很难用精确的数字标准去核定不同到多大比例才称得上是新的系统。值得关注的是开源的Android系统本身就建立在开源的Linux核心之上,也就是说根源而言,Android是Linux系统的儿子辈,其成长极大地受惠于众多工程师,所有个人与企业均可

使用这些技术与代码。

开源既可以让系统快速成长,同时也因为必须公布新改进而难以一家所有而商业化。作为一家上市的商业公司,谷歌无法将大量资源投入一个只有投入没有产出的开源项目。

因此,OHA联盟应运而生,以反分裂为宗旨(既要开源又要联盟,这是个尴尬的目标)。所有参与OHA联盟的成员必须使用得到谷歌认可的Android版本,这里最重要的是在该版本中会嵌入谷歌提供的核心应用,如日历、地图、Gmail等。虽然该联盟的核心要义与开源精神彻底背离,是一个开源时代的“怪胎”。但唯有如此才能保障谷歌在Android开源生态中的利益。

而阿里云OS在系统层面仅仅是允许运行Android标准的APK文件,自然不会有谷歌核心应用的位置。这才是触怒谷歌的关键所在。

当然,鉴于Android是开源软件,谷歌自然不能拿阿里云兼容了它而愤慨(可以质疑阿里云Os不开源),因此,当宏基表示将与阿里云合作出新手机时,谷歌才会不淡定地在别人“婚礼”之前横刀夺爱——谷歌利用OHA联盟条约,威胁说如果与阿里云合作即取消联盟资格。

接下来,就是如何为这一行为给出一个合理的说法:一口咬定阿里云OS是Android分支但属于异己,所以要“反分裂”。这与《笑傲江湖》中塞外明驼木高峰击伤少年林平之之后,宣称,“此为我门下弟子,清理门户外人别干涉!”如出一辙。外人不知底里,自是谈不上拔刀相助了。

最后让我们回顾下两段名言。一是“硅谷创业教父”Paul Graham说的:“你很难单单依靠软件设计就与大公司展开竞争。这就好比很难攻入城堡与对手面对面徒手搏斗。比如,就算写一个比微软的Word更好的文字处理软件不是难事,但是微软公司有自己的城堡,它的操作系统是垄断的,你根本无法对它构成威胁,它甚至都不会注意到你的存在。”

第二是《鹿鼎记》里红花会总舵主陈近南的话,“所谓的‘反清复明’只不过是口号,跟‘阿弥陀佛’其实是一样的。清朝一直欺压我们汉人,抢走我们的银两跟女人,所以我们要反清。”这就是开源时代的非开源战争。没错,表面上你可以行走自由的江湖,但是江湖还是联盟的天下,联盟还是掌门说了算,替天行道也好,清理门户也罢,只是可惜了那个少年。(沈文)

景点门票逆势降价也是一种智慧

□ 罗瑞明

自2012年9月30日起,贵州省部分游览参观点门票价格将降低。这些景点包括贵阳森林野生动物园、遵义云门屯景区等八个景点,降价幅度从10元到30元不等。其中,遵义云门屯景区降得最多,降了30元。(9月19日中国广播网)

最近一段时间以来,不少景点门票开始上涨,有的正筹备开听证会准备上调,而贵州部分景点却逆势而降,此举都值得肯定和推崇。

在市场化了的今天,景区管理、维修、打造要花费一定的成本,由此收取门票费用可以理解,但是景区自然风光是公共资源,其寺庙等历史景点是老祖先遗留,即使要开支成本也不会太高,再则,景区收费不是一年两年,大都已经持续了多年或者十几年,成本摊销越来越小,利润越来越多,理当降价才是。可是事实却恰恰相反,不少景点门票不仅难降,反而不断地上涨。

表面看起来只要在门票上加大数字,提高门票价格,利润就滚滚而来,殊不知,其潜在的损失也随之而来,一个地方的旅游业发达不发达,经济效益好不好并不单在门票的高低,还在于其他的收入。一个人到了一个地方,不仅要看看,而且要吃、要住、要购物,门票是个窗口,门票低来的人就多,当地消费就大,联动效益就高,综合收入远比门票多。如果把门票提得高高的,等于把门槛抬高,像一把“限制锁”将不少人拒之门外,想获利反而得不偿失。

国内票价高是个普遍现象,多年来一直被公众所诟病。可是一些景区硬是不愿把门槛降低,攀比之风越演越烈。如今在电视上,报纸上,不少景点打出广告,宣传自身的优势。但如果门票价格高,你纵然就是说得天花乱坠,人家就是想看也看不起。

聪明者获利不在价高,而在量大,降价让利可谓是最佳的促销方式,不仅能迎来一片赞誉声,而且还能带来丰厚的回报,不失为一种明智之举。