

文化兴企 | Wenhua Xinqi

早在 2010 年度中国企业社会责任峰会上,福建七匹狼实业股份有限公司就被授予“中国企业社会责任榜杰出企业奖”。周少雄认为,企业社会责任包括内部和外部两个视角,对外要为社会持续创造价值,对内要技术革新节约能源,帮助员工实现最大价值,这也是企业文化的最高体现。

七匹狼周少雄:企业文化决定市场宽度

□ 吕松涛

作为福建七匹狼实业股份有限公司的当家人和中国服装行业的领军人物,周少雄对服装行业有着极为深入的理解。尽管周少雄以自己的方式,打造了一个 11 年来一直保持市场占有率第一、家喻户晓的服装品牌,但周少雄最引以为自豪的不是经济效益,而是七匹狼的企业文化。

广告语传递人生观

周少雄说:品牌的重要性企业都知道,但企业文化是一潭深不见底的水,企业家光会游泳还不行,要学会“潜水”。

来自市场的成功见证着周少雄对服装行业和市场的独到见解,同时,周少雄对企业文化与社会责任的理解也与众不同。“我们的品牌必须能够引导消费者树立正确价值观和承担应有的社会责任。具体而言,七匹狼的品牌策划必须要阐述出理念和价值观。比如我们的广告语‘男人不只一面’,就是希望传递出一个观念:一个优秀的男人既要懂得奋斗,还要懂得家庭和谐;既要懂得做事业,还要懂得体验生活。”

采访中,周少雄对记者强调:“当今服装企业的市场之战,说到底品牌之战和文化博弈。服装企业要想获得长足的发展,必须将文化与品牌建设作为经营发展的战略支撑和牵引。



品牌建设不仅可以赋予企业产品的个性和灵魂,而且可以获得消费者的忠诚。”

文化打造负责任企业

周少雄对七匹狼品牌的自豪感不仅来自于市场占有率的节节上升,也在于七匹狼给消费者留下的印象是一个负责任、敢于承担的企业。在社会遇到重大灾难或者需要贡献时,七匹狼勇于站出来。“当遇到重大灾难或者突发事件时,很多人都希望看到企业站出来,不管你出多少力,这是一种对社会承担责任的表现。做多少没关系,至少第一时间能够站出来采取行动。好的企业应该在这方面起到带头作用,然后用你的影响力去影响更多人参与其中。”近年来,七匹狼积极参与各种公益活动,仅仅在 2010



年,七匹狼就进行了一系列的公益活动,如参与福建省洪灾救助、参与海南省洪灾救助、携手马拉多纳温暖中国行、向团中央中国青年创业就业基金会捐助 2000 万元的公益基金,用于支持和推动扶持青年创业就业工作开展。捐助雪灾灾区、捐助希望工程、与北京大学新闻研究中心合作创立“七匹狼文化发展基金”,为教育和慈善事业慷慨解囊。七匹狼用实际行动,塑造着良好的社会责任企业形象。

在周少雄看来,企业品牌所赋予的社会责任是七匹狼得到消费者认可的重要原因,也是其能够长久发展下去的内在动力,“要做一个受社会尊重的企业,做一个让世人认可的品牌,企业家和企业自身对社会所做的积极贡献参与各种公益活动,仅仅在 2010

品牌传达健康生活理念

另一方面,作为服装品牌,七匹狼也结合了自身行业与企业特质履行企业的社会责任。周少雄认为,七匹狼服装品牌的内核是引领一种更健康、美好的生活方式和生活态度,而通过品牌来引领一种时尚也是企业履行社会责任行为的一种。比如,现在人们更加注重环保、低碳的生活方式,七匹狼的服装会更加采用环保、天然材料制造。如果上面面料厂商在材质检测上有问题,它就不可能成为合作商。

周少雄介绍说:“七匹狼内部有专门的测试部门,从服装设计、材料选择、运营我们都应该做到环保。第二,人们的文化心理正在发生改变,从原来单纯追求奢华,发展到越来越实用,或者越来越简洁,人们更加重

视质感和舒适度。原来可能要加很多装饰,现在大家追求的更多是自然、简单的生活方式。七匹狼就是要通过自己的品牌,传达这种更健康的生活方式,我认为这也是履行社会责任的一个重要方面。”

周少雄告诉记者,七匹狼提倡快乐工作,快乐生活,鼓励员工把工作当成生活的一部分。在七匹狼内部会花很多精力进行企业文化建设,让员工不会把企业文化当成一种虚化的概念,而是通过成熟的、制度化的培训、学习机制,让他们体会到自己的成长与企业发展之间密不可分的关系。“首先,要让员工理解工作的意义,大家正在共同创造一项事业,有共同的愿景和期待。如果没有梦想,每天痛苦地工作,这是在浪费自己的时间和生命。”

第三届中国企业家国学公益论坛圆满落幕

□ 李威威

2012 年 9 月 15 日,华本机构主办的第三届中国企业家国学公益论坛在北京国际温泉酒店盛大召开,本次论坛为中国企业领袖和儒释道三家国学大师提供了一个深入交流、相互学习并进行思想碰撞的平台,使参与者在此共同寻求中国企业持续发展之道,达到修身治企的至善之境。以首创集团董事长刘晓光为代表的近 300 位优秀企业家,和以澳洲少林方丈颜阔法师、著名国学大师梁培恕老先生为代表的 30 位国学大师及多家媒体参与了本次活动。

在谈到中华文化时,梁培恕老先生向在场嘉宾解读了他的父亲,著名国学大师梁漱溟先生的独到见解,他指出,文化和人一样是有个性的,而中国的文化个性尤为突出,有着自己的演进道路。西方文化所走的路是发展物质的路,而中国文化的特点则是非客观和富于感情。同时梁老对于中国传统文化复兴寄予了极大的希望和信心。

华本机构董事长李文明先生对于《论语》的独到理解让在场每一个嘉宾耳目一新,他从身心、家庭、社区、地区、国家和世界六个层面,层层深入,阐述了《论语》和儒家文化在构建和谐方面的重要作用,并号召大家经常诵读经典,必将受益终身。

首创集团董事长刘晓光结合传统文化,诠释了自己对于如何实现企业基业长青的理解,他认为,企业应从传统文化中汲取营养,学会韧性、人性、创新、允许失败、坚持、忠诚、百折不挠,并将其打造成为企业文化核心,只有这样才能实现企业的长远发展。

儒释道三家的大师分别谈了儒、释、道对当代企业家精神的启示。活动结束后,华本机构总裁许文锋精彩的演讲将现场气氛推向了高潮,他指出,有一天中国人找到了自己的文化自信,那才意味着中华民族的真正崛起。本次中国企业家国学公益论坛在与会嘉宾集体起立鼓掌声中圆满落幕。弘扬传统文化、培育和凝聚企业家精神,是本次大会的目的,也是华本 10 年来为之努力奋斗的使命。

60 年风雨砥砺 几代人辛勤耕耘

中建七局成立六十周年庆祝大会召开

□ 本报记者 李代广

9 月 23 日,中国建筑第七工程局有限公司成立六十周年庆祝大会在河南省郑州市举行,中国建筑工程总公司党组书记、董事长、中国建筑股份有限公司董事长易军,国务院国有重点大型企业监事会主席时希平及部分省厅、地市、金融界、建筑业、客户代表 300 余人出席庆祝大会。

中国建筑第七工程局有限公司

(以下简称中建七局)前身是成立于 1952 年的国家建筑工程部东北工程管理局第二建筑公司第五工程处,1960 年 10 月改编为渤海工程局,1966 年 8 月,集体整编为中国人民解放军基本建设工程兵第 21 支队。1983 年 9 月,奉国务院、中央军委命令,基建工程兵第 21 支队集体改编为中国建筑第七工程局,进入中建总公司序列。

中国建筑工程总公司党组书记、董事长易军在致辞中表示,中建

七局自 1983 年加入中建总公司大家族以来,立足中原,面向东南、东北、华东和西部等重要区域,坚韧图强,创新发展,在众多城市铸造了经典工程,更为中国建筑跨入世界 500 强前百强、成长为全球最大建筑承包商做出了不可磨灭的贡献。

易军希望中建七局全体员工秉承“拓展幸福空间”的伟大使命,自觉遵循“品质保障、价值创造”的核心价值观,大力倡树“诚信、创新、超越、共赢”的企业精神,在建设“人文

中建、绿色中建、书香中建”的道路上,做出新的更大贡献!

中建七局董事长贺海飞表示,经过 60 年的发展,中建七局已成为国内一流的融投资建造企业、中原地区最大的建筑地产综合企业,具有房屋建筑、基础设施投资建设、房地产开发与建筑设计“四位一体”全产业链条。2011 年,中建七局营业收入达到 292 亿元,利润突破 10 亿元大关,在河南省 100 强企业中考位排第 11 名。

“四勤四多四善于”

东风德纳车桥十堰部件厂中层干部争达标

近日,十堰部件厂召开党群及后勤系统工作例会,党委书记陈正权勉励党群干部、支部书记和后勤系统干部要做到“四勤四多四善于”,这既是加强干部队伍作风建设的新要求,又是打造一支职业化管理团队的现实需要。

“四勤四多四善于”,即:勤动脑、多思考,善于提出新思路;勤动眼、多观察,善于发现改善点;勤动脑、多调研,善于掌握第一手资料;勤动手、多实践,善于总结经验和教训。作为企业的中层干部加强学习是汲取知识、充实自己的根本途径,勤于思考是领会精

神实质、把握精髓和真谛的关键环节。只有通过学习,才能不断的丰富自己知识结构,激发在工作上不断的创新,不断地提出符合实际的新思路新举措。

不断地改善工作才能使我们的企业不断的向前发展,在市场上才更具有竞争力。作为企业中层干部身处生产工作的第一线,要有一双敏锐的眼睛,要善于观察发现工作中的问题和短板,及时拿出措施加以改善,只有这样公司和工厂的事业才能持续向前推进。毛主席说:“没有调查就没有发言权”。机关科室是容易产生官僚主义的地方,容

易出现偏听偏信的情况,这就需要中层干部要到现场看看,多接触一线员工,只有情况清楚了,我们的工作就能抓住“牛鼻子”。对现场情况不清楚就会出现瞎指挥瞎拍板的现象,不仅浪费人力物力和财力,更重要的是会降低干部在员工中的威信,因此,机关科室干部要经常性地深入基层了解实际情况,只有这样才能制定出切合实际的管理措施和工作计划,才能使工作方针和策略得到很好地贯彻和落实。

国际化的企业需要职业化国际化的员工队伍。公司在二次合资之后,导入了一些国外先进的管理方

法和工具,应该说近几年干部的思想观念和运用管理工具的能力得到了很大提升,促进了公司的发展和管理效率的提升。由于我们的干部队伍受教育的背景不同,接受新知识的程度也是不尽相同,仍有一些干部不能熟练运用各种工具,影响了整个团队的效率。所以要求中层干部要不断地加强学习和实践,并对于学习的成果、工作成绩和不足加以总结,记录下来形成组织记忆,只有这样才能更好地指导实际工作,不断地向新的更高的目标迈进。

(辛亚红)

剪纸艺术节亮相全聚德望京店主打剪纸主题餐厅

□ 郑涛 安力

9 月 23 日上午,一场以“剪纸”为主题的特色“非遗”文化艺术节在全聚德望京店开幕。全聚德望京店也由此成为以“剪纸文化”为特色的主题餐厅。

据介绍,本次剪纸文化节是望京国际文化艺术节的特色活动之一,共邀请到南、北派剪纸艺术家共四人:分别是北京剪纸非遗传承人徐阳、陕西省剪纸艺术家武燕以及南派剪纸艺术家王晓和北派剪纸艺

术家张建中。在全聚德望京店记者看到,店内到处都装点着红通通的剪纸作品,历史人物、花鸟鱼虫跃然纸上,让典雅的店堂平添几许民俗风情。南派剪纸传人王晓还为来宾现场表演了剪纸艺术。

据全聚德望京店公关部姚经理介绍,全聚德望京店此次将挂炉烤鸭技艺和中华剪纸两项非物质文化遗产合二为一,就是想让两项精湛的传统技艺在碰撞与融合中各展魅力,让广大顾客大饱眼福、口福。

据悉,百年老字号全聚德一直



©全聚德形象在北京剪纸非遗代表性传承人徐阳神剪下活灵活现。

致力于中国特色文化的传承,继打造奥运村店的“奥运主题”餐厅和三元桥店的“胡同主题”餐厅之后,望京店又以“剪纸文化”为主题,亮出自身的特色。9 月 22 日至 9 月 30 日剪纸艺术节期间,“中华特色剪纸”将在全聚德候餐区进行展卖。凡来店用餐的客人每桌还可获赠剪纸

纪念品一张。记者了解到,在中秋、国庆双节期间,望京店还推出了“鸭·蟹”宴,成功打造出以蟹钳、蟹黄、蟹肉等为原料制作的 20 多道创新菜品,使顾客在品味传统全鸭席的同时,还能享受到以“蟹”为主题的应季特色美食。



山国饮艺:将商业模式与企业文化完美结合

□ 康宏森

近日,2012 美国 BSE 企业家商学院年会成功举行,山国饮艺在众多企业中脱颖而出,一举夺得全场最具分量“最具投资价值企业”奖。山国饮艺董事长林玉辉在年会上分享了山国饮艺的商业模式及企业文化。

外贸连锁电子商务一手抓

外贸出口是山国饮艺从 2002 年公司成立之初就积极推进的业务,是山国饮艺得以顺利挖到第一桶金的源头,也是山国饮艺建立世界版图重要的起点和落脚点。记者从外贸部获悉,现在山国饮艺和全球多家知名企业如洲际酒店集团,香港位元堂,林奇苑,台湾开展企业,俄罗斯宝林企业,美国 TEAVANA,科威特 TEAART 等建立了良好的合作关系,目前的销售网络已经遍及港澳台、东南亚及东欧,西欧和北美 60 多个国家和地区。

山国饮艺也是最早将特许经营模式引入中国茶业界中的茶企之一,被誉为中国茶业特许经营的创立者、引领者。多年来,经过不断的摸索,山国饮艺的运营团队创立了一套山国所独有的、完整细致的营运标准,形成了“战略规划、研发生产、策划设计、运营指导、物流配送、售后服务”多位一体、有序循环的强大连锁运营体系。

与此同时,电子商务是山国饮艺赢在未来的关键,山国饮艺在 2009 年就率先推出独立的电子商务品牌“尚客茶品”,其目标客户定位在年轻的上网一族及白领,品牌调性为“时尚、乐活、知性”,并以开展“全国微博营销大会”、成为“全国网商大会”战略合作伙伴等一系列活动迅速占领电子商务的高制高点,已成为当之无愧的中国茶叶网购第一品牌。

打造独一无二的企业文化

一流企业做文化,二流企业做品牌,三流企业做项目,山国自创立之初,不仅严把质量关,对品牌的追求也是孜孜以求,而企业文化的塑造更是山国全力以赴做到最好的关键点。山国饮艺的企业文化是独特的“军队+学校+家庭”文化,军队文化保证员工的执行力和工作效率,学校文化推动企业的创新力,家庭文化则加强了员工的凝聚力,哺育出一代又一代具有优秀品质和高素质的山国人。

军队文化:保证完成任务,绝不找借口。山国饮艺有一句嘹亮的口号就是“保证完成任务,绝不找借口”,从他们雷厉风行的工作状态和迎难而上的工作作风,就能被他们的精神感动和震撼。

学校文化:培训是员工最好的福利。林玉辉曾说,作为山国饮艺的大家长我的责任不仅仅是支付他们应有的薪水,更多地是让他们自身增值,因此我们一直在为员工营造最好的学习环境。在山国饮艺,有一句大家都耳熟能详的话,“培训是对员工最好的福利”。2010 年,山国饮艺斥巨资成立山国茶学院,这也成为了山国饮艺区别于其他茶企的独特风景线。

家庭文化:相亲相爱的一家人。“一个好汉三个帮”,山国饮艺以“傻傻走正道”以及“有情有义”的精神理念吸引了一大批志同道合的业内精英,在每天的工作中,他们以“家人”相称、相处、相助。和谐友爱的价值观念让团队形成了共同的目标和理想,自觉把企业看成是一个命运共同体,把本职工作看成是实现共同目标的重要组成部分,让整个企业步调一致。