

转变观念 创新策略 建塑品牌 充矿多措“聚热” 过煤市“严冬”

煤炭严重滞销,充矿集团运销部负责人表示,面对危机拓市场、调策略、保生产、降库存、战危机、渡难关,是化“危”为“机”的金钥匙,是助企业过“经济严冬”的温暖阳光。

转变观念带来思想上的巨大合力。由于煤炭市场的风云突变,往年各矿煤场“车水马龙”的场景没有了,随之而来的都是停止发运、减少发运和要求降价的电话、传真和邮件,给煤炭销售工作带来了被动,运销部干部职工感到了很大的压力。他们通过组织“企业渡难关、营销怎么办”大讨论,层层召开工作会、讨论会,引导干部职工认清当前市场形势,迅速统一思想,凝聚力量,鼓舞干劲。大家深刻认识到,煤炭市场激烈的竞争局面已经展开,煤炭供不应求的时代已一去不复返,坐等客户上门的营销思路已经不能适应发展需要。煤炭销售人员必须做好吃苦耐劳、顽强拼搏、艰苦奋斗的准备,千方百计

开发市场,走访客户,努力在困难环境下圆满完成煤炭运销任务。当攻坚战打响后,运销部班子迅速统一千群思想,使大家在营销工作上进一步增强信心。通过深入开展“优质服务年”活动,坚持贴近用户、贴近矿场,搞好对用户和矿场的“两个服务”,开展一张笑脸、一把椅子、一杯热茶、一张名片“四个一”营销活动,树立了营销人员的崭新形象。

创新营销策略迸发新活力。为应对市场变化,提升服务水平,该单位利用与 32 家鲁西南煤炭企业市场交流的契机,密切关注省内省外煤炭市场变化,了解焦炭、化工和钢铁等行业的走势,及时做好自主分析,以快捷的方式掌握市场动向,在捕捉市场信息的同时,每周及时发布鲁西南煤炭价格走势及数据信息,编发信息快报 60 期,成为省内煤炭市场的风向标,为应对市场变化提供了信

息支持。在抓住当前动力煤市场有所企稳、煤炭企业调价开始审慎的有利时机,有针对性的对销售区域进行科学划分,采取激励措施,在稳定战略及重点客户需求的同时,吸引中小客户采购煤炭,保证客户结构合理均衡,做好重点大户的稳量、增量工作,牢牢占领已有销售阵地。在努力稳定老客户的同时,不断加大新客户の開発力度,发扬特别能战斗的精神,不断扩大市场占有率。针对部分矿产量高、煤场小、存煤多的实际,集中铁路运力进行发运,适时组织地销转运河销售。此外,他们还继续实施“保直达、增地销、拓运河、稳港转”和“保省内、增河南、拓河北、进南方”营销策略,销量保持稳中有升。

锻造“充矿”品牌强劲支撑力。煤炭销售市场遭遇“寒冬”以来,该单位采取了一系列举措,确保煤质不滑坡。依托“充矿煤”品牌优势,持续推进“三零”工程建设和“两场”标

准化建设,加大对质量监督、选煤指导、煤质化验和储装运等各环节的管理力度,按照用户要求的数量、品种、质量,组织好生产和发运,维护“充矿煤”品牌形象。随着矿井开采深度的不断增加,各生产矿井地质条件日渐复杂,他们针对煤层变化大,煤炭质量不稳定的状况,不断整合管理资源,狠抓管理制度落实,对影响煤质的工作面实行重点跟踪监控;狠抓现场管理,严把各环节煤质关;狠抓跟踪服务,与用户共同采制样,及时处理用户反映问题和煤质纠纷。通过深入调研,在充分认识煤炭品种结构不适应市场需求、产品结构调整跟不上市场变化等问题的基础上,确定了以摆正市场与现场的关系、按市场导向生产适销对路产品来解决生产销售相脱节问题的应对思路,并建立生产结构调节机制和市场快速反应机制,尽量大限度保证市场效益。

(周燕)



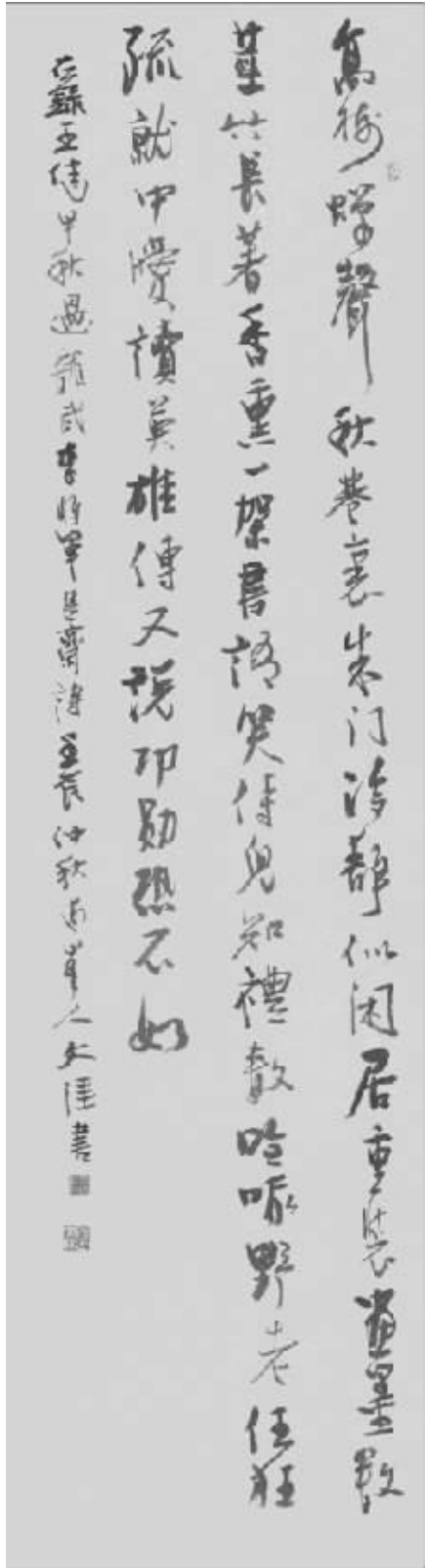
依托开发区 放眼全国 合肥巢湖经济开发区 工商联活力四射

本报讯(记者 宗毅 王淑芹)乘着党的十八大精神的春风,合肥巢湖经济开发区工商联日前召开工作会议,认真学习党的十八大报告,结合自身企业的发展,如何依托巢湖经济开发区,在经开区经贸发展局的领导下,放眼世界,让企业走出巢湖、走出安徽、走向全国,与会企业家与开发区管委会主任王务农、巢湖经开区经贸发展局局长袁义平等领导们畅所欲言、献计献策。

会上,经开区工商联主席薛文强说,工商联作为一个社会团体,要积极帮助各成员企业排忧解难、做大做强企业,如何让企业走出去、怎样走出去当好红娘,要让各成员企业有机会到兄弟省与工商联同仁取经、交流、学习,还要让成员企业有机会到国外考察学习,更要为合肥巢湖经开区招商引资起到纽带和桥梁作用。

合肥巢湖经济开发区管委会王务农主任作了会议总结发言,他希望经开区工商联在新一届领导班子领导下,各成员企业要精诚团结、互相学习、取长补短,要充分发挥工商联积极引导作用,引导企业克服困难,做大做强企业。

安徽南峰润邦绿色包装股份有限公司办公室主任钟笑笑女士被与会企业家一致选举为合肥巢湖经开区工商联秘书长,安徽巢湖经开区经贸发展局蔡宏旗副局长当选为副秘书长、钟笑笑女士也是合肥市所属各县区工商联唯一的女秘书长。会议前夕,薛文强主席、钟笑笑秘书长等要求各成员企业由工商联牵头纷纷订阅《企业家日报》,也要求《企业家日报》能为合肥巢湖经开区工商联成员企业摇旗呐喊、鼓与呼。



安徽南峰润邦绿色包装有限公司总经理薛文强他不仅是个成功企业家,也是一个书法家。他的书法作品多次参加各类书法展览,图为他作为安徽书法家进京展览时的获奖作品。

钟笑笑

“应急管理工作 就要常抓不懈!”

“李科长,上次会上布置的那几项应急管理工作落实的咋样了?”

“已全部落实到位了。”

“好,一会我们组织人员到现场去检查一下。”……

10月15日,阴雨霏霏,略感凉意。早上8:40分,东风德纳车桥有限公司十堰部件厂保卫科科长李经涛就接到厂党委书记陈正权在腾讯里发来的信息。

连月来,该厂领导班子对十八大召开期间的安全和稳定工作非常重视,成立了应急管理领导小组,并多次召开专题会,组织专人对厂区生产现场、重点部位、重点环节的安全隐患进行了排查,这次检查目的就是対上次发现的问题点整改情况进行复查。

8:50分,当李科长和安环科科长王国强带着安全、消防管理人员赶到工厂足球场时,厂长王鹏、党委书记陈正权和厂办主任杨丙利打着雨伞早已等候在那儿了。

“我们先从动力科锅炉房开始检查,然后到生产车间和员工食堂,最后到生产科库房和SCM科。”王国强简单地说明了这次检查巡视路线。

8:55分,检查组一行先来到锅炉房,开始了拉网式隐患排查工作。

“这些料箱凌乱地堆在这儿不合适,10月份虽然不是主汛期,但也要防患于未然,确保抗洪救灾通道畅通。”王厂长指着工艺科办公楼左侧的一堆废旧工位器具和料架说道,大家一看,原来料架堵塞了通向山墙边防洪沟的通道。

“防洪沟的盖板全盖上了?”陈书记指着工艺科办公楼右侧一米多宽的防洪沟询问着。

“全盖上了。”李科长连忙回答道。

“好!做得不错。”陈正权赞许地点了点头。

10:10分,陈书记一行又来到员工食堂操作间。

“防滑地板起到防滑作用了吗?”陈书记一边关切地向正拿着拖把擦地上的水渍的师傅,一边用脚在地板上来回作了几个滑行动作。

“前期通过CFT团队改善,地板作了防滑处理,现在不打滑了。”正在一旁扫地的炊事班班长李富华回答。

接着检查组认真的检查了餐具消毒情况,没有发现新问题,王厂长满意地对李科长说:“今天检查的总体情况比以前好多了,看来大家是下了功夫的,应急管理工作就要常抓不懈!”

虽然外面下着绵绵细雨,但王厂长的一番话让大家感到有些欣慰,肩上的“担子”一下子轻了不少。两个多小时的检查结束后,王厂长要求大家要各尽职守继续发挥CFT团队的作用,对检查中发现的问题点,制定详细的整改计划加以落实,真正把应急管理工作抓到实处。

(艾保国 杜苛菊)

企业利益分享: 让打工者喝酒吃肉“分金银”

不久前,网上疯传一条信息:苹果公司新总裁库克的年薪是其代工企业——富士康普通员工 6 万年工资总和!都是一条产品线上的打工者,收入差距为何如此之大?两者所承载的经济身份是什么?基于此可提出一个新的管理学概念:利益分享者。

在我看来,企业打工者有三重经济身份:一、剩余价值;二、要素回报;三、利益分享。仅占有一、三者,如富士康普通员工;占有三者的如库克等。

打工者经济身份的双重性

作为苹果公司的总裁,库克虽然和富士康公司的员工一样,都具有打工者的经济身份,但库克拥有苹果的股权和期权,本身也是该公司股东的利益分享者,这是富士康员工不能比的。因此库克的经济身份有了双重含义:公司的打工者和股票投资人。苹果公司的股票近来的一路猛涨,是库克收入大增的主要原因。

当然不仅仅是库克有双重经济身份,富士康的员工也有。苹果公司原先是做电脑的,后来杀入手机市场,不到两年抢走 1/3 的市场,把手机市场此前的三巨头打得落花流水。从这个意义上说,苹果公司的利润中有很大一部分是“抢来的”外生性的利润。因此,苹果公司打工者具有双重身份,被剥削者和利益分享者,即在被

本公司剥削的同时,也一起分享了“抢来的”外生性利润,喝酒吃肉“分金银”。

身份认同感带来价值

在上市公司中,理论上存在两种老板,一是资本家老板,二是企业家老板,虽然二者分分合合,在经济身份上还是能分清,的,资本家老板主要体现在分享要素回报。他们作为企业的利益分享者,对自身经济身份的属性认同,决定着企业的后续发展。

比如:在跨国公司,资本家老板退出公司管理是跨国企业的主流特征。跨国企业纵横天下,是靠企业家的组织能力和创新能力创造超额利润。所以企业家及其团队才能理直气壮地要高薪、股票和期权。资本家当初也想不开,但企业家老板带来的高额的创新利润和组织回报,让他们不得不服软。资本家、企业家、管理团队和普通员工,大家都是超额利润的贡献者和分享者。

不仅是老板,经济身份的认同对员工也尤为重要。创新型企业的老板希望员工以创业者的心态打工,比如 IT 行业的周鸿祎在奇虎公司创造的企业文化就是如此。在金融业,优秀的投资银行家也是“公司内创业者”,他们喜欢使用“合伙人”的名片,主流企业的文化是“与更多的人分享创造财富的快乐”。一般说来,公司的创

可怕的利益对抗者

人的需求分三个层次:一是 Need(需要);二是 Want(想要);三是 Desire(渴望)。人对财富的追逐来自于二、三层次,起初是“我想成为富人”,然后是“我要成为富人”。消极打工者通常只有第一层次需求,满足温饱,没有追逐财富的欲望。消极打工者在任何企业都是被剥削者,不仅没有感恩之心,而且善于偷懒耍滑。在消极打工者为主体的企业,老板和打工者之间是纯粹的剥削与被剥削的关系,双方的经济身份是利益对抗者,老板是经营资本的化身,攫取剩余价值,员工是劳动时间的载体,打工只为赚钱。

不想成为富人的穷人不是好穷人,没有利益分享的企业也不是好企业。企业打工者能否同时成为利益分享者,第一看人的需求层次,第二看企业的利润来源,第三看市场的经营环境。在这里,首先是人的需求层次,用哲学家的语言说:内因是主要的决定因素。当年曾有人问过亚里士多德,你和那些平庸的人究竟有什么差别?亚里士多德回答说:“他们活着是为了吃饭,而我吃饭是为了活着!”

(金岩石)

企业社会责任知识讲座

■ 平文艺 苏东来

第十讲 企业社会责任与企业可持续发展关系

1、企业可持续发展概念,也称企业可持续增长,是指企业在追求生存和发展的过程中,既要考虑企业经营目标的实现和提高企业市场地位,又要保持企业在已领先的竞争领域和未来的扩展经营环境中始终保持持续的盈利增长和能力的提高,保证企业在相当长的时间中整体实力不断增强。

2、企业社会责任与企业可持续发展关系概述:

(1) 企业承担社会责任是企业管理中维护可持续发展的重要手段。

据美国《财富》杂志报道:“美国大约 62%的企业寿命不超过 5 年,只有 2%的企业存活时间达到 50 年,中小企业的平均寿命不到 7 年,大企业的平均寿命不到 40 年;一般跨国公司平均寿命为 10—12 年。日本《日经实业》调查显示,日本企业平均寿命 30 年。中国集团公司平均寿命 7—8 年,中小企业平均 3—4 年。每年中国有 100 万家企业倒闭,美国有 10 万家企业倒闭。因此,如何追求企业长盛不衰、可持续发展,成为企业家群体苦苦追寻的答案,也是管理学着力破解的难题。目前学界一致认为,企业越能够承担社会责任,就越有能力永续经营并持续增长,已经成为众多企业的共识。

(2) 企业社会责任与企业可持续发展的内在统一。

企业社会责任是企业可持续发展的—种道德承诺,而企业可持续发展是企业社会责任追求的经济愿景。二者具有内在统一性。其表现为:

第一,企业社会责任是企业可持续发展之路的内在规定。

近代以来,西方社会掀起了一系列深入、广泛又持久的社会运动,包括消费者运动、老公运动、环保运动、女权运动、社会责任投资运动和可持续发展运动。在这种社会环境下,企业实现利益的途径已经从原来依靠单纯的市场竞争变换成要以社会公众利益的实现为前提,企业实施企业社会责任已经从当初以被动地处理劳工冲突和环保问题为主要内容,提升到主动地实施企业社会责任战略来提高企业竞争力和可持续发展为主要目的。

第二,企业可持续发展的伦理指向与企业社会责任完全一致。

社会是企业生存和发展的现实环境,企业的发展实际上就是企业在社会提供的时空范围内不断地拓展。因此,企业的产品和劳务必须要满足社会需要,并遵循社会伦理规范。在实现社会利益中追求企业自身利益,从社会责任出发实现利润最大化。松下幸之助所言:“企业从社会中获得合理利润,正是该企业完成社会使命,对社会作了贡献而得到的报酬”。企业社会责任作为企业价值体系的核心,体现了企业所追求的目标和所采取的手段的道德性质,从根本上决定了企业发展的可持续性。

第三,企业社会责任是企业发展的伦理要素。

企业可持续发展内在规定着企业要有一个稳定的、着眼于企业发展的长远和持续的价值观。一个企业要能否持久生存下去,必须有一个强有力的社会价值观所支撑。从这个意义上而言,企业社会责任是企业可持续发展必不可少的伦理因素。企业社会责任,与企业的生产要素一起构成企业可持续发展的大量基本要素。

3、承担社会责任对企业可持续发展的实践意义。

企业社会责任建设,构成了企业可持续发展的精神力量,企业积极、主动地承担企业社会责任有着重大实践意义。

(1) 企业主动承担社会责任为自身创造了更为广阔的生存空间。企业处于社会这一大环境之中,总要与周围的企业、事业单位等各方面发生各种联系,在企业生存的社区内,良好的邻里关系,不只是社会受益,企业自身也开拓出更大的生存、发展空间。

(2) 企业履行社会责任有利于增强企业竞争力。企业的竞争力是企业能否发展壮大乃至生存的关键,履行社会责任有利于企业树立良好形象和赢得商业信誉,获得在产品促销中的优势。

(3) 企业履行社会责任改善了企业与各方面的关系,使企业与政府、社会之间形成良性互动。良好的企业社会责任感,有利于提高公众对企业的新人和获得政府更多的支持,使企业能在一个好的环境中发展。

(4) 企业履行社会责任,有利于树立良好的企业形象。企业承担一定的社会责任,短时期内会有一定的影响,但从长期看,能为企业树立良好的企业形象。向社会展示一种企业家的使命感和责任感。

(5) 企业社会责任是企业长期的、有效的激励机制。企业对职工、社会承担社会责任,为提升自身管理水准,增强员工的向心力,成为一种激励机制,对企业管理者而言,是一场新的革命。

企业承担社会责任是社会发展的必然和趋势,企业能否可持续发展,很大程度上取决于企业是否履行了社会责任,企业履行社会责任既是履行增强竞争力和提高声誉的需要,也是企业自身可持续发展的需要。

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 总经理: 楼金

地址: 海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763