

劳筋骨苦心志,成就汽车锁名企之梦

——访浙江余姚市鑫星汽车锁有限公司董事长袁孝贵

他曾是一位普通的山村少年,为了生计跟随父长辈学竹制品手艺,他看着这份收入甚微的手工活不能使自己和乡亲们过上好日子,打心底就决定创番事业改善生活。

但是,成长在文革时代,家庭兄弟姐妹多,又受着这一代被贬抑文化束缚的山里人来说,他哪有什么很好的读书机会?初中辍学的他就进了村办塑料厂当注塑工。而他没有放弃初始的梦想,卧薪尝胆,刻苦好学,掌握了许多种塑料的理化性能和鉴别能力,为他将来事业有成夯实了根基。

当记者问及他的创业道路时,袁孝贵欣慰而苦涩地说,他的成功是由艰辛的汗水与辛酸的泪花载着自己矢志不渝的追求,而酝酿出来的甜蜜成果!

80年代初,正当改革开放的春风吹遍了

祖国大地时,27岁的他毅然走出山门做起了塑料生意,尽靠东拼西凑的几百元钱本钱,凭着一股初生牛犊的闯劲和对塑料的娴熟,袁孝贵在商海搏浪中淘到了第一桶金。在1986年,他与熟人合伙经营了塑料回收加工厂,既走街串巷收购废料,又夜以继日清理加工塑料,还走南闯北销售加工好的原料,用实际行动演绎了白手起家创业事业的感人故事,他生意越做越红火,钱也越赚越多。

1989年,他添置了几台冲床、注塑机和仪表车床,注册开办了余姚市陆埠车辆锁件厂,靠自己的诚信和不懈的拼搏精神,同十几家汽车锁厂做起了配套件业务。可是尽管他秉承“质量第一、信誉至上”的企业经营理念,而他还是感到做配套件并不适合自己发展事业的初衷之愿,奋斗打滚了近十年,年产值也不

过几百万元,他暗暗下决心自己做锁体,力争年产值突破千万元。

功夫不负有心人。2001年,他组建成立了余姚市鑫星汽车锁有限公司,终于开始生产汽车机械锁体,同时袁孝贵也深切体会到知识与科技的重要性,不仅培养和建设企业领导班子,还送儿子袁鑫军大学深造,起“鑫星”公司之名,意在做自己的接班人。

2006年,公司在袁孝贵的带领下,很快就掌握了汽车锁的核心技术,升级为专业生产中央控制门锁,产品覆盖车门内外拉手、车门锁芯、锁体机构、中央控制门锁等全系列门锁总成,销售产值超千万元;2008年,占地面积约18000平方米的现代化标准厂房圆满落成,员工达到100多人,产值超两千万,在当地享有盛名。

据袁孝贵的话说,“坚定不移,不断进取”八个大字是他创业的写照。他虽已身家超千万,但始终没有停下前进的脚步。尽管当时国际金融危机席卷全球,而袁孝贵依然信心百倍,他不但重金聘请汽车行业的知名专家做顾问,引进行业的领先技术,还扶持儿子袁鑫军带领企业团队克服阵阵经营困难,突破一个个管理难题。近年来,公司导入先进的CATIA设计软件,ERP物料管理系统,HGOO文件与流程管理,还成功地取得了TS16949质量管理体系认证,赢得了绵阳金杯、厦门金龙、重庆长安、重庆力帆、长城公司、沈阳中顺、广汽吉奥等大中型汽车制造客户商的青睐,订单纷至沓来,“鑫星”牌汽车锁已崭露头角,名声远扬。

今年,公司继续加大精细化管理的改革

力度,优化现场管理,力争提高生产效率达到300%,努力完成2013年预先计划的销售量5000万元。袁孝贵胸有成竹地告诉记者,在未来三年内,公司坚持走品牌发展战略,坚持走科技兴企之路,坚持以品质创品牌,以服务养品牌,以文化治品牌,从而使公司的产品不断能满足国内一线品牌汽车的要求,这样公司一定能取得一线品牌汽车门锁系列的生产权,有望在2017年公司年产值可达1.5亿元,安置就业人员300余人。

我们从袁孝贵的身上看到了农民企业家的“吃苦耐劳、执着进取”的创业精神。他说,不管创业的路有多远,只要方向正确,又能意志坚定,就一定能够达到辉煌的“宫殿”,实现创业之梦!

(特约记者 袁孝冲)

《中华民谣·连天红》歌曲

网民点击率直指千万

■ 本报记者 袁红兵

新版《中华民谣》又名《中华民谣·连天红》,直白的创意歌词由一向特立独行的连天红董事长李机能改编,由中华民谣原作词作曲马晓泉激情演绎。该曲配上连天红经典的家具、家装画面,辅以直白雷人的歌词,近三个月以来在全国十几大卫视火热联播,网络点击量逼近千万人次,席卷全民试听。那么,连天红为何要创作这首“神曲”,仅仅是为了宣传产品吗?

经过一番了解后发现,该曲最初是李机能站在员工角度创作的员工之歌,创作背景为早期的仙游。它是一个非常贫困的地方,许多人都需要背井离乡外出打工。而自从有了生产家具的连天红企业后,不少当地人的生活质量得到很大的改观。连天红目前的员工大部分都是贫困的农民工,都有着“怕做不出好家具”的心声,而只要做出好家具,就不怕家里没有人民币,就能够致富奔小康了,总结下便是“不怕我家没有人民币,就怕我家没有好家具”。

每一个连天红人都非常痛恨“地下黑工厂”和无良厂商生产销售的甲醇含量严重超标的家具、家装。歌曲中最大的内涵莫过于连天红人希望通过《中华民谣·连天红》的传播,让更多人意识到不能再使用有毒的家具、家装,要把健康摆在第一位,过上实实在在的健康生活!李机能董事长认为,既然是实实在在地劝告广大群众,为何不能像公益广告一样轰炸式地播放呢?如此说来,《中华民谣·连天红》更是连天红的一片良苦用心!

大干六十天 实现安全年

郑煤集团马池矿安全生产进入“倒计时”

近日,郑煤集团马池矿调度室门前悬挂了一块“距实现2013安全年还有57天”字样的安全看板,这标志着该矿安全生产已经进入“倒计时”状态。

为了搞好后两个月的安全生产,马池矿提出了“大干六十天,实现安全年”的奋斗目标,制作了安全生产“倒计时”看板,悬挂在醒目位置,每天更新“倒计时”数字,并对后两个月的安全生产进行了再动员、再安排、再部署。他们首先把安全作为

压倒一切的大事来抓,各司其职,各负其责,确保全矿不发生轻伤以上人身事故及三级以上非伤亡事故的工作目标,质量标准化达到省一级标准。强化安全基础,坚持以“一通三防”和矿井地质灾害防治工作为重点,狠抓抓掘现场管理,严格执行隐患排查制度,加强质量标准化的日常管理和动态检查,确保今后后2个月不发生安全事故;其次,实施目标分解,将任务量化到班组,让人人都明确指标和任务,充

分调动职工的积极性,进一步提升“三基”工作水平,加强成本核算和管理,认真做好挖潜降耗工作,大力开展增收节支、节能减排活动。提高执行能力,各级管理人员深入现场,靠前指挥,切实履职,及时协调、解决生产过程中出现的各种矛盾,尽量缩短和减少生产影响时间,确保安全生产正常进行。

(本报记者 任二敏 通讯员 张向胜)



国内首座

铁路钢箱

混合梁斜

拉桥成功

拼接

11月12日,国内首座铁路钢箱混合梁斜拉桥——宁波铁路枢纽甬江主桥钢混结合段钢箱梁成功完成模块组拼。

由中铁四局二公司宁波铁路枢纽二分部施工的宁波铁路枢纽甬江主桥钢混结合段钢箱梁长12.35m、宽21m、净重384.1吨,梁面距离地面达38m。桥位紧邻绕城高速清水浦大桥,北岸斜跨甬江大堤,南岸跨沿江路及热力管道,且结合段所处位置地质条件差,支架设计及施工难度大。

图为大桥施工工人正在吊装钢模块。

邓喜文 张君 付磊

此前所享 皆属平常

站在巨人肩膀上,方能看到更远风景
与中国酒业航母共进,自然不畏漫长旅程之风浪

官方网站: www.mtj.com

贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司 | 招商热线: 400 620 9996

茅台不老酒

中国养生酱香创领者

茅台新支柱 剑指中高端——2013首选财富计划 与茅台共登行业巅峰

独具五大核心优势,登顶酒业财富之巅

1 平台优势:

酒业航母实力,承载千亿美元

贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司是茅台集团成立最早的全资子公司,拥有自主经营权。更是集团内除贵州茅台酒股份有限公司外,唯一一位丁茅台核心生产区的从事酿酒生产的子公司,是实现“千亿茅台”大战略的重要力量!

2 品牌优势:

核心战略品牌,传承高端形象

茅台不老酒是茅台集团众多品牌中,仅有的六个以“茅台”为名的品牌之一(茅台酒、茅台王子酒、茅台迎宾酒、茅台不老酒、茅台原、茅台液),是茅台集团的核心战略品牌,传承了茅台的尊贵形象,拥有强大的品牌号召力!

3 市场优势:

定位蓝海市场,丰富利润空间

茅台不老酒是茅台集团精准定位中高端市场的核

4 品类优势:

独创养生酱香,契合消费潮流

养生型酱香是茅台集团独创的全新酱香品类,在传承了茅台正宗酱香口感的同时,又兼具独特的养生功效,比传统酱香更健康、更稀有,更符合现代消费者对健康舒适饮酒的核心需求。常饮酒,更需养生!

5 品质优势:

大师梦之队全程杰作

茅台不老酒由茅台集团金牌酿酒师王道远率茅台大师梦之队倾力打造。全赖大师把关的酱香杰作,更无前例的豪华阵容,带来不老酒酱香突出、优雅细腻、柔顺醇厚、温润滋养的至臻品质。

茅台不老酒=保健酒

茅台不老酒,是茅台集团精心打造、酒质纯净、汇集茅台人毕生之酿酒智慧,精心打造的养生酱香品类——养生型酱香产品,是茅台集团首开白酒(更括茅台集团其他酒类产品)养生、保健、不老、青春、不老、养生、不老的心血结晶!

下一个人生转折点就在眼前

把握机会成就自己

茅台不老酒诚邀诸位携手并进,共赢天下