

大同新通公司 倾力打造学习型企业

企业文化是企业核心竞争力之一,企业学习力的竞争则是重中之重。去年以来,大同新通实业有限责任公司注重学习型企业的建设,注重提高干部职工素质,全面提升企业竞争力,促进了经济效益的稳步提高。

学习型企业的重要特征之一就是“工作学习化,学习工作化”,该公司要求全体职工树立这样的理念:不重视学习的职工不是合格的职工,不重视学习的领导不是合格的领导。在学习中,他们把强化在职培训作为重中之重,坚持“企业兴旺、教育为本”和“培训是职工最大的福利”二项准则,增加教育费用投入,改善教学、培训环境和购置教学必要的硬件设施。相继成立了《新通职工教育委员会》和《新通职业技能鉴定工作领导小组和各专业考评机构》,印刷厂、服装厂各车间分别成立了以车间主任为组长的“职教领导小组”,为职工参加学习培训提供了较好的条件。

该公司注重完善规章制度,先后制定和完善了《职工教育标准》、《技术等级培训管理标准》、《教育经费管理标准》、《职工培训纪律和管理规定》等,他们采取灵活多样的方式,加强教育培训的针对性,密切结合生产经营实际,首先突出在职培训,聘请相关专业的教师进行授课,仅去年就举办了班组长培训班、工艺培训班、公文培训班、计算机应用技术培训班等,参加培训的有150余人次。

为进一步调动全厂干部职工的学习积极性,提高企业全员素质,推动学习走向深入,该公司通过集趣味、益智、知识问答的形式,普及时事政治、经济、法规、企业管理、技术操作等方面知识,有机地将游戏与知识普及融为一体,充分调动职工的参与热情,激发广大职工的学习兴趣和求知欲望,为打造学习型企业创造浓厚的氛围。该公司还充分发挥网络的作用,每个部门和部门都有微联网,企业和员工随时通过网络沟通,从网上获得重要信息。企业还引导职工逐步做到工作学习化,学习工作化。职工可以在网上了解企业情况,找到自己所需的相关信息和知识。职工想提高自己,随时可以上企业网页,进行自助培训。

学习活动的广泛开展,促进了生产经营的良性循环,企业综合实力和核心竞争力显著增强,去年利润同比增长100%,再创历史新高。

(刘守林 杨兰)

从“推进”到“加速” 兖矿集团 转型发展入正轨

组建洗煤中心,整合综采管理中心工作面安徽队伍,转移老区人员到对外开发新区,构建营销系统国际国内一体销售体系……近一段时间以来,兖矿集团以前所未有的速度,突破重围,为转型发展寻求着更大的空间和更坚实的支撑,以扎实有力的工作促进企业持续健康快速发展。

2013年,受困全球经济持续下行和自身产业结构不合理,立业近半个世纪的兖矿经受严峻考验,业绩陷入快速恶化困局。这个曾经的中国煤炭业龙头老大怎样才能在困局中崛起、逆势中飞扬?

决策者胸有成竹。2013年7月出任兖矿集团党委书记、董事长的张新文和兖矿集团总经理、党委副书记李希勇,在进行深入调研后,从战略定位和产业布局上破局;优化“十二五”规划,确立“四基地两新区”,实现转型发展。

今年1月2日的年度工作会上,新任领导班子基于“兖矿”实际,按照“四基地两新区”的区域布局,对未来发展方向作出了做优做强五大产业板块,致力转型发展的总体部署,从发展思路上将企业全面引入了转型发展的轨道。

以“三减三提”为总体要求,推动煤炭产业高效发展;以打好生存发展攻坚战为主线,推动煤化工产业转型发展;以培育市场竞争发展优势为核心,推动装备制造产业高端发展;以实现规模效益同步提升为目标,推动现代服务业创新发展;以创新资本运营模式为手段,推动金融投资产业突破发展。

产业转型、产品升级优化调整过程中,他们立足从多向少、地下向地上、国有向民营、黑色向绿色、传统向现代转型升级转化,以“瘦身行动”减负提效,以亏损企业治理“止血”减亏,以强化经营管控降本挖潜,以求达到数量减少、规模扩大、产业做强、质量和效益提升的效果。

有效的举措立竿见影。煤炭主业方面,由“增头增面增系统”向“减头减面减系统,提速提质提效”三减三提转变,下半年本部矿井挖潜增收30亿元。煤化工扭亏增盈方面,按照“关、破、合、改、强、建”的思路,严格落实36家亏损企业治理责任、扭亏措施和考核激励政策,7家亏损单位实现扭亏为盈。装备制造产业方面,完成了大采高液压支架、大功率掘进机等新产品研发,获得山东省煤矿再制造基地称号。铝电公司积极调整产品结构,动车型材产品通过专家技术评审。

有关现代服务产业和金融投资产业的改革方案正在有条不紊落实。目前运行的管理体制体制改革、商业模式创新和重大技术攻关、人才队伍建设等举措,也在为逆境中转型发展提供着强劲动能。

不仅如此,兖矿集团已经着手加快培育具有替代、支撑、拉动作用的新兴产业。当前,以打造现代新型煤化工发展、钾矿资源高效开发和信息产业发展的“三大产业亮点”已经启航。兖矿正信心满怀地向着一个优势突出、核心竞争力强的国际化企业集团快速前行。

(周燕 袁媛)

劲酒健康美食评选大型颁奖盛典在京举行

劲牌公司当选 2013 中国全面小康特别贡献企业

今年1月18日,2013年中国我最“值”——劲酒健康美食评选活动颁奖盛典在北京瑞吉酒店隆重举行。劲牌公司劲酒事业部副总经理余显文、中国烹饪协会副会长边疆等各界领导及众多国内知名美食家出席盛典仪式,为现场百余家获奖餐厅颁奖。中国日报、中国消费者报、新京报等20余家媒体莅临现场,共同见证并报道此次美食评选活动盛况。

2013年中国我最“值”——劲酒健康美食评选活动由搜狐美食主办,劲牌公司、中国烹饪协会协办的一场寻找国内健康美食的综合性大型评选活动。

美食活动是劲酒品牌传播的一项重要活动。近年来围绕美食先后开展了“劲酒美食推荐”、“劲酒美食季”、“健康美食周末”等品牌活动,通过与美食的联合宣传植入劲酒健康理念,以知识营销的方式传播劲酒配美食的饮食习惯,逐步提升了劲酒的知名度和知晓度。

本次活动历时两个月,整合搜狐门户和中国烹饪协会资源搜罗全国千余家入围餐厅,联合搜狐视频和国内知名美食评论家实地探访线下餐厅进行全程报道和传播。活动线下以北京、上海、广州、成都、杭州五大城市为核心,23个省会城市为主干,在全国市场开展网点开发、美食品鉴、氛围布置等系列线下终端配合活动,充分实现了线上传播和线下执行的有效结合。

颁奖典礼现场,劲酒事业部副总经理余



显文致辞,其中提到:随着生活水平和健康意识的提升,消费者从单纯追求食物的美味,逐渐扩展为一种“合理膳食、均衡搭配、理性饮酒”的餐桌文化概念,劲酒将持续地开展此类健康美食活动,以倡导消费者健康饮食、理性饮酒的生活理念。

此次盛会,现场邀请了十位劲酒健康美食评委,阐述“值”与健康的关系以及健康饮食的新餐桌文化;同时,现场对餐饮转型新契机、餐饮品牌营销的网络化等进行讨论交流。结合现代餐饮转型趋势和现状,后期劲牌公司将以更开放的形式、创新的方式,对劲酒配美食活动进行整合传播和升级。

据了解,活动项目组将围绕此次探寻的餐饮、美食内容,编辑出版中国首部最具权威的美食宝典攻略,消费者可在书中找到自己心仪的美食,找到一份美味,兼顾一份健康。

又讯 近日在京召开的2013第八届中国全面小康论坛会议传来喜讯:劲牌公司当选2013中国全面小康特别贡献企业。

2013年是全面贯彻落实十八大精神的开局之年,为全面建成小康社会奠定坚实基础的重要一年,也是劲牌公司成立六十周年的喜庆年。历经六十余年的稳健发展,劲牌公司现已成为一家专业化的健康食品企业,

健康产业结构以保健酒、健康白酒和生物医药为三大核心业务,拥有面积350亩的保健酒工业园和930亩的原酒生态园,年生产保健酒的综合能力达到16万吨。2013年,劲牌实现销售额66.92亿元,上交税金17.87亿元,连续五年入围省企业百强,并以41.85亿元的品牌价值跻身中国品牌500强。

劲牌领导认为,创造更大的社会财富,就要承担更大的责任。因而,在取得良好经济效益的同时,劲牌坚持积极履行企业社会责任,反哺回报社会。

据统计,劲牌通过建立“湖北慈善劲牌公益基金”,每年将企业上个经营年度销售收入的1%投入公益基金,截至2013年年底,历年累计捐赠总额达2亿元。其中,2013年,直接用于公益慈善事业的投入逾7095万元。

同时,企业发展过程中,劲牌从自身做起,以公益性项目运作为主导,将循环经济贯彻落实到生产过程的每一个环节,以加强对各类废弃物的无公害处理,带动当地循环经济、有机农业、生态改造等领域的发展。

荣誉的获得,不是终点,而是更高的起点与要求。2014年的日历已启用,劲牌将继续以“健康人类,共创繁荣”为己任,积极传播健康生活理念,热心公益事业,实现经济效益与社会效益的同步增长,为实现全面小康社会的宏伟目标做出更大的贡献!

(劲董)

冷试代替热试 出厂试验环保高效 锡柴首创重型电控共轨柴油机“冷试”先例

日前,锡柴惠山重型柴油机生产基地的11升奥威重型柴油机出厂试验实施“冷试”技术,成为了国内首家重型电控共轨柴油机出厂试验由“冷试”代替“热试”的发动机厂家,引起了业内人士的极大关注。

如果说,10年前奥威CA6DL的开发成功,改写了中国发动机由逆向开发到正向开发的历史,被誉为中国现代发动机的发祥地,那么今天锡柴开创了我国重型电控共轨柴油机产品代替热试的先例,再一次向世人展示了锡柴人将节能和环保进行到底的英雄气概。

发动机传统的热测试检测,需要复杂的供油、供水及消防等试验辅助设施的投入,使用、维护及返修成本高,而锡柴目前实施的重型电控共轨柴油机出厂试验“冷试”相比热试具有测试周期短、测试台架数量少、使用成本低、无废气排放以及安全性较高等特点。特别是冷试检测过程中,通过高精度的仪器和大量传感器捕捉发动机的工况,具有高度的独立性、精确度和完善性。据悉,锡柴人早在2010年3月就以智者的眼光,进行了重型电控共轨柴油机的冷试工艺研究,项目组成员在没有任何经

验借鉴的情况下,经过3年摸索和大量试验,建起了重型电控共轨柴油机冷试验收规范,实现了目前重型电控共轨柴油机冷试批产条件。

在锡柴惠山重型柴油机生产基地的装配线,透着银白色光泽的冷试台位显得格外醒目。此时,总装线上排列整齐的11升奥威重型电控共轨柴油机正缓缓地 toward 冷试台位移动……短短3分钟内,一台洁净的奥威重型柴油机就被冷试台位各封堵头和夹紧单元回位并释放,出厂所测试的所有数据在电脑操作屏上“一气呵成”,整个流程环保高



●锡柴冷试台位

效,相比热试功效却提高了十倍!冷试工艺项目组负责人宋蔚欣喜地说,经过努力,锡柴项目组已完成了贯彻在线冷试的一系列研究工作,制定出的冷试出厂试验规范已于2013年12月25日投入了批产测试,目前运行正常。

(陈燕)

“华为是真正让国人感到骄傲的一家企业。”有评论称,华为的“第一”远比一些垄断企业的各种全球“利润第一”、“市值第一”、“用户量第一”含金量更高、分量更重。

华为:中国含金量最高的“世界第一”

“华为何时超越爱立信”这一延续数年的悬念在2014年春节来临之际被终结。日前爱立信2013年第四季度财报发布后,尽管做到了扭亏为盈,但年度营销收入仍然被华为超越。

截至目前,全球五大电信基础设施供应商中,华为、爱立信、诺基亚通信三家披露了2013年全年业绩。按2013年12月31日汇率折算,主营业务收入分别为393-396亿美元、353亿美元、152亿美元。鉴于阿尔卡特朗讯和中兴通讯历年收入规模,华为已成全球最大电信基础设施供应商。

“华为是真正让国人感到骄傲的一家企业。”有评论称,华为的“第一”远比工行、中石油、中移动等各种全球“利润第一”、“市值第一”、“用户量第一”含金量更高、分量更重。

下面,我们来看华为“第一”是如何胜出工行、中石油、中石化等垄断国企的“第一”的。

一、华为不是凭借垄断地位占领国内市场,它凭借过硬的技术抢占国际市场

与垄断国企只在国内“牛气冲天”的现状不同的是,华为是一家真正意义上走出去的中国企业。而且,华为是白手起家。任正非于1987年创业,当时,瑞典爱立信、美国思科、德国西门子、日本的NEC和富士通等海外企业垄断着市场。

华为打了一场“从农村到城市,从新兴经济体到发达国家”的市场仗。从2005年前后开始,华为获得了英国沃达丰、英国电信(BT)和西班牙电信的大笔订单。华为的设备不仅价格便宜,技术也与发达国家的通信企业不相上下。高速手机服务“LTE”方面,全球运行的194处通信网中,华为参与了构建了93处。在日本,华为2006年签订了E-Mobile基地的提供合约,现在还开始为软银提供基站。2012年华为面向NTT DoCoMo提供具有能进行支付等日本特有功能的手。以日本和欧洲为中心,华为正式对发达国家发起攻势。

据美国调查公司IDC统计显示,从2012年上半年通信设备全球市场占有率来看,华为占20.8%,居首位。尤其是在小型移动路由器等无线宽带终端领域,华为拥有55%的市场占有率。而在各国相继开始引进的高速通信服务“LTE”领域,在已完成实用化的约50个国家中,华为最少在34个国家进行了销售。



●华为总裁任正非

评论称,在全球寻找“同盟国”,同时不惧摩擦奋勇直前。这与在经济中愈发自信、丢掉邓小平时代稳健路线的中国外交姿态如出一辙。代表新兴超级大国的跨国企业华为,正在开展类似超级大国的外交战略。

二、华为拼的是头脑的实力,而不仅仅是低端制造

华为是中国制造升级的一个标杆。华为14万名员工的平均年龄仅为29岁。与超过40岁的爱立信和NEC相比,华为员工明显更加年轻。在员工中,硕士学位拥有者占45000人,博士学位拥有者为1300人。这是中国最顶级的头脑集团,而起始工资为6000元左右,虽然比一般的中国企业高五成,但还不到日本公司的三分之一。

凭借如此低廉的劳动力获得的收益被重新投资于研发。华为2011年的研发投入

为38亿美元,占销售额的11%。接近销售额处于相同水准的NEC的一倍。IDC日本公司研究主管George Hoffman分析称,“廉价而劣质大行其道的时代已经成为过去。目前华为正在同时关注低价格和技术实力”。

华为已经成为一台专利机器,在全球范围内约有50000项专利申请。

墨西哥《经济学家报》报道指出,2012年华为公司投入46亿美元进行研究和开发,相当于全年收入的13%,目前,华为公司拥有来自140个国家的超过15万员工,拥有16个研发中心,28个创新中心,45个培训中心和14个地区部。

三、华为是一家真正有自己文化基因的中国企业

2012年9月,在深圳相当于42个东京巨蛋体育场大小区域内的建筑群拔地而起。在平整的草坪和玻璃幕墙大楼中川流不息的员工很多都身穿牛仔裤和T恤,年龄在20多岁。这里是任正非用25年时间打造的“华为帝国”的大本营。“胜则举杯相庆,败则拼死相救”是这里的一句最常被提及的口号和标语。

这句话让外界感受到华为这家企业的强大张力。有人称之为“狼文化”。而正是这样的“狼文化”让华为有良好的嗅觉、敏捷的反应抢占了一个个市场。这种具备鲜明特点的企业文化被华为的创始人——军人出身的任正非鼎力推崇。

据报道称,支撑华为开拓新兴经济市场的是华为员工的“拼命三郎”精神。公司里准备着员工加班用的睡袋,据说2010年时,超过10万员工中,每天有1400多名员工乘飞机出差。爬过雪山,穿越热带雨林,连续走了8天;被强盗袭击,缝了30多针后马上又继续上班,任正非曾这样描述在恶劣环境下努力工作的华为员工。

2011年3月刚刚发生东日本大地震后,华为高层的孙亚芳(57岁)秘密来到日本。当时,由于担心福岛第一核电站事故的影响,不少外资企业纷纷撤离日本,在这种情况下,孙亚芳召集军心涣散的员工,激励员工说“正是在这种时刻,才应该思考到底能为顾客做些什么”。

四、华为是一家现代化管理的企业

华为的海外竞争对手提出批评称,“如果没有中国政府的全面支持,华为不可能实现如此快速增长”。

不过,据报道指出,如果一味戴着“华为成功全靠政府庇护”这一有色眼镜看待华为,就无法看清楚华为的真正实力。华为创立26年后即将世界首位宝座收入囊中,这可谓是中国版的“时间机器经营”(即第一时间引进海外成功的商业模式)。积极大胆地吸收其他企业优秀机制的灵活性和高效性或许正是华为强于日本企业的优势之一。

IBM、埃森哲、合益集团(HayGroup)以及丰田汽车,这些企业都曾指导过华为如何构建经营框架。华为为吸收现代经营方式,在整体经营机制方面与IBM,在人事方面与合益集团,而客户管理方面与埃森哲签署了咨询合同。在华为重要的松山湖工厂,丰田的退休人士以每月1次的频率到此传授的生产方式已经渗透。

轮值CEO之一胡厚崑说:“依靠单纯的低价已经无法在全球竞争中取胜。中国企业存在不足的地方要向欧美和日本的优秀企业学习。”在过去5年里,华为向“老师”支付的咨询费达到5亿美元。

(据光通讯网、企业网等载文综合)

