

文化聚焦

迪士尼,将“快乐”进行到底



段的在岗培训则是员工的 show time, 就是表演, 在岗培训从不间断, 包括技能培训、紧急事件应变、职业规划等。通过各种培训, 让迪士尼的品质、共享、乐观、尊重的价值观深入到员工心里。

其次, 迪士尼对员工有很多激励、感谢措施和很好的福利。迪士尼招收新员工的口号是: “跟着我, 你会得到一份世界上最好的工作”。迪士尼为员工一年以上员工的子女设立了迪士尼奖学金。工作一年以上、五年以上、十年以上的员工都会得到一枚不同级别的米老鼠勋章, 用来表达对员工成就及忠诚的肯定和表彰。迪士尼非常注重员工家庭的关怀。每个员工工作满三个月都可得到公司

发送的 4 张可全年使用的能进入任何一个主题公园的门票, 每当有亲戚朋友来访, 都能很自豪地带三人入园游玩。迪士尼的员工宿舍除了有健身设备、游泳池外, 还专门建了一个叫“米老鼠的回报”(Micky’s Reteat)的地方, 有篮球场、足球场、网球场、湖边烧烤等设施, 以供员工娱乐及团队精神训练之用。

再次, 迪士尼注重让员工融入角色, 感受快乐。为了营造快乐的工作氛围, 迪士尼不认为乐园是员工的“工作场所”, 而是“提供娱乐的大舞台”。每一位员工都是“演员”, 职务是“角色”, 人事部门是“分配角色部门”, 制服是“戏服”, 上班是“上台表演”, 下班是“下台休息”。在这里, 不管是白雪公主的扮演者, 还

是普通的清洁工, 都是乐园的“主人”。这种快乐工作的气氛, 让每一位员工都感到有趣和快乐!

迪士尼有一个主张: “员工服务顾客, 经理服务员工。”毫无疑问, 迪士尼是把顾客放在第一位的, 但它明确提出“经理服务员工”的理念, 足见其对基层员工价值的尊重、关怀和激励。反观国内许多企业那种“基层员工拼命干活, 管理层高高在上”的现实状态, 我们是否应该警醒?

欢乐=财富! “员工快乐了, 客人才会快乐”, 而顾客的快乐能够直接转化为公司的利润和价值。这就是这个世界最著名娱乐品牌的快乐文化的本质所在。

无处不在的传播 迪士尼成为“快乐”代名词

创建之初, 迪士尼提出了自己的使命——“使人们感到快乐”。发展至今, 迪士尼始终秉承这一使命, 并把快乐文化传播给人们, 由此成就了迪士尼的商业神话。

影视娱乐和媒体网络是迪士尼传播快乐文化的首要途径。

从让人们认识《米老鼠和唐老鸭》开始, 迪士尼创造了一个又一个成功的卡通人物, 把迪士尼式的欢乐播撒到每个角落。

迪士尼的快乐传播不仅停留在荧屏上, 而是采用连环模式, 即从影院转入电视播放, 又转成录音带、光盘、书籍、出版物等, 再制成玩具和各类生活用品, 让卡通人物走进千家万户。

而主题公园又使虚拟的童话世界变成了真实世界, 没有身份、等级、价值观、年龄的约束, 它征服了世界各地的游客, 也成为了“快乐”的代名词。

起舞, 沉醉其中。来油区探亲的孩子们更是开心地嬉戏玩耍, 让这里充满欢声笑语。

厂区绿化美化带来的转变, 令员工惊喜不断。几年来, 采气厂绿化率逐年提高, 绿化面积由 2009 年前的 1103 平方米, 增加至目前 4 万多平方米, 绿化覆盖率达到 50.2%。通过葡萄廊架改造, 新建假山、喷泉、观赏鱼池、铺设园区健身石子路、安装绿化带围栏、实施亮化工程增绿, 美化了厂区。环境的改变, 使厂区内鸟语花香, 绿树丛中野鸡、野兔频现, 鱼塘边引来野鸭、灰鹤驻足, 呈现出一派优美和谐的画面。

端午节小长假, 员工李伟的母亲来到油区探亲, 看到厂区喜人的变化高兴地说: “几年前, 这里绿化面积较少, 如今绿树成荫, 百花争艳, ‘家’的味道越来越浓, 孩子在这样的环境工作, 我们心里放心踏实。” (蒋庆)

处处欢歌好家园

“这是咱们自己果园里种的小白杏, 格外的甜, 每一口都充满了幸福感。”品尝着刚刚采摘的白杏, 维吾尔族女工枣儿古丽满脸喜悦。

南疆的 6 月, 空气清新宜人。走进西北油田分公司雅克拉采气厂的“开心果园”, 这里正在进行白杏的采摘活动, 员工们在这收获的季节, 领略采摘乐趣, 感受丰收的喜悦。

厂区绿化美化, 一年更赛一年, 这是员工发自内心的感受。

漫步在厂区, 瀑布、假山、草坪、小径, 环境优雅; 白杏飘香, 一片片马兰、雏菊迎风妖娆, 锦鲤在池中畅游, 令人流连忘返。诗情画意中, 员工们纷纷通过 QQ、微博、微信传递

着这里的美。

夕阳西下, 厂区内放起了舒缓悠扬的音乐, 喜爱健身的员工程静和她的姐妹们像往常一样, 又开始进行健走运动, 程静说: “以前, 厂区内布局不规范, 基地老房子拆除后一片片砖石瓦砾, 杂草丛生, 我们都是在厂区外面的公路上散步, 来往的汽车很多, 不仅不安全, 还有灰尘和尾气污染, 现在厂区内面貌大为改观, 像个小公园, 为我们休闲健身提供了特别好的环境。”

“走, 到‘动物园’看火鸡去。”晚饭后, 员工们相约来到厂区养殖区, 这里被大家亲切地称为“动物园”。鱼塘边, 一双双情侣坐在长椅上观赏鱼儿欢跳, 看养殖场内的大雁、火鸡

文化为魂 居高声远

——亚宝药业企业文化建设纪略

崛起于晋南阡陌的亚宝药业是一家业绩突出、贡献卓著的制药企业。三十余年风雨砥砺, 三十余年高歌猛进, 亚宝人实现了化蛹成蝶的嬗变, 也积淀了厚重的企业文化。长期以来, 他们十分注重企业文化建设, 在文化的引领下, 战胜诸多艰难险阻, 不断做强做大企业, 演绎出了医药健康事业的壮美篇章, 曾被评为全国企业文化建设先进单位、全国十大文化品牌, 荣获全国五一劳动奖状。亚宝药业董事长任武贤说: “企业文化是一种软实力, 是企业的魂魄。有了文化, 就有了方向, 有了秩序, 有了品牌, 有了责任, 就能打造百年老店, 实现既定目标。否则, 企业就不可能做大做强, 就将是苍白的, 是行之不远的。”

把企业文化建设纳入战略规划, 使之成为企业全盘工作的重要组成部分

为加强企业文化建设, 亚宝药业专门成立了企业文化建设委员会, 组建了专门的职能部门——文化办公室。特别是董事长任武贤专门提出“五统一”集团化管理思想, 其中之一就是文化统一。亚宝人把企业文化建设提到了重要议事日程, 决策层高度重视, 管理体系健全, 机构和人员落实到位, 并且完全保障有关经费支出。

亚宝的企业文化建设始终处于一种健康的发展状态之中。一方面, 工作有人抓、有人管、有人干, 从体制上予以充分保障, 使之成为发展战略的重要组成部分, 成为涉及到各分子公司、各职能部门和全体员工的一大工作模块; 另一方面, 建立健全了岗位责任制, 每年都制定明确的职责和目标, 而且完全纳入全年责任和绩效考核范畴; 再一方面, 企业文化建设没有游离于企业经营管理的中心工作, 而是完全融入企业全盘工作之中, 无论是生产、研发、销售, 还是领导、员工和各类客户, 也无无论是有关政府和社会阶层, 处处都闪耀着亚宝企业文化的光彩。同时, 亚宝药业坚持长期发力企业文化建设, 几十年如一日, 坚持不懈地做好各项工作, 使企业文化建设奠

定了扎实的基础, 收获了很多的成果, 也树起了亮丽的品牌形象。

深入开展企业文化研究, 打造了独具特色与魅力的亚宝文化

在企业文化部门的深入探索中, 在社会有关专业机构的支持下, 亚宝药业的企业文化模式逐步成形, 浮出水面, 成为在全国医药界具有一定影响力的文化品牌和文化模式。

一是正式形成了亚宝企业文化的理念。比如: 企业精神——诚信、创新、团队、敬业; 企业价值观——用心做药, 造福社会; 企业经营理念——诚信做人, 造福做药; 企业愿景——世界亚宝, 百年亚宝; 企业使命——与健康携手, 创生命绿洲; 企业道德——产业报国, 节能减排, 内外和谐, 义利并举。同时, 企业还提出了自己的晋商之道——传承晋商精神, 重塑晋商形象, 做创新进取的“进商”, 做遵规守法的“谨”商, 做唯信唯义的“金商”。董事长任武贤还亲自提出了“亚宝人一家人, 亚宝人一个人”的具有丰富内涵和深刻哲理的家文化。

二是确立了一些文化宣传和职工教育用语。比如, 员工守则——勤、俭、礼、和、洁。为人之道——恭、宽、信、敏、惠。做药之道——治病救人, 质量至上, 产业报国, 造福社会。

所有这些理念性的模式已被企业固化下来, 成为其企业文化的鲜明标志。而且, 这些文化符号富有企业特征与特色, 富有魅力和影响力。同时, 他们还通过各种方式对员工进行宣贯, 使大家谨记于心, 普遍认同, 并且遵照执行。

用心创立企业文化载体和平台, 让文化的光辉普照企业

亚宝开展企业文化建设形式多样, 效果显著。一方面, 他们正式编辑出版了企业内刊《亚宝通讯》, 此季刊已连续出版 10 年, 加上特刊, 已有 40 余期。该期刊有专人编辑, 专人设计, 每年投入经费 20 万元, 屡次被评为全

国优秀内刊; 他们还编辑出版了《员工手册》、《激情亚宝》等书刊以及大型影像册; 每年在各种媒体和各项重大活动中对企业做大量的宣传报道; 另一方面, 企业每年投入数百万元专款用于对干部职工的教育培训和拓展训练; 每年采取多种方式开展岗位练兵、劳动竞赛和文体活动, 每两年分别举办一次大型职工运动会和职工文化节; 再一方面, 投资数百万元建设了高标准的企业文化展厅和职工活动中心, 被全国总工会授予“职工之家”, 被山西省总工会授予“职工书屋”。

所有这些文化活动, 既很好地展示了企业的风采和发展前景, 树立了企业的品牌形象, 也极大地提升了员工的从业素养和精神文化生活。这些载体也很好地培育和传播了亚宝的企业文化, 既有力促进了生产经营活动, 也使企业文化的内涵更趋丰盈, 影响更加深远。

积极履行社会责任, 不断提升企业的品牌知名度和市场影响力

长期以来, 亚宝坚持积极履行社会责任, 扩大规模, 提升效益, 照章纳税, 守法经营, 善待员工, 构建和谐劳动关系; 善待各类客户, 实现互利共赢; 节能减排, 保护环境; 扶贫助残, 支持公益, 先后为公益事业捐款捐物 4000 多万元; 大力支持孔子文化节、运城德孝文化节等文化公益活动和光彩事业, 并设立两大专业中药材公司扶持广大农民发展种植中药材以调产增收。

亚宝药业每年都要做出社会责任报告, 并公开向社会发布。正是由于他们尚德崇善, 勇于担当, 恪守道义, 先后获得诸多荣誉, 被评为全国扶贫龙头企业、山西省功勋企业、农业产业化示范企业, 被树为当地的绿色企业, 董事长任武贤被选为全国人大代表, 被评为全国劳动模范, 荣获中国公益勋章。所有这些, 都充分彰显出亚宝人的道德伟力和人性光辉, 彰显出亚宝企业文化的绚丽光彩。

(记者 张建忠 通讯员 索玉祥)

赤峰宏远建筑集团: 打造百年名企文化品牌

现代企业之间的竞争, 是企业文化的竞争。企业文化, 是企业综合实力的体现, 是企业文明程度的反映, 也是知识形态的生产力转化为物质形态生产力的源泉。赤峰宏远建筑集团公司创立 30 年来, 积淀了深厚的文化底蕴, 该公司积极推进文化强企战略, 努力用先进的企业文化推动企业发展, 提高企业的创新力、形象力、核心竞争力, 持续提升宏远的文化软实力, 打造百年名企、百年宏远的文化品牌。

该公司认真落实十八大精神, 坚持用科学发展观统领宏远集团企业文化建设, 强力打造宏远精神(细腻规范的工作态度、吃苦耐劳的敬业精神、团结协作的合作意识、独具匠心的创新思维), 丰富企业文化“三要素”(精神文化、制度文化、行为文化), 推进“五个子文化建设”(道德文化、安全文化、班组文化、廉洁文化、学习文化)。形成“一个体系”(完善具有宏远特色的企业文化建设体系), 巩固提升“一个核心品牌”(百年创新、百年飞跃、百年名企、百年宏远), 从而建设成更加符合宏远特色的优秀的企业文化, 为宏远长远发展提供了精神动力和智力保障。

拓展塑造“百年名企、百年飞跃、百年创新、百年宏远”品牌。巩固“双质量目标管理”成果, 全面塑造升级“百年名企、百年飞跃、百年创新、百年宏远”管理核心品牌, 统筹兼顾, 积极融入宏远集团文化建设, 使“双质量目标管理”内涵更加丰富体系更健全, 运行更科学。

融合打造“5+1”文化体系。“5”是完善提升道德文化、安全文化、班组文化、廉洁文化、学习文化等五个子文化体系; “1”是培育符合科学发展和现代企业制度要求完整、系统、特色的宏远文化体系。每年推出一到两项在建筑系统具有影响力的企业文化建设管理创新成果, 着力培育具有典型性和影响力的企业文化品牌。

抓好“345”主题活动落实。在组织建设上, 继续抓好三支队伍建设; 建设高素质的党务工作者队伍、理论宣传队伍、志愿者队伍建设; 建设“四个文明”政治、物质、精神、生态文明; 建设和谐宏远, 实现“五个无”: 无重大事故、无越级上访、无重大案件、无重大劳动纠纷、无重大安全隐患。

实施青工“533”创建行动。以共青团“进管理、到现场、塑文化、促和谐”作为总目标实施五型三创三品牌创建行动。“五型”, 即知识型、管理型、技术型、创新型、服务型团组织; “三创”即逐级创建建筑行业共青团一流、创自治区级建筑企业共青团一流、创全国共青团一流; 巩固提升“三个品牌”即“文明志愿者”、“寻找身边的榜样”、“六星级团支部”品牌。

实现可持续发展的战略目标, 确保集团公司每年施工能力的稳步增长, 实现建筑集团年均总收入超过上一年的水平具体要以市场为导向, 延伸产业链, 实现产业优化升级, 把宏远建筑集团打造成主业更加突出, 实力更加雄厚, 核心竞争力更强的建筑企业, 建成国内一流现代化、智能化集团公司。

(明月 赵玉敏)

热敏性物质粉碎过程 粉体团聚难题破解

浙江力普粉碎、 收集成套生产线 获国家专利

一种能有效防止可可豆在粉碎过程中因为温度过高而导致熔化、粘结的难题, 既提高可可粉的得率, 又提升可可粉的质量——粉碎、收集成套生产线, 日前, 由中国粉碎技术领航者浙江力普粉碎设备有限公司研发成功, 并获得国家专利(专利号: ZL 201220705939.4)。

可可粉是一种热敏性物质, 当温度高于 36℃后会熔化和结块。当用可可豆生产可可粉时, 一般都用粉碎机来粉碎可可豆。经粉碎成一定的粒度, 筛分后即得到可可粉。在粉碎的过程中, 由于粉碎机中粉碎总成的高速旋转, 势必会产生大量的热量, 由此而导致部分可可粉结块和粘结, 导致产品的质量和得率下降。

为破解这一课题, 浙江力普进行了技术创新, 在粉碎机上设置出料口和进风口, 粉碎机连接螺旋输送机, 螺旋输送机通过第一关风机连接料斗, 粉碎机的出料口连接第一冷凝管, 第一冷凝管连接集料器的进风口, 集料器的出风口通过第二阀门连接离心风机的进风口, 离心风机的出风口依次连接第一阀门及第二冷凝管, 第二冷凝管连接粉碎机的进风口。

如今, 浙江力普生产的粉碎、收集成套生产线不仅用于可可粉的加工, 还广泛用在其他热敏性食品的精深加工, 深受国内外客商青睐。

浙江力普联系热线:
0575-83151666、83152666、
83153666、13806745288;
公司网站: www.zllep.com;
E-mail: zllep@163.Com
E-mail: zllep@163.Com

茅台保健酒业召开 “关于组织收看赵克 志书记指导息烽县常 委班子专题民主生活 会有关新闻报道”专题 会

6月9日下午, 茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司在 11 楼召开“关于组织收看赵克志书记指导息烽县常委班子专题民主生活会有关新闻报道”专题会议。

会议由公司党委书记谭定鸿主持, 参会的有公司党委、纪委班子、办公会领导, 各部门(科室)负责人及部分工作人员共 31 人。会上, 谭书记组织学习了茅台集团公司党的群众路线教育实践活动领导小组《关于认真收看赵克志书记指导息烽县常委班子专题民主生活会有关新闻报道的通知》文件精神。谭书记说: 6月8日晚 18:30, 贵州卫视已在“贵州新闻联播”头条播出赵克志书记指导息烽县委常委班子专题民主生活会时政消息, 19:30 播出了专题节目。专题节目于 6月9日晚 20:00 及 22:00 酒新闻后重播(收看频道: 999), 在座参会人员务必准时观看。

该公司第一期党的群众路线教育实践活动已圆满结束, 获得了集团公司督导组充分肯定。党的群众路线教育实践活动必将激发员工的责任感和使命感, 坚定大家爱岗敬业、爱厂如家的理想信念, 在工作能有出色的表现, 谱写保健酒业和谐发展新篇章。

(罗江琴)