

军地携手推动兴文县双拥工作再上新台阶

■ 本报记者 何沙洲

7月29日、7月30日，由四川兴文县委、县人大、县人民政府、县政协、县人武部等县五大家班子领导组成的拥军优属慰问团分两个分团，对该县人武部、县武警中队、县消防大队、驻九五二台武警中队、军休干部、三属、孤寡优抚对象、立功受奖现役军人及其他部分重点优抚对象进行了走访慰问，并送去了慰问金16.585万余元，慰问品价值3万余元。

在慰问驻军部队的过程中，慰问团向官兵们致以节日的问候，与他们亲切交谈，细心了解官兵们的学习、工作和生活情况，听取各部队近年服务地方建设和加强部队建设情况，仔细询问当前工作中的困难，并希望广大驻兴官兵继续发扬人民军队艰苦奋斗的精神，为确保兴文县社会稳定和经济发展再立新功。

7月31日，兴文县庆祝中国人民解放军建军87周年座谈会在消防大队会议室举行。认真听取驻军单位、双拥工作领导小组办公室的工作汇报和双拥工作领导小组成员单位代表的交流发言后，兴文县委常委、县人武部政委王世伟从讲政治、强国防的高度谈了对双拥工作的看法。并提出了用强军的思想干双拥；围绕发展抓好双拥；切实维护军民利益和扎实落实县双拥政策法规的具体要求。

宜宾市消防支队副支队长顾天兵代表驻军官兵表达了全体驻军对兴文县委、县政府、兴文县社会各界对驻兴官兵的深情厚谊，他表示，全体驻兴官兵一定不负党委政府和人民



●县委书记沈军带领县四大家班子领导慰问县人武部

民的厚望，将一如既往地拥护党委政府的领导，一如既往地视兴文为故乡，视兴文人民为亲人，热爱兴文、建设兴文，为兴文的全面建设和发展保驾护航。

兴文县委常委、县政法委书记朱远鹏向驻守在兴文县的中国人民解放军全体指战员、武警官兵、预备役军人致以节日祝贺，向全县广大复员退伍军人、军队转业干部、军队离退休干部、革命伤残军人、烈军属致以诚挚问候。他说：“兴文建设发展所取得的每一项成就，与全县扎实开展双拥工作密不可分、与驻兴军队的大力支持和帮助密不可分，都凝聚着驻兴部队的智慧和汗水。”

“大力支持国防和军队建设，是各级党委、政府义不容辞的政治责任。”朱远鹏说，要

牢固树立经济建设和国防建设协调发展的理念，一如既往地履行党管武装职责，全力支持部队建设，自觉做到重视到位、保障到位、教育到位、融合到位，为推动国防和军队建设科学发展提供坚强后盾。他强调，在加快经济建设的伟大征途中，做好双拥工作，就是在为兴文又好又快发展凝聚最广泛、最强大的力量，必须进一步加强对双拥工作的领导，完善军地协调机制，加大基层基础工作的力度，推动经济社会与国防现代化建设协调发展，奋力争创“全国双拥模范城”和“四川省双拥模范城”。

7月31日晚上，兴文县庆祝建军87周年双拥晚会在在葫芦丝合奏《美丽的石海》中拉开帷幕，唱响了军民联欢的和谐新曲，整场晚



●双拥晚会在石海剧场隆重举行

会气氛热烈，高潮迭起。舞蹈《军绿苗乡情》展现了苗乡儿女对军营的深切向往和驻军官兵与驻地人民的鱼水深情，一曲《女兵走在大街上》展现了军营儿女的青春朝气，一套精彩的搏击操《无地自容》搏出了青春阳刚之气，博得了观众的阵阵掌声。

精彩纷呈的节目，营造出了“军爱民、民拥军、军民团结一家亲”的良好氛围，弘扬了“拥军优属、拥政爱民”的精神。精彩的演出，丰富的内涵，将这台晚会的内涵表现得淋漓尽致——拥军优属、拥政爱民，充分表达了兴文全县47万人民对子弟兵的无限爱戴，同时也展示了军地双方的鱼水深情，共同描绘了苗乡大地军民携手共创美好未来的如诗画卷。

在12年的成长历程中，红谷以文化作为其发展的内在灵魂贯穿始终，成功演绎了以“家·伙伴”为核心的企业文化和以“和于自然、亦善亦美”为内核的品牌文化，由此造就和树立起红谷在业内独特的经营特色

和品牌形象。

红谷制胜的文化图腾

■ 黎冲森

2014年5月21日，广州红谷皮具有限公司在广州发布红谷最新品牌战略，知名影视明星陈数作为红谷品牌形象代言人亦正式对外亮相。红谷创立于2002年，目前在全国拥有一千多家门店，是国内皮具行业领导品牌。

企业文化定位：家·伙伴

2003年，董事长邓申伟提出打造以“家·伙伴”为核心的企业文化。其中“家”代表和谐温馨，“伙伴”代表共创共享。他说：“这切合了创业团队以及员工的心灵诉求。”这与邓申伟的创业经历有关。由于家境条件不好，邓申伟很早就出去打工谋生。在远离亲人的地方打工生活，他和其他工友一样对家的氛围和对工友伙伴的亲情化有着强烈的向往。所以，他创办红谷后，就从内心深处希望把“家·伙伴”作为企业文化的基因，以便让与自己一起创业的员工们感受到这种亲情化的工作和生活氛围。

邓申伟说：“在发展过程中，我发现，只有制度文化、物质文化、执行文化以及亲情文化完美融合，才能形成既有情感又有执行力的企业文化，由此红谷从作坊式甚至个体户企业的文化转化为有系统、有战略的企业文化。为此，邓申伟采取了两大策略：

策略一：联合投资。

在企业内部，红谷支持员工、代理商等作为投资人与公司共同出资，一起创业，开设红谷专卖店，并由此享受投资收益。邓申伟说：“因为员工手上资金有限，所以公司就以创业资金的方式贷款或借钱给他们，让他们开设红谷专卖店，甚至把公司投资的专卖店转手给他们，这样就让员工变成老板。实际上，我们是在整合公司的资源。”

“联合投资”机制最早在昆明试点。当时，公司总部与昆明代理商、一线员工共同投资，成立一家联合投资公司。该公司负责开拓和经营当地的专卖店和红谷原有直营店，而红谷当地的分公司则把职能转向服务于该公司，公司总部则主要负责产品开发和生产、品牌营销等。

这样，员工除了在公司任职所获取的基本本收入外，还可以拿到年终奖金并享受股东分红，极大地提升了一线团队的责任感和积极性，降低了员工流失率。这次尝试获得了成功，第一年该公司的投资回报率就达到近40%。现在，公司总部很多员工在玉溪、昆明、丽江、山东等地的分公司都拥有股份，享受分红权，同时他们照常在公司上班拿工资。在邓申伟的感召下，目前已有500多人成为老板级员工，成为红谷的事业伙伴。

策略二：建设社区型创业组织。

与此同时，红谷又把“社区基因”融入“家·伙伴”文化中。红谷把公司当作一个“大家庭”，也就是“社区”。基于此，邓申伟以社区基因对联合投资机制进行改良，在红谷推行员工合伙人机制，以开放性的共创共享机制鼓励员工参与开设红谷专卖店。这两种机制相融合，就催生出红谷内生性的社区型创业

组织。

红谷对社区型创业组织制定了相应的入盟和退出机制。比如，根据员工在公司服务年限和层级给与相应的担保、借款、贷款授信等支持。目前，社区型创业组织已在四川、贵州、甘肃、山东、湖北等区域落地，累计入股的基层员工近2000人。邓申伟说：“我们要在爱和制度两种文化之间找到平衡点，否则，只有情感，没有规矩，公司发展就难以长久。”

品牌文化演绎：传承、挖掘与升华

在打造企业文化的过程中，红谷从2006年开始着手塑造自主品牌形象的品牌文化，并确立了以品牌理念“和于自然、亦善亦美”为品牌文化内核，使品牌文化与企业文化完美对接起来。基于此，红谷采取了三大策略：

策略一：传承和挖掘皮具传统文化，让品牌文化成有源之水。

因为历史原因，文化断层导致品牌文化根基缺失，因此补齐文化短板是中国企业“跳龙门”的必由之路。为了弥补因近代社会变革导致的文化断层，红谷主动挑起传承挖掘皮具传统文化的社会责任。

一方面，传承和挖掘丽江束河皮匠文化。2009年，红谷投资兴建了国内第一家皮革博物馆，即束河皮匠历史展览馆，出版了文化丛书《束河皮匠600年传奇》。2012年，又投资兴建了国内首家箱包文化主题博物馆，即华夏箱包文化历史博物馆。此外，红谷还准备以东河皮匠文化作为丽江第五个非物质文化遗产进行申报，以此将中国皮具文化推向国际化。

目前，源自灵秀丽江的红谷，正力求将丽江独有的自然心境融入每一款产品设计之中，以此形成“阅尽繁华，悦享自然”时尚理念。由此，红谷将传统皮匠文化的精髓自然融入其品牌内涵中，以强化其品牌文化底蕴，并打通融入历史元素和现代美感的产品血脉，夯实红谷品牌文化之根。

策略二：多品牌战略丰富品牌文化。

2005年，红谷启动了多品牌战略，先后推出SISI(茜茜)和m2m两个子品牌。邓申伟说：“我们以多品牌满足不同市场需求，针对不同消费群设计出高、中端产品，希望国人未来膜拜国外高端品牌的现象不再出现。”显然，多品牌战略让红谷品牌文化不断丰富起来。

策略三：形象代言人让品牌文化承接地气。

在夯实品牌文化基础的同时，红谷又将品牌文化融入现代人文时尚气息，使之更接“地气”。2014年，红谷将其品牌个性定位为自然、优雅、灵动，新形象跃然于眼前。正是基于这种品牌文化内涵的调性，红谷邀请知名影视女明星陈数出任品牌形象代言人，让知性、优雅的陈数直观地诠释和演绎红谷品牌个性，并使之更好地与消费者需求直接衔接起来。

如今，时尚行业竞争白热化，且随着国际大牌的渠道下沉和中国市场的饱和，本土品牌的境况将遭受更大挑战。因此，本土品牌必须在守住原有市场的前提下强化自己的核心竞争力，并对品牌进行升级转型。红谷在品牌文化方面的传承与创新，正是其成为行业领导品牌的制胜法宝。



市文化局局长王永平一行到稻花香集团参观考察

7月25日，湖北省宜昌市文化局局长王永平一行四人到稻花香集团参观考察。

在稻花香集团执行副总经理刘运湘的陪同下，王永平一行先后参观了有所思产品展厅、包装工业园主体办公楼、藏酒洞和稻花香酒业“151”包装中心。

在有所思饮料公司，总经理张立新向王永平详细介绍了有所思产品种类、生产工艺等情况。王永平仔细查看了凝清凉

茶、粗茶淡饭、格瓦斯等系列产品。登上包装工业园13楼观光平台，王永平俯瞰了整个龙泉镇和稻花香集团全貌，刘运湘对在龙泉镇古文化街、稻花香科技工业园进行了详细讲解，王永平对稻花香集团又好又快的发展现状表示肯定。

宜昌市文化局副局长陈襄阳、办公室主任张海涛、文化科科长翁彦彦等陪同参观。

杨晓双 摄影报道

“家文化”暖了职工心

面对高温，中原油田采油三厂作业大队考虑到夏季炎热，每天1桶水满足不了职工饮水需求，便自发组织了送水小分队，每天专门奔赴18个作业现场进行送水。

“职工的事再小也是大事，只有尽力帮助他们，以心换心，才会赢得职工的信任。”该厂工会主席刘保军说。

近年来，采油三厂把关心职工冷暖，凝聚职工队伍与提升团队合作结合起来，不断强化“职工之家”建设，全心全意为职工搞好服务，确保职工拥有一个温暖的“家”。

我的家人我来帮

“可多亏了你们，看着我腿脚不方便，亲自找维修人员帮忙修水管线。”维修大队抽油机安装队职工谢庆忠对党支部书记张伟感激地说。

“我们对困难职工实行一帮一结对帮扶，这样便于关注帮扶对象的思想动态，生活上、工作上有困难了我们也可以在第一时间想办法，出主意。”张伟说。

今年以来，该厂按照“员工家庭状况清楚、困难原因清楚、就业情况清楚”的标准，将全厂25个基层单位划分为9个责任区，厂领导和机关科室长分片承包基层单位，各基层帮扶小组层层签订帮扶目标责任书，明确帮扶责任，细化考核办法，变被动帮扶为主动帮扶。

该厂在坚持“输血型”帮扶的同时，也在向“造血型”帮扶转变。李春玉是该厂马寨油藏经营管理区的一位职工遗属。多年来，该厂工会与其结成帮扶对子，不仅逢年过节对她进行慰问，还通过金秋助学活动，帮助她的两个孩子完成学业。如今，一家人脱离了贫困线，她们也时常尽自己所能去帮助周围的邻居。

两年来，该厂通过“造血型”帮扶，先后让5个油田困难家庭彻底脱贫。

你的情绪我来管

“大家像家人一样关心我，工作生活难题都得到解决，整个人感觉轻松了许多。”该厂女工小孙因家庭琐事得到解决，工作起来

也更有干劲。

原来，前段时间，小孙因与家人闹矛盾，导致整个人情绪低落，直接影响到工作。该厂心理咨询师陈利得知该情况后，主动与其谈心，帮她排解心中的负面情绪。“前线生产单位产量压力大、倒班生活忙、风险系数高给员工带来不同程度的倦怠、厌烦等消极情绪，我就是思想疏导员，谁心里有事，我都非常乐意帮他解决内心的问题。”陈利说。

从2012年开始，该厂开始建立职工心理帮扶中心，定期开展多层次的EAP心灵体验活动，组织心理讲座和培训，让员工的心理得到疏导，建立“无障碍沟通”网络，让员工与基层单位领导在网上直接交流，对于职工提出的问题和建议及时进行沟通。

“目前，我们还在探索建立职工‘情绪假’制度，只要职工觉得情绪可能影响安全生产，就可以享受半天‘情绪假’，从而保障职工安全上岗。”刘保军说。

幸福家园一起建

“这片石榴林是我们几年前种植的，由于平时疏于管理，去年结的石榴又小又少。这次我们给它剪剪枝，希望今年能结出又大又甜的大石榴。”在该厂油气集输大队“石榴园”里，青工崔庆华对着石榴树边剪边说。

好环境温暖人，好环境激励人。为给职工营造愉悦舒心的工作环境，该厂在每个三级单位设置了专职环卫和绿化人员。

与此同时，该厂还在线单位开展了“绿色环保计量站创建”活动，通过开展植绿护绿、建设污水回收池等活动，全厂69%的计量站实现了“三季有花、四季常青、绿美并举”。该厂员工20号计量站地势偏远，但丝毫不影响员工爱美的热情。他们在值班室的门前空地上，种植了油菜花、月季花等，每到春夏两季，一阵清风拂过，职工们总能闻到阵阵清香。

“一花一草，一树一景，这些都是我们用心打造绿色环境的基础。我们不仅要带头讲文明、树新风，还要为油田文明单位创建积极出力。”明20号计量站女工闫君丽说。

(中原石油报)

茅台集团技术开发公司在济南主办慈善晚会

近日，由茅台集团技术开发公司主办，山东大学国学大学堂、山东省阳光青少年素质教育研究中心、济南久好酒业有限公司承办的“弘扬传统文化，发扬中华美德，誉满中华”天道、师道、孝道酒慈善晚会在山东济南举行。活动旨在激励和感染更多的人加入“弘扬传统文化、发扬中华美德”的行列，共同推进中华优秀传统文化事业的发展。

山东大学校长陈炎，山东大学儒学高等研究院院长颜炳罡，山东大学哲学与社会发展学院院长刘杰，山东大学国学大学堂主任苏桂红以及山东电视台、齐鲁晚报、都市女报、凤凰网等媒体朋友参与了此次活动。

贵州茅台醇营销公司经理陈小明作为茅台集团技术开发公司代表在晚会上致辞，他认为文化是一个民族的灵魂，中华文化延续上下五千年生生不息、源远流长。中华文化的博大精深使中华民族绵延至今，这种神秘而强大的力量，是世界上任何一个民族都无法比拟的文化底蕴，传承弘扬中华文化是我们中华儿女义不容辞的责任和使命！由贵州茅台酒厂集团技术开发公司打造的“味品誉满中华 传承中华文化”天道、师道、孝道中华文化酒，把传统文化附加在产品上，用传统文化去影响消费者，让消费者感受中华文化的智慧。

在此次活动中，誉满中华酒运营商济南久好酒业有限公司为山东省阳光青少年素质教育研究中心捐赠善款人民币十万元。

(卢倩)

关公坊蝉联2014年湘鄂赣桂闽渝白酒质量检评金奖

近日，从湖北省酒业协会传来消息，关公坊选送的“38度V6”和“42度青花韵”产品荣获湘鄂赣渝闽白酒质量检评金奖，这是自2010年举办湘鄂赣桂闽渝白酒质量检评交流会以来，关公坊系列产品第五次获此殊荣。

据悉，本次交流大会于5月20-23日在广西壮族自治区桂林市隆重举行，此次质量检评会参评的白酒类样品共154个，鉴评小组成员由来自湘鄂赣桂闽渝五省一市的国家级评委和省市级评委组成。其中国家评委32名，省评委132名，整个品评活动分16个轮次进行，以密码编号进行评测，经过专家评委的认真尝评，关公坊选送的“38度V6”和“42度青花韵”产品最终脱颖而出，在香气和口感上得到了专家评委组的高度赞誉。

近年来，关公坊在产品研发方面坚持走以“醇爽淡雅型”等系统理论为基础，突出了五粮复合陈香、绵柔淡雅的独特风格，同时，全面加强酒体质量管理，及时把握产品质量动态，极大地满足了消费者把饮酒作为享受的需求，过硬的产品质量和优质的售后服务，赢得了广大消费者的青睐。随着行业的发展，关公坊酒业公司将不断加强自身技术水平，持续强化产品质量与食品安全管理，全面推进产品品质提档升级，为促进行业发展、向消费者提供健康优质的白酒产品而继续努力。

(胡树森)

浙江力普高效纤维素剪切粉碎机获国家专利

中国粉碎技术领航者——浙江力普粉碎设备有限公司研发的“一种高效纤维素剪切粉碎机”获得国家实用新型专利。该设备的研发成功填补了精制棉制备纤维素生产线中纤维素成品粉碎的不足，并可实现纤维素醚化反应后的干燥粉碎一步完成。

浙江力普为满足人们对纤维素醚成品微粉的粒度和生产率提出的更高要求，顺势研发出这款新设备。该机不仅破解了目前纤维素粉碎设备产量低、产品粒度不达标、粒度分布不均等缺陷，而且能大幅提高产量、降低能耗、提升产品细度，且具有干燥除湿的功能，为我国纤维素粉体行业提供了一种技术领先的超细纤维粉碎设备。该机产量达100-400kg/h，细度为80-100目，单位能耗达到甚至低于国外同类产品。

同时，在以精制棉粉碎制备纤维素醚生产线中，浙江力普研制生产的精制棉粉碎机产量达200-300kg/h，粉碎刀片采用高强度、抗冲击、耐磨性好的进口特种耐磨材料，并可重复使用，使用维护成本低、稳定性好，经山东、浙江、江苏等地企业使用证实，比同类产品产量可提高40%，耗能降低20%左右。该机型同样适合于绒状、絮状棉纤维及纤维素醚类产品(如精制棉、棉麻、光纤、泡沫、橡胶、薄膜等)的超细粉碎。

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