# 用更辉煌的旋律谱写“大美兰陵”金曲

## ——记深化改革中的江苏兰陵集团

■ 通讯员 张海峰 本报记者 李丙驹

**编者按**

江苏兰陵集团（以下简称“兰陵”）吸引我们特别关注的原因，不仅是这家“80 后”企业的“筚路蓝缕，以启山林”，更是他们一路走来、一路凯歌的发展历程。而且，这种发展让我们感觉到一听到它的名字，一看到它的标识就肃然起敬，全然没有有的企业虽然看似“不差钱”，但给人的感觉却是一个“暴发户”的印象。正是这种差异，我们对兰陵的尊敬油然而生。

当今中国的改革，已经进入“攻坚期”和“深水区”，前者意味着一个“难”字，后者代表着一个“险”字。正如习近平总书记最近所说的：“当前改革需要解决的问题格外艰巨，都是难啃的硬骨头，这个时候就要一鼓作气，瞻前顾后、畏葸不前不仅不能前进，而且可能前功尽弃。”正是在这种形势之下，兰陵提出了建设“大美兰陵”的构想，这是他们在“幸福兰陵”、“美丽兰陵”的基础上更上层楼的追求，鲜明地展示出这家中国涂料行业佼佼者不断开拓进取的勇士风范。

总裁陈春源表示，困难既是挑战也是机遇。在这样一个不进则退的关键时刻，以何种精神状态和行动投入深化改革的大潮之中，直接决定着企业的命运和未来。兰陵当然不会“小富即安”，振兴民族工业的重任还需他们付出更大的努力。为此，如何在深化改革的“攻坚期”和“深水区”建设“大美兰陵”，既是兰陵未来的愿景，也是企业发展的目标。对全体兰陵人而言，直面严峻的经济形势，紧扣国内外市场需求的脉搏，牢牢把握产业政策方向，以更道劲的笔触写好“大质量、大品牌、大市场、大责任”的文章，让兰陵这幕极具传奇色彩的发展大戏更加引人入胜。

纵观兰陵 30 多年的发展历程，觉得陈春源把兰陵今天的成功以及明天更大的成功，主要归结为“四个大”，是深中肯綮的概括。陈春源说，一直以来，我们始终高举振兴民族工业的大旗，胸怀坚定不移的质量诚信、矢志不渝的品牌诚信、马首是瞻的市场诚信和投效社会的责任诚信，使企业从小到大、由弱到强。在“四大”、“四信”这个大定企业兴衰成败的主要由前，我们从来不敢有丝毫懈怠，从来都把这个“顺之者昌逆之者亡”的“硬道理”，视为企业发展的重中之重。不管顺境逆势，我们胸有朝阳，面朝大海，春暖花开”

——切刚刚开始，——切扑面而来。在兰陵“幸福”、“美丽”的发展史册上，正在增添一页“大美兰陵”的画卷。

用过从甚密来形容本报与兰陵集团的关系颇为恰当。不过，令记者欣然前往的动力，是每次走进位于江苏省常州市东郊优美的芳茂山麓的兰陵集团之时，心中总会涌出一些既熟悉、又陌生的感觉，特别惬意的感觉是这家“80 后”企业始终充满青春活力的生命气息。

马年春末，记者又一次走进兰陵，采访兰陵集团总裁陈春源，开宗明义的话题自然是当前深化改革的迫言热语。从“攻坚期”、“深水区”谈到企业的应对之策，让记者强烈地感受到兰陵处变不惊的精神风貌和胸有成竹的发展后劲。陈春源娓娓论天下大事，立足企业实际推心置腹的谈论，使记者油然生出“与君一席话，胜读十年书”的感慨。

### 开篇“一席谈”：使“大美兰陵”先声夺人

> 企业家的政治眼界和经济头脑，再加上“普通真理”与“具体实践”的璀联整合，可说是企业成功的最大秘笈。陈春源以他合情意的表达论述最近的国家大事，以简洁明快的语境描绘企业现实状况，让记者犹如聆听了一首气壮山河的“流行金曲”。这支“金曲”，使“大美兰陵”先声夺人。

**记者：**这两年，国家好戏连台，大事不断，深化改革的强音如黄钟大吕响彻在每个国人的心中。请问陈总，您是如何看待当前的“国事”和评估企业的“家事”的？

**陈春源：**就“国事”而言，2013 年，是我国改革开放三十五年和现代化建设进程中取得辉煌成就的一年，是中国发展史上具有重大而深远历史意义的一年。十二届全国人大一次会议和全国政协一次会议在京举行，国家机构换届顺利完成；“神十”“天宫”对接，“嫦娥”“玉兔”奔月，国人飞天梦想探月工程迈出流星大步；上海自贸区挂牌成立，中国踏上扩大开放深化改革全新征程；特别是党的十八届三中全会胜利召开，清晰描绘了全面深化改革的宏伟蓝图，详尽制定了实现中国梦坚实的行动纲领。

关于“家事”。2013 年，对于我们兰陵集团来说更是不平凡的一年，面对复杂而严峻的世界经济形势、激烈而残酷的市场竞争，我们紧扣科学发展主题，大力开展“管理提升年”活动，千方百计解难题，全力以赴促发展，加快转型升级，推进创新驱动，企业发展实现稳中有进，各项事业取得持续发展，综合实力不断增强。这一年，是我们齐心协力、克服各种艰难险阻而取得胜利和成功的一年。这一年，也是我们可以满怀喜悦收获胜利和发展成果的一年。

回顾 2013 年，成绩鼓舞人心。我们在肯定成绩的同时，更清醒地看到在企业发展中存在的问题和困难，譬如某些重要战略市场开发尚未取得大进展，没有达到预期目标。对此，我们进行了积极深入地思考，已在着力实施解决，以确保 2014 年度各项工作的顺利展开。

**记者：**请谈谈集团的“马年打算”。

**陈春源：**2014 年是我国全面贯彻落实党的十八届三中全会精神、全面深化改革的第一年，将进入“十二五”规划第四年，对全面完成“十二五”规划至关重要，对党和国家事业发展具有深远影响。2014 年是兰陵集团的“全员素质和能力提升年”，将是我们取得稳步前进，实现持续健康稳步发展，再次站稳十亿平台的关键之年，做好今年的各项工作，意义重大。因此，我们要求全体员工必须准确认清国内外经济大势，牢牢掌控企业发展主动权。从国际形势来看，世界经济仍将延续缓慢复苏态势，虽然美欧“再工业化”效果初显，但是存在不稳定不确定因素，还处于深度调整期，我国外需出口难以根本好转。以智能制造和能源革命为特征的“第三次工业革命”方兴未艾，全球第三次能源大转换加快推进，供求格局正在颠覆，我国经济发展环境机遇和挑战并存。从国内形势来看，我国经济社会发展呈现出战略机遇期与改革攻坚期叠加、发展黄金期与矛盾凸显期交织的重要阶段性特征，国家仍将继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策。当前和今后一个时期，我国经济长期向好的基本面没有变，具有不少的有力支撑和难得机遇。工业化、新型城镇化、信息化、农业现代化这一“新四化”发展潜力巨大。特别是党的十八届三中全会对全面深化改革作出了总体部署，将进一步激发发展的内生动力和活力，这些都为我们兰陵提供了巨大的发展空间。

从行业形势来看，世界涂料行业已经走过高速发展时期，进入成熟期，发达国家市场已趋饱和，发展中国家和地区已成为竞争焦点，著名外资涂料巨头纷纷将产业转移到东南亚，并加快在华投资扩张，国内市场国际化愈演愈烈，行业洗牌进一步加剧，市场竞争进一步激烈。国内市场上，高性能防腐涂料将进入发展成长的黄金时期，一枝独秀。钢构行业在国家“十二五”产业倍增规划指导下，钢结构建筑的发展速度更加迅猛，这些都为我们兰陵实现涂料钢构两大产业互动联动良好发展搭建了广阔的市场舞台。

总之，2014 年，我们面临着良好的机遇和强大的挑战，只要我们科学破解难题，勇敢战胜困难，着力防范和规避发展中的各类风险，着力管控和化解各类危机，深处着力、精准发力，就一定能胜利登攀上更新更高更大的发展平台。

与陈春源的一席谈，使记者顺理成章地走进了打造“大美兰陵”的“四大”、“四信”的战略大门……

### “大品牌”是“大美兰陵”的擎天玉柱

> 品牌对于企业的重要性，无论怎样表述都不为过。兰陵的创业者们对品牌这个生死攸关的问题，自始至终有着清醒而迫切的认识。在兰陵人看来，品牌既是企业安身立命的基础，更是打造“幸福兰陵”、“美丽兰陵”和“大美兰陵”最强大的思想武器和行动利剑。作为企业嘉城国内外市场的“桅武器”，走向世界的“一十道”，报效社会的“财富凭证”，品牌就是企业的“擎天玉柱”。
>
> 不错，品牌是企业的擎天柱，但如果仅仅停留在这个层面上，还不能认为是全面的。真正深中肯綮的认识，是擎天柱查什么力量支撑起来的，那就是品牌创造者的品质。陈春源用“品牌如人，人如品牌”精神地表达了“大品牌”的深刻涵义。

记者从次采访兰陵，对兰陵品牌的发展历程烂熟于心：从宝钢的“免费起步”，到人民大会堂的二次夺魁，从神州飞船的青云直上，到青藏铁路的天路闪光，从国家大剧院到首都机场，从北京奥运会国家会议中心到上海世博会主题馆，从武汉新客站到广州南站创造近 5000 万单体工程历史之最，从各大主力设计院总包工程到央企大集团战略合作关系提升，从钢铁、石化、电力等传统市场纵深拓展到装备制造、新能源、高铁建设等国家新兴战略性产业和重大投资市场……兰陵品牌一路凯歌，为这些“国脸”、“准国脸”穿上“震撼羽衣”，展现飞翔流丹的情影。叩响国内市场的同时，兰陵品牌还一次次走出国门，远销亚、非、拉、美等国家和地区。一个个“优质样板工程”，树立了“兰陵”这块中国驰名商标巩雕天下的品牌形象。这些辉煌的成果，让人们对兰陵品牌投下了心悦诚服的最佳选票。

和许多人一样，记者对兰陵品牌的认识，也经历了由外到内的过程。沿着“透过品牌看品质，透过品质看人品”的思维路径，记者找到了兰陵品牌成功的根本答案，即“品牌如人，人如品牌”，也就是“大品牌”的理念和实践。

记者见过许多企业领导对干部员工提出要求，动辄口若悬河、飞流直下，或着一二三四、ABCD 非常“几股”，但大都言之无物、隔靴搔痒。像兰陵这样分别要求“领导干部”、“营销经理”、“营销员工”做好自己份内工作的事例，实在不多见。由于要求明确细致入微，希望情深服切可期，使兰陵这支铁军团队在打造品牌的战斗中所向披靡、无往不胜。

记者从集团有关方面获悉，兰陵对集团公司领导干部有八点希望和要求：

一是要坚定发展信念，始终保持高昂的精神气质，要有一种只争朝夕的工作热情，一种敢于改革、勇于创新的大无畏精神，拥有强烈的责任心和高度的事业心，一往无前、追求卓越；二是要不断提升系统思考、战略思考、辩证思考的能力，把握大局、着眼长远，在前进中战胜困难，在劣势中创造优势，推动企业又好又快发展；三是要率先垂范，增强转型升级发展的责任感和使命感，大力推进责任文化建设，形成人人守则、人人履责、人人尽责的良好氛围，确保企业转型升级稳步推进；四是要以身作则，带头加强企业文化建设，使传承美德和企业节支降耗融为一体，形成同心协力、齐抓共管的喜人局面；五是要坚持深入学习，提高总揽全局履行职责的能力；坚持求真务实，提高决策执行模范带头的能力；坚持团结协作，提高高效沟通和谐共事的能力；坚持廉洁自律，提高品行修炼加强修养的能力；六是要善于做好走动式管理，乐于到一线会诊把脉，下基层破难解困，真抓实干，补齐短板，提升管理水平；七是要着力抓好各自条线系统的建设，积极为下属搭建成长及发展的平台，支持下属的成长和成功，为兰陵事业的长期发展储备人才梯队；八是要做到坚持原则、公道正派、敢于担当、心怀坦荡，严格要求和解剖自己，积极开展批评和自我批评，不断提升个人的工作业绩与生命质量，使自己成为受人尊重、获人赞誉、社会认可的杰出兰陵人。

记者认为，正是有了对领导干部的“八点”“高标准、严要求”，兰陵品牌才在决策的层面上得到了坚实的保障。

紧随“领导八点”之后，是对各营销条线总经理、全体营销副总、区域营销经理的希望，集团要求他们应该做到以下方面：

各营销条线总经理必须始终坚定发展市场的强大信心和雄心壮志，肩负起成就企业持续健康、又好又快发展的历史重任。要不断提高战略思维水平，强势执行营销战略，不断创新营销策略。要统筹协调全面市场的战略布局，亲力亲为目标市场的战略开发，加强高端市场高层渠道的建立和运作，提升战略客户的合作层次和经营成效。要提高推进市场拓展的能力水平，努力实现传统市场品牌优化、新兴市场规模化、主导市场高端化，不断推动企业的转型升级和提质增效。要持续完善区域营销模式，创新发挥功能成效，实现区域平衡发展。要有效实现全面风险的刚性控制，提高市场风险的防范能力，加强客户管理，加快货款回笼。要加强营销队伍建设管理，大力培养年轻区域经理人才梯队，打造亿元级区域营销团队，带领地区经理团队开拓奋进，凝聚度坚克难的强大合力，开创营销工作的崭新局面。

全体区域经理必须始终满怀工作热情，充满工作激情，要处处体现出一种一呼百应、雷厉风行的精神，同时要处处展现出一种不畏艰险、勇挑重担的气概，展现出一种善于攻坚克难、勇于摧城拔寨的胆略，全身心投入到营销工作中去，为营销大增长再立新功。要精准把脉市场发展动态，清晰制定区域发展规划，敏锐把握、准确决策，慎密实施有效策略，一着不让抢抓市场先机。要持续提升市场开拓能力，大力实施营销创新模式，不断优化市场结构、客户结构，有效提升客户关系、竞争能力，不断开拓市场新领域，不断抢占市场新高地，不断开发形成新兴战略客户群体。要持续提高领导督战能力，站到市场第一线，沉到市场第一线，听真话、摸实情，带队作战、攻城略地。要持续提高学习应用能力，开阔视野思路，掌握较高专业知识，成为专家型、复合型客户经理。要持续提高团队管理能力，有效激励下属，加强沟通交流，发挥团队力量，着力培养五千万级然出营销精英，努力突破区域营销亿元大关。

集团相关负责人告诉记者，对营销经理这些中层干部的希望和要求，虽然紧紧围绕“市场”千叮万嘱，但说到底还是“万变不离其宗”，就是要让兰陵品牌立于不败之地，立于国内外行业之林，永葆“双料冠军”的青春与生命的活力。

“支部建在连上”的光荣传统，使兰陵对全体营销员提出“七个素养”的要求：一是要始终做到诚信正直、为人正派，常怀感恩之心，常做感恩之事，自觉提升兰陵形象，始终忠诚于兰陵事业。二是要始终践行“先做人后做事，做好人再做事”的不变思想，坚守社会公德，增强职业道德，提高个人品德。三是要始终保持奋发有为的精神状态，敬业勤业，全心全意开发市场，全力以赴干事创业。四是要正确对待成功与挫折，不能被成功和胜利的喜悦所陶醉而迷失方向，更要经得起困难和失败的磨砺，百折不饶，勇往直前。五是要创新营销思路，善于倾听客户诉求，及时挖掘潜在需求，做精做细做实各项服务，做强做优做大业务市场。六是要加强业务知识学习钻研，学以致用，学用相长，促进市场开拓能力水平的不断提升。七是要坚决摒弃小富即安、小成即满思想，不断开拓进取，实现长远发展。

记者了解到，陈春源在今年初的一次干部员工大会上激情洋溢地告诉大家，面对新形势、新挑战、新任务，当务之急在于各级各部门明确思路，制定措施，只争朝夕抓落实，雷厉风行去实干。勉励大家认真贯彻落实党的十八大、十八届三中全会和中央经济工作会议精神，坚持以科学发展观为指导，大力弘扬“创新、求实、团结、奉献”的兰陵精神，坚定信念，团结拼搏，攻坚克难，扎实工作，为圆满完成新一年各项目标任务，以更辉煌的业绩谱写“大美兰陵”的企业曲谱！

在记者看来，如果说品牌是“大美兰陵”的擎天玉柱，那“兰陵人的品质”就是擎天柱最本质的活的灵魂。采访中，陈春源对记者表示，“大品牌”要求我们必须高度重视以可产品质量的诚信，对品牌形象的诚信，对客户服务的诚信。我们要坚守诚信经营的底线，维护“老店”企业的良好行业口碑和市场声誉。我们必须自觉主动发挥主体作用，大力实施绿色低碳循环发展战略，做生态文明建设的倡导者、践行者和推动者。要以省级园林式单位为基础，营造春意盎然、生机勃勃的生态环境，通过加快绿色科研开发，执行绿色生产过程，持续实施清洁生产，从而全面提升绿色竞争力，形成优秀的企业生态文化，实现生态文明建设与转型升级发展的相互促进、有机统一，最终获得良好的经济效益、社会效益、生态效益。陈春源坚信，通过努力，兰陵集团必将成为被员工拥护认可、被公众赞许称颂的最佳雇主企业和最受尊敬企业，以更上层楼的劲笔书写“大美兰陵”金曲，从而实现兰陵事业的基业长青。

### “大质量”是“大美兰陵”的定海神针

> 质量是企业永恒的主题，全世界没一个质量差、光靠价格便宜的产品能够“长生不老”。市场是海，质量是船，品牌是帆，三者相依为命，唇亡齿寒。其中，一个生死攸关的要素是人品决定产品，素质决定质量，细节决定成败。产品质量是企业的生命，工作质量是员工的岗位。产品是钱，质量是命，不能要钱不要命。
>
> 我们这里所说的兰陵的质量，是兰陵企业、兰陵品牌和“大美兰陵”的质量，也就是“大质量”。质量水平，说到底都是管理水平的真实反映，有什么样的管理，就有什么样的质量。这的不说，就以兰陵 2013 年的“管理提升年”和 2014 年的“全员素质和能力提升年”为例，我们就能对兰陵的“大质量”管中窥豹，略见一斑。

与陈春源谈质量，第一印象就是他的“大质量”观。在这位勤于思索且常有真知灼见的企业家看来，质量不光指产品和品牌，还包含企业几乎所有的方方面面。这些，都是通过管理这台功能强大的机器来运转的。而管理，最终都是依靠人来执行和完成的。

记者从最近的采访中获悉，在 2013 年的“管理提升年”和 2014 年的“全员素质和能力提升年”中，兰陵在管理上有许多切实有效的举措，生动鲜明地展示出兰陵“大质量”的独特风采。

2014 年，兰陵继续推进“管理提升年”活动，坚持精细化管理思路，提升现代化管理水平，向精细化管理要最大效益。全面推行“目标管理、绩效考核”，把“目标管理、绩效考核”广泛深入到集团公司各个企业、各个部门、各个领域、各个环节。要求承包单位坚决执行承包合同，非承包单位要大力推行目标管理绩效考核制度，做到制度、态度、力度、速度的“四度”统一，实现科学化、长效化、可操作、全覆盖，以此促进战略管理、节支增效，提升产品质量、施工质量、工作质量、服务质量水平，实现各项管理再上新台阶，形成了从原料进厂到产品出厂的整个运营过程的高质量、高品质。

记者了解到，兰陵上下同欲，牢固树立大成本管理理念，全面掌控材料成本、营销成本、人力成本、管理成本、财务成本等一切成本因素，做到全员参与、全过程控算、全方位监督。

在采购部门，记者看到，他们充分发挥大宗原料集约采购决策优势，做足做好集约采购的大文章，确保全年生产的低成本、扩大经营效益空间。采购部门负责人告诉记者，他们严格执行采购管理制度，大力推行目标管理绩效考核制度，加强重点供应商考核评定，不断创新采购策略，创新开发货源渠道，严格实施质量协议，把好产品质量“第一关”。这次别当现的又一收获，是确知在采购大文章中也们又有新创意、新动作，集团公司组建成立了原材料采购招标小组，研究确定最佳招标形式，对年采购量大于 50 吨的 89 个品种实行招标制，大力加强“货比三家”的执行力度，提高其有效实施的透明度，大力发展电子商务，一可以实现分利用电子商务平台组织实施采购招标，另一方面要在此平台发布我们所需原料的具体技术质量指标，广泛寻求更多合格供货方。继续严格执行 ISO9001 质量管理体系中的采购标准和《原料管理规定》及其补充规定，贯彻“质量第一”的管理指导思想。

生产部门负责人向记者介绍，他们严格按照 ISO9001 质量保证体系管理要求，定期进行质量内部审核，大力开展质量管理执行循环活动，使得环节流转更顺畅，计划管理更科学，生产调度更精细，物料库存更合理。各环节工作质量得到全面提升，各类产品质量实现稳定提高，全年产品一次合格率达到 99.9%，比目标管理 98.8%提高 1.4%。2014 年，企业坚持确保质量管理体系和环境管理体系良好运行，不断加强产品质量把关控制，在大力开展质量管理第二轮循环活动，实现产品质量、环境保护有效双赢。同时，集团公司提出，将大力提升产品质量、施工质量、工作质量、服务质量水平，实现企业与市场客户的多赢。值得庆贺的是，在 2014 年“3.15”全国防火涂料专项检查整治活动中，兰陵牌防火涂料系列产品以其优异的质量水平得到国家防火涂料合格评定中心专家的一致好评，牢牢站稳行业领先地位，成为民族涂料品牌不倒的标杆。

在财务部门，记者看到的景象令人欣慰。他们按照公司要求，每个人都积极主动参与经营管理，深入一线，严格执行合同评审制度，有效发挥监控作用，实行涂料、涂装、钢构三位一体统一管理。

公司相关领导还给记者介绍，集团其它部门要始终增强成本管理意识，自觉形成降本增效思想，人人养成节支降耗习惯，全面杜绝各种浪费，全力压低运营成本。

着力创建本质安全，也是“大质量”的一大看点。相关领导告诉记者，“百年大计，安全第一”，已经成为集团举足轻重的一个战略支点。2012 年，兰陵集团通过了国家安全标准化二级企业认证，成为常州市第一家创建成功二级企业的单位。兰陵以创建常州市安全文化示范企业为动力，大力建设安全文化，实现企业本质安全。他们以塑造本质安全型员工、打造本质安全型设备、创造本质安全型环境、建立本质安全型制度为主要抓手，使员工在思想上时时想到安全，在行动上自觉自愿执行安全生产标准，做到“想安全、会安全、能安全”。通过强化员工的安全教育和安全技能培训，形成强烈的安全意识和安全责任感，从而实现企业生产安全稳定、员工家庭幸福美满的和谐秩序的共同目标。

兰陵深知人才质量在“大质量”中的决定性作用，为此，他们大力推进人才强企，加快壮大人才队伍；加强各类培训学习，提高全员综合素质。记者看到，在“管理提升年”中，加快人才培养是一大重头戏。据相关负责人介绍，兰陵大力实施人才强企战略，始终坚持德才兼备、以德为先的人才引进培育使用准则，夯实“筑巢”“搭桥”的人才环境基础工程，不断壮大各类人才队伍，让每一位优秀人才干事有舞台、成长有通道、发展有空间，让每个人都有“人生出彩的机会”。他们紧密结合企业实际，有的放矢地加快培养涂料产业发展急需的高层次创新人才，项目研发的技术带头人才，促进企业创新能力的跨越式提升。具体作法是，加快培养涂装公司发展所需的一级建造师、高技能涂装工程师人才，实现企业自给自足。与此同时，加快培养生产一线技能型骨干人才，建立起庞大的“蓝领”队伍。加快培养优秀的技术型管销人才，不断壮大销气篷勃的营销精英队伍。加快培养优秀的复合型管理人才，不断引领兰陵事业持续向上的辉煌发展。

在加强培训学习方面，他们以“全员素质和能力提升年”活动为重要抓手，以相应的机制和手段促进和保障全员培训学习，创建学习型员工、学习型班组、学习型部门、学习型企业，使创建学习型组织成为加快企业转型升级、提高企业竞争力的助推器，成为企业管理变革和创新、提高运营质量和效益的催化剂。集团公司要求领导干部必须十分重视和大力参与培训学习，尤其是营销地区经理必须起到模范带头作用，加强涂料基础专业知识的培训，以减少不必要的市场开发成本和技术服务成本。要求全体员工必须自觉学习各种科学文化知识、专业业务知识，主动加快知识更新，优化知识结构，拓展眼界视野，增强本领，赢得主动，赢得优势，赢得未来。

正是上述强有力的措施，使集团上下牢固树立起“大质量”理念，把质量管理扩大到企业经营的各个方面，不断完善全过程控制体系，持续强化全员性参与，不断提高企业质量管理和质量保障制度的先进性，大力推进卓越质量管理模式，形成过硬的质量执行力，狠抓产品质量、施工质量、工作质量、服务质量，推行产品质量问责制、验证制、评审制、末管制，全面了解客户对产品质量的个性化需求，降低产品质量代价，力争在各大专业市场上打造出更多精品名牌。

兰陵集团内涵深邃、令人耳目一新的“大质量”理念与实践，因为如鲜血一般渗透到企业肌体的每一个细胞，其聚散离合有一种无孔不入的力量。这种力量的运行和流淌，把企业肌体的各个部位都牢牢地锁定在一种规范之中，像定海神针一样横住了一切逾矩的企图和行动。由此，我们可以说，“大质量”，就是“大美兰陵”的定海神针。

### “大市场”是“大美兰陵”的金戈铁马

> 商场如战场，市场是大海。金戈铁马，千帆竞发，连者安居乐业，智者笑傲江湖。作为一种主宰世间万事万物的权威，市场将一切事物尽收眼底。
>
> 市场是企业永恒的主题，“大市场”是兰陵独特的理念。与陈春源谈市场，最鲜明的感受就是兰陵人的“大市场”观。在陈春源看来，只有光声奇人，出奇制胜，不断创造新的机制、新的产品、新的市场和压倒竞争对手新的态势，企业才能立于不败之地。这是“大市场”的基点，也是“大市场”的起点。

马年采访兰陵，自然从“马”切入。陈春源没有用“跃马扬鞭”、“马不停蹄”之类的成语，而是别具匠心地谈及了辛弃疾的名作《永遇乐·京口北固亭怀古》。在陈春源“大市场”的思维逻辑里，千古江山，舞榭歌台，风流总被雨打风吹去。尽管昨天你还“金戈铁马，气吞万里如虎”，说不定今天或明天就有人冒冒失失地问：“廉颇老矣，尚能饭否？”

话锋一转，董事长自然而然地把话题引向了兰陵的“大市场”。记者从最新资料看到的兰陵关于“大”的诠释，使他们的“大市场”理念与实践，成为国内外行业一睹为快、钦佩有加的亮点——

2013 年，各路地区经理团结拼搏、开拓奋进，带领全体营销员抓大项目、大订单、大客户，主力市场稳步发展，区域市场全面进步，薄弱领域有效突破，重大项目连战连捷。石油石化、装备制造业已形成第一主导市场方阵，钢铁行业、钢构制造业市场实现较大恢复增长，高层钢结构大厦建设板块市场量火燎原蓬勃发展，央企大集团市场继续挺进全面开花，保障房建设市场成熟操作期待爆发，粉末涂料市场突破发展瓶颈，成功用于长输管道的制造及项目的建设，这些都为 2014 涂料营销工作带来了美好展望。

近年来，涂料营销继续坚持了“大央企、大国企、大上市企业、大外资企业”的大市场开发战略不动摇，加大了对重点央企投资大项目建设市场的开发力度，着力培养了一批战略合作伙伴，提升了战略合作关系层次。继续围绕国家（能源发展“十二五”发展规划），加强了对全产业链市场开发，大力抓好煤电化、煤电铝一体化、炼化一体化、天然气一体化项目及其能源装备市场攻坚开发；大力重振火电市场，切实加强与火电设计院的战略合作关系，重点开发电力设计院 EPC 项目、五大电力公司投资煤制天然气项目；大力深入开发水电设计院，突破做大水电防腐市场，抓好风电、核电等清洁能源、循环经济产业链建设市场攻坚开发，扎扎实实做出成效。继续拓展高端装备制造业巨大产业市场，着力开发了一批一线大型重工企业，突出抓好海工装备市场重大突破。继续深入开发国家保障房建设市场，继续重振大型钢构制造企业配套市场，继续全方位战略性深度开发西部地区市场，积极大胆抓好央企投资项目攻坚。继续深入实施大城市开发战略，着力开发自贸区及各类开发区基础设施建设市场，抬头看大厦，低头看地铁，中间不放铁路火车站投资建设项目。粉末涂料营销正在努力成为中石油制造板块管道制造企业的配套单位，大力进军长输管道建设项目。彩涂营销部积极应对市场疲软、竞争残酷局面，坚持技术营销发展思想，加大多层次市场开发力度，立足高中端市场兼顾经济型市场的开发，壮大新兴客户群体，巩固提升优质客户供货份额，确保兰陵品牌强势控制地位，提高客户忠诚度。

钢结构营销坚定执行中长期产业发展战略，充分利用双查级资质，坚持向总承包商营销模式成熟转型，不断提升产业发展层次水平。提高市场适应能力，提升企业竞争实力，减少轻型钢构份额，加大力度向网架重钢桁架结构转型升级，大力开发国有大中型企业目标客户市场，逐步缩减民企市场份额，有效规避市场风险。

在兰陵的“大市场”谋略中，转型升级和创新驱动是企业紧扣市场主题的两大力作。因为成效卓著，成为“大美兰陵”一道亮丽的风景。这几年，兰陵集团坚决贯彻“集团化经营、一体化运作”的大营销战略思想，加强涂料、涂装、钢构高线联动，继续执行“大市场、大渠道、大客户、大项目”的大营销策略，持续提升战略性营销和顾问式营销力，加快市场发展方向层次的转型升级，深入开发战略性市场，做大做强现有主导市场，不断开发新市场，做大项目连战连捷。石油石化、装备制造业已形成第一主导市场方阵，钢铁行业、钢构制造业市场实现较大恢复增长，高层钢结构大厦建设板块市场量火燎原蓬勃发展，央企大集团市场继续挺进全面开花，保障房建设市场成熟操作期待爆发。相继完成了辽阳石化、锦西石化等高标准、精装修防腐防火、南京莲花化工区超大面积外墙涂装等重大工程，尤其令人欣喜的是，青奥会即将在南京开幕，兰陵牌涂料为宏伟壮美的双子座“南京会议中心”披上了华丽的外衣。近年来，“集团化经营、一体化运作”取得新成果收获新惊喜，继 2013 年国满完成涂料使用单位包钢集团千米棚网架结构 3100 万元制作安装工程后，又在 2014 年 1 月中旬与之签订了第二只工程量达 3300 万元的千米棚棚网架工程，这足以说明我们的工程质量及各项管理已充分得到大业主包钢集团的肯定和信任。这种运作方式在山东万华集团也开花结果，一句承揽了近 8000 万的钢结构制作安装工程。

从上列“成绩单”中不难看出，兰陵集团在转型升级的道路上，真正做到了稳扎稳打、步履坚实、成效卓著。成绩面前，以陈春源为代表的兰陵人并未被胜利冲昏了头脑，他们清醒地认识到，要完成转型更非朝夕之功，必须做好打持久战的准备。对于实志不渝要打造“大美兰陵”的兰陵集团来说，坚持科学发展、绿色发展、搞好转型升级，不管遇到什么困难曲折，都要充分相信中国经济增长的适应能力和恢复能力，切不可因一时之痛而重回发展老路，图一时之快而丢失长远之好。总之一句话，就是要用“大市场”的“金戈铁马”，展现“大美兰陵”的绚丽风采。

“大胆创新、眼光独到”，是兰陵“大市场”又一鲜明的特色。陈春源说，兰陵能够走到今天，而且还要走向明天，没有这个“特色”是不可思议的。陈春源进一步说，推进产业技术创新是企业的主攻方向，这样，企业才能始终保持着良好健康的发展态势。以下业绩，就是这种“发展态势”最有说服力的证明——

近年来，兰陵集团依托省级技术中心、省级工程技术研究中心和省级企业院士工作站三大研发平台，科研技术部门坚持以市场为导向，主动适应市场需求，不断完善科研开发、技术创新管理体系。成功研发了一大批附加值高、技术竞争力强、市场发展前景广阔的高新技术产品，使企业实现了由生产工程配套型涂料向生产工厂配套型涂料的转变。2011 年至今，研发经费年均超过销售收入的 3.5%。高额投入换来丰厚回报，企业自主知识产权的创造能力大为提升，集团公司申请专利 25 项，其中获得发明专利授权 8 项，22 只产品被认定为江苏省高新技术产品。集团先后主持参与了国家标准《工业建筑防腐蚀设计规范》、国家建筑工业行业标准《建筑用防腐涂料》、化工行业标准《卷材涂料》、《防火涂料》的制订。历年中国涂料的“黄金榜”上标明，兰陵牌涂料被列入国家级新产品、重点新产品 9 个，省级鉴定项目 20 个，部级科技进步奖 3 个，省级科技进步奖 3 个，省、国家级星火计划项目 19 个，省、国家火炬计划项目 6 个，常州市科技攻关项目 4 个，其它各类计划项目 6 个。高新技术产品已占年销售收入的 60%以上，成为企业经济效益的主要来源。

创新，特别是科技创新，使兰陵的“大市场”洋溢着经久不衰的生命活力。

记者从兰陵集团的最新统计资料中看到，2013 年，兰陵完成总产值 10 亿元，实现总销售收入 9 亿元，经营成效也取得了较好的增长，充分体现了他们坚持转型升级、坚持创新驱动、坚持走质量效益型可持续发展道路所取得的成绩，为集团 2014 年进一步发展打下了坚实的基础。

对于进入马年的兰陵，他们制定的 2014 年兰陵集团发展的总体要求是——

认真贯彻落实党的十八大、十八届三中全会和中央经济工作会议精神，坚持稳中求进的工作总基调和又好又快的工作导向，把改革创新贯穿于企业经济发展和经营管理的各个领域各个环节，保持营销政策和其他政策的持续性和稳定性，着力激发各部门和全体员工的创造力和活力，加快转变经济发展方式和产业转型升级，切实提高经济发展质量和效益，保持企业持续健康稳定高效发展，加快建成幸福和谐的大美兰陵。

全年的奋斗目标是：在国内外经济形势这么吃紧的形势下，确保完成涂料生产超 30000 吨；确保实现总销售 11 亿元，确保实现利税总额超 1 亿元。

“大市场”的“金戈铁马”，以铿锵激越的“音符”融入“大美兰陵”金曲的旋律之中……

### “大责任”是“大美兰陵”的生命丰碑

> 企业和企业家的责任是一个日久弥新的话题，企业的责任主要包含对员工和对社会两个方面。而要实现“责任”的目标，则是以企业业绩的大小来决定“责任”实现的程度的。换句话说，企业有多大的业绩，就能承担多大的“责任”。
>
> 用当今流行的经济热词来说，企业的业绩就是“改革红利”，包括看得见的“物质成就”和看不见的“精神硕果”。兰陵对员工和对社会不仅在“物质成就”上做微酬囊，在“精神硕果”上也特别注重人本文化的培育。这就是兰陵“大责任”的理念与实践。

每次采访兰陵，有一个双方心有灵犀的话题就是企业的社会责任。在陈春源看来，在企业做大做强以后，如何践行“大责任”的理念，是考量“大美兰陵”一个极其重要的标志。他以自己独到的理论识见分析说，社会达尔文主义者反对企业承担社会责任，认为慈善捐款等社会责任行为违背了优胜劣汰的进化规律，不符合自然进化过程，过度的社会保护会降低人类的适应能力。如果是这样，那人和动物还有什么区别呢？

陈春源很赞赏蒙牛集团老总牛根生说过的一段话：一个企业家掌控的财富越多，说明社会对他的信任越大，与他相关的人也就越多，他的所作所为也就越举足轻重……他是大家按市场法则共同“选举”的委托人，不承担社会责任行吗？越是这样的人，越需要进行个人道德完善，这一方面是让更多的人从他释放的能量中受益，另一方面这也是他赢得更大社会信任所需要支付的“成本”，也就是说，这是一个“社会公益”与“个人品牌”的共生过程。

诚敬断言！这不仅是赞同牛根生的真知灼见，也是佩服陈春源的鞭辟入里……

如今，兰陵集团已具备年产各类涂料 100000 吨的能力，能向国内外市场提供彩钢涂料、建筑涂料、工业涂料、船舶涂料、粉末涂料 5 大门类 1000 多个品种涂料产品，广泛应用于钢铁、有色冶金、炼化、电力、船舶、汽车、市政、基础设施等各大行业建筑领域，在全国树立了 500 多个优质样板工程，并成为国内各大国际工程总承包商的首选品牌；

与这些业绩交相辉映的是一系列省级、国家级荣誉：江苏省明星企业、江苏省重合同守信用企业、全国乡镇化工百强企业、国家重点高新技术企业，全国守合同重信用企业；兰陵牌涂料连续 7 次被认定为“江苏名牌产品”，“兰陵”商标连续 5 次荣获“江苏省著名商标”，2008 年 3 月，被国家工商总局认定为“中国驰名商标”……

记者欣慰地看到，上列“物质成就”，为“大美兰陵”奠定了坚实的基础，员工分享“改革红利”得以梦想成真。

陈春源对记者说，惠及员工、报效乡亲绝不是权宜之计，解决他们的后顾之忧是需要“真金白银”的。在这种意义上，让员工分享“改革红利”，直接表现为员工薪酬和福利待遇的提高。记者了解到，至今企业全员拥有“五险一金”。同时，还为企业原参股的村民小组中 60 岁以上的老人，每年提供医疗代金券、生活补助金。最新资料显示，截止 2013 年底，集团公司全年共为 529 名员工办理“五险一金”等各类保险，总计交纳总费用 618 万元，其中公司补贴达到 457 万元，从办理社保以来，公司累计补贴支出达到近 4000 万元，2013 年已为 368 名员工办理了住房公积金，2014、2015 两年将实现全员参办。

物质与精神，从来都是如影随形、相辅相成的，仅仅“不差钱”