

适应新常态,凝聚正能量;完善制度建设,创新工作方法 北重集团稳中求进发挥“半边天”作用

■ 郭新燕

2014 年来,北重集团女职工委员会在上级工会、妇联、计生组织及集团公司党委正确领导下,围绕大局,突出特色、主动作为,从强基固本、关爱行动、提素建功、源头维护等多角度多方位服务女职工,完善制度建设,创新工作方法,增强了女职工组织的吸引力和凝聚力,工作取得了明显成效。

巾帼建功助推经营发展。北重集团各级女职工组织融入工会全局,跟进集团经营形势,广泛开展了“巾帼创新业,建功十二五”主题竞赛活动。“比技能、赛质量、出精品”巾帼之星劳动竞赛;“创军品新高”、“工艺攻关”、“民品研发”、“精益管理”、“服务保障”等多领域专项竞赛。全年开展组织并参加竞赛 260 项;创建了以女职工名字命名的“创新工作室”2 个,“劳模创新工作室”5 个,研发项目 30 余项,并取得一项发明专利;创建自治区级“巾帼文明岗”3 个、包头市级“巾帼文明岗”3 个、包头市级“巾帼标兵岗”1 个。

素质提升取得新成效。北重集团组织动

员广大女职工积极参加“练兵比武”、“技能登高”群众性技术创新活动,2014 年,18 名女职工在中国职工技能大赛内蒙赛区的“维修电工、化学分析”工种;包头市“数控车工”和集团公司“加工中心、工具钳工、精益班组”7 个门类职业技能赛中,包揽了自治区“化学分析”第一、二名;11 名女职工在“高技能人才技艺演示”中推广传授操作技艺;所征集的 60 余项“先进操作法”得以推广。与此同时,以“女职工素质教育大讲堂”为载体,开展了多形式专业培训、目标培训、专家讲座,并通过集团公司工会网“职工教育服务终端”平台提供在线学习阅读服务,带动整体“提素”,所征集的 92 篇工作论文,其中“关于科学把握新时期企业女职工工作”的立项调研成果,荣获兵器华北片区和自治区总工会优秀调研成果一等奖,并做了经验汇报;年内共举办参加学习培训、成果交流和理论研讨 16 期。

维权服务实现工作常态化。北重集团坚持“大服务”理念,在实施“权益维护”、“健康关爱”、“助困帮扶”、“心理援助”、“文化权益

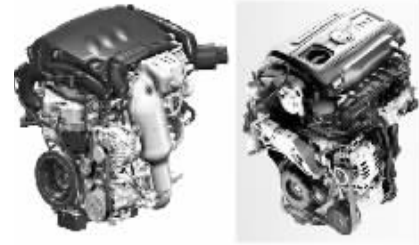
《女职工权益保护专项集体合同》和《女职工劳动保护特别规定》履约执行情况;深入推行女职工安协监督机制;有效落实答复关于女职工方面的提案;实施关爱女职工行动,依托“服务中心”,开展心理健康援助和“送文化”;全覆盖进行“两癌”筛查、健康体检,续保“特病保险”;全年给予帮扶慰问、跟踪救助的困难女职工、困难儿童、失独家庭 165 人次。

组织建设取得新进展。按照建设“学习型、服务型、创新型”女职工组织建设的目标要求,抓基础管理、强服务水平,全面推行组织建设企业化、规范化、示范化的模式,实行三级联创。2014 年“规范化组织建设”全面达标,“示范化”和“先进女职工”组织达标率进一步提升。与此同时推进精细化管理,严格执行《目标管理考核评价体系》,整体工作能力有效提升;执行“一线工作法”,实施重点工作在基层推进交流,2014 年针对“巾帼文明岗”创建工作,分别在争创国家级、自治区级和包头市级“巾帼文明岗”7 个单位进行现场典型经验的观摩交流、点评指导和考核验收。

强基提质计划生育全线达标。全面实施

单独两孩政策,确保了新型生育政策的有序实施和平稳过渡;强化目标管控,逐级落实计划生育工作目标管理责任制;计生服务标准化、规范化、信息化水平不断提升;均等化流动人口服务管理扎实推进,全年符合政策生育率、晚婚晚育率、职工生育保险参保率均为 100%,无计划外生育和非婚生育现象发生,北重集团连续 15 年荣获“青山区人口与计划生育工作先进单位”。

2015 年,北重集团确定的改革发展总体思路,既对女职工工作提出了新的更高的要求,也为广大女职工施展才华、彰显作为提供了更加广阔的舞台。各级女职工组织将充分认识当前工作面临的机遇和挑战,紧紧围绕集团公司战略决策和工会总体工作部署,把改革发展要求迅速转化为推动女职工工作创新发展的正确思路 and 有效行动,引领广大女职工以“巾帼不让须眉”的精神积极投身到生产经营主战场;倾力打造女职工工作的坚强阵地和深受广大妇女信赖和热爱的温暖之家,持续地为北重集团改革发展汇聚正能量。



奔跑吧,小排量 业内专家对比两款汽车发动机

■ 李华

《奔跑吧兄弟》第二季于成都正式开拍的同时,汽车圈里小排量发动机同样在奔跑,并迅速占领市场,尤以雪铁龙 1.2THP 及大众 1.4TSI 发动机最具代表性,近期业内专家针对这两款发动机作了一个对比。

动力滞后后的改善。以往的涡轮增压发动机有动力滞后的问题,雪铁龙 1.2THP 和大众 1.4TSI 通过缩小叶轮尺寸对此作出了改变。1.2THP 涡轮在 1000 转时介入,而 1.4TSI 为 1500 转,动力滞后得到改善。由于动力输出的平顺性,使车辆动力更易控制。

耐用性的提升。雪铁龙对 100 台 1.2THP 发动机总计超过 3 万小时的路试,最终设计寿命达到 24 万公里/15 年,这已远超一般家庭的换车年限。即使超过设计寿命,也不影响正常使用。而大众 1.4TSI 通过集成式设计,减少零件数量,使系统故障率更低,更可靠,设计寿命达到 10 万公里。

节能减排 so easy。雪铁龙 1.2THP 发动机采用全铝机身、DVVT 双连续可变正时优化气道,加上轻质涡轮,从而减少发动机自身动力损耗,测试综合油耗为百公里 5.4L,燃油经济性十分明显。

据悉,东风雪铁龙 1.2THP 即将搭载于其主力车型 C4L 之上,与搭载 1.4TSI 的大众新速腾继续展开竞争,这样的良性竞争能够给消费者带来更多更好更合适的产品。

家族企业 不必强求“子承父业”

随着中国民企发展 30 多年,很多民企已经进入到接班高峰期。孩子不仅是父母血缘的延续,更承载着继承和超越父母事业的期望。曾几何时,家族企业“子承父业”,被当作天经地义。但这一传统正受到现实的严峻挑战,呈现给我们的,不仅是超过八成二代不愿接班或者是非主动接班,另一个调查则显示超过六成的民营企业家长担心孩子能力不足以接班。代际的互不信赖,让很多社会人士担忧不已,因为未来 5-10 年我国将进入民企换届的高潮,如果接班人解决不好,中国的第一代民企将何去何从呢?

实际上,家族企业的接班难题,并非中国独有。美国布鲁克林家族企业学院的研究发现,70%的家族企业没有能够传到下一代,80%的不能够传到第三代,只有 3% 的家族企业的第四代还在经营。但美国的创业激情并没有因此受到抑制,美国的经济也并没有因此受到影响。相反,二代不愿意接班,让该死的家族企业死掉,对经济社会发展倒是一件好事。我国正处于调结构转型的关键期,相当多的民企从事的是传统产业,顺应家族企业的规律,未必不也是件好事。

换一种思维,父母是父母,孩子是孩子,每个人都拥有自己独立的灵魂,都有权做出自己的选择。作为父母,希望“子承父业”的用心可以理解,但父母代替不了孩子,做不了孩子的领航员,只能做孩子成长路上的协助者。其实,不少不愿意接班的富二代,并非真的不愿意接班,而是因为他们还没有尝试够真正的自己,不愿意承受父母光环背后的巨大压力,他们需要一点自我发展的空间,需要真切自我体验。退一步海阔天空,在这个事必强调创新的时代,我们为什么就不能抛弃子承父业的传统思维呢?为什么就不能尊重一下富二代的意见呢?

富二代不愿意接班,并不是因为他们没有事业心,而是因为他们有他们自己的兴趣、爱好和理想,如果我们能够因势利导,给予他们振翅高飞的空间,给予他们必要的帮助,也许就会成就他们另一番精彩人生。或许,自己创业的企业是死掉了,但一个新的更有生命力的企业却诞生了。小企业变成大企业,大企业变成伟大企业,伟大企业变成长寿企业,世界企业史表明,的规律是:打破“代际锁定”,实行所有权和经营权分离,引入职业经理人制度,是不二法门。

实际上,强迫“子承父业”,在一定程度上,就代表着一种狭隘的世界观,将企业单纯看作自己财富积累和人生价值实现的工具。而实际上,企业的成长是一个创造社会财富和福利的过程,更是一个分享快乐的过程。子承父业,是一种选择,但不是唯一选择,根本不需劳烦学者、政府来操心,顺其自然,“江山代有才人出,各领风骚数百年”,我们的富二代不应该都是“接二代”,更应该是“创二代”。 (慎思)

从员工到管理者的 七个成功特质

■ 禹志

“什么样的员工与众不同?什么样的员工可以获得提拔?”有无数人同我说过、讨论过。但或许你是第一次看到并悟到在企业真正获得上司提拔和赏识的秘诀,尽管有时老板对你青睐有加,那只是偶然的夸奖,只有使自己表现非常突出之时才能获得提拔晋升。这也是竞争激烈的现代社会,使自己脱颖而出的绝好方法。你应该这样去做,因为你的上司曾经也是这样做过的。

1、以积极、勇敢的态度面对工作。积极的心态,使工作中存在的所有问题都可能转化成机会,一定要理解这一点。积极的人看问题背后的机会,并勇敢面对和予以解决。以勇敢的心态面对困难,并随时准备接受重大挑战,你会获得更多。如果失败了,你不要推卸责任。承担全部的责任,并从失败中总结经验教训。一定相信:这正是上司开始考察和相中你的好时候。

2、证明自己是天生的领导者。拿破仑说过“不想做元帅的士兵不是好士兵”。因此在做员工的时候就要无时无刻准备体现领导力。工作敢于负责,做事冲锋在前,员工和同事自然会追随你,这就是天生领导力的真正内涵。尽管领导者有各种不同的风格,但所有领导者都有共同的魅力:即负责、诚信、拥有无所畏惧的自信,这在企业里如金子般珍贵。

3、时常对上司说“没问题,请放心,我会搞定”。上司交代的工作,一定要保质保量完成,使上司放心,在有机会提拔时上司一定第一个想到你。因此,在日常工作中要一直张开双臂,接受挑战性任务,并报以“没问题,请放心,我会搞定”,这是对责任的承诺。工作越困难,你越要自信,百倍努力将工作完成。这是员工获得晋升的重要前提。

4、冷静沉着,不感情用事。人生有起伏沉浮,工作有顺境逆境,不管如何你要能做到胜不骄、败不馁,保持平和心境。当前企业的天性是不断变化,拥抱变革。只有在工作中保持灵活性、适应性、稳定性且不屈不挠,不感情用事的人,才会获得最好的成功,好好掌控和修炼自己的情绪。

5、视公司、上司目标为自己的目标。这不是说要让你对公司盲目地忠诚或表示对上司职位的野心。毕竟,任何员工都可能被炒鱿鱼或自己走人。但一个没有目标的人或不能将自己与公司目标保持一致的人,无法在任何企业获得成功。理解公司如何运转及目标所向,努力将公司目标、上司目标当成是自己的目标,你的行为便更精进。

6、想方设法把工作做到最好。尽管你很努力,却一味蛮干,工作效果和效率便打折扣。因此,在工作中是需要开动脑筋的,想方设法地采取多种方法和手段,科学完成目标和任务,把上司交代的任务做到最好,尽可能超越上司的期望,这表明你有能力获得更高职位的挑战。聪明与才智可以让你打败竞争对手,赢得晋升之机。

7、为公司壮大与利润提升奉献自己所有。也许说这句话,有人认为是漂亮话或不真实。但任何企业老板都喜欢花钱多办事、能创利的员工。因此,如何使自己工作更有效率,降低工作成本,保持旺盛斗志,不断创造价值,舍与得、成与败在一念之间,懂得奉献的人,一定会有好的回报。

任何一个普通的员工,如果能做好以上七点,拥有以上 7 个成功特质,将会成为不平凡的员工,因为这将是你美好职业生涯必备的特质。“成功者非常人,让自己与众不同吧!”

太重鼓乐团开展“新春文化大拜年”活动



记者从太重获悉:新春佳节之际,蜚声国内外的锣鼓艺术劲旅——太重鼓乐团 2015 年“新春文化大拜年”活动拉开帷幕。

该鼓乐团从各表演队伍中抽调和选拔精兵强将 150 余人,组成四支精干的表演队伍,从正月初一至初七的七天中,同时在北京地坛公园、武汉的欢乐谷、山东的台儿庄市和太原市动物园举行锣鼓艺术表演。此次所表演的曲目大都是在以往多次竞赛中夺冠的节目,其中包括《晋阳鼓韵》、《黄河船夫》、《龙鼓飞扬》、《欢庆》、《秦王点兵》等优秀曲目,届时观众能够亲身体验鼓乐团队形齐整、服饰鲜亮、排山倒海般的鼓乐声震撼着万里晴空的动人场景。据太重鼓乐团团长李万忠说,同时在国内 4 个城市举办“新春文化大拜年”活动,在太重鼓乐团成立近 20 年来还是头一回,其目的就是为了弘扬祖国的优秀文化艺术,向全国人民献上一份精美的文化大餐。(曹克顺)

你把手机当商机还是仅仅是通话的玩具

2014 年对很多人来说,都是不平凡的一年。因为这一年中,有人借助机遇发达了,有人错失机会倒下了。发达的人还是倒下的,很多都是手机惹的祸。

为何手机在一年之内会影响如此多人的命运呢?因为有人把手机当工具,所以手机为他创造了巨大的财富;有人把手机当玩具,所以手机浪费了他大好的青春。

那么,2015 年整个社会会发生什么变化呢?如果你今天还把手机当作一个仅仅是通话的玩具,那么你就大错特错了。因为移动互联网时代的到来,手机不再是用来通话的玩具,而是用来经营事业的工具。

只要你是懂得运用手机的人,哪怕你曾经是一个不起眼的小伙子、小姑娘,也一样可以借助手机成就你的伟大事业。用好了的手机,你不用上班,因为手机就可以上班;你不用打卡,因为手机随时随地可以工作;你不用跑路,因为手机可以将你的信息送到世界各地;你不用愁钱,因为手机创业资本可以忽略不计。所以,移动互联网时代的到来,打工

者将越来越少,创业者将越来越多。一部手机足可以成就你一生的事业。

如果你此时还在拿着智能手机找工作,那么相当于你捧着金盒子做乞丐。手中握着一个赚钱的工具,却还在到处找工作,多可笑、可悲啊!

要知道,人之所以能改变世界,征服自然,不是凭一股蛮力气,因为人懂得使用工具,所以这个世界的庞然大物都被人制服。因为有人不相信科学的力量,所以过去多少武林高手都死在了机枪下。今天多少实体店都死在了移动商铺下。

移动商铺的产生,不管传统店铺比速度、比成本、比范围、比利润、比服务,实体店都无法与之抗衡。实体店与移动店的竞争完全不是一个等级。面对移动互联网的到来,传统店铺的价格战、渠道战、广告战、规模战通通失效。如果今天的实体店还是抱着传统的经营理念不改变,那么 2015 年你将会输得更惨,这决不是危言耸听。

今天我们是否懂得利用小手机,把握大

商机呢?恐怕是还有很多人对于移动店铺的到来不屑一顾,依然是我行我素地陶醉在传统实体店中。这就如武林高手不知道手枪是什么玩意,结果一身武艺也被小小的手枪干掉了。

一个国家的落后,一个民族的落后,一家企业的落后,不怕经济落后,只怕思想落后。过去我们不相信洋枪洋炮的威力,结果几十年一直被动挨打。今天,如果我们再不相信手机的威力,那么将会有更多的实体店成为市场的牺牲品。

因此,对于移动互联网的到来,不管你是老板还是员工,千万不要认为移动互联网跟你没有关系,你可以不管它,那么你就大错特错。因为你不在乎移动互联网,并不代表移动互联网不会影响到你。当你的员工、你的客户、你的竞争对手都进入了移动互联网,你能说移动互联网跟你没有关系吗?你能说移动互联网不会影响到你的前途和命运吗?所以与其将来被动挨打,不如现在主动变革。小手机大商机,大家好好把握吧!(立延)

工业品品牌四步集成法

■ 丁兴良

在工业品企业的品牌建设与塑造实践中存在较多问题与困惑。传统的产品品牌、企业品牌以及后来大家都在倡导的服务品牌,这些品牌的塑造方法与结果在工业品营销中的投入和产出是极其不平衡的。究其原因有二:一是工业品的品牌是一个个业绩积累起来的,客户理性决策出于对风险的防范都不愿意做“第一个吃螃蟹的人”,产品在实际使用中反应出来的客户满意进而产生的信任以及由此形成的展转介绍和实际验证是工业品品牌的灵魂;另一个是传统塑造方法耗时长、费用高、品牌积累效果差,差异小、易模仿、难出彩,可能形成了知名度但美誉度和信赖感低,对销售的促进效力也就低。

为此从 AT 法则出发,结合工业品的特征,纠正传统的以企业品牌、产品品牌及服务品牌为核心的品牌建立方式,提出工业品企业品牌塑造四个全新路径:企业家品牌、企业文化品牌、管理模式品牌与雇主品牌。工业品品牌集成塑造模型为工业企业的品牌建立设计了最优路径。

1. 企业家品牌。企业家品牌也就是企业

形象人格化,利用企业家思想的社会共识以及企业家在行业以及管理等方面的社会话题引爆的流行,以点带面浓缩企业个性的新型传播,旨在建立企业系统的公信力。

2. 管理模式品牌。对企业的管理体系进行归纳,参照管理文献以及相关体系认证的要求结合企业的实际运作,整理一套具有企业特色的、经过实践检验的、实际操作性强的体系化管理模式。便于内部管理的可控性,以及对外购并和整合时利于管理输出。管理模式品牌,旨在建立企业系统运行的可靠性以及发展的持续性两个方面的信任。比如,对产品质量、客户关系、技术研发、生产过程等方面的具体管理模式。

3. 企业文化品牌。从企业的组织行为特征、员工心智模式、企业社会活动所折射的企业价值观、特殊事件(或特殊时期、突发事件)中所体现的员工凝聚力等多方面,勾勒出企业中各种关系的综合状态。企业文化品牌,旨在对内凝聚人心、对外传达企业价值观,利于合作和柔性传播。

4. 雇主品牌。工业品是客户用于再生产的使用工具,一般谈判后有一定的生产周期,更主要是使用的周期较长,对技术、质量与服

务要求很高,而这一切都需要人来完成,不同人产生的效果差别也很大。

雇主品牌就是关于企业人力资源方面的品牌体现,通过企业内部对相关人才的具体措施以及员工的感受在企业外对相关人才的感召以及潜在影响,从而形成内外人才对企业的认知与归属自豪感。雇主品牌的打造,旨在建立企业系统信任下的个体人格信任。要在正确处理好在取员工的同时,更要妥善处理好员工的离职并加强与离职员工的沟通,使得无论在职还是离职都是企业雇主品牌的宣传者。

综上,从企业家品牌、企业管理模式品牌、企业文化品牌、雇主品牌四个方面立体塑造工业品企业品牌,其投入的成本较少、对企业实际运作指导性强,具有企业独特的烙印,很难模仿。

工业品品牌四步集成法,依据工业品企业的发展阶段、企业实际环境、企业营销战略的不同,可以采取不同的先后次序以及不同的侧重点,也可以将其中的某两步组合在一起,在每一步的集成中也有很大的空间供企业结合实际展开。