

董明珠:担当社会责任是最灿烂的企业文化

■王正润

4月28日,格力电器董事长董明珠在北京获颁“全国劳模”荣誉称号。熟悉董明珠的人都知道,纵横商海20余载,董明珠获得过数不清的荣誉,“中国经济年度人物”、“杰出企业家”、联合国“城市可持续发展宣传大使”……而其中,董明珠很看重“全国劳模”这一殊荣。因为在她眼中,这个奖不仅是代表社会主义核心价值观的政府荣誉,也是一个企业家的人格魅力和企业文化的具体体现。

诚信品质注入企业经营

诚信是董明珠常常挂在心中的两个字,也是她成功的重要素质。搞营销出身的董明珠对于诚信有着深刻的见解。在产品生产上,临危受命的董明珠,“像修炼生命一样修炼质量”,切实保障消费者的利益。在与经销商的合作中,她明确提出,“宁可格力吃亏,也绝不让商家吃亏”,与经销商患难与共。在对待员工时,她“把员工利益摆在首位”,与员工风雨同舟。这,都靠的是她良好的诚信品行。作为回馈,她赢得了市场,获得了尊重。

在很多时候,企业掌舵人的品格和个性也影响着企业的品质。不可否认,董明珠的诚信品质也注入了格力电器的企业精神。

在格力的企业文化中,质量就是生命,投机取巧从来就没有“立身之地”。格力从售前、售中到售后,全程保护消费者的利益。董明珠说,“我们的产品质量,追求最完美的一种境界,就是我的消费者用上格力空调,从此没有售后的苦恼。要想每年几千万套都做到这样,你想我们不苛刻要求自己,怎么能够实现?”格力从产品的源头到生产的各个细节全部实行严格的质量控制。

例如,为了控制零部件的产品质量,格力建立了行业独一无二的筛选分厂,这就意味着进厂的每一个零配件都要经过各种检测,合格后方能上生产线。

不仅如此,在董明珠的带领下,格力电器始终坚持提供“高标准、高起点”的产品,制定



功成名就后,董明珠仍然保持着那股创新、不懈怠的狠劲,除了日常管理经营外,她还做产品代言人、出境微电影,甚至著书立说、励志演讲。2014年9月17日,董明珠被联合国正式聘为“城市可持续发展宣传大使”。

的质量标准全面超越国家质量标准。本着追求卓越品质的高要求,格力电器不断完善技术标准体系,实施系统化管理。1996年,格力电器率先通过了“ISO9001质量管理体系”认证;2004年,获得“ISO14001:2004环境管理体系”和“OHSAS18001:1999职业健康安全管理体系”认证证书;2007年,通过“QC080000禁用物质管控体系”认证;2008年,获得“BRC全球标准——消费品;第二类”证书。

如今,诚信已经成为格力电器和格力人的灵魂。格力的产品质量得到稳步提高,售后故障率年年下降,在行业内奠定了“好空调,格力造”、“买品质,选格力”的良好声誉,先后荣获“世界名牌”、“国家出口免检产品”、“国家商标战略实施示范企业”、“中国商标金奖”等荣誉称号。2014年,格力实现营业收入超

1400亿元,家用空调连续20年蝉联国内销量第一、连续10年蝉联世界第一。当下,格力正在走出国门,走向世界。

以担当社会责任为己任

董明珠日前在接受记者采访时表示,中国企业走出去、实施国际产能合作,应依靠技术服务当地消费者、合法经营,并以担当社会责任为己任。

5月19日,由中国商务部和巴西工贸部共同主办的中国-巴西工商峰会在巴西利亚举行。会后董明珠在接受新华社记者采访时表示,中国和巴西都是发展中大国,而且巴西与中国能形成产能互补,合作前景十分广阔。

她认为,中国企业在巴西投资首先要融入当地。中国与巴西距离遥远,文化相异。只有通过不断增进了解,克服文化、地域和政策差异造成的障碍,才能适应陌生环境,在巴西市场立足。

2001年,格力在巴西玛瑙斯设立其海外第一个生产基地。15年来,格力在巴西经历过各种“水土不服”,因此在中国企业投资巴西以及中巴合作方面积累了丰富经验。

董明珠说,企业的经营理念和发展战略决定了其担当和责任。格力集团的国际化并不是简单出于企业自身数量级的变化需求,更不是为了把国内产能转移出来;而是源于自我挑战,以及用技术改变生活的责任意识。

“国际上对中国制造还存在一些偏见,”董明珠对记者说,“的确,最初我们有一些企业缺乏足够的责任意识,这是应该检讨的。但现在,我们应该给世界一种全新认识,证明中国制造绝不是低质低价的代名词。中国企业要靠技术、质量和全新服务理念走向世界,这是企业责任,也是民族承诺。”

人格魅力成就企业精神

功成名就后,董明珠仍然保持着那股创新、不懈怠的狠劲,除了日常管理经营外,她还做产品代言人、出境微电影,甚至著书立说、励志演讲。2014年9月17日,董明珠被联合国正式聘为“城市可持续发展宣传大使”。

“作为草根平民励志典范,董明珠给了太多人力量和希望。”格力相关负责人表示,就如电视剧亮剑中的主人翁李云龙一样,董明珠就是格力集团的企业精神符号——敢于挑战未知。在董明珠的参与和推动下,公司通过建设全面、开放、持续的“格力掌握核心技术”的自主创新工程体系,实现了从“规模驱动业绩增长”到“创新驱动持续发展”的战略转变。目前,在实现空调制造专业化的同时,格力的产品还覆盖到了光伏变频离心机、空气能热水器、空气净化器等一系列产品,成功创建了格力电器、凌达压缩机、格力罗西尼、格力磁电等一批有竞争力的工业企业。

津洽会成为企业文化战场 中医药老字号齐聚亮相

5月19日,2015年津洽会暨PECC博览会圆满落幕。本届展会紧紧结合国家五大战略叠加机遇,取得良好成效。展位总数达到2800个,12个国家和地区、34个省区市团组、近8000家企业参展参会。会上实现引资签约额226亿元,商品贸易额8.5亿元,300名博士、1260名高级人才达成合作意向。

据了解,在本届津洽会上,京津冀、自贸区、一带一路成为参会各方聚焦点,本市及各省市推出引资项目2000多个,达成合作意向的640余个,涉及轨道交通、电商物流、新能源、先进制造、商贸、旅游、金融服务等诸多领域。加拿大、意大利、韩国等境外展团的投资商、进口商对本市的投资环境及合作项目均表现出浓厚的兴趣,许多项目还达成了初步的合作意向。同时本届津洽会平台作用突出,境内外政府机构、协会与企业举办的会中会活动达到36场,其中自贸区政策说明会吸引近800人参加、电子商务论坛达到1000人,均取得很好效果。

津洽会不仅成为企业展示产品、品牌的平台,还成为许多企业展示企业文化的战场。记者博览会期间从津洽会老字号展区现场看到,天津中医药老字号企业隆顺裕、达仁堂、乐仁堂、第六中药厂在天津中新药业集团有份有限公司率领下齐聚津洽会,为广大参展客商展示了企业积极向上的精神风貌。

记者在津洽会现场看到,老字号展区内,中新药业180平方米的展示厅格外引人注目,速效救心丸、舒脑欣滴丸、藿香正气水、金芪降糖片、注射用黄芪多糖等国内外知名中成药悉数亮相,而以“创新立业、实干兴企,承载健康梦”为主题的健身项目展示和专题讲座更是吸引大众目光。津洽会期间,隆顺裕的秧歌队、达仁堂的柔力球队、乐仁堂的腰鼓队、六中药的扇子舞队与达仁医院的健身操队让人耳目一新。

据介绍,中新药业营业收入已连续5年保持两位数增长,2014年,公司总资产54.37亿元,同比增长3.32%;累计实现营业收入70.87亿元,同比增长17.92%;实现自营业利润3.29亿元,同比增长10.06%,创历史最好水平;连续6年位列中国医药工业百强;连续7年荣膺“中成药出口五强企业”称号;连续两次获评“高新技术企业”与“AAA级信用企业”荣誉称号。(吴巧君)

伊藤洋华堂:运动会是一种很好的企业文化

“一场运动会的意义在于让员工懂得感恩、感谢。”成都伊藤洋华堂总经理金晓苏认为,这是企业文化建设中非常重要的一点。文化建设不能停留在口头而是要有实际行动。员工通过日常销售,以及每年的春游、运动会等大型活动感受伊藤文化,特别是体育运动更能让员工在日常生活中增添愉悦心

情和人生欣喜,自然会把愉悦带给更多的顾客。

金晓苏说,时代不断发展,顾客来店希望感受到更多热情,热情不是每天重复工作,而是通过员工在伊藤工作获得欣欣向荣的每一天,并将自己的快乐传递给顾客,进而影响更多的成都市民和地区社会,影响整个社会风气朝更好的方向发展。

今年两会之后,“互联网+”不仅成为最热门词,也成为很多企业转型升级的新引擎。而早在去年,三胞集团就在互联网领域进行了一系列大刀阔斧的并购,一批充满活力的互联网公司加入了三胞大家庭,这一系列大手笔的背后无不映射出三胞集团打造“互联网+”生态圈的决心和速度。在与大V们的交流中,三胞集团商圈执行总经理刘冰也与大家分享了三胞集团打造“互联网+”生态圈的构想和规划,让大家认识了一个不断创新和可持续发展的三胞集团。

虽然很多人知道三胞集团是一家多元化的企业集团,不过当看到三胞水亮相时还是有些惊讶。三胞水可不是一般的矿泉水,这是产自“中国天然苏打水之乡”黑龙江克东县的天然苏打水,被誉为“黄金之水”、“肝脏之水”、“生命之水”。为了证实三胞水的独特性,工作人员现场为大家进行了几项测试,取了市面上普通矿泉水进行比较,经测试,三胞水是呈弱碱性的,富含多种矿物质,小分子团的特性让冷的三胞水也能将茶泡开。现代医学证明,坚持饮用弱碱性的天然苏打水,能够促

进排毒,活化美颜,提高人体的新陈代谢能力。

作为微信微博达人,怎能少得了手机,吃饭上厕所都是机不离手,一个不小心,喝水时泼到或是掉进马桶里,都是常有的事儿。不过手机怕水已经是“过去式”了,宏图三胞工作人员为大家演示了一种手机防水“神器”——纳米镀膜,日前,宏图三胞携手机纳米技术全球知名研发企业Digilink共同将纳米高科技应用到手机镀膜中,技术人员利用负压真空机器在手机外部、内部以及所有接口镀上一层超薄的纳米防水涂层,只要3分钟时间,让手机穿上纳米“外衣”之后,就再也不怕掉进水里了。在体验了纳米镀膜后,很多大V赞道:“对我们这些机不离手的人,真是一个极好的福利啊!”

在参观三胞集团过程中,这些大V也在自己的微信微博上写下了参观感悟,对三胞集团的企业文化大加赞赏。

运动会还激发了员工的创新精神,为伊藤培养了更多的人才。

从第一届开始至今,运动会完全由员工独立思考策划完成,每位员工都怀揣着“能参加运动会真好”的信念来到赛场,并将平时的教育运用到各种表演创意中,这让金晓苏感到非常欣慰。(成园园)

微博微信大V亲身感受三胞集团企业文化

■王启明

5月10日,来自全国各地的40多位微博微信大V走进三胞集团,感受三胞集团独特的企业文化和管理理念,以及不断创新、用互联网和科技为日常生活带来的巨大改变。无人机航拍、智能机器人展示、互联网+分享、三胞水实验、纳米镀膜服务……每个项目都让大V们“惊艳”。

这些大咖从全国各地汇聚南京,参加由南京报业传媒集团主办的第三季“带着微博游南京”活动,他们的平均粉丝数都在10万-150万之间。在5月8日-11日活动期间,大V们除了遍赏南京美景、尽品南京美食之外,还参与由南京市委宣传部重点打造的“首届南京网友节”活动,同时参观南京的新媒体社区、企业电商等,体验南京市民的非E生活,三胞集团就是其中重要一站。

大V们首先参观了三胞集团企业展

厅——三胞之家,具体了解了三胞集团22年的创业历程和五大产业板块。漫步在繁花似锦的三胞园区,大V们纷纷拿出手机,边走边拍,并及时在微信微博上与网友分享互动。

在大V们参观期间,一架无人机一直在“跟踪”,随后大V们在会场欣赏到无人机航拍的视频,从空中俯拍的三胞大楼和园区的全景更加壮观、美丽,为大家换个视角看三胞。智能机器人科技感十足且萌萌哒的舞姿也给这场参观互动带来很多欢乐。无人机和智能机器人都是三胞集团下设的红兵工作室正在研究的智能化课题产品,该工作室通过对国际上先进的智能产品的专题研究,从而对三胞集团的零售业引入高科技、智能化品类,进行差异化竞争提出可行性建议。

今年两会之后,“互联网+”不仅成为最热门词,也成为很多企业转型升级的新引擎。而早在去年,三胞集团就在互联网领域进行了一

系列大刀阔斧的并购,一批充满活力的互联网公司加入了三胞大家庭,这一系列大手笔的背后无不映射出三胞集团打造“互联网+”生态圈的决心和速度。在与大V们的交流中,三胞集团商圈执行总经理刘冰也与大家分享了三胞集团打造“互联网+”生态圈的构想和规划,让大家认识了一个不断创新和可持续发展的三胞集团。

虽然很多人知道三胞集团是一家多元化的企业集团,不过当看到三胞水亮相时还是有些惊讶。三胞水可不是一般的矿泉水,这是产自“中国天然苏打水之乡”黑龙江克东县的天然苏打水,被誉为“黄金之水”、“肝脏之水”、“生命之水”。为了证实三胞水的独特性,工作人员现场为大家进行了几项测试,取了市面上普通矿泉水进行比较,经测试,三胞水是呈弱碱性的,富含多种矿物质,小分子团的特性让冷的三胞水也能将茶泡开。现代医学证明,坚持饮用弱碱性的天然苏打水,能够促

进排毒,活化美颜,提高人体的新陈代谢能力。

作为微信微博达人,怎能少得了手机,吃饭上厕所都是机不离手,一个不小心,喝水时泼到或是掉进马桶里,都是常有的事儿。不过手机怕水已经是“过去式”了,宏图三胞工作人员为大家演示了一种手机防水“神器”——纳米镀膜,日前,宏图三胞携手机纳米技术全球知名研发企业Digilink共同将纳米高科技应用到手机镀膜中,技术人员利用负压真空机器在手机外部、内部以及所有接口镀上一层超薄的纳米防水涂层,只要3分钟时间,让手机穿上纳米“外衣”之后,就再也不怕掉进水里了。在体验了纳米镀膜后,很多大V赞道:“对我们这些机不离手的人,真是一个极好的福利啊!”

在参观三胞集团过程中,这些大V也在自己的微信微博上写下了参观感悟,对三胞集团的企业文化大加赞赏。



王军生:把孝德融入企业文化

“这个活动很好,弘扬了孝道文化,传递了正能量,希望更多的人有所感悟。”5月21日,在德州市第二届“百佳孝贤”颁奖盛典上,德药制药有限公司德州办经理王军生对记者说。

“现代企业文化是以人为本的文化,而人的素质在企业文化建设中起着至关重要的作用。孝是做人的基本素质和道德根本。在孝道文化的传承中,我们可以找到企业文化建设的切入点。”王军生说。德药制药有限公司一直把孝道文化作为企业文化的首要核心,公司走廊随处可见孝道文化的宣传板,在评选优秀员工时,公司一直把孝作为一项重要标准。除此之外,企业经常在内部举行“十佳道德模范”“十大孝星”等评选活动,让孝老爱亲成为企业风尚。

“能将孝道作为核心信条的人也必然会体现在敬业精神上,这都是相辅相成的。”王军生说。德药制药有限公司这些年一直热衷于公益事业,经常组织“社区送健康”,关爱老年人等活动,公司曾荣获“德州市十大最具公益与社会责任感”称号。

“我的父母今年都80多岁了,平时一有时间,我就回家陪陪他们。这些孝贤代表,是中国孝道的体现,全社会都应该以他们为榜样。”看着孝贤代表的事迹,王军生深有感触,“今后我们将更加专注于投身公益事业,将社会责任放在首要位置,为社会注入更多正能量。”(董建新)

淮南洛电:企业文化活动有声有色

■刘颖

前一阵子,大唐淮南洛河发电厂女工委主任陶宏一直忙个不停。因为近些年每年的这个时候,她都要为一年一度5月份举办的各种文体活动做准备。

“前年举办了体育节,去年是艺术节,每年参与的人数都有千人以上。”陶宏说,今年,洛河发电厂把文体活动的主题定为健身节,通过开展健身趣味竞赛、健身知识讲座等贯穿全年的各类健身活动,活跃文化氛围,凝聚人心,鼓舞干劲。

上世纪80年代,洛河发电厂在淮南投产,成为华东地区主力火力发电厂之一,各种光环集于一身。“那个年代,谁能进洛河发电厂当个工人,就会成为被羡慕的对象。”淮南洛河电厂员工回忆说。

30年河东,40年河西。由于燃料价格持续上涨,同类企业蜂拥而上,职工队伍年龄老化等内外多重因素叠加,洛河发电厂逐渐变得“黯然失色”,曾经的辉煌正在渐行渐远。不少骨干、能手被周边同类企业纷纷“挖走”,企业发展一度陷入困境。



“想来想去,我们还是认为只有把生产搞上去,才能给职工带来最大的利益。怎么把生产搞上去?那必须依靠人,所以我们在大唐集团公司‘务实、奋进、创新、奉献’精神统领下,策划开展了‘我爱洛电我家’系列主题文化活动。”大唐淮南洛河发电厂党委书记郭世新说,“我们试图用文化引领,让企业走出困境,重铸辉煌。”

思路虽然明晰了,但是能否打赢这场“翻身仗”,谁都没有把握。唯一的选择就是:必须逆水行舟,勇往前行。

“过去人们常把文体活动说成‘吹拉弹唱、打球照相’,我们现在就是要以创新开展企业文化活动这种形式,激发职工斗志,服务企业生产,说干就干!”大唐淮南洛河发电厂纪委书记兼工会主席周刚说。

既要文化留人,还要感情留人、待遇留人。有一名广西籍职工,进厂时间不长,父亲重病急需用钱,厂里知道后,发动大家为他捐款,筹资5万多元;一名太湖籍职工,父亲重病,厂里领导坐了三个多小时的车,亲自去他家里看望……

企业效益不好,怎么用待遇留人?“我们只能在现有‘蛋糕’的基础上,把绩效尽可能多地向一线、骨干职工身上倾斜。”大唐淮南洛河发电厂厂长肖学好如是说。

陈明是一名“80后”技术工人,看到有同事跳槽后待遇涨了很多,他的心里也曾难以平静。“我很想去,但又不忍心。”陈明说,企业多次安排他去上海等地学习培训,并把他放在重要岗位锻炼,如今已经成为运行二分场的锅炉专业工程师,是一名发电一线的管理人员,“有失就有得。留在洛河,我不后悔!”

经过不懈努力,大唐淮南洛河发电厂从前几年的亏损实现了近年来的盈利,职工们的福利待遇逐渐高了起来,大家工作的热情也更加高涨起来。洛河发电厂真正走出了困境,迎来了全新发展的春天。

近年来,大唐淮南洛河发电厂先后荣获“全国电力行业优秀企业”、“全国模范职工之家”等一系列国字号殊荣,还被评为大唐集团“一流企业”、“文明单位”等称号。2014年,“我爱洛电我家”企业文化活动更被授予全国电力行业企业文化优秀案例一等奖,荣誉连连。