

# 亚马逊西雅图总部探秘,深度体验亚马逊企业文化

吕果

尽管已成立20年,但亚马逊仍在飞速发展,四年前全球仅有3万员工,而目前这一数字已达到16.5万名。而亚马逊是一家什么类型的公司呢?有人认为是电商,有人认为是IT互联网公司,有人则觉得是数字出版公司或者业务提供商,真正的答案或许是“全部正确”。

## 创新点燃激情

亚马逊对创新发明充满热情,产品与服务内容不断完善,Kindle Voyage电子书、Fire TV电视盒子、Echo智能音箱等产品,以及面向消费者的Prime会员服务、面向企业的AWS云服务、面向第三方卖家的FBA亚马逊物流服务、面向作者的KDP(Kindle Direct Publishing)数字出版业务等,都是亚马逊创新精神的最佳诠释。

近期,亚马逊还开启了星期天的快递服务,并针对美国大城市及英国伦敦的Prime会员提供一小时送达的Prime NOW服务,最快一笔订单的配送时间仅为23分钟,这对于习惯周末休息的美国人、英国人来说已经是相当惊人的效率了。

特别值得一提的一款产品是Dash Button,这个看起来很简单的小按钮,却是亚马逊的一项创新。它使用WiFi连接,可以将一些重复购买产品的下单变得极其简洁,按一下按钮,等待收货就好。可以预期,用户下单的转化率也会相当的高。

## 建筑和独特文化

当年选址时,亚马逊首席执行官贝索斯一眼就选定了位于西雅图市中心的联合湖畔,因为他认为这里很有灵气。没有明显的界线提示,就可以走进亚马逊总部建筑群。这里的办公楼没有大兴土木,多是在老式厂房的

时值亚马逊成立20周年,折扣力度堪比“黑五”(Black Friday)的“Prime Day”亚马逊全球促销活动已于美国东部时间7月15日顺利结束。自从亚马逊中国去年发布“海外购”商店以来,中国消费者也可借助亚马逊中国(Z.cn)“海外购”商店,以实时同价直达亚马逊美国(Amazon.com)全部25个品类的300万优质海外选品。从电子商务起源地亚马逊西雅图总部来解读亚马逊企业文化,进一步了解推动亚马逊持续创新发展的企业理念与动力源泉。

基础上改建而成,尽可能保持了原始容貌和人文气息,甚至所有楼宇外墙上都完全看不到亚马逊相关标识。总部内,大大小小20多个建筑群组成了一个规模很大的社区,颇有校园感觉,所有亚马逊总部被称为“城市工作园区(Urban Campus)”。

亚马逊每一栋楼都有一个独特的名字,来铭记公司发展过程中那些重要的人或事物。比如Van Vorst,这栋楼原本属于当地一家家具工厂,命名也延续了当时工厂的名字。这里的一层是一家咖啡厅,其中一面展示墙特别引人注目。原来在亚马逊,每个项目上线后,团队成员都会聚在一起签名留念,这面墙上收集了几十幅这样的签字,并与亚马逊取得的一些成绩并排展示。

## 企业文化无处不在

亚马逊崇尚节俭。最初创业为运营节省成本,贝索斯把办公地点设在他在西雅图家



中的车库内,并把自家的门板拆了下来作为办公桌,称之为“Door Desk”。后来虽然企业不断发展,但公司勤俭节约的文化一直在延续,甚至专门成立了Door Desk奖项,颁发给那些在工作中不断帮助公司节省成本、提高效率的优秀员工。在Van Vorst的咖啡厅顶部,就以无数门板作为装饰,体现企业的文化。

从Van Vorst走出来,左右两边是DAY1 NORTH和DAY1 SOUTH两座建筑。DAY1来自于亚马逊首席执行官贝索斯的理念,意指不管公司发展到什么程度,不管取得了多少成就,仍然要把每天当作第一天,用心做好当下。对了,贝索斯自己的办公室也位于DAY1 NORTH。

虽然亚马逊不断发展,机构与规模日益增多,却一直奉行“两个披萨”的小团队文化,即一个项目团队的晚餐需要能用两个披萨来解决,因为只有这样才能更灵活、更高效。受到这样的文化熏陶,在电梯间、办公区里,经常可以看到玻璃墙板上员工在写写画画,记

录瞬间迸发的思维灵感。

和大部分大公司一样,亚马逊也有多处自建的员工餐厅,比如DAY1 NORTH地下的车库餐厅the Garage Café就准备了丰富可口的午餐,价位也适宜,通常一份价格约在10美元以内。通往餐厅的一个通道里,还有对BROOMBALL的介绍——这是亚马逊员工自创的一种运动,由一群人用扫帚赶球并射门,有点像曲棍球,但所用的球却有瑜伽室里的健身球那么大。

在Van Vorst的门口,还有一架超过两米的呈站立姿态的北极熊化石。据说这只北极熊化石是亚马逊拍卖业务最早拍卖出去的物品之一,后来又回到了亚马逊家中。

这些非常鲜明的关键词:客户至上、创新、追求卓越、注重长远、内敛与环境友好等等都是促成亚马逊独特文化的基底,这些元素以及贝索斯的坚持,让亚马逊能够在全球范围内高速发展,对整个行业影响深远并广受认同。

# 玉柴在中国企业文化百人学术论坛上获嘉奖

7月9日至11日,由中国企业文化研究会主办的“第九届中国企业文化百人学术论坛”在苏州开幕,论坛的主题是“提升管理·创造价值——企业文化评价体系建设与评价方法创新”。论坛期间,玉柴做典型发言,且玉柴申报的《如何构建企业文化核心理念体系》论文获企业文化科研成果一等奖。

多年来,玉柴注重通过顶层设计推动企业文化建设,有效确保了企业文化与企业经营发展相匹配,使企业文化能够在企业发展过程中发挥引领作用。2014年,玉柴集团发布“二次创业”发展战略,据此,玉柴同步制定了新的企业文化战略规划,使企业文化与企业经营发展高度融合,实现对企业发展

的引领与支撑。同时,玉柴不断夯实自身企业文化体系,玉柴企业文化体系包括内容体系、组织保障体系、传播体系、建设体系、评价体系等。近年来,玉柴企业文化体系得到了进一步充实,比如内容体系方面,玉柴于2014年提出了构建绿色价值体系,经过一年的运行,玉柴绿色价值体系已经初具雏

形,取得了突出的成效,进一步深化和拓展了“绿色发展,和谐共赢”核心理念的内涵。在企业文化建设体系方面,大力推进内部企业文化示范基地的评选,推行星级评价机制,大力开展系列企业文化活动,同时大力开展子文化建设和异地文化融合等方面的指导和实践。

(玉宣)

# 从“芭蕾脚”广告看华为的内部文化

李玮

7月20日,据外媒报道,在面向全球市场销售智能手机和路由器的过程中,华为正在经历“缓冲年”。过去10年中,华为一直寻求外界对该公司的理解,但并没有取得太大的成功。

为了解释华为的处境,华为创始人任正非今年早些时候启动了一项全球性的广告宣传活动。任正非选择了一张图片代表公司,但这一选择在华为员工和社交媒体用户之间引起了争议。这张照片的主体是芭蕾舞演员的双脚:一只脚穿着精致的丝绒芭蕾舞鞋,而另一只脚伤痕累累。

任正非认为,一只脚上的伤痕代表了华为发展过程中遭遇的种种困难,包括他本人曾经面临的挑战,以及华为员工为公司做出牺牲。华为表示,为了公司的发展,一些员工自愿放弃了假期。

负责此次宣传活动的华为董事会成员陈黎芳表示:“这只受伤的就是任正非本人。”然而,根据华为一些员工的说法,以

及发布在华为内部讨论版上的信息,部分华为员工认为,这张照片是负面的。有人认为,华为应当使用印刷广告、在线广告和广告牌广告来展示公司的最新产品,振奋人心。

这一内部争议也有助于外界了解华为这家中国最成功科技公司之一的企业文化,以及任正非这类企业高管的处世哲学。任正非经历了文革,并成为了中国第一代民营企业家的。

在全球许多地区,凭借快速增长的研发支出,以及积极竞争的文化,华为的发展速度很快。华为一些前员工回忆称,由于通宵工作,许多员工睡在办公室的床垫上。

近日,华为宣布,该公司上半年营收同比增长30%,至1759亿元人民币(约合283亿美元)。这主要是由于网络设备和智能手机的销售。华为没有披露净利润数据,但表示上半年的运营利润率上升至18%。去年,该公司的运营利润率为11.9%。

去年,华为营收同比增长21%,增速高于2013年的8.6%。华为的增长在中国、欧洲、中

东和非洲等地区尤为强劲。华为去年的研发投入同比增长也达到近30%,至66亿美元,高于苹果的60亿美元。

华为正在开拓除电信设备以外的其他市场。根据IDC的数据,第一季度,华为是全球出货量排名第四的智能手机厂商。

目前,华为的海外市场营收已高于国内市场。即便如此,华为仍很难被认为是一家全球性公司。

作为华为的企业传播负责人,陈黎芳表示,许多消费者和企业对华为并不熟悉,并希望了解“华为实际上是一家什么公司”。最新的广告宣传活动希望展示,在华为成功的背后,除了努力工作之外“别无其他秘诀”。

陈黎芳于1995年加入华为。她表示,根据亲身经历,她也认可此次广告宣传的创意。在内蒙古从事销售工作期间,她有时需要搭乘公交车前往偏远城镇,忍受艰苦的住宿条件,面向不太了解华为的客户销售设备。她表示,在看到光鲜亮丽的一面时,也不能忘记另外一面。

去年12月,陈黎芳的团队在华为内网上

首次展示了这条广告。一些员工表示,他们并不喜欢这条广告。华为一名员工在内网中评论称:“我们为何不能既专注又愉快?对客户重要的是,你带来了什么价值,而不是你忍受了多少痛苦。”

几名前员工认为,对华为来说,如何管理新一代员工是一项挑战。华为以高强度的工作环境著称,某些时候这被称为“狼性”。

华为发言人表示,华为每年在全球范围内招聘约1万名应届生。他表示:“重要的一点在于,这些新员工能理解公司的价值观和文化。这是公司过去成功的基础,也是未来继续获得成功的关键。”

一名曾在华为工作几年的前员工表示,他被老板要求在夜间和周末随时接听电话。他直言:“如果你在华为工作,那么就没有个人生活。”

华为发言人表示,客户“依赖华为为它们的核心业务提供支持,而我们专注于满足这些业务需求”。他还指出:“对客户的专注使华为有别于竞争对手,这也是我们公司发展的中心。”

# “小葵花”走进明星企业体验活动在陕鼓集团启动

为了增进“流动儿童”对社会、企业的认识,帮助他们树立职业观念,传递社会各界对“流动儿童”的关爱,近日,由共青团西安市委、陕西省宋庆龄基金会等单位举办的“小葵花”走进明星企业、对话企业家及职业体验活动拉开帷幕。陕鼓集团在良好的品牌形象和对社会责任的积极践行,被选为该活动的启动地。当天上午,100多名进城务工人员子女走进陕鼓,进行了一次别样的活动体验。陕西省宋庆龄基金会常务副主席、原省委常委、省纪委书记李焕政,共青团西安市委副书记汪国栋、陕鼓集团党委副书记、工会主席王建轩等参加了活动启动仪式。陕西省宋庆龄基金会副主席尹维祖主持了启动仪式。



王建轩首先代表企业对小朋友们的到来表示欢迎。王建轩说,“小葵花”走进明星企业的过程中,积极履行社会责任和义务。参与社会各界团体的扶贫帮困、助残、助学等各类公益活动,引导员工积极践行,并主动承担社会责任。在践行社会责任方面的成效得到上级组织的肯定与认可。陕鼓集团将在此次活动中积极贡献力量,同时继续践行“向上向善”优良文化,积极履行社会责任,为社会公益事业做出更大的贡献。

汪国栋在发言中表示,希望通过此次活动帮助“流动儿童”们点燃自己的梦想、勇于追梦,并通过自己的努力实现梦想。希望参与活动的明星企业人员在活动中多与孩子们多

交流,与他们分享成长经历和工作经验,为他们的未来职业规划起到指路人的作用。

在当天的启动仪式上,“小葵花”中的学生代表与大家分享了自己的成长经历和梦想,表达了要通过自己的努力为社会做出贡献的美好愿望。启动仪式后,“小葵花”们参观了陕鼓总装车间、知识展厅、叶片车间、文化长廊等,近距离感受了现代科技的日新月异和工业文明的魅力。同时还和陕西省十大杰出工人、西安市劳动模范、陕鼓创新工作室的张戟进行了互动交流,张戟与孩子们分享了自己小时候做玩具、做船模、做航模的心得体会,激发了小朋友们浓厚的创新乐趣。张戟鼓励小朋友们要勤思考、勤动脑,保持好奇心,养成独立观察、独立思考的习惯。

据悉,此项活动将在暑期每周开展一到两期,持续到8月底,将有500余名进城务工人员子女分别走进航天六院、可口可乐公司、法士特等陕西省内的10家明星企业进行参观、对话与体验。我们也希望更多的人能加入到关注“流动儿童”的行动中来,关注“流动儿童”的成长,传递关爱之情。

(谢雨)

# 中石油山东销售公司:企业文化从点滴做起

左丰岐 樊超华

“企业文化要从点滴做起,发挥每一位员工的积极性,这样才能落到实处,起到实效。”日前,中石油山东销售公司青岛12加油站经理余海龙深有感触地说。

该站在班组文化建设中不搞华而不实的形式主义,而是想方设法让每一名员工真正参与进来,让员工感受到文化建设实在有效,对提高个人素质有用,对个人成长有益,对提高经营业绩有效。

公司在全新推出《企业文化手册》、形象宣传片和多个先进人物宣传片、建设文化展厅的基础上,全面实施文化上墙工程,在油库加油站现场打造浓郁的文化氛围,使全体员工对企业文化触手可及、看在眼里、融在心里,积极探索制度管理和文化管理同频共振的结合点,为促进生产经营、构建和谐企业文化发挥支撑作用。

**发挥企业文化的导向功能。**企业共同的价值观念规定了企业的价值取向,使员工对事物的评判形成共识,有着共同的价值目标,企业的领导和员工为着他们所认定的价值目标去行动。山东销售先后编印了《企业文化手册》、《大庆精神在山东》,录制了多个专题片和公司形象宣传片,多次组织先进模范事迹巡讲,在公司宣传阵地新闻网站和内刊上持续培育、强化企业文化建设,引导全员形成统一的价值观。

**发挥企业文化的约束功能。**公司完善各种规章制度,在每年的两会上签订“两书一表”,开通总经理信箱和信访举报电话,构筑约束干部员工行为的“防火墙”。坚持制度约束,监督检查,使其不能为;坚持旗帜鲜明,严肃惩处,使其不敢为;坚持教育引导,提高认识,在领导干部中树立干事创业、廉洁从业、献身石油的强烈意识。

**发挥企业文化的凝聚功能。**山东销售积极构建以人为本的企业文化,尊重人的感情,从而在企业中造成了一种团结友爱、相互信任的和睦气氛,强化了团体意识,使企业员工之间形成强大的凝聚力和向心力。

**发挥企业文化的激励功能。**在以人为本的企业文化氛围中,领导与员工、员工与员工之间互相关心,互相支持。山东销售持续开展“五小工程”、企务公开、扶贫帮困、节日慰问等工作,关心慰问员工的工作生活,员工感到受人尊重,积极进取,努力工作。热心公益活动,积极参与志愿者活动,捐助希望工程,看望孤残儿童和弱势群体。另外,坚持表彰先进,选树先进典型,以先进的事迹鼓舞人、带动人,对企业员工有着极大的鼓舞作用,员工产生强烈的荣誉感和自豪感,努力以自己的实际行动去维护企业的荣誉和形象。

山东销售在继承的基础上,赋予企业文化新的内涵和外延,并在实践中不断总结升华,创新方式方法,进一步夯实企业改革发展的基础;创新学习载体,通过开展形式多样的活动,调动员工学习积极性,营造工作学习化、学习工作化的良好氛围。



# 江西省赣商文化企业联合会成立

7月18日下午,江西省赣商文化企业联合会成立大会召开。成立大会上,中国联通江西省分公司原副总经理杨仲荣当选首任会长。

江西省赣商文化企业联合会还选举产生了会长、监事、常务副会长、副会长。除杨仲荣当选会长外,南昌倍吸爽科技有限公司董事长陈建人当选监事,江西天胜传媒发展集团公司总经理刘金华等8名企业负责人当选常务副会长,江西创立投资集团有限公司董事长邓凤保等13人当选副会长。

成立大会上,江西省赣商文化企业联合会首任会长杨仲荣发表了讲话。他表示,江西省赣商文联成立后,将抓好领导班子、工作机构、会员队伍三大建设。充分发挥政府与企业、企业与企业之间的桥梁和纽带作用,整合资源,做大做强文化产业孵化基地项目,让加入赣商文联的企业和企业家共同受益,共同发展。赣商文联还将争取在5年内会员发展覆盖全省文化企业,使会员达到5000人左右,并逐步在江西各设区市成立分会,以及在京、津、沪等大都市建立省外分会。

据了解,江西省赣商文化企业联合会是在江西省工商联的指导下,由江西省文化企业家、文化名人与单位自愿组成的非营利性的社会组织,旨在推动江西省文化企业的经济合作,拓展各企业间经济纵横联系,加强相互协调,促进江西省文化产业全面发展和共同进步。

(陶望平)