

信誉楼:让员工在快乐工作中实现价值

“让员工体现自身价值,享有成功人生”的河北黄骅信誉楼,从不足30人的县城民营“小卖场”起步,三十多年来坚持“员工第一”,构建和谐劳动关系,如今已是2万多人、冀鲁18家连锁店的商业集团,努力朝着“员工幸福快乐,企业健康长寿”的愿景前行。

“在这里工作每天都是快乐的”

“最奢侈的不是LV而是休假。”网民的调侃道出职场人心声。而在黄骅信誉楼,每年春节全体带薪放假七天,员工每月有4天轮休月假,中秋节、元宵节也放假半天。信誉楼薪酬在同业中属中上等水平,但每天工作仅6.5小时。信誉楼不鼓励加班,非加班不可除付给加班费外,一般不允许超过晚上10点。

多年来,信誉楼婚丧嫁娶、逢年过节等员工之间不许请客送礼等,目的是让员工不背“人情债”。刘焕丽到信誉楼谋职,后“去外面闯世界”,七年后她又重新回来,“在外面换了十几份工作,还是觉得信誉楼最好,在这里每天都是幸福快乐的。”

更令人称道的是,在信誉楼从导购员到高管,都没有把其收入与销售额或效益挂钩,而是把考核放在如何让顾客和员工满意上。这一方面保证了导购员不会为了提高收入强行向顾客推销,同时也大大减轻了导购员的压力,使工作变得轻松。

“让员工体现自身价值,享有成功人生”是信誉楼的使命也是创始人张洪瑞的创业初衷。早在上世纪八十年代,信誉楼就不提倡员工之间请客送礼,九十年代形成明文规定,这个看似不讲人情但充满人性的规定,纯洁了信誉楼的人际关系,在企业内建立起公平公正的用人环境,让员工心情舒畅。张洪瑞提倡鼓励试错,他说:“不允许下属犯错,就等于剥夺了下属成长的机会。”



“要让顾客满意,首先让员工满意”

在信誉楼,员工每天都能感受到进步与成长的快乐。凡是进入信誉楼的员工,必须接受多种多样的培训,不仅学习业务技能、商品知识等方面,更学习为人处世的道理。而培训的主导思想是:干部为员工着想,让员工更满意;员工为顾客着想,让顾客更满意。

信誉楼多年一贯“师傅带徒弟”。“对管理层的考核不是挣多少钱,而是帮助员工快乐成长,”集团总裁罗茂莲说,信誉楼这

样要求“师傅”们:如果你不能有效地培养下属,就请你让出位子来,因为你会耽误下属的成长,让那些能承载下属命运的人来到这个位子上。

信誉楼一直是自购自销的经营模式,确保商品货真价实。“要让顾客满意,首先让员工满意,”集团总裁罗茂莲说,有了优质的商品和满意的服务,企业才会健康发展。尽管电商给传统百货带来巨大冲击,自建自营的黄骅信誉楼集团却把18家店“复制”到了省城、省外,去年集团营业额达64亿元、纳税3.5亿

元,今年2家新店即将营业,2家已破土动工。

“让员工在适合的岗位上跑个痛快”

在信誉楼做了7年玉石销售的白丽娜,如今已是五星导购员,尽管她不是“官”,但薪酬与集团总裁一样多,而且还持有公司股权。“管理工作不适合我,但做导购员是我的强项,”白丽娜说,“在信誉楼没有官兵之分,而是让适合的人做适合的事,让员工在适合的岗位上跑个痛快。”不仅如此,从集团董事长到商品部经理,各级管理人员有数百名,全部从普通导购员培养起来的,没有一例“空降兵”。

信誉楼有着独特的股权激励机制:核心员工持股,不允许继承等。目前,持股员工比例达到员工总数的30%以上。集团董事长穆建霞说,这样让股权始终掌握在创造较大价值、对企业前途有重要作用的员工手中。因为完全按作用和贡献大小来分配的,员工为了得到更多的股权收益,就会在适合的岗位上充分发挥自己的才干。

信誉楼创始人、年逾古稀的张洪瑞至今住着不足百平方米普通住宅,生活简单朴素,股份也仅占不到5%,并且不得继承。一儿一女在信誉楼工作,儿子任职中层,女儿是普通员工。多少年打拼出来的企业和资产,却绝大部分“拱手让人”,“我就是为大家搭一座舞台,让大家唱得大红大紫,充分体现自身人生价值,共同把信誉楼做成百年老店。”(张洪河 王民)

周海江荣膺“全国企业文化建设突出贡献人物”

7月25日上午,全国企业文化年会(2015)在北京举行。会上,国资委副主任王文斌致开幕辞,中国企业联合会、中国企业家协会会长王忠禹作主题报告,红豆集团党委书记、总裁周海江因其在企业文化理论创新和实践探索方面做出的突出贡献,荣膺“2014—2015年度全国企业文化建设突出贡献人物”。

一个企业有文化才有情怀和灵魂,才能凝聚人心,不断提升竞争力。企业不是独立于社会之外的赚钱机器,企业必须有情怀、有温度、有担当。从周耀庭到周海江,都一直致力于企业文化建设,他们的经营哲学不是单纯的赚钱,一味地追逐逐利益,而是将企业打造成与员工利益、社会利益和国家民族利益密切相连的“命运共同体”。基于这样的执着理念和经营哲学,红豆集团矢志打造“中国第一文化品牌”,用中华优秀传统文化塑造红豆文化基因。致力于塑造民族文化品牌,积极弘扬优秀传统文化,营造和谐创新奋进的企业文化,并以此作为企业持续发展的内生动力和丰富营养。

企业文化是“舶来品”,照搬照抄国外企业文化,不但会水土不服,而且会丢掉自身特色。从中华优秀传统文化中汲取营养,塑造具有中国特色的企业文化,才是中国企业文化发展的方向。“中华优秀传统文化是民族智慧的结晶,思想的宝库,企业文化建设从传统文化中汲取智慧和思想,取之不竭,用之不尽。”周海江说。

从蕴含传统文化的“红豆”商标,到15年矢志弘扬传统文化,打造“红豆七夕节”,红豆文化深深地扎根于中华文化、吴文化、锡商文化的沃土,汲取其智慧和思想精华,形成以“情文化”为核心、“共同富裕、产业报国”为宗旨、“诚信、感恩、创新、卓越”为核心

价值观的企业文化。红豆的“情文化”,不仅包含亲情、爱情、友情、乡情,更有社会情、家国情、民族情的大情怀。捐资助学,扶贫济困,关爱弱势,热心公益——作为一名企业家,周海江一直以此为毕生追求。作为一家企业,红豆集团一直将社会情、家国情、民族情作为自觉担当。

没有人会想到红豆将弘扬传统文化、打造红豆七夕节坚持15年。当年,面对中华传统节日日渐式微的现实,红豆人决定用五年计划,打造中国人的情人节——红豆七夕节,弘扬中华优秀传统文化。一时,社会上各种声音四起,“就是一时头脑发热,不会坚持下去的。”“企业做这件事,肯定有目的。”面对如此尖锐的冷嘲热讽,红豆人坚信,时间将会给出最好的回答。

如今,红豆七夕节已经成功举办过十四届,今年第十五届红豆七夕节大幕已经拉开,全国情诗征集大赛、全国寻找最美爱的故事等各项活动正在有序推进。红豆人用坚定的执着,用一个企业的力量,将弘扬传统文化作为己任,通过15年的“时间酿造”,使红豆七夕节的文化内涵不断深化和扩大,影响力也越来越强,得到了媒体和社会的热烈响应,过中国人自己的情人节——红豆七夕节,已成为年轻人的时尚和整个社会的文化活动。2014年7月,“红豆七夕节”被中央七部委联合发文确定为“我们的节日”之一,使这一传统节日得到发扬光大。

将企业打造成与员工利益、社会利益和国家民族利益密切相连的“命运共同体”;将亲情、爱情、友情、乡情升华为社会情、家国情、民族情的大情怀。这是周耀庭和周海江的经营哲学,也是红豆集团企业文化建设一直走在行业前列的核心要素。(小可)



携手飞雁 感动你我

茅台保健酒业参与“雁行贵州捐资助学”公益活动

7月18日,由长江商学院飞雁队主办的雁行贵州捐资助学公益活动在贵州仁怀市喜头镇共和村小学隆重举行。贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司与贵州利美康外科医院股份有限公司作为协办单位一起抵达现场,与共和小学全体师生共同奏响了这首爱的交响曲。

出席活动现场的长江商学院飞雁队全体成员,2009国际羽毛球世界锦标赛女子单打冠军卢兰,茅台集团总经理助理、茅台保健酒业董事长、党委副书记张城,茅台保健酒业党委书记、副总经理谭定鸿,利美康董事长骆刚,喜头镇党委书记罗静,喜头镇中心小学校长周超,仁怀市长江飞雁共和小学全体师生。

伴着学校体操队活力四射的开场舞,孩子们纷纷向在场嘉宾献上红领巾。随后,喜

头镇党委书记罗静、飞雁队代表刘德平、保健酒业党委书记谭定鸿、利美康董事长骆刚等分别作了讲话,对孩子们送出了祝福,为孩子们的未来生活填满了美好的想像,同时对飞雁队的大爱之行表示感谢。活动仪式上,2009国际羽毛球世界锦标赛女子单打冠军卢兰还向共和小学的学生们现场传授了打羽毛球的基本知识。此次活动共获得飞雁队捐资50万元整,卢兰女士捐赠物资100副羽毛球拍。

“感恩的心,感谢有你”。在这个温馨的时刻,孩子们把40多幅自己画的画送到了嘉宾们的手中,用自己稚嫩的画笔感谢着这可爱的人。学校向卢兰女士赠出了“善德永存”的锦旗,向飞雁队敬送了“善行天下,爱暖人间”的锦旗。(罗江琴 陈富鑫)



刘超翔向王雪冬介绍集团文化旅游产业相关情况

王雪冬到稻花香参观考察

7月25日,香港多伦多企业集团投资有限公司董事局主席王雪冬一行到稻花香集团参观考察。

在集团副总经理刘运湘的陪同下,王雪冬一行先后参观了湖北宜昌市龙泉铺古镇、包装工业园主体办公楼、151包装中心、藏酒洞和稻花香游泳馆。

在龙泉铺古镇,刘运湘向王雪冬一行介绍了古镇的规划设计、业态布局及招商运营情况,当得知目前已有部分商家入驻开始装修时,王雪冬说,乡村游、古镇游是目前旅游行业的热门项目和发展方向,商机无限,凭借稻花香的品牌实力和影响力,一定会吸引更多的优势品牌入驻,未来龙泉铺古镇将会成为宜昌的热门旅游胜地。

在包装工业园主体办公楼13楼观光平台,王雪冬一行远眺龙泉镇全貌,对稻花香为

龙泉新型城镇化建设作出的贡献表示肯定。刘运湘向王雪冬介绍了集团五大产业发展现状及稻花香科技工业园的园区规划,刘运湘说,目前园区已有四家包装企业建成并即将投产,青岛海尔物流园也已入驻,并希望能与多伦多集团寻求合作机会,王雪冬表示,这里投资环境好,发展潜力大,双方可以进一步探讨更好的合作项目和方式,实现合作共赢。

随后,王雪冬一行循着酒香来到151包装中心和藏酒洞,现场参观了稻花香白酒的生产、包装、存储等全过程,并仔细询问了稻花香白酒的市场布局、价格定位及销售情况。

美国纽约湖北同乡会会长冷静、宜昌市外侨办主任刘祚华、集团副总经理王进权、董事会秘书长王万年、三峡物流园行政总监冷玲等陪同参观考察。(冯菊)

2015 首场“关公坊杯”纳凉晚会嗨翻全场

7月24日晚,湖北宜昌市五一广场热闹非凡,由湖北关公坊酒业公司全程赞助的2015“关公坊杯”消暑纳凉晚会隆重举行,关公坊酒业携旗下多款定制产品及“忠义勇”系列新品亮相活动现场。

晚会还未开始,关公坊展柜早已挤满了前来参加活动的人们,大家纷纷拿起手机,对展示出来的各类宴席定制产品合影留念。“你这酒不错,我爱人马上要生小宝宝了,不知道能不能把小宝宝的照片也印在上面呢?”家住伍家区的杨先生拿着宣传单向现场的宣传人员询问道。原来杨先生曾在朋友婚礼上对关公坊新推出的宴席定制产品有所耳闻,今天专门过来查看产品实物,在现场工作人员的介绍下,杨先生现场定制了30瓶宝宝满月宴所用的产品。

不一会儿的工夫,现场人声鼎沸,欢笑声、歌舞声汇成一片。“老伴,你把我推过去看看。”一位年迈的老大爷推着轮椅走进了关公坊展柜,轮椅上的大娘拿起一瓶寿宴定制产品爱不释手,大爷看出了大娘的心思,主动询问起产品的价格、包装、定制元素等。“这味道不错,入口比较绵,给人感觉不错。”大爷品尝了一口定制酒,满意地称赞道,随即留下了自己的电话号码,嘱咐工作人员联系定制。

晚会现场,关公坊酒业除了准备各类新品品鉴活动以外,还为广大消费者带来了扇



子、打火机、打火机等各式小礼品,结实且大的扇子得到了大家的热烈追捧,大家都争先要取,在这炎炎夏日,为广大消费者送去清凉。

据悉,此次“关公坊杯”消暑纳凉晚会共有8场,活动将分别走进五一广场、滨江公园等大型广场、社区,7月31日将在滨江公园举行第二场“关公坊杯”消暑纳凉晚会,届时关

潘刚: 员工需要自我增值

企业的发展,不仅需要物质方面的优势,还需要人力资源的培养。伊利作为国内最大的乳制品生产企业,在很早以前就明白这个道理。所以在员工的培养上,伊利一直在为企业员工的发展创造更多更好的条件。

伊利实业集团不仅成立了伊利商学院,帮助员工成长,提升自身的能力,还和国际包装巨头——利乐公司共同创办了“伊利-利乐专业学院”,帮助引进国外优秀的管理经验,除了这些之外,伊利还倡导给员工快乐的工作体验,不论是创新挑战中所获得的成就快乐,还是同事上下级合作之间的快乐,林林总总,所有这些都是希望伊利的员工可以获得一种不断向上的快乐。

此外,在2010年,伊利成立了伊利奶牛学校,为学员提供理论培训和现场操作指导,支持行业健康持续发展。伊利奶牛学校是伊利为培育专业化的牧场人才而首创的育才模式,因其领先的人才培养模式、绿色健康的牧场建设理念和顶级的国内外乳业专家资源,被行业人士称为乳业界的“黄埔军校”。

企业员工的凝聚力和对企业的归属感是企业不断发展的重要推动力之一,对此,伊利潘刚董事长表示:“正因为伊利是一个全国性的乳品领军企业,更应该为员工提供不断上升的培训机会,让员工得到了自我增值,这样才会被员工视为心中的‘最佳雇主’。”(佚名)

开辟小菜园 丰富小菜篮

“姚书记,快来尝尝我刚煮的花生,可好吃了。”青工袁博端着自己煮好的鲜花生高兴地说。

华北油气分公司采油三厂管辖的渭北和洛河油田山高林密、井场分散,井场所需物资都是专人隔三五天给送一次,井场职工除了送菜那天可以吃上新鲜的蔬菜和水果,其余时间都只能放在冰箱里存着,加上井场上的孤单和寂寞,职工的生活质量和精神状态都受到影响。

为了改善一线井场职工生活条件,不断提升职工生活质量,华北油气分公司采油三厂党委从年初开始,组织开展“开辟小菜园,丰富小菜篮”活动,安排专人根据井场值守员工喜好发放蔬菜种子和幼苗,并现场对种植要领进行指导,保证种植的蔬菜都能为井场带来不一样的景象。

“小菜园真不错,每次做饭的时候,才从自己的小菜园里现摘些蔬菜,确实很新鲜、很可口!下半年我准备再添点新品种。”采油工王立邦工作之余边浇菜边开心的对工友说。

六七月份,华北油气分公司采油三厂工区的井场小菜园里,值守井场的员工们更是乐的合不拢嘴,二三个月的时间,井场小菜园里的花生、西葫芦、向日葵、黄瓜、西红柿、白菜、韭菜、青菜等都成熟了,这些个开花结果的瓜果蔬菜仿佛就是催化剂,一下子就将井场值守员工的热情点燃了,井场值守员工一有空就给自己的菜园浇浇水、松松土,看着发黄的种子和幼苗一天天变成翠绿的果实,一颗颗灵动的花骨朵变成新鲜的植株,一天边一个样子,为每个井场值守员工心里种上了一颗希望的种子,慢慢地发芽、绽放。(任宏亮)