

风光,是一座城市的韵味;文化,则是一座城市的灵魂。

企业文化在浙江民营企业“生根开花”

■ 李玉亮

近年来,浙江各市牢牢把握“五位一体”总体发展布局,始终坚持党建引领,大力推进文化建设,为推进转调发展提供了巨大且持久的凝聚力、创造力彰显融合之美。

“红色引领” 强有力的“核心支撑”

“我们公司现有党员 151 名,平均年龄为 28 岁,其中 50%以上的党员工作在企业设计、生产、销售等第一线。”浙江雅莹服装有限公司党委书记、副总裁仇瑛向考察团介绍企业党建工作时高兴地说。

浙江雅莹服装有限公司是一家现代品牌时装公司。公司于 2007 年成立党支部,2013 年升格为党委,党委紧紧围绕企业经营发展,把基层党建示范点建设与企业文化建设结合起来,走出了一条党建工作与企业发展互促共赢的新路子。

“以美的党建助推企业美的事业,这是我们的党建理念。”仇瑛说。该企业倡导“五美”党建,即党员示范引领尽显“工作之美”,青年党员培育尽显“青春之美”,党建主流文化尽显“形象之美”,党员爱心传递尽显“关怀之美”,党员志愿活动尽显“服务之美”。在创建过程中,该企业涌现了大批先进党员典型。

仇瑛就是其中之一。两年前,她还是公司工业事业部部长。多年来,她以共产党员的标准要求自己,带领团队持续创新,把工业事业部发展成为拥有 4 个工厂、26 条流水线,1100 多名员工的公司核心部门,年生产和采购达到 200 多万件服装,每年创利 1000 多万元。由于贡献突出,2013 年被提拔为公司党委书记、副总裁。

人尽其才、才尽其用的用人制度,激励着每位党员发挥作用。特别是公司自 2009 年开始实施了英才计划,优先录用党员,并实行重点培养,为英才党员搭建实现个人价值和人生理想的平台,极大地提高了英才党员的工



●方太厨具公司董事长茅忠群

作积极性,英才的稳定率达到了 95%以上,实现了“重要岗位有党员,主要骨干是党员,关键时刻见党员”,使每个党员成为企业发展的得力助手。

有了党建的“红色引领”,企业发展紧跟国际前沿,创新能力明显提升,充满时尚和青春气息。近年来,公司每年设计的新产品都有 1000 个以上,并先后入选 ELLE 时装之苑“最美的中国品牌”和“十年影响力品牌”。

文化传承 绵绵不绝的内在力量

在坚持党建引领的同时,方太厨具公司的企业文化建设独辟蹊径,呈现出别具一格的独特魅力。

一走进方太厨具公司的“孔子堂”,便会时时处处感受到浓浓的儒家文化气息。据现场解说人员介绍,方太员工的工作从早上读经开始,每天早上 8 点 15 分开始读经,读 15 分



●方太厨具公司的“孔子堂”

钟。《方太儒道》、《弟子规》、《三字经》、《千字文》,读完一本,接着下一本,如此循环诵读。办公室里的书声朗朗,绝不亚于中学的课堂。把传统文化融入每一名员工的血脉,是方太厨具为实现“不做企业 500 强,要做企业 500 年”发展愿景而采取的战略举措。“公司创业的前 10 年一直在学习西方管理,但后来我们发现,世界上任何一个强国的管理,都要根植于本土文化的基础上。”公司董事长茅忠群认为。

为此,方太设立了孔子堂,目的就是在企业中推行中国的传统文化和思想。在孔子堂中,老师们讲授的更多是如何做人,有时候还会有中医专家讲授中医知识。这其实让员工们对企业文化有更多认同感,而不是抵触心理。此外,“孔子堂”不是一言堂,内容上首推儒学,亦涵盖国学的多门学科。

多年的潜移默化,让博大精深的中华文化在方太上万名员工中内化于心、外化于行。考察期间,不少同志注意到,方太的行政大楼干干净净,没有“方太儒道”的宣传标贴,但是

企业里有一种方太式的“低调的奢华”,这种奢华主要体现在读经,到工作,到生活,方太儒道春风化雨,已经与方太人融为一体,成为他们的一种生活方式。

如今,为更好地践行社会责任,方太公司又推出了“青竹简国学计划”,其中一个重要项目就是通过为贫困学校建立国学图书室,推动中华国学经典教育,让更多青少年一代有机会接触学习国学,用国学文化来塑造其健康心智的成长,并树立其民族认同感和民族自信心。目前方太“国学图书室”项目已经在浙江、湖南、四川、重庆等全国多地的小学同时展开。预计在今明两年内将会完成全国 100 座方太国学图书室的建设。

丰厚的企业文化积淀,让以“人品、企品、产品、三品合一”为核心价值观的方太厨具逐步发展成为中国厨电领域的领航企业。在 2013 年“中国公司人品牌调查”中,方太获得厨电行业首选率第一名,实现“五连冠”,企业品牌价值达到 142.7 亿元。

山西 文化名企晋宝斋 备战文博会

■ 王媛

记者了解到,在山西省即将举办的第二届山西文博会上,作为山西规模最大的集名人字画、文房四宝、艺术书籍、工艺礼品、字画装裱、画框制作、资产及文物艺术品拍卖为一体的文化企业,晋宝斋将举办“三晋窑火——高古瓷器遗珍展”、“巨擘风采——董寿平从艺 60 周年回顾展”、“晋宝 2015 艺术品拍卖会”、“生活艺术·艺术生活——体验展”及“晋宝雅集——山西当代名家书画精品展”等活动,并就展览事项开展专业化服务。

在首届文博会上,晋宝斋推出的高端书画展览就引发了强烈关注,组织的四个拍卖专场均有上佳表现,天价精品接连涌现,最终以 1722 万元的总成交额落槌。

在今年的文博会上,晋宝斋将借此机会开拓网络平台,整合线上线下文化产业资源,助力打造永不落幕的网上文博会。

9 月 9 日至 15 日,“巨擘风采——董寿平从艺 60 周年回顾展”将在太原美术馆开展,该展览将甄选董老由弱冠到耄耋之年,从艺 60 载的艺术作品,作品数量约 60 幅。旨在以时间为数轴,纵观董老一生从艺历程,展现山西优秀传统文化。

9 月 13 日,“晋宝 2015 艺术品拍卖会”将举行,该拍卖会分“中国书画”、“山西名贤翰墨”、“古典家具”、“当代工艺品”四个专场进行,标的共 1000 件左右,预展时间为 9 月 9 日至 12 日。“中国书画”专场以全国书画名家及古代书法作品、文物为主;“山西名贤翰墨”专场主要展示山西历史文化及名人作品;“古典家具”和“当代工艺品”以精珍文物、名家名品为主,兼顾市场认可度高的中档价位作品。

“晋宝雅集——山西当代名家书画精品展”将邀请 30 位活跃于当今山西艺坛、在全国具有一定影响力,并且风格独特、造诣高超的杰出书画家创作书画小品,统一尺寸、统一装裱、集中在主会场展览。

作为山西文化艺术品市场的领头企业,晋宝斋有着独到的经营理念,中国书画经营家协会副会长、晋宝斋总经理靳忠认为,“现在文化艺术市场越来越繁荣,我们必须抓住机会!要有品牌经营意识,同时按照现代企业的标准进行管理,力求专业化,提高品质与诚信度,更好地服务客户、回报社会。”参与山西省规模最大的文化产业交易博览会,就是晋宝斋推广自身品牌,展现企业实力的绝佳机会。

国信扬电:社会需要就是企业追求

■ 管沁雨

盛夏时节,江苏国信扬州发电有限责任公司(以下简称“国信扬电”)厂区内,到处绿意盎然,硕果飘香:通往发电车间的马路两侧,是葱郁的香樟和樱花树,还有恣意绽放的夹竹桃花。去年 9 月,曾有上百只白鹭从长江边飞来栖息,很是壮观。

长期以来,公司始终坚持绿色发展、生态先行,现有绿地覆盖率达到 30%。早在 2005 年,国信扬电公司就作为华东地区唯一一家煤电企业入选全国首批工业旅游示范点。

变废为宝 构建煤灰循环链条

拥有 4 台 63 万千瓦燃煤发电机组、总装机容量 252 万千瓦的江苏国信扬州发电有限责任公司,多年来年发电量保持在 150 亿千瓦时左右,为江苏经济社会发展提供源源不断的能源支持。

经过这些年的亲身体会,公司干部职工养成了一种强烈的忧患意识:终有一天发电企业会真正按节能减排来排序,谁节能环保工作做得好,谁就可能多发电。相反,谁不重视环保,谁就会失去竞争力甚至被淘汰出局。

2012 年,国信扬电就被命名为循环经济教育示范基地。充分利用机组容量大、高效节能、清洁环保的优势,电厂积极参与地方循环经济建设,成为厂区所在地扬州经济技术开发区国家级循环经济发展产业链中的重要一环。

作为一座大型燃煤电厂,国信扬电每天都有大量副产品粉煤灰生成。过去,这些粉煤灰处置是头疼事,自从引入循环经济理念和模式后,粉煤灰很快就变废为宝了。目前,



电厂的粉煤灰、石膏等发电固废废弃物都被吃干榨净,实现了再生利用,作为建筑类原材料对外销售供不应求,不仅增加了电厂的收入来源,更重要的是实现了发电生产固废废弃物的“零排放”,同时减少了水泥厂和砖厂等的相关资源消耗。

常态长效 建立绿色发展体系

在国信扬电厂区,随处可见的企业 LOGO,就以绿色为主色调,“这代表着绿色发展是我们长期以来坚持的理念”,电厂相关人士说。绿色发展、理念先行,在国信扬电,“绿色文化”始终是企业文化的重要内容,“节能减排、绿色环保、和谐发展”理念深入人心,融入了各项制度。

经过多年实践,国信扬电形成了环境保护和节能减排工作的长效机制,组织领导体系、技术监督体系、制度标准体系以及责任保证体系,“四大体系”科学完备、有效管用、高效运行。为确保体系建设与时俱进,引领企业发展,电厂每年都邀请有资质的第三方进行环境、质量和职业健康“三标”评审,邀请外部专家“挑刺”,及时进行修订完善。

有这样一个例子。南京青奥会成功举办后,国信扬电及时总结青奥期间环境保障工作经验,巩固工作成果,制定并实施《大气污染防治减排保障措施》,将采购燃用低硫分、低灰分煤种等举措固化成制度,使得“后青奥”时期的环保工作有了制度保障。

发挥优势 给力集中供热计划

“做有良心的企业,做有社会责任感的企

业”,是国信扬电的一贯追求。2007 年,公司在全国率先将环保改造后节约下来的排放指标,无偿回赠给了社会。此举体现的,就是该厂作为一个国有企业的责任。

给电厂以外工业企业和城市居民供热,是国信扬电利用自身优势绿色回馈社会的另一重要方式。根据扬州市集中供热规划,国信扬电作为集中供热的重要热源点,日前已与市有关企业签订了供热合作协议。业内人士介绍,扬州市区现由市中心的燃煤电厂和近郊若干小电厂、小机组分散供热,如果由国信扬电负责供热,可实现供热生产集约化,淘汰落后产能,大幅减少煤炭消耗和排放。按照计划,国信扬电一年将提供 50 万吨的供热量。

中建西南公司: 多读书读好书 促企业文化发展

■ 许汉平 姚思梅 王凤

中建西部建设西南公司自今年初首届企业文化节开幕以来,把“每月读一本好书”作为工作抓手,培育引导公司 1600 名职工多读书,读好书,善读书,学用相长,明理养行,知行合一,卓有成效地助推了公司超越文化与廉洁文化的落地与践行,促进公司在新常态下仍然有质量有效益地持续发展。

理念引导、行为规范、CI 形象和习惯养成是企业文化塑造必备的四个重要环节。公司从今年 2 月中旬起在大力推进以“超越过去、超越对手、超越自我”为基本内涵的“超越文化”和由“制度保廉、网络传廉、励志明廉、警示省廉、活动促廉”主要抓手构成的“廉洁文化”建设的过程中,该公司党、政、纪、工、团,特别加大了其核心理念、主千信条、行为规范和养成教育的普及深化和广泛深入地宣传讲解,并专门组织综合检查工作组深入各基层单位巡回演讲示范,使之进厂站、下班组、入人脑,有力地助推了广大干部职工对中建总公司核心价值观、《十典九章》、CI 设计和“超越文化”理念体系以及廉洁文化内容格调的理解、领会、认同和规范地运用。

与此同时,公司行政、纪委和工团组织还根据公司党委有关“积极践行‘三严三实’努力打造四有领导班子”和“建设学习型组织 争做知识型职工”的指示精神,结合公司分布在四川、重庆、云南、广西等区域的 20 家搅拌站因经营生产十分繁忙难以集中和一些党员干部职工想学又不太善选善学的具体实际,自上而下地开展了每月读一本好书的活

动。今年初,公司党委一方面已将《习近平谈治国理政》、《习近平关于实现中华民族伟大复兴的中国梦论述摘编》、《习近平关于全面深化改革论述摘编》、《习近平关于党风廉政建设和反腐败斗争论述摘编》、《习近平论党的群众路线》、《习近平总书记系列重要讲话读本》、《三严三实专题读本》、《优秀领导干部先进事迹选编》等重要读本发到每名中层以上党员干部手上,并要求其在不折不扣地遵守包括理论学习中心组在内的学习制度的前提下,读原著、学原文、悟原理,吃透精神实质、掌握核心要求,做到学而信、学而用、学而行。一方面将《党的十八大精神解读》、《毛泽东 邓小平 江泽民 胡锦涛论文化建设》、《党员干部违纪违法典型案例警示录》、《做纯洁的共产党员》、《学习力就是竞争力》、《做执行力强的合格员工》和“公司‘超越文化’宣传提纲”等一系列书籍资料送到基层党员干部职工手中。通过孜孜以求地读书,使大家开阔视野、提升境界、拓展思路、增强素质、充盈正气、完善自我、养成勤学好问、读书思考、学用结合、陶冶情操、净化心灵的良好习惯。据悉,公司机关和 14 个基层党支部今年以来通过打造书香厂站、开展互赠书刊、读书沙龙、座谈会、读书月、阅读栏、职工夜校、网页专栏交流、青年大讲堂、书香厂站、文化走廊以及撰写心得体会文章等方法形式,设讲台,供平台,扩舞台,在全公司营造出浓厚的“书香西南”的读书学习氛围。

讲文化重管理,抓学习促实践,有效促进了公司“创业创新、管理提升、锤炼自我、营造氛围、优化发展品质”主题教育活动的深入开展,使《中建信条》和公司超越文化、廉政文化及其具体的理念内容、规范要求,循序渐进地、潜移默化地融化在全体职工的血液中,落实在全体职工的行动上。目前,公司员工管理规范和要求层次分明,行为礼仪能从我做起,从细节做起,CI 形象、企业标识使用严谨规范,员工精神面貌为之一新。截至 8 月 10 日,公司共收到 90 多篇读书笔记和心得体会及思考感悟。其中,不少作品已在报刊杂志上发表。切实起到了教育、塑造、辐射、导向和激励的作用,不断扩

大了企业文化的美誉度、辐射面和影响力,显著提升了文化建设和文化管理“软实力”。

让土族盘绣走向世界

——访互助金盘绣土族文化传播有限公司总经理哈承清

■ 昆山

在 2015 青海文化旅游节非物质文化遗产展区,37 岁的女企业家哈承清正忙着给前来参观的人们讲解着她的商品。热情、干练是她给人的第一印象。

连续参加了九届青海文化旅游节,作为参展商的哈承清一路走来,感慨颇多:“2007 年,公司刚成立不久,刚好赶上 2007 青海文化旅游节要举办,虽然那时候我们的参展商品只有两件,但因为我对‘布贴画、推绣’这种特色民族产品特别有信心,在公司成立的第一年,我就大着胆子把产品带到了展会上。”机缘就是机遇,一场展会办下



来,哈承清发现,在这种面向全省甚至全国的大型展会中,独具民族特色的商品特别受青睐。展会结束后,哈承清动起了脑子:发展土族盘绣!

民族的就是世界的。事实证明,哈承清的想法是对的。在第九次参加青海文化旅游节的今天,他们展出了腰带、刺绣礼品、钱包、丝巾、服饰、家居用品等几十种具有民族特色的产品。精湛的刺绣手法和精美的作品,吸引了大批市民前来观看,大家无一不对这种“特别的”刺绣产生了浓厚的兴趣。

谈及来参加青海文化旅游节最大的收获时,哈承清放下手中的饰件说:“说真的,如果当年没有参加展会,我们的公司和产品不可

能走到今天。来这里参展,让我看到了我们和同行业其他产品的区别,就是因为看到了差距,才能够不断研发出这些新的产品,市场的渠道也得以不断扩大。在这个过程中,我个人成长了,我们企业也成长了!”

“现在说起土族盘绣,知道的人多了,但我们作为一个传承民族文化的企业,不应该满足于此。我们的目标是,让土族盘绣走向世界!”文化旅游节,给哈承清和她的产品带来了不少机遇,九年来,土族盘绣被哈承清和她的企业带出了省门、迈出了国门!多次参加国内外的展会的经验,不断坚实着公司长足发展的基础。一个电话让哈承清兴奋起来:“是省文化新闻出版厅打来的,说我们土族盘绣被选中参加国际展览。我觉得特别开心、特别自豪。”

就在文化旅游节开幕的当天,互助金盘绣土族文化传播有限公司和省内某金融机构签订了几十万元的合作协议,这也为此次土族盘绣的参展抹上了浓重一笔。