

鲁花:企业文化“软实力”如何成为“硬支撑”

■ 尚西

鲁花集团内的员工都有一本名叫《明道多德——球体核心论》的小册子。小册子不小,有4万多字。看到这本小册子的人常会感慨一家在县级市莱阳土生土长的企业竟会有如此完整的企业文化体系。但如果有机会亲自参观鲁花工厂,就会明白企业文化在这里不是一句口号,更不是表面文章,而是深入每一位员工骨髓的“基因”,并已经成为整个集团蒸蒸日上的“内核”驱动力。

文化支撑: 提出球体核心论 明道多德 利人为公

“鲁花非常重视道德二字,这是我们的信仰,一个没有道德的企业是不能长久的,有道德指引方向,鲁花才能长盛不衰。”在鲁花集团董事长孙孟全看来,鲁花有今天的成就,科技是支撑力之一,文化更是企业长久发展不可或缺的重要支撑。

关于鲁花的企业文化,孙孟全将其概括为“球体核心论”。他说,《球体核心论》开篇的三幅图有多种解释。可以说,第一幅图代表知识,第二幅图代表智慧,第三幅图代表知道。“我们要从知识转化成智慧,从智慧转化成知道。”孙孟全说,知道天的道理,知道地的道理,按照天地的道理知道人的道理,就能更多更好地依道的规律而行,这也就是企业的核心价值观中“明道多德”的具体诠释。

这三幅图还有另外一层意义。第一幅图表示人要胸怀大志,要有正确的价值观和崇高的奋斗目标。当你有了远大的志向,就会抛弃自我,就会为这个远大的目标努力。第二幅图正三角代表自己,倒三角代表他人,也就是正确对待自己,正确对待他人。不管做人还是做事,都要用一分为二,二合为一的辩证思考问题。第三幅图就是社会资源的整合。

这三幅图对鲁花的团队打造也有指导意义。孙孟全认为,第一幅图代表“我”,这个“我”是小孩的思维。如果员工一辈子就做个“我”,那他这一辈子就是个小孩子。第二幅图代表“我们”。两个以上才能称为“我们”,就像现在鲁花的办事处,五六个人就是“我们”。当变成一个大的团队的时候,几十个人,几百个人,上千个人,就要称为大家。鲁花追求的是大家,是一个大团队;追求的是从一个低级趣味的人,变成一个利人为公、相互协作、品德高尚的人。

葵花药业 坚守自己

葵花药业集团是一家全国大型医药企业集团,下辖14家企业,全国成药行业著名药业集团,前身为黑龙江省葵花药业股份有限公司,经过多年的发展,已经成为享誉全国的知名药业品牌,“葵花”商标更被国家被认定为“中国驰名商标”,同时收到了广大百姓朋友的广泛认可,在群众心目中享有极高的知名度。

有人将企业文化形象地称之为人品、厂品与产品的“三品合一”,所以,无论企业还是企业的产品,都应该像人一样有着自己的德行。在逆境中,需经得起“苦”与“亏”的磨砺;在顺境时,要经得起“情”与“利”的诱惑。

葵花药业在十余载的发展过程中,企业规模不断壮大,企业实力不断增强,企业环境逐步改善。这一切都在发生着翻天覆地的变化。于此,需要反思一下,这些年始终坚守的是什么?哪些是应该持续坚守不应改变的东西?

从文化角度来讲,葵花药业的今天,是得益于坚守葵花文化中“责任”与“诚信”这两个基本点。“责任”是价值观,从刚开始的“产业报国,贡献社区”,到后来的“产业报国,贡献社会”,再到后来的“产业报国,贡献社会,受益员工”,随着企业的发展,虽然在概念上做了一定的调整,但其最为核心、最为本质的东西并没有改变。也正因为如此,葵花人长期以来始终对怀着社会强烈的责任感,在积极纳税的同时,主动参与社会公益活动,收获了社会的认可,树立了良好的企业社会形象,也在社会方方面面的回馈与支持,取得经济效益和社会效益的双丰收。

“诚信”是葵花人的经营理念,从起初的“诚实做人,诚实做事;葵花向阳,始终如一”,到后来的“诚实做人,诚实做事,诚信永恒”。企业始终将“诚信”作为企业管理活动中必须遵循的行为准则,所以才使“葵花”产品得到了更多的认可。葵花文化的“两个基本点”构成了企业的价值诉求和道德底线,这也是企业之所以为“葵花”的根本。在怀有敬畏之心时,仍不可有丝毫的懈怠与侥幸,需持续坚守。

(吴小言)



●鲁花集团董事长孙孟全

由孙孟全董事长的“球体核心论”,鲁花演化出来一套完整的企业文化体系。以“明道多德利人为公先爱天下以德取得”为核心价值观;以“产业报国惠利民生”为企业宗旨;以“爱心是鲁花的向心凝聚力创新是鲁花的发展提升力”为行动纲领;以“艰苦奋斗永创一流”为企业精神;以“贪腐行为零容忍安全事故零容忍质量投诉零容忍不正之风零容忍”为行为准则。让人惊奇的是,在鲁花,这些都是每名员工烂熟于心、溶于血液东西,并指导着他们的工作实践。

基因起源: “为人民服务”朴素思想 成就诚信鲁花

说起“球体核心论”的思想来源,孙孟全讲了这样一个故事。他刚开始干物资站站长那年,当地农民的地瓜干大丰收,家家户户都有几千斤,多的甚至上万斤,但是他们没有销路。农民找到孙孟全说,只要能帮他们把地瓜干卖出去,就是办了件大好事。孙孟全把老乡的话放在了心上,他和几名同事用了3个月时间,收地瓜干、跑市场,终于把农民的地瓜干都卖出去了,还给物资站赚了3万块钱。

这件事让孙孟全得到了一个启示:只有时时处处想着农民,想着别人才可能成功。于是在花生油厂刚起步时,他就让人把毛主席的“为人民服务”几个大字贴在墙上,并提出“绝不让消费者食用一滴不利于健康的油”的承诺。从那时起,鲁花就与全国绝大多数食用油小作坊区分开来,向着一家负责任的大企业



●鲁花生产车间

迈进。无论做花生油,还是做酱油,鲁花都本着对消费者负责的态度。为了让消费者吃得放心,鲁花建立了产品质量溯源体系。在每个批次油品的包装箱和瓶体上,都印有产品信息代码,并且,每个批次的产品都要留样,保存两年。如果消费者买到的油出现问题,通过溯源信息,就可以知道,买到的是否是假冒产品,或者和样品进行比对,对产品的质量进行进一步确定。

饮水思源,发展起来的鲁花并没有忘本。2004年秋天,花生获得了大丰收,农民每天排着绵延十几里的长队,到鲁花销售花生米。面对这么好形势,鲁花集团没有“在商言商”,没有压低价格。孙孟全说,农民依靠鲁花致富,鲁花依靠农民发展壮大,“爱农民就是爱我们自己”。

发扬光大: 每天早上半小时 万名员工学传统文化

鲁花的文化学习渗透在员工的日常生活中。自2002年以来,鲁花就形成了晨读制度,每天早晨上班前半个小时,分布在全国各地的万名员工都在不同的地点进行集中学习。学习内容除了公司自编的《明道多德》等文化读本外,还采用各种形式学习《易经的奥秘》《道德经》《论语》《弟子规》《了凡四训》等中国优秀传统文化经典。鲁花还经常邀请一些专家学者前来讲授道德文化、营销管理、为人处事等方面的课程,前不久,鲁花就邀请曾仕

强教授到企业讲座,并聘请曾仕强为鲁花集团道统文化总顾问。

员工的整体素质提高了,鲁花就拥有了凝聚力、向心力超强的团队。在鲁花的企业文化中,特别强调“鲁花是大家的鲁花,是参与者的鲁花”,每个员工在鲁花都能体现自己的价值,感受到自己是企业的主人。鲁花设了合理化建议奖,这个奖项实行车间、厂部和公司“三级提报”,每个层次的合理化建议都会得到从50元到1200元不等的奖励。目前每年鲁花能收到合理化建议六七百件,为公司带来直接经济效益700多万元。

“多换思想少换人,不换思想再换人。”在用人方面,孙孟全和鲁花的高层领导有其独特的方法。他们不主张企业干部员工频繁撤换,如果干部员工犯了错,首先要看他是为公还是为私。如果为公,只要没有犯原则性错误,以批评教育为主,不轻易辞退或是降职处理。如果为私,也先批评教育,如果屡教不改,才考虑换人。

“反者道之动”是老子《道德经》里的经典思想,也是大自然的规律,其精华已被鲁花的管理层深刻理解并运用自如。孙孟全经常告诫自己的员工,“想要利己,就必须利人;想要为私,就必须为公。如果只想到利己,没想到利人;只想到为私,没想到为公;只想到利,没想到义,那你的目的就达不到。只有坚持利缘义取,财自道生,利人为公、以德取得,帮助别人实现了目标,自己的目标才会实现。所以,我们凡事只有站在国家、消费者、农民、合作伙伴的利益点上去考虑问题,做人做事,我们的事业才能成功。”

App 助力打造“互联网+”企业文化

今年以来,广东电信高州分公司积极运用“互联网+”思维,推进文化立企、文化强企战略,以开放、融合、创新、突破的思维打造企业特色文化,凸显企业文化的示范、引领、激励作用,使企业在特色文化的引领下焕发出新的生机活力。

在线上,高州电信先后创建了“高州电信”微信公众号、“高凉微生活”、“高州电信中心经理”微信群、“高州电信中心经理”翼信群、“天翼-高州”微信公众号,通过移动互

联网、App、OA系统、内网等方式,方便、快捷、高效地将企业发展理念、经营目标、措施方案、完成数据第一时间发送给员工,加强领导与员工、上级与基层、一线与支撑的联系与沟通,形成倒三角的服务支撑体系,为企业经营发展、服务客户、联系员工、方便工作提供了良好的沟通平台。

在线下,高州电信创建了《电信之声》内刊,定期出“我为星狂”爱明星板报、“全市中心收入进度龙虎榜”、“先进员工荣誉墙”、“员

工风采园地”、“廉政文化板报”等栏目,张贴励志警句、悬挂安全横幅、发放温馨提示等线下读物,使公司企业文化成为“看得见、想得到、摸得着”的文化。

通过线上线下的宣传融合,领导干部与一线员工密切配合,积极参与,进一步丰富了企业宣传教育平台内容,更好地传播企业文化,使之逐步渗透到企业的各个层面,增强了广大员工的凝聚力,营造出企业员工共同的价值观念。

(任游)

传承中国文化 做真诚有灵魂的企业 ——专家学者热议国芳集团 16 周年司庆“汉礼迎宾”大型文化活动

■ 曾峰青

“人类因梦想而伟大,企业因文化而繁荣”。9月5日,国芳集团16周年司庆“汉式迎宾礼”大型文化活动盛大举行,至今依然热度不减。其新颖生动的活动形式,厚重深邃的文化底蕴,引各方专家学者及传统文化爱好者关注热议。

管理专家:有灵魂的企业

进入21世纪,文化管理成为众多企业关注的焦点。对于企业管理者来说,企业文化属于企业的核心竞争力,是企业管理最重要的内容。企业只有拥有了自己的文化,才能保持积极健康的活力,才能拥有获得生存、发展、壮大和为全社会服务的基础。

兰州大学管理学院贾旭东教授长期从事企业战略研究,提倡将中国传统文化精髓应用于企业管理与文化建设。在了解了国芳集团举行的汉礼迎宾仪式后,他称:一个没有文化的企业是没有头脑和灵魂的企业,而成功的企业都有其突出的企业文化。“现代企业在对内管理对外发展中,采用的很多手段与方法均与传统文化相通,如企业对内部员工的学习与教育,员工使命感、荣誉感培养塑造,以及企业对外发展与竞争者的关系,品牌的信誉度和美誉度等都会体现传统文化对其产生的影响。据了解,国芳集团是一家成熟且具有社会责任感的企业,从1999年成立伊始,该企业一直植根于内部文化建设,外部社会建设,也形成了自身特色鲜明的文化生态系



统。国芳集团高度重视员工内部文化建设,经常举行各种形式的文化活动,将员工的内在文化素养以及文艺才能进行深层挖掘,并通过长期开展社会公益活动,倡导正能量,这些都为企业树立了良好的社会形象。本次司庆以古礼形式迎接宾客既是企业传承、弘扬传统文化的一次创新尝试,更是企业社会形象再造的一次重要创举。”

文化学者:真诚且有良知的企业

古中国被外国使节评价为“礼仪之邦”,这不仅是一种美誉,同时也是对人类社会建构与其间蕴涵的普世性价值的认同。

作为通晓我国传统文化历史的知名学者,甘肃省文学艺术界联合会副主席王登潮先生已受邀为央视解说两届国际马拉松赛事。本次国芳集团16周年司庆举行的汉礼迎宾活动也得到了他的较高赞誉。他称,在中华文明八千年的历史演变过程中,“礼”强烈地影响和制约着中国人的思想言论和行动。古时,许多来到我国的外国友人看到中国人普遍接受礼仪教化与熏

陶,在言行举止上以礼仪为美德,待人谦恭温和,相互关系融洽,心里钦羡之余,发出由衷的感叹,称中国为“礼仪之邦”。而甘肃省作为华夏文明的发源地,拥有厚重广博的传统文化资源,更应将华夏文明发扬光大。“国芳集团作为一家在陇原大地上成长起来的民营企业,深受华夏传统文化影响,拥有深厚的企业文化,不仅继承和发扬了中国传统文化中重礼仪、守礼仪、行礼仪、讲礼仪、尊礼仪的高贵精神品格,还主动承担起传播传统文化的艰巨使命。在现代商品经济社会中,很少有企业能抛却经营目的,不以盈利为目标,发自内心地做一场纯粹的文化活动。这说明国芳集团是一家真诚且具有良知的企业。”

“不学礼,无以立”。作为一家社会型企业,对内国芳集团一直注重企业文化建设,注重整体礼仪培训,员工尊礼、重礼,讲究严于律己、礼貌待人;对外国芳集团努力构建公正、和谐的竞争环境,并勇于承担企业社会责任,常年致力于慈善捐助等领域,用大爱回报社会,用真心温暖他人,这正是“君子以仁存心,以礼存心;仁者爱人,有礼者敬人”的真实写照。

对集体跪拜的“企业文化”说不

■ 张博伟

近日有网友爆料称,沈阳有企业员工在广场上集体跪拜领导。微博发出后,立刻引发了众多网友的吐槽。记者联系到涉事的鼎汇丰重庆老火锅,相关负责人回应,这是企业文化中的感恩文化,员工是在感谢父母养育之恩,属于孝道的教育,并不是在跪拜领导。(9月10日《华商晨报》)

网友的爆料是:员工集体跪拜,并高喊:“感谢×总,给我工作!”伴随微博一起发送的还有4张图片,显示多名身穿红色衣服、黑色裤子的男女,在身穿白色衬衫黑色裤子的人面前跪成一排。个别站着的白衬衫人员有人弯腰鞠躬,以示回应。而涉事企业却回应称员工在“感谢父母”。可是,现场为何只见“领导”,不见父母?难道,“领导”还真的以员工的父母自居?实际上,员工才是企业和管理者的“衣食父母”,离开了员工,企业只能关门。他们这是把两者之间的关系搞颠倒了?

即使真的是“感谢父母”,也不见得就合情合理。时代发展到今天,早已不兴磕头下跪这一套了。感恩父母当然是应该的,但有必要采取跪拜这样的方式吗?更何况,还非要拿到大庭广众之下集体进行,显然就有了表演和作秀的意味了。

实际上,某些企业鼓吹的“感恩文化”,其本质,不过是引导教育甚至强制员工对企业“感恩”、对领导“感恩”罢了。说到底,他们希望收到的效果,就是所有的员工都能听话、顺从。说好听点,这是为了方便管理;说难听点,这其实更像是一种“奴化”文化。封建社会里讲究天地君亲师,统治者就是通过对所请孝道的延伸,来树立其权威、维护封建秩序。没想到时至今日,此类封建糟粕被一些企业经营者原封不动继承了下来,继续拿来忽悠劳动者。

一些企业稀奇古怪的“企业文化”和培训层出不穷,看似冠冕堂皇,实际上却贩卖私货、与现代文明和法治社会格格不入。什么下跪呀、乞讨呀、拿大顶呀、喝厕所水呀等等,一个比一个离奇,一个比一个变态。这些所谓的“文化”,不仅不顾员工感受,更是涉嫌侮辱员工的人格。把这些无聊甚至无耻的东西当文化,只能说明企业及其管理者根本不懂文化,以至于拿肉麻当有趣、拿糟粕当宝贝。

社会进步了,劳动者应该对集体跪拜之类奴化式的培训和变态的“企业文化”说不,不能逆来顺受,助长某些资方的嚣张气焰。不过,对类似的丑陋现象,不能单靠劳动者去拒绝和抵制,毕竟他们在资方面前是弱者,他们还要工作、还需要养家糊口。劳动监察部门应该监管关口前移,及时发现和叫停企业的不良行为,并依法进行规范和处罚。

肯德基漂流图书会 走进白鹿原儿童村

9月13日下午,“肯德基漂流图书会”带着小朋友们捐的上百本书来到了白鹿原儿童村——陕西回归儿童救助中心。在儿童村举行了“30秒荐书”、“图书漂流”、“故事会”等一系列活动让孩子们提高对读书的兴趣。除此之外,肯德基还帮助儿童村成立了孩子们自主管理的社团——“漂流图书社”,所有儿童村的孩子都可参与进来,以书为媒介增进交流、学习分享、爱上阅读。

在“30秒荐书”、“图书漂流”、“故事会”活动中,孩子们的从羞涩慢慢变得积极起来,从不愿意多说话,到你一言我一语地抢着讲故事,图书给孩子们带来了许多乐趣,也打开了孩子们的话匣子。特别是故事会的环节,故事姐姐带领大家一起阅读了《小虎神探队》,神秘、惊险的侦探故事高潮迭起,牵引着大家不断探索,每一个线索都让孩子们兴奋不已,大家纷纷发言说出找到的线索,并大胆发表自己的推断,现场好不热闹。

故事会结束后,肯德基工作人员将带来的上百本图书捐赠给白鹿原儿童村,帮助儿童村成立了图书漂流社,鼓励儿童村的小朋友多交流、多分享、多读书。儿童村的老师告诉记者,“白鹿原儿童村漂流图书社”将在老师的帮助下由孩子们自主管理,并在今后的每周日下午定期举行活动,让儿童村的图书持续漂流,希望以此培养孩子的阅读习惯,也让读书成为孩子打开心扉、了解世界、与人沟通的桥梁。白鹿原儿童村的范老师说:“感谢肯德基漂流图书会来到了我们学校,让孩子们阅读到了这么多有趣的图书,这是平时他们很少能够接触到的,丰富了他们的阅读生活,我们也希望能够将今天的愉快阅读氛围一直持续下去,让孩子们能够培养自己的阅读习惯,懂得分享。”

据百胜餐饮(西安)有限公司公共事务部经理杨溢女士介绍:“从过去到未来,公益行动我们会一直持续进行下去,并发掘更多的形式与内容,长期推动公益事业。”

(曹东川)