

蓝白“掌门”任吉宏：把传统文化美德融入企业文化

■ 侯嘉伟

民以食为天，食以安为先。蓝白餐饮作为山东省烟台市政府“厨房工程”和“放心早餐工程”定点骨干企业，先后获得“全国早餐工程示范企业”以及“中国快餐 50 强”等荣誉称号。而这些光环的背后，离不开董事长任吉宏对保障食品安全的执着追求与对日常工作的躬身力行。

卖馒头的小亭上写着“为人民服务”

任吉宏，自 1997 年开始担任山东省烟台市粮油供应公司总经理、党委书记。1998 年企业改制后，又开始担任烟台蓝白食品有限公司董事长。说起当年由粮油公司经理下海创业到成立蓝白餐饮，任吉宏一路走来，其创业经历带几分传奇色彩。

上世纪 90 年代末，烟台馒头市场出现了加工销售不卫生、掺杂施假等不良现象。市民对此反映强烈。时任烟台市粮油供应公司总经理的任吉宏审时度势，成立了蓝白食品有限公司，开始生产销售放心馒头。

为把馒头做好，任吉宏跑北京、跑陕西、跑河南……凡是全国各地听说是馒头做的好的，都会去参观学习。之后创立馒头的企业标准，购买最先进设备，设立连锁经营点，保证品牌质量，树立了企业的良好形象。1998 年 5 月 18 日，蓝白开始营业，当时挂了两个条幅：一是“早餐工程，为政府排忧”，另一个条幅是“生产放心食品，为百姓解难”，卖馒头的小亭上写着“为人民服务”。

经过十多年的努力打拼，任吉宏建立了自销专卖亭、家属房连锁店、快餐连锁店三种销售网络，各种销售网点发展到近 300 处，分布在烟台市区 80% 以上的居民区，市场覆盖率达到 50% 以上。蓝白为广 大市民提供了健康、方便、时尚的一日三餐，也改写了烟台本地无快餐的历史。

将百姓一日三餐作为企业的使命

1998 年建厂之初，蓝白就制定了馒头生

民以食为天，食以安为先。蓝白餐饮作为山东省烟台市政府“厨房工程”和“放心早餐工程”定点骨干企业，先后获得“全国早餐工程示范企业”以及“中国快餐 50 强”等荣誉称号。而这些光环的背后，蓝白与众不同的企业文化功不可没。



● 蓝白餐饮有限公司董事长任吉宏

产企业标准，这在国内同行业是第一家；2007 年，又在全国同行业率先承诺“拒绝增白剂”，这比国家后来颁发的禁令提前了四年多。十几年来，蓝白的经营网点已经发展到 300 多处，分布在全市 80% 以上的居民区，每天享受蓝白产品的消费者有十几万。可以说，正确的企业使命和超前的质量意识，成就了今天的蓝白。

多年来，任吉宏经常在思考一个问题：企业存在的价值究竟是什么？支一个小门头，做点小生意，可能是为了自己养家糊口；而做到中档规模，就要考虑到整个团队、全体员工的利益；当做到较大规模时，自己的私利就很小了，主要是为社会。否则，做快餐这么辛苦，而且责任这么大，如果仅仅为了自己的私利，就



● 蓝白餐饮有限公司加工车间

没有多大意思了。

“我思考的另一个问题是，企业发展靠什么？蓝白能做到今天，不在于我们这些人有多大本事，主要受益于政府的支持和广大市民的信任。”任吉宏说，而要赢得这样的信任和支持，企业就必须有责任、有担当，也就是，有好心才有好报。

任吉宏认为，这次创建食品安全城市，是对蓝白的又一次严峻考验，需要蓝白进一步去担当。“我们一定会高度重视，用心工作，确保食品质量安全不出问题，为我市交上一份满意答卷，以回报广大市民多年的关心和厚爱。”

据悉，蓝白所有的产品，都要进行严格的质量检验，蓝白的车间，对每批次的产品都要进行抽样检验。一般要做到感官指标、理化指标和微生物指标三项都合格才行。在快餐店、家属房店加工销售的蓝白产品，都有明确的执行标准，并实行严格的保质期管理。

传统文化元素充实进蓝白企业文化

在任吉宏的脑海中，他的奋斗愿景是“建设如家蓝白，打造百年老店”。为此，他一直十分重视企业文化建设，并致力于打造“蓝白如

家”的企业氛围。

针对目前社会上部分人道德缺失、部分企业功利主义严重、员工利益得不到保障的现状，任吉宏决心把传统文化的“仁爱、和谐、感恩、宽容”元素充实进蓝白企业文化，使自己和整个团队掌握正确的做人智慧和理念。

最近几年，任吉宏先后十几次带领公司高管到外地学习传统文化，感受传统文化的魅力。在此基础上，组织全体员工学习践行。任吉宏不是仅仅要求别人做，而是身先士卒、首先从自己做起。他把仁爱、和谐更多地展现在关心员工生活和日常工作的细节中。

吃到蓝白食品的老百姓是幸福的，在蓝白工作的员工也是幸福的，任吉宏不仅主张把工资福利调整到同行业最高水平，而且还自己担负了“五个一千”的全部费用，即对员工结婚、生子、子女升大学、父母或配偶病故、父母年满 80 岁五种情况，发放 1000 元的红包或抚恤金，为此每年任吉宏要自掏腰包二三十万元。

任吉宏认为，企业如果没能履行社会责任，就失去了它存在的意义。蓝白作为市政府菜篮子工程和放心早餐工程的骨干企业，一直很重视企业的社会责任。公司长期开展慈善救助、抗震救灾活动，并专门在慈善总会成立蓝白慈善基金。



金陵石化：“开门办企业”成为企业文化特色

■ 窦豆

近年来，金陵石化作为中国石化“开门办企业”最早的企业之一，至今年 10 月已经组织各类参观、采访活动 80 多批、4600 多人次，宣传了企业形象，普及了化工知识，帮助人们摒弃了化工和 px 恐惧，促进了社会和谐，形成了企业文化特色，也得到了国家环保部和江苏省、南京市相关部门的好评。

该公司建立了“开门办企业”活动工作机制，与媒体和高校共同建立了采访基地和学生社会实践活动基地，政府工作人员、学生、区域内居民等社会公众的参观活动，长年不断。“开门办企业”活动没有时间规定，原则可随时可以安排。即使碰上装置检修，也可以在炼油、烷基苯两个生产区域错开安排。暑假时期，各类学生前来参观调研的较多，夏令营活动也经常安排到厂参观，那是“开门办企业”活动的旺季。春秋两季，厂区花团锦簇，政府人员、人大代表、政协委员参观考察较多，那是与社会精英交流讨论的好时机。活动由宣传处负责安排，总经理办、团委、保卫、安环、技术质量以及相关工厂、运行部配合。

公司制作了企业宣传片和《石化与生活》科普片以及企业宣传网页，可以组织观看上海世博会石油石化馆的科普大片，参观结束时还赠送参观者特别制作的“两滴油”纪念品。公司根据来客的不同，安排适合的路线，全部参观点有 10 个以上，可以选择安排。主要参观点有：烷基苯厂（典型的花园工厂，亚洲最大的洗涤原料生产基地）；炼油

四部（油品升级装置的集中区域，国内单系列最大的渣油加氢、催化裂化装置）；炼油二部（两套高等级汽油的加工装置即催化汽油吸附脱硫装置，全国最大规模的汽油加工基地）；炼油一部（操作 16 套炼油生产装置的中控室，加氢装置的集中区，催化烟气脱硫脱硝装置现场）；公用工程运行部（炼油污水深度处理回用装置每年节约水资源达大半个玄武湖，可以尝试喝下处理过形成的饮用水级别的水，现场与矿泉水比较）；热电运行部（热电锅炉脱硫脱硝装置介绍，厂前区花园）；生产指挥中心（整个金陵石化生产装置全貌，码头出厂全景，各个装置生产动态，环保数据的动态，24 小时环保举报电话）等。

参观采访活动，被网络、报纸、电视等各类媒体报道，扩大了企业外在影响力。清华大学、南京大学、大连理工、南师大、南京工大等高校学生的实践活动，在学校网站发布消息，学生撰写的调研报告也起到了较好的传播效果；职工子女参加“我眼中的美丽石化”参观采访活动，鼓励中小学生对石化行业、撰写参观感受作文，参加“石化与生活”环保主题征文。该公司并将优秀征文作品编印成册，发放到参观采访的学生以及所在学校，企业绿色发展的情况传播到南京市许多家庭和中小学校；中小学生对了解石油石化与人们生活的紧密关系，并将石化企业的“美丽”传播到家庭、学校中，让更多的人有了正确的认识。

企业战略转型与企业文化重塑

企业战略转型，必然伴随着新旧思想的交锋、管理模式转变、不同价值的交融。转型期的企业，不仅有“看得见”的业务模式升级和组织架构变革，还有“看不见”的思维模式转向和企业文化转型。前为“表”、后为“里”，两者相辅相成、不可或缺，可谓是“合则齐美、离则两伤”。

企业文化，是一种被全体员工所认同的价值观念，直接决定着员工的思维模式和行为方式，其“存量”和“增量”具有深度和再开发性，以及可转化为其他财富的“增值力”和“扩散力”。成功的企业文化重塑，需要处理好新因子和旧因子、顶层和基层、硬约束和软环境、整体和个体四个方面关系，具体而言，就是要做到：

巩固继承+开拓创新。企业在长期发展过程中，积淀并形成独特的企业文化。在企业发展的不同阶段，企业文化所包含的企业精神及价值观有着不同的时代内涵。在企业转型期，企业文化体系中依然有符合企业转型发展的部分，也有不合时宜需要摒弃的部分。要在继承中巩固和创新，找准“变”与“不变”，在现实中扬弃，在开拓中创新，使企业文化引领企业转型发展。

顶层设计+基层实践。企业文化重塑不能只靠上层“一厢情愿”，必须把顶层设计和基层智慧、顶层拉动和基层推动结合起来，使转型更具系统性、整体性、协同性。首先，应从企业发展的战略角度，强化宏观构建和前瞻思考，画出“战略图”“目标值”“路线图”和“时间表”，并依据战略需要，提炼勾勒与企业战略目标相吻合的企业文化，找准关键的新文化因子。其次，应时时关注基层对转型战略的执行及对新文化因子的吸收情况，倾听基层呼声，不断强化重点文化因子，让基层员工深刻理解企业转型的坚定信心和方向。

管理变革+环境营造。由于企业文化存在一定的惯性，员工思维和行为的转变需要一个较长的过程，因此企业转型不会轻松完成，必须进行系统的管理变革。要改变传统的管理方式与方法，从组织架构、责任机制、激励机制和约束机制等方面建设新的管理机制，通过管理的变革来完成文化的转型。此外，要注重营造开拓创新、开门纳谏、尊重人才、尊重创造、爱岗敬业、争做标杆的良好环境，为转型注入鲜活的思想源泉。

企业发展+员工成长。不同企业成功的要素各不相同，但有一点却是共通的，就是企业与员工的共同成长。唯有如此，员工才会发自内心地与企业同呼吸、共命运。在企业转型期，一方面员工对企业发展未来更为担忧，另一方面，转型期往往意味着更大的工作压力和更高的工作要求。这两方面因素叠加，易使队伍出现信心不足及积极性、创造性下降等问题。此时，更应强化灌输企业转型成败对员工自身发展的影响。

一次成功的企业文化转型，必将使企业具有更加强大的战斗力和执行力，产生巨大的凝聚力和创造力。如此，企业转型迎来的不仅是物质之变，更是精神之变、气质之变；不仅有思想的真砥砺，更有企业的新发展。（安然）

榆林市召开非公企业文化建设现场观摩会

11 月 2 日至 3 日，陕西省榆林市政协副主席、市工商联主席贾正兰，市委统战部副部长、市工商联党组书记贺振强一行赴子洲县视察企业文化建设，并召开了榆林市非公企业文化建设现场观摩会。会议由市委统战部副部长、市工商联党组书记贺振强主持，子洲县人民政府领导代表及未来企业联合会会员企业代表 100 余人参加本次会议。

此次活动由榆林市工商联联合榆林未来企业联合会联合组织非公企业 70 余家赴子洲现场观摩学习，深入子洲县陕西三丰粮油有限公司、天河农业合作社及旅游文化产业项目王阳洼和刘氏庄园、西峰寺庄园等 9 个重点民营企业进行调查研究。贾正兰主席广泛听取企业意见，详细了解子洲县民营企业发展状况，并现场引导企业转变经济发展的方式，和企业家共同探索转型发展的途径和办法。观摩会现场，陕西羊老大国际旅行社、榆林长运集团、榆林童学馆、陕西三丰粮油有限公司、陕西广济堂医药集团、陕西紫靖餐饮集团、榆林高新医院等优秀企业代表和县工商联代表交流发言，在本次活动总结的基础上，会员们围绕经济新常态、结合企业行业实际，积极探索长效机制等多方面的探讨。

榆林市未来企业联合会成立于 2015 年 3 月，该商会主要以 75 后的青年创业者为主体和有发展前景的民营企业参与加入。会员来自全市二十个县区，约 150 余家会员单位，涉及工业、农业、服务业、建筑、房地产、铁路运输、装备制造、信息化、网络化、汽车领域及商贸类行业等。（玉苹）

天才电子商务有限公司打造“以人为本”文化品牌

随着市场竞争的日益激烈，良好的企业文化直接关系到企业对市场需求的适应性问题，与企业发展息息相关，因此，能否坚持“以人为本”建立和不断提升企业文化建设水平，在很大程度上，决定着企业的前途和命运。

山东天才电子商务有限公司自成立以来把坚持以人为本，打造优秀的企业文化为己任，把企业的价值观念、品牌形象、服务理念等融入到每个职工思想和行为之中，体现在企业的各项工作之中。

山东天才电子商务有限公司的企业文化，使员工感到宽松和谐，有压力也有更多的动力，能够不时取的成就感和成功感的工作氛围。也使顾客、潜在客户、周边人群等与企业接触和发生关系的所有人都能感受到优质服务、细微服务和温馨服务的氛围。

自天才电商成立以来始终保持和不断发展优秀的企业文化，十分重视广大员工参与企业文化建设的积极性和创造性，多次组织活动，把全体员工吸引到企业文化建设中来。因为企业的主体是人，企业的个性活动要靠广大员工来完成，企业文化是企业员工素质

的综合体现，要通过广大员工的思想观念、精神境界、理想追求等等来体现，所以必须要广大员工共同参与。

对于一个企业而言，生存是基础，发展才是硬道理。求得生存与发展是所有企业的期盼，它必须满足多种因素。在这众多制约企业生存与发展的因素中，惟有人因素最重要位居第一位。因为其他因素最终都要通过人这个载体去实现去完成，没有人因素的存在，其余因素的价值将无法得到体现。因而，在一个企业内，人的智慧、力量得到了有力发挥，企业才能生存发展壮大。

天才电商的管理层一直把人力资源管理的工作十分重视，如何充分发挥人的资源优势呢？又如何做到坚持以人为本呢？是人才的每一个管理层都必须认真考虑的事情。因为企业的发展就是人的优势竞争，人的智慧、人的能力发挥程度就决定着企业发展。从中外优秀的企业管理方法中可以看出，人的素质是第一位的，只有高素质的员工，方能缔造出优秀的企业，建设出优秀的企业文化。

（郑青莹）

伊利集团到玉柴交流企业文化建设工作

11 月 6 日，内蒙古伊利实业集团股份有限公司总裁助理、华南大区总经理苏玉峰带领团队到玉柴参观考察，了解玉柴的企业文化建设工作。玉柴股份党委副书记、副总裁叶斌接待了来访客人。

苏玉峰一行先后参观了五发厂、动力大厦展厅，对玉柴的企业概况、生产状况、产品特点等进行了大致了解。

座谈会上，叶斌重点介绍了玉柴的精益文化和创新文化。叶斌说，从 2011 年开始，玉柴股份就开始导入精益制造。刚才在五发厂参观期间，可以感受到精益理念已渗透到生产的各个环节。另外，经济发展大环境不容乐观，企业一定要创新发展。玉柴目前正在积极推进“二次创业”，推动企业转型升级。

苏玉峰认为，此行到玉柴的参观考察非常有意义。他说，玉柴和伊利都是优秀的民族品牌，优秀的企业骨子里都有类似的基因，到玉柴的参观、学习能开阔团队的视野。玉柴的



绿色发展、“二次创业”、精益制造等理念、做法都令他耳目一新。

此外，玉柴股份党委工作部副部长何晓宇从玉柴企业文化的特点、理念体系、具体做法等方面介绍了企业文化建设相关工作。

（柴宣）