全国人大代表熊维政 就医疗教育等热点问题深入基层调研

■ 汤兴 赵森

举世瞩目的全国“两会”召开在即。为更好地将老区干部群众的心声带到“两会”上,并能够提交事关老区经济发展、社会民生的更贴近实际且“接地气”的建议,2月26日,全国人大代表、羚锐集团董事长熊维政深入到老区新县千斤乡卫生院、光彩实验学校、周河乡绿达山油茶基地进行调研,就基层医疗改革、教育公平和精准扶贫等热点问题广泛听取各方意见和建议。

在新县千斤乡卫生院,熊维政代表详细了解卫生院医疗设施建设情况,并同新县卫生局、新农合办公室,新县新集镇、沙窝镇、千斤乡卫生院等单位同志座谈。与会同志提出了“基层卫生院外科、妇产科等专业医疗人员严重缺乏”“基层医疗人员待遇低,很难能留住人才”等一系列问题,熊维政代表认真倾听,并一一做了详细记录;他表示,要认真收集整理大家的意见,在全国人代会时,将建议国家继续加大对革命老区基层医疗建设的资金投入,加强对骨干医师的培养,提高基层医疗人员待遇,切实留住人才,让他们安心工作,守护一方群众健康。

●熊维政代表(中)在调研中

中午,熊维政一行来到新县光彩实验学校走访调研,他详细询问学校基础设施建设、学生学习生活状况及办学面临的困难,新县教体局领导同志随行,并特别希望熊维政能将老区留守儿童教育问题带到“两会”上。多年来,国家对老区教育投入很多,新县地处大别山腹地,交通很不便利,希望国家能够配备校车,解决山区留守儿童上学“行”的问题,让山区孩子享受到平等、优质的教育资源。

下午,熊维政一行又赶赴位于新县周河乡的绿达山天然油茶林基地,听取周河乡政府同志、油茶农民专业合作社社员对利用老区油茶资源,精准扶贫工作的建议。熊维政动情地说,周河乡有着“中原第一油茶乡”的美誉,其大片的天然油茶林是我们老区人民宝贵的资源;他将向国家建议,大力扶持并发展大别山革命老区油茶产业,通过产业扶贫、造血式扶贫,将农民转变为产业工人,将这片碧绿的大山真正变成“金山”“银山”,变成带动老区群众脱贫致富的“宝山”。

管理者的三层境界 你在哪一层?

■ 刘澜

管理者是什么呢?我常常举三个定义。

第一个定义从《现代汉语词典》而来。这本词典把管理定义为“负责某项工作使顺利进行”,那么与之对应,管理者就是“负责某项工作使顺利进行的人”。根据这个定义,组织中的每个成员都应该是管理者。因为每个岗位都需要具体负责某项工作。哪怕你是公司前台的接待员,只要你使你负责的工作顺利进行,你就是管理者。

第二个是管理大师德鲁克的定义。他说管理者不是“对下属的工作负责的人”,而是“对影响自己业绩的所有人的业绩负责的人”。

同样,根据这个定义,组织中的每个成员都应该是管理者。今天的组织中,几乎没有人的业绩能够不依赖其他人。因此,组织中的每个成员,如果做到了对他人的业绩负责,就是管理者。

第三个也是德鲁克的定义。他对管理者还这样定义:“在一个现代组织里,如果一位知识工作者能够凭借其职位和知识,对该组织负有贡献的责任,因而能实质地影响该组织的经营能力及达成的成果,那么他就是一位管理者。”

根据这个定义,有下属的人不一定是管理者。德鲁克举的例子是制造业的工厂领班,因为他们并没有对组织的经营能力产生重大的影响,他们“对其下属的工作方向、工作内容、工作质量及工作方法,他们既无责任,也无职权”。

而没有下属的人可能是管理者,比如一些知识工作者,他们尽管没有下属,但是做出的决策可能极大地影响公司。德鲁克比较两家竞争企业的市场研究员,一位可能有200个下属,另一位可能只有一个秘书,“然而就这两位市场研究员做出的贡献来说,却无太大差别”,因此都是管理者。

关于管理者的这三个定义有很多共同点:都承认没有下属也可以是管理者,都把责任而非权力作为管理者的核心特征,都用成果而非职位作为衡量标准。因此,管理者追求的不应该是权力和职位,而是责任和成果。那些身处所谓的“管理层”的经理人,如果不承担责任,没有创造成果,也不是管理者。

这三个定义也有不同,它们实际上是循序渐进的,强调三个不同层次的成果。第一个定义关注任务,强调个人业绩。第二个定义关注人,强调团队业绩。第三个定义关注组织,强调组织业绩。从管事到管人,再到管理组织,这是管理者的三层境界。

根据前两个定义,组织中的绝大多数人、甚至每个人都该是管理者。而根据第三个定义,只有在组织的层面做出贡献才是管理者。实际上,德鲁克并没有自相矛盾,他在第三个定义中所谈论的是“高层管理者”(executive),不是前面所说的“管理者”(manager)。没有下属也可以是高管——这就是德鲁克的睿智。

要成为第三层境界的管理者,需要从第一层境界做起。第三层境界的重点是管理组织,第一层境界的重点就是管理自己。尽管公司前台的接待员很难成为第三层境界的管理者,但是她可以做一个优秀的第一层境界、乃至第二层境界的管理者。即使你名义上已经是所谓的总监、总裁,但你可能没有做到管理者的高境界。

你是哪一层境界的管理者呢?

2015年度中国保健酒十大品牌总评榜、中国枸杞十大品牌总评榜揭晓

宁夏红“十大品牌”双榜题名分夺榜眼

近日,由“品牌排行网”主办,效菘世纪(北京)网络技术有限公司承办的“2015年度中国保健酒十大品牌评选”“2015年度中国枸杞十大品牌总评榜”评选结果正式揭晓,宁夏红枸杞产业集团双榜题名,分夺榜眼。

此次评选,不但成为保健酒行业、枸杞行业领军者齐聚的盛会,更吸引了国内近一半的枸杞品牌和经销商的参与,成为众多国内优秀品牌崭露头角,表现自我的绝佳机会,成为国内保健酒行业、枸杞行业少有的大型权威品牌评选活动。该评选被中央电视台、人民日报等国内权威媒体相继报道,更被新浪、网易、人民网、新华网、中国网等70多家知名网络媒体高度关注。经过紧张激烈的网上投票、资质审核以及消费者商誉评价,“宁夏红”凭借枸杞果酒精湛的酿造工艺、健康养生的理念和众多忠实消费者的支持和拥护,分别在1月26日、27日揭晓的“2015年度中国保健酒十大品牌评选”、“2015年度中国枸杞十大品牌评选”中,入选“十大”并取得骄人成绩。

宁夏红枸杞产业集团是全球最大的枸杞深加工产品生产厂家之一,国家级农业产业化重点龙头企业、国家扶贫龙头企业、国家级高新技术企业,拥有国家级技术中心、博士后科研工作站,是世界上第一家酿造枸杞酒的企业。企业创建于1996年,历经二十年的发展,已形成了枸杞果酒系列、传杞枸杞干红系列、枸杞白兰地系列、沙坡头葡萄酒系列、法国进口葡萄酒系列等多元化产品结构。“宁夏红”以其卓越的品质、面向全国的销售网络、完善的售后服务、现代化的管理模式、创新的经营理念、坚定的市场开拓和持久的商业信誉,塑造了良好的品牌和企业形象。集团依托得天独厚的原产地——中宁枸杞资源优势,在全球首创枸杞鲜汁低温发酵技术,首创枸杞酿酒技术,使世界第一瓶枸杞酿造的干红酒诞生在中国,诞生在宁夏红,拥有多项国家发明专利。

“宁夏红”实现了对传统的枸杞消费观念和消费方式的革命性引导,开创了枸杞消费的新时代,为枸杞资源找到了一条转化增值的新出路。面对振兴枸杞产业的历史责任和历史使命,“宁夏红”将以市场为导向,发挥农业产业化龙头企业的带动作用,大力发展中国健康产业,引领中国枸杞天然健康产业的发展,打造世界枸杞产业的领导品牌。

(红轩)

国酒之窗

茅台集团公司召开 规范董事会建设试点工作相关制度审议专题会

按照茅台集团公司“十三五”总体战略规划,为适应公司快速发展的需求,加快推进公司制度建设步伐,2月23日,根据茅台集团公司规范董事会建设试点工作要求,集团公司召开规范董事会建设试点工作相关制度审议专题会。会议以集团公司现行管理制度为依据,以提升、规范公司管理为重点,结合公司发展实际,围绕新立和修订的18项集团公司重大经营决策性制度进行集中审议讨论。

会议由集团公司董事长、党委副书记、股份公司董事长袁仁国主持。集团公司党委书记、副董事长、总经理李保芳,副总经理、总工程师吕云怀,工会主席罗双全,总法律顾问刘汉林等出席会议。

会上,刘汉林对集团公司规范董事会建设试点工作制度起草、修订情况进行了说明,并对《集团公司章程》、《集团公司管理纲要》、《党委会议议事规则》、《董事会议事规则》等18项制度修订、补充内容作了详细介绍。与会人员围绕18项制度进行了讨论并提出意见建议。

最后,袁仁国在讲话中要求:一是要把习近平总书记提出的“提高治理能力和治理水平现代化”理念融入到制度修订中;二是制度的修订一定要符合上级部门要求和国家相关法律法规,依法依规修订;三是要准备把握好制度的可操作性和科学性;四是在制度修订过程中,要紧密结合公司发展实际,修订的制度之间要相互协调,文字要精炼,不能相互矛盾;五是要进一步完善《子公司管理纲要》中授权管理的问题,重点是资金使用方面的授权管理;六是试点工作制度组要按照会议讨论提出的意见建议并广泛征求意见,再次对各项制度进行修改和论证后提交公司有关会议审议。

股份公司领导杨代永、张家齐、何英姿、袁明权、万波、李明灿、王崇琳及集团和股份公司总经理助理、相关部门负责人参加会议。

(彭云 张云鹏)

迈上新征程 实现新跨越

锡柴举行“十三五”战略推进誓师大会暨升旗仪式

2月17日,春节假期之后的第一个工作日,锡柴厂全体领导干部、分工会主席、班组长、职工代表共1500余人,齐聚创业广场,举行“新征程,新跨越”“十三五”战略推进誓师大会暨升旗仪式,为打好“十三五”开局之战坚定信心提振士气。

迎着新年的曙光,伴随着庄严的国歌和激昂的厂歌旋律,国旗和厂旗冉冉升起。领导干部代表、计财部部长夏玉林,营销人员代表、销售公司常务副总经理李前阳,技术人员代表、研发部产品开发室姬腾飞,工人劳模代表、生产部机工车间顾健,分别围绕“主动担责,推动转型升级新发展”、“直面挑战,品牌营销实现新跨越”、“敢想敢为,技术创新取得新突破”、“拼搏进取,铁军精神展现新内涵”作了表态发言,要求全厂各条战线的职工要以更加昂扬的斗志,更加饱满的热情,投身“十三五”新征程,实现创业新跨越。

站在“十三五”征程的起跑线上,锡柴用升旗仪式的方式进一步统一思想,鼓舞斗志,凝聚合力。钱恒荣厂长在仪式上号召全厂干部职工要铭记自主使命,担起创业责任,立足新起点,展现新作为,取得新突破,作出新贡献。他要求大家,一要坚定信念,争当四次创业的攻坚者。二要勇担责任,争当“十三五”规划的推动者。三要鼓足干劲,争当决胜全年的践行者。

(冯雅明)

社区生活及个人消费服务、社区物业服务、电商配送等成为创业方向

如何讲好一个社区O2O的创业故事

商业模式与运营资金,是决定创业公司存亡与发展的关键因素;但把控这两个因素的主动权,却不一定都在创业公司手上。创业大潮越演越烈,但获得投资后仍宣告失败阵亡的创业大军也在激增。没有壁垒和具备核心竞争力的模式、脱离行业及公司实际运行规律的资金使用方式,正成为创业者面前严峻的考验。

在“双创”呼声最为高涨的2015年上半年,创业热潮几乎达到历史的顶峰,O2O细分领域的崛起引人关注。这一趋势中,更为垂直的社区服务创业形态遍地开花,家庭厨师、家政、洗车养车、美容按摩、家电清洗、外卖等创业公司层出不穷。

从规模及推广等程度较为完善的项目来看,社区生活及个人消费服务、社区物业服务、电商配送等为主要方向。相关领域的投融资活动也异常活跃,鼎晖资本、红杉资本、经纬中国等知名资本加紧布局;河狸家、饿了么、e代驾等也早已完成多轮融资,估值激增。拿到融资后的创业公司,遂掀起行业激烈的竞争战。以外卖行业为例,淘宝、百度等巨头的参与,让本身就很热闹的竞争更加白热化;而平台贴补客户、团队急速扩张、强势推等竞争手段,则让行业进入了“烧钱拼流量”阶段。

社区O2O创业热潮的崛起,始于满足新型消费需求和社区服务痛点;但是否已存在泡沫,正成为行业与资本市场关注的话题。竞争加剧且新进者前赴后继的过程中,“烧钱”已难再成就创业公司的进一步发展,越来越多的创业公司及身后的资本销声匿迹。

更为严峻的问题是,创业公司如何在去泡沫的过程中扛住风险。

“风投可能更懂运作和市场,但不一定足够深入了解某一个细分市场。如果因为接受了投资而必须要完全听从于外人对公司发展的意见,可能会顾此失彼。”上海小邻通社区网CEO江志华称,与投资人的接触和合作是双向选择的过程,并非一味追求和满足快速扩张。“公司成立最开始时,找师傅、接订单、处理投诉这些事都是创始团队自己做,主要是为了节约成本、建立口碑。然而,意外的收获是让我对公司各项业务都非常了解。对于公司的发展,我希望即便是慢一点也一定要走得稳。”截至目前,小邻通并未发起较大规模的融资,多采取合伙人加盟的形式引进战略投资,且加入时必须要“投钱也投资源”。

在其看来,创业者要对所处行业有足够深入的研究和资源基础,更要对发展模式有坚定的认识和足够清晰的辨别力,“这是投资人所不具备的,但也是他们想要看到的”。其还强调,最为危险的创业模式即创业者本身缺乏思考,而在资本的助推下更迷失了方向,最终让创意和激情毁于一旦。

从投资人的角度来说,融资也是一把双刃剑:钱投出去之后,企业还能否按原有规划行进已存在不定数。有投资人就透露,见过好几家创业公司,融资后开始拓展业务链,但已不再是团队擅长的事,创始团队的优势也开始削弱。最终的结果是原有业务的优势也不再。

在拒绝盲目迎接资本进入的同时,江志华表示,小邻通更多是在商业模式上下足功夫。当前在上海市主要以三种途径渗透市场,主流渠道是向各区及各社区街道居委会居民提供一站式物业维修及社区服务方案设计等服务;此外还有金融机构定向客户、地产中介及开发商特定区域客户的社区服务。而业务端则有自有服务团队、签约加盟服务团队等不同形式,确保各细分业务的接单和落地。

江志华还提及了创业者普遍存在的另一个顾虑,即巨头的分食和行业的整合。其表示,巨头的切入要么是靠整合并购,要么就只能是单点击破,追求的是不断吸纳新增流量。“我们跟巨头走差异化路线,先期不追求所有用户的全面覆盖,但为每一个覆盖的社区和用户提供全面的、细致的服务。举个简单的例子,如果你在上海某个小区需要修补两块瓷砖、安装灯具、维修一个家电,我们都可以提供师傅上门搞定。但这么细的活、这么小的生意,巨头们是不愿做的。”他强调,足够垂直、足够细致,将成为社区O2O创业的一项壁垒。

(纪田)