

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

未来建筑就像搭积木

——访中建钢构有限公司董事长、党委书记王宏

<< [P5]

每周时评 Observation

新生代民工
维权意识强化
值得期待

■ 金海燕

“拥有良好的互联网意识,擅长用法律手段来维护自身权益。”从厦门市思明区法院的数据显示,新生代农民工维权能力增强,从2015年以来,该院已受理涉新生代农民工劳动纠纷案件256件,成为劳动维权的主要类型。(5月26日《工人日报》)

新生代农民工维权意识的强化,主要表现在维权的诉求上,具有更加明确和全面的依法维权意识,他们不像老一代民工在劳动维权时,只是提出一些朴素的、基本的维权诉求,诸如发放拖欠工资、工伤损害赔偿,而新生代农民工的劳动维权,大多围绕“未签订劳动合同须按二倍工资差额进行赔偿”“违法解除劳动合同须赔偿赔偿金”等方面。这些诉求的提出,虽然给一些习惯于保障农民工基本权益的劳动仲裁或劳动法庭制造了一些“麻烦”,也给调解劳动纠纷的工作提出了更高的要求。然而,新生代农民工这种维权意识的强化,实在是值得我们期待的一桩好事。

首先,新生代农民工维权意识的强化,有利于倒逼用人单位强化依法用工的意识。有些用人单位,往往利用农民工不懂法律或维权意识不强的空子,规避自己应尽的法律义务,譬如不愿主动与劳动者签订劳动合同,一方面为今后随时终止劳动关系创造条件,另一方面也可以规避企业在发生安全事故时承担的法律责任。对于老一代农民工来说,没有签订劳动合同,常常使他们陷入了维权无门的尴尬,用人单位的这种思维惯性,甚至把个别农民工因为用人单位不签劳动合同而提出“按二倍工资差额赔偿”的合法诉求,称之为“法律碰瓷”。如今新生代农民工却把这些诉求变成了维权的主攻项目。

其次,新生代农民工维权意识的强化,有利于法律法规的全面落实。过去虽然劳动合同法有“未签合同须按二倍工资赔偿”和拖欠农民工工资“由劳动行政部门责令限期支付。逾期不支付的,责令用人单位按应付金额百分之五十以上百分之一百以下的标准向劳动者加付赔偿金”的规定,但在实际执法过程中却鲜有真正落实。一方面,老一代农民工很少提出这样的诉求,另一方面,执法部门本着双方协商、及早结案的愿望,不会主动帮助农民工提出这样的诉求,因此导致一些维护劳动者权益的法律条文,无法真正落实到每一位农民工的身上。如今新一代农民工把维权注意力转换到这些方面,可以推动法律条文的全面落实,有利于强化法律的尊严和全社会依法治国理念。

第三,新生代农民工维权意识的强化,有利于创造真正和谐的劳动关系,从而推动社会的和谐。当用人单位和劳动者都能把法律法规作为办事准则的时候,就有可能大大减少目前存在的各种劳动争议,即使出现了争议,双方都会走依法解决的路子,有谁还会走“楼讨薪”“拦马路讨薪”的违法之路?

新生代农民工维权意识的强化,虽然现阶段可能增加了劳动争议案件的数量,但从长远来说,却是好事一桩,值得我们期待。

伊贝实业
——中国高端鞋靴领跑者
<http://www.js-yb.cn>



本报常年法律顾问为闫永宁律师
手机:13609110893

构建“亲”与“清”的新型供应链关系



●李明灿在市场一线指导工作

■ 李明灿

人间四月天,有时是绿芽和鲜花,有时是诗和远方的田野。而在赤水河流域的糯高粱基地,今年却数次遭遇冷雨或冰雹的侵袭。田间地头,农作物受损,农民们抓紧护苗补种,叹息焦虑,愁眉不展。站在供应链顶端的“最初一公里”土地上,我也忧心。在这“酱香酒第一车间”里,糯高粱收成丰欠,几乎是看天的脸色,只能听天由命么?我想,我们至少能从构建新型的供应商关系方面“尽人事”,把“亲”与“清”的供应商关系落实到供应链的每一个环节里,止损、互助,保障丰收,淡然天公!

“亲”与“清”,是习近平总书记概括的新型供应商关系,也同样能指导我们构建新型的供应商关系。国酒茅台的供应链,从田间地头最初的一公里,到消费者餐桌上的最后一公里,除了有机种植基地的数百万农民外,还涉及270多家供应商,时间跨度至少5年,要在这样一条考验耐心与毅力的供应链中践行“亲”与“清”的辩证法,首先要端正态度,坦诚相待、开放交流;其次要探索方法,诚信互助、依法治链。

为“亲”之态度:
坦诚、和蔼、常相见

以往我们举办各类企业文化活动时,喜欢“相亲相爱的一家人”等形式的主题,作为

一个相对封闭的企业圈子,员工们相对容易认同和接受“一家人”的“亲”。但要把这种“一家人”思路延展到整个供应链系统,往往并不足以打动人心。商人皆重利,在“利”的语境下构建“亲”的氛围,万事开头,重在一个心态、态度。如果供应链各节点对利益锱铢必较,彼此间互相防备,话说一半,故布疑阵,那么这种“亲”就会沦为噱头、骗人的伎俩,故为“亲”之首要态度,必须坦诚。如果茅台自恃高傲,对供应商吆来喝去,高冷严厉,就可能越“亲”越“冷”,故为“亲”之第二态度,必须和蔼,必须是在坦诚基础上的和蔼,是发自内心的,真心实意的和蔼。有人说,陪伴是最长情的告白,万语千言,不如一见。要把“亲”的态度落到实处,最终还是要有一个“常相见”的态度和习惯。比如我们过去对糯高粱基地、有机小麦基地的扶持工作,从文件传达出的精神是茅台大力扶持,可是当地的种植户、农民们这些年来几乎都是通过当地政府或相关的收储公司来感受茅台的扶持政策的,这最初的一公里,茅台企业与农民们,不谋面,不闻声,不牵手,不站在同一地头,又如何能让农民们死心塌地地执行科学有机的种植理念?如果我们做不到亲人天天见,那么能不能在播种、防虫害、收割、收购等关键时间段内直接在田间地头派驻人员进行宣传、服务、监督、巡查,让农民们和茅台“常相见”?相应地,茅台和其他供应商之间更有条件“常相见”,只有常相

见,才能逐渐消除坦诚的壁垒,形成“亲”的氛围,才能更加有效沟通,增强互信,协同发展。

为“清”之准则:
自重、开放、勤检讨

招惹苍蝇,必是因为自身不洁。茅台的供应链要践行“清”的特质,必须首先要懂得自重,行本分,正己身,与各供应商的工作交流,清清楚楚表达,清清白白办事,不搞暧昧暗示,勿弄指李代桃,坚决杜绝吃拿索要等一切不正之风。自重也是自警、自勉,更是开放、学习的态度,茅台的供应链管理同行行业乃至国内外优秀企业相比仍有巨大差距,勿存“皇帝的儿女不愁嫁”之侥幸心理,要积极主动,补强自身,同时对供应链各节点,开放包容,既不护短袒护,也不闭门造车,而是开门迎宾,广纳贤士。一个跨越5年的供应链流程,离不开勤勉的检讨督查,茅台自身要养成勤检讨的态度习惯,同时要把这种风气传递给所有的供应商伙伴,大家在各自的分内检查改进,共同提高。

为“清”之道理:
标准化、制度化、系统化

千头万绪,最怕六神无主,万事再难,如果能纲举目张,定然会渐入佳境。茅台的供应链要践行“清”的特质,重点在于融法于链,以法

治链。归纳起来,一是品质有标准,这个标准不要搞霸王条款,一刀切,要结合不同基地、不同环节的具体情况,与农民、工人、技师等一线直接相关人员进行科学调研,使制定的标准既客观公正,能够落实执行,又人性关怀,激励创新进步;科学的品质标准,是茅台供应链永远的追求和使命,但科学标准的实现,又必须以合理、高效的 workflow 来保证。要使各项工作流程形成制度,不因人事变动,个人好恶等因素而影响工作交流、流程对接。制度化的流程虽然早已不是高屋建瓴的管理名词,但茅台供应链的难点在于立足5年的时间跨度来梳理流程,让5年前与5年后的流程对接顺畅、准确、高效,使5年之后仍然能追溯到供应链流程的每一个环节和步骤,这就要求我们构建可追溯的系统化体系,目前茅台已经应用了NFC射频识别技术、二维码技术等追溯体系,但这些体系对于供应链管理的作用尚有巨大空间可挖掘。总之,标准、制度和系统化,都是依法治链的基本要求,也是维护茅台供应链关系“清”的根本要求和办法。

为“亲”之方法:
企业互信、领导互通、员工互助

信用,当我们还沉浸在儒家“智、信、仁、礼、义”的玄虚哲学中时,西方文明已经把“信”落实为一套近乎科学的行动标准了,他们称之为社会征信体系。茅台的供应链必须构建自己的征信体系,让“信”不再是口吐莲花,不再是拍胸脯发誓,而是一件件鲜活的事例,一个生动的业绩,一分分准确的肯定。让“信”夯实供应链的团结之心,各供应商不必担心有人掉队拖后腿、一企失利,殃及全链。信息时代的最大便捷,就是沟通方式的极大便利化,得益于此,供应链的各个供应商之间,领导互通、员工互助已然渐渐热烈,但我们切记不要把这种互助变成逢年过节的一种问候形式,要时刻认识到我们的流程基于5年的时间跨度,一阵风一阵火的片刻热情不足以维持长久的“亲”,我们每一次的沟通、交流、互助都要坦诚、务实,切实交流有用信息,真正能够解决实际问题,让“亲”的特质在茅台的供应链关系中看得见、摸得着、实实在体会得到。

春之烂漫后必然是夏之热烈,茅台供应链关系“亲”与“清”的构建之路,尽管可能遭遇冷雨冰雹,但大地生生不息,只要心朝光明,甘洒热血,锲而不舍,齐心协力为千亿茅台之梦尽心竭力,糯高粱将依然红艳、丰收,消费者对茅台也将始终喜爱、忠诚。

(作者系贵州茅台酒股份有限公司副总经理)

“不是巨头不聚头”
T100 亲子童装与巴蜀精英掘金2万亿亲子市场

如何获得财富自由,时间自由,享受人生?
5月27日,T100亲子童装与各行业巨头、名人大咖、企业老板齐聚重庆,共同就这个问题进行了深入探讨。来自重庆、四川、湖南、新疆等区域的部分加盟商代表、意向客户共120余人参加了会议,重庆市金融界和商界大佬也慕名出席了此次财富盛典。

会上,T100创始人董文梅以“渝见童萌,共创未来”为主题,为与会的各界领袖人就目

前国家经济发展新常态、传统企业的困局及服装行业的未来与趋势作了阐述和分享。

在演讲中她表示,虽然当前国家经济发展进入新常态,给服装行业的发展带来了一定影响。但是随着全面二胎政策的正式开放,各地投资者对儿童用品市场的发展前景甚为看好,尤其像T100这样专注儿童时尚服饰的快消品牌更是倍受青睐。对广大意向合作商及投资者来说是千载难逢的大好机遇。加盟

商只要顺势而为,选择可靠的厂家合作,改变传统坐商模式,就有机会实现弯道超车。

“正确的选择比努力更重要。”演讲最后她指出。作为国内首创亲子童装品牌,“全国工业品牌培育示范企业”“广东省名牌产品”,T100的产品品质、品牌影响力持续得到各界认可与肯定。随后,T100零售总监吴双,对T100亲子童装作了全面介绍,并公布了本次招商会的现场促销政策,现场交纳意向金达

到规定额度,即可获得高额返点、展柜赠送、开业大礼包等优惠。还当场邀请了两位分别来自重庆璧山和宜宾的加盟商,现场分享她们成功的开店经验。

劲爆的优惠政策、当地加盟商的现身分享,吸引了现场大量的意向合作客户签约加盟。本次招商会,在愉悦喜庆的氛围中顺利进行,为T100亲子童装重庆市场的拓展打下了更有利的局面。

(柯严)

