

探求企业文化创新新格局

——透视一汽锡柴创新文化

本报记者 张博 李文新

如何在当前变化万千的市场中谋求制胜之道?一汽解放公司无锡柴油机厂(以下简称一汽锡柴)给出的答案是:善于学习、勇于创新。这意味着不断学习、独立思考、大胆探索,更意味着不拘泥惯例,不迷信权威,不墨守成规,以新思路解决新问题,用创新保障企业出奇制胜。

在数十年的学习与创新实践中,一汽锡柴形成了独树一帜的创新文化。凭借这一文化利器,一汽锡柴知危善为,克难奋进,在国内发动机市场打下了一片广阔的天地。

学习之道

欲掌握核心技术,闭门造车固然不行,囫囵吞枣更是有害无益。1999年,锡柴着手开发奥威发动机。在当时,国内同行的发动机开发普遍采取照抄西方成熟产品或直接引进国外成熟技术的做法。一汽锡柴却以独到的智慧选择了一条尚无成功案例的道路——和国外合作,在合作中学习并掌握真正的核心技术。一汽锡柴不惧业内普遍的怀疑态度,与奥地利

AVL公司签订了当时金额最高的一单合同,合作范围涵盖了发动机的概念设计、方案设计、性能开发、可靠性开发等所有核心领域。这一大步的举措,为一汽锡柴真正吃透、解开、揉碎、理清发动机开发制造的所有核心技术打开了大门。

后来的事实反复证明着一汽锡柴这一大步选择的正确:首先,一汽锡柴成功开发出了国内首台具有自主知识产权的四气门重型发动机“奥威”柴油机,这一划时代的产品一举将我国柴油机开发水平与国际差距缩短了20年;其次,通过全程参与项目研发,一汽锡柴成功培养了一批人才,为企业可持续发展提供了有力的支撑;再次,通过学习AVL公司的开发流程,结合工厂的特点,一汽锡柴制订了自己的开发流程,真正形成与国际接轨的产品研发机制;最后,为符合奥威的要求,国内的供应商不断进行了技术改造,提升能力水平,从这个角度而言,一汽锡柴显然有力地促进了国内机械制造水平的提升。

有了与AVL公司合作与学习的积累,一汽锡柴的创新之路开展得有声有色。在科技方面,一汽锡柴确定了节能环保、电子智能、安全舒适、可靠耐久、材料工艺“五大平台”,为科

燃机行业格局,引领着内燃机行业的发展。

勇于创新

如果把善于学习看成是一汽锡柴寻求突破的全部智慧,那显然是小看了这个雄踞行业三甲的内燃机巨擘的野心。

2011年,开启了“第四次创业”之旅的一汽锡柴提出了实现四大转变的雄心,其中放在第一位的就是“企业由学习型向创新型转变”,紧随其后的是“技术由跟随型向引领型转变”。此时的一汽锡柴,已经清楚地意识到只有创新才能让企业拥有真正的“造血功能”。正如钱恒荣厂长所言:“光学不行,最重要是实现创新,要有创新的产品和成果。我们一定要抛弃追赶者思路,人家有的东西,我们不能抄袭,要另辟蹊径,只有这样,我们才能在创新创造上有所突破,才能最终实现引领。”

事实上,与其说一汽锡柴“善于学习”且“勇于创新”,毋宁说一汽锡柴善于在学习中创新、在创新中学习。一汽锡柴深知学习与创新互为表里、相生相长的道理,并坚持在不断地学习中积累创新的灵感,在不断地创新中收获学习的喜悦。正是这样永不止息的学习与创新之道,推动着一汽锡柴发展向前。

技术创新保驾护航。在机制方面,一汽锡柴为技术人员设立了行政领导通道、技术成长通道、专业管理通道三个成长通道;对部分产品实行招标制;设立各类青创项目,通过项目锻炼、发现并培养人才;设立创新基金,为创新之路提供充足的资金保障;实行淘汰转岗机制,将不努力工作的人员淘汰,将不适合岗位的技术人员转到适合的岗位上。

正是勇于创新,使得一汽锡柴开创了中国发动机正向开发的先河,使得中国发动机制造第一次走出了抄袭、改造的怪圈,极大增强了自主研发的信心;正是勇于创新使得一汽锡柴拥有稳居行业三甲的强劲实力和坚不可摧的市场地位。一汽锡柴,既是引领创新的开路者,也是创新之路的受益者。

据了解,广州是当前国内最大的车用燃气市场,预计年需求量超40万吨。但珠三角地区土地资源储量不足,油气合建是节约土地、集约建设的有效方式。我国《汽车加油加气站设计与施工规范》(GB50156)指出,“加油站与加气站合建,有利于节省城市用地,有利于经营管理,也有利于燃气汽车的发展”,“国外燃气汽车发展比较快的国家普遍采用加油站和加气站合建方式”,大力鼓励油气合建的发展方式。

动态



中国石化携手新海能源推动清洁能源发展

本报记者 丁国明

4月10日,中国石化广东石油分公司与新海能源集团有限公司在广州签署合作协议,合资组建“中石化新海能源有限公司”。该公司由中国石化控股,注册资金1亿元,共同经营并继续投资建设广州地区的汽车加气网点,支持政府新能源发展战略,促进车用清洁能源的普及使用。

新海能源集团有限公司是香港联交所的上市公司,主营液化石油气业务,年销售石油气100万吨以上,年营业额超80亿元,是华南地区最大的石油气运营商,在广州地区拥有17座联新能源加气站。

中国石化广东石油分公司是广东省成品油供应主渠道,年销售油品约1500万吨,在广州拥有约2500座加油站,遍布大小城乡干道,已构建了较为成熟的服务网络,消费者也形成了稳定的消费习惯。本次合作双方将在现有网点的基础上,加快加油和加气网点的融合,为加气车辆提供便利,加快广东省车用燃气市场发展,推动珠三角土地集约化发展。

中国石化广东石油分公司副总经理李继从对记者表示:“中国石化一直坚持绿色低碳的发展战略,我们很高兴与新海能源组建合资公司,共同开拓广东省高速增长的能源市场,并且持续为社会提供更加清洁的能源,为建设幸福广东作出贡献。”

据了解,广州是当前国内最大的车用燃气市场,预计年需求量超40万吨。但珠三角地区土地资源储量不足,油气合建是节约土地、集约建设的有效方式。我国《汽车加油加气站设计与施工规范》(GB50156)指出,“加油站与加气站合建,有利于节省城市用地,有利于经营管理,也有利于燃气汽车的发展”,“国外燃气汽车发展比较快的国家普遍采用加油站和加气站合建方式”,大力鼓励油气合建的发展方式。

“广州之路”助推中新两国交流发展

本报记者 丁国明

2013年4月8日,“新西兰—广东合作交流会暨新西兰—中国南方航空战略合作协议签署仪式”在广州隆重举行,南航与新西兰旅游局、移民局、教育局、奥克兰机场以及广东省机场管理集团签署战略合作协议,承诺未来将在航线经营、市场推广、旅游开发等方面开展战略合作,掀开了南航与新西兰强强联合、深化合作的新篇章。

新西兰总理约翰·基,广东省副省长陈云贤等出席仪式。

南航能够如此迅速地在新西兰打开局面,在市场上取得不俗的表现,得益于与新西兰方面的密切合作。“联姻”两年来,南航与新西兰政府、机场联系合作的深度、广度和层级不断壮大升级。

广州—奥克兰直达航线的开辟和运营,为中新两地人民搭建了便捷的空中桥梁,同时也极大地促进了中国和新西兰、广东省和新西兰之间的经济文化交流。到目前为止,中国已是新西兰第二大贸易伙伴、出口市场和进口来源国、游客源国,新西兰也是中国第一大奶粉进口国、留学生首选目的地之一。

每周图片新闻



中核集团方家山2号机组核岛6.6千伏首次受电成功



4月10日13时50分,中核集团方家山核电工程2号机组核岛6.6千伏首次受电考核完成。本次受电范围包括7个中压系统,各项指标符合设计要求,顺利实现节点目标。

本次受电成功,标志着方家山核电工程2号机组核岛6.6千伏已基本具备可用条件。受电完成后,上述系统将移交调试队完成最后调试工作,而后将正式带电运行,为2号泵房进水创造条件。

(企宣)

合作



中粮集团重组华粮 优势协同促进增长

本报记者 丁国明

日前,中粮集团有限公司和中国华粮物流集团公司正式召开重组大会,华粮集团将作为中粮集团的全资子公司,整体并入中粮集团。华粮集团独具优势的粮食收储、物流设施体系将纳入中粮集团的整体战略布局中,与中粮集团的“全产业链”战略实现无缝对接,通过优势协同实现结构性的完善和提升。

中粮集团既有的粮油贸易及加工产业体系、健全的国内外客户网络、成熟的市场化运营管理机制、专业化的高素质人才队伍将与华粮集团的粮食收储、物流设施体系紧密结合,建立起协同、高效、现代化的新型粮食流通和加工产业体系,实现企业增长方式的根本性转变。

借此,中粮集团也将进一步提高市场占有率,巩固行业领先地位,增强粮油食品供应链保障能力,提升对国内粮油食品市场的控制力和影响力,更好地服务于国家宏观调控,保障国家粮食安全。

华粮集团是国内最大的跨区域性粮食物流企业,是为了解决“北粮南运”瓶颈问题,实现粮食“四散化”(散装、散运、散储、散卸)运输的背景下的成立。发展至今,华粮集团已成

潍柴动力携手法拉利F1车队 全面启动战略合作

本报记者 郭江涛

2013年4月11日,潍柴动力和意大利法拉利F1车队在上海举办战略合作发布会,宣布正式确立双方品牌战略联盟。

此前,潍柴动力已于今年2月1日正式成为法拉利F1车队为期四年的全球赞助商。通过品牌战略联盟关系的确立,双方未来将进一步借助F1车队的平台,在更多的领域展开合作,树立两个优秀企业之间共赢的典范。

潍柴动力是中国工业企业的领导品牌,近年来业务范围不断扩展,企业国际化程度迅速提高。特别是去年的两次海外并购业务,引起业界广泛关注。2012年1月10日,潍柴集团与全球最大的豪华游艇制造商意大利法拉帝有限公司达成协议,通过参与法拉帝债务重组程序,收购法拉帝的控股权。9月3日,潍柴动力又与世界首屈一指的工业叉车制造商和液压技术的全球领先者德国凯傲集团签署战略合作协议,完成了中国企业在德国最大的一笔投资。

2月1日法拉利在意大利总部2013年F1新车F138的全球发布会上宣布,潍柴动力成为法拉利F1车队全球的官方合作伙伴,这是法拉利第一次向中国市场开放中国装备

制造业企业的赞助商资格,潍柴一举晋身为国际顶级赛事一流队伍法拉利F1车队的全球合作伙伴。2012年,中国已成为法拉利全球的第二大市场,法拉利在全球发布会上赞誉潍柴动力是中国汽车工业的领先制造商,法拉利所看重的正是潍柴在中国永续经营所彰显的实力和影响力,有了潍柴这一重量级品牌的携手助力,无疑将会增加法拉利品牌及其F1车队在中国市场的能见度。

有了首次品牌战略合作的开端,潍柴动力与法拉利都表达了深入合作的意愿。在品牌合作方面,法拉利在国内需要一个有影响力的品牌借以形成一个强有力的中国概念,全面带动法拉利的中国市场,潍柴动力则需要为自身品牌的全球化传播寻找一个国际化的平台,而法拉利F1车队正好符合这样的条件。在此战略联盟之下日后双方不排除进行深度战略合作,共组团队成立专项小组,共享尖端的科研成果。

潍柴动力董事长谭旭光表示,潍柴赞助法拉利F1车队,为双方的战略合作打造了良好开端,未来双方计划开展更多具体的合作项目,相信双方在深入沟通和了解之下,将进行更多更广泛的战略合作。

资讯



中铁四局一公司获得“诚信企业”荣誉称号

2013年4月初,中国公路建设行业协会根据交通运输部发布的公路施工企业信用评价结果,公布了全国134家“公路建设百家诚信企业”,中铁四局一公司榜上有名。

近几年来,中铁四局一公司认真遵循“精心组织施工、创造优质产品、提供一流服务、树立企业形象”的理念。在大(庆)广(州)、六(安)赛(湖)、荣(城)乌(海)高速公路等项目的施工过程中,严格按照合同办事,科学合理调配生产资源,强化施工技术创新,把好施工安全关,力保施工进度、抓好工程质量,持续提升项目管理水平,树立了公司良好的品牌形象,在河南、安徽、广西、内蒙古等公路建设市场均获得了业主的好评,还在河南、广西高速公路市场先后获得了双A企业荣誉称号。(文良诚)

陶二矿推行预算管理降成本

冀中能源邯矿集团陶二矿深入开展节支降耗和修旧利废活动,强化材料预算管理,走出了一条以深挖内潜降成本的发展路子。该矿建立健全材料的计划采购、入库出库、报废处理等全过程、全方位闭合式管理,提高材料利用效率。所有库存材料做到账、卡、物相符,同时严格材料的审核及领用管理,促进了材料管理科学化、规范化。不断加大废旧物资的回收和复用力度,仅去年累计节支就达120余万元,降耗500余万元。

(柴顺利 赵田)

云驾岭矿安全文化打造“放心职工”

冀中能源邯矿集团云驾岭矿以安全文化建设为主线,从理念渗透、机制构建入手,打造安全“放心职工”,促进企业安全发展。该矿利用宣传栏、班前班后会、周五安全学习日等形式,全方位营造浓厚的安全文化氛围,实现了职工由“要我安全”到“我要安全”的转变。该矿采取师徒帮教、手指口述等方式加强职工现场培训,坚持“三日一题、一周一考”,积极开展岗位练兵、技术比武等活动,为实现安全生产打下了坚实基础。(程占国)