

十里香



十里香酒微信公众号

2018年第7期(总333期)

企业愿景
打造幸福企业
享受快乐人生
企业使命
为社会创造价值
为顾客创造需求
为员工创造机会

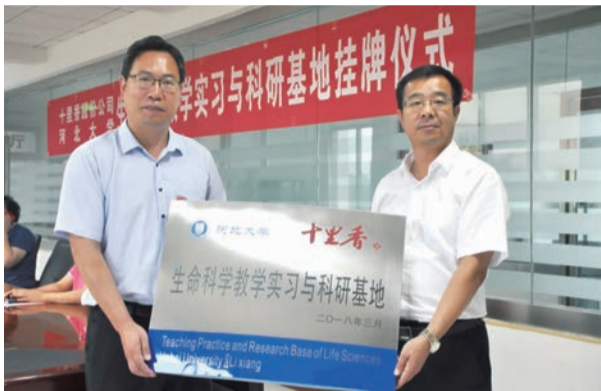
企业价值观
诚信 包容 共赢 回报

2018年7月30日 星期一 <http://www.shilixiang9.com/> E-mail:shilixiangbao@163.com 十里香 股份公司办公室主办 内部资料 免费交流

—— 郝建发

shilixiang gufen

河北大学在十里香股份公司设立 “生命科学教学实习与科研基地”



崔总就公司白酒的生产、酿造工艺及公司目前发展状况和企业文化进行了详细讲解。

长期以来,十里香股份公司与河北大学保持了良好的校企合作关系,有着多年的合作基础,共建的“河北省浓香白酒酿造工程技术研究中心”是河北省唯一的浓香型白酒研究中心,以此为基础开展合作项目《浓香型白酒发酵微生物区系数据库建立及功能微生物资源库建立的研究》《利用丢糟开发微生物生态饲料》,均进行了初步应用试验并取得了部分成果。目前,十里香股份公司已有数名河北大学的优秀毕业生已经走上中高层管理岗位,为企业

的技术攻关及专业人才培养提供支撑。

近年来十里香股份公司在河北大学多次组织校园招聘活动,并且得到校就业办以及学院领导们的大力支持。校企双方就学生培养、实习和就业等问题进行了深入洽谈,并举行“生命科学教学实习与科研基地”挂牌仪式,管院长表示,河北大学与十里香股份公司有着多年的合作基础,今后校方愿意与十里香进一步深入合作,不但为学校开拓重要就业窗口,也为企业的专业人才储备提供保障。此次,生命科学教学实习与科研基地的设立,必将河北大学与十里香股份公司的校企合作推向新高度。 陈臣



炎炎夏日,十里香股份公司为奋斗在一线的销售人员组织了一场前往威海、蓬莱等地的消暑之旅,以更好地增强销售人员的归属感与团队凝聚力。7月12日至15日,120余名销售人员组成的销售团队在销售系统四位平台总监的带领下前往威海、荣成、乳山、蓬莱等地旅游参观。

四天时间里,十里香销售团队先后游览了国家5A风景区—南山旅游度假区、素有“人间仙境”之称的蓬莱等地。在南山之行中,体验“一日游览南山,一日穿越华夏五千年”的难忘历程。赴南山宗教文化园,了解佛、儒宗教文化知识,南山大佛脚下,许愿墙前为家人祈福。随后抵达蓬莱,游览八仙雕塑,聆听“八仙过海,各显神通”的故事,与八仙合影留念,并乘车赴“海滨度假之城”烟台,乘船进入原生态度假岛屿—崆峒岛,赶海拾贝、钓鱼、游泳,充分体验岛上休闲度假的乐趣。十里香销售团队大家庭一起感受海岛独特魅力、体验古朴天然、原汁原味的海岛风情。

期间还观看大型山水实景演出《金山佛谕》以招远独特的历史脉络和黄金文化元素为创作基础,重塑了北宋年间招远以黄金为特色的民生民俗和民间传奇,充分彰显了古时招远人那种“人,做不了观音,心,得按观音做”的崇高精神境界,和“有心,石头莲子能开花”的朴实而又坚定的思想信念,值得人们学习。

此次消暑之旅,以最后一天游览“母爱圣地”大乳山风景区结束,大乳山景观丰富,环境优美,山海相连,湖海相映,拥有三亚的浪漫,千岛湖的优美,春风秋爽,冬暖夏凉,景区内有着著名的地理标志物—大乳山、小乳山、睡美人;有大小九个海湾、四个海岛、二十二个人工岛、三个自然海水浴场。山海湾相连、湖海相映,堪称“东方夏威夷”。

此次十里香销售团队活动旅游活动,不仅让销售人员领略了美丽风光,愉悦了心灵,陶冶了情操,同时也增强了他们的凝聚力和向心力。旅途返程中,四个队伍依旧热情饱满,在大巴车上一展歌喉,并纷纷表示,要以更加良好的状态投入到工作中,在四位平台总监的带领下,坚定信念,坚持做正确的事,做好销售的同时,以顾客为中心,做好服务,为完成2018年全年目标而继续奋斗!

十里香销售团队威海消暑之旅

十里香 1805 期 NDP 培训圆满结束

七月流火,但充满热情的岂止是天气。7月16日,十里香股份公司20余名新员工以火的热情参加了由公司人力资源部组织的1805期NDP培训。为期四天的培训,让他们逐步实现从职业人到十里香员工角色的转变,实现从优秀到卓越的飞跃。

高度重视,精心组织。为办好此次培训,让新员工充分了解融入公司文化、提升团队协作能力、增强个人素质。人力资源部联合公司内训师进行了周密的策划和安排。培训课程包括军训活动、文化制度、白酒知识、销售知识等,为新入职员工即将步入的新

工作岗位奠定了基础。

重点学习,专业护航。酿酒车间副主任杨月轮讲授了酿酒的整个工艺过程,并对如何识酒进行了实操演练;包装车间副主任张生慧与采购部李世军分别给新员工讲解了十里香包装工艺和公示公司产品的鉴别,采用图文并茂的方式,将理论与实践紧密结合,使新员工收益良多。

立足岗位,传道授业。人力资源部部长田学庆为新员工介绍了公司的企业文化和新员工的发展规划,使新员工进一步了解酒与人之间微妙的关系并为新员工未来的职业发展指明方

向;沧州办主任郭志超与销售业务组长分别对十里香制度文化和销售管理知识进行了重点剖析,结合自身多年的工作经验进一步为新员工分析了在工作中可能遇到的各类问题,并提出相应的解决办法。

扬帆起航,戮力前行。聆听时间健步如飞的脚步声,倾听未来嘹亮的呼唤声,放飞梦想,打开心灵的窗户,方舟智慧的海洋,收获希望,感受硕果累累的喜悦。十里香为广大员工提供了施展才华的广阔舞台,相信新员工通过自己的辛勤劳动和智慧,在这个舞台上谱写自己最满意的乐章。 丁伟

十里香酒强势入驻京东超市

2018年7月9日9时19分,十里香酒正式入驻京东超市,开设京东十里香酒类旗舰店,正式开始京东商城网上销售。

十里香京东旗舰店的成立,借助京东商城领先的线上业务和数字技术、优质且高效的售前售后服务,为全国消费者提供方便舒适的购物流程。在全国范围内购买十里香酒将实现京东配送隔日达的物流服务,北京、上海、西安、武汉、沈阳、广州、成都七大城市更是当日即可送达!100%正品保证,打造高品质网络购物新体验。

自6月6日十里香电商“微商城”平台上线以来,短短一个月时间,十里香又强势入驻京东超市。十里香股份

公司建厂70余年来,坚守弘扬优秀的酒匠精神、专研创新技术,以全国一流的白酒品质,线下+电商的形式向白酒市场发力,力图打造沧州地域名

片产品。面对行业市场新环境、新形势,十里香也在不断进行变革,以全新的思维模式探索电商之路,为消费者提供更加优质的服务。 薛飞



谷崇佳

不断强化服务意识,全面提升服务水平

服务顾客我们在路上

如何服务好顾客是个老生常谈的话题,今年公司提出服务顾客、服务源点顾客的工作方针,对于我们泊头顾客组来说既是一个常说常新的课题,也是全新的挑战。

这次培训,老师从五个阶段来阐述了随着经济的发展,服务顾客的宗旨不变,但是服务的内容的深刻变化。第一阶段:80年代讲诚信;第二阶段:顾客不是上帝,而是我们的朋友,顾客到柜台我们对待顾客就像到了我们自家的客厅,坐在沙发上和朋友一样;第三阶段:我们不是卖东西,而是帮顾客买东西;第四阶段:我们给顾客提供问题解决方案,

比如一个卖卫浴的,把当地所有新建待装修的小区户型都了如指掌,买卫浴的顾客来了,说出那个小区那个户型就能推荐适合的卫浴方案,目前互联网时代我们对时尚、便捷的购买方式的需求更需要我们摸索出适合的服务方式。

回到我们现在,我们为顾客服务才刚刚起步,经过这次培训打开一扇窗,让我们先有意识在我们日常工作中有这种意识,作为我们顾客组的人员来说,我们是挑战,因为我们面对的客户都是企业,对我们提出了更高的要求,从细微处见真情。

把顾客当成是朋友,有句话说顾客是上帝,但是我们认为我们和我们的源点之间地位是平等的,他们更是我们的朋友,作为我们的销售人员来说首先要有自信,把我们的顾客当成我们自己的朋友,怎样建立朋友关系,比如,我们部门同事韩超有次访问客户,客户身体正好不舒服,当时通过各种关系为这个客户联系好了市医院的一个大夫,说明了症状,并确定第二天到院检查的时间,这个客户对我们非常感谢,也增进了与我们之间的感情,正因为我们把我们的会员当成了我们的朋友,会员对我们才更加信任,这虽是我们工作当中的一件小插曲,但是这些小事才能够搭建起我们和会员之间信任的桥梁,朋友的纽带。

提高服务质量,我们作为公司的直营部门,产品的价格相对与市场比较高,我们凭什么让我们的顾客买我们的高价产品呢?首先,我们应提供更为细致的服务,不仅让我们的顾客觉得有面子,更能感受的超值和贴心的顾客体验。本月我们要从我们的日常的细微工作中提高我们的服务质量,我们的店员接待,我们对顾客的问题回复,我们提供发票的及时性,为会员服务无止境,我们会在实际工作中,从细微处出发,提高我们的服务质量。

我们每天面对的源点都是企业老板,为了能更好的和他们沟通,我们必须提高的自身的素质,包括文化底蕴,处事方法,兴趣爱好,专业技能等等,只有这样我们才能和他们聊到一起,这是对我们提出的一个更高的要求。

我们为顾客的需求提供解决方案,卖东西的时代已经过去,我们现在只有抓住顾客心理,为他们解决问题,才能真正达成购买,那么怎样提供方案呢?1、弄清顾客购买意图和在意的的问题;2、提供相关信息;3、提供针对性方案;也就是说清楚他们的购买意图,尽可能详细的了解信息,最后提供让顾客满意的方案。

为顾客服务是我们永恒的事业,我们一直在路上。

唐慧

泊头新品组作为公司直营部门直接接触和服务顾客,作为公司形象的窗口部门,该部门开展多种举措提升自身服务水平和能力。近日,泊头新品组邀请信誉楼金牌培训师来公司开展服务专题培训活动。

在培训开始,讲师首先从“信誉楼如何服务顾客以及如何诚信经营”展开,列举了工作中的大量实际案例,生动形象的向大家传递了“我不是卖什么的,而是帮助顾客买什么的”服务宗旨。通过学习,大家了解了在我国经济发展环境的不断变化下的服务理念的不断更迭,在思想观念上,从“我”的主观思维转变成站在顾客的立场想问题。学习了与顾客交流的知识,要先弄清顾客的意图和最在意的问题,便于引导顾客消费,才能更好地为其提供最佳的购买方案。

提升服务是现在以及将来各行各业最具竞争力的能力,通过此次培训,使大家不但提升了自身服务技能,更深刻理解了“以顾客为中心,做顾客品质生活方式的引领者,满足消费者对安全、健康、品质的追求。”的服务宗旨。

邵竟川



服务销售 减员增效新举措

“一切为了销售、服务销售,服务顾客、尤其源点顾客”这是年初公司制定的2018财年全年工作指导方针,并通过组织结构调整,权力下放,在全公司范围内开展大改进、大变革。在公司调整过程中,沧州办公室作为总部行政后勤职能部门,不断精进工作内容,主动进行减员增效,把服务销售作为当前工作的重中之重。

近来,办公室不断梳理部门职能和

人员工作,在部门内进行人力资源的科学配置,提高用工效率,增强部门活力,改变员工旧的工作习惯、思想,合并职能相近的工作岗位,把工作责权不断下放,保证办公室起到监督监管及后勤保障和核心作用。此外,为了配合一线岗位的需求和支援销售工作,办公室先后调出两位人员补充到前线前台,推动公司刚刚起步的电商筹备工作,保障公司电子商

城的及时上线工作;同时,为了支援打假办工作,调派有多年工作经验的同事,增强公司打假维权力量。

通过人员调整,办公室的职责更加清晰,人员岗位更加明确,实现了部门“大锅变小锅”的转变,今后,办公室将不断强化总部核心职能,深化“只有销售创造利润,其它都是成本!”的认识,不断为销售一线提供有力保障。

邵竟川

于春岩:包装车间的多面手

一瓶十里香酒,在来到我们的餐桌之前,要经过道道严格的工序。仅在包装车间,就要经过洗瓶、上瓶、灌装和包装等。这些工序看起来简单,可要真正做好,在上市销售前的最后一道工序为十里香酒锦上添花,则不仅需要技术过硬,还要有很强的责任心。十里香股份包装车间的于春岩,就是这样一位技术和责任心都很强的员工。

车间内的多面手

于春岩在包装车间已经工作了16年,几乎干过这儿所有的工序。从洗瓶、上瓶、灌装、上盖、喷码包装,每个环节她都了如指掌。“灌装的第一道工序是洗瓶,我们要把生产好的空酒瓶清洗干净,检验瓶身图案是否完好,瓶口有

无破损,瓶子是否清洗干净,检查合格后,瓶子才能进入自动生产线上进行灌装。然后,就到了激光喷码处,在这儿,通过激光将生产信息印到瓶盖上。这些信息都是唯一的,也是每瓶酒的身份证,消费者可以根据这个信息查询酒的真伪。”介绍起各个环节,于春岩都是经验十足。

包装的最后一道工序,是要在包装外侧贴上一层密封胶,表示这瓶酒已经通过检验,是合格产品。就是这个简单的工序,于春岩也总结出了自己的小窍门。“贴胶确实很简单,靠的就是一个仔细

劲儿。如果贴不好,密封胶就会翘边,这样的密封胶在运输过程就有可能脱落。”于春岩说,她总结的小窍门就是,贴的时候一只手贴,一只手去按,这样开始会有点慢,熟练之后速度就会提升上来,而且保证不会翘边。她把自己的方法告诉身边的同事,确保每瓶十里香酒到消费者手中时,密封胶都是完好无损。

从未出过错的记账员

正是看重于春岩的认真劲,车间决定让于春岩来当车间的记账员。每天,于春岩都会骑着自行车早早地来到单位,这么多年几乎没有错过单位的班车。

每天一到车间,于春岩首先要核实当天需要使用的各个批号的包装材料是否完全,然后将包装材料运送到车间内。机器调试完毕后,生产首件,首件检验合格之后,才能开启生产线进行一天的灌装和包装工作。于春岩说,这也是她每天坚持自己骑自行车上班的原因,因为可以提前出发提前到单位,把这些准备工作做到位,让各道工序能按时顺利进行。

记账员的工作看似简单,却也十分繁琐。因为每天使用的包材数量不同,且无法确定,所以无法把一天所用的包材一次领取完毕。于春岩就分时段对包材使用情况做统计,分批领取,不够了及时补充,领多了在下班后归还。于春岩说,生产线更换产品上新的时候,更需要盯紧包材的使用情况,谨防用错了或者不够用。下班后,于春岩还需要到车间交账,因为交账的工作要在生产线关闭以后,所以加班对于春岩来说成了常态。

工作这么多年来,她记账条理清晰,没出过一次错。问她有什么窍门,她还是那句话:“就是要认真、仔细。出现破损的包材第一时间归类,这样就不用最后集中统计,也不容易出错。”

乐于助人的“帮大姐”

于春岩的职业技能出色,一些琐碎



的家务事也都十分在行。朋友、同事,谁家有困难,她都愿意伸手帮一把。大家都称她是乐于助人的“帮大姐”。

有一次,同事家的房顶漏了,家里又没有男劳动力,实在没办法找到了于春岩寻求帮助,于春岩二话没说,拿着工具骑着自行车就去了同事家。别看于春岩是个女人,上房修房顶的技术可一点不比男人差,很快她就把房顶修好了。有同事家里的纱窗坏了,第一时间也想到了“于大姐”,同事们都说,于大姐修的纱窗比专业干这个的还要好。说到这里,于春岩不好意思地笑了:“别人需要帮助,咱能帮上忙的,就帮呗。我们家姐妹比较多,很多活儿都是我们女的来做,修个房顶、绷个纱窗,这都不是难事。”

包装车间负责人说,车间每年都会组织技能大赛,于春岩每次不是第一就是第二。此外,于春岩也特别好学,除了进一步学习提高技能外,她又学会了操作电脑,可以熟练应用办公软件。

像于春岩一样,包装车间还有许许多多这样的员工。她们责任心强,工作任劳任怨,默默的付出,把青春献给了酿酒行业,给沧州乃至全国的顾客奉上好酒十里香。

刘思凯

《华为没有秘密》读后感

文/左金胜

今年3月份,我有幸与祁董、崔总一道参加了山东泰山管理学院举办的学院年会,聆听了人大教授、华为文化专家吴春波先生的《华为没有秘密》专题报告会,深有启发。5月份我又有幸同崔总参加了山东泰山管理学院组织的广东游学,四天时间参观了四家千亿级企业,自我感受最深、与我公司基因比较接近的当属华为公司。

华为公司从无到有,从小到大,自认为他的战略的清晰性、一贯性、传承演进性,值得我们去研究、借鉴和发扬。



实在是太奢侈了。华为瞅准国内通信被国外“高价低服”垄断的机会,用“九成的质量,三成的价格,五倍的服务”的尖刀战术,果敢地带着瑕疵的产品上市,宁在客户批评声中成长,再用“三成的价格,五倍的服务”作为对客户补偿,也要坚定地打击垄断对手的软肋,以求得自己的生存空间。随着产品的成熟、市场覆盖率的提升,战略由最低要求的“活下去”,变得做“行业老大”了,战术也随之调整为“不靠低价取胜,而是靠优质产品和服务取胜”。

2001年实现销售收入230亿,成为全国电子百强之首;2013年实现销售收入2390亿,一举超过爱立信,成为全球第一。从白手起家到中国第一用了13年,从中国第一到世界第一用了12年。2017年实现销售收入6036亿。四年来享尽了无人区的快乐,也饱尝了无人区的孤独。用德鲁克战略分析模型的第三步应该研究“我们的事业应该是什么?”的问题了。华为冷静思考,长远分析,虽然地处无人区的霸主地位,但不能霸道,要以共赢的心态团结竞争对手,共同为“把数字世界带进每个人、每个家庭、每个组织,构建万物互联的智能世界”而艰苦奋斗。这就是华为对人类、对社会、对全球发出的铿锵有力的诺言。

三十年光阴,战略演进了三步曲,这三步曲是内在关联、逐级递进的。回答不了“我是谁”,何谈“我将是谁”的宏伟目标,没有宏伟目标,“我应是谁”只能是理想主义,甚至是空穴来风。华为靠自己的业务发展实现了战略升级的华丽转身,反过来也正是战略不断清晰与升华,确保了华为业务发展没走冤枉路,最终成就了华为在电子通信业的霸主地位。

一个企业的战略,应是高层领导考虑的根本性任务。但很多企业没有搞明白自己的战略,不重视思考自己的战略,或是不懂得如何制定战略,只要有钱赚,不管是否偏离自己持家的主业,便蜂拥而上,以至于过早地走上了多元化发展之路,结果往往是主业不主,一事无成。

只有有了清晰而正确的战略,才会有企业共识的愿景和使命,这解决的是企业“道”的问题。接下来“术”的问题就得围绕“道”而树立企业核心价值观来推进。

“活下去”这根轴线始终贯穿华为战略演进的始末。用任正非先生的话说:“我天天思考的都是失败,对成功视而不见,也没有什么荣誉感、自豪感,而是危机感。失败这一天是一定会到来的,这是历史规律。所以我们大家要一起来想,怎样才能活下去,也许才能活得久一些。”

如何“活下去”,华为用了20

年的时间摸索与总结,确立了“以客户为中心、以奋斗者为本、长期艰苦奋斗”的核心价值观。三者是相互支撑的铁三角关系,以客户为中心是长期艰苦奋斗的方向,长期艰苦奋斗是实现以客户为中心的手段和途径,以奋斗者为本是驱动长期艰苦奋斗的活力源泉,是保持以客户为中心的内在动力。辅以“坚持自我批判”,是自我纠偏的“保先”机制。

就这三句话的价值观,华为要对新人职工讲五天。据一位华为导游讲,刚入职接受新人训,简直像是被“传销式洗脑”,你方唱罢我登场,包括高管在内的各路英雄,以身说法解读这三句话。当以“故事”慢慢听进去的时候,才咀嚼到其中的真谛和虔诚。我最近买了有关华为的几本书,还从网上下载了几篇文章,读后才验证了为什么一个价值观三句话能讲五天了,华为是一个充满哲理、故事的组织。

为什么以客户为中心?从企业活下去的根本来看,企业要有利润,但利润只能从客户那里来。华为的生存本身是靠满足客户需求,提供客户所需的产品和服务并获得合理的回报来支撑;员工是要给工资的,股东是要给回报的,政府是要缴税收的,天底下唯一给华为钱的,只有客户。

如何以客户为中心?一个词就是“服务”,一句话就是“从客户中来,到客户中去,端到端为客户提供服务”。只有服务才能换来商业利益。服务的含义很广,不仅指售后服务,还包括产品研发、生产到产品生命终结前的优化升级,员工的思想意识等。也就是说“服务”不能仅停留在口头上,要印在脑子里,淌进血液里,浸到骨子里。叙利亚战争,别人都在撤,华为的人在,不管你是政府军还是反武装力量,两线交火都需要网络通信,不参与政治只讲服务,双方都不为敌,都在感谢华为。智利8.8级地震,汶川8级地震,通信中断,余震不断,别人都在撤,华为的人在,保障了救援的及时性、准确性。日本海啸,冒着核电站泄漏的生命危险,别人都在撤,华为的人在,连CEO都冒着核辐射的危险,逆流走向前线慰问抢险的员工……。这些以生死为代价的服务,换来的是客户的感动、信赖和忠诚。

反对以领导为中心,不以客户为中心,要面对客户背对领导;要时刻警惕企业做强做大后变成以自我为中心;质量好,服务优,价格低、响应速度快是客户朴素的诉求,必须以客户的价值主张为导向,以客户满意度为标准,建立以责任结果为导向的价值评价体系;以客户痛点为切入点,帮助他们解决面向未来的问题;深淘滩,低作堰,让上下游客户利益均沾……所有这一切就叫以客户为中心。

什么叫以奋

斗者为本?“奋斗者”是相对于“懒人、庸人”而言的,或者说“以奋斗者为本”是相对“以人为本”而言的。公司是功利集团,以“人”为本是国家的事,是社会的责任。不奋斗意味着光吃不干,是企业的成本、累赘。西班牙的没落、罗马钟表的停摆说明了什么?都是物质享乐后的惰怠使然。没有哪个企业是在舒舒服服的环境下发展起来的。所以华为就要像寒暑,无论多么艰苦的环境,只要有少量的水份,在贫瘠的土地上也能疯长。

如何以奋斗者为本?机制是保证。一个企业的经营机制,说到底是一种利益驱动机制,即价值创造、价值评估、价值分配。价值分配系统必须合理,其必要条件是价值评价系统必须合理,而价值评价系统要合理,价值评价的原则以及企业的价值观系统、文化系统必须是积极的、蓬勃向上的。

“工者有其股”是华为成立初期便提出践行的一贯规则。当下华为十八万员工95%以上的都是高智商、高学历人才,光靠高工资是挡不住人才流失的,只有大家共享企业发展成果,才会把心聚在一起,才会把奋斗变成潜意识里的东西,才会产生“先生产,后生活”的“垫子文化”。也正是工者有其股,既解决了华为不上市比上市公司融资还多的融资结果,也解决了肥水不流外人田的聚人景象。

决不让雷锋吃亏,奉献者定当得到合理回报;决不让投机者获利,偷懒者定当得到应有惩罚;用制度培育雷锋,不是用道德培养雷锋。价值分配倾向奋斗者、贡献者,给火车头加满油。只要车头这批人是冲锋的,对他们的激励到位了,剩下的人就会前仆后继跟上去。后进者有了奋斗方向和动力,组织才会被激活。

按照马斯洛需求理论,华为要求基层要有饥饿感、中层要有责任感、高层要有使命感。饥饿感不是不给饭吃,而是如何创造环境、搭建舞台,让年轻的员工只要舍得付出、勇于奋斗,在短的时间内便能挣到更多的钱。责任感亦即危机感,中层有了一定积蓄便小富即安,不勤于思考、带不了队伍、完不成目标意味着被问责、被淘汰。使命感就是实现了财物自由和脱离了事务性工作后,如何驾驭企业活下去的思想意识、领袖才能,强调的是思想上的艰苦奋斗。不得有半点松懈,是高于中层责任感的责任感,以至实现自我价值,得到世人尊敬。

群体奋斗在华为就是狼性文化,它是华为组织文化的内核。作为军人出身的任正非,组建的用现代语讲叫 to B 的业务性质公司,认定创造价值价值的更是组织的力量。提倡狼性奋斗,而不是风靡一时的互联网思维下的个性贡献。

狼有三大特质:一是敏锐的嗅觉,就是“以客户为中心”,时时处处感知客户需求。二是不屈不挠、奋不顾身的进攻精神,就是“以奋斗者为本,长期坚持艰苦奋斗”,不猎目标不罢休的艰苦奋斗的精神。三是群体奋斗,面对客户、面对目标,分工合作。

群体奋斗在华为体现在:一是世界杯德国战车式的作战方式,作战前线建立“客户经理、方案专家、交付专家”相互支撑的铁三角,让听得见炮声的人呼唤炮火;在后方成立由三大委员会组成的总指挥部,在充分民主的环境下坚持从贤不从众的决策机制,避免形成一言堂。二是基于组织的个人激励;华为没有销售提成制度,对个人激励的前提是部门的奖金包,从而保证了个人与组织利益的一致性。三是基于流程化的非指令性管理;华为有十七大母流程,几百项“子、孙”流程,企业运转绝大部分靠的是流程管理,整个群体按流程运转,对事负责,而不是对人负责。

坚持批判与自我批判,是华为如何活下去的方法论。首先说自我批判不是为批判而批判,也不是为全面否定而批判,而是为优化和建设而批判,总的目标是要提升公司竞争力。倡导自我批判而不是相互批评,因为批评不好把握适度,如果批评火药味过浓,就容易造成队伍之间的矛盾。而自己批判自己,人们不会自己下猛力,多批判几年,也就都会百炼成钢了。

支持批判与自我批判的系统是熵减和耗散结构。“熵”就是事物的无序程度,万事万物都是从初期的有序变得无序,最终熵死。一个企业的管理如果不进行批判式的修减,也就是熵减,企业就会被耗死。那么耗散结构说的是主动地将积累的势能消耗掉,促使新的势能产生,这样避开原有势能的温床,自我革新性地创造新的势能,周而复始,推动企业螺旋式上升。

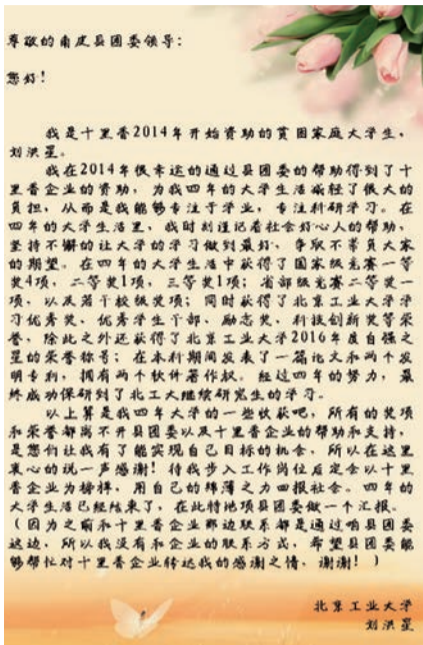
说到这里,围绕战略的重要性、如何确定战略、战略战术的相辅调整以及战略战术如何落地,谈了一下自我浅识。

(下转4版)



赴华为游学中

一封来自北京的感谢信



尊敬的南皮县团县委领导：
您好！

我是十里香2014年开始资助的贫困家庭大学生刘洪星。

我在2014年很幸运的通过团县委的帮助得到了十里香企业的资助，为我四年的大学生活减轻了很大的负担，从而是我能够专注于学业，专注科学研究。在四年的大学生活中，我时刻铭记着社会好心人的帮助，坚持不懈的让大学的学习做到最好，争取不辜负大家的期望。在四年的大学生活中获得了国家级竞赛一等奖4项，二等奖1项，三等奖1项；省部级竞赛二等奖1项，以及若干校级奖项；同时获得了北京工业大学学习优秀奖、优秀学生干部、励志奖、科技创新奖等荣誉，除此之外还获得了北京工业大学2016年度自强之星的荣誉称号；在本科期间发表了一篇论文并两个发明专利，拥有两个软件著作权。经过四年的努力，最终成功保研到了北工大继续研究生的学习。

以上算是我四年大学的一些收获吧，所有的奖项和荣誉都离不开团县委以及十里香企业的帮助和支持，是您的帮助让我有了能实现自己目标的机会，所以在这里衷心的说一声感谢！待我步入工作岗位后定会以十里香企业为榜样，用自己的微薄之力回报社会。四年的大学生活已经结束了，在此特地向团县委做一个汇报。（因为之前承十里香企业那边联系都是通过团县委这边，所以我没有和企业的联系方式，希望团县委能够帮忙对十里香企业转达我的感谢之情，谢谢！）

北京工业大学 刘洪星

前几天，十里香股份公司收到一封由南皮县团县委转来的感谢信，写信人是公司资助了四年的南皮籍贫困大学生刘洪星，信中说之前都是通过团县委与十里香股份公司联系，没有企业的联系方式，请团县委转达他对十里香的感激之情。

助学工程 雪中送炭

刘洪星家住南皮县潞灌乡马西村，很小的时候母亲就去世了，他一直跟着奶奶和爸爸生活，一家人住在三间土坯房里。刘洪星的奶奶因脑出血瘫痪在床，爸爸为了多挣点钱养家，除了种着家里的几亩地，还经常出去打零工。多年来，家里的生活一直非常困难。但是，奶奶和爸爸都非常支持刘洪星上学，刘洪星也格外珍惜自己得来不易的学习机会，发奋学习，成绩一直很好。

2014年，刘洪星从南皮中学毕业，考上了北京工业大学的自动化专业。“当天是晚上12点查到的高考分数，看到分数的时候，心情非常激动，因为这个分数走自己心仪的北京工业大学基本没问题。多年的大学梦就要实现了，想着马上要把这个消息告诉最亲近的人。”刘洪星说，那时候爸爸在外面打工，他跟着奶奶住在大爷家里。当他把高考分数告诉大爷大娘后，他们兴奋的哭了，一晚上都没怎么睡觉。他又赶紧给爸爸打电话，当时父亲已经休息了，但是听说儿子的分数能够去北工大，他一下子就清醒了。“爸爸是个不善于表达的人，但我能感觉到电话那头的他高兴得不得了。”刘洪星说。因为奶奶年纪大了，当天晚上一家人都没敢惊动她，第二天早上老人知道孙

子能上自己理想的大学后，笑得合不拢嘴。

可是，兴奋过后，一个非常现实的问题摆在一家人面前，上大学的费用从哪里来。学费、住宿费、生活费……刘洪星算了算大学期间一年要一万元左右。供刘洪星上中学，一家人已经是省吃俭用，一年一万元的费用，这个贫困家庭实在是无力承担。这时候，亲戚们都知道了刘洪星考上大学的消息，大家一面凑钱，一面帮着出谋划策。在南皮县城上班的表姑听说团县委有助学工程，她建议刘洪星去试一试。

经过和团县委联系，刘洪星了解到，当时十里香股份公司和团市委面向全市发起的“1021 助学工程”正在施行。这项工程将资助100名贫困学生完成大学学业。刘洪星的心里燃起了希望，兴奋地把相关资料提交到南皮团县委。随即，团县委和十里香股份公司派人到刘洪星家实地查看了家里的情况。很快，刘洪星得到好消息：十里香将给予他每年5000元的资助，一直到他四年大学毕业。



“得到这个消息的时候，我真是无法用语言去表达对十里香的感谢。当时就暗下决心，到大学以后，一定要好好学习，做出成绩，不能辜负了企业对自己的帮助和信任。也正是有了这两万元，再加上亲戚朋友凑的钱，我才得以完成大学学业。”刘洪星感恩之情溢于言表。

发奋图强 保送读研

刘洪星说，他知道自己的学习机会来之不易，也倍加珍惜。进入大学后，他每天早上六点多起床早自习，晚自习后就“泡”图书馆，直到关门才回宿舍。“都说穷人家的孩子早当家，我从小经历的比别人多一些，因此会更加努力。”刘洪星说，大学把他带入了一个新的天地，增长了见识，整个人也变得更加开朗。学习之余，他还抽出时间运动，排球、羽毛

球、游泳他都非常喜欢。“有一个好的身体，才能更好地学习。”刘洪星幽默地说。

刘洪星的努力，老师们都看在眼里。大二的时候，经老师推荐，刘洪星跟随学校有名的研究生导师搞课题研究，主要研究足球机器人课题。在这期间，刘洪星获得了国家级竞赛一等奖4项，二等奖1项，三等奖1项；省部级竞赛二等奖1项，以及若干校级奖项。

由于出色的表现，刘洪星还获得了北京工业大学学习优秀奖、优秀学生干部、励志奖、科技创新奖等荣誉，并成为北京工业大学2016年度自强之星。

在导师的指导下，刘洪星在实验室做机器人课题研究时发表了一篇论文，并获得两个发明专利，拥有两个软件著作权。“本科期间能发表论文和获得发明专利的人很少，我拥有的这两个专利如果能和相应的公司合作，将产生不错的经济效益，这也算是自己大学期间取得的一大成绩吧。”刘洪星说。

北京工业大学针对在本科期间已经取得一些科研成果的学生，每年都有4个保送研究生名额。经过学校领导、专家严格的项目评判、答辩等流程，刘洪星从2000名毕业生中脱颖而出，成功保研到了本校继续研究生的学习。

受助学子 写信感恩

对于十里香股份公司的资助，刘洪星一直记在心里。他说，企业的资助，为他4年的大学生活减轻了很大负担，从而使他能够专注于学业，专注于科学研究。

4年大学生活结束的时候，刘洪星想到要向帮助自己的团县委和资助自己的

企业写一封感谢信，郑重地表达自己的谢意。“十里香资助了我大学4年的学费，我得感恩。”刘洪星说。他在感谢信里写道：所有的奖项和荣誉都离不开团县委以及十里香企业的帮助和支持，是您们让我有了能实现自己目标的机会，所以在这里衷心的说一声感谢！待我步入工作岗位后定会以十里香企业为榜样，用自己的绵薄之力回报社会。

最近，一名高考707分、被北大中文系录取



（上接三版）我们和华为做比照，有做得不错的地方，比如营销理论的定位与聚焦，顾客视角的认知经营；二十年来只做酒的专注；以客户为中心，不断强调顾客服务、顾客体验；深淘滩低作堰，不断扩大规模投入，研发投入，让利上下游客户，诚信互赢等等。

我认为也有需要强化精进的地方。首先说公司战略的系统性、配称性再挖掘。我们现有的战略描述是“河北最大浓香型白酒企业、中国知名白酒品牌。”这个战略略显肤浅。“我们的事业是什么？”，70年来只做酒，尤其董事长掌门20年来只做酒，公司发展史说明了我们的事业就是“白酒专家”。而“我们的事业将是什么”和“我们的事业应该是什么？”，就

不是那么简单地能回答的出来的了。用辩证的思维来看，我们的事业是什么，不光是内部视角的你想做什么的一相情愿，更重要的是顾客视角的“你的事业是什么？能是什么？会是什么？”的认知判断。所以说这是一个系统工程，需要公司高层（战略委员会）看行业趋势、看顾客认知、看竞争对手、看自己优势、看政策机会来确定。当然我们也不是什么“神人、大家”，确定的战略不可能是一成不变的，需要委员会不断地思考论证。我们有了“定盘星”，不管遇到逆势还是顺势，不会手忙脚乱。有了它会时刻指导着我们在战略分解、战术制定上不偏离方向。比如生产规模扩大、产品迭代研发、营销策略制定、品牌建设投入、人才培养引进等等。

其次是运营机制。在80后、90后逐渐登上历史舞台的今天，计划经济时代下的“主人翁意识”、“指令性管理”日益显得乏力。大学生一步入社会就有了老子给予的物质基础，他们打破了马斯洛需求理论的逻辑，一上来就要“自我实现”。他们认为与公司的关系不是感恩与奉献，而是一种契约，说白了就是利益驱动、平台共享。所以说现在很多新兴企业都在讲“生态、赋能”。所谓的生态就是平台共享，自己创业创不了，找个平台去做创客；所谓的赋能就是权力自上而下的释放，找到在平台上当“小老板”的感觉。作为我们传统的老行业，不能不主动面对社会发展的现实，应大胆地引进自营体机制，像华为的责任中心制、海尔的人单合一、联想的超级

经理制、韩都衣舍的小组制、真得利的店面制，对激活组织起到了适应时代的历史作用。当然我们现在也分了泊头公司、十里香销售、小刀公司三大自营主体，但这个自营体太胖，神经末梢不敏感，还没真正起到小锅核算的激励作用，需进一步改造。按照“自主经营”的管理原理来讲，一个大公司分散成若干小虚拟公司（自营体），其优势是有效调动大家工作的积极性、提升效率和业绩。但短板是管控不好的话，容易各自为政，分崩离析。所以说做自主经营组织变革的同时，公司总部必须抓好“战略、文化、信息”三大方面的统领。最直接的方法就是保持信息的一致性、流畅性，最简洁的办法就是开好中层例会，让中层这个纽带发挥共识、传达、监督的作用。