(上接 7 版)交谈,要专心致志,面带微笑,不能心不在焉,反应冷漠。不要随意打断别人的话。用谦虚态度倾听。适时的搭话,确认和领会对方谈话内容、目的。尽量少用生僻的专业术语,以免影响与他人交流效果。 重要事件要具体确定。

【自我介绍,精炼准确】

自我介绍要讲清四要素:所在单位、供职部门、现任职务,完整的姓名;公司外的人可递送名片。根据情况介绍自己的简历。

【文明用语,常说常用】

礼让:请……

打招呼:您早! 您好!

歉意或询问:对不起!

客气:打扰您了! 或麻烦您了!

要求别人做事、帮助时:"请您……"

表示感谢:谢谢! 非常感谢!

包容或客气:没关系! 您太客气了! "不用谢"!

关心:还好吗? 需要帮助吗?

征求意见:……,您看这样行吗?

反对意见:我有些不同意见(看法),……。我不太同意,……。

与他人道别时:"再见"。

【忌语】

不知道!

不是告诉你了吗? 怎么还问?

急什么,没看见我正忙着吗?

快下班了(已经下班了),有事明天再说。

这事不归我管。

我管不了,你找领导去。

站在这儿干什么,出去等!

讲快点,我忙着呢!(我马上要走)

你问我,我问谁!

我就这态度,你愿意找谁找谁!

雷区:

严禁着装不整,仪表邋遢,举止怪异的现象。严禁说脏话、忌语。

二、社交礼仪规范

第一,社交规范

【称呼要礼貌】

与人见面时,主动的、准确的称呼将为您赢得好感;对不熟悉的客人,一般按照性别的不同,约定俗成地称呼其"小姐"、"女士"、或"先生"。若了解对方的基本情况,应以姓氏加职务或职称的方式相称;称呼公司高层和部门领导,应以姓氏加职务或职务简称。同事之间可称呼姓氏加职称,或称呼尊称,如王工,李老师,万师傅等;在对外公务场合,除常称"先生"、"小姐"、"女士"外,也可称呼其职务、职称或学术头衔,一般从上不从下,如副职可以正职相称。

【致意很重要】

一些特殊的场合,相识的人见面时,无需称呼,可用招手、点头、微笑、欠身等方式相互致以问候;当会议、会谈正在进行或处于其他不宜交谈的场合,可点头致意或示以微笑;当在不能或不用站起也可以看到对方的时候,将身体的上半部分微微前倾一下,意在表示对对方的问候和恭敬。

【介绍分长幼】

介绍他人时一般按尊者居后,即"尊者优先了解情况"的原则,把较年轻的人介绍给较年长的人;把男士介绍给女士;把客人介绍给主人;把未婚者介绍给已婚者;把主人介绍给来宾。在商务交往中,应先将下级介绍给上级,把职务低者介绍给职务高者、把本企业的介绍给其他同行;在重要接待活动中,介绍人一般由主方或宾方在场人员中身份最高者担任。一般性的接待活动中,介绍人由东道主一方负责接待的工作人员担任。在普通的社交场合,宾主双方都不认识时,介绍人可由双方都熟悉的人士担任。在介绍多人时,务必注意先后顺序。

【握手有分寸】

两人相见时,是否握手由"尊者决定,尊者先行";在公共场合,若需要与多人握手,应从职务和身份高的人开始;在休闲场合,应从高龄、女性、结婚者开始;接待来访者,当客人抵达,应主动伸出手与客人相握,表示"欢迎";在客人告辞时,应等客人先伸出手再伸手相握,表示"再见";主动握手时,应起立,上身略向前倾,四指并拢,拇指张开,用适度的力气与对方相握;握住可上下稍晃二、三次,整个过程不超过 3 秒钟;握手时神情专注,面带微笑。不是亲朋故友和至交,一般不双手相握。跟女士握手时,不要太用力,更不要紧握不放。

【电话显素质】

来电话时,尽量在铃响三声之内接听;接通电话时应先自报家门,如:"您好,我是某某"或"您好,滨农公司";如果对方要找的人不在或所询问的事情一时难以回答,可请对方留下电话号码,并确认其姓名和身份;请对方回电话要留下自己的电话号码和姓名;正在接待客人时接听电话,必须向对方道歉说:"对不起"或"请原谅";在公共场所使用手机,宜将铃声调至振动,以免惊动别人;接听手机时,应找安静、人少的地方接听,并控制自己的音量。不方便通话时,就告诉对方稍后回电;通话完毕应遵循"打者先挂"的原则。

【乘车有秩序】

双排座轿车,如由主人亲自驾车,前排为上,后排为下,右尊左卑。由专职司机驾车时,后排为上,前排为下,右尊左卑。多排座轿车,均以前排为上,后排为下,右尊左卑,并以距离前门的远近来排定具体的座次;上下轿车时,尊长、女士、来宾等先上车,后下车。乘坐多排座轿车时,一般是地位低者先上车、后下车。上车时务必遵循"主随客便"的原则,尊重嘉宾本人的选择,坐错也不宜纠正;司机应保持车内卫生,提前 10 分钟左右等候乘车人员。谨慎驾驶,确保乘车人员的安全、舒适是重要的。接送外地客人,在适宜的时候介绍当地民俗民情、风景名胜,为公司做宣传,是司机的荣幸。出差时,提前掌握行车路线,很能体现司机的素养。

【名片有规矩】

名片代表客人,用双手递接名片。看名片时要确定姓名和正确的读法。拿名片的手不要放在腰以下。不要忘记简单的寒暄。

第二,会议规范

(一)与会要求

1.事先阅读会议通知。

2.按会议通知要求,在会议开始前 5 分钟进场。

3.事先阅读会议材料或做好准备,针对会议议题汇报工作或发表自己的意见。

4.开会期间关掉手机,不会客,不从事与会议无关的活动,如剪指甲、交头接耳等。

5.遵从主持人的指示。

6.必须得到主持人的许可后,方可发言。

7.发言简洁明了,条理清晰。

8.认真听别人的发言并记录。

9.不得随意打断他人的发言。

10.不要随意辩解,不要发牢骚。

11.会议完后向上司报告,按要求传达。

12.保存会议资料。

13.公司内部会议,按秩序就座,依次发言。发言时,先讲"××汇报",结束时说:"××汇报完毕"。

14.保持会场肃静。

(二)会务操作流程

1.会前准备阶段:拟定会议计划、准备会议材料、制作会议证件、安排会议生活、选定布置会场。

2.会议进行阶段:会议报到、组织会议进行、搞好生活服务。

3.会议结束阶段:整理会议文件、善后工作。

(三)会议形式

1.礼堂式

面向房间前方摆放会议代表座椅,中间预留防火安全过道。座椅之间的横间距 5 厘米,前后中心距离 70 厘米,第一排座椅距离主席台约 1.8 米。有端正式和"V"字形等形式。适合人数较多的大型会议,如报告会、表彰会、纪念会、动员会等。

2.教室式

按教室的形式,将桌椅端正摆放或呈"V"字形摆放。这种方式便于与会者阅读资料、作纪录,但不便于与会人员间的相互交流。此形式适合学术报告会、研讨会、讲座、例会、演讲会等。

3.马蹄形或"U"形

将桌子连接着摆放成长方形,空出一个短边,椅子可以只摆放在桌子外围,也可内外都放。这种形式最适于召开小型会议,特点是会议主席易于控制会议,有利于与会人员的直接交流。

4.方框形或圆形

将主席台同与会者桌子连在一起,形成方形或圆形,中间留有空隙,或直接使用椭圆形的桌子,椅子摆放在桌子外围,与会者围桌而坐。特点是显示民主气氛,表示彼此地位平等,避免出现席次上的争扰,但不利于作演示。这种形式适于规格较高,与会者身份都比较重要的国际会议或各类讨论会。

5.讨论会型

一般有长方形、椭圆形和 T 形等多种形式,按级别排列座位,最适用于各类讨论会。

6.宴会式

适用于酒会、茶话会、团拜会等与饮食结合在一起的会议。

雷区:

禁止不礼貌的称呼,缺乏热情的问候,长幼不分的鲁莽,毫无准备的会议。

行为判断及督导原则

第一条 员工判断个人行为是否违反本规范的简易标准是该行为能否毫无保留地在公司公开谈论。

第二条 员工有责任就难于作自我判断的行为或情形向上司或人力资源部咨询。接受咨询**的部门和人员应给予及时、明确的指导并为当事人保密**。

第三条 上司对其下属应尽到教导和管理的责任。如上司未能尽到责任,以致产生不良的后果,将与其下属同时受到处分。上司未尽教导和管理责任的情形包括:

(1)默认下属违反本规范的行为;

(2)未能按照公司规定保证下属定期接受本规范的培训;

(3)未能采取有效的措施防止及补救管理上的漏洞;

(4)未能严格遵守公司的政策进行管理。

□文化小贴士

企业文化与经营绩效的关系

美国哈佛大学的约翰·科特教授被称为最务实的学者,他曾经带领他的研究小组追踪了两组企业,一组是公认的企业文化做得好的企业,一组是公认的企业文化做得不好的企业。追踪了 11 年,得出一个惊人的结论:"重视企业文化建设的公司,其经营业绩远远胜于那些没有这些企业文化特征的公司。在 11 年的考察期中,前者总收入平均增长 682%,后者则仅达 166%;前者公司净收入增长为 756%,而后者仅为 1%。"

在《企业文化与经营绩效》一书中,科特写道:"企业文化(包括内在的共享价值观及外显的行为规范)对长期经营绩效有巨大的正相关性,企业长期经营绩效的好坏与企业文化是否适应外部环境变化尤其相关。自然发展的企业文化容易导致不健康的文化,而提升绩效的文化需要管理层长期的努力。"

因此,开展企业文化建设与变革,已成为现代企业提升竞争能力的最佳选择。

文以载道 文以致远

古代南齐人王融《曲水诗序》语:"设神理以景俗,敷文化以柔远"。企业文化不仅是一个理论的问题,而且还是一个实践的问题。它不是管理方法,而是形成管理方式的理念;它不是行为活动,而是产生行为活动的原因;它不是人际关系,而是反映人际关系的处世哲学;它不是服务本身,而是体现于服务的精神境界。

总之,企业文化渗透于企业的一切活动之中,而又流溢于企业的一切活动之上。

责任……
团队……
创新……
超越……
一步一个脚印
一步一次跨越
让文化伴我们披荆斩棘
勇往直前……

□报缝话题

企业文化的作用

1. 企业文化具有经济活动导向功能,是路标系。我们该往哪里走,不该往哪里走,企业文化说了算。企业经营和做人做事一样,关键时刻要有所为有所不为,文化就是一个筛选的标准,它告诉我们哪条路该走哪条路不该走,所以企业文化是企业发展的导向,是路标系。

2. 企业文化具有团队整合功能,是文化场。环境可以改变人,同样的人在不同的环境里表现不一样。企业文化就是创造一种良性的文化场,让所有人进入到这个环境中都受到这种约束,知道自己应该怎么办,应该如何按照我们希望的方向去走。

3. 企业文化具有组织活力激活功能,是共振链。企业文化建设就是创造出一种格局,让大家受到同样事情的感染,受到同样事情的激动,受到同样事情的影响。企业文化就是一个模子,当大家都共同认同一个相应的文化的时候,一声令下所有人群起而动,而不是有的人动有的人不动,所以说企业文化是共振链。

企业文化的权威定义

企业文化的定义有二三百种之多,近些年来在企业文化学界广为认可的一个概念是美国著名学者埃德加·沙因的观点:

"一个团体在适应外部环境与内部整合的过程中,习得的一套价值观,行为模式和基本假设,团队的新成员以此作为了解,感知,思考相关问题的基础。"

BNS 滨农科技 BINNONG TECHNOLOGY
Believe Need Success 信任 – 需要 – 成功
滨農報
企业文化特刊 总第024期
山东滨农科技有限公司 http://www.binnong.com
2009 年 9 月 15 日 第 09 期 (内部资料 仅供交流)

企业使命

以优质产品服务客户
以开放平台成就员工
以绿色环境回报社会

□董事长视点

为什么要进行企业文化建设?

董事长黄廷昌二 OO 九年九月为本报企业文化建设特刊专题致词

滨农历经十几年的风雨,从一个除草剂原药品种发展成为国内原药品种最全的厂家,从市场上的名不见经传到行业内小有名气,实现了超常规跨越性发展,取得了较好的业绩,这是公司全体员工共同努力的结果。如何使公司能够实现可持续发展,再创佳绩,是公司在今后的历程中必须面对的重大课题。公司审慎引进企业文化建设工程,主要从以下两个方向去考虑:

一是企业管理规范的需要——

化工行业控制点多,靠管理层控制较难,必须做好基础管理工作。员工每天做的是重复工作,但工作质量和效率却差距很大。工作质量受人为因素影响较大,靠人去管,管不好。所以要让员工一次把事做正确,提倡完美执行。要用无形的手约束员工自觉地把工作做好,形成良好的工作行为,推动工作质量的提高。

二是企业可持续发展的需要——

随着科学发展观确立为我国的基本国策,农药企业的发展将受到若干行业政策限制,原有粗放型的发展模式已不可行。

面对未来,我们又必须继续保持"滨农加速度",确保成为国内农药行业的领跑者,同时要在国际农药市场上形成一定的竞争力和影响力。因此我们必须坚持以变制变的市场理念,超越客户期望的服务理念,引领市场的研发理念,坚持学习绿色生产,方能保持公司健康可持续发展。

□文化导航

董事长语录

成功是偶然的!有可能失败是必然的,危机永远存在。如何避开危机?越是不想听的话越要多听,把自己看得渺小些,正确地评价自己,调整个人心态。让其他人敢于说话,便于员工投诉。不可以越级指挥,但可以越级汇报。成功是不可复制的!不要以为做农药成功,做其它一定成功。成功是靠大家共同的努力,不是一个人的!成功是分阶段的,尽管有了一点成绩!

企业要对社会尽责任,股东利益放在最后,客户、员工和社会远远放在股东前面。企业要想可持续发展,不要竭泽而渔,不要为了利润牺牲长远利益。企业占用了很多社会资源,比如土地资源、员工和资金等,得到了社会支持,要饮水思源,把回报社会放在第一。

企业要以人为本,不管是国企还是民企,要始终把员工放在第一位。企业要履行社会责任,如安全、环保和税收。对待客户,要放远眼光;对待员工,要不断培养,培养优秀队伍,让员工感觉工作有所值,薪酬待遇和能力得以发挥和提升。

销售先行,销售永远第一。滨农成功的关键是近乎偏执地把市场营销放在第一位,公司发展速度快,是因为市场反应速度快。生产要围绕市场做,计划难完成,只能调整生产,不会调整市场。客户是"我想买啥就买啥",不是"你生产啥我买啥"。销售要兼顾生产的琐碎,但还是坚持客户第一。研发要为销售服务,研发要有预见性。研发方向必须来自于市场信息,建立研发方向机制。

投资理念:三三原则。三分之一追求高利润,三分之一允许亏损,目的是占有性销售,保市场保客户;三分之一摊销成本。

不盲目上项目,一旦上项目,就不轻易放弃。三年没见效,也不能轻易否定一个项目。

物质享受是有限的,精神享受是无限的。内在驱动力是对事业的执着,重在做事,对工作质量的卓越追求。

低调做人,高调做事。低调是为了自我保护,示弱会得到更多的帮助。

赞誉的话少听,谦卑一点更好。

□文化传承

百年基业,文化为魂

百年基业,文化为魂。

历经十五年的奋力拼搏和稳健发展,滨农积淀了优秀的文化要素,形成了"进取、责任、务实、诚信"的内在精神品质,实现了"滨农进万家,丰收满天下"的外在品牌效应。面向未来的可持续发展,滨农进一步总结经验、提炼理念,最终优化行动。

地处齐鲁大地,齐鲁文化的精髓赋予滨农深厚的文化底蕴;专注农化行业,行业重组与整合的竞争态势、生产经营和资本运作结合的发展趋势、行业标杆企业的文化精华,赋予滨农充满活力的文化特质。更为重要的是,决策者的个人魅力与价值主张、滨农人的精神品格,赋予滨农充满张力的文化基因。

企业要腾飞,文化要落地。滨农加强企业文化建设,不仅立足于现实需求,为当前发展提供文化支撑,而且着眼于未来发展,提供创新的思维空间;不仅提炼一系列精神理念,解决滨农"做什么"、"做成什么样"的问题,而且提供一系列行之有效的方法,解决"怎么做"的问题;不仅为滨农打造一面独一无二的精神旗帜,而且为员工点燃一座永不熄灭的心灵灯塔。

企业文化是推动企业持续、健康、快速发展的动力源泉。她汇集了资源,凝聚了人心,塑造了品牌,并将引领战略决策先人一步,保障管理执行高人一筹。滨农正处在发展的关键期,员工认同滨农文化的深度影响着滨农未来的发展速度。全体员工应自觉认同滨农文化,自愿接受滨农文化的熏陶、监督和约束。

文化生生不息,滨农的价值与精神恒久传承!

滨农科技企业文化建设三步走

全面普及阶段 2008–09–2010–06	深化推进阶段 2010–07–2011–06	巩固提高阶段 2011–07–2012–06
阶段目标: 1.针对理念体系和行为规范,对全员进行系统培训、宣贯和考核,提高员工对滨农文化的认知认同; 2.通过主题宣传和活动,贯彻强化滨农文化理念,使公司倡导的价值理念成为主流,并指导员工工作; 3.提高员工素质,规范员工行为,增强员工忠诚度和凝聚力,为三年规划打下坚实基础; 4. 将责任文化深入人心。 **年度关键词:责任**	**阶段目标:** 1.规范员工行为、检查测评企业文化建设实施情况并持续改进; 2.形成以人为本的管理氛围、以绩取人的务实氛围、和谐宽松的创新氛围; 3. 在实现员工对滨农文化认同的基础上,逐步追求客户、合作伙伴和社会公众的认可; 4.将团队文化深入人心。 **年度关键词:团队**	**阶段目标:** 1. 公司文化推广传播由员工向社会公众、客户和合作伙伴拓展,员工忠诚度和凝聚力极大增强; 2. 文化在员工中深入人心并得到践行,且具有一定社会认可度; 3. 文化已能为实现公司发展战略目标提供有力支持和文化保障; 4. 基本形成企业文化建设长效机制; 5.将创新、超越文化深入人心。 **年度关键词:创新、超越**

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn

□文化践行

你我他(她),我们需要做什么?

高层需要做什么?

关键要素一:企业家与企业高层管理者

企业文化的基因来源于企业家,作为企业领袖,企业家要善于阐明自己的文化主张。在企业发展的每一个阶段,企业家一定要旗帜鲜明地举好文化大旗,清晰地阐明自己的文化主张,给员工以明确的方向:主张什么,反对什么;弘扬什么,摒弃什么;热爱什么,憎恨什么;支持什么,压制什么。

企业高层在企业文化建设中担负着重要的使命,决定着文化建设的成败。高层的使命是什么呢?一是明确阐明企业的理念、使命和核心价值观,构建企业的核心价值体系。二是高层要完成企业战略性系统思考——企业向何处去?企业未来战略发展方向是什么?核心能力是什么?关键业务领域是什么?未来的商业运作模式是什么?三是高层要成为企业文化建设的积极倡导者,精心培育者,身体力行、率先垂范者;还要成为文化变革与创新的积极推动者;还是文化冲突的全面解决者。企业家和高层团队要不断超越、不断转型,身先士卒,成为典范。

中层需要做什么?

关键要素二:企业中层管理者

在企业的日常运作中,真正接触员工的是中基层管理者,所以他们是企业文化的真正推动者。

中层首先要吃透企业的阶段性目标和方向,领会企业领袖的文化主张,然后一层层去散播,去带动,如果中层对企业的经营管理有很多误解和曲解,就像以讹传讹的游戏一样,所有的人都会跟着走错。

在企业文化建设当中,中层的任务是:共同参与企业愿景与核心价值观的制定;二是提炼经验,总结教训,探寻方法,确立准则,行为带动;三是将核心价值观融入制度建设和流程建设之中。

员工需要做什么?

关键要素三:企业的全体员工

员工是企业的主体,文化是员工的文化。企业文化建设的过程,本质上是员工在生产经营活动中不断创造、不断实践的过程。员工不但是企业文化的创造者,也是企业文化的载体,是企业文化建设的承载者和实践者,员工实践的好坏,决定着企业文化建设成果的优劣。

作为一名合格的员工,首先要按照公司构建的企业文化理念体系来严格要求自己,规范自己的思与行,做好个人职业生涯规划,将个人价值观与公司价值观高度结合,树立正确的职业态度;同时,按照公司的《员工行为规范手册》来规范自身,提升自己的综合素质和职业素养,锻造职业精神,打造职业品牌。

思辨点:所有的管理者本质上也都是企业员工,员工需要做的,也是每一位管理者应该率先做到的。

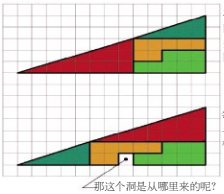
□文化思辨

文化与制度的关系

企业文化的核心思想是人本管理,而人本管理决不是放任自流,毛主席说过,没有文化的军队是愚蠢的军队,没有纪律的军队肯定是乌合之众。企业也是一样,没有文化的企业是愚蠢的企业,没有纪律的企业肯定是乌合之众,成不了大事。可口可乐有一句话很经典:爱的教育,铁的纪律。文化和制度要结合,制度是推力,文化是拉力,两者缺一不可。

优秀的制度有关键性的作用,比如说有一个很简单的例子,甲乙丙三个人分割一块黄金,第一个制度是甲负责切割,并且优先挑选。明摆着甲就利用政策优势,自己切了一块大的,占了便宜,乙和丙也没办法。但是第二个制度甲负责切割,让乙和丙先挑,剩下的才是自己的。公平问题马上就解决了,制度简洁有效,这一次甲切割的三块黄金一样大小,因为如果哪一块小了,就一定是自己的。如果哪一块大了,肯定会让自己的变小。因此优秀的制度保障的是所有人的利益,人只有在公平的环境下,才愿意去付出努力。

但是,一个企业只有制度,它的管理就有空隙(比如右图);只有单纯的意识文化也不行,两者结合起来才能形成一个严密的系统。



上图管理启示:任何制度管理与流程控制都会有空隙,企业里流程的衔接、制度的弥合总会有一些盲区和空白点,如果人人都不愿意多管闲事,只完成岗位职责界定以内的工作,那么久而久之就会产生比较大的疏漏;还有,如果在生产经营管理中对标准执行不严,哪怕只是一丝一毫的偏差,日积月累也会形成大的漏洞。要弥补这个漏洞,只有靠责任感与敬业心。因此企业制度是石头垒成的建筑,而文化是水泥,只有两者的紧密结合才能建成稳固的企业大厦。

□文化传承

文化传播与渗透的故事法

公司十六条企业文化基本理念,每一条都不是凭空产生的,每一条理念的背后,都跟着一个个生动鲜活的故事。这些故事,是一代又一代的滨农人,在自己的岗位上,所践行的文化路径。它既解释了我们从哪里来,又指出了我们到哪里去,构建起了滨农不断动态发展着、日益丰富着的文化内涵。

《滨农企业文化理念手册》是全体滨农人的行为纲领,理念背后的故事,则是一个个的行为标杆,当你在工作中面临取舍和排序,左右为难,不知道怎么做的时候,回头想一想,故事会告诉你答案。

故事提炼五步骤法

1. 召开座谈会,请老员工讲故事。难忘的、感人的、有贡献的……
2. 把重复率最高的故事整理出来,初步加工,形成完整的故事。
3. 召集新员工听故事谈感受,并用一句话概括感受。
4. 对新老结合产生的"一句话"研究分析,凝练出理念词。
5. 在事实基础上对理念词进行改编创作,写出典型故事,每一个理念词都用几个故事来诠释。

□文化的生与长

浅析滨农科技快速成长的文化根基

农药企业属于高污染性行业,责任必然成为企业发展的文化根基,企业社会责任必然成为企业文化建设和经营活动的重要导向。农药企业要成就百年基业,必须基于可持续发展战略,积极践行社会责任,这样才能得到社会和公众的长期认可与信任,企业才能长盛不衰。

滨农科技是一家年轻而充满活力的农药企业,主要从事原药和制剂的研发、生产与销售。从1995年试水农药行业,滨农科技始终以市场为导向,主动承担社会责任,实现了超常规发展。在企业快速成长的背后,必然存在某种无形的力量作为支撑,这就是独具特色的企业文化。企业文化如同企业成长的DNA,有什么样的文化必然生成什么样的经营原则和管理风格。2009年5月,我们对滨农科技展开了深入的调研,在详细分析企业文化特征类型的基础上,全面梳理和提炼了支撑滨农科技快速成长的文化基因。

通过调研我们发现,滨农科技历经十五年的发展历程,不仅实现了"滨农进万家,丰收满天下"的外在品牌效应,而且形成了"进取、责任、务实、诚信"的内在精神品质。尤其对于"责任"这一优秀文化要素,滨农科技更是贯穿始终,为公司领导大力倡导和员工广泛认同。立足于企业发展现状,同时面向未来发展战略,我们初步构建了滨农科技基于可持续发展的责任文化体系。

我们从滨农科技对客户、对员工、对社会的责任出发,进行层层分解和深刻剖析,明确了滨农科技的使命:以优质产品服务客户,以开放平台成就员工,以绿色环境回报社会。客户满意是企业生存的基础。滨农科技的终端客户是广大农民,他们为农民种植农作物提供优质的产品、专业的服务和实用的解决方案,带给农民真正的实惠。此外经销商也是客户,滨农科技与经销商建立了协同互助、价值共享、风险共担的合作伙伴关系,以共谋发展。员工努力是企业发展的源泉。滨农科技关爱每一位员工,不仅为员工提供了稳定的工作和安全的保障,而且构建了发挥员工特长、帮助员工成长的平台,以实现员工和企业的共同发展。回报社会是企业应尽的义务。滨农科技始终关注生态环境,热心支持公益事业,力争构建环境友好型、资源节约型和生态良好型企业。

美国学者奎因提出的竞争性文化价值模型中,把"内在－外在"和"控制－灵活"作为两个维度,将企业文化分为目标、规则、支持、创新四种导向,用于实证分析各种导向的文化对企业竞争力的影响。创新导向、目标导向偏重于外部发展,规则导向和支持导向偏重于内部运营。在企业发展的不同阶段,这四种文化导向的强弱有所不同。

滨农科技属于生产型企业,倾向于追求生产运行中各类指标的实现,因此现状文化有追求目标绩效的导向。其特点是企业在稳定和控制前提下强调外部市场竞争,主要关注客户需求、生产率、盈利率和品牌影响力。滨农科技的期望文化属于团队支持导向类型。其特点是企业关注灵活的内部管理和关心员工;员工期望更多的沟通和承担更大的责任,同时希望团队间加强合作,员工相互支持。滨农科技的文化形成过程是符合企业文化螺旋发展模式的,即在每个发展阶段形成某种导向文化,该文化又引导企业发展竞争力。滨农科技的文化类型开始由目标绩效导向转向团队支持导向,因此我们将原有文化要素进行了提升,将核心价值观提炼为"责任、团队、创新、超越"。责任是企业的立身之本,内无责任难以固本,外无责任难以立身。团队则体现了个人对集体的责任,团队协作比个人英雄主义更能创造价值。创新和超越则是对企业的未来负责。创新是企业未来发展的活力之源,唯有创新,才能超越;唯有超越自我、超越竞争对手,才能做行业的持续领跑者。

企业与员工之间的责任具有双向性。一方面是企业对员工的工作、生活和发展负责,另一方面是员工对企业的发展尽责。员工爱岗敬业,用奉献诠释责任;员工积极进取,用业绩证明责任,员工与企业形成利益共同体和事业共同体。问卷调查结果显示,滨农科技的员工对"公司良好的发展前景"表现出高度集中的自豪感,而自豪感反映了员工的忠诚度。"公司良好的发展前景"是员工忠诚度的基础,是企业凝聚力的源泉,这说明滨农科技的员工将个人发展和企业发展有机地融为一体。

在核心价值观的指导下,我们提出了公司的经营之道,进一步深化了责任意识,丰富了责任内涵。例如,"品牌的背后是产品,产品的背后是人品"的品牌理念与"超越客户期望,赢得客户信赖"的服务理念体现了对客户的责任。滨农科技始终把客户放在首位,在服务态度上倡导主动服务和用心服务;在服务方式上倡导全程服务和全员服务,力求为客户提供专业、高效的服务。"安全是企业最大的效益,是员工最大的福利,维系着千万家庭的幸福与社会和谐",这一安全理念阐释了对企业、对员工、对家庭、对社会的责任。由于农药是一种特殊产品,企业在安全生产的同时,还要指导用户安全使用,既保障作物丰产丰收,又将对生态环境的负面影响降至最低。因此滨农科技提出,"在车间,分分秒秒安全生产。在田间,点点滴滴安全使用"。"营造绿色环境,奉献绿色产品"的环保理念同时表达了对社会、对环境、对用户的责任。滨农科技不断加大环保投入,通过发展循环经济,提高资源利用率,营造绿色的自然环境与和谐的社会环境;通过提升工艺水平和产品性能,为用户提供高效、低毒、低残留的绿色产品。

滨农科技的管理理念也高度体现了责任的内涵。例如,公司提出"完美执行"的理念,这就要求在执行过程中,变"全力应付"为"全力以赴",变"不可能"为"不!可能!"。执行要内化为责任,外化为行动。执行力来自于员工自动自发、尽职尽责地工作,领导不在场和领导在场一个样,没人检查和有人检查一个样,这就是责任的体现。领导更要敢于承担责任,所谓"负责人"就是"负责任"。员工在协作过程中,还要多一点沟通、少一点推诿,真正体现"职责有分工,责任心无界限",以负责的态度弥补职责间的缝隙。滨农科技的质量理念"我知道:质量是企业的生命,是品牌的基础;我认同:质量没有商量;我坚持:对细节尽善尽美,对质量精益求精;我保证:杜绝不合格产品进入下道工序"进一步深化了对客户、对员工的责任。员工对产品负责,就是对自己负责。上道工序对下道工序负责,质量从细节入手,从源头抓起,把工作做到极致,都是责任心的体现。

责任心就是竞争力,责任心越强,效率就越高,损耗就越低。责任感就是凝聚力,责任感越强,企业就越兴旺发达。缺乏责任心的人,是没有发展空间的,而缺乏责任意识的企业,也无法实现可持续发展。滨农科技快速成长的文化根基就是责任,企业对客户、对员工、对社会体现出高度的责任感,员工对企业的发展也表现出强烈的责任心。在企业文化建设过程中,滨农科技需要进一步从小处强化员工的责任心,从大处培养员工的责任感,并使员工形成自觉行为。因为企业文化建设是一个"生"与"长"的漫长过程,如同树木的成长过程沉积于年轮、选种、育苗是"生",栽培、照料是"长";企业的成长过程则积淀于文化,构建完整的价值观体系是"生",将价值观落实到行动中是"长"。

(北京捷盟管理顾问有限公司 谢学军)

(上接6版)要反对无原则的一团和气,也要反对宗派主义,反对以人划线搞团伙。

【要求真务实,不要心浮气躁】

领导干部要坚持重实际、讲实话、办实事、鼓实劲、出实招、求实效。干工作要有一股激情,亲历亲为,全力以赴,精细严实,务求一抓到底,抓出实实在在的成效来。不要心浮气躁、患得患失,一遇到问题就指责抱怨,出一点成绩就趾高气扬。

【要勇于创新,不要因循守旧】

要在体制创新、技术创新、管理创新、文化创新等各方面扎实推进。要兼收并蓄,在继承和学习中创新发展。破除陈旧的思维定式,树立适应现代企业发展的思想观念;破除因循守旧、封闭保守的思想束缚,树立开放合作、互利双赢的宽广视野。

【要辩证思考,不要形而上学】

对各种决策要客观地、科学地权衡利弊,决定取舍。不要形而上学,只讲困难,不讲努力;只讲问题,不讲解决问题的办法;只讲别人,不讲自己。要换位思考,不要片面指责。

【要身先士卒,不要只说不做】

领导者要身先士卒,以正确的示范作导向,调动员工的积极性,激发员工努力向上的干劲,成为他们的榜样,真正做到"一级做给一级看,一级带着一级干"。不要只动嘴、不动手、光指挥、不示范,让员工觉得领导高高在上,高人一等。

【要廉洁自律,不要以权谋私】

职务就是责任,责任重于泰山。领导干部要坚定理想信念,加强道德修养,树立正确的权力观、利益观、地位观,常修为"官"之德,常思贪欲之害,常怀律已之心。自觉接受监督,以良好的职业道德和工作作风取信于职工群众。

【要以人为本,不要脱离群众】

领导干部要倾听员工心声,了解员工需要,在抓好企业经济效益的同时,从广大员工最关心、最现实的利益问题入手,实实在在地为职工办实事、办好事。要防止高高在上、对员工漠不关心的官僚主义作风。

第二,工作关系(下属行为三要三不要)

【要团结互助,不要推诿扯皮】

相互尊重,团结友爱,互相帮助。通过热情的问候和衷心的赞美保持良好的工作关系。提倡人际关系简单化,不搞小团体、小帮派。本着分工合作、密切配合、主动参与的原则开展工作,尽可能了解非本岗位业务内容。在确保按时、按质完成本职工作的同时,对其它部门的协助请求,以公司利益为前提,相互配合、高效率地完成工作任务,不互相推诿。

【要服从安排,不要越级请示】

服从工作安排,按要求完成任务。主动及时地向上级汇报工作进展情况。对上级的指示若有异议,可以直接提出,但在等待回复期间,要执行上级指令。对上级要不卑不亢。有意见可以直接向上级提出,不要向其他人抱怨。善于接受批评和自我批评。可以越级汇报,但不要越级请示。

【要合理建议,不要背后议论】

公司内部设有厂务公开栏、公告栏以及公司举办的?滨农报?定期发布各种公司动态、业务活动、规章制度等信息,以让员工及时了解公司的业务发展和变化情况,并提出意见和建议。

第三,心灵沟通

【以谦虚为美】

我们以谦虚为美,月满则亏,水满则溢。我们不骄不躁,虚怀若谷,取得成绩时不得意忘形,面对善意的批评时虚心接受,勇于承认自己的"无知",善于学习先进知识,"三人行必有我师",向领导学习,向同事学习,向下属学习;为人处事不卑不亢,不过份张扬,不胜气凌人;谦虚不是无原则的逢迎与妥协,在大是大非面前要据理力争,维护公司利益和形象。"谦受益,满招损",永远保持平常的心态去对待工作和生活。

【以忠诚为美】

我们以忠诚为美,忠于国家,维护国家尊严,遵纪守法,同一切危害国家利益的言行做斗争;忠于企业,勤奋敬业,要有高度的责任心和事业心,不论在哪个岗位,都能尽职尽责地完成工作任务。要自觉维护公司形象和利益,尽忠职守,不做损害公司的话;要想公司发展之所想,急公司发展之所急,勤思考,献明策,实干、苦干、巧干,将公司的发展于自身的发展密切结合起来;忠于职责,认真履行职责,恪尽职守,要做到主动不妄动,到位不越位;要认真踏实,纵向争先进,横向创一流;要超前思索,精心谋事,敢于负责,大胆管理,勤于落实,充分发挥自己的长处,使理想信念更坚定、工作学习更勤奋、本领作风更过硬、执行纪律更严明。

【以正直为美】

我们以正直为美,心胸坦荡,心底无私。要坚持正确的是非观念,敢于坚持原则,不畏权势,维护正义,敢说敢为,刚正不阿,光明磊落,敢于同危害国家、社会和集体利益的行为做斗争;要坚持自己的理想信念,不被外界因素影响,积极学习,不断探索,刻苦钻研业务知识;要勇于承认错误,敢于面对责任,敢于表达观点,不偷奸耍滑,对他人不阿谀奉承,不溜须拍马,不阳奉阴违,不包庇坏人坏事;处理事情敢于主持公道,伸张正义,抨击邪恶,不怕打击报复。

【以诚信为美】

我们以诚信为美,只有公正无私、诚实守信,才能团结一致,众志成城,从而为公司的发展谋得利益。我们要真诚待人,对家人,朋友、同事、客户诚心面对,坦诚相待,尽已所能帮助需要帮助的人;我们要诚实做人,实事求是,追求真理,不夸功掩过,文过饰非;我们要信守承诺,不要轻易许诺,要量力而行,许下的承诺要及时兑现。

雷区:

【不要感情用事】不要解释和否定错误。对他人有意见应选择合适的时机和场合当面说清,不要背后乱发议论。

【不要看他人的笑话】在公众场合出现他人有碍体面,有违公司规定的行为时应及时善意地提醒。

【不要消极对待领导决策】有保留意见的,可择机反映,但在领导改变决策之前,不能消极应付。不要胡乱评议领导、同事或下级,更不能恶语伤人。

四、保密工作规范

【守口如瓶】每位员工都要自觉培养守口如瓶的职业道德,明确保密范畴,做好保密工作。

【谨慎小心】公司一切未经公开披露的业务信息、财务资料、人事信息、招投标资料、合同文件、客户资料、调研和统计信息、技术文件(含设计方案等)、企划营销方案、管理文件、会议内容等,均属企业秘密,员工有保守该秘密的义务。当不确定某些具体内容是否为企业秘密时,应由公司鉴定其性质。

【保护隐私】员工薪酬属于个人隐私,任何员工不得公开或私下询问、议论。掌握此信息的职员,不得以任何方式泄露。

【遵守纪律】员工接受外部邀请进行演讲、交流或授课,应事先征得上司批准,并就可能涉及的有关公司业务的重要内容征求上司意见。

【密码保密】员工应对各种工作密码保密,不对外提供和泄露。严禁盗用他人密码。

雷区:

【不得泄露公司机密】

公司内部商业机密泄露,将会带来不可预计的巨大风险,造成不可估量的损失,我们坚决禁止未获批准的情况下,向外界泄露公司机密的行为。

公司员工应注意将个人物品、资料,重要文件等置放妥当。严格遵守与公司签订的保密协议,不得以任何方式将保密内容泄露到保密范围以外(包括公司内部员工)。

五、安全卫生规范

第一,安全工作环境

1.在所有工作岗位上都要营造安全的环境。

2.工作时既要注意自身安全,又要保护同伴的安全。

3.提高安全知识,培养具备发生事故和意外时的紧急管理能力。

4.爱护公司公物,注重所用设备、设施的定期维修保养,节约用水、用电、易耗品。

5.应急电话,市内伤病急救120;市内火警119;市内匪警110。

第二,卫生环境

1.员工有维护良好卫生环境和制止他人不文明行为的义务。

2.遵守环保、清洁文明法律法规和规章制度,接受管理部门的监督管理。

3.养成良好的卫生习惯,不随地吐痰,不乱丢纸屑、杂物,不流动吸烟。办公室内不得吸烟。

4.如在公共场所发现纸屑、杂物等,随时捡起放入垃圾桶,保护公司的清洁。

5.定期清理办公场所和个人卫生。

雷区:

在日常的生产生活中,严禁员工违反公司?规章制度汇编?中有关"安全环保"制度的行为。

六、上网制度规范

随着信息技术的发展和公司业务的增长,公司日常工作对于网络的依赖性越来越强,这就要求每一位员工严格遵守上网制度,共同努力把公司的网络建设成为系统安全、制度完备、管理规范、内容丰富、信息健康的"绿色网络"。

1. 在工作时间不得在网上进行与工作无关的活动。

2. 不得利用国际互联网危害国家安全,泄露国家机密,不得侵犯国家的、社会的、集体的利益和公民的合法权益,不得从事违法犯罪活动。

3. 不得利用互联网制作、复制、查阅违反宪法和法律、行政规定的以及不健康的信息。

4. 不得从事下列危害计算机网络安全的活动

(1)对计算机信息网络功能进行删除、修改或者增加。

(2)对计算机信息网络中储存、处理或者传输的数据和应用程序进行删除、修改或者增加。

(3)制作传播计算机病毒等破坏程序。

礼仪篇

一、员工形象规范

第一,着装、仪容和举止

【穿出职业的风采】

在岗期间,车间工作人员统一着工装,保持整洁干净,衣扣整齐,不坦胸露背。行政管理部门人员按照公司的统一要求,着干净整洁工装,或颜色适宜的衬衫、西裤。销售部门和外联人员着装干净整洁,得体大方,应符合商务场合着装的惯例,既不过分张扬,也不过分保守。

【清爽大方才是真】

仪容妆饰是一个人的外表形象。其基本标准是美观大方,整洁卫生,修饰得体。女同志上班宜化淡妆,长发应盘起,这也是对别人的尊重;男同志要勤理发,勤洗澡,做到头发前不过耳,后不过肩。

【于无声处见修养】

"站如松,坐如钟,行如风,卧如弓",这是人们对仪态最通常的描绘和要求。头端、肩平、胸挺、腹收、身正、腿直、手垂的站姿,给人以自然优美之感;端庄大方、文雅得体的坐姿,表现的是一种稳重。最佳的走姿是昂首挺胸、重心平衡、步伐稳健、动作协调且走成直线。

在厂区内行走,上下楼梯或在办公楼、车间通道行走时,均应沿走道右侧行走;在上下楼梯时,应保持单列行走;行走中遇到客人和领导时,应主动打招呼,并在上下楼梯或进出门口时主动让路。

工作中指示物品、手持物品、递接物品、展示物品、招呼别人、举手示意要采用简洁一致、彬彬有礼的手势。眼睛是心灵的窗口,得体自如的眼神,坦诚专注的目光,亲切自然的微笑,能传达出对同事和宾客的尊重、真诚、友好。

第二,语言规范

【会话亲切,诚恳谦虚】

语音清晰、语气诚恳、语速适中、语调平和、语意明确言简。提倡讲普通话。与他人(下转8版)

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn

（上接3版）

市场变化是永恒的，企业变革也是永恒的。企业只有通过对组织结构、人力资源、流程、文化等进行变革，真正建立起高效运行的机制，才能突破障碍，保持市场的竞争优势。

第六条 研发理念

持续创新 引领市场

【阐释】实施“以变制变”的市场策略，就需要打造创新型企业。尤其在研发领域，只有持续创新，持续为客户创造价值，才能真正引领市场。

努力向终端求教。要引领市场，向终端客户求教是最有效的。研发人员不要站在自己的“工程师”角度去考虑“客户需求”。

（1）对客户没有价值的功能开发，都属于浪费；

（2）品质标准要通过了解客户需求极其微小的变化来寻求突破；

（3）品种并非越多越好，增加做不好的品种，反而是对客户的伤害；

（4）苛刻的用户是我们的合作开发者，他们提出的难题正是我们开发的课题。

价格战与价值战。市场竞争策略正由价格战向价值战转化，客户价值观的演变趋势引领着我们的产品研发方向。只有引导客户需求，才能打好价值战。

创新来源于模仿。我们要创造性地模仿、开发具有最佳性价比的产品。

每个环节、每项工作，皆可创新。积极倡导全体员工通过对每项工作细微之处的持续改进实现创新，“坚持改那么一点点”，不断刷新自己和同业的已有成果。

人无我有，人有我优，人优我廉。别人做不到的，我们要做到；别人做到的，我们要做得更好。

第七条 品牌理念

品牌的背后是产品 产品的背后是人品

【阐释】品牌作为一种无形资产，能够带来无法估量的资产增值。农药产品的科技含量并非高不可攀，产品也趋于同质化，因此我们积极实施品牌战略，既注重有形的产品质量，又注重无形的服务保障，不断完善营销服务体系，并强化与经销商的战略合作伙伴关系，以提升客户对滨农品牌的认知度、满意度和忠诚度。

品牌是企业内在品质的外在表现。内在品质是产品品质、服务品质和员工品质的综合反映，员工品质决定产品品质和服务品质。

企业是人品与产品的组合，人品决定产品。品德决定行为，行为造就结果。产品是用心做成的，没有好心态就没有好人品，没有好人品就难有好产品。像做人一样做企业，做到产品、人品相一致。

品牌是客户的记忆和客户的满意。品牌是信誉的长期积累，是客户与我们之间信任的桥梁。我们要让客户感知到，滨农是专业的企业，生产放心的产品，提供贴心的服务。

品牌需要全员、持续地珍惜和呵护。滨农现有的品牌是所有领导和员工用智慧和汗水凝聚而成的，每个员工都是滨农品牌的形象代言人。优秀品牌的形成需要全体员工不懈的努力和精心的呵护，需要后来者的加倍珍惜和继续提升。

第八条 服务理念

超越客户期望 赢得客户信赖

【阐释】服务客户是我们的价值来源。只有为客户创造更多的价值，我们才能获得更多的价值回报。我们的服务意识要先于客户认识，服务效果要超出客户期望。只有以真诚赢得客户信任，以诚信获得客户认可，才能与客户建立起相辅相成的共赢关系。

永远要把客户放在服务的首位，为客户提供专业、高效的服务。在服务态度上，我们提倡主动服务和用心服务。想客户所想，急客户所急，时刻分析客户需求变化，永远比客户先想一步。在服务方式上，我们提倡全程服务和全员服务，树立企业形象，提升企业品质。

专业服务与高效服务。我们要设身处地为客户着想，将服务延伸到田间地头。无论是生产高质量的产品，还是提供细致周到的售前、售中和售后服务，最终目的都是为了给用户创造价值，满足用户最基本的需求：安全和丰收。

主动服务与用心服务。我们要时刻考虑客户需要我们做什么，该怎么做，我们已经做了什么，还能做什么，在我们的职责范围内给予客户最优质的服务。服务的客观表现是质量，主观表现是态度。良好的态度是对客户的尊重，也是对自己的尊重。麻烦的客户正是我们的麻烦制造者，而是我们的合作伙伴，他们的建议和要求促进我们成长。

全程服务与全员服务。我们的服务贯穿于生产和销售的每一个环节，而不仅仅专注于售后服务。我们的服务涉及到每一位员工，既包括企业为客户、合作伙伴、社会公众的外部服务，也包括领导为员工、管理为一线、上道工序对下道工序的内部服务，即树立“内部客户”理念。

第九条 安全理念

安全是企业最大的效益，是员工最大的福利，维系着千万家庭的幸福与社会和谐。

【阐释】一次安全事故，足以毁掉一个优秀企业；一个安全隐患，足以使我们所有的努力化为乌有。安全是企业最大的效益，也是员工最大的福利。实施安全管理，所有员工要强化安全意识，所有部门要落实安全责任，决不能有“说起来重要，干起来次要，忙起来不要”的思想。

安全管理三阶段：(1)自然本能阶段。粗放式管理仅仅是企业和员工对事故发生的本能反应；(2)严格监督阶段。建立安全管理系统和规章制度，强制监督管理；(3)自主管理阶段。安全管理的高级阶段是安全文化，安全意识深入员工内心，把安全行为作为自己工作一部分。

在车间，分分秒秒安全生产。不尽安全责任的生产，只能为事故制造条件。我们必须时刻警惕、按章操作，切记“工作一分钟，安全六十秒”。这是员工必须履行的职责，是对企业、对家庭、对同事、对社会高度负责的表现。

在田间，点点滴滴安全使用。人们往往注重生产领域的安全，而忽视了其他领域的安全。农药是一种特殊产品，我们要指导用户安全使用，否则就是对用户不负责任。

安全管理三要点：严、细、全。安全是命脉，严格是关爱；绳子断在细处，事故出在松处；抓安全事事落实，查事故样样彻底。只有抓紧安全关，才能握牢生命线。

安全管理三个零：零违章、零隐患、零事故。一百遍安全口号，不如落实一项安全措施。首先，加强安全教育和培训，提高员工的安全防范技能和应急处理能力，使员工从“要我安全”转向“我要安全、我能安全”；其次，加大技术和装备投入，在硬件上为安全生产提供有力支持；最后，强化全员责任，通过层层落实，做到“谁主管，谁负责；谁在岗，谁负责”，实现“个人无违章、岗位无隐患、部门无事故”。

第十条 环保理念

营造绿色环境 奉献绿色产品

【阐释】环保要求，既是企业履行社会责任的重要体现，也是企业可持续发展的必经之路。我们始终追求绿色梦想，不断强化环保意识，加大环保投入，在经济、社会、资源和环境的相互协调中推动企业发展。我们通过提升工艺水平和产品性能，为用户提供更加健康的绿色产品；通过发展循环经济，提高资源利用率，营造绿色的自然环境与和谐的社会环境。

营造绿色环境。我们主动承担保护生态环境的社会责任，在发展过程中决不以牺牲环境为代价。我们主动节约能源和原材料，淘汰有害原材料，减少各类排放物对河流和大气的污染，积极参与环境污染的防范与治理。我们把企业的经济利益和社会效益有机结合起来，注重节能减排、和预防污染，努力打造环境友好型和资源节约型绿色农化企业，为社会营造一个有利于身心健康、轻松自然、和谐和融的绿色生活环境。

奉献绿色产品。在研发中注重提升工艺水平，为客户提供高效、低毒、低残留的绿色产品，并保持产品组合优势，满足国内外用户的多样化需求。

第三篇 管理方略

企业的人、财、物和产、供、销因素，只有通过有效管理，才能产生最佳效能。管理方略就是使企业从无序走向有序，从有序走向系统，从系统走向和谐，从和谐走向卓越的方法和策略。

第十一条 执行理念

完 美 执 行

【阐释】决策力 + 执行力 = 竞争力。决策是前提，执行是保障。没有执行，制度就是摆设，决策就是走形式。正确决策是滨农快速发展的关键成功因素之一，然而执行不到位，再好的决策也无法发挥作用，因此我们倡导“完美执行”。高层团队的战略执行力，是决定滨农走多远、做多大的重要保证。我们要建立有效的权责分配机制和长效的激励机制，以强化高层团队的集体动力。中层团队的制度执行力是滨农实施规范管理的关键因素。中层是企业发展的中坚力量，必须通过选拔、培育、激励与职业生涯规划等机制建设，保持中层团队的执行力。

执行力就是按质按量地完成自己的工作任务。执行不到位的一个重要原因就是不清楚自己工作的质和量。

强有力的执行需要将高端目标解码成每个人应该做的事。各级管理者要善于将董事长的目标、愿望解码成每个员工应该做的事，层层落实，责任到人。所有工作，每一级进行相应的解码，以达到分解、细化任务，最终达成目标。

执行是一种态度。态度不端正的具体表现：

（1）对执行偏差没有感觉，也不觉得重要。

（2）个性上不追求完美。

（3）在职责范围内，不会自己尽责地处理一切问题。

（4）对要求的标准不能也不想坚持。

执行前，决心第一，成败第二。变“不可能”为“不！可能！”执行，没有不可能，要坚决执行，不讲任何条件和困难。执行，没有为什么，应立即执行，不找任何借口和理由。

执行中，责任第一，能力第二。变“全力应付”为“全力以赴”！认真负责是执行的关键。要一次把事情做对，就需要认真负责地执行；要一次把事情做好，还需要创造性地执行。执行要内化为责任，外化为行动。

执行后，结果第一，理由第二。做好了，才算做了。执行不仅仅表现为“我做了什么”，更重要的是“我做得有多好”。

不折不扣地执行！执行并不复杂，就是把想法变成行动，把行动变成结果。结果并不排斥过程，恰恰体现在不打折扣的执行过程中。

自动自发地执行！执行力来自于员工自动自发地工作，领导不在场和领导在场一个样，没人检查和有人检查一个样。在执行过程中，犯错是正常的，但重复犯同样的错误就是不正常的。

立刻就办，办就办好。执行不仅强调速度，要求快速反应，而且强调结果，要求一次到位。决定的事立刻办，份内的事主动办，棘手的事尽力办。

第十二条 协作理念

上下沟通达共识 左右协调求高效

【阐释】管理就是沟通。98%的误会因沟通不足或沟通不畅而产生，要避免误会和被误会，就需要有效进行沟通。我们倡导上下级之间加强纵向沟通，由领导转化为引导和指导，积极创造可以公开交换意见的开放环境，提供沟通渠道，并以制度规范和技术保障来消除沟通障碍。我们鼓励部门之间、员工之间加强横向协调，工作中形成合力，防止各自为政、相互扯皮的现象出现。

沟通是理解的前提。要主动沟通、坦诚沟通、多向沟通。

尊重是沟通的前提。尊重他人的人格、个性、态度和意见，像尊重自己一样尊重他人。

信任是协作中的催化剂。信任是一种激励的力量。根据团队交往的交互原则，你不信任别人，别人也不信任你。信任是团队成员对自身能力的高度自信，正是基于这种自信，他才会将自己的信任和支持真正交付给合作对象。

包容是协作中的润滑剂。包容能消除分歧、容纳差异。宽容不是纵容，而是一种以退为进的团队战术。团队允许宽容存在，不允许纵容有机可乘。

学会欣赏别人。欣赏是艺术，懂得欣赏他人的优点，承认他人的价值。

协作六要点：

（1）信息公开。信任源自信息公开、信息共享，要避免信息失真，避免形成信息孤岛。

（2）换位思考。站在对方的立场去看问题；考虑到他人的利益和想法，不要老打自己的算盘。

（3）就事论事。当出现矛盾，外力也不能解决时，应停止争论，就问题来解决问题，学会以“拐大弯”解决问题。

（4）形成心理契约。团队与成员要找到共策的各自“焦点”，如同一纸契约加以规范。即团队清楚每个成员的发展期望，并满足之；每位成员也为团队的发展做出全力奉献，相信团队能实现他们的期望。

（5）丑话说在前面。合作过程中，遇到新问题、新矛盾一定先说清楚。不要先干再说，因为事情发生后，任何人都是朝着对自己有利的方向考虑。先干再说，看似快了，其实是埋下了祸患的种子。

（6）遇到问题向前看。向前看就会发现彼此的利益是一致的。盯住眼前看，只能是越盯矛盾越多，最后裹足不前。

“负责人”就是“负责任”。负责人要敢于担当责任。

职责有分工，责任心无界限。不同职位、不同部门之间的责任不可能划分整齐、界限分明，责任边界始终存在交叉、模糊。我们倡导工作中“向前迈半步”，面对责任决不（下转5版）

（上接4版）疑惑，面对任务奋勇争先，以负责的态度弥补职责间的缝隙。

在分工时体现自我，在协作中追求无我。我们反对个人英雄主义，崇尚团队作战，以团队目标为行动方向。我们尊重员工个性，追求员工个人价值的真正实现，但是只有融入团队，实现团队整体价值，才能使个人价值得以提升和彰显。

第十三条 人才理念

让合适的人做适合的事

【阐释】企业之间的竞争归根结底是人才的竞争。企业成就于人，也成就人，二者是相互依存、相互选择的关系。全面的人才理念解决三个问题：真诚尊重人才，充分使用人才和细心培育人才。“让合适的人做适合的事”，就是解决上述三个问题的一把钥匙。人人都可岗位成才，关键是把合适的人安排到合适的岗位。把人用好了，人就变成人力资源；用不好，人就变成人力成本。

这是一种既注重群体又承认差别的人才理念，体现了对人的尊重和使用。先天素质、后天努力、社会机遇不同，造成了人的差别。只有正确对待这种差别，让人才“各就其位，各尽其职，各得其所”，企业才能获得持续发展。我们按照专业技术人才、操作技能人才、经营管理人才三条线设计不同的“位”、“职”和“所”，并且“识人”先于“用人”，给人才搭建能够发挥优势的平台。

这是一种既尊重现状又着力于提升的人才理念，体现了对人的培育。“合适”和“适合”是一个不断磨合的动态概念，培养人才就是通过提供更多更“适合”的事，去造就更多更“合适”的人。基本合适、更合适、非常合适，其实就是一个人的培育和成长过程。

人才标准：德、能、勤、绩。想干事是德的体现，会干事是能的体现，多干事是勤的体现，干好事是绩的体现。给想干事的人以机会，给会干事的人以岗位，给干好事的人以地位。

建立以能力和业绩为导向的综合人才评价和使用机制。“干事”是前提、基础。“怎么干”则体现出人的德、能、勤；“干得怎么样”则既直接表现“绩”，也间接体现“德、能、勤”。

第十四条 学习理念

唯一持久的竞争优势就是比对手学得更快

【阐释】面对瞬息万变的市场格局、日新月异的技术变革，什么能让滨农获得永续发展的动力？惟有快速学习，自我更新才是企业获得持久竞争优势的根本途径，因为员工的学习能力是提升其他能力的前提。企业要充分发挥员工知识资本的作用，以建立新的竞争优势。

创学习型组织，做知识型员工。未来真正出色的企业，将是设法使全体员工全心投入，并有能力不断学习的企业。我们需要强化员工的学习意识，建立完善的培训机制，营造勤于学习、乐于分享的氛围，要求全员学习，加强团队学习，倡导终生学习。企业培训与激励是外力，自身渴望提升是源自内心的强大动力，因此员工还要提高自主学习能力，争做知识型员工。

培训要花很多钱，不培训要花更多钱。不培训虽然节省了现在的钱，但是亏损的是未来更多的钱；培训是花现在的钱赚未来的钱。

不学习的员工受制于经验，爱学习的员工利用经验。凭经验、靠惰性工作，而不及时充电，迟早会感到力不从心，跟不上滨农飞速发展的步伐。

培养开放的心态、自省的意识和持之以恒的精神。开放，让我们有了学习的对象，向先进企业学习，向行业标杆看齐；自省，让我们知道向对方学习什么，先否定自我，再超越自我；先承认差距，再消除差距，甚至超越对方；坚持，让我们锲而不舍，学有致用。

干中学，学中干。学习的过程不是孤立的，我们倡导用学习推进工作的有效完成，以工作推动学习的积极性和主动性。

改变思维和行为方式。学习除了吸纳知识、增进技能，更重要的是改变个人的思维和行为方式，促进个人素质的全面提升。通过学习，可以使员工以系统的、动态的思考方式代替原来零散的、静态的思维方式，从而改变人的价值观、行为和习惯。

第十五条 质量理念

我知道：质量是企业的生命，是品牌的基础；

我认同：质量没有商量；

我坚持：对细节尽善尽美，对质量精益求精；

我保证：杜绝不合格产品进入下道工序。

【阐释】“优质”是企业对产品和服务质量的要求，也是对员工工作与管理水平的追求。只有优秀的员工才能创造优质的产品。

质量是企业的生命，是品牌的基础。没有质量，就没有市场；没有市场，企业就无法生存与发展。

质量没有商量。严谨是保证质量的重要因素，制度要严谨细致，工作要严密周到，态度要严肃认真。对产品负责，就是对自己负责。

对细节尽善尽美，对质量精益求精。优质源于细节，细节凝结了效率，产生了效益。从细节入手，从源头抓起，不放过一丝质量缺陷，不放过任何可以改进的机会，把工作做到极致。

杜绝不合格产品进入下道工序。坚持质量控制贯穿从市场调研到售后服务的全流程；坚持上道工序对下道工序负责，下道工序是上道工序的客户；坚持不制造缺陷，不隐瞒缺陷，不传递缺陷，层层把关、相互监督，用每一道工序的质量保证产品质量。

精细化管理。精细化的形象表示——

11.11　1.111　111.1

向前一点，向后一点，结果已改变。

王　主　玉

多了一点，少了一点，意思已改变。

关注细节，多做 0.02。

有一组算式：

0.99 × 0.99 = 0.9801

0.99 × 0.99 × 0.99 = 0.970299

0.99 × 0.99 × 0.99 × 0.99 × ..... =

如此乘下去结果是越乘越小，无数个 0. 99 的乘积会接近于无限小。

如果工作标准是 1，那么 0.99 所代表的就是“还行”、“差不多”、“还可以”。乍看，0.99 和 1 的差距并不大，但无数个“还行”、“还凑合”，会使我们对所做的工作越来越不负责任。

另一组算式：

1.01 × 1.01 = 1.0201

1.01 × 1.01 × 1.01 = 1.030301

1.01 × 1.01 × 1.01 × 1.01 × ..... =

如此乘下去结果是越乘越大，无数个 1.01 相乘，就会接近于无限大。

1.01 与 0.99 之间的差是 0.02。但如果我们每一位员工在做工作时，如果多做一点点、多想一点点、对细节多关注一点点、比标准多出一点点，努力做到 1.01，那么企业就会在每个人的努力中越做越大。

永远多做 0.02，成功来自 0.02！

第十六条 成本理念

缺乏成本意识是企业最大的成本

【阐释】“成本领先”是企业三大基本战略之一，成本优势就是竞争优势，成本领先就是竞争领先。由于农化行业利润空间较小，实施“成本领先”战略、加强成本控制成为企业参与竞争的关键制胜因素。建立完善的成本管理体系，包括三大核心问题：首先是意识、其次是机制，最后是考核。目前我们首先要提高的是成本控制意识，因为缺乏成本意识往往是企业最大的成本。

成本，企业成功之本，也是企业失败之本。尤其对于农化企业，加强成本控制是提升市场竞争能力的重要手段之一。

建立流程监控机制和量化指标考核体系。实施科学的成本管理，需要以目标成本管理与定额成本管理为导向，建立成本费用的指标体系、控制体系和考核体系。通过实施预算管理与定额控制，将目标成本与行业水平、自身管理能力相匹配，同时将成本费用指标逐级分解，使成本管理范围拓展至各部门、各岗位。

全员控制。控制成本不只是经营人员的责任，而是体现在日常管理的各个环节、各个岗位，需要各位员工的努力和自觉。例如，我们要强化班组核算，不断挖掘成本潜力。

全程控制。不仅控制生产成本，而且控制产品价值链的其他过程，从最上游的原料采购成本、产品运输成本到最后的市场运作成本（销售成本和品牌维护成本）等。例如，我们采取集中采购模式，由供应部统一实施。具体流程包括：根据生产任务分解采购需求，制订采购计划，依据厂商供货能力、产品质量、售后服务等综合因素确定供应商，订单跟踪，由品管部检验合格后入库。我们与主要原材料供应商建立长期战略合作关系，并根据原材料季节性波动规律，合理确定采购时点与付款方式，以减少原材料供应波动带来的影响。

精细化管理。强化成本意识，首先要从思想上做到“精细”，注重各个环节和各个细节上的成本控制。一个习惯的改变、一道工序的改进、一种工艺的改良，都将引发成本和效益上的差别。我们要将财务管理的严密性与生产管理的精细化有机结合，预算更精确，投入更精准，控制更精细，务必杜绝粗放型、忽视成本的做法。

高效意味节约，低效就是浪费。人们往往认为节省就是节约，实际上高效也是节约；反之，低效就是浪费。每一环节中的小小浪费都可能带来意想不到的放大效果。我们要充分挖潜增效，挤掉经营和管理中的“水分”，提高企业的效益和员工的收入。

浪费导致亏损，节约就是赢利。企业利润不仅取决于收入，还取决于支出。因此开源不忘节流，通过高效运作和有效节约，降低生产运营成本，才能切实提高盈利能力。

使节约成为习惯。我们把人的观念作为挖潜节约的第一源泉。节约首先从改变观念做起，“一点一滴，一分一厘”都视同己出。节约不仅要有制度保障，加强物资管理，更要注重奖励，让员工分享节约的成果。

不仅会算小帐，更要会算大帐。成本低，不一定是低成本；认可的成本，也不一定是合理的成本。我们要加强成本分析，系统分析成本结构和成本项目的价值贡献，确保高价值项目的必要投入，减少低价值项目的消耗，消除无效成本项目。有些投入是为了节约，例如在生产中加大节能技改力度需要大量的资金投入，然而依靠科技进步实现节能降耗是更大的节约。

附：八大管理定律

热炉定理：说明制度于人们行为的约束作用。企业的规章制度就象一座火炉，谁触犯了制度，就如同碰到了火炉，就要被灼伤。员工时时刻刻感受到热炉的存在，才真正体现了热炉效应。

（1）警示性原则：热炉火红，不用手去摸也知道炉子是热的，是会灼伤人的。管理者要经常对下属进行规章制度教育，以警告或劝诫不要触犯规章制度，否则会受到惩处。

（2）即时性原则：当你碰到热炉时，立即就被灼伤。惩处必须在错误行为发生后立即进行，决不拖泥带水，决不能有时间差，以便达到及时改正错误行为的目的。

（3）公平性原则：不管谁碰到热炉，都会被灼伤。不管谁触犯规章制度，都会受到惩处。

海豚原理：海豚表演中，每次海豚跳完一个圈，训练员要赏给它一条鱼。当海豚跳过两个圈时，训练员就会给它两条鱼吃。这其实是通过奖赏来激励海豚的行为，同时根据海豚的不同表现给它不同的奖赏。这说明，员工有了优秀的表现时应该及时地给予奖赏，并且这种奖赏要适时和有所区分。管理过程中一旦某件事或者某个项目有了进展，如何让它持续？也要通过及时的奖赏。

尺子理论：管理就像一把尺子，制度、方法等相当于尺子上的刻度，无论其何等精密，都会存有空隙，这个“空隙”就是硬性制度管不到的地方，需要注入一种柔性的力量，即企业文化。尺子理论揭示了企业文化的价值，即文化是对各种制度的补充和强化。

破窗效应：如果有人打碎了一扇窗户的玻璃，而这扇窗户又得不到及时修理，别人就可能受到某些暗示去打烂更多的玻璃。久而久之，这些破窗户就给人造成一种无序的感觉。结果在这种麻木不仁的氛围中，一些不良风气、违规行为就会滋生、蔓延。“破窗效应”给企业提出一个警示：安全生产第一道防线至关重要。只有守住第一扇窗不被打碎，才能避免事故一再发生。

蘑菇定律：指初入世者常常被置于明暗的角落（不受重视的部门或打杂跑腿的工作），淡上一头大蒜（无端的批评、指责、代人受过），任其自生自灭（得不到必要的指导和提携），就象蘑菇培育一样。很多年轻人走出校园时，都抱着很高的期望，认为自己应该得到重用，工资成了衡量彼此价值的唯一标准。但事实上，他们缺乏工作经验，无法委以重任。他们要消除不切实际的幻象，磨去棱角，适应商场中的行为模式和游戏规则。绝大多数人都要经历蘑菇的萌发过程。但是萌发的时间过长，就会被人认为是无能者。所以，要善于表现自己，寻找机会脱颖而出。

投石子论：要时常搅动企业。当企业趋于平静的时候，就往里丢石头，这样企业发展才有动力。

联合舰队论：一个团队，就应该形成一支联合舰队。公司就是旗舰，每个部门、每个管理者都是一艘动力舰。只有动力舰具有自我发现问题、修复问题的能力，企业才会有自身修复的能力。

鞭打快牛论：不断自我加压，朝新目标一路快跑。“宁做快牛被鞭打，不当慢牛被淘汰。”

企业文化绝不仅仅是贴在公司墙上的标语口号，更重要的，是反映在公司进行实际的建设和组织架构的设计中，还要反映在公司的工资待遇和福利制度、管理制度、员工的教育和培训计划、营销以及客户支持之中，它们应该是公司的基本宗旨。企业文化还应当是时时刻刻贯穿到每个人的价值观和行为举止中，是公司鼓励大家各个方面都要按这种行为来做事的准则。 ——IBM 前任董事长、CEO 郭士纳《谁试大象不能跳舞》

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn

《滨农科技员工行为规范手册》

员工行为规范的制订与遵守是企业文化建设成功的关键点。为了塑造良好的公司形象、营造和谐的工作氛围,提升员工的综合素质,改善公司的整体绩效,促使员工从"他律"走向"自律",特制订《滨农科技员工行为规范手册》(以下简称《行为规范手册》)。

《行为规范手册》建立在《滨农科技企业文化理念手册》基础之上,是滨农文化对员工外在行为要求的精辟阐释。它揭示了滨农为实现"构建和谐企业 创建百年滨农"的愿景而对员工个人道德、行为、形象和礼仪等方面的客观要求,是员工践行滨农文化理念的重要依据,也是员工不断提升和完善自我的客观标准。

《行为规范手册》主要包括素质篇、行为篇和礼仪篇三个部分。其中素质篇阐述了作为滨农合格员工应该具备的社会道德与职业素养;行为篇分别从岗位工作、人际关系、保密工作、安全卫生、上网制度、领导行为等方面进行了规定,旨在培养员工的自觉性和主动性;礼仪篇阐述了员工形象和社交礼仪应该规范的仪容仪表、礼貌行为。希望通过对行为细节的规范更好地体现员工的道德修养和滨农的良好形象。

〖注〗"领导者"指具有管理职能的中高层管理人员;"雷区"阐述了公司严令禁止、在任何情况下都不允许违背的员工行为底线。

总 则

第一条

员工与企业是命运共同体,企业的责任就是员工的责任。员工应肩负起企业的使命,与企业同舟共济,共创美好明天。为贯彻黄延昌董事长提出的 发展模式,逐步将企业做大做强,必须加强员工队伍建设,使员工将理念转化为行为。

第二条

员工要在"责任、团队、创新、超越"的核心价值观引导下,自觉规范行为,提高工作效率,改善工作绩效,并在日常工作中树立良好的个人形象,以实际行动去维护滨农的整体形象,为滨农的发展贡献自己的力量。

第三条

本规范体现了企业价值观的基本要求,员工应当熟知并遵守。员工违反规范,可能导致公司与之解除劳动合同。员工违反规范,给公司造成经济损失,公司将依法追索经济赔偿。员工行为涉嫌刑事犯罪,公司将报告司法机关处理。

素质篇

一、社会道德规范

第一条【爱国】热爱祖国,维护祖国统一和社会稳定,为中华民族的伟大复兴而努力奋斗。

第二条【守法】学法,知法,用法。正确行使合法权利和履行义务。

第三条【明礼】讲文明,懂礼貌,重礼仪,知廉耻,尊老爱幼,保护环境,讲究卫生,遵守秩序。

第四条【团结】顾全大局,团结互助,邻里和气,家庭和美。

第五条【友善】心胸开阔,严以律己,宽以待人,助人为乐,与人为善。

第六条【勤俭】勤劳致富,俭朴节约,理性消费,不奢华,不浪费,不攀比。

第七条【自强】勤奋好学,提升能力,不怕困难,积极向上,志存高远。

第八条【奉献】不计较个人得失,主动承担责任,关爱他人,无私奉献。

雷区:

【不得背叛国家 损害国家主权和声誉】

维护国家主权和声誉不受到损害是每一位中国公民的责任和义务。我们坚决禁止任何背叛国家、损害国家主权和声誉,给社会制造动乱的言论和行为。

【不得违法乱纪 为达到目的不择手段】

国家的法律、法规是实现社会良好秩序和稳定发展的重要保障,也是公司各项经营活动得以顺利开展的前提,我们坚决禁止为了个人利益而触犯国家的法律、法规。

二、职业素养规范

第一条【敬业】

干一行,爱一行,忠于职守,切实履行岗位职责。我们所做的,不仅仅是一份工作,更是一项为社会创造价值的事业。我们要有高度的使命感和责任感,忠实于自己的事业,将全部精力投入到工作中,不患得患失,不安于现状,精益求精,力争把每一项工作做实、做细、做精、做优。

第二条【诚信】

说实话,干实事,讲信用,守承诺,言行一致。在公司里,每一个部门都有自己的职责,每一个员工都有自己的擅长。我们是一个有机的整体,而不是零散的组合。我们只有通过相互间密切无隙的配合,才能发挥出团队的力量,创造出单兵作战难以企及的效率,使公司真正成为行业内的实力超群者。

第三条【协作】

发扬团队精神,善于合作,同心同德,共同进步。在公司里,每一个部门都有自己的职责,每一个员工都有自己的擅长。我们是一个有机的整体,而不是零散的组合。我们只有通过相互间密切无隙的配合,才能发挥出团队的力量,创造出单兵作战难以企及的效率,使公司真正成为行业内的实力超群者。

第四条【创新】

敢于打破常规,探索科学合理的工作方法和途径,创造性的开展工作。发挥每一位员工的潜能,将大家所学的知识用于工作中,不断改进工作环节中的不足之处,提高工作效率。给公司带来更高的效益,使公司拥有不断发展前进的动力和希望。

第五条【进步】

积极钻研,提高技能,严把工作质量,提高工作效率。面对工作只有脚踏实地用心去做,不断学习,刻苦钻研,用百分百的热情投入到工作中,才能取得更大的业绩,我们的企业才能日益强大。

雷区:

【不得欺骗误导 侮辱诽谤客户】

客户是我们的衣食父母,没有客户的支持我们将无法生存。我们坚决禁止欺骗误导顾客的行为,更不允许在利益发生冲突时侮辱诽谤顾客。

【不得利用工作之便谋取私利】

我们坚决禁止利用在公司的地位和职权侵吞公司财物,"吃、拿、卡、要",置集体和他人利益于不顾的行为。

【不得在公司内部拉帮结派】

我们只有团结凝聚、互补互助,才能克服困难,持续发展。我们坚决禁止拉帮结派、结党营私,搞"小组织、小动作",破坏企业的团结氛围的行为。

行为篇

一、岗位工作规范

【讲责任】

我们讲责任,以负责的态度进行工作,用负责的姿态对待结果;敢于担当,主动担当;工作不分大小,细心做好,不分轻重,努力完成。工作就是结果,工作就是责任;争做"能扛重担,能挑大梁"的公司发展先锋。

【讲纪律】

我们讲纪律,服从领导,听从指挥,统一行动;遵守公司制度,维护公司形象,爱护公司财物。

【讲大局】

我们讲大局,从全局出发看问题,从整体出发想问题,摒弃本位主义,杜绝个体利益至上思想;以公司的长远发展为根本利益出发点,坚持个人利益服从集体利益、局部利益服从整体利益、当前利益服从长远利益。

【讲效率】

我们讲效率,效率就是生命。高效完成工作,快速解决问题;强调主观,不找借口,敏捷行动,迅速应对;合理利用时间,学会劳逸结合,优化配置资源,时刻做好准备。

【讲节约】

我们讲节约,节约就是效益。树立成本控制意识,养成勤俭节约习惯,要有忧患意识和节约意识,从点滴做起,从自身做起,从岗位做起,从每一个细节做起,节约一张纸,一滴水,一度电……。把节约变成自觉行动,营造人人爱节约的企业风尚。

雷区:

坚决反对逃避责任、自由散漫、目光短浅、效率低下、铺张浪费等行为。

二、公共行为规范(八要八不要)

【要谈吐文明,不要出言不逊】

与人交流要尊重他人,态度要诚恳亲切,语音要清楚自然,谈吐要文明简洁,自觉运用礼貌用语。不要满口粗言秽语,让人不堪入耳,既影响个人形象也影响企业形象。

【要注重形象,不要不修边幅】

在公共场合要注意个人形象,保持头发清爽、面容洁净,着装上也要干净、整洁、得体。不要衣冠不整、鞋污不洁,也不要身着奇装异服或背心、拖鞋出现在公共场合。

【要讲究卫生,不要乱扔垃圾】

平时要讲究个人卫生和家庭卫生,维护公司和公共场所卫生,不乱丢果皮纸屑等杂物,不乱涂乱画,不随地吐痰,保持家庭和厂区清洁。要注意保护环境,不要制造污染,破坏生态环境。

【要与人为善,不要惹是生非】

与人交往要宽以待人、乐于助人、善作好事,不要诽谤他人、挑拨是非;要讲究职业道德,不要唯利是图、损人利己;要遵纪守法,不要鲁莽行事、打架斗殴;要正派公道、坦诚明理,不要言出无信、不讲道理。

【要文明交通,不要抢道乱行】

行走驾驶要遵守交通规则,不要争道抢行、曲线竞驶或多人并行;要尊重行人,不要横冲直撞;发生事故,要主动道歉,如已致伤,要立即送医,不要肇事逃跑;停放车辆要有秩序,不要乱停乱放。

【要爱护公物,不要无故损坏】

我们要爱护公司财物,保养并管理好各类设备和物品,积极同盗窃、破坏行为作斗争;要学习掌握正确使用公物的方法,不要盲目强行使用;要节约使用公司的各类材料,不要无故浪费。

【要爱花护草,不要随意毁坏】

在公共区域行走,要爱护花草树木,不要随意践踏毁坏,遇到工作需在绿化区域进行的情况时,要刻意保护花草树木,避免造成更大的破坏,在工作结束后要对已破坏的部位进行修复还圆。

【要循规蹈矩,不要随心所欲】

工作时要严格遵守公司的各项规章制度,认真履行自己的职责和义务,严格按公司的要求规范自己的行为,不要以自己为中心的自由主义,目中无人,自由散漫,置公司要求和制度于不顾,想怎么做就怎么做。

雷区:

杜绝一切有损公司形象的不道德公共行为,违者将受到严厉的惩罚。

三、人际关系规范

第一,工作关系(领导行为八要八不要)

【要民主集中,不要自由主义】

群众观念、大局观念、组织观念、责任观念是对领导干部的基本要求。决策前要广泛征求意见,做深入细致的调查研究,反对主观臆断,先入为主。一旦做出决策,必须雷厉风行,坚决贯彻执行。坚决反对会上不说会后乱说、个人意见被否则消极抵触等自由主义行为。

【要团结合作,不要拉帮结派】

只有共同的目标,没有个人的利害。领导干部之间要讲大局、讲原则、讲合作、讲感情,要实现不同价值取向的相互融合,不同性格禀赋的相互理解,不同工作方法的相互尊重。既(下转 7 版)

《滨农科技企业文化理念手册》

《滨农科技企业文化理念手册》(以下简称《理念手册》)是滨农文化体系的核心组成部分,是对滨农优秀文化要素的提炼和阐释,同时面向未来发展战略,融入先进管理思想,进行了升华与延伸。

《理念手册》是滨农的行为纲领,是统领制度、对策、经营、管理的基本法则,是引领滨农走向美好未来的指导方针。在理念指导下,滨农上下力求思想相通、行动协调、知识互补、情感连接,使滨农成为坚不可摧的精神统一体。

《理念手册》主要分为核心理念、经营之道和管理方略三个篇章,共十六条理念。核心理念对各经营管理理念起着引领作用,具体包括企业使命、企业愿景、核心价值观和战略发展观;经营之道是在经营实践的具体领域需要遵循的原则和方法,具体包括市场理念、研发理念、品牌理念、服务理念、安全理念和环保理念;管理方略是在内部管理实践的具体领域需要遵循的原则和方法,具体包括执行理念、人才理念、学习理念、协作理念、质量理念、成本理念。

第一篇 核心理念

核心理念是企业文化理念体系的核心部分,是企业经营管理理念的基石。核心理念包括企业使命、企业愿景、核心价值观和战略发展观。

第一条 企业使命

使命是企业存在的根本目的、意义和价值,是企业肩负的重大责任。它回答企业"要做什么"和"为什么做",使企业发展有了出发点和原动力。

以优质产品服务客户 以开放平台成就员工 以绿色环境回报社会

【阐释】客户满意是企业生存的基础,员工努力是企业发展的源泉,回报社会是企业应尽的义务。我们积极践行社会责任:对待客户,放远眼光,提供优质安全的产品和服务;对待员工,不断培养,实现员工和企业的共同发展;对待社会,引水思源,构建环境友好型、资源节约型和生态良好型企业。通过对客户、员工、社会三个维度的责任层层分解和深刻解析,我们的使命更加清晰,目的更加明确,行动更加有力。

对客户的使命:以优质产品服务客户。为客户创造价值,正是我们的价值所在。我们服务于三农(农业、农村、农民),为农民种植农作物提供优质的产品(除草剂、杀虫剂、杀菌剂等)、专业的服务和实用的解决方案。"滨农进万家,丰收满天下",我们愿带给农民真正的实惠。经销商也是我们的客户,我们与经销商协同互助、价值共享、风险共担、合作共赢。

对员工的使命:以开放平台成就员工。我们关爱员工,为员工提供稳定的工作、合理的报酬和安全的环境。我们尊重员工,为员工提供成长的空间,创造相互尊重、信任、和谐的氛围,构建发挥员工特长、实现人生价值的平台。我们让员工分享企业的成功,给予员工高度的成就感与归属感,提升员工的满意度和忠诚度,让员工与企业真正结成利益共同体、事业共同体和命运共同体。

对社会的使命:以绿色环境回报社会。企业是社会生态中的一员,只有整个社会生态保持健康,企业才能获得长久发展。我们致力于成为富有强烈社会责任感的企业,保护生态环境,支持公益事业,造福一方百姓,稳定一方平安。

第二条 企业愿景

愿景是对企业未来的美好憧憬。它回答企业"做成什么样",使企业有了前进的方向。它能够凝聚人心、激发斗志,还是企业困难时期或不断变化时代的指明灯。

成为国内领先、国际知名的农药产品供应商

【阐释】从 1995 年进入农药行业,我们以超常规速度发展,实现了"国内国外两个市场并行,原药制剂两种产品并重;制剂积极挤占国内市场,原药大力开拓国际市场"的战略目标。面向未来,我们要继续保持"滨农加速度",力争成为国内农药行业的"领跑者",同时在国际农药市场上形成一定的竞争力和影响力。

国内领先:意味着在客户评价中满意度最高、口碑最好,市场份额、盈利能力、市场竞争力、可持续发展能力最强,企业管理水平、员工综合素质最高。我们要创造一流品牌,成为行业标杆。国际知名:意味着在国际市场上有很高的知名度,并形成一定的影响力。我们要有国际化视野,坚持产品出口战略,并且在经营模式、经营思路上全方位开放,广泛开展与国外企业的战略合作,逐渐成为国际市场上强有力的竞争者。我们的优势是原药,品种最全,品质优良,并拥有自己的核心技术,因此原药要大力开拓国际市场。我们要让国外客户认识到,滨农是很稳定的生产基地,技术含量高、制造能力强,产品持续创新,能够持续稳定地供应产品,并适应他们的变化和要求。

第三条 核心价值观

核心价值观是企业在长期发展中形成和遵循的基本信念和行为准则,是衡量企业和员工行为的标准。它回答"什么是最重要的"和"应该怎么做"。

责任、团队、创新、超越

【阐释】这四项价值元素是我们实现使命、愿景的关键,是我们判断是非、优劣的标准,是制度建设应该遵循的原则,是全体员工应当信奉和秉承的理念。

1.责任

责任是企业立身之本,内无责任难以固本,外无责任难以立身。我们奉行全方位的责任原则,积极践行对客户、员工、合作伙伴、政府、环境等利益相关者的责任。我们的经营管理活动必须为客户创造价值,为合作伙伴带来利益,为政府提供税收,为社会带来和谐。

高标准的职业道德是责任的衡量标准。我们要始终坚持以高度的责任感和强烈的使命感对待滨农的事业——各级管理者率先垂范、大胆创新、敢为人先;员工勤奋工作、一丝不苟、精益求精。

高标准的商业道德是责任的外在体现。我们不断提高产品质量,努力满足客户需求,保证合作者的正当利益,牢固树立尽责、可靠的大企业形象。

企业与员工之间的责任具有双向性。一方面是员工对企业的发展尽责,员工爱岗敬业,用奉献诠释责任;员工积极进取,用业绩证明责任,已成为滨农宝贵的精神财富。另一方面是企业对员工的工作、生活和发展负责,新时代的价值观正由"奉献型"到"价值型"转变,企业因此成为员工实现个人价值的平台。

2.团队

没有完美的个人,只有完美的团队。团队成员优势互补,有共同的目标,能够形成强大的战斗力和凝聚力。

个人卓越是基础,团队制胜是关键。才华是个人的,智慧是团队的;能力是个人的,力量是团队的。团队既是共同的归属,也是个人成器的熔炉。团队协作比个人英雄主义更能创造价值,因此我们既重视个人能力的发挥;更强调团队的合作共赢。

团队协作就是同心协力。同心就是达成共识,加深对客户、对行业、对员工的理解;协力就是协同作战,坚决执行决策,并在工作中相互支持、主动配合。

3.创新

创新,就是对未来负责。创新是企业未来发展的活力之源。产品创新是生存的基础,技术创新是竞争的法宝,管理创新是高效的保证。我们坚持"以人为本"的管理创新、技术领先的科技创新、应变市场的产品创新、多方共赢的服务创新。

首先要有创新意识,不墨守陈规,敢于向传统、向权威挑战。其次要有创新能力,着眼于现实问题,不断突破惯性思维。创新还要有开放的心态和包容心,开放才能接纳新观念、新思路和新方法;包容才能容忍创新中的失败和挫折。

我们不断营造创新的氛围,尊重员工的首创精神,鼓励创造性的思考,支持和奖励有根据的创新。

4.超越

"超越"是拼搏进取的激情表达,是变革创新的内在动力。超越就是排除困难,勇争上游;就是突破现状,超前发展;就是人人求新,事事竞优;就是永不满足,永无止境。

企业发展的过程就是不断超越自我、超越竞争对手的过程。"不进则退,慢进也是退",我们要及时洞察企业成长过程中的机遇与威胁,不断反思纠偏,努力超越过去,超越自我;同时要认真查找差距,努力超越竞争对手。唯有不断超越自我,超越竞争对手,才能持续成为农药行业领先者。

第四条 战略发展观

专业经营 卓越追求

【阐释】企业要基业长青,必须做大做强、做精做专。只有专业经营,才能持续发展;只有持续发展,才能从优秀走向卓越。

因为专注,所以专业。我们一直专注于农药行业,专心做除草剂、杀虫剂、杀菌剂,实现产品专业化和产业规模化。

因为专业,所以质量有保障,技术有突破。滨农产品好不好,农民最优发言权,我们保证滨农的产品令农民放心使用,令经销商安心推广。我们每年有大批新产品投放市场,做到开发一代、研制一代、投放一代。

战略规划:

(1)品牌战略:打造产品品牌,塑造企业形象,提升客户的满意度和滨农品牌的美誉度。

(2)产业扩张:围绕主业延伸,向精细化工推进,但坚守主业,努力把核心业务做得更核心。

(3)资本运作:产业经营和资本运营相结合,整合社会资源。

卓越追求:追求卓越是一个永无止境的超越过程。"构建和谐企业,创建百年滨农"就是我们的卓越追求。

第二篇 经营之道

做人讲究"为人之道",做企业讲究"经营之道"。经营之道就是企业在经营实践中对具体领域的工作起指导作用的基本原则和方法。

第五条 市场理念

尊重市场 以变制变

【阐释】滨农实现快速发展的重要原因之一就是始终以市场为导向,充分尊重市场规律、切实满足客户需要。面对日益激烈的竞争形势,滨农要做大做强,更加需要尊重市场,以新求新,以变制变。

没有市场,哪有工厂?市场决定了企业能否生存与发展。只有把市场做大做实,企业才能持续成长。

市场是不断变化的,顺应市场才能生存。市场无常势,需求无常形。用户需求在变,市场环境在变,竞争者的策略也在变,应对变化只有一个办法 ---- 以变制变。我们要用敏锐的商业触角随时感知市场的脉搏,发现更深层次的商机;要根据市场变化及时调整策略,适时适地地运用常规方法与非常规方法,更好地满足客户的真实需求。

市场是需要培育的,创造市场才能发展。以不变应万变显然落后了,以变应变也是消极被动的,应该采取以变制变的积极方法,不断完善市场需求预测机制和途径。我们要加强对客户的调研,实时关注并超前分析,以准确把握客户的潜在需求。

大策略看市场,小策略看对手。企业的成功路径是满足消费者,而不是消灭竞争对手。因此,我们瞄准的首要目标是消费者,而不是竞争对手。

市场变化是永恒的,竞争优势是暂时的。当前农药市场呈现高强度、高速度的竞争态势,昨天的竞争优势随时可能因对手的变化而转化。因此,我们要紧盯竞争对手的进步,而不是自己以往的进步。

(下转 4 版)

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn