别人的一句话，
却可以对我们的工作、生活产生很大的
影响与感染！
相信我们很多的小伙伴也都有这样的
感触与经历吧！
将**感动**您的**一句话及感受**
通过**节能家园**的微信平台发给我们吧；
公司食堂的小黑板也时刻
为您准备着……

镇江公司内部订阅号节能家园
开通啦！

中节能太阳能科技（镇江）有限公司
CECEP Solar Energy Technology(Zhenjiang) Co.,Ltd.

地址：江苏省镇江市新区北山路9号
邮编：212132
电话：0511-8558 7888
传真：0511-8558 7711
网址：www.cecepsolar.com

SUNSHINE VISION
光视界

主办：中节能太阳能科技（镇江）有限公司
2015年10月　总第13期（月刊）

专题透视 P17
寻找节能文化使者，践行幸福家园梦
企业文化 P39
企业文化大讲堂

寻找
节能文化使者
践行幸福家园梦

Q&A

本栏目编辑—毛建萍

1、您如何理解“节能文化使者”？
2、他最应该具备的企业文化特质应该是什么？

黎定康
生产部部长

节能文化使者首先必须理解节能文化的内涵，知道我们公司提倡什么，反对什么，理解我们的使命、愿景和价值观；其次要做“五观”的践行者，亲自带领周围的员工和同事一同遵守和执行；再次要做节能文化的弘扬者，把我们的文化理念在同事中传播，在行业内传播，提升我们的品牌价值，真正做到客户信赖；最后，还要做节能文化的守护者，对影响节能文化的执行，和公司价值观相悖的行为和言论做斗争。

黄国平
质量管理部部长

1、“节能文化使者”首先要熟悉企业文化，在工作和生活中时刻遵循；其次要传播文化，以自身的影响力去引导其他的同事发扬企业文化，形成习惯；最后能在周围形成有感染力的团队，带动整体的进步。
2、他应该具有非常强大的感染力与人格魅力，能够以身作则的影响他人，感动他人，带领他人进步。

高荣刚
技术部副部长

1、行为符合五观的定义，能通过行为诠释企业文化，在其中某一方面做得非常出色，具有较强的榜样性与影响力。
2、每个人分工有所不同，不一定每一方面都完美无瑕，但是一定要在自我的岗位上用心工作，甘于为团队拼搏。

徐利民
设备管理部副部长

1、“使者”一词可以理解为奉命出使的人，也在一定场合被理解为受到启示且负有使命之人。“节能文化使者”的使命是传播公司文化，影响身边的人，培养出一种实实在在的“节能文化”，并及时用这种文化去改变周围人们的生活细节。
2、追求卓越、主动担当、高效协作、坚守执行。

孙大勇
人力资源部部长

资源总会有枯竭的时候，唯有文化才会生生不息，因此企业文化是企业发展的灵魂，为企业发展注入不竭动力！作为节能文化使者一方面就是要通过自身的展示或者组织开展一系列文化活动在不同的场合、人群传播企业文化；另一方面就是要在工作中以身作则，严格遵守公司各项规章制度，在同事中弘扬正能量。
作为节能文化使者，我认为应该具备以下三种特质：一、充分理解和认同企业文化；二、始终以客户为中心，为企业创造价值；三、以传承为使命。

陈扣龙
财务部部长

1、使者，使命也；拥有节能理念和意识，身先士卒传播示范节能行为，用创新和责任感为公司降本增效、健康发展贡献力量；以先进的理念引导人，影响人。
2、价值观和理念始终关注公司可持续发展，树立节能形象并得到员工和社会的认可，成为展示企业文化的窗口和平台；具备新的视野、新的思路以不断地提升企业的核心竞争力。

孙勇
安监部部长

1、既然称之为“文化使者”，我觉得必须具备3个条件，首先，必须充分理解并认可企业文化；其次，必须自身满足企业文化要求；最后，必须以身作则，为人榜样。
2、最应该具备：责任担当的意识、言传身教的态度。

王毅
计划物流部副部长

1、“节能文化使者”是中节能镇江公司的企业文化代言人，其一举一动、一言一行都代表着中节能镇江公司好的企业文化、正能量，并且能影响甚至感化企业内部员工、社会。
2、“节能文化使者”能深刻地理解中节能镇江公司企业文化的内涵并在日常生活、工作中自发地践行，目前有一定的正向影响力，得到大部分员工的好评。

做节能文化的使者

◎ 副总经理 吴少梅

人不立志，无以致远。企业也是一样，企业的志向是什么？就是它的使命。使命是一个公司存在的理由。它告诉员工和社会大众，除了赚钱以外，我存在的价值和存在的意义还有什么？作为一家有社会责任感的光伏企业，自公司成立以来，我们肩负的责任就是“汇聚光伏能源，建设绿色家园”；我们努力追求成为“客户信赖、员工幸福、社会尊重” 的卓越企业；我们始终秉承“以客户为中心、以价值创造者为本”的核心价值观和 “五观”基本理念。这就是我们镇江公司的企业文化理念体系。

企业文化，就是企业信奉并付诸于实践的价值理念。有的员工反映企业文化与自己的工作没有粘度，觉得很困惑当然也就无法去践行好企业文化。虽然文化理念的文字很抽象，但实际上它却渗透在企业的每个领域与时空，融入到经营管理与日常工作生活中，实实在在的存在于我们身边，不知不觉影响员工的一言一行、一举一动。最明显的例子就是大家对于优秀榜样的学习与看齐。当你身边出现一位出色的员工时，相信除了崇拜之外，你会去关注、模仿，最后超越，从而使自己得到成长与提高。

榜样的力量是无穷的。公司的每一名先进人物都是一个标杆、一个火车头，用典型促进他人改变是行之有效的企业文化落地方法。为此，公司会持续开展以“寻找节能文化使者，践行幸福家园梦”为主题的文化标杆挖掘活动。通过典型示范，塑造可亲、可敬、可信的学习榜样，影响并改变身边的员工，形成人人学先进、人人争先进、人人赶超先进的良好氛围，推进企业文化“五观”的落地，使企业文化理念传播得更为广泛和深入。

我们希望每一位员工领悟到企业文化的重要指引作用，与榜样为伍，把好的“行”与“为”付之实践，通过大家的一起努力，可以让每一个来我们公司的客户，都感受到我们倡导的文化。我想那对公司、对每一位员工而言都将会是一个更大的飞跃。

目录

VOL.13 2015年10月

《光视界》编辑部

顾　　问：姜利凯　杨　磊　勾宪芳
主　　编：吴少梅
责任编辑：钱　晶　孙　蕾
栏目编辑：梁　庸　但　芸　刘　莹　王志文
　　潘志锐　毛建萍　宗梅红　年　艳
主　　办：中节能太阳能科技（镇江）有限公司
地　　址：江苏省镇江市新区北山路9号
邮　　编：212132
电　　话：0511-85597720
邮　　箱：neikan@cecsec.cn
出版日期：2015年10月

如对本刊文章有任何问题和建议请与编辑部联系
（内部资料，免费交流）

上期刊首语《迈向质量时代 建设质量强企》文章中错把“义乌小商品”写成“义务”，特此更正。感谢质量管理部黄国林对于内刊的支持！

>P07

刊首语

做节能文化的使者　02

节能要闻

中国节能召开2016年全面预算启动会议　05
集团公司成功发行央企首单环保领域资产证券化产品　05
集团公司召开2015年科技创新大会　06
太阳能公司董事长曹华斌莅临镇江公司视察工作　07
中节能服务模式亮相首届中国光伏大会暨展览会　07
看账单比收益咱家的发电专家三季度电费账单　08
镇江公司质量月活动圆满结束　09
镇江公司喜获“2015年度镇江市科技计划”　11
镇江公司喜获“2015年度镇江市科技计划”　12
镇江公司荣膺“十佳太阳能电池/组件企业”
镇江公司中标“格尔木20MWp并网光伏发电项目”
镇江公司中标“三峡新能源光伏电池组件设备采购项目”

行业资讯

光伏“十三五”拟重点推进六大工程　13
前三季度光伏新增装机同比大增177%　13
国务院：印发《生态文明体制改革总体方案》　14
水上光伏：如何解决粮食危机?　14
无奇不有：你看得懂太阳能牙刷吗?　15
技术追踪：自动“寻光”的光伏电池　16

>P22

专题透视

寻找节能文化使者，践行幸福家园梦
——大家谈五观　17
科学质量　领跑未来・研发中心 黄青松　19
服务他人，提升自己・质量管理部　唐文　20
主动担当我能行・工程部　陈太明　21
光阴四载 有你同行・生产部　徐辉　22
传播企业文化精神　助力公司管理提升・审计组　夏颖　23
大家心中的节能文化使者
——印象初谈　24

管理在线

人力资源　是什么导致了“全线溃败”？　27
安全警示钟　防御性驾驶
——司机必备技能　28
成长小组　成长小组课题成果分享　31
降低M2车间隐裂事宜　31
降低车间物料库存量　33
降低小标片被遮挡导致测试异常　34
提高零散组件发货效率　35

>P37

党群之窗

将勤奋敬业贯穿在工作的点滴中
——记无私奉献的基层设备人员龚雷　37

企业文化

企业文化大讲堂
成长　幸福　价值
——节能伙伴故事分享集锦　39
知行合一　价值驱动　40
一、综合管理部的核心价值点
二、部门的瓶颈
人力资源价值与瓶颈探讨　44

阳光生活

家乡美　美丽的泗阳　48
品味生活　我的秘密花园
——美人诞生记　49
观影　原来那个可以改变命运的人，只有自己
——观《夏洛特烦恼》有感　51
读者　赋能：创意时代的组织原则　52

节能要闻

中国节能召开 2016年全面预算启动会议

10月14日，中国节能2016年全面预算启动会议在北京召开。集团公司董事长王小康出席会议并作重要讲话，总经理王彤宙作了题为《突出预算编制重点，精益预算管理协同发展》报告。集团公司总会计师杨家义主持会议。

王小康在讲话中表示，全面预算编制工作既是集团经营管理工作的龙头和抓手，又是未来一年、一个任期管理当中的主要依据；全面预算是考验管理能力和体现管理水平的重要方面，要充分认识全面预算编制的科学性、重要性。他指出，2016年预算编制的主要原则要以市场为导向、以战略为引领、以问题为抓手、以增长为目标。同时，王小康对2016年预算编制工作做出要求，希望各子公司认真总结经验教训，深入研究分析问题和不足，最终做出一个比较准确的、科学的、反映集团发展当中实际的预算，使集团公司明年的工作做得更好。

王彤宙在报告中总结了2015年集团公司全面预算管理工作的进展情况，对2016年集团预算管理工作的总体目标与重点任务进行了解析，就如何做好2016年度全面预算管理工作进行了部署。王彤宙表示，集团公司2015年以调结构、促改革、强创新、提质量、增效益、控风险为重点任务，以全面预算管理为抓手，统筹兼顾当期效益与长远发展等多重目标，取得了不错的成效。2016年预算安排要继续坚持“稳中求进”的主基调，继续以转方式、调结构、促改革、强创新、提质量、增效益、控风险为重点任务，加强行业形势研判，努力把握市场机遇，努力保持总体效益平稳增长。在经营风险总体可控的前提下，推动运营质量指标持续改善，确保保值增值率稳中有升。最后，王彤宙要求各级子公司主要领导要高度重视全面预算编制工作，推进预算管理持续优化，突出重点任务，准确把握预算编制要点，亲力亲为抓好落实。

集团公司战略部、企管部、财务部、科技部和人力资源部分别就2016年全面预算编制工作中的投资预算、经营预算、资金预算、科技投入预算和薪酬预算做了部署说明，并对编制内容和原则提出了具体要求。

集团公司成功发行 央企首单环保领域资产证券化产品

10月16日，集团公司成功发行6.8亿元资产证券化产品。产品期限为5年，在上海证券交易所挂牌交易，由中环公司作为发行主体，嘉实资本作为管理人，中节能财务有限公司作为财务顾问，并以中环公司下属两家垃圾发电企业的电费收益权作为发行基础资产。该产品为集团公司首次运用资产证券化金融工具进行融资，是集团在交易所债券市场的重要融资创新，也是国内第一单由财务公司担任财务顾问的资产证券化产品。本次产品的成功发行开创了央企环保领域资产证券化融资的先河，进一步拓宽了集团公司在债券市场的融资渠道。

集团公司召开2015年科技创新大会

10月9日，集团公司2015年科技创新大会在北京召开。集团公司董事长王小康、党委书记李文科、总经理王彤宙、集团在京领导班子成员、国务院派驻中国节能监事会领导、总部各部门主要负责人、各二级公司党政负责人及分管科技工作的有关领导、重点三级子公司负责人以及获奖代表，共160余人参加了大会。会议由集团公司副总经理李杰主持。

王小康董事长在大会上发表了重要讲话。董事长指出，本次大会是一次里程碑式的大会，将为集团健康快速可持续发展打下良好基础。他表示，加大科技创新工作力度是集团顺应国有企业改革发展趋势的必然选择，是集团做强做优做大的内在需求和必由之路，也将成为企业适应节能环保产业新常态的重要法宝。当前，集团科技工作还存在整体缺乏技术竞争优势、行业引领程度不高、科技贡献率有限等问题。下一步，集团要坚持行动导向的原则，落实科技体制改革各项措施，把握创新动向，找准突破口，全力攻克技术难关，加强协同创新，全面提升科技贡献率，积极融入全球创新网络，拓展创新发展国际空间。

李文科书记在会上做了重要发言。他从促进科技创新与集团发展战略深度融合、建立健全推进科技创新工作机制、充分发挥科技人员主观能动作用、汇聚推进集团科技创新的强大合力四个方面对下一步集团科技创新工作的开展提出了具体要求。

王彤宙总经理代表集团经营班子做主旨报告。报告总结了集团科技创新工作三年来所取得的成绩，从国际、国内、自身三方面进行了形势分析和对标，指出了集团发展所面临的形势、压力和在科技创新方面存在的四方面主要问题。提出了集团“十三五”期间的重点工作，报告指出，集团要以提升科技创新能力、提升科技贡献率为重点，进一步完善科技创新体系，加快深化科技机制改革，增强科技创新活力，落实创新驱动发展战略，有力推动国际一流的科技型服务型节能环保产业集团建设。

集团公司总工程师邹结富宣读了新认定的中研院三家分院名单和集团公司2015年度科技创新奖励决定，集团公司总经理助理朱继明宣读了2014年集团获得国务院特殊津贴专家名单。王小康董事长、李文科书记、王彤宙总经理和李杰副总经理分别为三家分院授牌，并为科技创新奖励获奖代表及四位专家颁发奖金和荣誉证书。

参会代表分五组对王彤宙总经理所作的科技创新主旨报告进行了认真、热烈的讨论，各位代表紧密结合实际，畅谈启发收获，积极建言献策，交流分享经验做法，提出了不少有价值的认识、意见和建议。中研院、风电公司和中环公司在大会上分别介绍了各自公司的科技创新工作情况以及好的经验做法。

太阳能公司董事长曹华斌莅临镇江公司视察工作

◎ 综合管理部供稿

10月13-14日，太阳能公司董事长曹华斌莅临镇江公司指导工作。太阳能公司副总经理、总工程师姜利凯，太阳能公司证券法律部副主任马军亮，综合管理部李根、基建部张昕等陪同视察。

14日上午，曹华斌董事长与镇江公司中层及以上管理人员召开座谈会。曹总回顾了镇江公司从无到有、不断壮大发展的艰苦创业历程，感谢镇江公司管理团队几年来的努力与付出。

座谈会上曹总提出一个好企业应具备的四大要素：搭好一个平台、选好一个领导、配好一个班子、带好一个团队。最后，曹总勉励大家再接再厉，不断创新创造，创造价值、创造业绩，希望镇江公司发展得更好。

座谈结束后，曹总一行来到镇江公司职工餐厅，现场查看食堂运行状况，了解员工伙食情况。

中节能服务模式亮相首届中国光伏大会暨展览会

◎ 营销部供稿

10月13日-15日，首届中国光伏大会暨展览会（PVCEC2015）在北京的中国国际展览中心（新馆）召开，镇江公司参展。展会上，围绕“中节能模式”、“制造 金融 互联网+”、“公司背景”、“分布式代理加盟”等宣传主题，采用多媒体、多角度的阵列设计方式，展出多晶高效组件（PERC+RIE）、常规组件、彩色双玻、多晶PERC电池片、多晶黑硅电池片等拳头产品。同时，现场利用微信活动吸引参展商和客户目光。

现场很多客户现场详细咨询了解公司情况及组件产品信息，有些意向客户洽谈了关于组件采购、产品代理、EPC工程、分布式代理等项目的合作事宜，为公司开拓和提升市场知名度和占有率打下了良好的基础。

看账单比收益

咱家的发电专家三季度电费账单

◎ 工程部供稿

近日，镇江公司上海地区代理商位于长兴的项目拿到的了二、三季度的补贴，下面为大家解读一下长兴地区供电公司出具的账单：

业主姓名	第三季度光伏电站发电量	国家补贴（电量×0.42）	上海政府补贴金额（0.4）	三季度上网电量	售电金额（电量×0.4593）	三季度结算总金额（发政+上网）	装机容量（KWp）
倪*	1078.00	452.76	431.20	932.00	428.10	1312.06	4
姚**	967.00	406.14	386.80	333.66	151.40	944.34	3
黄**	1670.00	701.40	668.00	1215.15	558.12	1927.52	5
陆**	1078.47	452.96	431.39	1016.36	466.81	1351.16	3

注：红色标记为中节能电站项目，分别为黄先生的中节能-上海长兴5KWp电站和陆先生的中节能-上海长兴3KWp电站；

1、三季度黄先生的5KWp电站发电量为1670KWH，月平均发电量556.7KWH；陆先生的3KWp电站发电量为1078.47KWH，月平均发电量359.49KWH；

2、黄先生5KWp电站现金收益为：701.4元国家补贴+668元上海市补贴+558.12元电网收电=1927.52元，自用454.85KWH，节约电费280.64元，收益总计：2208.16元，月平均收益736.1元，收益的同时也将原本属于阶梯电价二阶用户的黄先生降为一阶用户，享受0.617元/KWH的居民优惠电价；

3、陆先生3KWp电站现金收益为：452.96元国家补贴+431.39元上海市补贴+466.81元电网收电=1351.16元，节约电费38.32元，总收益1389元，月平均收益463.16元。

节能要闻

迈向质量时代，建设质量强企

镇江公司质量月活动圆满结束

◎ 质量管理部供稿

为进一步加强全员质量意识、全面提升公司产品质量和工作质量，同时贯彻国家质量月活动精神，镇江公司在9月份举办了一系列针对性较强的质量月活动。经过一个月“质量异常展示”、“知识竞赛”、“专项竞比”、“品牌推广”、“标板对标”、“内审问题改善追踪”等系列活动的开展，10月21日在公司208会议室召开了总结表彰大会。公司副总经理勾宪芳、质量管理部部长黄国平、生产部部长黎定康、技术部副部长高荣刚、设备管理部副部长徐利民以及综合管理部部长钱晶参加会议，并给表现出色的班组及员工颁发证书、奖金。

质量异常警示及反思活动：

一是展示并吸取光伏电站质量事故教训，二是讨论减少组件端电池片质量问题的方案。此次培训拓宽了大家的光伏视野，更清醒的认识到产品质量的重要性。在活动过程中大家积极发言，同时对如何提高产品质量建言献策。

知识竞赛活动：

为营造公司良好学习氛围，推进专业技能和综合素质的提升，开展了公司第三届知识竞赛活动。竞赛分为小组赛、决赛两个阶段，共计十二支参赛队伍。经过四轮激烈的比拼，最终综合管理部阮文蔚率领的“凤舞九天”队以绝对优势获得本次比赛的团体第一名。生产部赵苗苗，质量管理部孔凡菲、钱会芹，技术部白雪亮因出色的现场答题表现获得本次知识竞赛的优秀个人奖。

专项竞比活动：

通过电池和组件车间班组竞比的形式，积极发挥基层员工的工作热情，不断挑战极限指标，举办了电池车间“降低B、D类电池不良”、组件车间“A级品率”的专项竞比活动。该活动中，C1C、C2A班组B、D类电池不良最低，M1C、M2A班组A级品率最高。

品牌推广：

开展质量管理相关的有奖征文活动，共计收到47篇文章，各部门负责人选出12篇优秀文章发布在公司微信公众号，通过网络投票选出一、二、三等奖文章的同时对宣传公司产品质量、提升品牌知名度起到了良好效果。

标板对标：

通过与光伏同行及第三方认证机构的组件标准板对标，结果显示：我公司与TUV莱茵、无锡光伏检测中心、亿晶光电3家测试结果基本一致，属于行业平均水平 。

内审问题改善追踪活动：

追踪深挖问题背后的问题，优化公司各职能部门运营流程。9月份公司风控组主导开展了“风控+三体系”内审不符合项改善追踪活动，该项活动还在持续进行中。

副总经理勾宪芳在总结会上对本次活动进行了点评并对大家提出了希望：要重视并珍惜公司给予组织的各项活动；要擅于通过活动提升自己并促进公司产品质量的提升；简单的事情持之以恒的做好就是不简单。

质量月的活动是一个契机，通过活动的开展，营造全员关注质量的良好氛围，使我们的质量意识提升到一个新的高度，从而促进企业质量的提升。镇江公司将持续深入完善质量管理体系，严格执行各项质量管理制度，规范质量行为，不断提升公司产品市场综合竞争力。

镇江公司喜获“2015年度镇江市科技计划”

◎ 研发中心供稿

10月13日镇江市科技局公示“镇江市2015年重点研发、创新能力建设等科技计划拟立项目”名单，其中，我公司申报的项目：“基于双玻组件的分布式发电系统关键技术研发”、“专利密集型企业培育计划面上项目”分别列入“2015年度市重点研发（产业前瞻与共性关键技术）计划”和“2015年度市知识产权（专利密集型企业培育）计划”。公示通过后，市科技局针对每个项目将给予一定财政资金支持。

本次市科技计划项目是由企业申报，在各辖（市）区科技局及市直相关主管局审查推荐的基础上，经形式审查、专家评审、行风监督员监督、科技局与财政局会商等程序最终评定。此次，两个项目的双丰收，再次肯定了公司在承担科技研发与知识产权管理方面的实力。此外，项目的实施对产业相关关键共性技术突破以及企业知识产权培育方面的提升具有深远意义。

节能要闻

镇江公司荣膺“十佳太阳能电池/组件企业”

◎ 营销部供稿

10月16日，在新疆乌鲁木齐迎来了2015年度“北极星杯”最受欢迎“十佳”光伏企业评选活动的颁奖盛典，中节能太阳能科技（镇江）有限公司凭借综合实力和品牌美誉度，荣膺2015年度“北极星杯”最受欢迎“十佳”太阳能电池/组件企业。

镇江公司喜获“2015年度镇江市科技计划”

10月13日镇江市科技局公示“镇江市2015年重点研发、创新能力建设等科技计划拟立项目”名单，其中，我公司申报的项目：“基于双玻组件的分布式发电系统关键技术研发”、“专利密集型企业培育计划面上项目”分别列入“2015年度市重点研发（产业前瞻与共性关键技术）计划”和“2015年度市知识产权（专利密集型企业培育）计划”。公示通过后，市科技局针对每个项目将给予一定财政资金支持。

镇江公司中标“格尔木20MWp并网光伏发电项目”

10月16日，在“格尔木20MWp并网光伏发电项目”项目投标中，经过严格的技术评审和商务洽谈，公司在众多竞争者中脱颖而出——综合评分第一名中标。此项目业主为格尔木西北水电新能源有限公司，项目资金自筹，招标人为中国电建集团西北勘测设计研究院有限公司。本光伏电站工程位于青海省格尔木东出口光伏发电园区，本期建设规模为20MW，拟全部采用260Wp多晶硅太阳电池组件，电站共设20个1MWp子方阵。

该项目的实施将进一步巩固公司在太阳能光伏市场的优势地位，公司将继续以优质的产品和完善的服务为客户提供光伏产品及一体化解决方案，为环保事业的持续发展贡献光伏力量。

镇江公司中标“三峡新能源光伏电池组件设备采购项目”

10月19日，在“三峡新能源光伏电池组件设备采购标包一”项目投标中，经过项目评标委员会的评定，确定中节能太阳能科技（镇江）有限公司为中标人，获得了四个招标标段中的三个标段共30MW的订单。该项目的建设地点在黑龙江省，我公司出品的多晶硅光伏组件完全符合项目招标要求，能够适应高纬度地区的低温、严寒、雪载要求，通过特殊工艺，更可以减少光伏组件的阳光反射量，提高发电效率，从而增加业主收益。

光伏“十三五”拟重点推进六大工程

◎ 信息来源：中国新闻网

“十三五”光伏发电发展规划思路终于出炉。《经济参考报》记者从13日召开的2015中国光伏大会暨展览会上获悉，2020年光伏发电规模目标已明确从之前的1亿千瓦上调50%到1.5亿千瓦，“十三五”期间将加快推进中东部地区分布式光伏发电和西部地区光伏电站规模化发展，推进重点经济带及重点生态保护区高比例光伏应用、光伏发电综合利用基地、光伏扶贫、高比例可再生能源示范区、大型光伏发电基地、光伏发电综合治理与“领跑者计划”等六大重点工程。

具体而言，单晶电池产业化转换效率达到23%以上，多晶硅电池转换效率达到20%以上，新型薄膜电池实现产业化，电池生产设备和辅助材料国产化率达到90%。光伏电站建设和发电成本在2015年的基础上下降20%以上，中东部地区建设成本在7元每瓦以下，西部地区建设成本在6元每瓦以下。

在布局方面，“十三五”分布式光伏将迎来全面开发建设的时期。按照规划思路，将在全国范围重点发展以大型工业园区、经济开发区、公共设施、居民住宅等为主要依托的屋顶分布式光伏发电系统，充分利用具备条件的农业设施、闲置场地等扩大利用规模，逐步推广光伏建筑一体化工程，探索移动平台的光伏发电系统，移动光伏供电基站等新兴商业利用模式。

而集中式光伏电站的发展思路则是“有序”，重点在资源条件好的西部地区，具备大规模接入和本地消纳能力的地区，结合外送通道规划，与风电一起，有序建设新能源发电基地。同时，在中东部地区，结合土地综合利用、采煤沉陷区治理、光伏领跑者计划，适度建设有序组织大型光伏发电基地建设。

前三季度光伏新增装机同比大增177%

◎ 信息来源：中国电力新闻网

中国光伏行业协会秘书长王勃华在10月12日上午召开的2015中国光伏领袖峰会上介绍，今年前三季度，光伏新增装机约10.5GW，同比增长177%，光伏企业盈利情况明显好转，前十家组件企业平均毛利率超过15%。

具体来看，今年前三季度，光伏制造业总产值超过2000亿元，在工业总体下行的大环境下，光伏产业逆势增长，同比增幅达30%。多晶硅产量约10.5万吨，同比增长20%；组件产量约29GW，同比增长26.4%，硅片和电池片产量分别为68亿片和28GW。2015年上半年，硅片、电池片、组件等主要光伏产品出口额超100亿美元。

展望未来，王勃华表示，为达到目标，2020年光伏总装机至少达150GW，2016-2020年年均装机20GW以上。2030年光伏总装机至少达40GW，2021-2030年年均装机25GW以上。“光伏产业快速发展将在兑现上述承诺、拉动相关产业发展、创造就业和税收等方面发挥重要作用。”

行业资讯
产业要闻

国务院：印发《生态文明体制改革总体方案》

◎ 信息来源：新华社

中共中央、国务院近日印发《生态文明体制改革总体方案》（以下简称《方案》）。《方案》分为十个部分，共56条。

《方案》提出，树立尊重自然、顺应自然、保护自然的理念；树立发展和保护相统一的理念；树立绿水青山就是金山银山的理念；树立自然价值和自然资本的理念；树立空间均衡的理念；树立山水林田湖是一个生命共同体的理念。

《方案》提出，完善污染物排放许可制。排污者必须持证排污，禁止无证排污或不按许可证规定排污。建立农村环境治理体制机制。加快推进化肥、农药、农膜减量化以及畜禽养殖废弃物资源化和无害化，鼓励生产使用可降解农膜，推行用能权和碳排放权交易制度。

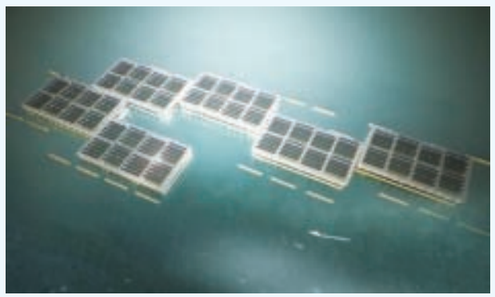
到2020年，我国将逐步构建起由自然资源资产产权制度、国土空间开发保护制度、空间规划体系、资源总量管理和全面节约制度、资源有偿使用和生态补偿制度、环境治理体系、环境治理和生态保护市场体系、生态文明绩效评价考核和责任追究制度等8项制度构成的产权清晰、多元参与、激励约束并重、系统完整的生态文明制度体系，推进生态文明领域国家治理体系和治理能力现代化。

水上光伏：如何解决粮食危机？

不断恶化的气候趋势和日益增长的人口都在将我们推向全球粮食危机的边缘。到2050年，全球人口预计将增加到96亿。这意味着只有全球粮食产量增产70%、发展中国家粮食增产100%才能满足人们未来的粮食需求。但是产出食物需要土地和水源，不幸的是，这两样资源现在都非常紧张。

西班牙巴塞罗那Forward Thinking Architecture公司日前提出一个水上智能漂浮农场的构想。按该公司的设想，智能漂浮农场共有三层，面积达220万平方米，包括渔场、水培花园以及为驳船提供动力的屋顶太阳能电池板等。这种漂浮农场可锚定在海洋、湖泊以及河流的海床或河床上，必要时可用船只移动。

漂浮农场每层功能各异，但又相辅相成。屋顶留有天窗，光伏太阳能电池可将日光转化为能源。这些能源和自然日光



会进入下一层，那里有大量水培有机作物农场，这些作物不需要土壤、杀虫剂或巨大空间。从农场流出的废水可流入底层的渔场，而鱼类产生的废物则被回收利用，成为植物的肥料。

此外，这种漂浮农场还拥有海水淡化厂、屠宰场以及

包装厂。同时，它还有风力涡轮机和其它机器，将水波动能转化为额外动力。漂浮农场最大的优点是绝大部分可以自动运行，那意味着它不需要太多人力。

漂浮农场的目标是为世界上最需要粮食资源的人口密集的大城市提供粮食。在全球35个人口超过1000万人的超级都市中，有25个靠近水边，包括纽约、芝加哥、西雅图、洛杉矶、东京、雅加达、上海、卡拉奇以及深圳等。Forward Thinking Architecture公司表示，一个智能飘浮农场每年可生产8吨蔬菜和1.7吨鱼类，每个农场10年就能收回成本。

无奇不有：
你看得懂太阳能牙刷吗？

电子产品界似乎从来不缺乏“黑科技”，当电动牙刷出现的时候，相比传统的牙刷，便是实实在在的黑科技。俗话说，“长江后浪推前浪，前浪死在沙滩上”。最近，日本厂商Shiken推出了一款SOLADEYN4太阳能牙刷，能更轻易的去除牙渍，关键是还可以不用牙膏，这才是真正的牙刷黑科技好么。

从外观上看，SOLADEYN4太阳能牙刷与普通电动牙刷没什么区别，但似乎又要更小巧一些。其中没有内置电池，是不需要电池供电的。不仅如此，它能有效地去除牙渍，而不需要牙膏。

SOLADEYN4太阳能牙刷上面设有一块太阳能电池板，而牙刷柄之间藏有一种氧化钛（TiO）物质，当牙刷使用的时候，牙刷所吸收的光再加上水或口水便会与氧化钛发生化学反应，产生一些列负电子，这些负电子就能有效地去除牙渍。

这种不需要牙膏的清洁方式可能有点让人觉得不是非常可靠，但是根据Shiken所进行的临床测试，将SOLADEYN4太阳能牙刷与一般使用牙膏的牙刷相比，SOLADEYN4去除牙渍的效率要高40%，更能有效抑制各种引致蛀牙的变异链球菌及细菌，而持续使用4星期效果会更加理想。

SOLADEYN4太阳能牙刷于11月1日正式发售，每支为2500日元（约合人民币133元），价格方面倒是比大多数电动牙刷便宜不少的。

行业资讯
前沿技术

技术追踪：
自动“寻光”的光伏电池

还记得前一段时间在网络上很红的那个关于向日葵的问题吗？“向日葵白天跟着太阳转，从东边到西边，可是第二天早上怎么回到东边？一个甩头吗？”最终答案是太阳落山后，向日葵的花盘会慢慢摆回原位。

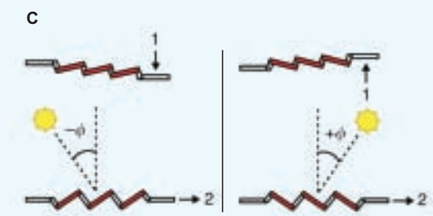
向日葵都那么辛苦地为了吸收更多的阳光而努力，那么人造的太阳能电池板呢？

为了提升太阳能板的效率，太阳能电站给它们安装了电机，并用电脑计算好每天需要转动的角度。

但这个方法太麻烦，而且转动巨大的太阳能板本身也需要动力，密歇根大学的科学家发明了一种更简单的解决方案，其中最基础的原理竟然是剪纸术。

Matthew Shlian是密歇根大学艺术与设计学院的一名授课老师，他也是一位剪纸艺术家，同时他还是太阳能板改造团队的咨询顾问。就是他向这些工程师们展示了一种剪纸造型——在一张纸上平行错杂着剪开的切口。

图中显示，通过受力水平高度的不同，可以实现翘起方向的不同图中显示，通过受力水平高度的不同，可以实现翘起方向的不同。



当用力拉伸这张纸时，受力后的切口就会张开，被剪开的纸就会翘起朝向某个方向。拉升的力度自然也决定了纸翘起的角度。如果科学家能够将它用在太阳能电池板上，并有效地计算力度，那么不需要复杂的动力设备，太阳能板也能够实现转向吸收更多阳光的目的。

而博士生Aaron Lamoureux与助理教授MaxShtein用卡普顿薄膜重新复现了这个剪纸造型，并且将太阳能电池板附着在上面。

夏至日时，他们在亚利桑那州进行了实地实验，发现这种解决方案能够比传统固定太阳能板多吸收36%的能量；而发动机驱动的太阳能板能多吸收40%，差距已经非常之小。

寻找节能文化使者 践行幸福家园梦

——大家谈五观

编者按：

2015年是镇江公司企业文化真正意义上的开局年。经过项目启动、资料研读、人员访谈、问卷调查、理念讨论等前期工作的铺垫，我们提炼出符合公司特色的企业文化理念并进入到企业文化落地实施阶段。我们处理工作时也经常会碰到与企业文化理念相契合的事情。本次内刊专题栏目邀请研发中心黄青松、质量管理部唐文、工程部陈太明、生产部徐辉、审计组夏颖，他们将结合实际工作案例，讲述工作中我们碰到的“五观”！让大家更加形象的理解“五观”，从而有意识去更好的促进自身工作的改善提高。

公司也为了更好的推进企业文化理念落地，将持续开展“寻找节能文化使者”的活动。具体内容大家往后阅读吧！

科学质量 领跑未来

◎ 研发中心 黄青松

“产品质量无小事，质量安全大如天”，在生产型企业中，产品的质量就是企业的生命、品牌的基础，无数企业兴衰成败的案例正在不断证实着产品质量的重要性，重质量者得市场，轻质量者遭淘汰，科学的质量观是支撑企业在市场竞争制胜的基石，而技术创新、精益求精和追求卓越则是科学质量观中三个重要的关键词。

科学质量观首先要突出一个“新”字，技术创新是提升质量的保障和支撑，是产品质量或服务质量赢得和保持某种竞争优势的根本动力所在，太阳能电池是一个多种技术有机组合而成的新型产品，新型技术及设备的研发和推广，不仅提升了电池片的转换效率，产品在恶劣环境下的质量安全也得到了较好的保证。通过技术革新使企业的产品档次，产品质量得到提升是企业发展的必由之路。

科学质量观要突出一个“精”字，即精益求精。精益求精是提升质量的态度，我们要以客户为中心，超越标准、关注细节、用心去维护客户利益。而“差不多先生”以及“大概”、“就这样吧”的工作态度是公司质量观的天敌，产品任何一个局部的、细微的质量问题，都可能是客户关注的焦点，因硅胶清洗不干净、色差等小问题导致投诉或组件返工也偶有发生，不仅会给公司经济上带来损失，品牌效应也受到严重影响。

科学质量观要突出一个“优”字，在不断创新和追求卓越中最终实现人无我有、人有我优的质量目标。2013年11月，公司第一台抗PID设备安装完成并开始进行调试，初试结果显示，抗PID电池片虽然能通过PID测试，但是效率也有所下降，这一结果与行业内发布的结果一致。但是我们并没有满足，而是提出一个疑问：“目前有些电池片生产厂家在预防PID方面和我们用的是同一种方法，这些电池片厂家也和我们现在的情况一样，虽然电池片能通过PID测试，但是都是以牺牲电池片的效率为代价的。为什么就不能既能保证达到抗PID的效果，又不降低电池片的效率呢？”这个问题使当时参会的同事都陷入了沉思，经过讨论后，最终大家决定试一试。

我们通过对PECVD镀膜工艺各个参数的调试，反复实验和验证，最终解决了这一问题。公司生产的抗PID电池片配合常规EVA，在IEC最严酷的测试条件下（双“85”、96h、–1000V），组件功率衰减能够稳定控制在2%以内，最重要的是效率上具有0.06%左右的提升。中节能成为国内首家在能够确保电池片抗PID性能的同时，效率反而有所提升的公司。

以技术领先为保障、精益求精为态度、追求卓越为目标的科学质量观要求我们以客户为关注焦点，超越标准、自主创新，关注细节、用心工作，在生产过程中的每个环节严格按照生产工艺和作业指导书要求进行，才能保证产品的质量，维护客户利益，最终实现企业的永续经营、基业长青。

领导点评：

质量是企业生存的生命线，黄青松作为电池研发项目负责人，在平时工作中始终以科学的质量观要求自己，带领团队，同时也取得了良好的效果，希望在以后的工作中继续秉承“技术领先、精益求精、追求卓越”的企业文化质量观，超越自我，塑造节能品牌，共同实现企业的永续经营、基业长青。

研发中心副主任 范维涛

服务他人，提升自己

◎ 质量管理部 唐文

当前行业内的市场竞争越来越激烈，因此，我们公司在重视战略问题、人才问题、技术问题和成本问题之外，格外重视客户服务问题。因为客户才是企业真正的老板，如果公司失去了客户，就失去了生存的基础，所以我们要给客户提供卓越而周到的服务。就跟公司提出的服务观一样：快速响应、专业规范 、终生保障。

快速响应

十一长假本来应该是放松心情的日子。可是在这期间，我们的客户龙芮项目要安排发货。我们的同事许飞接到了需要去做到货检验的通知之后二话不说，加快进度结束自己的手头工作，和另一名同事梁艺于10月5号就踏上了去四川大凉山的路。他们俩一路奔波，终于在货物运输到项目地之前赶到了现场。电站选址海拔3000多米，而且环境恶劣。山上还下起了雪，但是他们没有被困难吓到。到了现场之后就立即组织安排卸货任务，同时向业主和施工单位进行组件安装方面的指导，以免在安装过程中组件产生破损，影响客户发电量。他们在现场还对组件进行了EL测试，确保到货组件没有问题，确保客户利益不受损失。

在中节能的服务理念里，客户的时间是最宝贵的。对于客户的反馈积极响应，我们要用最快的速度满足客户的需求，及时为客户排忧解难。

专业规范

在进行客户服务的时候，工程师会按照预先设计好的流程来给客户进行服务。例如蒙阴项目，因为电站是建设在山上，山路崎岖不平，平时运货的大车无法将组件运送到山上，因此需要采取工程车转运。公司十分担忧组件通过二次转运后，到达目的地是否能够完好无损。我们的任务不光是要对到货的组件进行检验，同时还要验证转运后的组件是否出现问题。我们的工程师根据现场的条件设计了一种方案，最终确定了通过二次转运的方式运输的组件是没有问题的。

通过我们专业的知识和规范的操作，来给客户解决难题。

终生保障

我们坚信，服务的好处不仅仅在于眼前的收益， 而在于赢得用户长期的信任感。要赢得长期的信任感，我们就要做好长期服务。因此，我们对客户的产品提供终生保障。产品销售给客户之后，我们会提供定期的检查服务，对产品的使用情况做一个鉴定和评估，如果发现产品或者电站出现了发电量问题，我们也会根据情况设计解决方案，让客户进行选择，确保客户的发电量不受损失。

我们要俘获客户的芳心，就需要在产品质量保证的基础上，让我们的服务超出客户的预期，满足客户的期望和需求。通过大家对服务观的践行，更好的服务客户，对客户的需求快速响应、流程和操作更加专业规范、对我们提供的产品提供终生保障。

领导点评：

超出预期的为客户服务，急客户之所急才能俘获客户的“芳心”，这也正是我们客服人员的价值体现。本文对公司服务观的理解比较到位，从所举事例也能看出客服人员在服务工作中的努力程度，希望能够坚持并一如既往的保持我们的服务态度，通过服务赢得客户的信赖，为公司销售做坚实的后盾。

质量管理部 部长 黄国平

主动担当我能行

◎ 工程部 陈太明

在企业的生产和经营当中，人是企业最大的资本，每一份工作，每一个职位的背后都存在着不同的责任，在认识工作所赋予的责任之后，要勇于担当起责任，把责任落到实处，成为一名有价值的员工。我们公司的企业文化理论中的人才观就提出“主动担当、价值驱动、能者发展”这三个关键词，我认为人才的价值是多方面的，而且具有不断被创造性，我们每位员工应在各自岗位上体现出各自的实用价值、贡献价值、创造价值等，这就具体的体现在自身的担当能力、责任心、进取心，而公司也为我们建立“能者发展”的人才的承诺，五年来很多员工一步一个脚印，从普通员工晋升成领班、主管、部长，无一不证实着：只要你有能力、只要你肯拼，公司就会给予我们机会。所以从我们自身来说，一定要充分发挥员工的主观能动性，提升担当意识、价值驱动意识，变压力为动力，在公司建立的人才快速发展的“高速公路”上提升自己、完善自己。

提到主动担当，我觉得有一件事情特别可以折射出我们“工程人”的担当精神。上个月我们承接了一项工作任务，从开始到后期都比较顺利，但是临到最后出现了问题，我们可能要承担逾期不能完成的责任。当时大家都有种手足无措的感觉，在这个关键时刻，我们周部长针对此突发进行了安排，王继东和余义辉主动牵头承担了此次任务的调整，经过详细周密的讨论和部署，首先从各组抽调技术人员，确保了人手；然后大家集思广益，针对问题进行精确的分析，从而确定了改造方案；最终将各项任务分配到各人。这一切都紧张有序进行着，值得一提的是，大家都清楚此项任务“四艰”—艰巨、艰辛、艰难、艰苦，但是每个人都非常积极，没有人退缩、畏难。此次项目从当天下午1点开始，到凌晨1点的时候，没有人喊累。脚旁是散落一地的红牛饮料和工具箱，终于到第二天凌晨5点，连续奋战16小时的我们终于完成了改造任务，使得任务如期完成。

而那天凌晨5点的日出，我想是我今年所见最美的景色。当时我们一边欣赏着美丽的日出，一边进行打扫工作，没有人抱怨，没有人不耐。那时候，大家心里肯定都在想如果这样的事情发生一千次、一万次，我们还是会选择挺身而出，还是会选择担当，不会去退缩和避让，而是迎难而上解决困难，因为我们敢行、我们能行、我们愿意行！

对于我来说，我觉得工作就是我的责任，所以我们一定要勇于承担责任，这是对自己负责的一种态度。而对于分给自己的工作任务，必须把它当作一件极为重要事情，不仅分清分量，按时做好，更需要站在公司的角度、部门的角度，思考提升的方法和方式。例如针对维修工作中重复出现的损坏设施，要主动想办法进行改进，来杜绝或减少出现重复损坏的现象，这样才能体现出维修工作中的“维修价值”，而不是进行“头疼医头，脚疼医脚“的简单维修方式。主动去想、去试、去做，抱有主动的想法，才能不断提升自己，锻炼自己。让我们每个人都争当一名具有担当意识的员工，骄傲的喊出：主动担当我能行！

领导点评：

本篇文章充分体现了作者陈太明作为节能人的主动担当意识，作为公司的一线员工，一直奋战在维修的前线，哪里有困难哪里就会有陈太明，该员工的工作充分体现了节能企业文化的核心内涵，为部门及整个公司同事树立了良好的节能人形象。

工程部部长 周忠文

光阴四载 有你同行

◎ 生产部 徐辉

转眼间，进入中节能都已经4年多了。还记得是2011年8月1日，我加入中节能大家庭，在这段和公司共同成长的岁月里，我遇到过很多同事，调动过很多班组，但是唯一不变的是中节能大家庭的温暖如初，团队氛围浓烈，在我心里早已将公司当成我第二个家。

就像企业文化理念所描述的那样，团队首先需要相互信任，这是团队的基石，在工作中要学会高效协作，并以致胜共赢为目标。这就要求我们恪守责任、履行承诺、换位思考、有效沟通、乐于分享，实现团队与企业共创共赢。

我们的团队永远是那么温暖、团结。记得在组件2车间，当时大家正在紧张有序的进行生产，突然一阵急促的电话铃声响起。当班组长接听了这通电话，听着听着，他的神色逐渐凝重起来，来到一位同事跟前，告诉他父亲突发脑溢血，让他回家照应，并安排组员进行工作的交接。这位同事听到这个消息，一时间也有些慌了，并嚎啕大哭。这时候班组的弟兄们，不仅热心的安慰他，更是自觉地接替工作。“这个我来吧！”“你放心，这里有我们呢。”“好好照顾伯父，我们在这顶着。”一句句温暖的话语，一声声仔细的叮嘱，让小伙子心中充满了温暖。我们的团队就是这样，每个人都自发的承担起工作，没有怨言，有的只是相互信任，相互理解。有你们在，我们放心！

而一个好的团队，也更需要学会相互合作、高效协作。记得2015年7月中旬，组件一车间相续出现组件层压后整体偏移不良现象。最严重的是我班一天出现两块整体偏移。事态严重，当时领导以最快的速度召集技术、质量、叠层、层压组长召开讨论会，商讨排查方案并分配到人。通过一系列对比实验，汇总分析为EVA与现场使用的镀膜钢化玻璃摩擦系数小，导致叠层后的组件在流水线上传输及层压铺设高温布时，EVA与玻璃之间滑动错位，层压后出现整体偏移现象。在不能更换原辅材料情况下，制定改善措施，制作测量模板，确定叠层观察架处及层压铺设高温布后使用测量模板测量边间距，确保在边间距范围内。跟踪实验无整体偏移组件产生，将此措施交接其它班组，防止不良组件产生。通过几个部门紧密无间的合作、合理的分工，抱着解决不良、提高效率这个信念，我们最终解决了这个难题。我们的团队，就是如此的高效。

团队就是凝聚一个个小的力量，团结协作在一起，形成一股无坚不摧的力量。一个真正优秀的团队，不但要有先进的管理理念，更需要团队内每个成员有“甘于奉献，勇于担当”的精神，有“一损俱损，一荣俱荣”的思想和“求真务实，通力协助”的态度，这样的团队才能“众志成城，所向披靡”，才能出色的完成各项使命。在我心里，中节能就是一个团队，这个团队就是我的家。这一路走来，有成功的喜悦，也有失败的挫折，唯一不变的就是团队的力量始终在背后支持我。对此，我想对我的兄弟姐妹们说：今朝回首，光阴四载；有你同行，致胜共赢！

领导点评：

个人的力量总是渺小的，要在激烈的竞争中胜出，必须要靠团队的力量；对企业而言，一个人的成功不是真正的成功，团队的成功才是最大的成功；同心合力、团结共进、群策群力，这些都是团队精神；

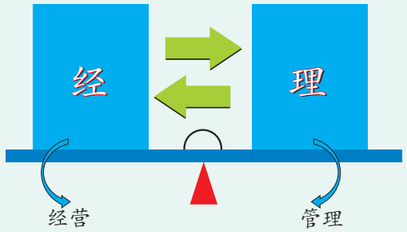
徐辉的这篇文章从小处着手，体现了班组员工生活上互相照顾，工作上互相协作，互相帮助。建立和谐、互助的温暖团队才能实现相互信任、高效协作、致胜共赢。

生产部 部长 黎定康

传播企业文化精神 助力公司管理提升

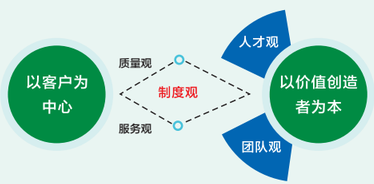
◎ 审计组 夏颖

业内都将公司的领导、部门负责人都叫做总经理、经理。从字面的理解，经就是指经营（主要业务），理就是指管理，看似是经营在前，管理在后。而实际上想要达到经营的一个最佳状态，是由管理基础决定的，而管理的基础则是各部门的规章制度。



两者相辅相成，相互影响

我们企业文化基本理念由”五观”组成，其中一个是制度观，以制度观作为保障，融入到质量观、服务观、人才观、团队观里面，形成文化理念体系。制度观强调“全员参与，坚守执行，成长保障”。但是我们在日常工作中还是会碰到一些偏离制度的情况，近期我们在审计工作中就遇到一则这样的案例。



案例：

2015年7月30日，内审组去生产现场审查。发现在C1车间制绒工序，一台石英管清洗机状态处于维修状态，实际却在工作清洗小花篮。设备管理部给出了整改措施：1.将状态牌调整到合适的位置，要求设备点检时确认；2.机台状态牌只允许设备人员翻转；3.针对目前设备状态牌显示不牢固问题已重新制定采购设备状态牌。复审时发现设备状态牌问题未能得到解决，原因是因为状态牌未采购到位。经过事件了解，该状态牌原来是综合管理部采购，因损坏频次高，设备管理部就找采购协助采购，但采购4个月的时间未能采购到位。通过与各相关部门沟通，《办公物资采购管理规定》中广告制品的项目标牌为其中一项，公司标牌设计均印有公司LOGO，需要由综合管理部进行确认。

在该案例中，明确体现了大家对制度观的理解存在偏差，设备管理部如果认为综合管理部采购存在质量问题，应事前沟通交流知道这个标牌质量哪里存在问题，在下次购买时注意点是什么。而采购部也不应该接收这个采购需求，提醒请购部门转移至综合管理部。然后事实却是大家对我们制度的忽视。

这个案例是我们日常工作过程中常常会遇到的一些问题，我们应该保持信任，多沟通，不要逾越制度，问题会有更妥善的解决方法。

李克强总理曾经针对反腐工作指出，要用制度管权、管人、管钱，给权利涂上防腐剂、带上“紧箍咒”，真正形成不能贪、不敢贪的制度机制。于一个国家如此，于一个公司来说，更加需要保障制度的坚守执行。

类似事件在我们日常生活、工作当中无处不在，我们每个人其实都期待在一个有法制的环境中，但同时心中又有另外一个声音在影响着我们——即让别人执行。对“我”是否考量则会考虑一下特殊性，如果变动一下，并还会给“他”一个美丽的外衣——“以人为本或人性化”。一旦变动后，解决问题的焦点就在如何找到可以帮我们变动的人，而不是将焦点放在如何站在客观的角度去解决问题上了。

作为一个市场化的企业，我们需要从客户角度去思考问题，赢得客户的满意、市场的认可，这样才会进入一个良性的循环，才会成为一个真正有生命力的企业，才会为我们每一位伙伴提供更好、更稳的平台。

副总经理 吴少梅

大家心中的节能文化使者

——印象初谈

朱庆：

我心目中的“节能文化使者”,概括起来就六个字：参与、实践、共建。参与是一种责任，实践是一种实力，共建是一种合作，不仅自己参与节能事业、以节能文化的标准去要求自己，并且能够通过自己去感染身边的每一个人，共建绿色家园。

郑建敏：

我心目中的“节能文化使者”应该具有以下几点要求：

1、能够以客户为中心，满足客户的需求；

2、有大局意识、协作服务精神，乐于沟通与分享；

3、有严谨细致的工作作风和不断钻研的学习精神。

仇维尹：

节能文化建设是企业和员工共同成长中不断交融、不断提升的互动过程，企业全员共同承担着建设企业文化的重任，所谓“三人行必有我师”让我们不断发现身边的“节能文化使者”，互学共进！

杨君祥：

公司企业文化推广大使应该是爱岗敬业，乐于奉献，性格开朗，乐于助人，生活中勤俭节约，敢于表达，工作效率高，形象气质好的同事。

李正：

企业文化推广使者是公司企业文化的带头人、改善人、思想者、传播者、实践者，他们为镇江公司企业文化的落地、发展、贡献极其重要的力量，是公司企业文化推广中不可或缺的组成部分。

杨娟：

“节能文化使者”应该是对企业的文化有强烈的认同感，愿意为宣传企业文化以身作则，贡献自己的力量的使者。

潘白黎：

“节能文化使者”不是“高、大、全”的英雄式的人物，Ta就是我们身边平凡的“你、我、他”。Ta默默的工作着，奉行着中节能镇江的文化理念。在你我遭遇难题时，Ta总会悄悄的出现在我们身边，及时的伸出援手。“节能五观”在Ta身上熠熠生辉，Ta就是我们的“节能文化使者”。

翟江军：

从公司利益及环保角度出发，在日常工作中通过技术、提升效率等方法节约能源，避免造成不必要的浪费。

专题透视

辛娇贝：

作为公司的“节能文化使者”，应该在自身做到节约能源的基础上，为节能事业做出突出贡献，具有带动大家一起做环保的人格魅力。

徐惠：

我觉得节能使者应该是充满阳光活力和正能量的人。节能使者的作用就是能够让人觉得积极向上，思想先进，起到模范带头作用。

蔡琼：

工作认真，坚持原则，敢于担当并接受挑战性的工作，善于沟通，与同事友好相处。

宗梅红：

节能文化使者是员工的精神领袖，应起到传递节能理念、弘扬绿色文化、在群体中具有带动和引领的作用。

马鹏鹏：

我眼中的“节能文化使者”应该是充满正能量，能够带动并影响周围群众，对企业现有节能文化建设认同并践行，具有丰富的节能文化知识，并在节能文化的建设、改进中起到推进作用。

凌瑞：

一名优秀的节能文化使者，更是一名优秀的通讯员和宣传员，帮助员工更全面的了解企业，帮助企业更好的推广公司形象，企业文化才能真正发挥最真实的意义。

章敏：

“节能”就是将身边的一些可利用或不可利用的物品等进行再利用，在路上、在公交车上，坚持不吃零食、不乱扔垃圾、不随地吐痰，做到文明标榜，在家中做到节电、节水、节燃气，在公司中做到节约各项资源，进行合理化改善降低损耗。

戴白琴：

我心目的节能文化使者：

1、能够“接地气”，善于传播正能量；

2、具有渊博的学识和厚重的文化底蕴；

3、具有朝气蓬勃和积极乐观的心态，为人谦虚，举止大方、得体。

钱会芹：

“节能文化使者”不仅要宣传我们的节能使命、愿景、基本理念和核心价值观，让它融入的到每个员工的心中，还要在日常的工作执行中体现出来。

寻找节能文化使者

基本条件和评定标准

(一)基本条件

1、无违法现象；

2、无损害公司声誉的言语行为等不良记录。

（二）评定标准

“节能文化使者”应积极践行公司企业文化理念，符合公司“五观”，事迹突出，具有一定号召力，可按照以下一条或多条标准进行“寻找”。

1、关注企业发展，掌握企业文化理念知识，认同并践行企业文化；

2、坚持质量第一，超越标准，自主创新，关注细节、用心工作，维护客户利益；

3、坚持“以客户为中心”，快速响应客户需求，专业规范，业务精良，服务典范；

4、坚持“以价值创造者为本”，主动担当，乐于展现，敢为人先，创造价值；

5、相互信任，高效协作，恪守己责，履行承诺，换位思考，有效沟通，乐于分享；

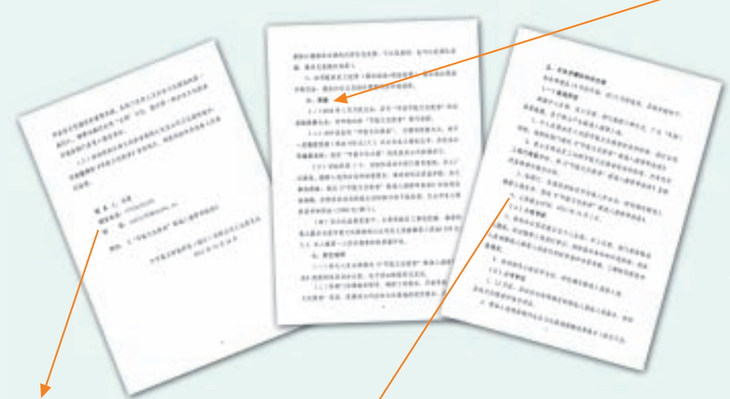
6、善于思考，真实反馈，坚持原则，坚守制度。

奖励

（一）2016年1月月底左右，召开“寻找节能文化使者”活动总结表彰大会，对评选出的“节能文化使者”进行表彰。

（二）对评选出的“节能文化使者”，以精神奖励为主，给予一定物质奖励（现金500元/人）。以公司名义颁发证书，并在全公司通报表彰；组织“节能文化大使”到系统内公司参观学习。

（三）设组织奖3个：对组织活动中部门领导重视，员工广泛参与；推荐人选符合条件标准要求，事迹材料无弄虚作假、夸大事实现象；报送《“节能文化使者”候选人推荐审批表》和材料及时准确，反馈活动动态积极主动的部门给予组织奖，以公司名义颁发证书和奖金（2000元/部门）。



联 系 人：孙蕾

联系电话：57720/65534

邮　箱：sunlei01@cecsec.cn

上报截止时间：2015年12月5日。

是什么导致了“全线溃败”？

◎ 人力资源部 曹崐

最近参与调查了一单《质量事故认定及处理报告》，让我感触很深。事件如下：2015年8月28日晚夜班M2车间1#线组件生产过程中，进行技术试验（应投用EVA型号SV-15297P，规格0.5*975mm），发现误投用了研发试产用的EVA（型号SV-15296P，规格0.5*975mm），后经质量管理部调查，财务部核定，此次事故造成损失7万多RMB。

那发生这次失误的原因是什么呢？我截取了调查报告的部分内容来简要说明：

步骤	流程	操作 部门	说明
1	技术试验通知	技术部	作业要求员工检查材料信息，调查发现车间技术人员**不清楚**规格为0.5*975mm的EVA有两种型号。
2	生产指令下达	生产部	2015/8/28生产指令单（编号：20150828R-01/N），**未下达**试验通知，实际上2015/8/28夜班，整班1号线均生产技术试验组件。
3	物料申请	生产部	物料领用单据上只写了EVA的物料编码1102009、规格0.5*975mm、厂商斯威克，**未写明**EVA型号。而查证得知该物料编码的EVA有两种型号，车间需求的为型号SV-15297P。
4	物料发放/领用	计划物流部	1、生产人员至仓库直接指出所需要的物料，仓库人员**便直接**发货； 2、仓库发料人员**不清楚**相同物料号及相同规格的EVA，会有两种型号。
		生产部	现场调查了解，员工只关注了产品的规格，**未想到**相同规格的EVA会有两种型号。
5	物料投用	生产部	操作文件作业要求（须知晓产品型号）生产员工回复：当时得到的信息是技术试验用的EVA是“斯威克0.5mm厚”的规格，**未提及**型号，也**不知道**该规格EVA有两种型号，员工的注意力被0.5*975mm吸引过去，**未关注**物料型号。
6	过程检验	质量管理部	1、操作文件作业要求：员工须检查EVA的包装防护、型号、规格、批次、外观、尺寸等信息； 2、调查发现：员工实际检验过程中仅关注产品厂商、规格、批号，对型号**不关注，凭感觉**照搬上个班次的型号信息。

通过调查结果中粗体字的部分，可以感受到整个事件充斥着上峰交代不清，下峰理解不清，工作习惯随意不谨慎的味道。在产品质量的战场上，我们的各道关卡相继失灵，节节败退，最后全面溃败。

无论是信息传递与接收不全面，工作缺少主观能动性，一知半解便行动，还是作业职责缺失，做事打折扣，个人以为都是工作一段时间后的惯性使然。通俗些，就是我们工作着工作着，执行的标准走样了，但是我们没有警醒，上级也没有及时发现纠正，于是，错误的习惯慢慢占据了原来逐字按规的工作模式，最后大家甚至都没能变成不动脑子的机器人，而是标准滑坡的罪魁祸首。

我想，此次的案例，足以督促我们去反思：

1、操作人员问问自己是否还如第一次接触工作时的小心与谨慎，当初的操作关键点是否依旧清晰；

2、管理人员想想设计的流程是否符合实际操作状况，制定的流程和标准有没有让操作人员及时知晓并通过检查监督他们对此理解未扭曲，还得记得定期检查风险控制点，判断员工操作与标准有未走样。

与我之前分享的绩效实时管理，道理亦如是。

防御性驾驶
——司机必备技能

◎ 安监部 陈迪 供稿

编者按：

防御性驾驶技术是将相关的驾驶技能和驾驶习惯进行系统的总结和归纳，形成一套简单明了、科学系统的安全驾驶体系，它能帮助驾驶员更清楚地了解人类的“生理缺陷”；更全面地观察并了解驾驶环境；更准确地预测不确定的潜在的危险因素；更及时地采取预防措施避免交通事故。近期，公司安监部也在组织编制防御性驾驶课件，小编先将部分内容提前告诉大家，好东西赶紧收藏哟！

安全驾驶十忌

安全驾驶关系千家万户，与每个人都息息相关，安全驾驶“十忌”，温馨提示每个驾驶员，确保行车安全。

一忌无证驾驶，安全驾驶，证照齐全是基础，无证驾驶或把车辆交给其它无证人员驾驶都属违法行为。

二忌酒后驾驶，酒后驾驶是违法行为，但也有人报有侥幸心理，酒后或醉酒驾驶，最终自尝苦果。

三忌疲劳驾驶，疲劳驾驶易发生交通安全事故，危及自身和他人人身安全，切勿疲劳及时。

四忌超速驾驶，超速驾驶，一旦遇到安全隐患将无法立即制动或避让造成严重事故。

五忌不专心驾驶，有人驾驶时经常出现聊天、抽烟、看手机、打电话等容易分神行为，极易发生交通事故。

六忌驾驶报废车辆，报废车辆各种安全性能极大降低，遇突发状况，很难控制，极易发生事故。

七忌突然变道，道路驾驶时不打转向灯，突然变道，不给后面车辆任何提示，很可能发生追尾碰撞，造成损伤。

八忌抢道占道，抢道占道极易形成交通堵塞，造成碰撞。

九忌赌气驾驶，赌气驾驶往往出现在生气或受刺激后产生的赌气驾驶行为，这时就要停车冷静后再上路。

十忌超载、超限驾驶，超载、超限驾驶是造成交通安全事故的主要原因之一，严禁超载、超限，确保安全。

开车好习惯

能把车开得飞快，能钻别人不敢钻的行车空当，能比别人最先到达目的地的人才是好车手。其实不然，评价一位好车手的首要指标是安全，其次是让车上乘员感觉舒服。

而让车上乘员感到胆战心惊，身体难受甚至晕车的驾驶人，不管他的行车速度有多快，都不是什么好车手。坐车时会发现，同样的车如果由不同的人驾驶，车上乘员会有不同的感觉。

乘坐有些人驾驶的车，车上的乘员可能会感觉非常平稳，不知不觉就起步了，又不知不觉间停车了，中途也好像永远走在平坦的道路上。

而乘坐另一些人的车则不同了，感觉总是风风火火的样子，突然加速，猛然制动或转向，弄得车上乘员抓着扶手不敢松开。导致驾驶技术差别的原因主要是对加速、制动和转向的的操控方式不同。

正常行驶的情况下，应柔和操作而不应粗暴驾驶。

（1）缓慢起步。乘坐电梯时，如果电梯运行太快，你就会感觉不舒服。汽车也一样，如果起步太猛，车上乘员也会感觉不舒服。

（2）提前制动。尽量早制动、轻制动、多利用发动机制动，尽量避免紧急制动。有个说法：每次紧急制动都是由于自己操作失误而造成的。例如，行车中前车突然制动，你也跟着紧急制动，则可能是因为你的跟车距离太近造成的；过路口突然有人横过马路，你不得不采取紧急制动，则由于你观察不够而造成的。

（3）减速转弯。当汽车转向时，由于离心力的作用，车身都会发生侧倾，速度越快，侧倾越严重。转弯时还要尽量小角度打转向盘，如果突然大幅度打转向盘，不仅会让人感觉像坐过山车，而且还容易导致侧滑失控。

提醒

- 开车风格往往与驾校师傅的驾驶习惯相关，一些不良习惯需要下狠心才可改正；
- 要想让你的乘车人感觉舒服，你心中就要先有乘车人；
- 开车快并不是评价好车手的标准，反而是“十次车祸九次快”。

爆胎如何处理

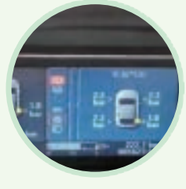
据不完全统计，国内高速路上由爆胎引发的交通事故占到交通事故总数的70%。专家表示，汽车在时速100公里以上行驶时发生爆胎事故，驾乘成员死亡率为99%。在我国，爆胎与疲劳驾车、超速行驶并列为中国道路交通的三大杀手。

作为沟通汽车与路面的工具，车子在运行中，发动机的动力、制动器的制动力都通过轮胎转换为地面对汽车的反力，推动汽车前进或迫使汽车减速，轮胎还承担传递地面对汽车的横向约束力、冲击力等。可见，轮胎将直接影响行车的安全。今天车讯菌就来总结关于汽车爆胎的那些知识，远离爆胎，从预防做起。

爆胎原因揭秘

1、胎压不符合安全要求

胎压不合一般就两种，要么过高要么过低，家用轿车通用胎压为2.2–2.8BAR，在这个范围里都是合理的，不过夏天气温高，汽车开动之后实际胎压能够会上升到3.0BAR，所以一般夏天取2.2–2.5BAR。有胎压监测装置的要利用好，而喜欢DIY测胎压的车主小心不要弄坏气门芯导致漏气。



2、超速或者超载行驶

在高速公路上，我们的车速基本上达到每小时110公里以上，在超车时时速更高。长时间高速行驶，轮胎与地面剧烈摩擦会产生大量的热量，导致轮胎自身高温。高温对轮胎的不良影响有两个方面，一是使轮胎本身膨胀而抗压性变差；二是使轮胎内的气体膨胀导致轮胎内压升高，使轮胎内压超过轮胎劳损面负荷强度而爆胎。所以我们首先拒绝超载行驶，然后注意不要连续长时间驾驶汽车。

3、轮胎“带伤”导致爆胎

轮胎磨损过度、轮胎帘布层有气泡都会引起爆胎的发生，有些汽车的轮胎花纹已被磨平。这样的轮胎负荷能力及抗压强度已经远远低于正常的轮胎，很难维持汽车的正常行驶。

轮胎帘布层内的气泡是在轮胎生产过程中形成的，在负荷情况下，帘布层内的气泡会因承载的负荷而移动，帘布层气泡所占据的空间体积也会随着气泡的移动而逐渐增大，最终会导致轮胎帘布层穿孔，继而内胎会从帘布层穿孔处“冒泡”而爆胎。

4、路况太差

国内路况经常说不准就有一个坑在前边等你，或者突然冒出一块石头在路上，这些不确定因素都可能对汽车轮胎造成损伤，导致爆胎，特别是经常要跑烂路的车主，一定要多检查自己的轮胎。

如何预防？

无论什么季节，我们都不能忽视经常检查轮胎状况及气压的必要性，一定要定期检查轮胎是否有扎钉、被割伤、气门嘴橡胶老化、开裂等现象，发现后及时进行修补，或者更换新轮胎，防止轮胎缺气行驶。保证胎压与当地季节，气温同步。

一旦发生轮胎爆破情况，驾驶员要全力控制转向盘，保持车身正直向前，并迅速抢挂低速挡，利用发动机制动车辆。如果是后胎爆破，驾驶员可感到车尾摆动，此时可反复踏制动踏板，使车辆重心前移，但不要用力过猛。若是前胎爆破，双手用力控制转向盘，放松油门踏板，使汽车利用道路的滚动阻力在原来方向上行驶一段距离自行停下。注意千万不要踩急刹车。

秋冬黄昏时段行车安全防范措施

1、最基本的一点，就是减速慢行，通过路口时要仔细观察，随时做到制动停车准备。控制好车速，同时要加大车间距离，遇到突发状况时要有足够的反应时间和空间。

2、根据路况使用灯光提示，一定要及早打开示廓灯和近光灯，以引起其他车辆和行人的注意。

3、随时观察道路两侧的行人和车辆的状态，发现路口或者是人行横道线时应提前减速，如有行人通过时要停车礼让。

4、秋冬季节黄昏时段尽量避免超车，如有必要确实要超车时，应该选择宽阔的路段，并且用灯光提示前后车，确认前后车让行后再加速超过。

5、黄昏时段遇到会车时，应加大横向间距，减速慢行进行会车，并注意避让非机动车道的行人和非机动车。

以上几点是秋冬季节黄昏时段安全行车的具体防范措施，希望各位驾驶员朋友谨慎驾驶，减速慢行，防范于未然。

管理在线
成长小组

成长小组 课题成果分享

◎ 人力资源部 何蓓 供稿

编者按：

在近期组织的部门成长小组阶段性成果展示中，很多小组的优异表现得到了部门领导、组织部门的认可。为了能让大家了解我们成长小组的运作，感受到他们的付出与努力，从而挖掘我们身边的“五观人”。本期开始，公司将通过内刊、微信平台刊登成长小组课题分享！本期内刊首次选出刊登生产部的李峰《减少车间物料库存量》、质量管理部马鹏鹏《降低小标片被遮挡导致测试异常》、技术部庞伟《降低M2车间组件隐裂比例》、计划物流部李刘平《提高B级组件发货效率》四篇文章，并请各自的上级领导给予指导评价。

降低M2车间隐裂事宜

◎ 技术部 庞伟

课题介绍：

技术部庞伟负责的《降低M2车间隐裂事宜》课题，计划实施3个月，与生产部、质量管理部、设备管理部共13位人员共同实施。通过收集隐裂数据、原因排查、测试跟踪隐裂情况，为的就是提升产品质量，降低不良率。

7月份，公司已制定了成长小组的活动实施方案，起初我们还比较迷茫：该成立什么样的小组？管理型？技术型？课题又选择什么样的课题？

8月5日，M2车间组件出现批量性隐裂现象。众所周知，组件电池片隐裂会加速组件电池片的功率衰减，影响组件的正常使用寿命，因此决定借此时机将课题选择为降低组件隐裂。选择之初，我们远远低估了此课题的难度，造成了迄今还未完成此课题，无法有效的展现课题成果。

在此次解决组件隐裂的问题上，由于M2车间自动化程度较高，产能较大，对于在工位排查方面造成了极大的困难。如何锁定工位、怎么实施排查措施、如何保证数据的准确性、在确定原因之前怎么先保证产线的运转等等。

面对这些困难，我们小组成员积极的提出自己的想法：使用离线式EL测试仪测试层压件、禁止人员敲击组件、组件不允许下线等等。在不同的实施阶段，我们小组成员都在积极的发挥自身的优势，充分利用手中的资源。如：小组成员王升敏，其在核实EL图片过程中，充分发挥了快、准的优势，在过滤El图片过程中，别人过滤了1000张图片，他可能就已经过滤了1400张左右，而且不会出错；小组成员蒋星、殷伟治，利用手中的资源，主动联系设备厂家对装框机的部位逐个进行排查；小组成员李玉坤亲自上阵，带领当班的领班、组长对人员的手法进行监督并发动产线人员头脑风暴；小组成员何飞提出使用离线式EL测试仪在层压后观察架对层压件进行EL测试以及发挥其对数据敏感性的优势，抓住每个数据的变化等等。另外值得一提的是虽然不在小组内但是仍然积极参与的四大职能部门的部长：黎部长、高部长、黄部长、徐部长，他们每日都能到产线一起进行讨论制定措施，同时利用自己手中的资源收集同行中的信息。

初期我们将造成隐裂的原因全部进行罗列，利用要因分析法进行分析并制定措施；通过不断的实验、不断的尝试，我们将造成隐裂的主要工位锁定在了层压机至固化间之间的工段。

历经3个多月的时间，隐裂比例已从1%降低至0.28%，虽然目前还没有彻底解决，但是我们现在进步了，看到曙光了，我们将朝着彻底解决隐裂这个目标继续奋斗。

小组成员感受：

庞伟：
团队的力量是强大的，只要团队的成员能够积极的配合，朝向一个目标奋斗，那么这个目标迟早会实现的；一个团队的领导者，不仅仅要发挥自身的主要作用，更要去想方设法发挥成员的主观能动性，接纳每个成员的想法，并把这些想法进行提炼。

何飞：
作为技术人员，在车间出现异常时，不仅仅需要在前方冲锋陷阵，更需要抓住每一个细节，从每个细节变化中提炼出有效的信息。

黄国林：
我们扮演不同的角色，担当不同的任务，为了共同的目标，分享了知识要点，增强了团队意识，隐裂数量减少了，我们再一次成长了。

领导寄语：

《降低M2车间组件隐裂比例》小组在实施过程中承受了较大的压力，压力来自何处？来自客户的高标准、来自岗位赋予的责任，来自我们对品质的承诺。让人欣慰的是大家没有在压力面前迷失方向，来自不同部门的小组成员都在积极贡献自己的能量体现出来应有的担当精神，共同推动问题的解决，展现了团队的相互信任与高效协作。也希望小组的各位成员能够更进一步，彻底解决车间隐裂问题，展现出你们的核心价值。

技术部 副部长 高荣刚

降低车间物料库存量

◎ 生产部 李峰

课题介绍：

生产部李峰负责的《降低车间物料库存》课题，通过仓库建立屏幕显示车间备料间物料情况，备料间显示各工序物料情况，实现及时供料方式，降低车间物料库存。现阶段通过现状分析、制作方案、实施计划、效果确认，已达到了仓库看板一目了然、车间物料显著减少的状态。后续小组将继续运行控制，主要针对仓库按看板定时定量发料和车间按需求接收物料两点进行跟踪，最终达成降低车间物料库存。

应生产车间对物料管理的要求，同时积极响应公司的全员轮训及全员成长的活动目标，组织策划了《降低车间物料库存量》的成长小组课题，由IT、计划物流、生产车间及生产物料计划人员共同组成，目标在10月31日前达到降低组件车间物料库存量的目标。

方案规划，可视化看板需MES系统进行收集数据，如何让数据准确及时的显示出来，让仓库一看到这种信号，就知道要供料或暂停供料，车间备料人员按此进行接收或拒收物料，防止物料超供或不供现象发生，此问题一直困绕小组成员。经多次的会议商讨，对显示格式、物料种类、数据更新频次以及颜色提醒等多方面进行了反复修正，并试行跟踪。在IT人员的多次软件修正，生产车间备料组人员的数据及时上传，物料计划的物料控制跟踪，计划物流部的分时及时送料，历时2个半月最终实现JIT及时供料系统。达成降低车间物料库存量的目标，有效降低呆滞物料的产生，7S也明显改善，现时已正试运行，标准化运作流程文件正在编写中。

在组织实施过程中，小组成员精诚团结，互帮互助，积极参与问题的讨论解决，外部的沟通与内部的协调也畅通无阻，充分发挥了小组成员的工作积极性、主动性。把公司的五观联系在一起，无缝对接，在实现团队目标的同时提升了个人能力、学会分享、学会分担、学会了如何交流、学会站在不同的角度看问题、也学会了如何解决问题。

领导寄语：

生产部李峰负责的《降低车间物料库存》课题，以此为依托，建立成长小组，联系自身工作实际紧密，对公司的物料配送，按时配料、按需配料，降低车间物料库存量的，降低呆滞物料的产生，改善车间7S具有深远的意义。

整个活动各位组员分工明确，参与度很高，每位组员对整个项目都做出了很大贡献，通过这个项目的开展，参与的各部门人员充分理解了物料配送流程，理解了精益生产对物料配送的要求，这个项目应该是本次生产部评审过程中，比较完善，效果最明显，对公司贡献较大的项目，后续如果对物料配送的标准化（把所有流程用SOP进行规范）做好，应该是一个范例性的成长小组。希望李峰同志继续努力，开展更多类似的项目和活动。

同时希望其他成长小组关注小组成员的参与度，充分调动小组成员的积极性，切切实实的以组员的成长为出发点，以改善项目为依托，把公司文化融入到小组活动开展中去，最终实现员工的个人的提升和公司的进步。

生产部 部长 黎定康

管理在线
成长小组

降低小标片被遮挡导致测试异常

◎ 质量管理部 马鹏鹏

课题介绍：

质量管理部马鹏鹏负责的《降低小标片被异物遮挡导致测试异常》课题，课题目标是要保证小标片无异物遮挡、保证测试效率稳定正常，让员工养成良好的工作习惯。通过七周的计划实施，小组设计了《点检记录表》，对每班两次/校准员不定时检查清理，现阶段测试改变小标片位置是否会影响测试效率。在组长反思中马鹏鹏感悟到：成长小组是一个打破常规，需要每位组员融入、团队协作的活动，我们需要括展知识面，加强最优流程的认识。

说到测试，就不得不说测试的主要元器件之一：测试小标片（moniter cell）。测试小标片作为测试环节必不可少的元器件，其作用更是不可忽视的。其主要作用是测试标准片，测试时通过标准光强照射下对比测试标准片面积与标片面积、光强等，所得电信号大小，测试时同时会测试moniter cell的温度，通过温度修正系数对比电池片温度，来保证测试的准确性。

既然测试小标片的作用如此重要，若其被遮挡势必会造成测试异常。在成长小组成立初期，组员就很轻率的说，那还不简单，只要保证测试小标片不被遮挡不就行了吗？这么简单的问题还需要成立成长小组吗？但在实际开展调查中发现每条测试机暗箱内多少都存在一些小碎片及颗粒粉尘，组员们都很奇怪，机台内为什么会有那么多异物呢？难道测试员看到异物都不直接清理吗？

带着这些问题小组进行了深入讨论和调查，经组员设备领班分析说："由于电池片自身原因、电池片测试应力、电池片掉粉、空气中的灰尘等均会造成小标片被遮挡，如果不及时清理，就会造成测试效率异常。"至于异物的清理问题，与各班校准员沟通了解到一个问题：光说没用，每次让测试员清理，测试员都不是特别情愿，不积极主动；与生产当班组长沟通，利用班前班后会进行宣导，执行效果不理想；利用邮件形式反馈至生产主管、领班处，要求其着重关注测试暗箱内的碎片问题，情况明显好转；但是随着时间推移，员工慢慢的又不重视了。我们小组人员都很头疼，都在思考问题点出在哪？最终经过小组全员讨论得到一个一致的结论，此问题说白了就是一个自觉的问题，一个人自觉了，不要说就能自己主动清理，若是不自觉就算盯着让他清理都没有用。组员夏荷花提议，增加小标片点检表，将此项工作纳入常规工作中，这样员工就不存在情不情愿之说，是工作职责需要，做不好就是不按照SOP操作。此想法一说，给我们眼前一亮的感觉，一致认为此方法可行，俗话说："没有规矩不成方圆。"增加此工作不是针对员工，而是希望员工能够重视质量，养成良好的工作习惯，能及时主动的清理碎片，保证测试的准确性，提高公司产品的质量。

虽然解决问题的办法找到了，但是每天的点检次数为多少才合适呢？却又成了大家头疼的问题，正常的设备点检每天两次，而测试生产点检需要多频次进行，但是设计的点检次数过多，员工就会嫌烦，就会为了工作而工作。于是就定为每班2次，期间校准员不定时进行检查，跟踪清理情况。通过此项改善，该问题得到明显改善。

成长小组充分体现了团队的重要性，在小组中每个人都能主动去思考，主动去融入这个集体，都能够围绕团队目标去努力。我们的课题的最终目标就是保证测试效率正常，从侧面烘托出质量的重要性，通过硬性要求规定员工执行某一项工作，看似上纲上线，很严格，但是我们希望员工从中养成好习惯，相信随着工作时间推移，没有点检表，大家也一定能够把工作做得更好。

领导寄语：

“降低小标片被遮挡导致测试异常”这一课题的选择非常符合公司实际要求，也显示出员工对工作的细致观察。在这个成长小组活动当中，组员目标明确，职责分工清晰，在问题的分析及措施制定过程中，组员积极主动，善于思考，为活动的顺利进行打下了良好的基础。该课题虽小，但是大家参与度很高，组员在整个过程中通过互相沟通、互相帮助，体现了团队的合作精神与对公司的负责态度。希望在后续的成长过程中注重细节，实验要多通过数据验证，确保课题的成功完成。

质量管理部 部长 黄国平

提高零散组件发货效率

◎ 计划物流部　李刘平

课题介绍：

计划物流部李刘平负责的《提高零散组件发货效率》课题，通过小组力量明确零散组件发货的流程及单据要求，明确零散组件发货时的出货标准，制定出货时发货人员的执行标准，避免多余的沟通。课题实施中，在零散组件发货过程中，尤其是B级组件的发货标准没有明确。针对这一现状，小组与质量、技术相关人员沟通，收集不符合出货标准的图片（制作标准）与营销、工程沟通可发标准，为最终制定标准文件，按照文件规范去备货打下基础。

在平时的零散组件发货中，无论是仓储、物流还是质量，总感觉过程不顺畅，总会磕磕碰碰遇到一些问题。因此本次成长小组我们选择了“提高零散组件发货效率”这个课题。

活动开展后，小组内的各位成员积极思考，踊跃发言，就成长课题展开讨论。仓储、物流、质量先就零散组件发货过程中，遇到的问题，困扰，提出了自己的看法：大家一致认为备货时间不充足，单据不符合要求。随后，针对本部门各相关文件制度进行梳理，我们再次规范发货流程，规定单据要求。课题继续深入开展下去，一个最核心的问题摆在大家面前，那就是零散组件，尤其是B级组件的出货标准是什么？我们发现，并没有哪份文件制度对此作出了说明解释。尽管我们收集了一批可供参考的图片作为出货时的判定依据，也得到了工程及营销、技术的认可，但是，没有一份规范的文件制度做支撑，总是觉得没那么靠谱。于是，再次召集小组中各部门主要骨干，针对如何编写文件规范展开讨论。最终会议决定，由计划物流部牵头，质量、营销和工程配合，由技术出具相应的出货标准规范。后续我们还会继续跟踪及协调该项规定的制定和发放过程，争取早日让制度落地，使我们的工作有据可依。

整个小组的活动开展，充分体现了我公司“五观”中团队观的理念。首先，确立共同我们小组的目标是什么，要解决的困难是什么。其次，小组内的各位成员充分表达自己的观点，无论他来自哪里，从事什么职位，大家互相尊重，积极沟通交流，理越辩越明，大家为了小组目标共同努力。

通过小组课题的开展，各小组成员不仅加深了彼此之间的了解，提升了各成员对小组的荣誉感。小组课题的不断深入进行，大家完成了一系列活动和任务，理清了问题所在，并能提出解决方法和改善建议，也使得每名成员更好的认识自己，提升自己。作为组长的我，在这个大家庭里，首先收获的是真挚的友谊，在11个人的互帮互助下，我学会了分享与分担，尽力领导和组织各项计划的有序进行，就个人而言也通过这个课题，提升了自己的工作能力。

领导寄语：

做好仓储管理、高效服务内、外部客户是计划物流部仓库和物流应尽的职责，因此计划物流部一直在设法努力提升仓储和物流服务质量。零散组件发货，尤其是B级组件的发货是计划物流部想努力提升服务的一项内容，同时对减少公司长期呆滞存货有十分重要意义，因此本次成长课题选题十分恰当和有意义。

此次课题实施整个过程中，各质量管理、营销、工程部门相应负责人积极讨论、沟通,相互配合，及时努力解决问题，充分的折射出我们员工团队观、服务观。

在实际工作中，大家合同反映“三个臭皮匠超过诸葛亮”，团队合作，将难处理的事有效处理好，平凡的事做的更好。

计划物流部 副部长 王毅

将勤奋敬业贯穿在工作的点滴中

——记无私奉献的基层设备人员龚雷

◎ 生产部 陈栋

他是一个平凡的设备人员。朴素的衣着打扮，平和的举手投足，亲切的音容笑貌，在普通平凡的工作岗位上做着不平凡的工作。他始终保持优良作风，在两年的设备维修工作中，默默的奉献。他就是设备管理部的龚雷。

两年前，我刚刚从电池一车间调入二车间，作为PE新工序长，脱离了老组长的帮扶，独立的开展工作。对工序长这一新的岗位充满了兴奋之情，并希望能够尽快的适应这个角色，为工序、为公司发展发挥贡献。面对未知的挑战、陌生的业务，可以说从零开始，面前一片迷茫，心中一团迷雾。这时，就是他，我工作上的设备指导老师--龚雷，对我伸出了热情的双手。

龚雷，28岁的他目前担任设备管理部电池设备工程师一职，戴着眼镜的他看上去就很斯文。他22岁就开始涉足光伏行业，先后在晶科、尚德等公司工作过，在过去的6里一直奋斗在设备维修的第一线。他一路默默的走来，在光伏行业的不断变革中从不停止进步的脚步，以至成为今日能独挡一面的设备管理人员，这与他的刻苦辛勤密不可分。从我来到二车间的这两年来看，他始终以满腔的热情和高度的工作责任感，任劳任怨、踏踏实实的工作。

龚雷一贯坚持对自己高标准高要求，脚踏实地，尽心尽责，主动、积极的做好每一项工作，认真履行自己的岗位职责。只要有时间一般都是在看设备类的书籍，他曾经开玩笑时跟我们说过：CT机里面的每个零件在哪、起什么作用、编号是多少我都知道。我当时就说你可以参加最强大脑了。他说这样对于以后的工作以及对设备分析报告都能起到很大的帮助。工作当中遇到的大小事他都能一一认真对待，把“勤奋敬业”四个字贯穿在工作的点点滴滴之中。

随着近两年来工作的不断深入，他也在不断的感染着身边的人。记得有一次PE工序的设备坏了，那时是晚上21：00左右，他一晚上不吃不喝忙到早上6：30，身边的员工也被他所打动，遇到问题没有一个人退缩。

也许，没有人能称为一颗璀璨的明珠，但可以做一束阳光，散发出一份光和热；也许没有人能成为明媚的春天，但可以做一滴春雨，滋润广阔的大地。而作为设备管理部的一名普通的工程师，龚雷就是这样一位愿意做一束阳光、一滴春雨、默默为行业的发展贡献自己的光和热的人。

成长 幸福 价值

——节能伙伴故事分享集锦

编者按：

上期我们节能文化大讲堂带来了《高速路上的两个故事》及《呼吸的力量》两个课程，本期我们将刊登综合管理部及人力资源部两个职能部门的价值及瓶颈分析！有想法的伙伴可以直接我们联系哟！

知行合一 价值驱动

主讲人：综合管理部 钱晶

一、综合管理部的核心价值点

Q：各位其他部门的伙伴们对综合管理部的期待，大家希望我们在哪些方面做出改善、做出什么样的成绩？

A：

夏颖：要让大家觉得贴心，无微不至，超乎客户的想象。

孙勇：保姆式服务、大内总管。

张琴：五星级酒店服务。

杨凯：管家式服务，但是也不是一味的服务，觉得应该是制度与服务并行，找到切合点。

杨小玉：回家的感觉，一方面是有家的感觉，一方面是自主地把公司当做自己家来对待。

翟金权：贴心、服务。

孙大勇：除了服务，应该还有行政的功能。

杨君祥：服务是基本，但是感觉不应该是一味的迎合客户，而是需要告诉客户哪些是需要的，哪些是不需要的，这样才是更好的管理和服务。

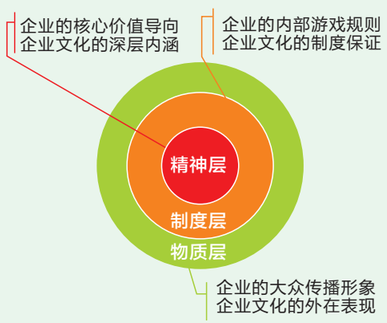
综合管理部核心价值点——成为公司可持续发展的基本驱动力。

这个价值点主要是围绕企业文化的落地效果而提炼的。

众多研究企业经营管理的学者一致认为：仅注重“硬”的方面，强调理性管理的时代已经过去；既注重“硬”的方面的管理、更注重“软”的方面的管理时代已经来临。这“软”的方面，便是企业文化！

任何企业都有文化，一个优秀的企业必定有优秀的企业文化。现在企业之间的竞争越来越表现为文化的竞争。

这里跟大家分享一个：企业文化同心圆模型



在有关企业文化的研究中，常常会用到图示的“企业文化同心圆”，它比较形象和深刻地演绎了企业文化精神层、制度层、物质层三个层面的系统性辩证关系。

精神文化是核心，是企业文化的内容实质；

制度文化是内在规则和保障；

物质文化是外在表现和形象。

一般而言，企业文化建设的物质层内容相对容易解决，制度层的工作明显难度较大，而核心层的构造和改变则最为不易。

接下来我用同心圆来分析一下阿里巴巴的文化：

9月10日那天，当我们一到阿里的门口，首先看到的是整洁规范的园区，从入口的管理开始就都很井然有序：入口必须有人接，参观的人员要佩戴统一的标识。

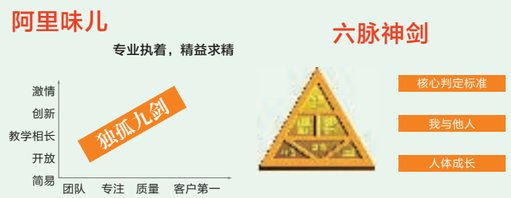
当天刚好是阿里16周年庆，园区沿路都是活动氛围的营造，每个细节里都给人精致的感觉。晚上音乐会的准备更是专业、细致，工作人员都非常的热心、周到，小到一瓶矿泉水上都有活动的宣传。

这都是物质层的东西，是阿里企业文化的外在表现，让我们一进去就能感受到浓浓的阿里味儿~

那阿里文化的制度层和核心精神层是什么呢？他们的大政委（总部的人力资源部经理）后来给我们做了介绍：

制度层——他们有严格的制度体系和绩效考核体系，关于企业价值观，有专门的考核系数，两次达不到就会被辞退。

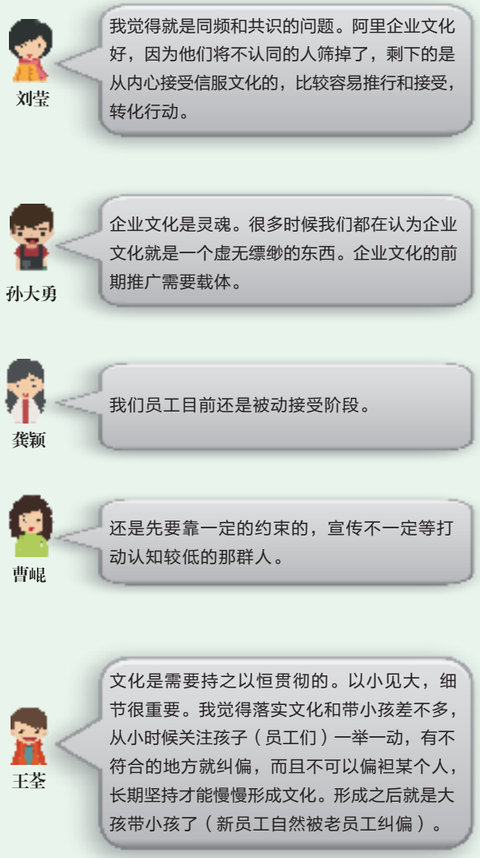
核心层——独孤九剑、六脉神剑

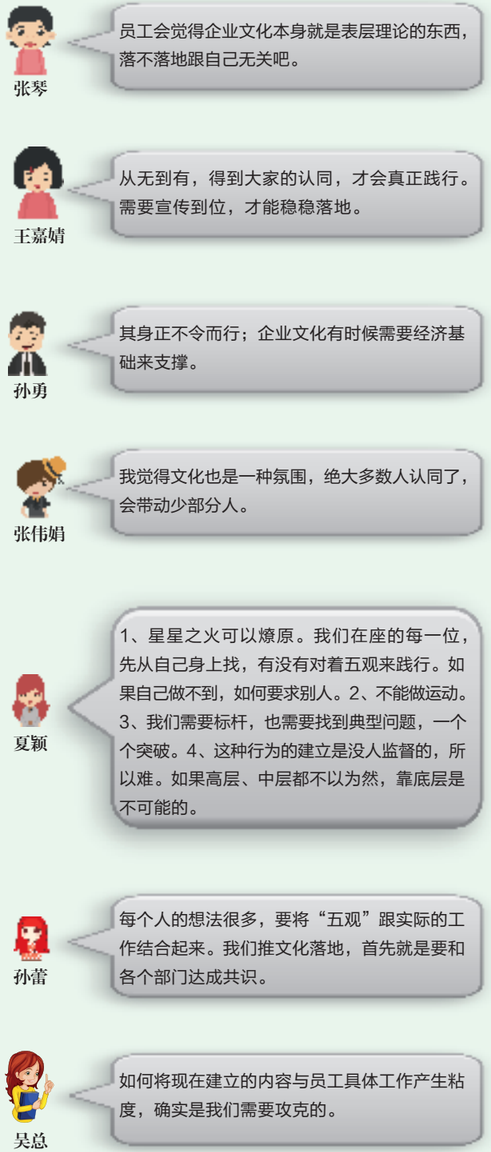


阿里味儿，给人最深的感受就是他们真正做到了知行合一，他们所有的员工都在用行动践行自己的企业文化。

二、部门的瓶颈

目前最大的瓶颈问题是_企业文化落地难！





在讨论中，大家对企业文化落地难的原因分析得比较透彻，总结下来企业文化落地难点主要是难内化、难实践、难长远。

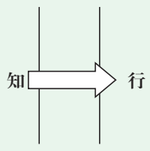
难内化。企业文化落地工作除了固化于制、外化于行、显化于物之外，更要转变观念，使之内化于心。这个紧靠宣传、活动是不够的，需要寻求员工自身与文化的契合点，寻找内生动力。

难实践。企业文化落地必须通过工作实践来实现，而企业文化理念与实际工作的结合是难点所在。一方面，领导层对企业文化建设要重视，将企业文化与业务工作结合起来；另一方面，企业文化落地执行中不可避免的会出现对原有工作方式、工作习惯的调整和转变，而习惯的转变往往需要一个过程，因此企业文化落地也会遇到这方面的障碍。

难长远。企业文化建设是一项系统工程，不能只注重企业文化落地的短期效果。大搞运动，当时氛围浓厚、轰轰烈烈，也能取得一定效果，但由于缺乏系统规划，后续工作跟不上，前期取得的一些成果就会逐渐淡化，久而久之，企业也失去了文化落地的信心和动力，文化落地难以为继。

因此，在接下来的企业文化落地过程中，需要各部门通力合作，寻求最有效的途径，让我们的文化“内化于心、固化于制、外化于形”，尽快生根发芽、开花结果。

现在，我们企业文化的核心层已经有了，行为层的要求也越来越清晰，接下来我们企业文化落地工作重点要做的就是去搭建“知行合一”的桥梁。



如何做到知行合一呢？

下面从“五观”里选取两个点，和大家一起分享两个案例：

1、制度观——“坚守执行”的案例：

这里讲一个发生我自己身上的事，算是个反面教材吧~

大家都知道，我们本来是要在9月21日换大食堂的承包商的，但是到现在没有换到位，这件事暴露出来的问题比较多，这里不细说，就说一个关于我们自身执行力的问题。

9月21日下午，因为承包商泛美乐没有兑现之前沟通的内容，所以我们联系了对方的项目经理，要求对方在17:30下班前给出明确答复，是否撤出大餐厅？结果到了17:30对方没有任何反馈，我们还是继续等，当晚对方最终未回复。

这件事给我反思是：执行力不高，责任在管理人员、在我自身。说了17:30，到了时间，我自己在往后退，并没有当即坚决执行提出的要求。

这样带来的影响有两个层面：一是给自己的员工传递的信息，二是给供应商传递的信息，会让他们觉得我们提的要求做不做得到无所谓。

所以在后面企业文化的落地过程中，我们一定要做到知行合一、坚守执行。

张琴

知行合一很重要，感觉也很难。

吴总

要达到知行合一，是需要每个人的定位很明确，自己知道自己的定位。

张伟娟

领导是员工的楷模，我们一定要让所有干部，特别是班组长认同我们的文化，做的知行合一。

2、人才观——“主动担当”的案例：

有个志愿者A，刘莹在要打电话提醒他来和交代一些注意事项，发现单子上他登记的号码竟然是空号。

刘莹根据排班查了他的班组，打电话给了他领班，结果领班休息班没有接电话。正好，刘莹发现我们有个志愿者叫尤浩，恰好和A是一个班组一个工序的。

就去问尤浩知道A的联系方式吗，尤浩很积极主动的说：我来帮你联系通知他。大约5分钟之后尤浩回信息给刘莹说通知他了，并把A的电话告诉刘莹。

这件事情的处理中，尤浩就表现出主动担当的精神。他完全可以给刘莹发个号码就行，但是他做到主动帮助别人解决难题，这就是一种敢于负责的态度，我们应该给他点个赞。

从这两个案例，大家也可以发现，其实我们的文化落地并不那么难，就是在平时一点一滴中坚持做好就行。

张琴

员工觉得五观要做很大很高尚的事情，其实不然。

可能刚开始员工觉得五观有距离感，是营造的氛围不够靠近他们的生活。咱们一起营造氛围，自我及部分先行动起来、带动起来，犹如尤浩般的事例，收集挖掘出来，树立典型、深入宣传，让人人在身边找到可参照学习的典型，是不是能靠近些了。

仇维尹

人力资源价值与瓶颈探讨

主讲人：人力资源部 孙大勇

一、导读

在这里，先和大家分享两个案例：

1、第一个案例就是几年前我在北京参加中人网组织的人力资源论坛上认识到一家国有地产公司的人事负责人，当时我们在探讨人力资源工作价值时，她就举了自己的例子，她所在公司人数不多，总共不到200人，她说他们公司90%以上的员工她都认识，而且和他们都比较熟，为什么呢？因为她除了本职工作之外，经常会利用周末、休息时间去家访，通过这种形式去了解、关心员工的生活，帮助他们解决问题。所以赢得了一个“知心大姐”的美誉，就是因为这种方式也带动了其他部门负责人与下属之间的关系，而且2年来竟未有一名员工主动离职。

Q: 大家通过这个案例能感悟到什么？

A:

张琴：她的工作很细致！
何蓓：了解员工，才能更好地管理！
张伟娟：平时关心员工，走进员工！
钱晶：用心做事！
吴总：贵在坚持用心、真心！
夏颖：做的很极致，让人觉得像家，有什么问题都能解决！
孙蕾：非常用心，而且贵在坚持！
郑建敏：人性，员工有归属感！
汤婷：让员工更有归属感！
仇维伊：用心换心！
刘莹：我觉得她肯定交流的时候也很真诚！
龚颖：选择合适的沟通方式，深入了解员工的需求，让员工有存在感很被尊重感！
王荃：营造大家庭氛围！
花玉婷：更全面的了解员工的想法和需求！
孙勇：员工与管理人员融为一体！
潘白黎：家文化！

2、第二个案例是现代管理学之父戴维·尤里奇所讲的真实案例，我在这里引用一下，就是25年前当他和建筑师一起建造他自己房子的时候，建筑师给他看图纸，发现自己的卧室在三楼，而三个孩子的卧室却在一楼。他表示不理解，就问建筑师孩子的卧室不是应该离父母的卧室近一点吗？而建筑师给他的答复就是，他已经跟他的孩子们了解过了，孩子们希望离父母的卧室远一点。按照常规思维，建筑师应该不会直接和他的孩子有任何联系，但是建造这座房子是为了让他们全家人满意。如果建筑师通过他的观点来了解孩子的心理，得出的答案是有误差的。正确的做法就是直接问他的孩子，这样既节省了人力成本，又能得到明确的结论。

Q：案例中的建筑师给我们带来什么启发？

A：

吴总：以客户为中心，而不是以重要客户为中心！
夏颖：感同身受，在处理问题时，找部门负责人和下面员工，常常想法不太一样！
龚颖：如果我是建筑师的话，我应该只会和付钱的人沟通需求，平时工作中我们也是与部门负责人沟通的比较多！
王荃：桥梁作用很明显！
岳晴：如果沟通的人太多的话可能没办法做出明确的决定，所以可能希望统一客户的意见！
刘莹：我觉得很多事情，回复，意见，问题搜集起来需要汇总分析，看看问题出在哪里，怎么样可以解决，好的方案是什么！
解玉雅：发掘真正的源头客户！

其实通过这两个案例，也引出了今天的话题就是关于人力资源价值和瓶颈的探讨，人力资源部门同样作为管理部门，并不直接产生经济价值，其只有通过帮助业务部门，为公司业务真正增色来实现自身价值的。所以这就要求我们去了解和读懂客户的真正需求。

二、人力资源在企业中的价值

（一）企业的价值

提到人力资源在企业中的价值，我们先来探讨一下企业的价值是什么？

我的理解就是企业的价值就是创造价值！用华为任正非所讲的一句话就是“只有客户成功，才有华为的成功”。

（二）关于分拆人力资源部言论的思考

企业的一切活动都是围绕创造价值展开，人力资源管理也是一样。如果我们不能创造价值，那我们真的可能离被分拆就不远了！

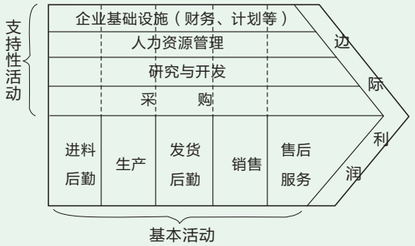
世界著名的管理咨询大师拉姆查兰提出过一个让很多人力资源管理人员震惊的观点，就是分拆人力资源部，或者用他的原话说：是时候和人力资源部说再见了。他认为现代企业人力资源管理中存在的问题和通病是——大多数HR埋头于事务性的工作，并不能将人力资源和商业需求结合起来，不了解关键决策是如何制定的。

Q：针对这个在人力资源管理者认为是疯子的言论，不知道大家有什么感想？

吴总：不同解决对人力资源的价值定位意义不一样，如果现在我们仅做事务性工作，本人比较认同他的观点；其实，现在所有管理部门都面对转型升级的问题；成长小组只是人力资源转型的一个切入点，但我相信会有更多的方式的！
何蓓：走进业务部门，成长小组现在做的就是这个价值创造！
潘白黎：事务性工作都是基础工作，仅有基础工作是不够的！
曹崐：仅是事务性工作，就算不分拆，也慢慢会被日渐智能的系统所代替的！
张伟娟：现在企业对人力资源的要求是运用人力资源专业知识帮助业务部门提升能力！
龚颖：能力不是问题，主要是用不用心做，我们要做的就是寻找好的方式激发大家的热情！

A：

（三）、人力资源在企业的作用和价值



图：波特价值链

通过波特价值链我们可以很清晰的知道人力资源管理在企业发展中是居于支持和辅助地位的，即通过帮助业务部门为企业创造效益来实现价值。

正如《基业长青》的作者吉姆.柯林斯说：别人都在问，“我如何才能成功”？而德鲁克却在问：我如何才能贡献？别人都在问：我怎么做才能使自己有价值？而德鲁克却在问：我如何做才能对别人有价值？

德鲁克之所以伟大，也许就在于他异于常人的思维，而且触及了问题的本质！作为人力资源管理者，我们需要经常反思自己，是不是每天都想着：如何成功？如何才能被公司重视？如何才能被部门经理重视？如何自己说了算？如何提高自己的地位？……但是我们是否曾经问过自己：我们为公司的客户、老板、直线经理、员工创造了什么价值呢？正如上面所说，这个是否为他们创造价值不是由人力资源部来评判，而是由受众者即公司、直线经理、员工评判！

提到人力资源的价值，就让我想到了原渣打银行（中国）有限公司人力资源总监金丽华女士做过的关于“HR之于企业究竟价值几何”的调查，她在经过几轮非正式的讨论、交流和调查之后，得到了如下的答案：

对内：

1.深入了解公司的业务模式和文化的积极推动者
2.熟知关键岗位的要求，组织内的设置，以及关键岗位人员的情况，下一步的计划
3.员工关系，减少或避免法律纠纷

对外：

1.了解行业内高端人才及变动情况
2.对外宣传雇主品牌，找到需要的人才
3.与政府及相关监管部门合作

我们都说人力资源管理很重要，这种重要我的理解是“业务部门的人力资源管理很重要”，未来我们人力资源的目标是：通过帮助业务部门提升人力资源管理水平为己任，将本应是业务部门的人事管理权还给业务部门，让他们成为公司人力资源活动的第一责任人。

只要想到组织或人的议题，就会想到找HR。

（四）现阶段公司人力资源部门价值探讨

为此，我们部门内部也一直在探讨人力资源的价值所在，经过反复讨论，我们首先达成了一致，那就是人力资源价值是通过提供专业化的服务（提供合适的人才管理解决方案）帮助客户解决问题来实现自身的价值。主要通过以下三点来阐述：

1、帮助公司提升市场竞争力

公司的可持续发展离不开人竞争力提升离不开人才，人力资源如何能根据公司发展要求及时招聘到公司所需的营销，财务高端人才以及研发，技术中端人才；如何通过帮助业务部门进行培训需求的调查分析，培训计划和课程的设置来提升员工的技能和文化认知；如何通过绩效指标的梳理及压力传递来引导部门，员工为目标奋斗；如何通过薪酬调研和分析，让薪酬与市场接轨，在同行业中，本地区内达到中上水平，吸引和留住关键人才。

2、帮助员工在公司平台的基础上实现个人价值

例如我们现在实行的成长小组活动，虽然我们是第一次运营这种活动，虽然还有很多瑕疵，但通过我们在成长小组实施过程中的辅导，与部门、小组负责人的沟通中，尤其是近期我们在做的成长小组阶段性成果展示来看，一方面我感觉到不仅我们人力资源部同事，尤其是伟娟、何蓓、张琴她们付出了很多，但也收获了很多,比如我们昨天上午质量部成长小组阶段展示结束后，刘巨祥、黄部回去后就给部门人员发了邮件重申了成长小组的作用；另一方面就是我们的员工，尤其是基层员工也在思考，虽然他们提出的课题有很多是聚焦

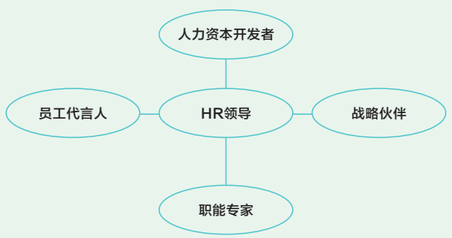
在一个现象上，而且这种现象在我们管理者认为是应该就这样做的，只是以前没有做好而已。但给我带来的思考就是虽然我们都认为是习以为常的，微不足道的，但为什么就不能有效的解决呢？我们通过实施成长小组，让员工自己主动去发现问题，解决问题，这样他们的参与度加强了，执行力自然而然的就提升了！（还有技能的提升，我记得质量管理部的一名员工戚洁敏，当伟娟问她PPT是不是她做的时候，她说是连夜和小组同事一起做的，而且是第一次做，其实这也是一种成长，虽然第一次做，但她也运用了图片展示，整个PPT的逻辑思路也比较清晰。）

3、人力资源业务专家

目前大家都谈到的业务部门对我们工作的配合度不高。一方面是会存在业务部门理念和思想的问题；另一方面我们也在反思，平时我们除了高效执行公司的规章制度外，是否真的去帮助业务部门分析和解决存在的人力资源管理问题。例如我们讲业务部门存在为了培训而培训，那我们是否对其培训分析，培训课程和计划的制定给予帮助和指导？我们讲业务部门对惩戒的抵触，那我们有没有在做事件调查和员工面谈时，帮助他们去分析发生的原因，与他们一起探讨下一步改进的计划，就是奖惩不是张贴了公告就结束，而是我们要看到改变和提升。当然，我们目前都在做，比如曹崐的每月一次的案例分享，就是选取一个有代表性的案例来展示给大家，我们应该提倡什么，反对什么！后续我们还需要与企业文化的五观要求紧密结合起来。我们存在的部门标准工时制的员工有加班超时现象，除了及时反馈外，我们主动预警，并与直线部门负责人沟通，配合他们做好人员安排。

以上是关于人力资源部的价值的一个探讨，当然我们这个探讨是一个长期性的工作，还需要我们在日常工作中不断思考。当然对于我们来说也存在很多的瓶颈，在谈到瓶颈之前，我们先看一张图片：

人力资源专业人员角色总结



这张图片很好的向我们展示了人力资源专业人员未来的角色定位，即“专业化”的从事“事务性”工作。通过对比可以看出，我们的瓶颈也是很明显的：

人力资源人员专业知识，业务水平，沟通方式的匮乏，业务部门的认同程度。

我们提交的解决方案是否是业务部门所需求的或者是否能真的有助于部门，员工提升。

还是来谈谈成长小组的事情，

如何实现由“事”为中心的管理向“人”为中心的管理转变。

解决一个“椅子文化”的问题，什么是椅子文化，就是我们管理人员一天8小时的上班时间可能会有70%-80%的时间是坐在自己的办公椅上去处理事情，沟通也仅仅是电话、邮件或者我们现在经常使用的而走出办公室的时间越来越少，长期下来，所谓的部门墙也就形成了。所以我们人力资源从业人员需要杜绝这种现象，我们的沟通方式第一选择就是面对面沟通，要多倾听业务部门、员工的想法，也将自己的意见传达给业务部门、员工，通过我们的行动能带动大家打破部门墙。

最后用一句总结：管理就是实践，其本质不在于“知”而在于“行”；其验证不在于"逻辑"而在于成果。

美丽的泗阳

◎ 生产部 董家喜

说起我的家乡泗阳，它虽不如大城市的繁华，但那有着迷人的风景它有着“世外桃谣、泗水古国、意杨之乡、运河新城、宜居家园”的美誉，有着“天桃千顷”，“翠柳万行”的美景。

它是一个生态风光迷人、文化底蕴深厚的地方。

清晨，当你窗帘，映入眼帘的是一棵棵高大挺立的树木。一股沁人心脾的花草清香扑鼻而来，时而会有清脆婉转的鸟鸣，一簇簇苍郁的绿叶烘托着一丛丛五颜六色的小花，让人心旷神怡。

在泗阳，最著名的就是美酒和杨树。拥有“意杨之乡”的泗阳有着几万亩的意杨生态林，所以家乡人民就立了意杨博物馆。在博物馆展览馆里有许多的意杨产品，让我们领略意杨产品的多种用途，感受意杨在我国生态环境建设和社会经济建设中所起的作用。在展览馆后有四棵意杨之王，它们年龄都有三十多岁了，站在下面望去密密麻麻的树枝交错着，给人无限的遐想。意杨博物馆的独特让我们难忘，而林中又让我们体会到回归自然的感觉。进入林中，沿着路一边走一边看风景，在路旁有绿绿的草坪；有清澈见底的古黄河；有茂盛的翠绿的小树；还有肥壮的牛羊。有雕塑栩栩如生古人治水的水车、土墙、人物、动物的雕塑；也有一大片一大片树林，像绿色的海洋。进入林子，那里的树木都很茂盛、高大，排的也很齐，像是在欢迎我们。头上的天空是 蓝的，周围的树木是绿的，脚下的土是松软的，这感觉好像和大自然融为一体。

说完了意杨我们再说美酒，洋河大曲是泗阳县的洋河酒厂所产，曾被列为中国的八大名酒之一，至今已有三百多年的历史。“甜、绵、软、净、香”是洋河大曲的特色。现洋河大曲的主要品种有洋河大曲（55度）、低度洋河大曲（38度）、洋河敦煌大曲和洋河敦煌普曲四个品种，当然洋河酒厂不仅产洋河大曲还产蓝色经典等系列的酒。

泗阳有着悠久的历史和文化的地方。泗阳的特产还有八集花生和膘鸡。

早在春秋时期，孔夫子由鲁赴吴讲学，路过今天八集这个地方，当地学子闻名挽留夫子讲授，学子们有的送干肉，有的送当地土产花生，孔夫子品尝花生后，连声赞道：“微乎此果，食可长生。”孔夫子走后，人们把他讲学的地方起名“学城”，建房立牌位，他夸赞的土产花生，取名“长生果”。八集乡土地大都属于砂质壤土，日夜温差大，生长出的花生壳薄，肉嫩，油量高，含油量高达40%-43%，富含钙、铁、镁、锌等微量元素。经过炒制，八集小花生具有白、香、甜、脆的特点，口感较好，堪称馈赠亲友的上品。

泗阳的特产膘鸡；相传明朝末年，清兵南下，时任明朝兵部尚书的史可法挥师北上，在桃源（今泗阳）、宿迁、淮阴以黄河为屏障筑起百里防线，史可法的指挥部就设在桃源县的崔镇。在数九寒天的一个早晨，厨师忙着杀鸡宰鹅，史可法感到奇怪“不冬不年的厨师忙活什么？”一问才知是为了自己的生日，不禁火起“大敌当前，不想着去打仗，还过什么生日”。便让卫士将鸡、鹅、猪蹄膀送往前线劳军。临走时，史可法吩咐厨师：“中午只许有一道菜。”厨师反复琢磨，用一块巴掌大小的肥肉，两个鸡蛋制出味道鲜美的膘鸡出来。后经历代厨师改进，膘鸡口味更加精进，形成现今这道风味独特的泗阳名菜。

茫茫绿海杨树林，风吹绿叶伴鸟唱，湖面听涣歌，远近高低几重音，行船看日出，蓝天碧水闪银光，英才辈出的热土，最美在泗阳，这就是我的家乡，这就是美丽的泗阳。

我有一个秘密花园，她仿如一个美人，不期然地走进我的生命里。当我在花园里劳作，闻着泥土的清香，望着满院悦目的色彩，我想：我与她之间，不止培育与欣赏……

我的秘密花园
——美人诞生记

◎ 营销部 朱杰

最初院子里养的只是一些诸如绿萝、吊兰之类的常绿易养植物。当时院子没完全弄好，加上家中宝宝刚出生，杂务实在太多。今年建好了院子，宝宝也一天天长大了，我买盆、买花、买土、买肥料，换盆，扦插，搭架子，忙得不亦乐乎。迷恋上花花草草，宛如在生命中又打开了一扇窗，生活充满了色彩，生活更加充实。啊！这种迷恋真是令人一发不可收拾。

最先迷恋的是月季。说起月季来，大家都觉得俗气，其实不然。花店的玫瑰，都是切花月季而已啦。真正的玫瑰，很香可以食用，但绝对不如想象中那般美观。迷上月季就基于喜欢花店玫瑰的原因，想给自己种一个玫瑰园。结果入坑后，一发不可收拾。不仅仅入了切花月季，还入了藤本月季，微型月季……藤本用来爬栏杆，微型月季在底部搭配，切花月季，每天开了剪下一支来插瓶，美美的心情从花儿开启。从小苗长到中苗，今天开几朵，明天开几朵，每天看着她们茁壮成长，好开心！预计到了明年春天，家里的小院更是花香满园。入了月季坑，非常自然地就进入了小铁坑。藤本皇后铁线莲，最美丽的植物之一。靓丽的颜色，多花的身姿，搭配上已经成形的月季，美的一片！种好小铁，想到他们跟月季缠绕在一起，交相呼应的样子，梦中都能笑出声来。接着转几圈，又来到肉肉坑。这个大家肯定比较熟悉了，肉肉萌萌可爱的样子，几乎每个办公室都会有几颗。不过她们虽然看起来小小的很可爱，但绝对是个超级大坑，价值上万元的肉肉，比比皆是！对此，我有时只能望洋兴叹、忍痛割爱。不过对于超爱她们的我来说，望着院子里平凡的肉肉们，我的心情仍是美美的。

玛格丽特王妃

奶油龙沙

肉肉

除了月季和小铁的貌美，除了肉肉的可爱，最最让人心动的，还有他们的名字。藤本月季大游行，最最霸气！穿行四五米，霸占小半个栏杆。夏洛特夫人、夏洛特先生、夏洛特，一家三口，各有千秋。真宙，是真的宇宙的意思吗？当然不是，是日本品种的音译。红色龙沙宝石，虽然没有大游行那么霸道，可是也跟龙一样的，独自占领半片栏杆。深粉色的大游行和正红色的龙沙宝石，在院子两侧的栏杆上，各自展示着优美的身姿，不时开些花，给对方打打招呼。奶油龙沙，是最有意思的月季了，花瓣跟奶油一样，让人看到就忍不住想来一口。让我比较惊奇的是马焦雷，开一个月不败，剪下插瓶，还可以插一个月！好神奇！亚伯拉罕达比，最最娇羞的花，开花图直接让我做微博头像了。铁线莲就更有意思了，我钟情皇帝，却没有被皇后吸引，想了想，皇帝不都喜欢妃子吗，就帮皇帝入了一堆美人陪伴，约瑟芬、克里斯巴天使、蜜蜂之恋、里昂村庄、小鸭、塞尚……统统一起来，哈哈，最不入景的，就是总统，总统和皇帝，哈哈，难道是想让君主立宪制和共和制并存？哈哈，不管了。随他们斗去吧。肉肉，我最喜欢的是佛珠，最便宜却最美貌。一串串的佛珠在吊盆里垂下来，像长发飘飘的女子，用手抚摸一下，百千情丝绕指柔，待我长发及腰，你来娶我可好？像待字闺中的女子，像气质已熟的妇人。

时光匆匆，花开花落，清晨、午后、阳光、雨天，看看身边的风景，静听花开的声音。繁忙中，抽出一点点时间来，坐在我的花园里，捧一杯咖啡，与美人相伴，给心灵一片静谧的栖息地。

常识普及：

月季在国内又称月月红，是指月月开花。国外统称玫瑰。黄晓明和baby婚礼使用的Ohara玫瑰和潮流之香玫瑰，也就是月季。下面简单的为几个典型品种做做介绍。（部分图片来源自花友，在此表示感谢）

红色龙沙宝石
藤月，异常强健的品种，多头群开，5米左右的长度，法国玫兰国际品种，淡香。

大游行
藤月，多头多季开放，株高6米左右，淡香，非常丰花，春天花量巨大。

粉色龙沙宝石
藤月，号称世界最美玫瑰，株高4米左右，多头群开。缺点是只在春天开一季，但是喜欢的人依然众多。

粉色龙沙宝石
藤月，大花，深黄色，株高会达到150厘米或者更高。多头多季开放。

杰夫汉密尔顿
灌木，多季多头强香品种。

莫奈
灌木，条纹复色，非常香，抗病性好。

阳光古董
灌木，花如其名，非常灿烂，长势慢，不勤花，非常香。

纽曼姐妹
灌木，漂亮强香，没有缺点。

原来那个可以改变命运的人，只有自己

——观《夏洛特烦恼》有感

◎ 综合管理部 孙蕾

最近，由闫非、彭大魔编导，开心麻花倾情演绎的一部名叫《夏洛特烦恼》的电影在大家的朋友圈里炒得热热闹闹，有的说笑点多，值得一看；有的说完全抄袭，没有多大意思……且不论笑点或者是不是抄袭，至少从自己的感受来说是有所得的，感受青春、追求爱情、敬畏生命、憧憬未来，可以称得上是鸡汤吧，看似无关乎心灵，看似恶搞好笑，可你总能从中找到现实的考量。

故事从夏洛参加学生时代暗恋的校花邱雅在酒店隆重举办的婚礼开始，昔日的同学意气风发事业有成，连邱雅也嫁做别人妻，事业感情失意的夏洛醉酒失控，大闹婚礼现场，刚巧夏洛妻子马冬梅找过来，借着酒疯，各种残忍的话语伤害着一个深爱自己的女人，甚至动手，更是惹得马冬梅现场发飙，要和他离婚。发泄过的夏洛在洗手间恍恍惚惚，在镜子里看到了去世多年的母亲，在母亲的呵护下进入梦乡，回到了校园，也开始了一段离奇又荒诞的冒险旅程。

重回校园的夏洛追到了暗恋的邱雅，让失望的母亲重展笑颜，成为知名炙手可热的音乐家，收获了爱情、荣誉、地位、金钱，却似乎又什么也没得到。最后竟然得了绝症，只有马冬梅一直不离不弃的陪伴他，照顾他。剧情在此峰回路转，夏洛醒了，心里也彻底清醒了，原来自己一直都拥有，只是自己一直都不愿意在意而已。

看完《夏洛特烦恼》思绪转了很多弯，也记不得太清楚电影哪里好看，哪里好笑，哪里想哭，印象最深刻的大抵就是羡慕夏洛这可以重新来过的机会吧！现实生活中的我们哪里会有夏洛的运气可以重走一回自己的人生呢，这也仅仅是一场梦而已。记得一篇影评里这样说：“多少人羡慕开了外挂的人生。但多少人不明白，就算开了外挂，你也过不好这一生。”就像电影里面夏洛最好的朋友大春一样，夏洛给他指了发财的道路，让他去买房子，但是大春还是分分钟在房价大涨前就卖掉了所有的房子，说要去租房子生活，所以只能住在40平米的小房子里。

我们都知道，现实的世界里，没有后悔药，更不会给任何人倒带重来的可能。而且就算人生逆转，还是会有许多的烦恼。夏洛梦醒回到现实，一直粘着妻子的画面也是毁了众人的三观，其实也只是他感受了现在的美好，全世界几乎只有夏洛这么幸运了。

我们，面对各种烦恼、各种困恼、各种挫折时，能做的也唯有改变自己，把握住现在所拥有的，踏踏实实地应对每一天，找到自己的乐趣，享受自己的人生之旅。

抽个时间，也去感受下夏洛他们的成长与烦恼吧！

创意，并不是靠单纯的天马行空的想象而得来的，而是靠学习，生活和工作的点滴累积和汇总，然后结合自己的灵感和社会的需求碰撞出的火花。而本文中探讨的是未来企业需要什么样的特性，打造什么样的文化，提供什么样的空间和资源，才能使这些“创意精英”聚集在一起，实现自身的社会价值。而所谓的“创意精英”，相比传统意义的知识工作者来说，是一个新的物种，他们不惧怕冒险，不被职位头衔或企业的组织的结构羁绊，他们很容易失去耐心，经常变换职位，他们具有多领域的能力，努力将自己的构想付诸实践，即使失败。作者围绕“赋能”这个核心词汇阐述了未来企业如何管理运作才能让这些“创意精英”发挥他们最大价值的一些观点，一篇不错的文章，有兴趣的读者可以浏览一下。

王冲
技术部
格言：永远年轻 永远热泪盈眶

赋能：创意时代的组织原则

◎ 摘自 阿里巴巴集团执行副总裁 曾鸣

未来的组织需要超越传统的公司运作方式。当信息文明全面取代工业文明的时候，公司，这个工业时代最重要的组织创新，也必须被超越。

然而，什么才是互联网时代的创新组织模式？未来的企业成功之道，是聚集一群聪明的创意精英（smart creative），营造合适的氛围和和支持环境，充分发挥他们的创造力，快速感知客户的需求，愉快的创造相应的产品和服务。这意味着组织的逻辑必须发生变化。传统的公司管理理念不适用于这群人，甚至适得其反。

虽然未来的组织会演变成什么样，现在还很难看清楚，但未来组织最重要的功能已经越来越清楚，那就是赋能，而不再是管理和激励。

工业时代最深刻的观察者彼得·德鲁克，把过去200年的组织创新总结为三次革命。第一次工业革命（industrial revolution），核心的机器取代体力，技术（technology）超越了技能（skills）。第二次是生产力革命（productivtiy revolution），大致从1880年到第二次世界大战，核心是以泰勒制为代表的科学管理的普及，工作被知识化，强调的是标准化、可度量等概念。公司这种新组织正是随着科学管理思想的发展而兴起。第三次是管理革命(management revolution），知识成为超越资本和劳动力的最重要生产要素。和体力劳动者相比，知识工作者是否努力工作很难被直接观察和测量，相应地，管理的中心转向激励，特别是动机的匹配（incentive alignment）。期权激励是这20年高科技企业大发展最主要的组织创新。沿着这个思路，我把我们正在面临的时代大变更称为第四次革命，即“创意革命”（creative revolution)。从互联网到移动互联网，再到物联网，从云计算到大数据，未来商业的一个基本特征已经非常清楚，那就是基于机器学习的人工智能将成为未来商业的基础。虽然对于人工智能的未来有很大的争议，特别是机器人是否能超越人脑，甚至是否会反人类，但一个基本的共识是，在可见的未来，机械性的、可重复的脑力劳动，甚至较为复杂的分析任务，都会被机器智能取代。这是德鲁克所说的知识经济的进一步发展。但人的直觉，对知识的综合升华能力，是机器暂时难以超越的。相对应的，未来社会最有价值的人是以创造力、洞察力、对客户的感知力为核心特征的。他们就是前面提到的“创意精英”。

而在创意革命时代，创意者最主要的驱动力是创造带来的成就感和社会价值，自激励是他们的特征。这个时候他们最需要的不是激励，而是赋能，也就是提供他们能更高效创造的环境和工具。以科层制为特征、以管理为核心的职能公司，面临着前所未有的挑战。

赋能的原则如何体现呢？

第一，激励偏向的是事成之后的利益分享，而赋能强调的是激起创意人的兴趣与动力，给予挑战。唯有发自内心的志趣，才能激发持续的创造。命令不适用于他们。因此，组织的职能不再是分配任务和监工，而更多的是让员工的专长、兴趣和客户的问题有更好的匹配，这往往要求更多的员工自主性、更高的流动性和更灵活的组织。我们甚至可以说，是员工使用了组织的公共服务，而不是公司雇佣了员工。两者的关系发生了颠倒。

第二，赋能比激励更依赖文化。文化才能让志同道合的人走到一起。创意精英再也不能用传统的方法去考核、激励，公司的文化氛围本身就是奖励。本质上他们都是自驱动、自组织的，对文化的认同非常的较真。为了享受适合自己的文化，创意精英愿意付出、拥护、共创。一个和他们的价值观、使命感吻合的文化才能让他们慕名而来，聚在一起，奋发进取，因而组织的核心职能将演变成文化与价值观的营造。

第三，激励聚焦在个人。而赋能特别强调组织本身的设计、人和人的互动。随着互联网的发展，组织内部人和人的联系也要更紧密。新兴学科，例如复杂网络和社会物理学的研究，都指出人和人之间的互动机制的设计对于组织的有效性可能远大于对于个体的激励。谷歌那些声名远扬的免费服务，不仅仅是提供给员工福利，提高员工的生产力，很大的一个目的是增加他们的互动。谷歌的餐厅等待时间基本控制在4分钟，正好可以让人简单的寒暄交流（大于4分钟就很可能拿出手机干自己的事了)。良苦用心，让人深思。创造是很难规划的。只有提供他们各自独立时无法得到的资源和环境(其中最重要的就是他们之间的充分互动），有更多自发碰撞的机会，才能创造更大的价值。谷歌AdWworks广告体系的突破就是5个员工在玩桌球的时候看到拉里·佩奇对广告质量的挑战，一个周末就把AdWworks广告体系的算法搭建完成。而且这5个人没有一个是广告部门的。这个传奇的背后依然是一系列配套的机制设计，例如每周员工大会的透明沟通、员工的自主权、跨部门调动资源的能力等。所以，促进协同的机制设计，这是未来组织创新最重要的领域。

德鲁克在他最后一本书《21世纪的管理挑战》中提到，其实预测未来的最好办法是参与创造。我相信，未来10年将出现比谷歌更让人兴奋的新型组织。让我们不辜负这个时代，全力以赴，共同创造赋能的组织。

11月份生日名单

工程部
魏　波
薛　康
朱　庆
邱　鹏
钱李静
周　璐
翟建军

技术部
王　冲
江志峰
高荣刚
金礼发
王丽婷
庞　伟
韩帅君
王升敏
林　飞
戴卫国

财务部
夏晨阳

人力资源部
汤婷

设备管理部
卜广来
解昊唯
田　峰
朱瑞秋
崔双喜
仲江平

生产部
陈小龙
刘　云
胡敏娟
谢　凯
曹文斌
王文军
何　委
吕宏宝
赵　盈
陈　胜
戴雨生
尚帮立
傅　纯
徐　萍
蔡　芸
王　芳
吕亚飞
宦　园
何　文
解　波
张芙蓉
王　敏
刘　庆
李　健
戴鹏毅

营销部
辛娇贝
夏孝丽
徐　惠

生产部
孔　璇
祁鑫涛
胡居明
王兴份
赵俊虹
唐军军
居　慧
王文豪
王建凤
解　雯
解　阳
仲　凯
吕　姣
高嘉威
胡建民
仲　凯
赵金凤
戴　军
陈　超
王　立
李　燕
宗　意
姚　佳
田景凤
王　航

安监部
纪杰

生产部
张福成
王竹林
陈香琴
吴　建
顾优群
陈　晨
王玲玲
何　妍
张仙娥
唐利莹
朱赵君
孟世云
孙康年
朱　伟
殷　晨
葛秀秀
严春萍
胡　牡
刘　滨
严　欢
陈冬芳
於国军
孙伟星
虞锁娣
朱健楠

计划物流部
朱　琰
胡　斌
严春英
李　靖
童竹立
赵已敏
王　毅

生产部
樊小丽
顾　超
王兴梅
贺　凡
颜文娟
何卫昌
童志伟
李　云
朱海斌
吴　斌
高　雅
王　军
严　刚
张桢辉
殷寒勤
叶　剑
张树洋
戴红云
卢　丽
纪　磊
何海雷
张龙凤
赵芙蓉

研发中心
高冠宇
王国军

采购部
殷杰

质量管理部
梁　艺
龚　静
印　欢
步敏利
田乐帆
翟颖茜
龚　霞
方世兵
徐晶晶
杨晨明
孙玉兰
张林红
朱　蓓
卢　旭
孙庞飞
商　凤
张　亮
陈耀东
陈　丽
郭玉东
周勇强
许　阳
甄伍元
陈　展
赵　伟
戚洁敏
戴　婷
尹　豪
戴　威
丁巧勤
吴　云
汤　璇
眭　玲
尹双双
刘巨祥
魏红丽
戴白琴
陈　伟

采购部齐力
的儿子齐致远

Q&A

本栏目编辑—毛建萍

1、您如何理解“节能文化使者”？
2、他最应该具备的企业文化特质应该是什么？

侯波
营销部副部长

1、节能文化使者就是节能宣传队，节能播种机。
2、企业文化特质就是传播节能理念，发扬节能精神。

周忠文
工程部部长

1、是公司企业文化的宣导者及执行者；是公司企业文化的标杆及榜样。
2、具备很强的影响力及感染力；极强的主观判断力及沟通交流能力。

范维涛
研发中心副主任

节能文化使者首先应该是了解并尊崇节能文化的人，其次需要具有较强的人格魅力，文化的传播不是单纯的喊口号，而是能够在工作、生活各个方面践行节能文化并展示于无形，潜移默化的影响着身边的人以他为学习标杆。

孙天军
采购部主管

节能文化使者是节能文化的执行者和传播者，植于心而正于行。
责任心、进取心、团结力、影响力。

王荃
信息主管

1、节能文化的传播者和缔造者。
2、积极性、进取性、开拓性、认同性。

夏颖
风控组主管

节能文化使者：对公司文化认同、理解到位，行动与认知保持一致的人
从自身对照文化执行，并且可以影响周边的人。

钱晶
综合管理部部长

1、符合公司企业文化核心价值观和“五观”基本理念的价值导向，带头在工作中践行我们的文化、传播我们的文化的每一名员工，都是我们的“节能文化使者”。
2、主动担当、知行合一。