



黑松林人

中国胶粘剂的绿洲有一片黑松林

主办：江苏黑松林粘合剂厂有限公司

追随红色足迹



2023年6月刊

总第四十四期

“北雁南松”企业文化交流研讨移师黑松林

《黄钟》创刊十周年座谈会在黑松林举行

心力管理12年后再次授课江西理工

黑松林获评泰兴市“诚信标杆单位”

悼念先生贾春峰

从春天出发 向幸福奋进

江苏黑松林粘合剂厂有限公司组织开展“2023年春游盐城”主题活动



2023年4月9日

牢牢把好高质量发展方向盘

刘鹏凯

今年5月9日,泰兴市委市政府召开全市工业经济高质量发展会议,要求锚定“泰州当标杆、苏中争第一”目标,紧紧抓住工业经济这个“牛鼻子”,把握“稳与进”“新与旧”“内与外”“政与企业”四组关系,坚定信心、政企同心,埋头苦干、创新实干,推动工业经济在新征程上再创辉煌、再攀高峰。

笔者作为一名创业老兵,深感高质量发展是企业筑牢根基、做大做强的不二选择。尤其是当下经济形势错综复杂,市场充满未知,企业更加要直面发展难题,围绕夯实“稳”的基础,增强“进”的动能,选择好方向,创新促转型,牢牢把握好高质量发展的方向盘。

江苏黑松林粘合剂厂有限公司是一家成立了37年的老厂,回首创业的历程,企业“过冬说”并非新鲜事。记得2001年3月,华为发展势头十分良好,任正非却在企业内刊上发表《华为的冬天》,警示公司上下同心,居安思危,小心互联网泡沫汹汹来袭。商海行路,不可能一帆风顺,总会出现各种不确定天气,难免遇到各式各样危机。经营企业都会遇到瓶颈期,要想在这非常时

期不被压垮,就必须发展。发展的路上不是靠说,而是靠做;不是心动,而是行动。

不久前,黑松林组织了全体党员与部分骨干,冒雨参观学习本地四家优秀企业,拓宽视野促提升,学习标杆找差距,沉浸式感受优秀企业的先进做法,探寻高质量发展的方法和路径,激励大家不安于现状,不陶醉于昨天,未雨绸缪,追问新形势下的管理、创新、开发和发展。尤其将向先进学习作为向上的基石,在新的赛道上锚定目标,增强突围意识、紧迫意识、责任意识,处变不惊,保持清醒,从看不见危机、害怕危机、回避危机,转变为把危机转化为动力,转化为新机遇、新内驱力、新增长点、新生产力。

山鹰不怕峰峦陡,好马崖前不低头。正如一年有四季,经济发展有周期,繁荣、衰退、萧条、复苏,如此往复。世间万物,迂回曲折。冬去春来,生生不息。只要坚定信心、保持定力,把好发展方向盘,提振“四敢”精气神,磨练发展真功夫,走稳闯关突围棋,我们就一定能迎来胜利。

转自2023年5月19日《泰兴日报》



刊首语

01

牢牢把好高质量发展方向盘/刘鹏凯



特别报道

04

《黑松林与心力管理》选载之六：

夯实心力管理的基础



新闻动态

16

北雁南松交流文化 铸魂赋能激发力量

“北雁南松”企业文化交流研讨移师黑松林

“北雁南松”模式激发更多效应

中国企业文化研究会与黄桥商联办企业文化论坛

黄钟悠扬 文学芬芳

《黄钟》创刊十周年座谈会在黑松林举行

中国化工作家协会召开四届五次理事会

黑松林董事长刘鹏凯主持会议

《中国化工报》调研黑松林

泰州市社科联验收黑松林社科普及基地创建工作

心力管理 12年后再次授课江西理工

调研管理之道 挖掘管理案例

上海大学悉尼工商学院老师调研黑松林

黑松林通过管理体系换证审核

黑松林参加石化行业文化建设示范单位复审会

黑松林邀请黄桥镇专职消防队指导开展消防应急演练

黑松林负责人参加泰兴高质量发展培训

黑松林获评泰兴市“诚信标杆单位”

我的岗位我做主 岗位安全我负责

黑松林启动2023年“安全生产月”活动

感受标杆找差距 拓宽视野促提升

——黑松林党支部组织党员、骨干参观学习四家本地标杆企业侧记



市场观察

28

第八届中国国际粘接技术大会在京顺利召开

目录

汉高胶粘剂部亚太地区销售额第一季度低于去年水平
江苏省推进危险化学品安全分级管控
山东省市场监督管理局公布抽查胶粘剂产品结果
国产“光刻胶”机遇已至“卡脖子”即将成为过去

黑松林学苑 31

百年变局下企业战略管理的创新/李寿生
管理也是硬道理/宋志平
精细化管理:抓大、放小、管细/署管理
磨练出让公司介绍发光的3分钟
——品读邢小兰新作《3分钟,让公司介绍发光》/陈步峰

黑松林管理 44

画说管理:感谢竞争/文:刘鹏凯 图:何兵
情感营销/文:刘鹏凯 图:何兵
一束车灯的光/张德 刘鹏凯
一指宽/张德 刘鹏凯

林外之声 48

幸福的源泉
——漫谈《黑松林与心力管理》/蒋德均
经营文字 管理快乐/蒋子龙
霸王之所始也,以人为本/严勇

黑松林史话 57

超级全才丁西林/别江云
泰兴古镇 黄桥领衔/周新天

黑松林文苑 62

悼念先生贾春峰/刘鹏凯
从春天出发 向美好奋进
——黑松林“2023年春游盐城”侧记/林海



主 办
江苏黑松林粘合剂厂有限公司

总策划

刘鹏凯

编委(按姓氏笔划排名)

丁永柏 吕建兰

胡 宏 殷 萍

刊头题字

陈仲明

主 编

刘 决

副主编

胡 宏 高克勤

编 辑

陈 阳 朱志蓓

车 黎 周 圆

设 计

褚海峰

编辑部地址:江苏省泰兴市黄桥镇
永丰桥中路165号

电 话:0523—87211802

传 真:0523—87217446

投稿邮箱:hhxj2500@163.com

邮 编:225411

准印证号

苏出准印(2012)字JSE-1004107

内部资料 免费赠阅

本刊电子版同步发行于

碧虚网 heisonglin.bixu.me

黑松林官网 www.heisonglin.com.cn



敬请关注
黑松林粘合剂公众号

《黑松林与心力管理》由南开大学王学秀教授领衔编著,上海文艺出版社出版发行,是黄桥历史文化研究会2019-2029十年规划课题。它系统回顾了黑松林的创业历程,阐述了心力管理的诞生土壤,整理和挖掘了心力管理的文化内涵。《黑松林人》内刊对该书进行选载,敬请指正!

黑松林与心力管理

第四章 夯实心力管理的基础

(上接43期)

三、任何产品都会过期,为用户的服务不应该过期

一年的春节前,黑松林收到来自江都大桥一家木具厂的来信,信中反映他们在清查仓库时,发现两桶40公斤装、已过保质期的木工乳胶,于是抱着试试看的态度询问能否调换。黑松林人二话没说,当即由副厂长亲自带上两桶刚生产的木工乳胶换回了过期产品。在为用户服务方面,黑松林秉持的理念是:“任何产品都会过期,可为用户的服务不应该过期。”

汤姆·彼得斯和罗伯特·沃特曼在《追求卓越》中讲到美国最棒的汽车销售员吉拉德,他在总结自己的销售经验时表示:“有一件事许多销售员都做不到,但是我做到了,那就是我坚信销售其实是始于售后,而不是售前……顾客还没有走出大门,我儿子就已经写好感谢惠顾的卡片了。”“我每个月寄出的卡片超过13000张。”

黑松林的做法,与吉拉德有异曲同工之妙。为用户换了两桶过期胶,真正换来的一定不仅仅是过期的产品,而是企业的商誉,并借此拴住了客户的

心。他们相信,一个企业只要全身心地投入到为用户的服务中去,“上帝”总会有所报答。相反,如果你对“上帝”不敬,就会丢掉商誉、自酿苦酒。纵观世界范围内企业发展的历史,许多企业就是这样或出于无知、或出于肤浅、或因为傲慢、或因为组织僵化,而导致声名扫地,自毁长城。这样的企业,岂能持续成长?所以,就像亚马逊一样,黑松林追求的不是自营业务短期收入或利润的最大化,而是与客户建立长期的信任关系。

“商誉是金,诚信为本”。这是黑松林文化营销、服务用户的底色。

有一个“晋商卖面”的故事,说的是包头有家通和粮店,这家粮店经营的粮油米面,货真价实,很受老百姓欢迎。而每到过年的时候,通和店都要作一次“假”。平时,店里卖的白面是针对不同消费层次分几个等级出售的,有钱的人可以买上等白面,穷人则买普通面。而每到过年,通和店却将上等白面掺在普通面里,按普通面价售给穷人。虽说少挣了钱,但却在穷人中树立了自己的形象,赢得了众穷人的口碑,这种广积善缘的“菩萨心肠”使生意越做越红火。

刘鹏凯是从母亲口中听得这个故

事。从创业初期,刘鹏凯就常对员工说:“我们虽然是个小厂,但我们一定要坚持诚信无欺的原则,决不能被人家小看,决不能当奸商。”几年前,黑松林接到南京一位客户的电话,说用黑松林牌强力胶粘贴防火板时出现起泡、脱落现象,影响了施工质量。接到此信息,黑松林立即派技术人员赶到现场检验余胶。最后确认,所谓“质量问题”,其实是由于客户使用不当造成的。为了对客户负责,技术人员随即在现场操作演示,传授使用要



诀,客户连连道谢。受这件事情的启发,为了解决“客户使用不当”这一通病,黑松林还为此专门编写了《胶粘剂使用手册》,随每箱产品附赠客户,让消费者清清楚楚操作、明明白白消费,减少了因使用不当造成的损失。

多年前,西安一家铸造厂从邮局汇来14元钱,购买黑松林公司一套铸工胶,用于新工艺。一套铸工胶14元钱,邮费却要15元。刘鹏凯回忆,这笔生意确是“赔了夫人又折兵”,但他们还是做了,而且还附上产品说明书、检测报告等相关资料。“只要你把诚信当成信仰和责任,你就赢得了人心,赢得了客户的信赖和支持,无穷的财富就会滚滚而来。”

“商誉是金”的核心是产品的质量,质量是企业通向成功的通行证,这是大家皆知的道理。然而,在质量管理中有时会因为仅仅一毫一丝的差错,结果与预期相差千里。

多年前的一件小事,令刘鹏凯终身难忘。当时工厂刚刚投产了墙纸胶,一进入市场就前途光明。一天下午,快要下班了,砖头般的大哥大突然响起,安徽的客户詹老板来电话:“刘总啊,你们前天送来的300箱墙纸胶存在质量问题,瓶中居然还有化纤丝……”电话那边带着火药味的话语,让刘鹏凯感觉仿佛一盆冷水从在浇到脚后跟,像一尊泥菩萨呆坐在椅子上。“连夜出发,将不合格的产品换回来!”刘鹏凯突然从椅子上蹦起来,自言自语。第二天一大早,刚刚开店门的詹老板突然看见刘鹏凯出现在他面前。“给你赔礼道歉,换货来了。”仔细探究之下,原来,造成质量问题的原因,是灌装过程中不小心将一根化纤丝带进了瓶中。看到刘鹏凯一脸倦容,一个电话就将亲自连夜来换货,詹老板为他的精神折服,不但没有退货,而且连随车带去的300箱货也全部留下。



胡赛雄在《华为增长法》中记述了一个故事,和黑松林的故事十分相像:一天晚上,一个客户的设备突然出现故障,造成业务大面积中断。区域主管赶紧调集区域最好的资源,快速排除故障。业务恢复后,该主管越想越觉得这件事对客户的影响、对后续市场开拓的影响实在太,应该想办法尽快弥补。于是,他紧急决定,要求所有骨干连夜赶到故障所在地,通宵召开现场工作会,分析原因,制定预案,防止类似情况再次发生,最后形成一份详尽的故障分析与改进报告。做完以上工作后,又一大早顶着鹅毛大雪来到客户总部,当面向客户道歉并做专题汇报。客户见他们工作做得如此充分,再一看他们个个疲惫、真诚和歉疚的神情,非但没有责难他们,反而积极肯定了他们的态度和敬业精神,并当场表达了进一步深度合作的意愿。

下面的这个故事,同样凸显了黑松林“与质量较真儿”、不让不合格的产品和包装走出黑松林大门的精神:

一年冬天,黑松林在赶一批5万瓶的外贸公司预定货物,这天,刘鹏凯正在办公室忙碌,门忽然被推开,协作单位的

姚老板走进来,报告了一个坏消息:“这次外贸产品瓶体上要印刷的商标图形,由于突然降温,油墨没干透就送来灌装装箱,现在图形模糊,5万多只塑料瓶中不知有多少需要重新印刷!”刘鹏凯的头“嗡”地一下大了,因为刚刚才和外贸公司确定,后天装箱出货!刘鹏凯扔下手头工作直奔车间。“还愣在这儿干什么?全部拆箱检验!宁拆一千,不错一瓶!36小时必须完成,不然我毙了你!”拿着面目全非的瓶子,刘鹏凯冲车间主任小丁下了军令状。刘鹏凯这重磅炸弹算是扔下了,工人们可就辛苦了。他们不分昼夜地将5万多瓶子全部拆箱检验,杜绝了次品出厂,免除了一场质量事故,又一次赢得了合作伙伴的信赖。

刘鹏凯事后回忆说:人靠衣装马靠鞍,包装关系到企业的形象。一个小小的包装瓶,由于天气变化造成表面干燥不透,引发了一场抢时间争速度的质量保卫战。这么大的工作量,这么短的时间,在正常情况下是难以想象的,只能背水一战。经过全体员工的共同努力,奇迹出现了!

在坚守诚信经营之上,怎样在保证

特别报道

TEBIEBAODAO

产品质量前提下与用户建立信任、增强用户的粘性和忠诚度,与用户建立持久的关系,是刘鹏凯在经营中积极思考和实践的又一重要方向。

随着社会的进步和企业间竞争的日益激烈,企业实践中的“人性化经营”正在走近我们。所谓“人性化经营”,就是指企业要跳出狭隘的产品销售思维乃至市场开拓思维,改变营销观念,树立全新的营销理念,透过产品和服务的表面去发现和挖掘更深的蕴意,在卖产品的同时,通过周到的服务“购买”客户的忠诚,只有这样,企业才能在为客户创造价值的同时,实现自身的价值。

从企业实践看,“人性化经营”的核心,是情感营销与情感服务。刘鹏凯说,现代心理学研究认为,情感因素是人们接受信息渠道、打开与外界沟通、建立持续关系的“阀门”。给予情感展开的营销与服务,自然需要从客户的情感注入入手。因此,情感营销从消费者的情感需求和积累出发,目的是通过营销活动和持续深度的交流,激发客户的对产品与服务乃至企业的情感联系,引导他们逐步产生心灵上的共鸣。情感营销的核心,是通过相关活动达成与客户感情上

的联系与满足感,从而使其产生对产品 and 公司的心理认同。相关研究表明,情感营销能够用情感互动,让企业的产品与服务获得口碑和声誉,继而赢得更多忠诚度,让品牌有了更高的业务价值。在情感营销和服务中,对于客户来说,产品和服务都是外在的,而来自情感营销所产生的真实情感体验是内在的,而情感服务则是在情感营销之后,再次强化个人在情绪和知识上的认知,会得到一种完全不同与一般商业活动的体验。

创业以来,在心力管理理论指导下,黑松林十分注重建立并不断完善客户档案,借此深入开展情感营销。比如,每个客户的生日总有专人负责,能够当面祝贺的,一定要见面。即使是千里之外的客户,因为交通不便,黑松林也要寄上一束礼仪鲜花或者一份生日蛋糕,以表达黑松林人的祝福。这样的活动,已成为黑松林情感营销的规范动作。假如偶尔有忽,责任人就要“负荆请罪”,除了补上心意,自己还要掏腰包买上一份小纪念品以示歉意。

一年春节前的一周,刘鹏凯启程去安徽拜访客户,没想到一场纷纷扬扬的大雪阻断了道路,被迫中途折回。人虽

回到公司,刘鹏凯心里总不踏实,觉得欠了人情债。尽管说起来,这几个客户的销售额对公司来说不是太大,可年终返利拜年是惯例,生意人很看重这些细节。想到每年此时自己出现在客户门口时,他们的那种期盼和热情,刘鹏凯决意雪停之后再出发,这个早年一定要拜。转天,看到刘鹏凯顶风冒雪来拜年,客户非常感动,拉着他的手动情地说:“春节后你一定来谈谈心,明年我要买车送货,销量争取给你们翻一番!”

刘鹏凯常和客户喝酒,他说:“人们总是喜欢与尊重别人的人、平易近人的人交往。先交朋友,再做生意。借酒助兴沟通,不就生意谈生意,理解客户的感情信息、心理需求,超越纯粹的买卖关系,抛却利益因素,让客户感受你这个人的价值,取得客户信任,实实在在把客户当成生活中不可或缺的知心朋友,彼此倾吐肺腑之言,站在对方的角度思考问题,互相体贴爱护,那么朋友交成了,生意自然水到渠成,合作伙伴关系就会稳固长久。”

感情是个微妙的东西。客户生日送蛋糕和鲜花,顶风冒雪去拜年,是黑松林细微之处的投入,是企业向客户表示的情意、心意和谢意,是用细节去“俘虏”客户。送一份生日礼物看似无声,其实是有声的,这个声音就响彻在客户的心里。这种从关注细节开始,用情感搓合,以爱心铺势,用温情渲染,意义深远,会给本来就心情愉悦的客户增添几份喜气,实现企业与客户的心灵零距离。

所以,企业赢得了客户,就能实现双赢。赢得客户,关键要注重与客户建立良好持久的亲和关系,有了这层亲和关系,才能与客户建立长久的利益共同体。客户接受了你的企业、品牌和服务,就会对企业产生厚爱和信赖,这才是最成功的营销。



刘鹏凯经常说,当企业向客户销售产品时,最大的挑战不仅仅是销售一种好产品,而是提供周到的服务。只有当你怀着一颗真诚的心去倾听客户的心声,调动客户的情绪,让客户在不知不觉中对企业 and 产品产生情感,客户才会同样以真诚的心对待你,和你做生意,并长期合作下去。再好的商业策略和管理模式,都要靠市场和你的真情服务来检验,客户用真金白银“投票”,告诉你这家公司在行业中的影响力和地位。

随着国家启动对“小化工”的安全整顿行动,黑松林生产的高固含水胶生意上了门。一些先天不足的小企业,壮士断臂,借锅煮饭,用减法生产,排除危险源,同时发挥自身原有的销售优势,用乘法扩大市场求生存,求发展。

一天,“捷足先登”的王老板和黑松林签下加工合作协议“大单”后,向刘鹏凯提出要到生产线看看。

来到车间,刘鹏凯陪他从四楼的溶解看到三楼的聚合,再走到二楼的复合,王老板赞不绝口,“正规军毕竟是正规军,设备、工艺流程布局得真好!”刘鹏凯笑笑,“科学发展,一切按规矩走。”

不知不觉,两人来到一楼,王老板对工厂的灌装机看得出神。“‘咔嚓’一声,一个小包装就搞定了。刘总,你们这机器哪儿买的?真方便!”

“这是我们买回来自己改装的。”

“我们工厂规模小,还在打人海战役,还全部用手工灌装呢!”

“喔,喔……”刘鹏凯随声附和。

“刘总能不能帮我们搞一台?”王老板铺陈了半天,突然话题一转,直接向刘鹏凯提出了他想得到的东西。

“哈哈……没关系,做了亲,合了心,我送一台灌装机给你!”“真的!”“说话当钱用!”刘鹏凯毫不犹豫。“谢谢,刘总,明天我回去就把一季度的订金先汇给



你!”

刘鹏凯说,情感营销是我们面对的新课题。营销管理加入感性不仅是为了因应市场变化,也更是因应人性的需要。当下,市场的风向标已经转变,战火早已燃烧到人性、品味、特色、创新等软性因素。同质化、低价格的恶性竞争显然是一条死胡同,竞合双赢才是正道。一个现代经营者要找准自己的航向,从情感出发站到合作伙伴的角度去做事做人,联手,联心,联合,从卖产品到求索客户心智,与客户互动互助互利,获得客户心,才会迎来发展企业的四季阳光。

为了更好地服务客户,黑松林在营销管理过程中坚持认识深化、责任强化、措施硬化、考核量化,不断围绕新任务、新目标,提出新要求、新标准,刘鹏凯在黑松林营销过程中开展“三全管理”:第一,销售全过程严管理,坚持产品硬销售,资金硬回笼,不欠款,不赊款。同时推行有责任的借还买卖制,抓住大户,巩固基地,兼顾一般,做到日结日清、月结月清,笔笔清,不打“和牌”。第二,销售人员全过程总负责,从洽谈业务到签订合同,从签字发运到资金回笼,经办人一

竿子到底负全责。第三,销售前、中、后全过程服务,从技术咨询到上门服务,从品种需求到质量要求,从服务时间到信誉形象,各负其责,各司其职,头头抓,抓头头。

为了使营销人员适应各地不同的市场要求,同时也为在销售人员工作变动时不致影响企业的销售市场,刘鹏凯决定,销售人员三年调整一次销售地域。此外,为了帮助员工养成自我管理的好习惯,黑松林专门设计的营销工作日记本,每本31页,每天1页,记完本正好一个月时间。日记本扉页上印有“企业精神”和“六倡六戒”自律语。日记内容列有时间、地点、天气情况,分走访客户、销售品种、资金回笼、市场调查、当月分析等栏目。记录的内容从出差申报、跟踪督查到结算费用、考核奖惩,样样俱全。营销工作日记本,恰似一根拴在公司手中的风筝线,不管风筝放得多高多远,总能控制得住。

在黑松林,客户价值排序第一。访谈中,刘鹏凯讲了一个故事来说明这个道理:一次,货车司机小吴在装车时,看到客户车辆装满车要出厂,赶紧发动自己的车,要给客户的车腾开出厂的路。没想到操作过急,自己车上的胶桶掉到地上,里面的胶也撒出来一点。刘鹏凯知道这件事后,没有像其他事情那样罚款,而是善意地批评和提醒小吴:为客户着想是对的,但草率行事需要多加注意。

“坚守长期主义理念,产品质量好、价格有竞争力,尤其是服务品质高,同时在这三方面持续提升,这是心力管理在营销方面的表现,也是黑松林持续稳健发展的基石。”公司副总经理殷萍在访谈时说。

四、精益管理:把小事做好,把细节做亮

黄桥历史文化研究会的网站上,有



一篇研究会理事丁正祺先生的文章“岁月沧桑说西街”，其中酱园店为例，把黄桥人做生意的细致、周全和耐心描述得活灵活现：

酱园的交易额最小，交易量最大，每笔通常在一至五分钱之间。那时的人，因为钱难寻，都很节俭，打酱油或买咸小菜，只买一顿的量。哪怕烧炸豆腐、做皮卷的生意人，也是用一顿买一次酱油，绝不买富余的。虽然交易额小，营业员的精神压力却不小。小孩来买一分钱萝卜干，营业员从坛中扒出几块，放到巴掌大的干荷叶上交到小孩手中，还要关照小孩拿紧点一脚到家，生怕小孩路上吃了，大人来说讹话。有人买一分钱豆瓣酱，要饶点大椒；有人打二分钱酱油，饶点麻油，营业员都照办。还有人玩滑稽，先打了麻油，走到门口又回来说打错了，家中叫打的酱油，营业员只好把碗中麻油倒掉打进酱油，沾在碗壁的麻油浮到了酱油上，麻油酱油两样都有了。营业员虽心知肚明，却只能说下次不要弄错了，还不能责怪顾客。宁可受顾客脸色，也不能把脸色给顾客受，这是过去生意人没有明文规定的准则，谁违犯了这条准则，

会被讥为“不是生意人”而遭人“啞叭”，比打在脸上难受。

在黑松林，类似细致、周全的故事也时有发生，产品第一次走出国门的故事，就十分经典。当时，国外某公司发来的第一张外贸订单：50桶环保型装饰。这对年产3万吨专用胶的专业工厂来说，似乎是一碟小菜，但因为是“大姑娘上轿——头一回”，所以大家还是有点诚惶诚恐。

产品刚刚出来，蓝眼睛、高鼻子的外方技术人员就来到厂里，对生产全过程进行跟踪审定。对方的技术总监拜格先生认真地对生产工艺及主要原料进行了封样检测。之后召开的碰头会上，拜格先生充分肯定了产品的程序管理、封样、外观等，然后摸着络腮胡子说：“通过对贵厂的实地考察及对样胶的测试，今天又通过对产品的审查，我建议，现在就灌装让我们带走！”

“不行！”黑松林总质检小朱抢篮板似地接过头。

“为什么？不都好了吗？”拜格先生一脸不解的神态，抬起头看着小朱。

“拜格先生，产品虽然已经加工结

束，粘度、固含几个指标也检测过关，但它的剥离强度检测需要固化48小时后才能出结果，没有检测结果的产品，我们是不会开通知单灌装的。”小朱认真地解释。

“OK，OK！这是第二批订单，5000桶！”拜格先生递上一张订单。

孟凡驰教授评价黑松林企业文化时说，大事必做于细，管理必成于精，形之力源于心之力，心力聚于文化价值。我们理解，孟老师说的，就是由50桶到5000桶这样的“奇迹”。

对此，刘鹏凯感慨说，经营的路上有许多馅饼，也有许多陷阱，关键看自己如何把握。其实，国外公司的慎重和严谨正是我们的短板。我们有一些企业往往缺少的就是这种始终如一的心态，心存侥幸，贪大求多，鼠目寸光，虎头蛇尾，只想着一口吃成个胖子，到头来得了浮肿病，走不了几步就喘粗气、淌虚汗。一家国外大公司，在960万平方公里的土地上，从上千家生产同类产品的工厂中选中了你，是巧合？是缘分？是考验？是信任？在黑松林看来，其实更多的是产品的质量及认真、精细执著，再加上良好的心态打动了对方。50桶是笔小买卖，但黑松林是以一种谨慎、认真的态度，看重质量胜过数量，把这第一张订单作为一张试卷，用始终如一的心态接受测试和考验。

当然，黑松林这种对产品的精益求精的态度和行为，也并不是天生的，而是来自实践中教训。

建厂初期的1992年，黑松林用集装箱向东北发了20多吨强力胶。后来客户反映，通过检验发现，胶的粘度低且有沉淀现象，要拒收这批强力胶。这一退回使黑松林损失了近10万元。面对失败，黑松林人没有气馁，而是积极寻找失败原因。通过分析发现，原来是生产中

使用的填料牌号不对,导致胶液出现沉淀;同时,工厂当时缺少检测粘度的仪器,产品灌装前只是凭经验和感觉,用目测法检验,这样的做法,产品不出现质量问题才怪!于是,黑松林人投入了十多万元,建起了理化试验室,改变了原来凭经验检验的“大框框”、“毛估估”。

由此出发,黑松林启动了技术创新之旅,围绕“做精、做优、做特、安全、环保”的生产经营目标,将技术创新工作与生产经营相结合,与企业管理目标相一致,通过管理创新使企业的管理体制和运行机制更加规范合理,在技术管理过程中实现人、财、物等资源的有效配置,不断提高企业核心竞争力。在这样的理念指导下,黑松林构建了技术创新体系,先后投入400多万元组建了新品开发研究所,由上海橡胶制品研究所设计布置了实验室和小试、中试车间,购置了博力飞粘度计、分光光度计、拉力测试仪等仪器设备。同时,还逐步与湖北大学、上海橡胶制品研究所、上海合成树脂研究所等科研院所达成了合作关系,形成了“产学研”一体化的研究机构,作为公司核心技术支撑。2011年,公司被授予“国家高新技术企业”称号。

在开发粘合剂过程中,黑松林不断提高自主创新能力,通过加强与国外的科技合作交流,充分利用世界科技资源,积极消化国外先进技术,并结合国内市场实际,先后研发了改性乳液等市场适销新品。其中,公司开发的环保型抗流淌性水性快干胶被评为江苏省高新技术产品。为了加强与持续提升产品品质,黑松林还积极开展专利标准融合工作,在不断开发新产品,获得发明专利的同时,刘鹏凯主导黑松林积极参与制订了多项国家标准,并将专利与标准有机融合,在胶粘剂行业中发挥了较好的引领作用。根据市场需求和发展趋势,黑松

林将四项发明专利分别转化为几种国家标准,在规范我国胶粘剂行业发展的同时,为黑松林产品抢占市场提供了技术保障,刘鹏凯本人也担任了全国胶粘剂标准技术委员会专家委员。

黑松林的精益管理,还表现在卓越的现场管理上。现场是企业提升竞争能力的核心要素。现场管理水平的高低,将直接影响质量、成本、交货期等各项指标的实现,以及企业的本质安全和环境质量。现场是一面镜子,直接反映出企业经营管理水平。面临日益激烈的市场竞争,需要企业以更低的成本、更高的品质、更短的交货期响应市场。在黑松林,刘鹏凯对现场管理要求的要求是:从细节做起,“把小事做好,把细节做亮”。

“把小事做好,把细节做亮”,更多的是与员工工作中的坏习惯斗争。几个回合下来,黑松林人工作中的好习惯慢慢地养成了。有一次,与黑松林公司合作的一家外企派人前来进行一年一度的合作评价。对方负责人进了车间,对计量桶上写着的粉笔字产生了疑问:“这桶上的7.1、7.6、7.9是什么意思?”“这是我们工人自己发明的计量土方法。因为灌装用的塑料桶自重多少会有细微差别,我

们规定对所有塑料桶都要提前计称毛重,以保证产品计量准确。这粉笔字标出的是每只桶的重量。”陪同检查的黑松林车间负责人边说,边随手拎起一只桶放到地磅上,“7.1公斤,不多不少。”“原来如此。你们的管理如此细致,严谨诚信,让我们放心,我们会长期合作的!”客户连连点头。

“一个人就是一个生命,一个活动的中心,一个活动的小单位。你必得承认他有他自己的力量;你必得尊重他自己的感情要求,予以适当的刺激,而导之于你所希望于他的活动……凡事,你要利用他自己,不要不利用他,最好的文化就是增盛人的生命活动的文化;反之,最不好的就是那减低阻碍人们生命活动的”。梁漱溟先生在《乡村建设理论》中说的这段话,似乎就像在描述黑松林。

说到黑松林的精益管理和现场管理,不能不提公司的厕所和锅炉房。

圈内人说:看一个企业的管理,只要看厕所。这话颇有一定道理。有一次,国外某化学集团公司来黑松林考察,临走时,投资部总监要去一趟洗手间。到了洗手间,这位总监并没有如厕,倒是里里外外观察了起来,看见了墙上贴的管



特别报道

TEBIEBAODAO



理格言、洁厕值勤表、巡检督查记载表临走时,这位自称走遍五洲四海的蓝眼睛、高鼻子老外握着刘鹏凯的手说:“你的管理是一流的! OK!”

当然,这个“一流的管理”,也是刘鹏凯和大家“斗争”出来的。1999年8月,刘鹏凯参加了中国现代企业管理研讨会,会议期间参观了海尔。走进海尔,参观者用得最多的词莫过于“不简单”、“不容易”。确实,海尔给人最深刻的感觉是能够把容易的事认真做好,把简单的事每天做好。而熟悉海尔历史的人都知道,海尔的管理是从“十三条规定”起步的,1984年,张瑞敏刚到工厂时,面临的是一家濒临倒闭的小厂:员工领不到工资,在厂区打架骂人、随便偷盗公司财产、在车间随地大小便等现象比比皆是。万丈高楼平地起,包括“不准换坏工厂的设备、不偷工厂的财物、不准在车间里大小便、不准破坏工厂的公物”等内容的“十三条规定”成为海尔科学管理的起点。

回到黑松林,刘鹏凯活学活用,以厕所为突破口整顿提高现场管理。当时,刘鹏凯组织管理人员用不锈钢丝球清洗

厕所多年的污垢,花代价重新改造整理,并建立了值勤、巡检、督查三级管理制度。面对这样的“小题大做”,有人认为这既是搞形式主义,又造成了浪费。刘鹏凯说,如何折服员员工,形成小“厕”大做的管理共识,而不用被动地凑合,表里不如一地执行?他巧妙地运用体验管理模式,在新整理后的厕所里开了个5分钟的故事会,讲述了这么一个小故事:中日甲午海战前,日本间谍化装到中国军舰旁侦察。当时中国的军舰无论在吨位、火力、数量上都胜过日本,国人认为中日海战中国必胜无疑。然而,那个日本间谍看到中国军舰的炮塔上居然横七竖八晾着短裤、袜子,就把这个细节写在情报中,并由此得出结论:这是一支纪律松懈、管理混乱的军队,不会有强大的战斗力。果然,海战中中方几乎全军覆没。

知道黑松林的人,都知道锅炉房的故事。刘鹏凯根据司炉工的岗位特点,提出“将锅炉房当作厨房打理”的要求,并在不影响工作完整性的前提下,设置了清理、清洁、工具定位、拣煤渣等多项工作内容,改变司炉工的价值观和工作态度,将他们的潜能开发出来,给乏味的

重复劳动加点儿“增味素”,使他们的工作尽可能多样化、激发他们的活力。同时采取考核、表扬、现场会、奖励,将司炉工和著名经济学家合影的大幅照片挂在墙上等方式,肯定他们的工作,使他们从平凡的工作中感到受尊重、被信任,一种荣誉感和成就感油然而生,认识到工作的意义和价值。现在,黑松林公司的锅炉房是公司现场管理的一张名片。参观的人纷纷夸赞:锅炉房是企业的脏地方,但黑松林的锅炉房比自家的厨房还干净。

在生产管理中,刘鹏凯一直把稳定和提高产品质量作为第一要务,采取有效措施,加强对原材料采购、生产过程、出厂检验到售后服务等全过程的质量控制,实施“质量管理五道法”,不断提高产品质量和相关方满意度。他说,搞好企业的现场管理,并不是新鲜的事,更不是赶时髦。做正确的事比正确地做事重要,将能够做到的事持之以恒地做好就更重要。因为现场管理出质量、出效益、出形象,因为现场管理是一扇窗口、是一道风景线。透过现场,企业的形象放大了,管理的深厚基础也就露出了尖尖



角。其实,并不是每个企业都能做出惊天动地的大事,但做好每一件能够做好的事,从小事做起,从点滴做起,将管理定格在坚持上,不懈地努力,直到让做好小事成为良好的习惯,久而久之就能够有收获,就能尝到甜头。

清华大学经济管理学院王雪莉副教授说,一个社会快速发展,一个企业快速变革,要有些东西要引领组织,让大家心理上有安全感。这个心里安全感就是这个企业清楚的知道这个组织鼓励什么、主张什么、反对什么。多年来,黑松林的员工在这个组织成长中,已经形成了非常稳定的心理契约。企业员工认同你这个组织的发展方向,认同你塑造的工作环境,认可领导者们的领导力,认可自己这份工作的价值,这些东西可能是当下企业管理者应该塑造的。

黑松林的细节管理,有效地证明了王老师的观点。

五、成本管理:从干毛巾中也要挤出水来

莱因哈特·本迪克斯在《马克思·韦伯思想肖像》一书中谈到新教伦理与资本主义精神时说,韦伯的叔父卡尔在家庭手工业的基础上创办了一家企业。年幼的韦伯当时观察到,叔父“的生活方式是勤奋工作、省吃俭用,既仁慈又矜持。这种生活方式似乎反映了现代资本主义早期大企业家的特点。通过接触,这位受尊敬的实业家的工作伦理在韦伯身上产生了共鸣”。可以想见,韦伯理论中的很多观点可能来自对叔父的观察,勤奋节约、仁慈勇敢,是韦伯笔下当时的“创业者”形象。

值得一提的是,从创业之日起,刘鹏凯就秉持“节约是美德”的精神,时时处处关注企业经营管理中的成本控制问题。黑松林的产品市场竞争十分激烈,经常会遇到来自同行的“价格战”,通过

实施情感营销与客户建立持久关系、为员工提供超出同行和本地企业的较好待遇,这些都需要较大的成本投入,没有严格乃至严苛的成本控制与管理,企业就无法生存。

刘鹏凯经常说,浪费是一个小偷,只因为你责任心不强、懒惰、不珍惜,它才会偷走你的东西,而只有你从心灵深处时时事事处处注重习惯养成,不大手大脚,不粗心大意,不小看一点点,浪费才能收敛,规矩老实。只有“节约是美德”的理念深入每一个员工的心中,才能大处着眼,小处着手,细节管理才能看得见,摸得着,无声胜有声。基于这样的思考,他对企业成本控制的问题,可谓“明察秋毫”。

一次出差回来,“部门负责人月度考核表”装订得整整齐齐放在刘鹏凯的办公桌上。翻着看着,刘鹏凯发现每一份打印的考核表上都留着好多空白,这触动了他的“吹毛求疵”的神经。搞企业,小账不可不算啊!打印纸能否改用小一点的呢?恰在此时,新到岗的大学生小王拿着一份会议通知来到办公室:

“小王啊,开会时间我知道了,这份通知你留着派用场!”他的话让小王一头

雾水。“你拿去想想能派上什么用场。白纸上好画画,平地上好砌楼啊!”刘鹏凯边说边有意将通知反过来递给小王,留下一张白纸。

“噢,我明白了,反面利用!”毕竟是有文化的年青人,脑袋瓜够用,急转弯能力强。

刘鹏凯笑着点点头站了起来,指着桌上的月度考核表,“小王啊,你看这个考核表留着这么大的空白,能否重新设计紧凑点?节约每一个铜板的传统到什么时候都不能忘啊!”

小王朝他眨巴着眼,似星星闪烁,仿佛在说,我明白了……

要成为一名好的企业管理者,就必须学会算帐。这是刘鹏凯时时提醒自己的话。厂区的西南角是创业初期留下的一排简易库房。后来随着工厂不断改造,“花园式”风格日趋凸现,而西南角也就成了一幅上品山水画中不小心落下的败笔。一番周密规划后,公司决定动手修饰这一败笔,用现代人的流行词叫“整整容”。活儿干得差不多了,刘鹏凯和行政科老陈来到工地现场,看见一边堆得小丘似的泥土里,横七竖八躺着许多被挖出的整砖。“这些砖都是整的,怎么不



特别报道

TEBIEBAODAO

挑出来再用？”他有点惋惜。很快，事情顺利解决，挖出来的整砖被清理干净，码在一旁。走在长龙似的下水道旁，刘鹏凯心里在打算盘：这里挖出来的砖不少于两个垛子，两垛子砖一百多块，如果埋到土里，真就是“甩大袖子”。

像这样的故事还有许多：

一天傍晚，刘鹏凯出差回到工厂，只见一辆5吨送货车装了约3吨多货，用雨布封得严严实实，停在厂区的一边整装待发。到了办公室，市场部小雷见刘鹏凯回来了，微笑道：“老总，辛苦了！”“为人民服务嘛！”刘鹏凯诙谐笑道，边说边看着小雷桌上的送货通知单，“怎么3吨多货用5吨车送？杀鸡用牛刀啦！”“客户说最近仓库放不下，正好5吨车明天有空。”小雷应答如流。“那能不能给客户讲讲，增加一点货，或再联系同一地的其他客户？小雷呀，油涨价了上千元，要算算运输成本哪！多赚一元钱也许会受市场、客户所控制，但节省一元钱，我们自己只要用心努力，完全可以做到。”小雷眼睛眨了几下：“老总，我明白了，立马去联系，满车出行！”小雷俨然一个军人，回答得干脆利落。

企业的管理目标离不开成本控制。

遗憾的是，很多时候成本的意识是“一把手”和公司管理层入脑入心的高压线，而那些对成本有直接贡献的一线员工却无动于衷。可见，培养全员成本观是多么重要。在《心若菩提》一书中，曹德旺先生讲述了自己研究每平米夹层玻璃单耗的故事。他决定下车间调研，自己采集工厂的各项生产指标，制订出一个目标。为了找到准确的数据，生产线上的每一道工序，他都蹲上十天左右，仔细观察并算出他们的成品率，了解每个工位的需求和每个人的职责。根据长达3个月深入采集记录的数据汇总计算，他认为每平米的夹层玻璃单耗应为2.26，比原来管理层们认识的世界最好的生产水平少了0.6（当时世界上的单耗数字是2.85），也就是26.5%。

在黑松林公司，刘鹏凯不但身体力行，还会通过一点一滴进行渗透，循循善诱进行教育，让“从干毛巾中也要挤出水来”的节约理念在公司深入人心。这句话最早是日本丰田公司提出来的，被称为丰田文化的特色之一。其含义就是：最大限度地挖掘潜力，降低成本，从我做起，从小事做起，积沙成丘，在市场上形成低价的优势。刘鹏凯把它引入黑松

林，意在改变员工的心智模式和行为习惯，这也是黑松林管理文化的核心理念之一。

基于这样的理念，在成本管理方面，刘鹏凯时时注意如何启发同事们一起参与，用他的话说就是“用心去研究、分析、借鉴，去发动我们身边的‘诸葛亮’”。一次会上，刘鹏凯就被办公桌上的几份涨价通知单弄得头大。比如其中一份：塑料袋每只涨价0.15元，敬请谅解！看着白纸黑字，刘鹏凯苦笑一下，嘴里不说心里想，工厂每天需用上万只袋，可谁又能谅解我们同步涨价呢？几个部门的负责人坐在一起，面面相觑，连眼神都有些沉重。“老总，涨价势不可挡，但我有个想法，使用过程中我发现塑料袋装入桶中后长得太多，而且也嫌宽，能不能让生产部和市场部商量一下，重新测算一下袋的长度与宽度，再算一下克重，说不定改小点，能管用还能减少塑料袋的克重。”坐在一旁的保管员大老朱拿出厂里现在用的塑料袋，晃得沙沙响，说得有板有眼。“嗯，这个建议可试一下！涨价的事说不定能内部消化呢！”一旁的生产部老丁也似灵感天降，拍着大腿叫了起来，转身就飞一般奔向车间……

一份涨价通知似一道难题，让我们在涨与不涨间犹豫不决。一位普通的仓库保管员却用“实用”这个智慧的杠杆，撬动了这道难题，让我们眼睛一亮。真是三个臭皮匠，顶个诸葛亮。事后，生产部经过试验、比较，每个塑料袋改变了一下使用尺寸，减少了克重，价格非但未涨，还在原先基础上每只下降了5分钱。实践出效益啊！

说到这个故事，刘鹏凯说，这个世界上，最有钱的要算是银行了，然而越有钱的地方越抠门，和客户算帐总是一分一厘，甚至精确到小数点后的几位数。假如我们的企业管理也能像银行那样群策



群力,算到这干毛巾都能挤出水来,企业又何惧涨价的波涛呢?有人把一角解释为一元的十分之一,有人则把一角解释为一分的十倍,不管如何解释,省下一分钱,就等于得到一分钱。所以,面对涨价不能说不,不能唉声叹气,不能怨天尤人,不能束手被擒。只有眼睛向内,刀刃向内,挖掘潜力,从每个环节、工序上精打细算,消化外部不可抗拒的因素,才是我们的出路。

企业效益的相关要素包括价格和成本,价格由市场等多种因素决定,企业可操作的空间很小,因此成本是保证获取最佳效益的牛鼻子。要做到这一点,只有围绕转变经营增长方式,节能、减排、降耗,不断确定企业新的盈亏平衡点,明确阶段总目标,强化执行力,抓各个环节变革的公开落实。比如变事后整体成本核算为事前细化核算、变整体目标控制为环节程序控制、变少数人说了算为大家公开管等等,借以降低物耗费用,堵住跑、冒、滴、漏。为了强化目标成本管理,黑松林推行“两图一制”管理。

所谓“两图”,一是用排列图有计划控制原辅材料储备,缩短物流时间。根据月度计划,计算原辅材料需求量,用排列图按品种划定消耗比值,按需求分批购进,控制储备量,缩短物流在企业各环节停留的时间,用活有限资金,提高资金效率。二是依据产销曲线图以销定产,以销促产,实施“无库存销售”目标。成品储备根据月度计划需求和客户临时需求组织生产,用曲线图控制月度期货成品最高库存极限,基本无成品积压,提高产销率,减少资金沉淀。

所谓“一制”,就是“供应公开制”。一是及时掌握价格信息。设立专、兼职物价监督员,负责收集整理价格信息;建立供求价格信息网格,保证及时准确掌握物资的市场行情动态。二是准确制定

供应计划,严格按“以产定供制”制订供应计划,明确质量、数量、价格、供货渠道、运输形式、供货周期和批量等需求。三是大胆引入竞争机制,以最低进价、定期将所需物资价单向职工公布,展开公开、公平、公正竞争,将质量合格率、供应及时率、价格控制率与供给部门工资奖金挂钩,确保所购物资质优价廉。四是健全监督制约机制,使企业内部供应计划、定价、验质、验量、结算等环节形成有效监督制约机制,部门关系互不隶属,各自独立履行职责,同时健全工作标准,严格考核奖惩,互相监督,自我制约。

多年的努力没有白费,黑松林不仅管出了良好的成本管理状况,而且“从干毛巾中也要挤出水来”的理念已深入人心。用刘鹏凯的话说就是:心在哪儿,效益就在哪儿。詹姆斯·柯林斯、杰里·波勒斯在《基业长青》中谈到“惠普之道”的产生时说,惠普的创始人之一帕卡德经常纠结于这样一个问题:“你怎样营造一个让个人可以发挥造力的环境……我相信你们必须多费心思在组织上,以便提供这种环境。”有了心,有了环境,结果自然呈现。

心在哪儿,效益就在哪儿。优秀的企业家的管理理念往往是想通的。拉姆·查兰和杨懿梅在《贝佐斯的数字帝国:亚马逊如何实现指数级增长》一书中提到亚马逊的“勤俭节约”领导力原则时说,贝佐斯一直力争以更少的投入实现更大的产出,勤俭节约可以让员工开动脑筋、自给自足并不断创新,增加人力、预算以及固定支出并不会为你赢得额外加分。亚马逊厉行“勤俭节约”原则,有一个著名的故事,就是公司设立“门板奖”,专门用来表彰厉行节俭。在亚马逊,“门板”是艰苦创业、厉行节俭的象征。因为创业之初,贝佐斯就是用门板拼成了办公桌。公司设立“门板奖”,旨



在肯定为客户创造更低的价格做出贡献的人,其奖品就是一个门板办公桌样式的装饰品。

那么,除了门板,还有什么能形象生动地说明亚马逊在勤俭节约方面的不懈追求呢?贝佐斯一直在留意寻找。在2009年的股东大会上,“灯泡”成了亚马逊厉行节俭的新象征。这又是什么故事呢?原来亚马逊的各履约中心都有自动售货机,每台自动售货机都有明亮的背景灯。在灯光的衬托下,所售商品的图片会显得更加鲜艳醒目,更加让人怦然心动。秉承勤俭节约的精神,亚马逊生生地把这些自动售货机里的灯泡全都拆了。

六、安全管理是“第一管理”

马文·鲍尔长期担任麦肯锡公司的总经理,也是《管理的意志》一书的作者,他提出了一个通俗的企业文化定义,即把企业中非正式的文化因素描述为“我们做事的方式”。这个观点在黑松林的安全管理中处处得到体现。

一个初冬的清晨,刘鹏凯走进生产区,看着堆放整齐的工具车、排列成行的周转桶,还有花圃中含苞欲放的花茶,感

特别报道

TEBIEBAODAO

到无比愉悦。突然,车间大门旁边的一只烟蒂跳入他的眼帘。驻足看着四周,地面上只有几个浅浅的车轮印。烟蒂从哪儿来的呢?莫非有人偷偷在厂区吸烟?这个想法刚冒出来就让刘鹏凯否定了。多年来的安全教育和管埋,员工早已养成了不在厂区吸烟的习惯。他弯下腰仔细端详这只烟蒂,淡桔色的海绵嘴,仅留一线白,看来吸烟的人烟瘾不小。烟蒂已被踩扁,没了最初圆圆的形状……

“刘总,大清早的看什么呀?”车间主任老丁老远打招呼。

“来得早不如来得巧,看看这是什么?”

老丁快步上前一看,脸上不由沁出细细的汗珠:“哟,怎么会有烟蒂……刘总你放心,班前会我一定查个水落石出,向你汇报!”

后来,经查明,这只烟蒂是昨天晚上供货商卸原料时,押运员从汽车驾驶室内部沾在脚上带下来的。

安全管理是第一管理。看似极小的一只烟蒂却可能造成一个企业顷刻毁灭。就像西方一首民谣说:丢失一个钉子,坏了一只蹄铁;坏了一只蹄铁,折了

一匹战马;折了一匹战马,伤了一位骑士;伤了一位骑士,输了一场战斗;输了一场战斗,亡了一个帝国。马蹄铁上一个钉子,是初始条件的十分微小的变化,但其“长期”效应却是一个帝国存与亡的根本差别。

在黑松林,管理者对安全隐患更多是注重预防。所有的安全管理,都是引导大家走出事后的、被动的“事故追究型”、“事故分析型”管理误区,跨入一个超前的、系统的、主动的“事故预防型”管理境界。黑松林一直强调,安全管理是为未来而预防,为明天而管理,全方位、立体式开展安全预防管理,以安全文化教育,促进员工自我改善,为企业安全生产提供驱动力、保障力。

黑松林生产区安全轮值表的一侧,挂着一段像避雷针似的老化了的橡胶管,说起它,也有一段故事。

那是多年前的一天早晨,刚上班不久,刘鹏凯在车间办公室和生产科长等人正商量扩产的事儿。突然,“嘣”的一声,像从天上落下一个火球,一道桔红色的光闪过,随即又消失了,他们几个不约而同冲了过去。

只见,现场氧焊工大何一手拿着焊

枪,一手擦着额上的汗,像被雷打了似的,呆若木鸡。旁边的老项面如土色,眼睛瞪着地上的手提式砂轮机,不知所措。

“怎么回事?”车间丁主任喘着大气问。

“是,是割枪的橡胶管老化,有一点漏。”大何吞吞吐吐。

“哦,那怎么会有火球的呢?”

“一上班,我就把氧气、乙炔拉到平台,用割枪割这个桶,老项配合我,用手提式砂轮机把平台上的焊疤打磨,谁知才打磨了第一下,砂轮的火花碰上了氧乙炔,就,就燃起火球了。我赶紧关了阀门,才没闯下大祸。”

听完大何的事情经过,刘鹏凯一声叹息,一言未发。看着眼前被吓得魂飞魄散的两个人,再看看突如其来的惊雷,内心感慨:生命的长短,很多时候是我们不能控制的,但在我们拥有生命的时候,是可将生命的过程完全控制在自己的手中啊。如果切割之前能按操作规程检查一下,注意一下细节,在心灵上设置一道避雷针,不就可以避免一个安全隐患了吗?

纵观古今中外,有多少安全事故不是因这一根橡胶管的老化,一根电线的老化,一个小小零部件……而造成终生遗憾的呢?事后,大家围绕一段老化的橡胶管,对安全操作的每一个环节,在全厂进行了“三不放过”的反思,并决定将它挂在墙上作为典型的安全案例,挂在墙上的一段橡胶管,似一根长长的戒尺,重重地敲打着大家的神经,时时刻刻敲响每个员工心灵的安全钟——警醒每一个人,警醒每一天、每分钟。

黑松林是危险化学品生产企业,安全生产事关人民群众的生命财产安全,事关企业的生死存亡。安全生产管理是危险化学品生产企业最基本的管理,是企业实现良好效益、稳定发展的根本。



只有从企业的基础管理入手,切实加强现场管理,严格执行工艺标准和操作规范,强化职工岗前培训、持证上岗,才能从根本上消除不安全因素和隐患,有效减少各类事故的发生。

首先,黑松林从战略高度重视安全生产管理工作,重视安全文化建设,将安全战略作为企业发展的核心战略,在加强安全生产硬件建设的同时,提升安全文化建设的领导力,把公司主要负责人的理念变成团队理念,再把团队理念变成全体员工理念。黑松林在“安全第一、预防为主、综合治理”的前提下,根据企业自身实际,制定了“关注安全、关注细节”的安全理念和“打造本质安全,保障员工健康”的安全目标,并自上而下层层落实责任,分解安全目标,确保安全文化建设贯穿于全员企业生产经营全过程之中,真正使安全文化落地生根接地气,使员工的安全生产意识内化于心,外化于行。

为此,刘鹏凯牵头制定了安全愿景、安全规划、安全目标等安全承诺,并利用电子显示屏、宣传图片、板报、信息窗等形成企业安全文化长廊;利用每天晨会诵读企业精神、安全理念,一上班就警钟长鸣,做好警示教育。同时,他还自己撰稿,编印了《安全文化小故事》、《安全文化手册》等,全方位进行理念传导和培训。

其次,抓好对职工的安全生产知识宣传教育的工作,不断提高员工安全第一的思想、增强安全意识、提高员工安全素质的重要措施。刘鹏凯有计划有组织对员工进行安全学习和基础知识培训,坚持每周一安全环保知识学习,学习安全生产常识、消防环保常识、事故典型案例、应急预案。坚持每周五的思想政治学习,向员工宣传先进的管理理念和心力管理,让员工从“要我安全,变为我要



安全”。同时强化各级负责人对安全培训学习的重要性的认识,进一步加强了安全培训的质和量。

再次,组织保障也是安全管理的基本前提。面对当前严峻的安全环保形势,公司成立了刘鹏凯为组长的“安全生产领导小组”,分工明确,职责分明,层层签订责任书,增加了管理人员的紧迫感和责任感。同时把管理细化,安全生产检查由企业负责人带队,公司实行定期和不定定期检查相结合的模式,实行三级检查和专家检查相结合的模式,避免检查盲区。

近年来,刘鹏凯积极推进班组安全建设,创新节点自治管理模式,根据生产流程将车间各个工段划分为节点,每个节点既对产量、质量负责,更对安全环保负责。公司要求生产车间利用每天班前节点负责人碰头会,总结前天安全生产工作,分析存在的问题,找出解决办法,并布置到各节点落实责任。各节点每天班前节点碰头会通过岗前警示教育预防安全事故,通过岗前岗中岗后的安全巡检排查隐患,对查出的隐患和违章及时整改和纠正,将隐患消除在萌芽状态。同时坚持安全整改“三定四不准”原则,

立即协调进行隐患整改,从而杜绝了事故的发生。

最后,切实保障硬件投入,黑松林建立了科学的安全投入机制,坚持两手抓两手硬。一方面抓思想意识和业务能力上的软投入,加大培训教育力度,提高员工的安全生产意识和操作业务能力。另一方面从硬件上舍得真投入,多方筹措资金,加强安全设施的投入,保障了安全生产的各项硬件条件建设和员工安全工作环境提升。多年来,黑松林安全投入累计几百万元,涉及作业场所的监控、监测、通风、防火、灭火、劳动保护等,包括对消防器材的更新,重点部位安装自动报警等装置,为安全生产夯实了基础、创造了条件。

除上述措施外,为强化安全管理,刘鹏凯还别出心裁,通过“一钟四牌”(即“安全双环钟”、“安全制度牌”、“安全漫画牌”、“安全警示牌”和“安全自警教育牌”)这种看得见的目视管理方式,将安全理念具体化、操作规程形象化、安全要求可视化,让安全工作看得见、摸得着、做得到,用心力文化浇筑了一枚全员安全管理之盾,规范了员工安全生产行为,提高了安全生产的预警力。(未完待续)



北雁南松交流文化 铸魂赋能激发力量

“北雁南松”企业文化交流研讨移师黑松林

一次源于2019年8月份“北雁南松”成功管理范式的成功发布,在中国企业文化研究会的牵线下,地处河北承德的北雁集团与位于江苏泰州的江苏黑松林粘合剂厂有限公司自此结下了深厚的友谊,有了一段段不同寻常的关于“企业文化交流研讨”的美丽邂逅。

2023年3月上旬,在北雁集团的邀请下,黑松林董事长刘鹏凯与中国企业文化研究会理事长孟凡驰、副秘书长张艳涛等一起,参加了在河北民族师范学院北雁商学院举办的“北雁南松”企业文化交流研讨会。

2023年4月24日,根据约定,北雁集团董事长王立东一行三人,与中国企业文化研究会理事长孟凡驰、副秘书长张艳涛等聚集到革命老区黄桥,走进黑松林,进一步深入研讨“心力管理”,交流企业文化建设的新方法、新路径、新方向。

在参观位于泰兴经济开发区的金缘生产基地和黑松林生产厂区、锅炉房微型博物馆、企业文化展示厅后,4月25日上午,30多分钟的中国商学视频案例《黑松林的心力管理》拉开了企业文化交流研讨的序幕,主宾双方在黑松林职工书屋内围绕心力管理的内涵与维度、关爱与育人、推广与示范等进行了深入交流。

刘鹏凯简要介绍了心力管理“知心”“聚心”和“塑心”等三个维度的创新实践情况,强调心力管理注重对员工心智模式的培育,注重解决问题的思维方法的训练。他认为,心力管理最终是让员工掌握自己的方向盘,达到举手投足,思维行为都具有鲜明的文化品位,形成自觉意志,达成群体无意识,实现自主管理。刘鹏凯还介绍了基于心力管理,在生产一线实践“节点自治”的情况。

王立东不仅是北雁集团的董事长,还是一名管理哲学博士,他认为黑松林企业有底蕴,文化有品位,管理有特色。作为一家大型服务型企业,心力管理可以直接在北雁集团借鉴应用。他认为,心力管理是一种基于人性、立于共情、终于育人的管理模式,可以通过层级落实的办法广泛推广应用。

“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。作为一种重要的文化管理模式,心力管理具有规律的客观性和普遍性。”孟凡驰说:“基于心力管理的‘节点自治’,是企业文化在管理环节的落地,如同阿米巴经营和人单合一,具有普世性的特点。”最后,孟教授希望由中国企业文化研究会推出的“北雁南松”成功管理范式,在中国企业界更好地发挥示范和引领作用。

“北雁南松”模式激发更多效应

中国企业文化研究会与黄桥商会联办企业文化论坛

4月26日上午,中国企业文化研究会与黄桥商会在紫锦元大酒店联合举办企业文化论坛,以深入贯彻落实党的二十大精神,坚定“四个自信”,增强企业核心竞争力。

论坛由黄桥商会综合党委书记、金龙建设有限公司董事长马金华主持,泰兴市统战部副部长、工商联党组书记翁进致词。刘鹏凯、王立东和江苏南极集团董事长倪治忠等3位嘉宾分别以《从“心力管理”到“节点自治”》《以文兴商,铸就品牌》和《坚持以人为本,实现“心”“幸”交

融》为题,作企业文化建设实践分享。

中国企业文化研究会理事长孟凡驰教授应邀就新时代背景下的企业文化建设路径、方法和发展趋势作论坛主旨报告。他指出,“北雁南松”的成功管理范式表明,以文兴企、以文兴商、用文化管理提升企业的竞争力和活力迫在眉睫。报告中,孟教授还重点诠释了“消费者主权意识”“体验经济”“美感体验”“价值外溢”“链接资源”“文化变革”和“赋能激活”等新经济时代、大数据背景下的企业发展关键词。

链接:中国企业文化研究会理事长孟凡驰教授主旨报告摘选

数字化时代给企业带来的具体要求和具体特征体现在四个方面:

一是数字化时代武装了企业的需求端。数字化时代,网络化信息化程度越来越高,企业生产数据信息难以保密,消费者的表达权利和主权意识大大提升,客户更加注重产品、内容、场景化等等的体验,消费体验方式的转变要求我们要更为尊重客户,提高创新水平,使产品更加个性化。要通过以文兴商创造品牌,提高文化盈利的能力,提高产品品牌境界。在数字化时代,企业要重新定位企业使命,重新定义创造价值、人文价值、文化价值等等,通过重新定位增强自我的进化能力。

二是数字化本质上是对运营和商业模式的改变和再造。数字化时代给企业发展带来了很大的不确定性,要更加积极的创新升级,主动使产品迭代发展,经营迭代进步,不确定性就要求企业建立科学的文化体系,树立坚定的文化根基,使企业以不变应万变。

三是数字化时代提升了个体人在生产中

的复合作用。员工在数字化时代知识结构、教育背景以及获取信息的多样性,使得职工的自主意识和自主能力越来越强,人力资源管理要从管控型向链接型转变,要更加注重以人为本,注重人的主体文化意识作用的发挥。

四是数字化时代要求企业内部和外部的信息系统全面打通。信息化程度越来越高,企业内部跨部门、跨层级,跨企业跨行业的互联互通越来越多,要求企业必须打破各自为战的文化,在企业内部和外部供应链产业链倡导共享共赢的文化。因此社会的变革,要求企业必须加强文化建设来适应数字化社会。数字化转型不是简单的组织和技术的转型,更根本的是文化重塑的过程,最终体现在人的思维和文化的变革。

建立数字化时代的管理要从文化着手,文化从队伍建设、战略设计、制度改革、经营方式、产品文化含量、服务方式、管理、品牌能企业家、环境等十个方面赋能。



黄钟悠扬 文学芬芳

《黄钟》创刊十周年座谈会在黑松林举行

4月16日下午,《黄钟》创刊十周年座谈会在江苏黑松林粘合剂厂有限公司举行。泰州市文联、作协主席庞余亮,原泰兴市政协主席、黄桥历史文化研究会顾问张泽民,著名编剧刘鹏春,黄桥镇党委副书记张毅,中国化工作协执行主席刘鹏凯,泰州市文艺评论家协会主席李明官,泰州作协秘书长戴中明,泰州市文艺评论家协会副主席周卫彬,黄桥历史文化研究会会长刘鹏旋等二十多人参加会议。泰兴市作协主席何雨生主持会议。

刘鹏旋在致辞中回顾了《黄钟》创刊的人文背景和发展历程,汇报了十年来所取得的成绩以及《黄钟》期刊所获得的荣誉。黄桥镇党委副书记张毅代表党委政府对《黄钟》创刊十周年取得的成绩表示祝贺,他希望《黄钟》坚决贯彻好党在文艺领域的路线和方针政策,进一步提高政治站位,增强践行初心使命的责任感和使命感,引领全镇文艺工作者“深入生活,扎根人民”,不断提升把握时代脉搏、反映人民心声的能力与本领。泰州市作协副主席、著名作家周

新天宣读第二届《黄钟》文学奖评选启事。与会作者代表和来自泰州市的嘉宾分别发言,对《黄钟》表达了美好的祝愿。“教授级”老师罗爱平现场赋诗一首:谁言刊小声难著,林古自能藏卧龙;刺虐制贪三剑客,扬真扬善汉家风;微言入骨勤民事,大节惊魂警世功;十载悠悠家国梦,千山振振响黄钟。

刘鹏凯在发言中希望“文学的钟声在黑松林上空久久飘荡”。刘鹏春深情讲述了《黄钟》文学期刊对于黄桥这座历史古镇的文化赋能作用,以及期望《黄钟》在培养黄桥文学新军的使命担当。张泽民分别从办刊的宗旨、定位和格调三方面进行了提炼和总结。庞余亮作总结性发言时引用俄罗斯诗人曼德尔斯塔姆的诗句“黄金在天上舞蹈,命令我歌唱”,勉励大家“黄金在天上舞蹈,命令我持续写作”。

《黄钟》创刊于2013年,文学季刊,由黄桥镇人民政府主管,黄桥历史文化研究会主办,至今出刊42期,获评“首届江苏省文学内刊二十强”。



中国化工作家协会召开四届五次理事会

黑松林董事长刘鹏凯主持会议

5月17日上午,中国化工作家协会在延安召开了四届五次理事会。协会主席钱玉贵,执行主席、秘书长刘鹏凯,副主席崔完生、李保林、蔡兴荣、张恭春,及理事叶建华、郝随穗、卫尚科等近20人参加了会议。会议由江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长刘鹏凯主持。

会议审议通过《紧扣时代脉搏讲好时代故事让产业文学成为谱写新时代华章的文学先锋》为题的工作报告、关于授予南泥湾“中国化工作家协会创作基地”称号、协会理事会成员增补、完善组织机构方案及2023年会员纳新等事项。

会议期间,与会代表还参加了“化工作家欢

迎回家”“走进延安文学公益讲座”和“创作基地授牌”等活动。在5月17日下午举行的“化工作家欢迎回家”活动启动仪式上,刘鹏凯在致辞中表示,化工作家要以“新时代山乡巨变”“新时代文学攀登”创作计划为出发点和落脚点,用手中的笔抒写产业工人和许许多多的劳动者,书写新时代中国山乡史诗性变革,多角度展现产业工人创业、守业的奋斗历程,生动讲述感动天地的奋斗故事,塑造有血有肉的典型人物,捧出带着晶莹露珠、散发泥土芳香的新时代文学精品,有力彰显新时代文学价值。希望通过“作家活动周”,切实凝聚起“化工一家人”的情感力量。



《中国化工报》调研黑松林

5月13日,《中国化工报》社有限公司党委委员、董事、副总经理张四代一行四人,来到江苏黑松林粘合剂厂有限公司调研。

黑松林董事长刘鹏凯向张四代一行介绍了企业发展、党建和企业文化建设情况。张四代高

度赞扬了黑松林“不争500强,要做500年”的“小而美、小而特、小而精、小而强”发展战略,对于企业在转型升级中在泰兴经济开发区设立加工基地的战略部署表示肯定。



泰州市社科联验收 黑松林社科普及基地创建工作

5月23日,泰州市社科联副主席张群等一行二人,在泰兴市委宣传部部务委员蔡芸和泰兴市社科联副主席卜用庆的陪同下,来到江苏黑松林粘合剂厂有限公司,对公司申报的泰州市社科普及基地进行现场验收。

验收组参观了心力管理文化展示厅,听取了江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长刘鹏凯关于公司创建泰州市社科普及基地的工作汇报。张群对黑松林的创建工作予以充分肯定,他希望企业以社科普及基地的建设为契机,深入推进心力管理的推广与传播,帮助企业注入基业长青的文化基因。最后,张群鼓励企业积极申报社科成果奖项。

近年来,黑松林持续推广心力管理,积极创建泰州市社科普及基地,建有心力管理文化

展示厅576平方米,每年接待参观学习人员近千名;相继出版《心力管理》《心力管理解读——中小企业的成功范式》《心力管理故事》《漫话心力管理故事》《知心、聚心、塑心——心力管理的操作艺术》《创业与修心——对心力管理的思考》和《黑松林与心力管理》等7种心力管理相关著作;获得两项江苏省社科成果奖;连续召开了9次心力管理研讨会,发表各种评论评价成果45项;外出传播推广心力管理104次;连续出刊43期《黑松林人》内刊;心力管理继入选清华大学中华工商管理案例库后,2021年入选哈佛案例库;相关案例陆续收录于《企业文化与企业人文人文指标体系》《人力资源开发与管理》《管理学》《企业文化教材》《管理沟通》等十多种管理学教材,形成了广泛的管理学科普效应。



心力管理 12 年后再次授课江西理工

6月18日,应江西理工大学邀请,江苏黑松林粘合剂厂有限公司董事长刘鹏凯时隔12年再次来到江西理工大学,登上该校MBA讲台,为该校经管学院50多名22级工商管理硕士讲授心力管理,上次演讲是在2011年7月份。

“黑松林公司既常见又罕见,企业规模不大,近四十年来稳扎稳打,一直向好发展;刘总的讲授既理论又美文,大量鲜活的例子阐述企业战略管理的内在要义和心力管理的逻辑体系,更难得的是讲授中常有令人沁怡的美文;心力管理既说软又见硬,刘总列举的案例有管理艺术的体现,也有诸如沟通管理、养成教育等管理的硬道理……”江西理工大学经管学院院长黄顺春教授如此评价黑松林企业和心力管理理论体系。

此次授课共6个课时,刘鹏凯从创业之路、企业家要有看得见未来的能力、黑松林企业文化发展的三个阶段、在解决问题中建设企业文化、心力管理的诞生和内涵、心力管理的体系、心力管理的创新实践,以及从心力管理到节点自治等八个方面,讲述了黑松林“不争500强,要做500年的”战略定位,心力管理的内涵、

维度、发展,以及心力管理知心、聚心和塑心的操作艺术等内容,分享了黑松林公司“以软补硬”,扎实质量,做好品牌,基于“地面无滴胶”“桶外无挂胶”“桶内无积胶”的“三无管理”,做到“销售零欠款、产品零库存、营销员零宕款”的“三零管理”的管理实践,刘鹏凯提示全体MBA同学,企业家要有看得见未来的能力,要不断创造优势挖一口属于自己的井。

通俗的诠释和接地气的表述获得了学生们的阵阵热烈的掌声,该班学生胡雪妍是江西理工大学人事处的干部,她在课后感慨道:作为学校工作者,很荣幸能邀请到刘总来学校给同学们上课;作为学生,又倍感幸运,能有机会听刘总亲自讲述企业从创始到发展的历程以及独创的心力管理,收获良多。我从事人力资源管理工作,刘先生的心力管理给我很大的启发……很感谢先生!”

黄顺春院长在课程总结时告诫学生们,在管理学的学习中既要见贤思齐,用于实践,更要结合自身的实际,勤于思考,从老师的讲授中“同中求异、异中求同”,做到“知”“悟”“行”三合一,方能有更大收获。



调研管理之道 挖掘管理案例

上海大学悉尼工商学院老师调研黑松林

“刘总经过多年辛勤探索,形成了以心力管理为核心的企业文化建设方法体系,帮助员工实现技能和知识的持续改善,支持细节管理、制度管理和安全环保管理的实现,成为以价值观支持核心能力提升的标杆企业。作为一名工商管理老师,我认为黑松林是一座管理案例的宝库。”上海大学悉尼工商学院案例研究中心副主任、硕士研究生导师、管理学博士吴海宁老师不无感慨。

6月1日,上海大学悉尼工商学院潘多英、吴海宁等两位老师来到江苏黑松林粘合剂厂有限公司调研。在黑松林董事长刘鹏凯的带领下,两位老师参观了黑松林锅炉房微型博物馆、生产现场和企业文化展示厅,并在职工书屋内就黑松林管理之道和企业文化建设方法、路径和载体等进行了深入交流和探讨。

据潘多英老师介绍,吴海宁老师团队刚刚向大连理工大学经济管理学院的中国管理案例共享中心提交了由他们撰写的《以软济硬,心力相生:黑松林公司的企业文化建设之道》。该案

例描述了心力管理概念的形成、在企业文化建设中的落地执行方法和诞生背景和土壤。通过案例讨论,学生可以理解企业文化建设在中小企业中的地位和作用,领会文化建设成功的关键因素,深入学习企业文化的操作方法,帮助传统中小企业以文化力提升核心竞争力,向小而美的方向发展。

通过此次现场调研,吴海宁老师对心力管理有了更进一步的认识。他认为,黑松林有着大量鲜活的工商管理案例本土素材,需要更好地挖掘和整理。接下来,他计划在将《以软济硬,心力相生:黑松林公司的企业文化建设之道》送评第十四届“全国百篇优秀管理案例”的基础上,以人员管理为主题,撰写不同角度的管理案例,参加“2023中国工商管理国际最佳案例奖”评选。吴海宁老师说:“心力管理已经入选了哈佛工商案例库,接下来我们的案例收录方向为加拿大毅伟案例库,以更好地放大黑松林的管理效应,使中国本土管理案例得到更大范围的推广和应用。”

黑松林通过管理体系换证审核

3月25-26日,方圆标志认证集团有限公司对江苏黑松粘合剂厂有限公司场进行了质量和环境管理体系换证审核,黑松林管理体系得到了审核专家们充分的肯定。

审核专家通过座谈交流、查阅文件资料、查看工作现场等形式,对黑松林运行的管理体系进行了全过程、全要素现场审核,特别是对相关方的需求和期望、风险和机遇的应对措施、内审和管理评审、环境因素的识别等进行了重点审核。

在体系审核末次会议上,审核组专家对黑松林管理体系的运行和持续改进给予了充分的肯定,确认公司产品标准明确,检验记录基本齐全,产品质量满足产品标准要求,满足顾客要



求;产品生产工艺成熟,基础设施配置基本齐全,生产控制满足要求,管理体系运行控制满足要求,具备保持再认证的资格条件。同时,审核组建议专家们对黑松林管理体系的进一步完善提出了改进建议,以确保管理体系持续的适宜性、充分性和有效性。

黑松林参加石化行业 文化建设示范单位复审会

6月13日,中国石油和化工行业企业(院校)文化建设示范单位复审汇报会在合肥举行。作为首批“行业企业文化建设十佳示范单位”,江苏黑松林粘合剂厂有限公司企业文化责任人胡宏和第一至第四届其他示范单位代表一起,以PPT的形式在大会上作20分钟的复审汇报。

围绕企业概况、近五年来企业文化建设发展、做法、传承和规划等,黑松林复评报告多角度阐述了企业文化建设的最新成果,重点汇报了基于“心力管理”,着力于“自我管理”,推行“四个人人”(人人都是管理者、人人都是传道师、人人都是主人翁、人人都是责任人)建设的



情况。黑松林认为,企业文化建设的方向是“文化管理”,目标是实现“自我管理”。黑松林的“四个人人”建设旨在让员工在日常工作中自我完善角色,自我参与决策,自我行使管理职能,实现自我驱动,不断提高员工管理思想和自我管理水平。

本次会议由中国化工职工思想政治工作研究会主办,驻会副会长兼秘书长崔建华主持,首席文化建设专家华锐和专家组成员杨雄伟、刘鹏凯等作专家评议。据悉,本次复评结果将于11月份召开的中国石油和化学行业企业文化促进大会上公布,并对通过复评的示范单位重新授牌。



黑松林邀请黄桥镇专职消防队 指导开展消防应急演练

4月4日上午,应江苏黑松林粘合剂厂有限公司的邀请,黄桥镇专职消防队一行5人走进黑松林,指导黑松林开展消防应急演练,提升黑松林消防安全应急处置能力。

演练模拟企业储罐区发生火情,企业立即启动灭火应急救援预案,同时组织企业义务消防员进行火灾初期扑救工作和疏散全体员工撤离至安全地带。黄桥镇专职消防队接警后,立即出动消防车赶赴现场,在进行火情侦察后,迅

速展开灭火扑救,黑松林义务消防员现场进行了观摩。

演练最后,围绕防火、灭火、疏散逃生等内容,黄桥镇专职消防队队长助理钱桃对黑松林义务消防员进行了消防专业培训,现场讲解并演示了应急物资的正确使用方法和注意事项,并指导他们进行灭火扑救实操。整个演练过程迅速而有序,达到了预期效果。



黑松林负责人 参加泰兴高质量发展培训

为进一步推动全市化工产业安全环保整治提升工作,积极探寻化工企业绿色发展路径,推动化工产业高质量发展,泰兴市化工产业安全环保整治提升领导小组办公室邀请第三方机构,于5月30-6月2日,组织全市26家化工企业负责人赴上海化工工业区开展绿色化工及化工安全生产高层次人才培养,江苏黑松林粘合剂厂有限公司副总经理殷萍作为化工园区外唯一的化工企业代表全程参加了本次培训。

在5月30日上午召开的开班动员会上,泰兴市委常委、副市长范存力要求参培人员要拓宽眼界,争做产业发展的“掌舵者”,通过培训促

进思想观念解放、格局视野提高、素质能力提升;要练好内功,争做市场经济的“扬帆者”,加快企业绿色创新转型,推动产业高端突围,筑牢安全环保根基,为推动全市化工产业高质量发展多做贡献;要学思践悟,争做知行合一的“践行者”,做到学以致用、学用相长,确保取得实效。

本次培训参学结合,培训学习了《精细化工未来高质量发展》《绿色化工污染控制新技术》《以身作则-化工企业安全领导力》等课程,参观了金山化工园区,并进行了红色主题教育。

黑松林获评 泰兴市“诚信标杆单位”



5月9日上午,泰兴市召开全市工业经济高质量发展会议,会议进行了表彰颁奖,江苏黑松林粘合剂厂有限公司被表彰为“泰兴市2022年度诚信标杆单位”,公司副总经理殷萍从市委常委、市人民政府副市长范存力手中接过了的奖状铜牌。

“泰兴市诚信标杆单位”评选活动由泰兴市社会信用体系建设领导小组办公室组织开展,会同文明办、法院、工信局、市场监督管理局、人社局、税务局、生态环境局、应急管理局、科技

局、商务局、民政局、工商联、人行等部门成立评审委员会,办公室设在发改委,鼓励符合“证照齐全,管理规范;遵纪守法,诚信经营;热心公益,积极履职”评选条件和标准的单位积极申报,旨在着力构建诚实守信的市场环境,积极营造守信践诺的文明风尚,深入推进“诚信泰兴”建设。

经部门推荐、自主申报、资格审查、信用审查、综合评定、名单公示等环节,全市共有30家单位被评定为“泰兴市2022年度诚信标杆单位”。



我的岗位我做主 岗位安全我负责

黑松林启动2023年“安全生产月”活动

2023年6月是第22个全国“安全生产月”。6月1日上午7:10,江苏黑松林粘合剂厂有限公司召集所有员工在职工书屋,正式启动2023年“安全生产月”活动。

活动旨在黑松林企业里深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,持续树牢安全红线意识,推动安全生产责任落实,深化重大事故隐患专项排查整治,有效防范化解重大安全风险,坚决遏制生产安全事故。

在观看2023安全月警示片《请为自己负责》后,副总经理殷萍在讲话中指出,在今年安全生产月期间,黑松林要围绕“人人讲安全、个

人会应急”主题,计划和部署生产安全事故警示教育、安全隐患有奖随手拍、聚焦专项排查整治行动、开展安全生产应急预案演练等系列活动,以进一步强化“人人都是安全员”的安全理念,夯实“我的岗位我做主,岗位安全我负责”的安全主体责任落实机制,积极构建“群防、群控、群治、群管”的安全管理网络,以高水平安全保障企业高质量发展。

活动最后,安全总监王向阳解读了黑松林《2023年“安全生产月”活动方案》,并就具体活动落实了负责人和完成时间表。



感受标杆找差距 拓宽视野促提升

——黑松林党支部组织党员、骨干参观学习四家本地标杆企业侧记

5月4日下午,阵雨连绵,江苏黑松林粘合剂厂有限公司党支部组织党员、骨干一行9人,在公司党支部书记、董事长刘鹏凯的带领下,冒雨参观学习本地四家标杆企业,分别从企业文化、产品创新、7S管理、创业精神和党建工作等方面拓宽视野,沉浸式感受标杆企业的先进做法,寻找与先进标杆的差距,找准高质量发展的方法和路径。

泰兴市华诚机电制造有限公司是一家生产高低压电器、汽修保养产品和矿用产品的高新技术企业。在总经理谢翠斌的陪同下,黑松林一行参观了忙碌的生产车间、简洁明了的企业文化展示厅,以及四周墙面贴满专利证书的劳动模范工作室,处处感受着以“责任、担当、奋斗、奉献”为核心的华诚企业文化理念体系的张力。

关于产品创新,谢总介绍了华诚在外贸订单下滑的困境下,与国家科研机构 and 央企等合作开发专精特新产品,在再生能源、军工军品等领域占有了一席之地,其中隧道逃生舱产品项目获得了国家重点项目的扶持。谢总说:“办法总比困难多,通过产品创新,华诚又充满了高质量发展的精神动力和蓬勃前行的创新活力。”

绿树成荫、花香飘逸的行政区,忙而不乱;

堆放有序的生产区,洁净如新;窗明几净的办公区,清洁运行;远程监控的污水处理设施……置身于泰兴市丰恒服装水洗有限公司花园式工厂,嗅闻着雨后清新空气的芬芳,观赏着微风中摇曳着的大如碗口的大红、粉红、明黄等各色高杆月季,观察着身边进进出出有条不紊忙碌在各自工位的丰恒员工,黑松林一行从细节和点滴中感受着7S管理的魅力。

与传统的高温潮湿、污水横流、气味刺鼻的服装水洗企业不同,丰恒总经理李道权高度重视7S管理和生态环境建设,持续加大环保投入,公司已经成长为本地区最具竞争力的服装水洗企业。在宽大简洁、光可鉴人的办公室,李总介绍了丰恒在建立初期就高标准建设生产厂房、花重金上马环保设施、广植名贵花草树木等打造企业形象的战略远见举措。

“由于环境美、标准高、规模大、质量高、价格好,到丰恒考察的意向客户大概率会成为忠诚客户。”李总毫无保留地道出了他的核心商业机密。

江苏裕虎新材料科技发展有限公司是本次参观学习的第三站。当家人殷国文是一位久经沙场的纺织老兵,曾经创办了多家纺织企业。随着纺织行业的提档升级和安全环保要求的不断

断提升,他果断腾笼换鸟,再次创业,在黄桥工业园区收购一家新材料企业,新建3幢合计12800多平方米的“无尘、恒温”高标准纺织厂房,重新描绘他的“纺织产业版图”。

站在600立方米的消防水池施工现场,行走在高大宽敞的纺织厂房内,黑松林一行强烈感受到了殷总“坚定执著、大胆拼搏、锐意进取”创业精神的爆发力。

来到本次参观学习的最后一站——江苏鑫恒泰电气科技有限公司已近下午5点,公司总经理卢忠智和党建责任人印圣武早早站在办公楼前迎接黑松林一行。

在鑫恒泰党建工作室内,一擦擦分门别类、整齐有序的党建台账资料和一张张党建荣誉证书,堆放在垫着红色绒布的桌面上,在“永远跟党走”主题背景图片的映衬下,黑松林人深深感受到了鑫恒泰特色党建深厚的战斗力。

“作为一家专业生产高低压成套开关的省高新技术企业,鑫恒泰以党建引领业务,以业务促进党建,做到了党建与业务两手抓、两促进的‘双轮驱动’,实现了企业健康稳步发展,自2013年整体搬迁至黄桥工业园区以来,公司业绩逐年提升,即使受疫情影响的3年,营收每年都有一定幅度的增长!”在随后举行的“黑松林——鑫恒泰党建工作交流会”上,公司党支部书记、董事长钱泽贵无比自豪地叙说这鑫恒泰党支部的作用力,“公司目前正在由党员领衔,投资1000多万元上马一条储能集装箱预制舱高

低压成套设备项目,项目建成后,每年可增长6000万元的营收。”

印圣武简要介绍了鑫恒泰开展特色党建工作的情况,卢总就鑫恒泰党支部以“四同八助”项目为抓手,实打实地为企业排忧解难,推动党建工作与企业发展深度融合的情况作了重点介绍。卢总说,员工的素质和风气决定了企业的志向,鑫恒泰党支部现有党员24人,他们在助定战略、助强管理、助聚人心、助建文化、助攻难关、助兴人才、助联内外、助美声誉八个方面聚力用力,发挥了‘一名党员一面旗帜’的战斗堡垒作用,凝聚了发展力,提升了竞争能力,强化了战斗力,真正做到了与企业“同心同行同力共赢”。

对照鑫恒泰党支部的先进经验和成功做法,黑松林党建责任人分别从党建规定动作、台账资料、功能作用等方面查找不足,并在交流会上提出了“规定动作规范齐全、台账资料详细周全、功能作用一应俱全”的“三全”提升目标。

“发展的路上靠做不靠说,我们要把今天的收获转化为行动!”“四家企业都保持了较好的发展势头,当下,提振信心比什么都重要。”“党建和业务要齐抓共管、共同推进,不可偏颇”“今天的参观学习进一步证明了7S管理是一切管理的基础。”“不断创新才能永葆活力。”……雨后的夜空寥寂,返程的路上,黑松林一行意犹未尽,还在畅聊着学习四家本地标杆企业的收获。



第八届中国国际粘接技术大会在京顺利召开

2023年3月29-30日,主题为“粘接 创新 向未来”的第八届中国国际粘接技术大会在北京成功举办,此次大会由北京市科学技术协会指导,北京粘接学会主办、北京市化学工业研究院、河北粘接与涂料协会、美巢集团股份有限公司共同承办,共有来自世界各地的230余位参会代表出席了本次大会,围绕国际粘接领域的最新技术成果和发展趋势进行了交流。

北京粘接学会副理事长张军营教授主持大会开幕式。北京市科学技术协会一级巡视员何劲松、北京市化学工业研究院院长杨传忠、德国凯泽斯劳滕理工大学 Geiss 教授、日本接着学会理事长 Hajime KISHI 教授、韩国首尔大学金显中教授做开幕致辞。

本次大会主要内容包括:学术报

告、墙报展示和产品展示,集中研讨和展现了近年来粘接技术在各行业中的应用,突出了粘接领域学术研究与应用创新的最新进展和成果。大会报告紧扣当前粘接行业发展的主题,来自德国、葡萄牙、巴基斯坦、日本、韩国及中国的33名专家作了精彩的学术报告,交流了粘接领域近年来的具有创新性的理论研究、技术创新以及应用成果,展现了粘接技术在航空航天、汽车、飞机、轮船、铁路、电子电器、木材加工、医疗及新能源等行业中的应用,现场参会代表与报告人积极交流,氛围热烈,大会收到会议论文80余篇,墙报20余篇。

在墙报展示区内,许多粘接学者和企业研究人员驻足观看,墙报作者站在自己的墙报前,回答感兴趣人员提出的

问题,进行学术交流。五名专家对墙报进行了现场评分,最终有10名墙报作者获优秀奖。

为促进上下游充分对接交流,在会场外为数家企业提供了课桌式展台,企业摆放了易拉宝、宣传册以及公司样品等,与参会人员展开面对面交流互动。参会嘉宾与专家们进行了各种形式的交谈,场下的交流与场上的报告互相补充、相得益彰。

本次大会为粘接领域的国内外专家、学者、技术人员搭建了良好的国际学术交流平台,为全球最新的粘接技术提供交流和合作的机会,增强中国粘接界与国际同行间的学术交流、提高中国粘接技术的学术水平,为推动中国以及全球粘接行业的快速发展,贡献力量。

汉高胶粘剂部亚太地区销售额第一季度低于去年水平

近日,汉高发布了第一季度业绩。2023年第一季度,汉高将集团销售额增加到约5亿欧元。66%的强劲有机销售额增长得益于两位数的定价,而销量低于去年同期水平。按名义价值计算,销售额增长了66%。胶粘剂技术业务部第一季度强劲的有机销售额增长得益于所有业务领域。新的消费品牌业务部门同样实现了非常强劲的有机销售增长,所有业务领域都做出了贡献。“我们还推进了我们的战略重点,并取得了重要进展。例如,我们正在严格推动消

费品牌业务部门的整合和产品组合重点,我们正在使粘合剂技术业务部门的组织结构更贴近我们的客户群,并且我们已经成功地在这两项业务中推出了相关创新,“Carsten Knobel 解释道。胶粘剂技术业务2023年第一季度,胶粘剂技术业务部的销售额名义上增长了6.1%,从去年同期的2631亿欧元增长至2791亿欧元。有机(即经外汇和收购/撤资调整后),与第一季度相比,我们的销售额增长了8.2022%。我们实现了两位数百分比范围内的价格上涨,而销量

低于去年同期。外汇影响使销售额增长1.1%;收购/撤资的负面影响为-1.8%。粘合剂技术业务部门第一季度非常强劲的有机销售额增长是由所有业务领域推动的。移动和电子业务领域实现了126%的两位数有机销售额增长。这一增长是由汽车和工业业务推动的,而电子业务由于市场环境困难而出现了负面发展。包装和消费品业务领域实现了1.0%的有机销售额增长。消费品业务强劲的销售增长远远抵消了包装业务的销售额下降。与去年同期相比,

手工艺人,建筑和专业业务领域的销售额有机增长7.0%,所有业务都做出了贡献。

从区域角度来看,粘合剂技术业务部门在欧洲实现了显著的有机销售增长。在这里,包装和消费品业务领域的

负面增长被移动和电子业务领域的增长所抵消。在移动和电子业务领域的推动下,北美也出现了显著的销售增长。IMEA和拉丁美洲都实现了两位数的有机销售额增长,这得益于移动和电子业务领域的推动。相比之下,亚太地

区的销售额有机低于去年水平。这主要是由于中国的整体困难市场环境所带来的发展,即使在与COVID-19相关的限制结束后,中国市场仍然普遍存在,再加上电子业务与市场相关的下滑。

江苏省推进危险化学品安全分级管控

4月27日,江苏省应急管理厅印发《江苏省冶金等工业企业危险化学品使用安全分级管控指南(试行)》(以下简称《指南》),以加强有关工业企业危化品使用的安全管理,提升企业风险辨识管控和隐患排查治理能力,切实防范和遏制事故。

《指南》按照“合理分级、便于管理、突出重点、适度从严”的原则,综合考量化工工艺、重点监管危险化学品、重大危险源、危险化学品种类和数量等固有风险因素,将使用危险化学品的工业企业按照风险从高到低分为A、B、C、D四个等级。存在包括光气及光气化工艺、电解工艺(氯碱)、氯化工艺、硝化工艺、合成氨工艺、裂解(裂化)工艺等18种重点监管的危险化工工艺,或对照《危险化学品重大危险源辨识》使用危险化学

品且危险单元内的物质数量构成重大危险源一、二、三、四级的,评定为A级;对照《危险化学品重大危险源辨识》使用危险化学品未构成重大危险源但危险单元内的物质数量计算值大于等于0.05的,评定为B级;对照《危险化学品重大危险源辨识》使用危险化学品危险单元内的物质数量计算值大于等于0.01小于0.05的,评定为C级。A、B、C级以外的使用危险化学品的工业企业为D级。

《指南》明确涉及危险化学品储存相关规定。使用场所临时存放的危险化学品应划定专门存放场地并规范存放,存放量不得超过24小时使用量。A、B级企业应该设置危险化学品仓库或中间储存仓库或储罐,C级企业至少应该设置中间储存仓库或储罐或专用

储存柜等,D级企业至少应该设置专用储存柜。

《指南》强调,有关工业企业应按照《江苏省冶金等工业企业危险化学品使用安全专项治理要点(试行)》《江苏省工业企业安全生产风险报告规定》《个体防护装备配备基本要求》等法律法规和标准规范,开展危险化学品使用管理。企业应建立危险化学品购买、出入库、使用、处置登记制度并严格实施,并建立台账,严禁使用国家明令禁止生产、经营、使用和违反限制性规定的危险化学品;应建立生产安全事故应急预案管理体系,制定危险化学品使用安全事故应急预案或处置方案,定期开展应急培训和演练,及时修订完善。

山东省市场监督管理局公布抽查胶粘剂产品结果

2023年4月14日,山东省市场监督管理局网站公布2022年胶粘剂产品质量省级监督抽查结果。

2022年第3批省抽共抽查胶粘剂

产品16批次,其中,生产领域4批次,流通领域12批次。抽查未发现不合格项目。本次抽查依据GB 18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限

量》等标准的要求,对胶粘剂产品的甲苯+二甲苯、总挥发性有机物、游离甲醛、苯等项目进行了检验。

国产“光刻胶”机遇已至 “卡脖子”即将成为过去



什么是光刻胶?

光刻胶又称光致抗蚀剂,由感光树脂、增感剂(见光谱增感染料)和溶剂三种主要成分组成的对光敏感的混合液体。感光树脂经光照后,在曝光区能很快地发生光固化反应,使得这种材料的物理性能,特别是溶解性、亲合性等发生明显变化。经适当的溶剂处理,溶去可溶性部分,得到所需图像。

为何被“卡脖子”?

中国的光刻胶产业发展相对滞后,尤其是在芯片制造领域,中国的光刻胶依赖进口比较严重。由于光刻胶技术的高度复杂性和专业性,中国在此领域的研究和开发相对滞后。同时,国外的光刻胶制造商在产品质量和技术创新

方面处于领先地位,这也导致了国内光刻胶制造商的竞争力较弱。这就给中国的半导体产业带来了一定的制约和挑战。

为了加快中国光刻胶产业的发展,需要加强科技创新和人才培养,加大对光刻胶研发的投入,提高光刻胶制造商的技术水平和产品质量,降低生产成本,从而增强国内光刻胶产业的竞争力和市场占有率。此外,也需要加强国际合作,借鉴国外先进技术和管理经验,促进中国光刻胶产业的快速发展。

光刻胶的优点

- 1、高精度:光刻胶可以制造高精度的微型器件,可以达到亚微米的级别。
- 2、高可控性:光刻胶的分子结构非常可控,可以根据不同的需求进行设计。
- 3、高稳定性:光刻胶具有非常高的稳定性,可以在不同的环境条件下使用。

光刻胶是微电子制造中非常重要

的材料之一,它可以制造出非常高精度的微型器件。在芯片、光学器件和MEMS等微型器件的制造中,光刻胶都有着非常重要的应用。

发展前景

近年来,光刻胶在微电子行业中不断开发出新的用途,如采取光敏性介质材料制作多芯片组件(MCM)。MCM技术可大幅度缩小电子系统体积,减轻其质量,并提高其可靠性。

近年来国外在高级军事电子和宇航电子装备中,已广泛地应用MCM技术。可以预见,发展微电子信息财产及光电财产中不可缺少的基础工艺材料——光刻胶产品在21世纪的应用将更广泛、更深入。



百年变局下企业战略管理的创新

中国石油和化学工业联合会会长 李寿生

结合二十大报告的学习并联系世界石油和化学工业发展环境的全新变化,以及中国石油和化学工业发展的实际,围绕企业战略管理创新这一主题,交流探讨“百年变局下加强企业战略管理”的三个问题。

一、百年变局给企业战略管理带来了哪些全新变化

(一) 市场需求之变

需求是经济发展的原动力,也是经济发展的起始点。中国是世界上最大的石油和化学工业市场,市场需求的变化应该成为企业战略管理者首先关注的焦点。世界石油和化学工业发展到今天,市场需求变化呈现五大态势:一是传统的大宗石油和化工产品市场需求大多都处于稳定或逐渐减少的态势;二是高端的石油和化工产品市场需求大多都处于质高量少个性化增长的态势;三是健康营养医药石化产品市场需求大多都处于大幅增长的态势;四是农业生产资料化工产品市场需求都处于保量提质稳定增长的态势;五是安全环保产品市场需求都处于高端创新、快速增长的态势。

(二) 技术创新之变

创新正在引领全球经济发展的大未来。世界石油和化学工业的创新发展正在向六个重点方向聚集:

1. 向能源新技术和新能源技术方向聚集。

近年来,我国不仅有大量天然气储量的发现,而且还有大量石油储量的发现;不仅有常规油气田的发现,而且还有非常规油气田的发现;不仅有陆上油气田的发现,而且还有深海油气

田的发现,同时还有可燃冰勘探开发技术的新突破。现实也告诉我们,在化石能源和清洁能源高效利用发展的同时,新能源技术的研发也正在加快推进。在可再生能源、第四代核能、大规模储能以及动力电池、智慧电网等方面,都取得了一大批突破性进展。

2. 向化工新材料方向聚集

化工新材料是人类进行生产的最根本的物质基础,也是人类衣、住、行以及日常生活用品的最重要原料。目前,新材料技术正在向个性化、绿色化、复合化和多功能化的方向发展。金属、陶瓷、高分子复合材料技术快速发展,石墨烯材料、纳米材料、柔性显示材料、仿生材料、超导材料、智能材料、拓扑材料等层出不穷。当前,世界化工新材料的研究,已经进入了一个以结构功能关系为研究主线,以功能分子设计、合成到结构组装为特点的新阶段。目前化工新材料创新研究的品种繁多,功能各异,在金属材料、非金属材料、高分子材料、复合材料、生物医学材料、3D打印材料等方面都有了大量的创新成果。

3. 向绿色化学和循环经济方向聚集

绿色化学是指化学反应过程中以原子经济性为基本原则,即在获取新物质的化学反应中,充分利用参与反应的每一个原子,实现零排放,不仅充分利用资源,而且不产生污染。采用无毒无害的溶剂、助剂和催化剂,生产有利于环境保护、社区安全和人类健康的环境友好型产品。绿色化学的目标是寻找充分利用原材料和能源,并且在多个环节都能洁净和无污染反应

需求是经济发展的原动力,也是经济发展的起始点。中国是世界上最大的石油和化学工业市场,市场需求的变化应该成为企业战略管理者首先关注的焦点。

我们要深刻认识到,实现“双碳”目标,绝不是要求我们放慢发展,更不是要求我们停止发展,而是在减碳低碳约束下,实现更好更快的高质量发展。对于石油和化工企业来讲,必将有一批企业“死于碳下”,也必将有一批企业“活在碳上”。

的途径和工艺。绿色化学将会在21世纪取得更加强劲的发展,并将呈现出一个更加诱人的崭新前景。

4.向现代煤化工方向聚集

中国化学工业在不同煤种清洁高效利用生产合成气技术,合成气多种化学品转化技术,终端产品高端化、差异化技术以及煤油混炼技术等方面,都走在了世界的最前列。2018年全球单套规模最大的煤炭液化装置,年产400万吨煤制油项目成功投产,不仅实现了煤炭资源清洁高效转化,而且还拓宽了我国油品供给渠道,保障了能源安全。

5.向农业化学品按需求精准供给方向聚集

当前复合新技术、缓释新技术、滴灌新技术和植物生长养分需求智能供给新技术的共同发展,使全球农业化学品特别是种子、化肥、农药和植物生长调节剂的发展,进入了一个按需求精准供给的智能新时代。

6.向生命科学创新技术方向聚集

化学家不仅要去认识生命世界而且还要去改造生命世界。学者们认为,第一次产业革命是农业,增加的是粮食;第二次产业革命是工业,增加的是体力;第三次产业革命是信息,增加的是智力;第四次产业革命将会是生物技术,增加的是人类的健康寿命。生物技术将会是未来的一片蓝海,人类对生命健康的需求将会期待有更多更有价值的新成果。

(三)绿色环保之变

“双碳”目标是全球共同的呼唤,也是保护地球家园的共同责任。在这场“双碳”目标行动中,石油和化学工业既面临着尖锐的挑战,又面临着重大的机遇。我们要深刻认识到,实现“双碳”目标,绝不是要求我们放慢发展,更不是要求我们停止发展,而是在减碳低碳约束下,实现更好更快的高质量发展。对于石油和化工企业来讲,必将有一批企业“死于碳下”,也必将有一批企业“活在碳上”。

(四)发展方式之变

中国经济已经进入了一个全新的发展阶段。全新的发展阶段,意味着传统发展方式的

终结,以投资拉动经济、以大规模生产为特征的发展方式已经失去了发展的基础,以消费和创新为特征的新的发展方式正在全面形成,新形势下发展方式的变化主要集中在四个方面:

1.生产方式的变化

未来大规模、标准化产品的生产会越来越少,个性化、定制化产品的生产会越来越多,产品终端化的趋势将会成为潮流。

2.创新方式的变化

在技术创新中,跟随型的创新越来越少,引领型的原始创新会越来越多,要求会越来越高,变化会越来越快,“摸着屁股过河”将成为过去,“摸着石头过河”将成为常态。

3.管理方式的变化

随着大数据和互联网的发展和普及,特别是随着5G技术的广泛应用,我们即将进入一个“信息随心至,万物触手及”的新时代。这个新时代,就是以人为中心,从穿戴式设备到移动终端,从家居环境到工作场地,从医疗教育到工农业生产,从全能交通到环境保护……从里到外,从个体到世界都能提供信息连接。

4.竞争方式的变化

市场的竞争将会由过去的稳态竞争发展为动态竞争,没有一劳永逸的“王者”,只有随时随地变化的“王者”。我们的企业,特别是企业战略引领者,必须要适应这种市场激烈竞争的变化。

二、如何提升百年变局下的企业战略管理创新水平

在这个快速多变的世界里,如何才能提升企业战略管理创新的水平呢?培养并提升“三个核心”能力至关重要。

(一)要具有精准、超前预测市场变化的核心能力

对一个企业来讲,谁不能精准、超前预测未来市场,谁就不可能取得未来市场竞争的主动。企业战略的核心内容是精准、明确的市场定位。市场定位不仅仅是企业战略的主要内容,而且也是企业创新发展的出发点和立足点。市场定位的核心,就是通过市场分析,敏锐

泰州市委第五巡察组调研黑松林



2023年6月14日

组织消防演练 提升应急能力

黑松林邀请黄桥镇专职消防队指导企业开展消防应急演练



2023年4月4日

调研管理之道 挖掘管理案例

——上海大学悉尼工商学院老师调研黑松林



2023年6月1日

北雁南松交流文化 铸魂赋能激发力量

“北雁南松”企业文化交流研讨移师江苏黑松林粘合剂厂有限公司



参观黑松林



刘鹏凯与中国企业文化研究会孟凡驰教授交流



参观黑松林锅炉房微型博物馆



参观金松公司厂区



“北雁南松”“批宇”交流



“北雁南松”企业交流研讨

2023年4月25日



泰兴市统战部副部长，工商联党组书记孙进致辞



黄桥商会联合党委书记、金龙建设公司董事长马金华主持论坛



中国企业文化研究会理事长孟凡旭作论坛主题报告



鼎松林董事长刘鹏凯论坛分享



北雁集团董事长王立东论坛分享



南极集团董事长倪治忠论坛分享

中国企业文化研究会与黄桥商会联合主办企业文化论坛，分享“心力管理”“以文兴商”和“幸福企业”企业文化建设典型案例，讲授新时代背景下的企业文化建设方法、路径和关注焦点。

黄桥商会举行企业文化论坛



论坛现场

摄影：黄国建 2023年4月26日

过程控制 持续改善

——黑松林通过质量/环境管理体系换证审核



2023年3月25-26日

中化作协召开四届五次理事会并举行系列采风活动



张彦彦主席
向理事会作工作报告



刘群副执行主席兼秘书长
汇报理事会工作



举行“化工作家、欢迎回家”活动



举行化工作协创作基地授牌仪式



举行中化作协“走进延安”公益讲座



举行化工作协“致敬劳动者”主题创作研讨会



化工作家参观延安文艺纪念馆



理事会会议现场

黄钟悠扬 文学芬芳

《黄钟》创刊十周年座谈会在江苏黑松林粘合剂厂有限公司举行



摄影：黄国建 2023年4月16日

地发现市场需求的变化、技术进步的变化,使自己的产品能跟随着技术的变化而变、市场需求的变化而变。用精准的预测,走在市场变化的前列。

精准、超前预测市场变化的能力,难度确实很大,但难度大并不能成为我们推脱的理由。美国有一批著名的企业管理专家和学者,他们在实践中总结提炼了一种面向未来的“自我诊断”预测方法,有两个之问,一个是“今天之问”,另一个是“未来(5-10年)之问”,具体为

今天之问

今天,服务于哪些顾客?

今天,通过哪些渠道与顾客建立联系?

今天,竞争对手是谁?

今天,竞争力立足于什么?

今天,利润从哪里来?

今天,哪些技术和能力使你不可替代?

今天,参与哪些终端市场?

未来(5—10年)之问

未来,服务于哪些顾客?

未来,通过哪些渠道与顾客建立联系?

未来,竞争对手是谁?

未来,竞争力立足于什么?

未来,利润从哪里来?

未来,哪些技术和能力使你不可替代?

未来,参与哪些终端市场?

如果你“今天之问”和“未来之问”的答案大同小异,说明你对未来的分析还不够透彻,如果两个答案有重大区别,说明你对未来有一个深入的认识。

(二)要有先人一步、高人一筹的技术创新能力

实践告诉我们,无论是世界领先的跨国公司,还是中国崛起的成长型公司,他们依靠的都是先人一步、高人一筹的技术创新能力。石油和化工企业、特别是量大面广的中小企业,在技术创新管理方面必须要认真扎实抓好三件大事:

企业自身技术创新力量的组织

企业自身的技术研发力量,应该紧紧围绕

企业的发展战略,在“有所为、有所不为”的原则下,集中力量开展一些具有企业优势的原创性、引领性的应用技术创新,力争突破一些先人一步、高人一筹的独有技术创新,取得一批“第一”或者“唯一”的技术创新成果,为企业长远发展,为企业取得市场竞争优势奠定基础。

2.外部高端技术和信息渠道的建立

在当今新形势下,企业应该根据自身的需求和未来的发展,选择一批高端专家和重点信息来源,建立定期联系和长期合作的机制,利用外脑、借助外力,产业链上下游联合创新是企业创新发展的有效方式,只要坚持,必有成效。



3.建立创新风险管理的有效方式

创新是需要投入的,创新也是有风险的。德国赢创公司在创新实践中,开创了一个全面的创新门站式管理的流程,包括从理念、研究项目到投放市场以及最终取得市场成效的全过程,都纳入到管理的范围之内,既保证了研发项目的正常推进,又有效防范规避了各种风险。

(三)要有过硬、一流的市场竞争核心能力

在全球市场竞争中,我们必须全力提升企业的产品竞争力、品牌竞争力、创新竞争力和治理竞争力,同时还要高度关注企业经营效率和经济效益的竞争力。因为企业经营效率和经济效益的水平是企业产品竞争力、品牌竞争力、创新竞争力和治理竞争力的综合体现。

我们的企业同跨国公司相比,同世界一流企业相比,还有很大的差距。中国石油和化工企业全行业的平均销售收入利润率只有5.4%,

CEO 要从容面对企业外部环境的变化,要切实关心相关群体利益的变化,既要有魄力,还要有亲情,该严厉时,六亲不认;该温和时,春风化雨。企业战略管理水平的高低,在很大程度上与 CEO 的经验、素质和作风密切相关。

历史正在告诉未来:“没有人可以回到过去从头再来,但任何人都可以从今天开始,开创全新的未来!”

而美国企业为 10.5%;中国企业平均净资产收益率为 98%,而美国企业为 17%;中国石油和化工行业全行业人均收入最高的是中海油为 118.0 万美元,而壳牌则为 424.2 万美元;人均利润最高的也是中海油为 7.6 万美元,而壳牌和埃克森美孚都是 19.1 万美元。以上比较可以清楚地看到,我们企业在价值创造方面的巨大差距。

三、如何充分发挥好企业战略管理团队的作用

战略管理是企业总体管理者责无旁贷的责任。总体管理者一般特指企业的 CEO 和高层管理团队。总体管理者应该是富于远见的战略家,为企业设立正确的目标和方向;应该是一个有效的组织建设者,缔造一个坚实的组织体系和相应的人员队伍去高效实现远见和目标;应该是一个能够亲自动手干事的实干家,精通业务的行家里手,善于身体力行的行为表率。

作为一把手,CEO 要为企业的长期生存和发展负有最终的责任。CEO 要从容面对企业外部环境的变化,要切实关心相关群体利益的变化,既要有魄力,还要有亲情,该严厉时,六亲不认;该温和时,春风化雨。企业战略管理水平的高低,在很大程度上与 CEO 的经验、素质和作风密切相关。做一位在新形势下合格的或卓越的战略管理 CEO 应该切实把握好以下三个关键环节:

第一是要准确把握一把手的职责定位。一把手必须要具有超凡的感悟能力,能够在错综复杂、瞬息万变的经营环境中克服战略惰性,敏锐发现问题,看清潮流,抓住机会,为企业指明

方向,规划前景。

第二是要大胆创新思维。在百年变局的形势下,战略管理的创新首先要来源于战略思维的创新。勇于挑战现实,就要敢于突破思维束缚,勇于挑战局限、挑战传统就显得更为重要。重大的问题、全新的原则、非正统的思维、非主流的智慧,这些都是提升人类创造力的“放大器”,无论对于管理创新还是其他任何类型的创新,都是至关重要的。

第三是要充分调动全局。战略管理或者战略管理创新不仅要充分发挥一把手的积极性,还要充分发挥战略管理团队,包括职业管理人员、技术创新人员的积极性,更要充分发挥企业广大员工的积极性。

现在我们已经正站在一个新时代的起点上,尽管这个新时代面临许多新挑战、面临许多新矛盾、面临许多不确定因素,但我们仍然对未来充满信心,因为我们有许多坚信未来的理由:追求中华民族伟大复兴的脚步从来没有像今天这样坚定,科技创新的动力从来没有像今天这样强劲,改革开放的大门从来没有像今天这样开阔,企业创新的活力从来没有像今天这样迸发,高质量发展的目标正在点亮我们前行的灯塔,迎接新时代的思想准备和开创新时代的行动正在形成燎原之势。历史正在告诉未来:“没有人可以回到过去从头再来,但任何人都可以从今天开始,开创全新的未来!”

本文为李寿生会长在第十五届全国石油和化工企业管理创新大会上的讲话,有删减

编者按:2023年4月15日,2023中国管理科学大会暨第八届管理科学奖颁奖典礼在北京举行。大会表彰了第八届管理科学奖的获奖单位和个人。中国改革与发展研究会会长、中国上市公司协会会长宋志平参加会议并荣获管理科学奖——特殊贡献奖。该奖项旨在表彰他在40多年企业管理生涯中取得的巨大成就和在企业研究及教育领域做出的杰出贡献。会议期间,宋志平受邀作“管理也是硬道理”的主旨演讲,本文根据现场演讲内容整理,稍有删减,以飨读者。

管理也是硬道理

宋志平

现在是高科技、新经济时代,和过去工业时代相比,其实发生了很大变化。从工业革命开始,尤其是20世纪的100年间,可谓是一个管理时代,现代意义上的管理学不仅诞生了,还取得了长足的进步与发展。到了新经济时代,管理是不是还像以前那么重要?我跟大家谈谈自己的一些体会。

新时代加强管理的意义

1. 实现我国的战略目标,管理是基础。党的二十大明确我国的战略目标是实现中国式现代化。二十大报告不光提出了高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务,还提出坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,加快建设制造强国和质量强国。实现这样的战略目标,管理是基础。从制造大国迈向制造强国、质量强国,没有管理的硬功夫是做不到的,所以管理对实现国家的战略目标还是要起到基础的作用。

2. 打造专精特新和世界一流企业,管理是基础。二十大报告对于企业发展方面也提出两个要求:一是要加快建设世界一流企业。世界一流指的是产品卓越、品牌卓著、创新领先和治理现代。二是要支持专精特新企业发展。专精特新指的是专业化、精细化、特色化、新颖化。无论是做世界一流,还是做专精特新,管理都是必须的,要想把产品做到卓越,管理是基础。之前我去宁德时代调研了解到,宁德时代电池做



得好,技术很过关,但是它的核心优势是“极限制造”这套管理模式,把产品缺陷率控制在十亿分之一,几乎零缺陷,这样能保证那么大规模生产中的产品质量。我也去海尔看过,海尔的管理也是世界一流的,只有一流的管理才有一流的产品。此外,格力的“格力模式”做得也非常好。我也去过潍柴动力,它的柴油机本体热效率超过52%,打破世界记录,除了技术之外,让我印象深刻的还有工匠精神和“WOS”管理模式。要想做到这些,管理还是基础。

3. 从企业经营和自身发展来看,管理也是基础。做好企业有几件事很重要:第一件事是

把产品做出来；第二件事是能量产、规模性地生产；第三件事是合格率要提高；第四件事是成本降下来；第五件事是把产品卖出去，做好服务。这么一系列的工作里，其实管理都是基础。即使今天社会发展到了一个科技时代、一个新经济时代，管理还是基本功，还是看家本事。如果一个企业管理做不好，谈不上专精特新，更谈不上世界一流，甚至可能也难以继。

企业管理需要特别重视的几项工作

企业管理上有几项工作需要特别重视，具体如下：

1. 加强公司的治理，提高公司的合规性。世界一流企业的四句话：产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代，用了“治理现代”这个词。治理实际上是公司的所有者和经营者、决策层和执行层行权的规则。公司的独立性是什么？大股东怎么对待公司的独立性，如何做到三分开、两独立，这些都是公司治理里核心的问题。在治理上，我们要建立良好的治理文化，尤其是提高公司的合规性。A股上市公司现有5100多家，去年前三季度境内市场上市公司的营业总收入占到我国GDP的60%，也就是半壁江山。证监会去年出台了《推动提高上市公司质量三年行动方案（2022-2025）》，我们要提高上市公司质量，带动所有企业高质量发展。上市公司质量的提高靠什么呢？既要靠外部的监督，还要靠内部的制衡。内部的制衡就是董事会，包括董事会里的独董。国务院办公厅近日印发了《关于上市公司独立董事制度改革意见》，明确上市公司的董事会中独董应占三分之一以上，国有控股上市公司的董事会中外部董事（含独董）应当占多数，这就是为了强化公司治理，是公司稳健发展的前提。

2. 加强战略管理，做强主营业务。这些年我看上市公司出了问题的，除了违法乱纪以外，大部分是出在偏离主业、盲目扩张、不聚焦主营业务上。从战略角度来讲，业务发展的道路可以分为专业化、有限相关多元和多元化。我主张专业化，但有限相关多元和多元化的企业也有做得很好的。不管是专业化、有限相关多元，

还是多元化，企业都要突出主业，把主营业务做好，不要偏离主业去盲目扩张。也就是我常讲的业务归核化，围绕核心业务构筑核心竞争力。

3. 做有效的创新，提高创新的质量。创新是有风险的，不创新是等死，但盲目创新会找死。创新里我主张有效、有目的、有质量的创新。德鲁克讲到创新是有目的地寻求机遇的过程，强调目的性，才能真正把创新做好，减少创新的风险。有人说企业家创新并冒险，其实是创新并承担风险，但不甘于风险。企业家应该是创新并发现机遇，同时应该防范风险。企业在创新这个问题上，应该减少盲目性，加强对创新的管理。

4. 推行精细管理，重视方法论。管理理论非常重要，但是对企业而言，对企业的很多干部而言，可能更喜欢管理的一些方法，像过去我们学过管理十八法，日本企业的7S、零库存、看板管理等等方法，在企业里好复制、好学习。所谓精细管理，精者质量，细者成本，今天无论有多高的科技、多好的商业模式，如果质量上不去、成本下不来，照样会失败，所以管理精细化很重要。我提出的“三精管理”就是带领大家长年实践和总结的成果，核心内容可以归纳为组织精健化、管理精细化和经营精益化。企业的逻辑是成长的逻辑，但是成长的过程中不能得大企业病，要一边成长一边“剪枝”，减层级、减家数、减冗员，让企业能够瘦身健体、提质增效。这“三精”每一精后面还有“四化”，等于“三精十二化”，每一化后面还有4个方法，叫“三精十二化四十八法”，这是企业管理里可以操作的一套方法论，中国建材一直在实践。

5. 提倡四大精神，提高团队素质。一是企业家精神。做企业得有企业家带头，但是企业家精神不仅限于企业家，企业里各个层面上都应该弘扬企业家精神。企业家精神如果凝炼一下，有两点很重要，就是创新精神和担当精神。如果一个企业领导者具备创新和担当意识，就是企业家。那国有企业有没有企业家呢？我认为如果国企领导者具有改革创新意识，同时又勇于承担责任，就是企业家，但是假定不创新，



也不担当,还称不上企业家。企业家精神在今天尤为重要。二是科学家精神。指的是广大的技术人员要有科学家精神,要专心致志地按照规律去做事情。三是悍马精神。这是引用的赫尔曼·西蒙在《隐形冠军》里讲的悍马精神。德国经济不完全靠大企业,而是靠1400多家隐形冠军。它有两大特点:一是技术的专业化,二是市场的国际化。赫尔曼·西蒙把踏遍千山万水去世界各地的推销员的吃苦精神比作悍马精神。企业里离不开这种精神,疫情一过,我们有的省市万人抢单团就到世界各个国家,这种精神非常可嘉。企业经营发展第一位的就是市场,能不能赢得市场?企业行动必须迅速。四是工匠精神。做好产品要有工匠,企业过去往往比较崇拜自动化设备或者智能化设备,这个相当重要,因为智能化不光减少了人工,而且增加了精准度,可以提高产品的质量和档次。但是即使这样,管理和工匠也是很重要的。要做好产品,从我这么多年的体会,这三者都得有,就是管理、工匠和智能化三者结合起来才能够做到产品卓越。如果说企业仅仅有智能化的装备,管理跟不上去,没有很好的工匠,也做不好,所以企业里要大力培育工匠。德国的制造业很好,背后有“双轨”教育培养工匠。日本的制造业也很好,我到日本丰田公司参观时发现,生产线上的员工是清一色30多岁的年轻人,我们了解到当地学生中学毕业后不少选择去读技校,

技校毕业就来丰田上班。丰田公司非常重视培养工匠,这个很重要。我最近去福州看了曹德旺先生捐建的福耀科技大学,看后很感动,这所学校就是想为企业培养一些专门的人才。

6. 防范经营风险,追求稳健成长。经营有风险,必须要防范。一是周期性风险。经济有周期,行业也有周期,做企业不能光想往上走,还得考虑周期下行的时候该怎么办。一个基业长青的企业一定会经历很多次的经济上行和下行。二是财务风险。做企业要现金为王,不能人不敷出。企业出问题,不管出什么问题,最后总是资金链断裂才会倒闭。所以企业一定要把资金管好,要做有利润的收入、有现金流的利润。三是防止得大企业病。企业在成长过程中可能得大企业病,变得机构臃肿、人浮于事、士气低迷、效率低下、投资混乱、管理失控,这是我概括大企业病的六个特征。有的企业可能会有两个、三个特征,或者都有。大企业病就是官僚主义和形式主义在企业里的体现,所以做企业一定要严格注意不能得大企业病。四是经营风险。柯林斯在《再造卓越》这本书讲到,企业倒下有五个过程:第一阶段是狂妄自大。企业获得成功后变得目空一切,甚至放弃了最初的价值观和管理原则。第二阶段是盲目扩张。觉得自己无所不能,不停地扩张业务,什么都想试一把。第三阶段是漠视危机。危机来了不在乎,觉得天塌下来高个子顶着,错过了处置危机的好时机。第四阶段是寻找救命稻草。希望通过一场重大的重组或者找一个无所不能的CEO救命。第五阶段是被人遗忘或濒临死亡,无声无息倒下。它讲的是20年前美国的大企业出问题的情况。今天中国一些企业走向衰败,经历了同样一个过程。所以对于企业管理来讲,要特别重视这些方面的问题。我们爬上一座山峰可能需要10天时间,掉下去只需要10秒钟,要特别重视防范经营风险。

迎接中国管理的新时代

过去几年,面对严峻复杂的新冠疫情和错综复杂的国际形势,我国经济还是稳定向前发展,我国的企业也在快速成长,技术创新也在快

速进步。困难是客观的,但机遇也很多,我们企业要对自己有信心。中国的企业从过去跟跑到并跑,现在不少企业正在领跑。我们要培养中国的管理范式,迎接中国管理的一个新时代。

1. 管理界要理论和实际相结合。企业管理界的学者和老师们不光要研究理论,还要深入企业实际,要知行合一。现在各大高校商学院、经管学院等在大力培养企业的管理人员,企业家的学习热情也非常高,所以企业管理界要认真结合企业的实际,结合面临的具体问题,为企业找出高质量经营发展的解决方案。

2. 动员更多的企业家总结自身的经验。其实管理教育有三个层面:第一个层面是管理理论;第二个层面是管理界针对企业的案例进行研究;第三个层面是企业家自身推出一些管理经验。中国的企业家要多推出自己的管理经验,像海尔的张瑞敏先生这些年就给我们的企业界推出了不少的管理经验。中国既要有老师教企业家,也要有企业家教企业家,我们希望更多的企业家能总结自己的经验,更多的企业家能够登上讲台给大家讲一讲,尤其是有成就的企业家,要多给大家讲讲。最近我在上海跟曹德旺先生同台做一场演讲,76岁的曹德旺先生在台上站了一个多小时给大家演讲、回答大家的问题,我在现场听了也很感动。前一段疫情期间,我在家里读书,翻出了松下幸之助和稻盛和夫的书。无论松下幸之助还是稻盛和夫,在

引导日本年轻一代这点上是没有功利心的,把多给年轻一代总结和传递经验当作自己的责任。中国成功的企业家也有责任把自己的经验和教训总结出来贡献给社会,给年轻的一代插上前行的路标,这是非常重要的。

3. 总结中国本土化的管理经验。改革开放以来,我们学习了大量西方的管理理论,包括管理的案例等等,这是我们过去的需要,极大地促进了中国企业管理水平的提高。随着中国企业的成长壮大,电动车、新能源等很多领域的企业走在了前列,其中有些企业已经成为一流的企业,有越来越多的经验应该积累、总结、归纳、提升。上次我在《哈佛商业评论》创刊百年中国年会上讲到,过去《哈佛商业评论》都是刊登西方的案例让我们来学习,今后我们希望刊登越来越多的中国案例,让西方企业家也来学习,共享中国企业在管理界的成就和一些新的思想。有思想才能被尊重,固然我们的产品好、赚了钱被人尊重,但是如果我们在管理界产生很多一流的、优秀的管理思想,更会被全世界尊重。记得我国管理泰斗袁宝华先生对我国管理界提出十六个字的指导方针,“以我为主,博采众长、融合提炼、自成一家”,这是袁宝华先生对企业管理工作者的寄语,也应该是打造中国本土化管理的一个指导思想。我们企业界应该有这样一份责任感。





精细化管理:抓大、放小、管细

署管理

很多企业的管理面临着几个难题:

一管就死、一放就乱

管理者事必躬亲,下属没有成长

怎么解决,本文给你分享六字真言:抓大、放小、管细

抓大



何为“大”,美国管理学家泰勒认为:“为了提高效率和控制大局,上级只保留处理例外和非常规事件的决定权和控制权,例行和常规的权力由下属负责。”也就是说,大事--例外的、非常规事件。

常说的特事特办往往需要领导过问,企业生产中的异常升级也是基于“抓大”这个原则,当费用预算超出、停线时间超过多少、不合格比

例超过多少、报废超过多少限额、计划交付缺口过多、安全环保事故时等

放小

何为“小”,并不是不重要的事,所有管理流程内、职责之内的都是小事,对于小事,直接放手让下属去干,在关键节点予以把握即可。理解了小,还要懂得“放”,最值得参考和借鉴的是简政放权里的“放”的方式,是从审批制变成备案制:

怎么做:试着“不直接回答下级的问题”,当下级有问题时,可以让他自己提方案。点评方案而不是回答问题。如果直接回答问题,你觉



得你在给建议,他觉得你在下命令。长此以往,这个”小“是放不下去的。更主要还有个副作用是,当下级自己没想清楚方案时,没把事情想明白之前,是很容易带着抵触情绪来执行,内心里早就有了一万匹在奔腾,结果往往不会好。

管细



管细也是落地的基础,在仰望星空的时候更需要脚踏实地,在抓大制定战略目标的时候更要管好细节。

洛克忠告:英国教育学家洛克说,没有有效的监督,就不会有满意的工作绩效。聪明的管理者会利用好监督这把利剑,促使员工既有紧迫感,又能满怀热情的投入工作。

管细的前提是,管理者对业务有丰富的经验和深刻的理解,可以不看最原始数据,但是必须清楚他们之间的逻辑以及因果关系。

在企业的管理中最为常见, top3 问题是什么,根本原因是什么,措施对策是什么,措施责任人是谁,什么时间完成,谁来跟踪检查,这也

是5W2H的基本框架。

微软前任CEO史蒂夫·鲍尔默,是“抓大放小”,尤其是“管细”的典型。有一次,他接受各国CEO的年度汇报。巨大的屏幕上,每一页都是密密麻麻的业务数据。数学系毕业的他,虽然平时“抓大放小”,不参与各国分公司的管理,但利用听报告的方式来“管细”。他突然说:停,你翻到前面,这一页的这个数字,和那一页的那个数字,是矛盾的,请你解释一下。那个CEO瞠目结舌,答不上来。史蒂夫说,你根本不懂你的业务,当场就把他解雇了。

抓大:制定质量目标、组织架构、异常升级处理流程、重要岗位人员招聘等;

放小:流程内、职责内、权限内的日常事务处理交由子公司质量科长例行处理;

管细:每天的质量目标达成情况、未达成情况和重大批量异常的原因分析、措施对策是什么,措施责任人是谁,什么时间完成,谁来跟踪检查,进度如何,第3个问题的第4条措施的逻辑是什么,为什么是这个措施……

简而言之:

“抓大放小”就是:不算例外的决策——备案,算是例外的决策——报批;“管细”——监督好细节;

抓大、放小、管细,核心在于精细化管理,这种方式对我们的工作态度、工作方式、职业素养都提了更高的要求,在这个过程中,我们需要:

- 大处着眼、小处着手;
- 关注细节,做好每一件“小”事;
- 把简单的事做对,且持续做对;
- 量化执行力,管理更透明、更精细。

转自网络



磨练出让公司介绍发光的3分钟

——品读邢小兰新作《3分钟，让公司介绍发光》

服务文化资深专家 陈步峰

近日，我收到资深企业文化专家邢小兰老师的新作《3分钟，让公司介绍发光》。认真拜读受益匪浅。这是一篇视角独特、文笔流畅、案例生动且实操性强的指导用书，是对领导干部、营销人员和文化工作者乃至每个员工都有指导和启迪意义的好书，建议大家认真品读。

我在全国培训咨询服务文化过程中，一直强调：自觉担当文化使者的责任，《3分钟，让公司介绍发光》是每个人的基本功和必修课。既是我们的责任担当，也是必备的技能 and 智慧。

首先，“酒香更怕巷子深”，让客户了解喜欢“酒香”是我们的责任使命更是基本功必修课。以前，人们相信“好酒不怕巷子深”是商业王道，那是基于传统商业场景和产业价值链相对稳定的时代背景。比如，厂家建立厂房需要一定的时间，一旦投产，自然就会保持多年不变。商业批发市场是相对稳定的交易场所，零售市场同样如此，生产、销售、消费各方以实体的方式进行面对面的沟通和交易。但现在，移动互联网技术的不断成熟和数字技术的发展已经打破了

传统的商业逻辑，无论是商业生态系统还是产业生态系统，都发生了根本的变化。在市场经济中、在铺天盖地眼花缭乱的信息包围中您不宣传，没人会帮您。您只能在门庭冷落车马稀中独自欣赏自己的酒香，酒香的企业没有让客户喝上该喝的好酒，而让那些次酒甚至劣酒充斥市场，伤害消费者，在一定意义上来讲是“过失犯罪”。更何况，您的酒香是真材实料、工序复杂，所付出的劳动就多、成本就高，如果不能让酒民闻到酒香而失之交臂，生产的只是库存，您的企业就无法生存发展，只能关门歇业。所以“酒香更怕巷子深”，酒香要走出深巷子，酒香更需要让更多的人知道享受，这是我们的责任和生存的必需。

其次，每个人都是企业的文化使者和形象代言人。我们已经走进服务经济时代、走进服务文化智胜的新时代。在这个时代，服务、文化和幸福是主旋律、是客户品评企业的核心要素，在这个时代突出的矛盾是：“日益增长的客户需求与服务力不足的矛盾”。而客户对文化和服



务的需求越来越迫切。在这个时代里“人人都是服务员、行行都是服务业、环环都是服务链、个个都是文化者、处处均显文化味”，每个人都自觉不自觉地扮演着企业服务文化的创建者、享受着、践行者和宣传者，在一定意义上，每个人都是企业的形象代言人。每个人都有机会和必要用几分钟时间得体的宣传公司的文化亮点，及时有效的展示公司的文化魅力。只有这样才能引起共鸣，赢得尊重和支持，达到互动多赢。《的哥一句话，招来十亿元》的故事，讲的就是几年前河北廊坊的出租司机的一番“无心插柳”的点赞政府优质服务的话，一下子打动了微服私访的华为集团总经理任正非，立即驱车到市政府签下了建立华为北方生产基地的大单。

第三，《3分钟，让公司介绍发光》体现的是客户至上的服务文化，是对客户最大的尊重。在当今买方市场时代，您说什么并不重要，关键看您怎么说；您想干什么能干什么并不重要，关键看客户喜欢需要您喜欢您干什么。要强化服务意识、文化意识和公关意识。要站在客户角度，用客户喜欢听、听得懂、记得住的语言来表述“客户购买您公司产品与服务的五大理由”。因此，“我是谁，社会看我是谁？他为什么这么看我？我希望社会看我是谁？我的独特优势是什么？我能为客户创造的独特价值是什么？如何达到共鸣共赢？”我们要弄清这些能打动客户

的关键问题和卖点，才能有的放矢，产生“广告疗效”。有些人只按照自己的一厢情愿，滔滔不绝的介绍自己的公司，往往是您讲的越多，客户与听众越逆反。因此，必须了解和掌握赢得客户认同认可信任乃至忠诚的基本要素：“认同文化期盼共鸣；欣赏人品厚道实诚；接受感情真诚感动；信赖价值物超所能；感受利益亮点集成”。江苏黑松林粘合剂厂董事长刘鹏凯拜访客户参加会议，很少介绍自己的产品，而是送书、送杂志，介绍自己学习对方文化、独创“心力管理”模式的心得体会，实现了文化营销的最佳效益，许多客户慕名前来参观学习后，主动前来签下大单，世界4个500强竟然屈尊前来探访《中小企业的成功范式》的奥秘，与这个只有50多人的小微企业建立了长久合作关系。

第四，练好“十年功”，才能讲好“三分钟”。为什么说三分钟，因为三分钟是人们接受认知信息的最佳时间，是被信息包围的日益挑剔的客户对您占用他宝贵时间的最大限度。如果三分钟您没说明问题，没有吸引顾客的关注，没有激发他的共鸣，它就会毫不客气地“离您而去”，转而去关注其他信息，而且有的客户会因为您白白占用他的宝贵时间（是对他的极大的不尊重），而心生怨恨，做您的反面宣传，甚至忍无可忍的打断你的介绍。我们经常看到一些同志心里想着好好介绍展示，结果语无伦次、离题万里；有的是就业务谈业务、就专业讲专业，结果是“对牛弹琴”，搞的客户丈二和尚摸不着头脑。把“牛”气跑了，他还抱怨客户不懂业务。有的公司介绍往往照猫画虎、简单模仿，对公司介绍并没有理解透彻，更没有形成对公司介绍体系的全面认知，有些编写者虽然勉强可以胜任这份工作，但他们仍然处于“知其然而不知其所以然”的状态，在遇到复杂情况时便不知该如何应对，往往会陷入困惑。此外，有些公司的公司介绍传播率不高，利用效果还有待提高；有些公司还没有把公司介绍上升到一种经营思维和文化公关的高度，孤立地对待公司介绍，没有将其与经营管理、品牌推广及市场营销很好地融合起来，其结果事与愿违事倍功半。

邢小兰女士的这本书,从理论和实践的结合上,从许多案例的分享中,提出了《3分钟,让公司介绍发光》的方法路径“诀窍”。这是邢小兰老师研究上万家企业介绍后的呕心沥血之作,值得大家认真品读。

“三分钟,十年功”,要想说好三分钟,非得下苦功、练好分析总结提炼和语言表达、临场应变等基本功,提前做好功课。要腹有诗书气自华,炼真功厚积喷发,才能水到渠成,把珍贵的三分钟,用的恰到好处。按照首因定律,客户在30秒内对您形成的印象会影响他3个小时甚至30个小时300个小时乃至更长。因此,必须百倍珍惜宝贵的三分钟,甚至更短的时间,着力提升三分种的效应效益。

几年前,我发表了《十年磨出来的“碧虚剑”!——评邢小兰新作·碧虚评刊》,文中这样写:大凡重视企业文化和品牌建设的企业,都会办一本或几本内刊。目的在于弘扬正气树立形象,记录企业成长,积淀文化底蕴,见证企业奋进崛起、克服困难、走向辉煌的发展历程。但如何办好内刊存在不少误区,内刊质量也参差不齐。因此,急需有一个部门,为企业和社会搭建一个共创共享的平台,专门挖掘、整合、提升内刊资源。但这是一项耗时耗力、投入大,甚至费

力不讨好的“公益事业”。因此,许多颇有实力的文化公司和职能部门都望而却步,而北京碧虚文化有限公司总经理邢小兰以其高度的文化自觉和社会担当,主动揽下了这个功在当今、利在千秋的“浩大的工程”,而且默默地、执着地干了10多年。更难能可贵的是,他们没有局限在简单的阅读器、储藏室的层次,而是在浩如烟海的资料中,敏锐地捕捉优秀企业内刊的文化亮点,对其进行科学规范的梳理分类和精彩点评提升,彰显了其文化贡献。他们不仅极大地激励和指导了内刊所属企业越办越好,而且为读者提供了简单高效的、鲜活可读的、好吃好品的文化营养餐,并且应读者的要求,把她十多年来“评刊”文章,辑录成书——《碧虚评刊》,一本集先进理念、创新方法和实操案例于一体的企业自媒体人的必备工具书,奉献给大家。邢小兰“十年磨出碧虚剑”不仅出版来了《碧虚评刊》,而且创作了《3分钟,让公司介绍发光》这样一本好书,送给了大家一把文化公关的金钥匙。我也希望青年同志十年磨练出让公司介绍发光的3分钟。



感谢竞争

文/刘鹏凯 图/何兵

1



有一位动物学家在对羚羊进行研究时，发现东岸的羚羊比西岸的羚羊健壮，奔跑速度快，繁殖能力强。

2



这位动物学家做了个试验，在东西两岸对调了10只羚羊。结果，东岸的10只繁殖了14只；而西岸的10只羚羊一年后在东岸只剩下了3只，有7只被狼吃掉了。

3



原来，东岸的羚羊之所以强壮，因为在它们附近生活着一群狼；西岸的羚羊之所以弱小，正是因为少了这群天敌。

4



没有天敌的动物往往最先灭绝。

5

有竞争就会有压力，有压力才会有发展，这就像田径比赛，没有竞争一般是跑不出好成绩的。



6



同行者不必搞得你死我活，互不往来，让我们在竞争中把握自己，点燃“人”气，共同发展，共铸辉煌。

情感营销

文/刘鹏凯 图/何兵

1



飞机降落后,我提着一捆资料,走到机舱门口,空中小姐向我微笑道别的同时,递给我两块小方巾:“先生,请用小方巾裹着绳子,不要勒坏您的手。”

2



我的心一下子被东航空公司情感服务的“金钩子”勾住了,心底涌动着一股暖流,想得更周到!下次乘飞机我一定首选东航。

3

一位乞丐到一家包子店买一只包子,伙计感到稀罕,就走到里屋告诉老板。



4

老板听后连忙走出来,亲自拿上包子毕恭毕敬地鞠了一躬说:“感谢您的惠顾。”



5



无论是包子店老板的待客方式,还是东航空姐的情感服务,都是每个企业经营者需要学习和借鉴的。

6



现代商战的胜利,不在于你占据了多少市场,而在于你占据了多少个消费者的心,只有占据了消费者的心,你才真正拥有市场。

一束车灯的光

刘鹏凯

生活中细节最打动人。一个眼神，一个手势，无声的，有声的，无不让人回味许久。

那是一个冬天的夜晚。我从安徽赶回来已是夜晚十点多了，呼呼的北风似狼嚎吼着，让人不寒而慄。“厂长，不早了，送你回家吧！”驾驶员小周边开车边问我。

“好吧，你辛苦！”车子很快开到我家巷口。“小周，赶紧回去，早点休息。”小周笑咪咪的点头，可车子未曾开动。“快走吧！”我边掏钥匙，连连朝他挥着手。这时一束灯光直照进巷子，雪白雪白，将门上的锁洞映得亮亮的。门开了，我转过脸，只见半开着的车窗内，小周的娃娃脸灿如山花。目送黑暗中的灯光渐渐远去，一份感动萦绕我心，不由哼唱起甲壳虫乐队的那句：“爱，爱，爱……”

感动源于关爱。那一束车灯光是雪中送炭、炎夏甘露，是同伴之间的纽带，是人与人之间的关爱，触动了我的心灵，荡涤了我内心



的尘埃。爱这东西，往往隐藏着不轻易显露，一旦看到更深的东西，就像剥洋葱一样，一层一层让你泪流满面。

作家梁晓声写过这样的话：每个人都有心脏，但并非每个人都有心灵。那一束灯光，根源于我与员工之间的爱，我不能精确计算它的价格，但它却要求我，激励我：义无反顾地做个好厂长，一个厚道的带头人，不管明天刮什么风下什么雨，要使我的工厂这儿没有下岗，在这儿有你的铁饭碗。

张德点评
清华大学教授、
博导

有人对刘鹏凯的想法做法不太理解，从上述小故事，你可以略窥他的内心：那里充满着一个“爱”字，这个字使他感动，也使他与员工之间心心相印。这个字成为他内心的发动机，不知疲倦地工作，振兴企业，惠及员工。他为此立志做一个厚道的带头人，不让一个员工下岗。应该说，人之间的爱，就是“心力管理”的道德基础。

一指宽

刘鹏凯

“别担心,只管去做。”这是美国英特尔公司创始人诺伊斯的口头禅,这种鼓励尝试风险的公司文化,能够有效激励员工发掘潜能,在实践中解决问题,应该洋为中用。

一天傍晚,快到下班时间,雨还在下个不停。驾驶员小吴送完货,又带了满满一车原料回到工厂。下班前得卸下原料、装上货,望着黑沉沉的天,滴滴嗒嗒的雨,工人站在仓库大门口直犯愁。

我站在办公室窗口,老远看到停稳车的小吴从驾驶室探出脑袋,看看外面的雨。平时,他只要将车停在仓库门口,就去喝水了,可今天倒像老天在替我考验他。

我冒着雨向仓库走,倒要看看这个小吴怎么办。一到现场,还真楞住了。只见小吴扯着卷尺的一头,老丁拉着另一头,在量仓库门的宽度。“2米8。”小吴的大眼睛仿佛定了格。我心里一盘算,乖乖,车子开进来只有两指宽的间隙,这也是没有办法的办法,我大喊

一声:“试试看,别担心,墙撞坏了算我的。”

小吴扭头看看我,跳进驾驶室。“嘟——”发动了,排气管排出一股浓烟,转向灯不停地眨着眼。“向左打一点,再打一点。”“慢,好,可以了,可以了。”老丁在用他特有的公鸡嗓子冒雨指挥,“好,慢进,慢进,慢——好!好!”。车子终于不偏不倚驶进了大门。“好险啊,一边的间隙只有一指宽呀!”

车子慢慢停了下来,尾灯那最后一个眉眼似漆黑夜的一道闪电,瞬间照亮我的心,就像一幅画换了个框,令我豁然开朗。要是每次上卸货都可以开进来,可以节省多少时间人力!

管理如车,没有永远的坐票,一个不主动找座位的员工,注定只能在上车最初落脚的地方站到最后。同样的,吝惜鼓励,不宽容失败,企业管理者也无法走得长远。这些就是“一指宽”潜能给我的启示。

张德点评
清华大学教授、博导

所谓“奇迹”,往往是逼出来的。在常规的情况下,人们按部就班的工作,他们不知道自己有多大的潜能。但是在特殊的情况下,特别是在紧急的情况下,人们往往被“逼上梁山”,释放出内在的潜力,潜力之大,往往被叫做“奇迹”。在这时领导者需要做的是两件事:第一,鼓励冒险,第二,宽容失败。有了这些条件,员工就会义无反顾地去冒险,去创造奇迹。在上述案例中,刘鹏凯为我们做出了榜样。



幸福的源泉

——漫谈《黑松林与心力管理》

蒋德均

蒋德均，研究员、教授。中国作家协会会员，新诗百年100位最具实力诗人，世界华文创意写作学会理事，四川省鲁迅研究会常务理事，中国写作学会会员，四川省学术与技术带头人后备人选，四川省作家协会全委会委员。已出版各类著作70余部。其文章和作品选为全国高考语文试卷阅读材料和党政领导干部学习资料以及985、211和双一流大学博雅教材。

至今我依然习惯纸质图书的阅读，一卷在手，心随文游，内心那种美妙的感受，难以言表。近日得远方的朋友刘鹏凯先生寄赠的由王学秀、胡宏两位学者著述的《黑松林与心力管理》一书（上海文艺出版社2022年12月版），喜不自禁。外行看热闹，内行看门道。作为一个外行，此书却能让我一口气看下去，而且油然而生为它写点文字的冲动。我曾告诫自己，别冲动，看了就看了吧！你一个对企业管理与经营一无所知、一窍不通的书呆子，竟然敢班门弄斧，不怕贻笑大方？于是，我强制熄灭了写作的冲动。然而，今天呆坐书房，那写点文字的欲望突然又冒出来了。唉，作为一个码字钉几近四十年的人，深知心有所感言之为快的道理。那就写吧，本乎内心的召唤，写下我阅读《黑松林与心力管理》的点滴感受，当与不当，姑且不管。

我以为，黑松林的心力管理模式与“三元领导力”理论在本质上具有相通性，但它的内涵与外延要远远大于后者。心力管理学从某种意义上讲是一门全新的管理学科，博大庞杂，而“三元领导力”则是一种领导力理论模式，它更多地指向管理者或领导者的素质和品格。下面，我根据北京大学国家发展战略研究院、著名领导力专家杨壮先生的“三元领导力”模式，结合我对心力管理学的理解与认知，谈谈在刘鹏凯先生身上体现出来的作为企业管理者的品格。

杨壮先生认为，三元领导力模式把中西领导力的精髓结合在一起，它聚焦领导者的思想、专业与品格。该理论模式认为，首先领导不等同于

领导力，领导只是一个职位、一个符号，而领导力来源于领导者自身的视野、格局和品格。其次，领导力不是谋略和手段，诚信真挚是下属追随领导者的第一要素。再次，领导力不等同于权力。权力是外界赋予的，它依靠资源、规则管控下属；领导力是要激励引领下属，让追随者做他更愿意去做的事情。又次，卓越领导者具有清晰的使命、愿景和价值观，具备独立之精神、自由之思想。最后，领导者的思维模式十分重要。思维模式受到社会传统和人文素养的影响，具有很强的社会属性。思维模式错了，一个人越努力、越有能力，给组织带来的破坏力越大。

因此，“三元领导力”模式涵盖了优秀领导者身上具备的三种领导力——思想领导力、专业领导力和品格领导力。

一、思想领导力

杨壮先生认为，思想领导力是“三元领导力”中最有生命力、最有活力、最具影响力最为重要的一元。使命、愿景、价值观和思维模式是纲，纲举目张。企业一旦缺乏思想根基及正确的思维模式，就无法认清发展态势，更无法把企业培育成参天大树。黑松林的发展史印证了一个企业领导者及其企业在使命、愿景、价值观和思维模式等隐性实力的价值独特性。

学界认为，思想领导力具有四个维度：使命、愿景、价值观和思维模式。

使命是描述企业生存的理由、承担的责任及其实现目标。它要回答的核心问题包括：我们是做什么的？我们为什么人服务？我们如何为

他们服务？

江苏黑松林粘合剂厂创建于1986年，位于有中国建筑之乡之称的泰州市泰兴县黄桥镇，是一家乳胶、复膜胶、建筑胶等粘合剂产品的专业生产厂家（本文中简称为：黑松林）。黑松林作为一家生产粘合剂的化工企业，为客户提供更加环保和健康的优质产品是其使命，它荣获过众多国家和行业荣誉，在其行业内享有较高声誉，有“北雁南松”之说。

愿景和使命具有紧密关联关系，但又有区别。愿景更强调企业存在的意义，以及未来若干年到几十年企业应该是什么样子？企业的希望和梦想是什么？为了让世界变得更加美好，企业应该聚焦解决什么问题？总之，企业愿景为企业文化奠定了基础，代表了企业文化内核灵魂。中国企业在市场化初期时，主要聚焦生存和利润目标，灵活机智地寻找商机存活下来，很少企业明确提出公司愿景。我们从《黑松林与心力管理》的第二章中可以公司创业与生存艰难以及如何从困境中浴火重生、凤凰涅槃的。其核心在于对企业文化的重视与积淀。在与刘鹏凯先生交流中或者阅读他的《黑松林，我的太阳》《心力管理》等著作，我不止一次看到他对黑松林的愿景描述：“无论选择500强，还是500年，重要的不是常立志，而是志常立，是把理念变成行动，把基础再夯实。发展的路上布满地雷阵，还有那雷鸣电闪，每天都会有风险，是穿过去还是绕过去？是抢道走还是礼让三先？干企业就像练习跳高，跳过一个高度，还有一个高度在等着你，争500强靠强力，干500年靠毅力。”

价值观是企业为实现其使命和愿景的过程中，管理者和普通员工的做人准则与做事原则。价值观描述企业必须坚持的核心价值理念，这些理念是支撑企业文化的基石。在价值引领的企业里，公司所有员工在发展过程中有明晰的价值导航，即使在环境发生变化之后不会迷失方向。与国际接轨，越来越多的中国企业开始重视诚信、正直、责任、包容、团队等普世价值。黑松林始终秉持产品最终会过期，但为

用户服务永不过期的服务理念，“商誉是金，诚信为本”的营销理念。

思维模式是人们对世界的认知方式，也是应对外界挑战的一种态度、行为、惯性和思维方式。思维模式建立在个人多年经历、工作经验、性格特质、生活习惯基础之上，相对持续很久时间。刘鹏凯先生的思维模式属于美国心理学家卡罗尔·德韦克认为的发展思维模式，这种思维模式认为人的能力、天赋会随着自己的学习、努力和勤奋不断成长而得到提升。几十年如一日，刘氏兄弟不断学习、相互激励、不断提升，均有各类著述不断问世。就我手头便有刘鹏凯先生赠送的《黑松林，我的太阳》《心力管理》《漫话企业细节管理》《心力是一棵树》等著作和企业杂志《黑松林人》。

刘鹏凯先生如是说：“何为心力？我认为心力在实践中就是指人依据自身的心思和能力、精神与体力、思想和才智，发自内心做好某一件事的精神力量。心力管理，是将企员工的心之所及，转化为力之所达的过程；是将企业团队层面的意识培育转为物质层面的生产力资源，并有效地进行集聚、发散和增效的过程；是不断导员工在工作与生活中，善用其心，自净其心，消除恶心，增加爱心，发自内心，共同构建心心相印的和谐发展环境的过程。”

因此，在《黑松林与心力管理》第五章，作者总结提炼出了企业一套完整的企业文化理念体系，现引述如下：

（一）核心价值观：以心为本，心至则力胜。简称心力文化，又称粘接文化。它分为三个层面：一是关心、诚心。即相互关心，以诚相待，粘接人心，建立水乳相容的和谐关系。包括管理理念、关爱理念、售后服务理念等。二是用心、细心。即认真做事，勇于创新，细节制胜，粘接现在，培养良好的思维方式和行为习惯。包括计划理念、作风理念、用人理念、质量理念、营销理念、市场理念、开发理念、安全理念、环境理念等。三是忠心、信心。即忠于企业、忠于事业，明晰目标，勇于竞争，粘接未来，树立必胜的信念和切实可行的愿景。包括生存理念、竞争理

何为心力？我认为心力在实践中就是指人依据自身的心思和能力、精神与体力、思想和才智，发自内心做好某一件事的精神力量。心力管理，是将企员工的心之所及，转化为力之所达的过程；是将企业团队层面的意识培育转为物质层面的生产力资源，并有效地进行集聚、发散和增效的过程；是不断导员工在工作与生活中，善用其心，自净其心，消除恶心，增加爱心，发自内心，共同构建心心相印的和谐发展环境的过程。

企业精神：修己、安人、聚和。自觉做好人，积极做好事。每一个员工的形象都是企业形象的体现，每一件好事的影响都是企业品牌的效应。公司要求员工不断学习，严于律己，不断提高自己的道德修养和业务素质；同时，团结协作，共同进步，为实现企业目标和个人价值、建设和谐企业共同努力奋斗。

念、愿景等

(二)方法论：以人本管理为推动力，以制度管理为基础，以行为准则为标准，以文化自觉为中心，实施心力管理，打造知心、聚心和塑心等“三心”工程，以故事为手段，以漫画为载体，复杂问题简单化，将细节做精、小事做亮，在解决问题中建设松林的心力文化。

(三)企业精神、愿景、理念：

1.企业精神：修己、安人、聚和。自觉做好人，积极做好事。每一个员工的形象都是企业形象的体现，每一件好事的影响都是企业品牌的效应。公司要求员工不断学习，严于律己，不断提高自己的道德修养和业务素质；同时，团结协作，共同进步，为实现企业目标和个人价值、建设和谐企业共同努力奋斗。

2.愿景：坚持科学发展，坚持绿色、环保、安全，大力发展水基胶系列产品。完善、提升基础设施，提高开发水平，提高员工素质，营造展现个人价值平台，构建和谐企业。实施品牌战略，竞合双赢，不争500强，干好500年，小中见大，做强走远，精致特色，努力实现“中国胶粘剂的绿洲有一片黑松林”。

3.计划理念：不知道每天干什么的人不是黑松林人。

4.工作作风：关注细节，迅速反应，马上行动。黑松林人需要以缜密细致迅速快捷的态度对待工作。

5.生存理念：时刻记住我们的弱小，处处看到别人的强大，时刻保进取的态度。

6.管理理念：法治治标，德治治本。

7.用人理念：少增人，多功能，满负荷，高效率，争一流。

8.质量理念：高品质源于每道关的严格，新产品来自每一天的创造。

9.营销理念：先谋势，后谋利或曰先卖信誉，后卖产品。

10.竞争理念：有竞争就会有压力，有压力才会有发展。

11.市场理念：广集信息，把握商机，捷足先登，抢占市场。

12.开发理念：吃一堑二想三或曰投产一批，开发一批，储备一批。

13.售后服务理念：真心诚意为顾客。

14.关爱理念：把我的真心放在你的手心。黑松林是一个团结奋进的团队，是一个相互帮助、相互关爱的群体，同事之间真诚相处，犹如一个温馨的大家庭。

15.安全理念：关注细节，关注安全。生产的安全，是由每一个细微的安全环节组成。“海不择细流，故能成其大；山不拒细壤，方能就其高。”安全大事，必做于细，百分之一的错误可能会造成百分之百的失败。只有将细节融入全管理全过程，才能将安全管理做实做细，有效地消灭安全工作中的失误，保障企业安全和谐发展。

16.环境理念：绿色的黑松林，绿色的家。我们保护环境，珍爱家园。坚持清洁生产，可持续利用资源，节能低碳，努力创建资源节约型、环境友好型企业，生产绿色产品，打造绿色品牌，绿色的黑松林。

(四)行为规范：

六倡：

- 一倡敬业爱岗，黑松林精神记心上；
- 二倡开拓和创新，自我加压闯市场；
- 三倡强化质与量，客户回头厂兴旺；
- 四倡团结如一人，上下心往一处想；
- 五倡“三老”和“四严”，奉公守法纪律强；
- 六倡严管不铺张，降本降耗路宽广。

六戒：

- 一戒缺少开拓心，吃着老本守着穷；
- 二戒工作不负责，留下隐患是黑洞；
- 三戒作风软懒散，做天和尚撞天钟；
- 四戒违法和乱纪，为非作歹理不容；
- 五戒内部不团结，同室操戈起内讧；
- 六戒办事摆阔气，大手大脚手头松。

(五)形象识别标志



图为黑松林的标志（商标）

变形的“黑松林”源于传说。相传,季三嗒子中了进士,被招为驸马。但后来却得罪了皇上,遭到发配、放逐。在决定命运的节骨眼儿上,他跪地求饶:我什么地方都敢去,唯黑松林不行呀,那儿的蚊虫有麻雀大,古藤比水桶粗。正怒气难消、一心想置他于死地而后快的皇帝那肯轻饶,一道圣旨下来将他流放“黑松林”。季三嗒子如愿以偿地回到了老家,“黑松林”这个如春的富庶之地。黑松林也因季三嗒子而成了智慧的象征。

(六)形象宣传规范

宣传语:中国胶粘剂的绿洲有一片黑松林。

Heisonglin An Evergreen Forest In China's Adhesive Industry.

二、专业领导力

杨壮先生指出,如果思想领导力聚焦的是使命、愿景、价值观及思维模式,提倡企业家追求梦想、追求理念、聚焦天道、紧跟趋势。那么,相比之下,专业领导力就是脚踏实地做事,强调决策力、专业力、凝聚力和变革力。专业主义精神对于创业者和职业经理人十分重要。他必须具备四种能力,即先见能力、构思能力、讨论能力和适应矛盾的能力。

先见能力就是能够在复杂多变的环境中透过现象看本质,用怀疑的眼光审视复杂的社会和市场现象,时刻保持危机感,在正确的时间做正确的事情;构思能力要求企业转型变革的速度和时间要准确、及时,勇于否定自我,转变传统的思维模式,在竞争中求生存;讨论能力是在无法找到成功模式时,要做充分的讨论和思辨,学会倾听,提出假设,用逻辑思维搜集事实去验证假设;适应矛盾的能力是指组织所遇到的任何问题都是相互关联的、似是而非的,都是悖论。旧的问题解决了,新的问题就会产生,在这个时代,没有唯一方案,只有更佳方案。企业家必须打破传统观点的束缚,同时运用左脑的逻辑思维和右脑的创造洞察能力去解决问题。专业领导力具备四个维度:高效决策、激励人心、匠人精神和变革创新。

高效决策能力是专业领导力的第一要素,

通常建立在领导者的清晰价值观、敏锐洞察力、准确判断力、果敢决策力基础之上。在《黑松林与心力管理》的第二章、第四章、第七章等章节中,我们都可以见识刘凯鹏先生的决策能力与坚韧不拔、执著追求等品格。激励人心能否发现、吸引、培养、留住企业需要的人才才是专业领导力的核心要素。人才是最为重要的资源和资本,是企业生存发展的第一生产力和推动力。在书的第三章、第四章、第五章等章节中,从举不胜举的企业管理小故事中,我们可以感受到刘凯鹏先生一直在努力用心理管理打造幸福的黑松林,为企业的长远发展培养了一大批业务骨干,将普通员工培养成不普通的人,将黑松林变成员工的“第二学校”和养成教育的课堂。工匠精神是专业主义的根基,代表了一种职业道德、专业素质、负责态度、精湛技艺、丰富经验、优质服务。比如名医生、名教授、名厨师、名演员、名外交官、名记者、卓越政治和企业领袖身上都具备工匠精神。刘凯鹏先生除了自己寒暑假、几十年如一日,坚持自学和写作,成为了黑松林的“首席文化官”、“首席推销员”,从写企业宣传、产品广告到凝练企业文化、提炼企业精神,撰著企业管理专著以及文学作品,其撰著的企业案例,走进了清华大学、北京大学、复旦大学等中国一流大学课堂,成为学者研究和同行学习的实例。工匠精神和变革创新是一个悖论。在市场稳定的环境下,企业重点是聚焦、专注和精益求精,把产品做到极致;当市场竞争和客户需求发生巨变时,企业要进行及时的组织调整、变革和创新。黑松林及其全体员工一直都具有居安思危的忧患意识。《黑松林与心力管理》一书中的第五章集中介绍了公司上下居安思危、不断变革的意识,心中有爱,手中有活,自忧才能无忧等以及第七章中对节点自治的介绍,都表现了刘凯鹏先生和他的黑松林全体员工那种专业的精益求精的工匠精神与变革创新的市场意识。

三、品格领导力

品格领导力强调管理者及员工的价值观、道德水准、品格特质和综合素质水平,代表了组

刘凯鹏先生除了自己寒暑假、几十年如一日,坚持自学和写作,成为了黑松林的“首席文化官”、“首席推销员”,从写企业宣传、产品广告到凝练企业文化、提炼企业精神,撰著企业管理专著以及文学作品,其撰著的企业案例,走进了清华大学、北京大学、复旦大学等中国一流大学课堂,成为学者研究和同行学习的实例。

刘鹏凯先生说，我要和我的员工一起，心连心，手携手，用心用力，同心协力，实现两个梦想：一是在中国胶粘剂的绿洲有一片黑松林，齐心建设和谐的黑松林，令我的员工快乐工作，幸福生活；二是愿黑松林的心力管理故事能启动更多人的心力。愿人人不忘初心，致力向上向善；愿每一个企业都能蓬勃发展；愿我们的国家更加和谐富强。

织或企业所提倡的做人及做事的基本准则。品格领导力能够很好地协调组织成员朝着一个目标方向奔走。

品格领导力对组织生态、员工幸福感与归属感都会产生直接的影响。如果说思想领导力和专业领导力让企业做到了知行合一，那么，品格领导力则在思想领导力和专业领导力之间搭建了一座信任和依赖的桥梁。

就目前中国企业现状而言，杨壮先生认为，品格领导力聚焦四个核心品质：正直诚信、负责可靠、合作共赢与勇于担当。

正直诚信是品格领导力最为核心的要素。要做事，先做人。做人最基本的准则就是不讲假话，中国社会经济发展迅猛，然而假话、假商品、假故事、假消息混杂其间，真假莫辨。诚信问题与中国社会经济发展阶段和变化的价值观有密切关联，如今正直诚信越来越受到大家关注，企业家、职业经理人已经认识到诚信在经营中的重要性。调查研究显示，排在前四位的领导力因素是：待人真诚，有预见性，称职胜任，鼓舞人心。这充分说明，正直诚信是世界通用的领导力原则。黑松林的生产与营销理念一直秉承：商誉是金，诚信为首。这本书中以及刘鹏凯先生的其他著作中这种做人做事的诚信故事举不枚举。这恐怕也是黑松林能从一个濒临破产的企业蜕变成为行业翘楚的重要缘由吧！

负责可靠和正直诚信有密切关联，也是中国企业在通往世界级企业路上需要付出最大努力解决的问题。今天我们很多人的行为不靠谱：言不由衷、说一套做一套；领导在场一种行为，领导不在场是另外一种行为；在社会交往中，随意答应对方要求，出现问题后不负任何责任等。这些行为给企业声誉带来巨大伤害。负责可靠很重要的人格特质，和企业绩效有紧密相关度。负责可靠就是言必行，行必果，知行合一，说到做到。领导力大师沃伦·本尼斯对领导者提出的四条准则精准地解释了负责可靠的定义：始终如一、言行一致、诚信正直、可信任性。

合作共赢是品格领导力的第三要素。据杨壮先生观察，中国企业家身上最大的软肋就是

高层管理者之间缺乏合作共赢的理念和行动。成功的民营企业很多是强人治理，唯我独尊，一言九鼎，形成一个人的天下。他认为，这种状态不可能在合伙制企业中成功。合作共赢的思想基础需要具备包容的心态和开阔的心胸，相信中国企业随着加深与国际企业的合作后，会认识到合作共赢是公司持续发展的核心要素之一。刘鹏凯和他的心力管理模式打破了中小微企业“一言堂”“家天下”的狭小格局，一是他将黑松林办成了企业员工之家，制度是“吵”出来的，关爱员工要“有酒有肉”，用心而柔性地执行制度；二是节点自治，让员工成为自己的方向盘；三是让心力管理走上大学讲台，让更多的人知晓和学习；四是他本人成为了企业文化峰会的常客，与同行分享心力管理的感悟得失；五是自己坚持不断记录企业管理过程中的点点滴滴及其思考，笔耕不辍，出版多部心力管理著作，奉献于社会。

勇于担当是品格领导力中第四个重要因素。勇于创新、敢于变革、不惧风险、持续创新更是企业家精神的突出表现。世界上，没有没有风险的投资，经营实体企业更是如此。因此，它要求企业家敢于冒险、善于冒险、不断创新。

刘鹏凯先生说，我要和我的员工一起，心连心，手携手，用心用力，同心协力，实现两个梦想：一是在中国胶粘剂的绿洲有一片黑松林，齐心建设和谐的黑松林，令我的员工快乐工作，幸福生活；二是愿黑松林的心力管理故事能启动更多人的心力。愿人人不忘初心，致力向上向善；愿每一个企业都能蓬勃发展；愿我们的国家更加和谐富强。

是的，正是有了这种情怀和胸怀，刘鹏凯先生虽然已经七十有余了，但仍然精力充沛、干劲倍增地工作在一线，真实老当益壮，不移白首之心啊！

愿刘鹏凯先生和他的黑松林及其心力管理模式走进千家万户、走进万千企业和人心，成为中国企业基业长青、事业兴旺的一块砖石，牢牢地紧贴在祖国的大地上。

2023年5月1日长江首城



经营文字 管理快乐

蒋子龙

我与老友孙洪福先生，俱已须发苍苍，回首两人一次长达十几年的合作，感到无比欣慰和快乐。有人说，人生很短，能干成一件事就是幸运的。如此说来，洪福兄即是这幸运之人。他在社会正需要一份经济类杂志的时候，因时依势参与创办了《经营与管理》，出任主编后，使杂志风生水起，一路凯歌高奏，洛阳纸贵。也为自己的生命，涂上浓重的一笔色彩。

“人生历万事，而足证遭逢”。在杂志势头正猛的时候，他约我在上面开一个专栏，名为《经济快语》。并对我说，没有太多的限制，谈经济，说文化，讲社会风气、伦理道德……只要跟经济沾上点边就行。我俩都在工厂里摸爬滚打过20多年，对企业的经营与管理并不陌生，何况是在一个“以经济为中心”的时代，任何话题想跟经济不沾边，反倒不那么容易。我的材料库里有许多不能用于小说创作的“边角余料”，正好用来写随笔、杂文。

一开始我比较谨慎，深知自己是一篇小说一场风波的“有争议作家”，绝不能给老朋友添乱、惹祸。几个月下来，接到不少读者来信，发现经济界的读者、特别是厂长经理们，跟社会上

和文化界的读者差别很大，他们喜欢言之有物说真话，尤其欢迎能切中时弊、一针见血的文字，似乎还没有发现对我的文章告状、甚或闹事的，也许有这类事洪福也不告诉我，自己担了下来，我却渐渐放开了笔墨……

洪福兄作为主编，从不枪毙我的稿子，倒常常给我出题目、提建议，把企业界的情况、读者的反馈以及他自己的想法告诉我，两人精神的锋芒、思考的力度默然相契，《经济快语》的专栏，成为我们思想上的合作，想停下来都不容易。大半生过来，我在其他许多报刊上也开过专栏，短者数月，时间最长不过三、五年，在《经营与管理》上的“经济快语”，一写就是14年。

散文、随笔及杂感类的文字，在我的创作生涯中占很重的分量，其中相当数量的自己比较满意、被转载最多的随笔，第一次发表多在“经济快语”的专栏上。洪福把握契机与命运一同前进就是幸运，我则分享了他的幸运。而幸运是一种力量，把我们至于一种美好的关系之中，半个世纪来至情至性，相知相重。

他操守清正明通，为人极谦和宽厚，以他为中心，以《经营与管理》杂志为平台，形成一个庞



譬如,可称得上是世界名牌的江苏“黑松林粘合剂”的老总刘鹏凯,创造“心力管理学”,登上清华大学的讲台。我不敢说他在企业管理上的成就得益于《经营与管理》,但可以肯定的是,他将管理上的心得形成文字、并不断提纯取精,是在《经营与管理》上起步的……他是这个群体中能武能文的典范。

大的企业家与作家的群体。《商道》古训:低手做事,中手做市,高手做势。他把杂志的大势做成,此后的许多年,直至洪福退休后,网络大行其道,所有期刊都程度不同地感受到了处境的艰难,《经营与管理》凭借兴盛时期留下的坚实基础,依然镇定自若地随着时代的变化,不断提升“经营与管理”的水平。

40多年过去了,洪福组建的作家、企业家群体中的一些人,成为长久的朋友,平时淡如水,相聚可交心。在一个急功近利的商品社会,交下有“长性”的朋友不容易。而“长性”是性情和品格的经久体现,在剧变快如赶马灯的时代,尤为可贵。古谚云:“衣唯求新,友唯求旧”,免除了在这个碎片化时代寻找知己不遂的寂寥。

譬如,可称得上是世界名牌的江苏“黑松林粘合剂”的老总刘鹏凯,创造“心力管理学”,登上清华大学的讲台。我不敢说他在企业管理上的成就得益于《经营与管理》,但可以肯定的是,他将管理上的心得形成文字、并不断提纯取精,是在《经营与管理》上起步的……他是这个群体中能武能文的典范。还有与韩国合资的三星电子的中方老总任铁梁、天津家具老名牌“五厂”的厂长张镇、新华制衣的创始人刘文祥、汽车水泵厂厂长的周振郁厂长…等等,等等。

其中有一两位企业的朋友已经作古,有的临走时非要见《经营与管理》这个群中的一些朋

友。有的洪福亲自去送最后一程,许多天过去了,一谈起来他还老泪纵横,什么事也做不了,什么人也不见……请问,一个已经退休多年的杂志主编,和作者、读者的感情到了这种不是兄弟胜似兄弟的程度,世上能有多少?

最令我想不到的是,《经营与管理》隶属于市经委(全称:天津市经济委员会),洪福的顶头上司、经委主任张华国,竟是我原先所在工厂的党委书记。此公重文,洒脱豁朗,处人蔼然,他到任不久赶上文革末期的回光返照,市委下令要再一次对我及我泡制的大毒草《机电局长的一天》“进行公开批判,肃清流毒”。当时造反派已露颓势,大权被党委收回,“走资派”们又回来成了“当权派”,党委下通知要召开一个正常班和早、中两个班的全体职工参加的批判大会,当时天津重型机器厂号称有七、八千人,除去上夜班至少还有五千多人。但那天实际到会的不过一千多人。工厂的无数高音喇叭都像坏了一样不出声,并不催促职工去开会。这与以前召开批判大会的气氛大不一样,大喇叭一遍又一遍地呼喊,造反派到各车间吆喝、勾赶,谁敢不去是要遭殃的。会前我由车间打电话问厂部,批判时我是站到台上,还是在台下?厂部的人请示了书记后答复我:坐在下面。批判大会由厂



部一个管宣传的干部主持,四个发言者,念完稿子就散会了。显然是走过场应付上边。

文革结束后,国家要给企业职工长工资,下达的指标是百分之二,每个车间无论工人、干部,升级长工资者百里选二。已经有十多年没有长工资了,加上经历过文革大家心散而胆大,争抢非常激烈。我自然置身事外。待到全厂长工资结束了,作为书记的张华国,手里竟早就扣住了一个名额给了我。我自复员回厂,包括给厂长当秘书,一直没长过工资,当时我已经在车间管生产了,自觉管得还可以,也应该给我长工资了。但文革中我名声太臭,“全国批倒批臭”,全市文艺界在中国大戏院召开对我一个人的批判大会……张华国若没有非凡的胆识,对大势的判断有信心,怎敢给我这样一个人预留升级的名额?心和者仁,大智贵乎早决。我离开天重后他也调到市里,想去看看他却不得其门而入,如今竟在《经营与管理》的作家与企业家的联谊会上又碰面了,其愉悦、亲和自然溢于言表。

有这样一位上司,难怪洪福兄能放开手脚,尽展其长。

《经营与管理》的铁杆作者中,还有天津邮政局学者型局长仇润喜先生,精于中国邮政史、书信史的研究,著述颇丰。早于我为《经营与管理》撰稿,在上面发表文章150余篇。仇兄

也是洪福老友,品迈沉实,福相融合,是杂志的作者与读者联谊群中的“寿星”。正因为此,当时我心里确有一点嘀咕,生怕有屑小之辈说《经营与管理》是“同仁刊物”。虽然“同仁刊物”并不是坏话,在鲁迅时代所有刊物都是“同仁刊物”,包括陈独秀主编的《新青年》。但在现代,“同仁”二字若被别有用心的人曲解、生事,不是不可能。俗云,不怕没好事,就怕没好人!好在洪福主编气场强大,刊物办得好,上面有庞大的经委支持,杂志在所谓“环渤海经济圈”中始终一枝独秀!

宽容乃恒,温厚即久,是洪福的性格、交友之道以及办刊方针,使《经营与管理》团结了一大批企业家、读者和作家,这也给杂志注入强大的生命力,以至于在杂志创刊40周年之际,老友新朋津津乐道这本杂志的故事。对于洪福先生和他的编辑们,创办《经营与管理》,是“经营时运,管理人生”。如亨利·福特的所言:“工作是你依靠的东西,是可以终生信赖而永不会背叛你的东西”。

对于像我这样的投稿者,则是经营文字,管理快乐。我在各地投稿无数,但写作并不总是快乐的,惟跟《经营与管理》的合作,其快乐是难忘的。值此杂志创刊40周年之际,兴匆匆成文以记。聊表谢忱,兼致恭贺!

转自《经营与管理》2023年第1期





霸王之所始也,以人为本

严勇

霸王之所始也,以人为本。
本理则国固,本乱则国危。

——《管子·霸言》

【译文】

春秋霸业的开始,是“以人为本”。根本理顺了,国家就得到巩固,根本混乱了,国家就陷入危险。

【赏析】

这是管子讲以民为本的一句话。

以人为本理念的核心是重视人、尊重人、理解人、爱护人。“以人为本”,基础是“尊重人性”,关键是“完善人格”,实质是“顺应人心”。“人性”需要被尊重,“人格”需要被完善,“人心”需要被顺应,三者所指,皆以“人”为本。“以人为本”的理念,回答了“为了谁”和“依靠谁”的问题。人是发展的根本目的,也是发展的根本动力,一切为了人,一切依靠人。“为了谁”和“依靠谁”,二者统一,共同构成“以人为本”的具体内容。在现实生活中,能做到人尽其才,才尽其用,就已经很了不起。尤其在企业管理学中,江苏省泰兴市黄桥镇的黑松林粘合剂厂有限公司董事长

刘鹏凯提出的一套“心力管理”之路,就非常体现出以人为本的企业理念。

他说,任何一名企业家,纵有天大的本领,如果离开了员工这片土壤,失去群心群力,企业就无法长大、做强、走远。这就是刘鹏凯对于“以人为本”的深度解读。人是企业的本,是企业的魂,更是企业的未来。企业要做强做优做大,离不开员工。国家要富强,同样也离不开人。管子作为第一个提出“以人为本”理念的经济学家,其对于国家经济建设有着极其清醒的认识。齐桓公之所以能成为春秋五霸之首,就是与任用管仲,采用其“以人为本”的思想治国密不可分。这就是从根子上,解决了国家的生产力的问题。解放了人,就等于解放了生产力。生产力上去了,国力自然就强盛了。这就是“本立而道生”的道理。

转自《古诗词日历》

超级全才丁西林

别江云

话说20世纪的民国,有这么一个不太安分的物理学家,他改良过中国的乐器笛子,折腾过中国的汉字,不仅如此,他写戏也很厉害,号称“全能型多杠青年”。如果这样的男神级别的人物出现在当代,绝对网红。

他就是黄桥人丁西林,纵观丁西林的人生,觉得就像是开了挂,可能很多人都认识他,他出生于上个世纪九十年代泰兴黄桥的一个名门望族,主业是物理学家,曾任北大物理学教授,副业是“独幕剧圣手”,号称“东方莫里哀”。

丁西林从小就是一个学霸,因为自幼家境殷实,他的父亲也很开明,受到“新学”影响,就让子女也去学学洋文化,这一学不得了,中国从此多了一个物理学家和戏剧家。

他求学于英国伯明翰大学,在这期间以热电子发射试验直接验证了麦克斯韦速度分布律,大大降低了测量 g 值的实验误差。就在他求学第二年,恰逢北大校长蔡元培先生在欧洲求贤若渴,他这样的人才自然被引进回国,住在了北京的吉祥胡同里,同住的还有八个教授,大家称之为“吉祥八君子”。

在北大担任物理学教授期间,他非常的严谨和认真,学生们喜欢他的很,他不仅亲自审阅学生的实验报告,并且还提倡用中文而不是英文编写讲义,让国人更好的吸收西方的科学,不仅如此,人家还把效仿蔡元培老先生,积极引进物理学人才,在北京大学创设物理实验室,要知道在当时的条件下,非常艰苦,所有的器材、设备还有书刊都需要从国外购进,而经费也比较少,但是丁老硬生生在抗战前夕,把物理研究所的人员从3个扩充到了10多个。

而且他特意将物理研究所的金木工车间扩充为设备精良的物理仪器厂,从事制造教学所需的分析天平、显微镜、经纬仪等。仅1935—



1937年间,就生产600套高中物理实验仪器和3000套初中物理实验仪器,简直厉害。这些仪器由教育部统购分发全国各地高中、初中供教学使用,不得不说对我国早些时候的中学物理教学的充实和提高起到了很大作用。

但是你如果仅仅认为他是物理学家,那就错了,他还是一个伟大的外交家。

要知道丁西林与印度首任总理尼赫鲁在同一时期都留学于英国,据流传两人是同窗好友,周恩来总理知道后,正值中印建交,总理安排他出任中印友好协会会长,他和丁文江一起为中印边界的谈判作出了一定的贡献。

在丁西林读大学期间,突然母亲病重,他匆忙赶回家之后才知道原来家中老母并没有生病,老爹是为了骗他回家结婚的,给他介绍的姑娘也算是名门望族,芳名韩丽英,如果联姻也算是门当户对,但是丁西林好歹也算一只海归,见多识广,而韩丽英呢,虽是典型的大家小姐,但是没多少文化,而且颜值也不够高,在他们洞房花烛夜之时,据说丁西林看了一夜书,硬生生把那姑娘搁置在床边,把那姑娘给气哭了。

丁西林也很生气,一气之下离家出走,期间经友人介绍也遇到了人生挚爱,李逸。李逸不

仅人长的漂亮,关键是有文化,这还不是最重要的,最重要的是据流传李逸是太平天国领袖韦昌辉的后代,太平天国失败后,为躲避搜捕,韦氏改姓为李。

话说丁西林的发妻韩丽英遭此不幸,日夜啼哭,祖父是个老古板,声色俱厉地教训她:哭什么!你们拜过堂,你生是丁家人,死是丁家鬼,丁家有田有屋有钱庄,还养活不了你?

虽然丁西林虽然没和韩丽英做夫妻,但是也没有将韩丽英扔下不管。为了对韩丽英有个交待,他把自己老家所有的房产都给了韩丽英,变卖、租赁均由韩丽英做主,而且临分手时,丁西林还将刻有丁燮林(丁西林原名)三字的金印交给韩丽英,若日后家族中对房产若有异议,或遇其他大事,凭金印说话。

后来这位物理学家进入文学界的时候,写了《一只马蜂》,批判的就是封建的包办婚姻,这个剧一经发表,在全国剧坛产生了轰动,“独幕剧圣手”由此得名。

可以这么说,在整个上世纪 20 年代,丁西林的喜剧创作为现代幽默喜剧的发展开辟了道路,和郭沫若、田汉一起,称得上是中国现代戏剧文学的奠基者之一。

话说中国的话剧经历了辛亥革命前后的文明戏阶段和五四运动时期的西方戏剧阶段的两次建设。中国传统戏剧乃是戏曲,话剧是舶来品。文明戏非驴非马,不中不西,还不是真正的话剧,多是以戏为载体来启蒙民众、鼓动革命的化装演讲。

特别是胡适的《终身大事》,虽然被认为是中国现代幽默喜剧的开篇之作,但是那时候的中国喜剧,还是一个步履蹒跚的婴儿,在当时的中国现代话剧都是以悲剧为主题,而且还都是多幕剧,但是丁西林就不同了,他执着于独幕剧创作,一下笔就表现出了高水准。

他先后发表了很多喜剧堪称经典,比如《一只马蜂》《压迫》《亲爱的丈夫》《酒后》《北京的空气》《瞎了一只眼》等六个独幕喜剧,甚至现在一些国内的剧院还在上映。著名戏剧家洪深评价《压迫》时认为“该剧是大革命期间创作喜剧的

唯一杰作。”

他的《一只马蜂》上演的时候有人甚至拿主人公吉先生同鲁迅笔下的阿Q相提并论,认为艺术是“同样的高妙”。《北京的空气》,既不渲染北京的富丽,也不涉露北京的暗涩,就像是人们所感叹的那样“陈年的花雕,其醇甚至于没有酒味。”

丁西林还是第一个提出了“笔形查字法”的物理学家,你肯定会问什么是“笔形查字法”,“笔形查字法”就是把汉字的每一个基本笔画(横、竖、撇、点、折)给它一个号码,再按笔画号码连起来,就成了一个几位数字。这种方法被《计算机中文信息笔形编码法》所吸收,可以做到“见字知号,按号找字”。而五笔字型口诀中有一个“木丁西”就是为了纪念他的这个贡献。

还有一次,数学家陈省身教授提到了数学领域里一个有名的地图四色问题。要求证任何一个复杂的地图,只需要用四种颜色来区分,就可以使相临边界不会出现重色。这个题目也引起了丁西林极大的兴趣,这个问题,让丁西林研究了很多年,终于证明成功。

不过最让人惊讶的是,满腹学问的丁西林还对小小的民族乐器——笛子产生了浓厚的兴趣。1935年,丁西林对中国传统乐器笛子进行改革,把原来的六孔七声音阶,改为十一孔平均十二律,扩大了乐器音域,并在《科学画报》著文《新笛》作了介绍。

他不仅把自己的副业玩的比主业溜,还兼具爱国情怀和民族气节。

在太平洋战争爆发的时候,为了抗战他带着家人返回内地,却不小心被汪伪发现,汪伪威逼利诱让他在南京供职,丁老那哪能同意,结果当然被软禁了,但是独立的灵魂哪能轻易屈服,于是丁老机智的乔装打扮解救了自己,堪称机智。

纵观丁老的整个人生,有时候不得不感慨,他真的是能文善武,文理兼通,以前的著名学者好像都是这样,涉及专业之多,知识之渊博让现代人望尘莫及。



泰兴古镇 黄桥领銜

周新天

古代郡县,多数在乡镇基础上建设。或据强镇而置,或析数乡而建。泰兴这方土地上古镇不在少数,古镇风貌风物、名胜古迹和名人掌故载入府志、县志和其他地方史的亦不在少数。泰兴范围内的古镇,最早的建制于宋代以前,最晚的建制于民国,解放后所置镇不属此列。口岸、嘶马、刁铺、季市等镇,史上均属泰兴。

泰兴古镇的代表是黄桥,历史久,名气大,古迹多,风景佳。

镇,一个古老的名词。在全球化潮流下,在当代人眼中,镇无非是街民聚居的地方,在规格上不如县城,在生活上则大同小异。不过,历史上的镇,内涵要丰富得多。

镇最早是作为军事据点而设。在古代中国,边境驻兵戍守,称之为镇。镇将管理军务,有的也兼理民政。

《新唐书·兵志》记载:“兵之戍边者,大曰军,小曰守捉,曰城,曰镇,而总之者曰道。”

宋代,镇的军事色彩降低,演变为经济比较发达的人口集聚区。高承《事物纪原》记载:“民聚不成县而有税课者,则为镇或以官监之。”

宋代以后,人们对镇的印象,主要集中在这么两点:其一,规模比县城小;其二,是农村地区经济相对发达的地方。

在现代中国,镇作为行政区划,一般在县之下,与乡同级。在相当长的历史时期,古镇在促进城乡经济发展、引领农村风气等方面,发挥着无可代替的作用。

泰兴境内古镇的特点,可以用四个词来概括:城乡节点,经济支点,军事据点,旅游景点。

城乡节点

古时候,县城作为一县政治、经济、文化中心,理所当然乃全县焦点。然而,囿于生产力因素,县城规模都很小。一般来说,县城从南到北,自东而西,都不过区区三四华里,人口规模一般只在数千。

泰兴县治自公元1131年迁至延令村后,直至解放初城墙拆除,城市规模都很小,东门到西门,南门到北门,穿城均不足三华里。由卫星图实测可知,同为圆形的泰兴县城,如皋县城,旧城直径均约1.4千米,城墙围出的面积不足1.6平方千米,还不如清华大学一半大,也不如颐和园面积大,甚至不如颐和园内昆明湖面积大。如



此小的城市，刨去网状河流、大街小巷，再刨去宗庙祠堂、衙门公署、书院私塾等等，面积极其有限，在楼房极少的年代，能容纳多少居民生息，可想而知。县城内要组织规模手工业，那是非常困难的；旧时代绝大部分州县，手工业基本是分散的。因此，州县下面的农民，都到县城采买必需品，显然也是不可能的。再者，旧时泰兴县域广袤，边缘乡村距离县城很远：东部乡村至县城行程，在五十华里以上；西北乡村去县城，也在四十华里以上。在步行为主、舟楫为辅条件下，普通百姓要进城、上街，殊非易事。

镇的出现，恰好填补城乡之间空白。旧时，作为城乡节点，镇在商品流通方面作用巨大。有了镇，农民的消费需求基本能得到满足。

自明清以来直至改革开放，乃至当今，数百年间，泰兴东部县民，都把去黄桥镇说成“上街”；同样，泰兴西北部县民，也把去口岸镇说成“上街”。

黄桥古镇，位于苏中高沙土区域核心，又处于姜堰、泰兴、靖江、如皋、海安五县中心。尤为难得的是，连通里下河的东、西姜黄河交汇于黄

桥，黄桥向西，有老龙河沟通县城，通达长江的季黄河亦由黄桥流出。因此，黄桥成为苏中生产资料、农副产品及日用品集散地，农具铁器、木料竹料、粗粮细粮、棉麻炭柴、副食水产、衣袜鞋帽、文房四宝，应有尽有，样样齐备。黄桥长期作为泰兴东乡最繁华街市，是东乡高沙土地区与县城联系的枢纽。宋朝以来，一遇战事，黄桥乃兵家必争。别的不说，运送粮草军需，比的是方便快捷，别的城镇很难与黄桥相提并论。不用说专门跑运输的大船，就算是普通船民的普通木船，一船所运送的粮食，二十辆小推车也不一定能运走。一艘普通木船，两三人就能操作，而二十辆推车，一人拉纤一人推车，最少需要四十人。抗战时期，陈毅、粟裕选中黄桥，大展手脚，与韩德勤大动干戈，最终大获全胜。黄桥战役，成为以少胜多的经典战例。

口岸镇南临长江，古济川河和古柴墟港在此汇集，是天然良港。从北宋晚期至清康熙年间，口岸港一直是泰州及苏北里下河地区出江入海交通枢纽，承担着大批货物的转运过载，一度还作为淮盐转运重地。因此，口岸不仅是泰兴西部城乡节点，也是泰州南部城乡节点。

经济支点

县城作为县衙、县学所在地，作为政治、文化中心，其地位无可撼动。不过，由于县城人口很少，无法组织规模生产，商品产出率，还有赋税征收额，都极其有限，无法满足基本需求。在此背景下，镇作为经济支点，其支撑作用十分明显。镇作为农村大市场固定“大集市”，保证了全县经济有序发展。乡村也有小集市，但遵循“逢市”习俗，每旬只在固定日子设市，比如一四七、二五八、三六九、初五一十等，规模都不大，商品以农副产品居多。这种情况，一直延续到新中国成立。黄桥重镇的地位，更是一直延续至今。

以泰兴传统支柱产业“猪油酒”为例。旧时泰兴活猪买卖，以东部重镇黄桥为中心。黄桥猪行的船队，以600担（约30吨）大船居多。镇内珠巷，正是由“猪巷”演变而来。至于榨油，由于黄桥地处东部高沙土区域中心，周边沙地出

产的花生皆由黄桥集散，泰兴榨油、销油业的中心，也一直在黄桥。酿酒业同样如此。早在八百年前，南宋嘉泰三年至四年（1203-1204年），泰兴酒税每年达8万缗，由税务官专解扬州府。其后，酿酒业一直是泰兴赋税大户。不过，泰兴酒行，大多并不在泰兴城，而是在东部古镇黄桥，还有南部古镇曲霞。

自南宋至民国，黄桥经济持续繁荣，税收丰厚，旧时有“泰兴一城不如黄桥一镇”之说。

自清代至民国，曲霞酒业一直兴盛不衰，旧志云：“酒业兴旺，闻名全县。”其销售范围遍及江阴、浙江、上海一带，还在上海成立酒业公所。

至于一本万利、能带动许多相关行业快速发展的港口经济，则一直由西北重镇口岸镇、东南重镇季市镇担任主角。

军事据点

水陆交通是发展经济的基础，古镇的发展，一般都得益于便利的交通。正由于古镇处于交通要冲，其军事地位也得以彰显。

黄桥军事地位十分重要，欲取苏中者，必取黄桥。黄桥决战即为明证。

宣堡镇地处泰兴北大门，是泰兴唯一以“堡”命名的镇，其境内，以“堡”命名的村庄也很多。相传南宋时，岳飞麾下大将宣秉在此安营建堡，抗击金兵，堡垒及周边遂得名宣家堡。这个说法信史虽无记载，但宣堡镇史上作为军事堡垒，却是事实。至今，在宣堡境内，从西北向东南，依然有小樊家堡、大樊家堡、宣家堡、西宣家堡、石家堡、大张家堡、小张家堡、杨家堡、许家堡等自然村，连绵七八千米。由此可知，在古时候，这里有一道防线。南宋以来，宣堡作为军事要地，扼守着古柴墟港（今取直疏浚为宣堡港）。古柴墟港为天然河道，是沟通东部腹地与口岸港口的重要纽带；在一马平川的苏中平原，更是泰兴城的第一道屏障（第二道屏障是老老河）。

嘶马镇（旧属泰兴）南临长江，东有五圩码头，南与扬中岛隔江相望，北通蒲头、吴桥、江都，西靠三江口，曾是淮河入江水道，历来是军事和交通要地。除宋时岳飞在此屯兵抗金外，

明清皆为军事驻防地。

南宋初期，口岸镇曾作为泰州州治临时驻地，岳飞亲自领兵驻守，抗击金军；明代，刁铺镇曾是泰兴、泰州之间重要中转站，专设驿铺；1940年，“黄桥决战”在苏北重镇黄桥镇打响；解放战争时期，宣堡镇是苏中“七战七捷”首发地。

以上这些都证明，古镇的军事地位不容小觑。

旅游景点

在古代，镇往往是乡绅、商人、退隐官员的居住地。这些人不仅在镇区营建住宅，构筑花园，而且重视文化教育，引领着社会风尚。因此在长期的发展过程中，古镇积淀深厚，旅游资源丰富。

古镇黄桥是中国历史文化名镇，全国特色旅游景观名镇，至今保留完好的明清建筑有2000余间。现有东、南、西3片传统古街区，其中有古街巷24条、古寺庙3座、宗祠7座，还有不少唐宋明清石刻、匾额。

口岸镇（1997年前属泰兴）桥多、寺胜、景美，旧有“一步两庙、三步两桥、八景九桥十座庙”之说。

此外，广陵镇有始建于晚唐的禅师殿，古溪镇有始建于北宋嘉祐二年（1057年）的东方禅寺，曲霞镇有“三条石”古街，宣堡镇有古银杏群落。这都是先辈为我们留下的文化遗产。

古镇，看得见的乡愁，诗意栖居的地方。





悼念先生贾春峰

刘鹏凯

“刘总,我父亲昨夜走了,感谢您一直以来的惦念。”5月5日上午,我收到贾春峰老师女儿立钢发来的微信。得到消息的那刻,头脑“嗡”的一声,仿佛受到重击,许久回不过神来。贾老师德高望重,是为我传道授业解惑的恩师,他自称是一个书斋式的人,我尊他为先生。

认识先生是在2005年11月中国企业文化研究会在成都举办的中外文化峰会上,他从中宣部正局长级调研员的岗位上退休后,任中国企业文化研究会副理事长一职。先生是著名的理论家,著名的企业文化、企业形象、企业战略专家,他长期从事理论研究,在企业文化领域硕果累累,影响力广泛,被誉为“文化力研究之父”和“文化力研究第一人”。我是把先生当成“明星”来追的,会议间隙,惶惶恐提出了合影的请求,想不到先生和蔼可亲地答应了,拉着我紧靠他拍照留念。

先生乐于提携后学,勤于传播企业文化。从成都回来后,我经常将在企业文化实践过程中的做法、想法向先生汇报请教,每一次都会得到他悉心的指点。我兼任黄桥商会会长,为了提升本地企业经营者对企业文化的认知,向先生提出来黄桥讲授文化力的请求,先生没有嫌

弃路途遥远,爽快地答应了。2007年4月23日上午,一场《文化力提升企业竞争力》的大课在江苏黑松林粘合剂厂有限公司综合楼的四楼会议室开讲,听众云云,好评如潮。先生论述了经济与文化一体化发展的十大特征,并就企业文化、企业形象提出了一系列新观点、新理念,并建议企业要从自己的行业特点出发,满足企业战略目标的实现,与企业的经营管理紧紧地融为一体。先生倡导,企业文化要做到理论与实践并茂,知行合一,好懂、好记、好运作、好传播,要入耳、入脑、入心,让人一听就清楚,一看就明白。先生的话,语重心长,字字珠玑,打开了我的心门,拓宽了我的视野,坚定了我的文化自觉,似一盏心灯照亮我前行的路。先生的报



告帮助我们这些企业经营者突破了对企业文化认识的局限,让我们用文化的视野,登高望远,埋下了用文化管理企业的种子。

先生后来又到过两次黄桥,一次是在2012年5月,黑松林召开第二次心力管理研讨会,先生作了《“黑松林”总给我惊喜》的讲话,并为心力管理题词——正觉正行心为本,根深叶茂黑松林。还有一次是2013年4月,先生再次来到黑松林调研心力管理,并参观了新落成的企业文化展厅。每次与先生接触,聆听先生教诲,总提高我的眼光、境界、格局、胸怀,让我发现更高的人生价值。

2008年前后,我准备将多年实践的企业管理25法汇编成集,期间想了好多书名,例如“中国式管理的思考”“用心管理”,等等。推敲斟酌之际,看到《人民日报》一篇文章用了“给力”二字,我眼前一亮,“心力管理”仿佛像天使般降临,从我脑海中显现而出,在我心中萌生。当我将“心力管理”这个提法向国内一些专家请教、征询意见时,不少老师都委婉地劝我放弃。毕竟提出一个新颖的管理法,连权威专家都慎之又慎,何况一名企业经营者。2010年春节前,我乘坐扬州至北京的夜车,第二天一早就来到先生家中,向他请教可否以“心力管理”作为书名,我至今记得先生深沉、朴雅的神情,他细声慢语地对我说:“容我看完书稿,考虑考虑。”

不久,先生便来了电话,给我吃了定心丸,支持我以“心力管理”为管理集命名,理由有三:一是所有理论成果都是人民创造出来的,不分高低贵贱,管用的就是有价值的;二是心力管理并没有离开人本管理,而是人本管理课题中的应有之义,也可说是人本管理的升华与发展,心力管理是管理实践中总结提炼而来的,既有从实践到理论的升华,也具有从理论到实践的指导意义;三是新的理论提出来遭受质疑是正常的,当年中央提出“以人为本”时,也有人提出以善为本还是以恶为本的争论。先生的阐释给了我信心和定力,深感人生路上何其荣幸,能遇到先生这样的贵人!

《心力管理》出版之际,先生欣然为我写下



正觉正行心为本
根深叶茂黑松林
贾春峰
二〇一三年
五月

叙事诗《感言录》。在诗的前言部分,先生写道:2010年元月三日开始,京城连降多年罕见的白雪。我足不出户,阅读了刘鹏凯同志的《黑松林,我的太阳》、《细节的响声》两本书,接着又收到了他的新书书稿《心力管理》。一连几天阅读,虽然身感疲倦,但总有一种愉悦之情涌上心头。阅读似乎成了一次企业文化之旅、一次感悟中国式的人本管理、心本管理、心力管理之旅。作者是一位勤奋敬业的人:勤于创业,勤于思考,勤于读书,勤于写作,处处洋溢着一种可贵的真诚和一颗火热的心。有时看稿,眼睛实在累了,我站在窗前遥望雪景,而内心则是思绪万千。雪片在无声无息的降落,而作者在企业管理中表现的“心力”也是一种无言的智慧。“心力管理”这四个大字,令我的眼睛发亮,这对管理学的创新和发展,可是具有重要的理论启示和实践意义啊!“黑松林”的经营管理实践,彰显了两大魅力:一个是细节管理的魅力,另一个是心力管理的魅力。而在企业运作实践中,二者密不可分,紧紧地融为一体。真可谓:细节中的心力管理,心力中的细节管理。这篇自创的散文式、随意性的杂体诗,就是边读边想边记而草成的,并不多加修饰,也不拘泥于格式,重在表达内心的感悟和对作者辛勤劳作的敬意。

是怎样一种大爱,让先生对我如此厚爱,我的眼睛不由湿润起来。先生曾对我说,他的生活很简单、单调,对他来说,看书、写作、思考、散



步就是在享受生活,他的许多文章、题目、内容,常常是独自一人步行时想出来的。这首叙事诗式的《感言录》,一句句,一行行,莫不是先生踏在雪路上,一步一步携扶我前行中留下的一串串脚印?

2011年6月24日,是我难忘的日子。在连云港企业文化学会李万来会长的大力支持下,心力管理第一次召开专家座谈会。先生有备而来,在大会上作《心力管理:人本管理的题中应有之义和最佳境界》的讲话,既有对我的企业“走小而精、小而专、小而特、小而优、小而强”之路的肯定,也有对我本人“勤于做事,勤于学习,勤于思考,勤于写作”的激励,更有对《心力管理》这本书以及“心力文化”研究的支持。最后,先生鼓励我“吸取更多有益的思想营养,翻天覆地琢磨,会进一步深化和拓展对中国式企业管理、对人本管理、心力管理的认识。”拳拳之心令我感动,我备受鼓舞激励。

2013年4月,当先生50万字的著作《贾春峰文稿新集》出版后,他在扉页题上“鹏凯同志雅正”邮寄于我。见书如见先生,扉页上是先生一生最爱的那张照片,这是1996年8月12日早晨,先生出差蓬莱坐在船上的一张留影,刚升起的太阳与滚滚的波涛映衬得他更加意气风发。

大海是令人崇敬的,先生是令人崇敬的。先生的胸怀宽广深邃,先生的感情山高海深。最令我感动的是打开书本,先生用一张小信笺纸夹在首页,上面写着:本书1P9-14;2P360-365都是专讲心力管理的;3P153也评价了您的心力管理。看着先生一笔一画写成的小纸条,一股暖流涌遍全身,先生的手书似“慈母手中线,游子身上衣”,让我感受这份精神的高洁,我唯有努力以恒,方可“报得三春晖”啊!

此后的这些年,一有机会,我都会去北京登门求教,每一次先生都会旁征博引,为我寻找一些有关“心力管理”的理论依据与参考资料,赠送我各种图书,鼓励我学习充电,不断进步。先生的情味是我放不下的回忆,深入骨髓。

记得2020年9月26日晚上,我收到了立钢的一条短信:“刘总,我是贾春峰的女儿,我爸爸让我给您发两段梁启超论心力的文稿,麻烦您加我一下微信。”收到信息,我为自己的人生中能出现这位长者、学者、先生、贵人而倍感幸运。看到先生让立钢转发给我的资料,我心潮澎湃,百感交集。那些重点语句的划线,那由感而发的眉批,仿佛是先生在给我面对面、手把手的教诲,让我的梦境心向暖阳,更加绚丽!

去年年底,听闻先生身体不适住院治疗,当时就想前往探望,只是新冠疫情汹涌,赴京不便,我只能在心底为先生祈祷,企盼疫情过去,待到春暖花开,再去看望先生。今年开春后,又与立钢联系,获悉先生仍在留院,病情一直不稳定,待稍有好转后再作计划。前一段时间,与友人商讨《心力管理》再版事宜时,相约5月下旬前往北京探望先生。哪知先生却静悄悄地走了,忍住即将夺眶而出的眼泪,赶忙调整行程,连夜赶往北京,参加5月6日中午11:30在北京友谊医院举行的先生遗体告别仪式。

立钢告诉我,遵循先生一切从简的遗愿,告别仪式简朴肃穆。鲜花丛中,先生身盖党旗,表情安详,众人瞻仰遗容泣不成声。面对先生遗容,我连连鞠躬,心中默默念叨:千古长存,寰宇常诵文化力;音容宛在,百世不忘德高人。先生,一路走好!



从春天出发 向美好奋进

——黑松林“2023年春游盐城”侧记

人间四月，春暖花开，草长莺飞，人们纷纷走出家门，走进春天，在阳光和花海中感受春天的气息。

4月10日一大早，江苏黑松林粘合剂厂有限公司的所有员工登上了开往盐城的大巴车，奔赴“从春天出发，向美好奋进”主题春游的行程。

此次旅游第一站是盐城大纵湖旅游度假区。该景区是集湖荡观光、休闲度假、民俗采风、生态教育、科考探秘等多功能于一体的生态型旅游度假区，是里下河地区最大、最深的湖泊，享有苏中第一湖之美誉。

抵达景区停车场已是上午9:00。入园后大家沿湖畔小径一路穿行，直抵芦荡迷宫码头，乘坐画舫徜徉芦荡迷宫。春天的湖水在一尺盈余芦苇新苗的陪伴下，在蓝天白云的映衬下，清秀柔和，波光盈盈，还有一股醇厚佳酿的诗意，抿上一口，一定都是春天的味道；水中画舫白浪划过，惊起数只水鸟，“啪嗒、啪嗒……”野鸭起飞前击踏水面的声响，犹如叩开春天大门的敲门声。举目四望，虽然没有观赏到古盐城八景之冠的“平湖秋月”，没有领略到“盐城新十景”之首的“纵湖秋色”，但盎然的春意孕育着无限希望，萌发的生命激发奋进的力量，这绝美的“纵湖春意”，不就是最具激情澎湃的“生命乐章”

吗？

大纵湖不仅有生态美景，还遍布着不少红色足迹，赓续着“星星之火，可以燎原”的精神根脉，传承着红色血脉的“湖荡精神”——坚韧不拔、百折不挠的革命韧劲；不畏艰险、不怕牺牲的昂扬斗志；鱼水情深、众志成城的坚定信念；依靠群众、扎根群众的工作作风；革故鼎新、与时俱进的创新思维……

返回迷宫码头，再次踏上这片浸透着革命先辈鲜血和汗水的红色热土，黑松林党支部所有党员在支部委员、公司副总经理殷萍的带领下，列队于“湖荡精神”的碑牌前，右手握拳，用庄重有力的宣誓和掷地有声的承诺重温入党誓词，“我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领，遵守党的章程，履行党员义务，执行党的决定，严守党的纪律，保守党的秘密，对党忠诚，积极工作，为共产主义奋斗终身……”

荷兰花海是黑松林人此行的第二站，位于盐城市大丰区。

“游览荷兰花海契合本次集体活动的主题——从春天出发，向美好奋进。”本次活动策划者之一的胡宏早就做足了功课，他在大巴车上向同事们简单介绍了荷兰花海的情况，“为了深度挖掘中华民国村镇规划镇历史底蕴，弘扬张謇时代精神，推动地区经济发展，地方政府以

‘田园、河网、建筑、风车、花海’为设计元素,组织50多万人次创新创业、奋发图强,种植了300多个品种的郁金香,闯出了一片美好的新天地,将曾经寸草不生的盐碱地,打造成为‘面积最大、品种最多、形态最美、业态最全’的世界级郁金香最佳风景区、国家AAAA级景区!”

从大巴车上下来恰巧正午时分,满园的喧嚣和硕大艳丽的郁金香花造型在明媚的阳光下扑面而来,热烈而奔放。走进园内,3000亩成片的郁金香映入眼帘,不同品种、不同色彩相间,像一块超大的油画调色板,五彩缤纷,艳丽夺目。花海深处,巴洛克式城堡、风车小屋、彩色玻璃小屋、红白相间的热气球……恍惚间仿佛置身于异国他乡。

荷兰花海内不仅游人如织,还有不少妆办精美、容貌俊俏的模特,她们或列队在各色郁金香花海间款款穿行,或几个一组摆出优美造型,为特定的景点增添特别的韵味,彰显了景区的创新思维。“来,与花仙子合个影!”见多识广的营销经理周吉生站到了一位鲜花妆容的美女身旁,同事们纷纷用手中的相机,为他留下美好的瞬间。

“郁金香被誉为‘世界花后’,被视为胜利和美好的象征,代表了纯洁的友情和永恒的祝福,也是传播爱的美好使者。”3月份就来过荷兰花海的谢新春对身边的同伴说:“荷兰花海



尽是花,戏剧幻城只有爱。除了看郁金香,戏剧《只有爱》创意独特,发人深省。”

聚拢到荷兰花海一角的如月剧场已将近下午2点。进入剧场刚刚坐定,静待演出。出乎意料的是工作人员打开了眼前的隔墙,人群摸黑走进了第一个演出空间。如法炮制,转至第五个演出空间,已近下午4点。

《只有爱》是王潮歌导演突破传统表演形式,大胆艺术创意,用心倾力打造的大型沉浸式体验剧,通过移步不同的空间组合,观众或置身舞台近距离感受演员的深情投入,或坐在高高的观看区俯瞰剧目情节,在体验“爱”之深意的同时,从小爱到大爱,引发着人们对“人性”深层次的思考。

根据计划,黄桥恒富大酒店是本次旅游的最后一站。玩就玩得尽兴,干就干得出色,黑松林人选择用聚餐的方式共享发展成果,为此次紧凑而有意义的集体活动画上圆满的句号。晚上6:45,恒富大酒店8388大包间内欢声笑语,推杯换盏。

老员工项国锋端起斟满白酒的酒杯来到董事长刘鹏凯的身边,“董事长,我敬您一杯,感谢您的关爱,每年组织我们外出旅游。湖荡火种可以燎原,盐碱地可以变成荷兰花海,只要肯干、巧干、创新着干,一切美好皆可期待!干!”

“干……”黑松林人纷纷举起手中的酒杯、水杯,在这个美好的春天,向着明天发起了奋进的宣誓。



从春天出发 向幸福奋进

江苏黑松林粘合剂厂有限公司组织开展“2023年春游盐城”主题活动



2023年4月9日

弘扬伟大建党精神
汲取强大奋进力量



热烈庆祝中国共产党
成立102周年