

北京建工四建

BEIJING JIANGONG SIJIAN

2014年4月25日 星期五 第4期 总第126期 内部资料 免费交流

北京建工四建工程建设有限公司 www.bjjgsj.com

公司2014年经营工作思路

进一步加强经营为龙头的工作理念，着力从开拓多元化市场、加强市场营销团队的建设、做好重点工程策划、加大对“高、精、尖”项目的承揽、强化对区域市场的服务与管理、进一步提高以现场保市场的服务水平，提升服务和维护大客户的能力和水平，加快培养综合性经营人才、稳步推进公司营销体系建设等几方面开展工作。

公司启动特级资质申报工程

本报讯(记者 王君 通讯员 于文礼)四建公司申报特级资质纳入集团一揽子折子工程后一直激动着千名四建职工的心，何时启动?责任人是谁?有没有成立组织机构?几年内能够实现目标?更是成为2014年开年职工关注的焦点。

4月25日上午，公司在六层会议室召开特级资质申报工作启动大会，在启动大会上宣布成立专门申报组织机构，明确了责任人、责任部门和奖罚机制，公司党委书记张庆泽主持会议。总经理孙振泉出席讲话，并先后与财务部、人力资源部、技术质量部、办公室签订特级资质申报工作专项责任书，党委副书记、工会主席刘春生作责任书考核情况说明，办公室主任于文礼作公司资质情况汇报。公司领导班子成员、总部副总师、正、副部长，办公室、财务部、人力资源部、技术质量部等部门相关人员，各单位书记、办公室负责人参加。和田分公司、海南分公司、甘肃分公司、重庆分公司、大连东港项目部视频参会。

据了解，公司特级资质启动工作最早要追溯到2013年底集团公司务虚会，并在集团2014年工作会上予以明确，将其纳入集团一揽子折子工程。根据集团公司精神，结合公司实际情况，公司在年初工作会上明确提出“积极启动四建公司特级资质申报工作，力争三年取得特级资质”。为确保特级资质申报工作的顺利进行，公司领导进行了专项调研，责成公司办公室多次牵头召开专题会议，对标特级资质标准，根据在企业资信能力、企业主要管理人员和专业技术人员、科技进步水平、代表工程业绩方面公司所存在问题，积极沟通财务部、技术质量部、人力资源部等相关部室所制定的相应措施是否符合公司目标，明确职责、完成时限，并制定特级资质专项考核责任书。

会上申报特级资质是一项具有挑战性的战略工程。在启动大会上，孙振泉就特级资质申报工作，提出要求：一是各级领导要高度重视，树立全局意识，充分认识特级资质对四建公司的重大意义。一方面要从关乎企业生存的高度，

充分认识资质对企业发展的重要性。要充分认识到企业资质在建筑施工企业参与投标竞争中如同竞标活动的入场券，资质的等级、类别、范围直接关系到企业在建筑市场中的竞争地位和能力，进而影响企业的经营业绩，对企业的生存、发展产生重大影响；另一方面要从企业持续发展的高度，充分认识到公司申报特级资质的紧迫性。要充分认识到公司资质的升级，不仅会进一步提升四建的管理水平，也会为公司参与社会重大项目的竞争提供更为广阔的舞台。二是要认真筹划、精心部署、确保三年实现公司资质升特级目标的实现。要明确组织机构，成立特级资质申报领导小组。各部门要按照责任分工，制定实施路径、方案及措施，积极推进，确保各项指标如期实现。公司办公室作为牵头部门和信息化建设的主责部门，要加强学习，关注上级部门对资质管理的新要求、新办法，研究申报规则、标准和要求，要积极加强与各部门之间的沟通协调，做好过程中资料收集整理；市场系统要按照公司经营大会的要求，积极把握公司申报特级资质工作的契机，按照特级资质的要求有针对性地进行市场开拓工作，抓住机遇；技术质量部要抓紧特级资质申报机遇，提升企业在科技水平上的核心竞争力，要通过三建、六建等兄弟单位的学习取经，尽量在科技水平的实现上少走弯路；人力资源部一方面要从政策上引导鼓励企业内部符合条件人员相关专业职称的报考，落实责任，规定时限，制定奖罚机制，研究报考率和通过率。另一方面对于企业升特级所需注册结构、设计方面稀缺人才，重点通过社会渠道挖掘，提前进行人才储备，确保特级资质对于所有人员的要求；财务部在企业授信额度上要积极与集团协调沟通，在现有1.5亿注册资本金的情况下，将分散的银行授信进行整合，确保近三年的单一银行授信额度均在5亿元以上。孙总强调，特级资质申报工作是一项全局性的工作，各单位各部门要以高度负责的精神认真抓好落实，通过对标特级资质，进一步提升企业管理水平，促进企业经济效益和发展水平的全面提升。

公司召开2014年经营工作会

本报讯(记者 王君)4月11日，公司召开2014年经营工作会。党委书记张庆泽、总经理孙振泉出席，副总经理邓文海作2014年公司经营工作报告，副总经理曹常海作2013年度公司经营责任指标考核完成情况以及2014年经营指标下达情况说明，并宣读2013年度营销先进个人表彰决定，会议由总经济师赵洪升主持。公司领导班子成员、副总师，机关各部正、副部长，京内各项目经理部、分公司(含控股企业)经理、商务经理参会，海南分公司、重庆分公司、甘肃分公司、新疆分公司、大连东港项目部以视频会议形式参会。

会议全面回顾了2013年经营工作：实现新签合同额42.44亿元，完成结算10.56亿元。会上，对2014年度公司经营系统先进个人进行表彰。总经理孙振泉分别与副总经理邓文海、曹常海签订2014年经营责任指标，与班子成员代表马小军签订经营责任指标；副总经理曹常海、邓文海分别与市场部、经营部签约，副总经理邓文海与公司总部室代表贾洪振签约。营销先进个人孙忠、蔡志亭结合个人实际工作进行经验交流。

围绕公司中心工作，2014年经营系统将围绕十项重点工作开展：一是强队伍，夯基础，以业务培训为载体，以制度建设为保障，加强市场营销团队的建设，提高业务人员的素质和能力，加强部门之间协作能力，提高营销团队的市场竞争力；二是以中央规划的京津冀都市圈发展为契机，努力加强北京及周边区域的市场开拓能力，确保公司在核心区域的市场占有率，推动企业持续稳定发展；三是进一步扩大集团授权的重庆、兰州、新疆市场份额，争取拿下集团海南区域市场的授权，适时发展开拓一个新的京外区域，实现区域范围的新突破；四是转观念，积极调整产品结构，努力开拓新兴及高端市场，力争承揽更多优秀工程项目，使产品类型有新突破；五是重合作，以大客户为主攻方向，不断提升大客户的维护能力，强力推动大客户战略，

实现客户开发的新突破；六是抓策划，全面评估工程信息，调动区域分公司和公司项目部的积极性，确保2014年重点跟踪的工程项目的有效承揽；七是敢于对标先进企业，扎实做好标书制作工作，提升整体投标水平；八是切实推进成本计划、过程管理工作，着力于商务系统建设，加大系统的培训力度，为竣工结算打下坚实基础；九是积极把握公司申报特级资质工作的契机，按照特级资质的要求有针对性地进行市场开拓工作，抓住机遇，争取早日迈入特级企业行列，为公司的经营工作注入新的活力；十是充分展示大项目部、精品项目部，发挥品牌宣传的作用，达到以现场促市场的目的，为开拓市场提供有力支撑。

孙振泉就2014年经营工作提出七个“坚定不移”：一是坚定不移的坚持经营工作的龙头地位。公司两级领导班子要高度重视市场营销工作，要着力加大市场营销队伍建设，培养一支精英型管理团队，要坚持把经营系统作为经济“特区”建设；二是坚定不移的用“大客户、大项目、大市场”铸造四建的核心竞争力，要秉承戴总提出的“学习、合作、创新、领先”的八字方针，多走出去、请进来，加强学习，为承揽更多更好地大项目打好基础；三是坚定不移的走出京门，进一步加强区域建设。一方面要进一步做深做透海南、新疆、重庆、兰州、辽沈区域。另一方面，适时开拓新区域；四是坚定不移的坚持“两精两金”战略，以现场保市场，项目经理要带领项目团队在服务好业主、服务好工程上多钻研，确保每一项工程都是四建管理的窗口，为企业增光添彩；五是坚定不移的抓好全过程经营，提高经营质量，追求最好效益，要强化封标前和中标后的经济分析，抓实成本策划和项目承包；六是坚定不移的坚持防控风险，打牢发展的基础，要从信息评审开始，引入风险评估工作，在合同阶段加大风险策划，在实施阶段加大风险管控；七是坚定不移的建设好、维护好四建的良好品牌形象。

在公司2014年经营工作会议上的讲话

(摘要)

公司总经理 孙振泉

同志们：

2013年公司新签合同额达到42亿元，使四建的发展跃上了新的台阶，进入了集团公司40亿元企业序列。经过十余年努力，公司的市场营销工作，不仅在新签合同额指标上是当年的10倍，公司的产品结构、地域结构、客户结构优化工作也结出了硕果，发生了翻天覆地的变化，为公司跨越式发展打下了基础。

今年的任务十分艰巨，下面，就公司的经营工作，我再补充几点意见：

一、坚定不移的坚持经营工作的龙头地位

首先，公司两级领导班子要高度重视市场营销工作。区域分公司、专业分公司和项目经理部负责人要亲自抓与市场营销相关的工作。公司总部各业务系统要树立为市场营销服务的理念，要紧紧围绕市场开展各项工作。工程管理部、技术质量部要加强日常生产管理，督促进度、质量履约；公司文施小组要发挥作用，促进现场保持良好形象。人力资源系统要个案化的指导在岗没有取得一级建造师资格的项目经理，帮助他们学习取得资格。

其次，公司要加大市场营销队伍建设，培养一支精英型的团队。建设一支信息灵、反应快、业务精、品质好的经营队伍，能够使我们在市场上争取更多的份额。这也要求我们市场营销队伍的同志注重日常的学习，努力提高工作水平和专业素养。区域分公司、专业分公司要加强分公司营销队伍的建设。

其三，要坚持把经营系统作为经济“特区”建设。

二、坚定不移的用“大客户、大项目、大市场”铸造四建的核心竞争力

首先，在超高层项目承接上给予指导和帮助，应该说，2013年，经营系统最大的成绩是实现42亿新签合同额，而最大的收获则是在超高层项目投标中与高手过招，开阔了眼界，增长了才干。从这一点来看，只有产品不断向高端化发展，企业的人才才能不断更新知识。承接超高层项目需要新知识，施工管理这些工程更需要多学习，所以在2014年，不论是市场营销系统，还是技术质量、生产等系统，以及其他业务系统都要秉承戴总提出的“学习、合作、创新、领先”的八字方针，多走出去，请进来，加强学习，为承揽更多更好的大项目打好基础。其次，明确由四建牵头研究加固改造技术和商业模式。

三、坚定不移的走出京门，进一步加强区域建设

从目前北京的发展来看，四建要想生存发展，必须继续走向京外，开拓京外广阔的市场。因此，不论是现有的区域分公司，还是公司总部、专业分公司，我们都要站在企业持续发展的战略高度，肩负起开拓京外市场的历史使命。一方面，要进一步做深做透海南、新疆、重庆、兰州、辽沈区域。另一方面，适时开拓新区域。

四、坚定不移的坚持“两精两金”战略，以现场保市场

多年来，我们一直提倡在现场创建“两精两金”，号召大家“以现场保市场”，履好约，持续承接后续任务。现在项目团队都比较年轻，项目经理要在这方面带领项目团队在服务好业主、服务好工程上多钻研，这是项目管理各项工作的基础。另外，项目经理要重视施工现场外部形象展示，每一项工程都是四建管理的窗口，现场形象好，为四建增光添彩，反之，则影响企业的品牌形象。

五、坚定不移的抓好全过程经营，提高经营质量，追求最好效益

必须强化封标前和中标后的经济分析，抓实成本策划和项目承包。一个工程是市场价中标还是低价中标，企业有无利润，有多大利润，要在投标过程中做出测算，做到心中有数；中标后要立即进行成本策划，根据施工组织方案，进行经济分析，编制项目成本策划书，使项目经理在工程实施前，就对项目的盈亏点做到心中有数，以利于项目部通过指标的分解落实，形成有效的成本控制网络，防止敞口花钱，成本失控。

六、坚定不移的坚持防控风险，打牢发展的基础

市场营销是一切工作的龙头，也是经营风险、成本风险防控的第一道关。我们要在市场营销阶段构筑起企业防控风险的第一道屏障。从信息评审开始，就要引入风险评估工作，在合同阶段要加大风险策划，在实施阶段要加大风险的管控。今年我们得防控，法务部在投标阶段要进入，参与风险评估。

在市场营销工作中，要坚守风险防控底线，特别是要加强标前成本测算，不能为了中标而投标，重大项目必须进行标前成本测算和评审，除了公司必争的战略性项目，可以略亏平投，其他项目的投标必须遵循成本是否决项的原则。确有风险，且风险大于利润，无法排除的，要舍得放弃，坚决不予承接；利润大于风险，可以承接，但要有规避风险的措施。经济管理部在投标阶段的风险预测要与经营部密切配合，要承担起这项职责。

七、坚定不移的建设好、维护好四建的良好品牌形象

四建今天的业绩，有目共睹，珍惜、爱护四建品牌是每一个四建人应当肩负起的职责。京内外的项目经理和项目团队，要用公司标准来实施规范化项目管理，在现场施工管理过程中维护好、发展好四建品牌。区域分公司及专业分公司的领导班子要用加强分公司建设，保证分公司的良好运行来维护好、发展好四建品牌。公司总部的同志们要在日常工作行为中维护好、发展好四建形象。

建筑施工企业文化品牌化管理的构建与实施

文/曹常海 崔瑞清 王君

编者按: 在第二十九届北京市企业管理现代化创新成果评审中,由四建公司公关宣传部申报的《建筑施工企业文化品牌化管理的构建与实施》荣获三等奖。此创新成果图根据建筑行业特点,结合本企业自身情况,对外通过“诚信建企”打造企业诚信品牌,对内注重策划,通过创办企业内刊、构建媒体关系网络、展示工程现场的VI标识等多种方式和途径,充分利用重点标志性工程各节点仪式、社科普及进工地、百场电影进工地等有力契机,做好事件营销和公关活动策划,着力加强对“建工”品牌的内外宣传力度,并通过民生援建工程的连续报道、重大事件的集中报道等进一步强化企业的品牌构建。

一、课题的主要做法

(一)、诚信建企,对外着力打造“建工四建”诚信品牌

品牌与信用,从来都是相辅相成的两个方面。信用成就品牌,品牌保证信用,在这个方面,“建工四建”在建筑行业做出了不错的成绩。一直以来,“建工四建”就将信用作为企业发展的基石,坚持走“天道酬勤、商道酬诚、人道酬情”的企业诚信经营之路,在全公司范围内逐步形成“守信光荣、失信可耻”的企业诚信文化氛围,尤其是面对亿元诱惑,舍弃挂靠。为充分塑造企业“诚信”形象,公司先后申报全国文明诚信示范单位、中国AAA级信用企业、北京市建设行业AAA信用企业,以及全国优秀施工企业和北京市质量信得过单位等诸多荣誉,并斩获多项殊荣。公司以此为契机,先后在《建筑政工研究》、《建筑》、《首都建设报》、《中华建筑报》等诸多平面媒体撰写《诚信是企业持续发展的动力和源泉》、《四建公司的诚信之路》等多篇通讯稿件予以宣传报道。与此同时,借助由中国建筑业联合会举办的“建筑业企业文化论坛”这一机会,对外做了《着力构建企业诚信文化推动企业健康持续发展》的典型发言,将“建工四建”的诚信品牌推广至各兄弟企业,着力强化其宣传力度,塑造企业诚信品牌形象。

(二)注重策划,着力提升“建工四建”企业品牌影响力

1、策划企业内刊《北京建工四建报》,成为企业品牌文化展示的有力平台

“建工四建”通过策划创办企业内刊《北京建工四建报》,从工程信息、经营管理、企业文化等多个方面不同角度展示企业形象。

截止到目前,《北京建工四建报》已出版106期,内容涵盖企业的方方面面。在办报过程中,编辑部成员着重于做好各项选题策划,并已形成综合新闻、经营专区、工程项目、企业文化、专题报道等多个精品栏目,相继开辟出“记者走一线”、“转变经济发展方式系列报道”、“四建公司2011年度、2012年度十佳职工”等系列深度报道,逐渐形成了自己的个性特色,在企业文化建设等工作中发挥了积极作用,成为企业品牌文化展示的有力平台。

譬如,充分做好企业报专版、专刊策划,先后推出清河小营“福美苑”保障房顺利交房专刊、石家庄新客站西广场建设专刊、7.21唐山抢险救灾专刊、营销专刊、老旧小区节能改造专刊、新疆援建专刊、沈阳规划大厦建设专刊,并相继对怀柔雁栖湖定向安置房建设、创先争优活动等进行专版报道;此外,为让“建工四建”的声音传播得更远,编辑部通过电子报在公司OA平台及“中国内刊网”形成超链接,供京内、京外及境外员工网上阅读,并将《首都建设报》、《北京建工报》、《北京建工四建报》每月定期邮寄到京外项目部;与此同时,《北京建工四建报》非常注重与集团兄弟单位之间的学习交流,每出版一期,都会向集团领导、集团部室和兄弟单位党政领导及相关管理部门进行递送传阅,及时倾听集团领导和兄弟单位对报纸的反馈意见,从而扩大了“建工四建”在行业内的知名度,提升了企业在集团内部的影响力。

2、策划对外宣传报道,以广泛宣传报道增强企业的社会形象和品牌影响力

“建工四建”一直以来将外宣报道作为整个宣传工作的重中之重,尤其是在近几年,更是强化对外宣传工作的力度与强度,单2012年,便完成对外宣传稿件781篇,电视新闻达78分钟,创历史新高,切实增强了企业的社会形象和品牌形象影响力。在对外宣传工作上,“建工四建”一是与北京电视台、中华建筑报、首都建设报、建筑政工研究、中国广播网、中国建筑新闻网、中国民族宗教网形成稳固的媒体关系,着力强化与他们之间的合作关系,先后通过接待首都各家媒体,对新疆和田援建、7.21唐山抢险救灾、石家庄新客站西广场重点工程、

保障房建设、丰台区老旧小区综合改造等进行系列报道,展示国有企业形象;二是紧抓援疆建设、抢险救灾、重点工程等社会关注点,提前拟定宣传通稿,先后撰写《大漠起高楼,铁军谱新篇》、《唐山十日演绎援建奇迹——北京市唐山灾区安置房建设纪实》、《建设者冒雨抢建安置房》、《人拉肩扛24小时连轴转 唐山灾区最远安置房3天半建成》等众多对外新闻报道,在社会上广泛宣传“建工四建”作为首都国有企业,所肩负的社会责任,切实增强企业的品牌形象影响力。

3、策划“建工四建”专业承包画册和宣传片,积极为企业市场营销服务

企业画册和宣传片是展示企业形象的重要平台,也是市场推广和营销的重要手段,往往能够起到“四两拨千斤”的作用。“建工四建”在企业的发展过程中,紧紧跟随企业发展步伐,及时完善企业画册和宣传片,先后配合市场部接待各类业务考察多次,成为展示企业形象的重要窗口。与此同时,“建工四建”宣传部协助企业各二级单位,包括房地产公司、思建新创、物业管理分公司、装饰分公司、水电分公司、金属结构分公司、国际分公司制作本单位的企业画册和宣传片,目前已经完成《物业公司画册》、《房地产画册》、《水电分公司画册》、《装饰分公司画册》等,并自行更新企业PPT宣传片、老干部团拜会宣传片,对于提升企业形象起到了非常重要的作用。

4、做好事件营销和公关活动策划,持续提升企业品牌的知名度、认知度

(1)、以积极承担援川、新疆和田援建等社会责任契机,做好事件营销,强化集中报道力度,提升企业品牌影响力

“建工四建”始终不忘肩负的社会责任,积极参与四川抗震救灾、玉树援建、新疆和田援建、7.21唐山抢险救灾,从而形成了企业“为国分忧,承担责任;顾全大局,团队合作;迎难而上,永争第一;快速反应,科学管理;连续作战,艰苦奋斗;民主管理,平等互让”的援建精神,正是在这种精神和文化的引导下,“建工四建”快速走向京外,企业实现了跨越式发展。参与各项援建工作,不仅为公司的发展打开了局面,同时更为公司对外树立了良好的形象。以援建和田为例,北京电视台、北京日报、北京晚报、北京青年报、北京晨报、中广网等众多媒体先后深入和田一线对“建工四建”和田援建现场进行采访,采访团对“建工四建”从主动请缨派出鲁班奖团队出征,到快速展开援疆建设并在短时间内就已经完成各项节点目标进行了重点宣传,如《北京晚报》以“为了沙漠中的那片北京楼——北京援建和田皮山农场棚户区改造工程中的建设者”为题进行了整版宣传报道,《新京报》以“那些援建的北京人”为题进行了专题报道,《京华时报》则以“沙漠中的新绿洲”为题进行了关注,千龙网给予重点图文报道。这些报道对于提升“建工四建”形象起到了至关重要的作用。

在2012年“7.21唐山抢险救灾”中,在建工集团宣传部的指挥下,“建工四建”提前制定了四建公司宣传方案,连夜制作条幅、标语、刀旗、安置房指示牌600余条,并按照集团新版VI标准制作“北京建工”字样的红色马甲、短袖T恤300件,成功策划了堂上村安置房率先完工交验仪式和霞云岭乡整体交房仪式,推出了唐永军等6名先进典型,被BTV、中广网、中国青年报、北京日报等众多媒体广泛宣传报道50多条,电视新闻10多分钟,极大提升了企业的品牌影响力。

(2)、以重点工程节点、社科普及进工地、百场电影进工地等多项活动为契机,做好公关策划活动,提升企业品牌影响力

提高品牌的知名度,公关是提高品牌知名度的重要手段,“建工四建”作为建筑施工企业,充分利用各项重点工程的节点举办各种仪式,一来通过仪式展示企业形象,二来则以此为契机强化与业主方之间的沟通交流。近些年,先后策划完成了各项重点工程的节点仪式,譬如武警北京总队医院医疗

综合楼工程开工典礼、石家庄新客站西广场地下土建工程劳动战役实施大会、结构封顶仪式、迁安市公安局业务技术用房项目奠基仪式、雁栖湖安置房工程结构封顶仪式、和田分公司劳动竞赛誓师大会暨青年突击队授旗仪式、海南电视台职工集资房项目业主看房活动、集资建房工程结构封顶仪式等等。仪式现场,大到整个舞台的布置设计、充气拱门的有效利用、现场条幅的内容与悬挂位置、现场展板的制作与摆放,小到仪式流程设计、主持词设计等,均不同程度展现出“建工四建”的企业社会形象。

此外,树立良好的品牌形象,也可以通过一些公益性的社会活动,通过媒体的报道来增加品牌的可信度和亲和力。北京“人文之光”社科联进工地、百场电影进工地等活动则充分体现了这一点。自2011年起,“建工四建”和北京市社科联合作,推出2011年度、2012年度“人文之光”北京社会科学普及进工地活动,为外来务工人员带去社科知识、进行免费体检等等,旨在提高大众人文素质,积极推进首都精神文明建设、和谐社会构建和学习型城市建设,这些活动经首都各大媒体报道之后,反响效果甚好,增强了“建工四建”的品牌知名度。此外,“建工四建”先后策划读书会走进援疆工地和数字电影走进援疆工地活动,积极号召各单位、各项目部为援疆前线将士捐赠图书达8000多册,总价值约20000多元,并申请购买一套价值70000元的数字电影放映设备,在和田援建现场建立“数字电影放映室”,每月放映电影3部,共放映30多场,不仅丰富了援疆将士的业余文化生活,巩固、提升援疆团队的凝聚力和战斗力,同时也增强了企业品牌的亲和力。

(三)、VI标识,落地深植集团新版企业文化体系,加强企业文化建设,提升企业文化软实力

VI标识从视觉上表现了企业的经营理念和企业文化,对于有效推广企业的知名度和形象起到了非常重要的作用。如何在最短的时间内树立起企业的品牌,VI设计甚至是一个LOGO设计和名片设计起到了非常重要的作用。VI设计是整个企业识别中传播力量和感染力量最具体、最直接、项目最多的,作为企业的标志,它具有丰富的内涵和明确的含义。作为北京建工集团的控股子公司,“建工四建”深入学习和宣贯集团新版企业文化成为自2012年以来企业文化建设的重要内容之一,着力强化企业品牌化建设。

在VI标识上,“建工四建”选树标杆工地,落实集团VI规范标准,推广企业形象,先后选树了雁栖湖定向安置房工程、海南大厦工程、沈阳规划大厦工程、新疆和田援建工程等重点工程作为试点单位,以VI体系导入为切入点开展试点工作,现场环境布置包括围挡、大门、旗杆、施工现场标牌、宣传栏、旗帜、机械设备及车体外观、办公用品等均落实集团新版VI规范标准。与此同时,为方便基层单位贯彻新版VI,“建工四建”将新版VI体系转换成单个的电子版图片形式,表明规格、价格、服务厂家和联系电话,建立公共邮箱挂在网上。为使企业文化落实不走样,指派公关宣传部的3名企业文化内训师深入京外项目部开展企业文化培训工作,亲自进入现场手把手指导。针对新疆和田援建地方偏远,VI标识等制作条件有限,公司总部特地制作红色工装马甲、企业刀旗和企业司旗邮寄给新疆和田分公司,以提高集团公司在援疆援建中的形象;此外,为积极适应当地文化,特意制作汉维双语的现场两图五板和标语,将建工集团近年来承建的重点工程、中央领导视察集团发展的图片和文字做成了宣传展板在施工现场展示,在新疆充分展示集团雄厚的建设实力,对于建工集团品牌的树立起到了至关重要的作用。

同时,为作好品牌形象的推广工作,“建工四建”深入学习和借鉴中建二局、北京建工三建等兄弟单位好的做法,改进提高企业VI文施标准,从而确保其更具有冲击力,更能代表企业形象。

二、课题取得的效果

(一)、塑造诚信品牌,为企业发展赢得持续动力

“建工四建”对外坚守诚信品牌,坚持走“天道酬勤、商道酬诚、人道酬情”的经营之路,依靠诚信获取多方业主的认可,谋求到更多活源。在企业的发展过程中,“建工四建”先后与鲁能地产、国瑞地产、国管局、中央军委办公厅直属工程局、海航集团等,建立了战略合作伙伴关系,携手共赢发展。并凭借诚信,相继中标甘肃电力调度通讯楼、新海航大厦、海南大厦、解放军总医院海南分院疗养区、五矿(营口)产业园企业服务中心、丰台、怀柔区老旧小区改造等多项工程,在“讲诚信、用诚信、走诚信”的经营之路上,创造了业绩,也为企业赢得了持续发展的动力。

(二)、创办企业内刊,在行业内部赢得影响力

“建工四建”所创办的《北京建工四建报》被中国施工企业管理协会先后于2011年评为“2011年度全国工程建设行业优秀期刊”、2012年评为“2012年度全国工程建设行业银奖”殊荣,在加入中国内刊协会之后,在中国内刊网举办的2012年全国企业优秀报刊评选中荣获二等奖。殊荣的活动,进一步增强了“建工四建”在行业内部的影响力,提升了其品牌价值。

(三)、通过策划报道,增强企业社会形象和知名度

“建工四建”通过加强与各媒体编辑、记者的联系沟通,认真分析各媒体在某个阶段所关注的热点和焦点,“投其所好”的进行投稿,大大提高了稿件的见报率;同时,针对公司承担的施工的重难点工程多、社会关注度高等特点,依托重点项目,强化开工、施工、竣工的品牌形象策划塑造,全方位、多角度展示企业在重点工程中的优良业绩,扩大了公司的社会知名度和企业美誉度。

(四)、企业VI系统,进一步巩固和提升了企业品牌的影响力

“建工四建”落地深植建工集团新版企业文化,确保对外企业形象高度统一,不仅提高了员工对企业的认同感、归属感,加强了企业的凝聚力。与此同时,借助重点工程,以形象的视觉形式宣传企业文化,传达了企业的经营理念和企业文化,最直接、最有效得建立了企业的知名度和企业形象,对于提升和巩固企业品牌具有非常重要的意义。

工程建设“掀高潮”

——公司启动2014年重点工程劳动竞赛

本报讯(记者王君 通讯员徐珍刘婷)今年一季度,四建公司工程项目建设呈现良好建设势头,完成施工产值6.15亿元,为计划完成产值的169.2%,开复工面积达到180余万平方米,为计划开复工面积的163.7%,截止到目前,所有工程均以开工,开工率达到百分之百,实现一季度工程建设进度“开门红”。



4月3日上午,公司召开2014年重点工程劳动竞赛动员大会。公司劳动竞赛领导小组成员、京内各单位经理、书记、工会主席、生产副经理共计50余人参会,海南分公司、和田分公司、甘肃分公司、重庆分公司、沈阳项目部进行同步视频会议。会上,党委副书记、工会主席刘春生同志宣读了《关于开展2014年度重点工程劳动竞赛活动实施方案》,部署了《公司2014年“安康杯”竞赛活动》相关工作。此次公司劳动竞赛以“六比六赛”为主要内容,即比工程质量,赛施工创优;比工程进度,赛工作效率;比管理科学,赛降本增效;比安全生产,赛文明施工;比科技创新,赛职工素质;比用工规范,赛劳务管理。党委书记张庆泽就劳动竞赛活动的开展提出了五点意见,一是深化思想认识,进一步明确开展劳动竞赛活动的重要意义;二是明确目标要求,不断把开展劳动竞赛活动引向深入;三是加强组织领导,不断提升劳动竞赛活动实效;四是抓住有利契机,发挥党组织促进保障作用;五是做好宣传引导,营造开展劳动竞赛的良好氛围。

劳动竞赛启动后,京内京外各工程项目经理部纷纷加快建设步伐,摩拳擦掌,力求全面实现劳动竞赛目标。

在京内,高碑店再生水厂(二标段)新建生物滤池、新建膜过滤车间正在进行结构施工,新建臭氧接触池、新建紫外线消毒车间土方已开始施工;西单交管工程地上五层二次结构已全部完成;首钢科教大厦项目通过了悬挑脚手架安全专项施工方案专家论证;总建筑面积140021.18平

方米的北京国瑞中心已经进场施工,四建公司将该工程作为首个实施项目策划的示范工程。

在新疆区域,和田文化中心工程文化馆率先实现结构封顶。至此,由四建公司负责施工的16项援疆工程已有13项竣工,和田北京医院工程、墨玉北京中学工程均已进入装修阶段,预计今年有望实现竣工。

在海南区域,海南大厦、海南海阔天空国瑞城二期S5地块工程、海南海阔天空国瑞城(爵仕苑)、海南万宁国瑞城、文昌市淇水湾希尔顿酒店职工宿舍楼、海口大英山壹号等6项在建工程项目掀起了劳动竞赛高潮,截止到目前海南区域外施队人数已达到2600多人,开复工面积108万平方米,2014年计划实现产值48100万元,占近四建公司的六分之一。海南分公本着“一竿子插到底”的原则,分公司与各项目部、项目部与外施队、外施队与作业班组层层签订了2014年安全生产责任状,同时海南分公司及时组织项目部开展安全联检,全面覆盖海南区域各项工程,针对施工塔吊、电梯、脚手架、临边洞口等进行重点隐患排查,为劳动竞赛安全生产筑牢了“防线”。

在甘肃区域,新中标的兰州鸿运润园A16号楼综合楼工程项目顺利开工建设,为一年的工程施工开好头起好步。

在辽宁区域,四建公司承建的大连市东港E15、E16、E17地块施工总承包二标段项目开工建设,该工程总建筑面积为108293平方米,质量确保“大连市优质主体结构工程”奖,目前已经进行底板施工。

在重庆区域,分公司深入分析研判当前形势,提出了“全员参与控制成本”、“发散思维改变工作”、“工作中无处不策划”、“二十一天改变一个习惯”等成本管理理念,以全面提升各项工作能力水平,努力实现分公司稳定可持续发展。

公司召开2014年行政保卫系统工作会

本报讯(通讯员付军伶)3月19日,公司行政保卫部组织召开2014年行政保卫系统工作会。公司副总经理王建国及公司所属京内、外各单位主管行政保卫工作领导参加此次视频会议。会上,行政保卫部部长刘泊总结了2013行政保卫系统工作,并通报公司交通违法情况,与各单位签订了2014年计划生育、卫生防疫责任书。会议部署了2014行政保卫工作,要求各单位严格落实行政保卫部提出的各项指标,特别要加强对计划生育的教育工作,严控交通安全违法率,京内外单位落实外施队食堂统一集中管理,严控食物中毒事件发生。

会上,王总指出,2013年在公司党政领导的正确领导下和行政保卫系统全体人员的共同努力下,行政保卫系统工作取得了较好的成绩,但2014年行政保卫工作任务还相当艰巨和繁重,要正确处理改革、发展、稳定三者关系。

他表示,改革、发展需要稳定的环境,公司上下要始终围绕影响企业稳定的关键因素,提前做好预案,把工作做细,做到责任落实,规范管理,按照“谁主管、谁负责”的原则,确保小事不出企业、大事不出系统、矛盾不上交原则,特别在“重要期间”要深入细致的排查矛盾,检查隐患,通过排查不出疏漏,不留死角,坚决杜绝非正常访和群体性事件的发生。各单位要高度重视后勤工作及食堂卫生管理工作,不断加大检查力度,消除各类不卫生隐患。对经常发生违章的驾驶员要进行专项教育及必要约谈。他要求行政保卫系统的每一个同仁都要振奋精神,要有高度的政治责任感,不断开拓行政保卫系统工作的新思路,不断提高整体行政保卫队伍的思想水平和业务素质,把工作落到实处,要以对工作认真负责的态度,对企业负责,对自己所做的工作负责,以饱满的工作热情,为企业保驾护航。

公司培训工作全面开花

本报讯(通讯员张媛 周爱萍 李亚新 李纯艳 曹欢)“程老师的讲解深入浅出,幽默风趣,在他的讲解下一些不容易区分的问题豁然开朗了。他用举例的方式给大家讲“命”、“运”的区别,引导大家养成积极向上的良好心态,无论是生活、学习还是工作中一定要踏实勤奋、善于把握机遇,改变自己的运,努力实现职业生涯最好目标。”这是部分学员在聆听了程社明老师的《如何练就职业化》课程之后所发的感慨。

4月11日下午,公司人力资源部在六楼会议室组织各单位、各部门参加专题培训。据悉,根据公司《2014年度员工培训计划》中的培训安排,人力资源部适时发布《关于落实公司年度培训计划、开展专项培训的通知》,自4月11日起每周四下午14点至16点组织专项培训活动,学习主要以集团时代光华网络学院课程为主,目前计划的课程包括《如何练就职业化》、《职业沟通技能》、《职业礼仪》,培训对象主要以近三年入职的青年员工为主。

与此同时,公司其他单位的培训工作再度升级。甘肃分公司于近期举办了培训工作开班仪式,仪式当天便为分公司员工进行授课,内容包括《如何提高管理者的思想力》、《如何提高管理者的学习力》。据了解,甘肃分公司结合公司培训工作计划比管理实施细则,专门成立培训工作领导小组,制定培训管理工作办法及详细的年度和月度计划,

预计全年培训次数将达到34次,培训课时为140课时,内容涉及制度文化、经验交流、团队建设和业务四大模块。

四建房地产财务部则参加了由中税网组织的关于《房地产企业税收陷阱规避与纳税筹划》知识培训学习,该培训主要从税务角度出发讲述了从房地产开发直至销售结束的税务筹划,并结合税收工作实际进行深入浅出的讲解和阐述,推动财务工作再上新台阶。通过培训,进一步增强了财务人员的财经法规知识,提高了财务审核、会计核算技巧,促进了财务人员整体素质的提升。

思建新创技术质量组专门针对《住宅建筑门窗应用技术规范》、《外加剂应用技术规程》的标准变更进行培训。据悉,思建新创今年的培训计划正如火如荼的进行中,旨在通过一系列的培训课程使大家迅速了解掌握相应的检测规范和标准,提升员工的个人能力以及检测人员的整体业务水平。

香河项目经理部则接受了来自公司安全监管部关于安全管理及安全知识的培训。培训系统讲解了安全知识,以安全事故案例警示教育、安全生产理念等为主,重点进行安全理念的宣贯和安全基础知识的培训。会上列举了一例例安全事故触目惊心,让大家意识到安全生产的重要性,切实增强安全意识,增加了做好安全工作的责任感和使命感。

北京援和田指挥部领导调研和田援建项目

本报讯(通讯员刘小蕊)4月12日下午,北京市援和田指挥部指挥王成国,副指挥姚忠阳一行到和田市北京医院工程进行调研。项目经理阎洪浩对项目进展情况进行了简要汇报。王成国指挥对四建铁军能够迅速反应,齐心协力,确保和田市北京医院工程顺利进行表示认同。同时王指挥鼓励全体援疆战士再接再厉,发扬铁军精神,确保圆满完成援疆任务。和田分公司党支部书记李文斌表示我们一定会严格按照“北京的标准、北京的速度”完成援疆工程,为京和两地人民交上一份满意的答卷。

据悉,王成国指挥、姚忠阳副指挥先后调研了由四建承建的墨玉北京中学工程,和田文化中心工程,并对援疆工程给予了高度评价!

杨家山项目获评重庆市南岸区“十佳安全文明工地”

本报讯(通讯员赵亚越)近日,重庆市南岸区城乡建设委员会表彰了2013下半年“十佳安全文明工地”,杨家山项目(一期)1号地块1B分区总承包工程榜上有名。

杨家山项目自开工以来,狠抓现场安全生产和文明施工,积极开展安全教育培训,规范施工安全行为;加强施工现场的安全监控监管工作,实行领导24小时轮流值班制度,并落实应急措施,定时做好安全隐患排查工作,做到及时发现及时处理,消除隐患于萌芽状态,使施工始终处于可控状态。杨家山项目安全主管郭杜魁表示,他们会再接再厉,在接下来的工作中进一步加强施工现场管理,继续狠抓安全文明施工,为公司在重庆市场的建设不懈努力。

杨家山项目开展春季消防演练

本报讯(通讯员卜红寿)为了提高项目部现场管理人员的消防安全意识和消防安全应急处理能力,近日重庆杨家山项目部组织全体项目管理人员进行了一次消防安全演练。

项目部安全负责人郭杜魁首先通过宣讲的方式,结合一个个真实的案例,从防火、灭火、逃生、自救等方面深入浅出地讲解了火灾形成、逃生时机、误区、自救方法以及灭火器种类和操作等一系列防火安全知识。随后,全体现场管理人员在工地的办公区举行了火灾逃生演练,大家都非常严肃认真地参加了演练,按照火灾发生时的模拟场景分清各自的职责进行演练,并在安全负责人的指导下掌握了正确使用灭火器进行灭火的方法。

通过这次消防安全知识培训和演练,提高了大家对消防安全生产工作的足够重视,使项目部全体管理人员对消防安全知识有了更深刻的了解,增强大家的消防责任意识、自救意识和自救能力。

甘肃分公司启动应急机制 应对兰州自来水污染

本报讯(通讯员周爱萍)4月11日,甘肃分公司从兰州市有关部门获悉,兰州市自来水受到污染苯含量严重超标。公司党委书记张庆泽第一时间与甘肃分公司经理方海龙、书记王晓峰分别打电话询问并了解情况,指示甘肃分公司领导班子要密切关注事态发展,做到三个确保,即确保全体员工在此次自来水污染事件中不受到侵害;确保员工喝上干净水保障其人身安全;确保员工不要因自来水污染引起恐慌。甘肃分公司迅速做出应急处置措施,购买20个50公斤水桶,及时从距兰州一百多公里外白银工地拉水,保证了甘肃分公司员工能够在第一时间喝上放心水。此次事件也充分考验了甘肃分公司应急处置能力,避免了人员流失与恐慌。

四建地产完成2014年应届生招聘

本报讯(通讯员李亚新)房地产公司人力资源部根据房地产2014年招聘计划,于2013年第三季度启动应届毕业生招聘工作。先后通过北京大学生应届生求职网进行网上招聘,参加2014年应届毕业生校园招聘等形式,与北京市2014年应届毕业生进行了良好的接触,拓宽了招聘渠道,树立了良好的企业形象。2014年3至4月,房地产公司分赴北京工业大学、北京科技大学参加北京高校校园招聘。公司的行业背景、发展前景、招聘岗位均备受求职者青睐,两场招聘接待咨询学生近百人,收到有效简历60余份。

2014年房地产公司预计接收应届毕业生5人,专业岗位涉及规划设计、工程、预算等。下一步,房地产公司人力资源部将联合用人单位,对应届生制定专门的培训引导计划,让应届生顺利步入社会、尽快融入企业。

思建新创召开年初工作会

本报讯(通讯员王明学)4月10日,思建新创召开2013年度工作总结会和2014年度工作计划会,对2013年工作进行总结并制定2014年工作计划,明确了新一年的工作方向和目标,并对先进职工进行了表彰。

公司总工程师马小军出席,提出三点希望和要求:一是班子成员要尽快磨合,更好为企业服务;二是希望职工能够“以厂为家”,积极参加职称考试,努力提高业务水平;三是要建立完善的人才竞争机制,为员工提供更大的发展空间。

目标: 打造兼职但专业化的通讯员队伍

——公司开展2014年度新闻写作与摄影培训



《北京建工》报副主编奚海霞分享新闻写作经验与心得



《北京建工》报三版编辑王建忠分享新闻与建筑摄影经验与心得

本报讯(记者 尹文雯)“对称式构图、对角线构图、九宫格构图、块式构图、三角式构图、留白式构图、曲线式构图、框式构图……,这些专业摄影术语平常听都没有听说过,以前只是端着相机瞎照,今天听到老师一讲才知道摄影还有这么多学问,我给这次培训打5分(满分),尹姐今后还有摄影讲座吗?”远在新疆援建的四建和田分公司兼职通讯员刘晓蕊在电话回访时兴奋的对我说。

4月22日下午,公关宣传部主办了2014年度第一期新闻写作与摄影培训班,公司副总经理曹常海做了开班动员。公司副总经理曹常海就提升公司新闻宣传工作整体水平提出新的要求,他着重指出宣传报道工作是四建公司不可或缺的一项重要工作,虽然大家大多是兼职通讯员,但是身份兼职工作要做到专业化,公司的基本思路就是激励机制和加强日常培训;公关宣传系统要善于挖掘特点和亮点,多写多练,力求出好稿、出精品,更好的树立企业的品牌形象;此次培训采取远程视频培训的形式,公司各部室、京内外各单位近60名书记、通讯员以及摄影爱好者参加了此次培训。

在培训班上,《北京建工》报副主编奚海霞分享了自己多年来从事新闻写作的经验和心得,同时结合建筑行业的特点,从题材的分类、线索的挖掘和写作的要素等方面向大家讲授了新闻写作的要领和技巧,重点指出了新闻写作中确定选题角度的重要性,就如何制作好新闻标题、导语、主体等方面开展详细论述;《北京建工》报摄影记者、三版编辑王建忠结合多年新闻摄影经验,联系日常新闻报道的工作实际,通过一张张生动的新闻照片实例,深入浅出的传授了拍摄新闻照片的角度、方向、距离以及照片构图方法、光线的运用,就大家在平时摄影工作中遇到的一些问题作了详细解答,得到广大员工的共鸣。

为了掌握培训效果和学员反映,事后作为培训主办方公关宣传部逐一征求参加这次培训人员的意见,以便使下一次的培

训更有针对性,通过调查问卷和电话回访,参训人员普遍感到这次培训受益匪浅,对新闻写作知识和新闻摄影有了更进一步的理解和把握,为作好各单位新闻报道工作打下了坚实的基础。

本次培训是公关宣传部2014年度培训计划中的首次培训,主要针对各单位兼职公关宣传员,在2014年还将陆续开展4次对外宣传、施工现场宣传、PPT制作、经验材料撰写以及危机公关等方面的培训,师资来源既有企业内部的经验丰富的专业管理人员,还有将会聘请外部专家进行讲解,培训方式一是采用远程视频课堂授课的方式,另一个是采取上门重点指导的方式,方便四建公司海南区域、新疆区域、辽宁区域、重庆区域、甘肃区域同步学习提高。

据悉,打造兼职但专业的公关通讯员队伍是公司《十二五企业文化建设规划》中一项的重要任务,为此公司近年来成立了公司宣传委员会,出版了企业内刊《北京建工四建报》,开设了四建宣传公共邮箱、通讯员QQ群,先后出台了《多媒体宣传管理办法》、《现场宣传管理办法》、《信息发布管理办法》,特别是在队伍建设上出台了《兼职公关宣传员管理办法》,规定了兼职公关宣传员的岗位职责、每月200元兼职津贴和考核指标,同时积极鼓励基层单位为兼职公关宣传员设立双稿酬,目前已经有水电分公司、海南分公司推进了这项工作。

通过以上措施,四建公司建立了较好的宣传团队和宣传体系,每年都能够能够在《北京日报》、《京华时报》、《首都建设报》、《中华建筑报》、《建筑时报》、《企业党建参考报》、《首都国资》、《建筑政工研究》、央广网、中国民族宗教网、中国建筑新闻网等媒体发稿300多篇,《北京建工四建报》连续2年荣获中国内刊协会颁发的“中国品牌内刊·好报纸”,连续3年荣获中施企协颁发的中国建设行业报纸“银页奖”,较好提升了企业形象,传播了文化正能量。

和田分公司多措并举丰富员工业余生活

本报讯(通讯员 刘小蕊)4月12日下午,和田分公司员工与指挥部人员在和田地区体育馆进行了一场篮球联谊赛。比赛紧张激烈,两队队员们都展现出了良好的精神风貌和团结协作的精神。

据和田分公司李文斌书记介绍,为了提高员工身体素质、丰富员工业余生活、增强员工凝聚力向心力,复工伊始,分公司就成立了篮球和羽毛球兴趣小组,全体员工积极参与,并坚持定期练习。同时,分公司专门设立了报刊角,读书角,为员工在业余时间补充知识,提高自身能力创造了良好的环境。

实施温馨安居工程 共创和谐幸福小区

本报讯(通讯员 王姝 李亚新)春光明媚,绿意浓浓,百花争艳,沁人心脾。老人们在健身器材上晒太阳、锻炼身体,孩子们在场地上玩耍嬉戏。伴随着商业客户的人驻,由四建地产公司负责开发建设的福美苑小区展现出一片幸福祥和、生机勃勃的景象。

目前入驻小区内的商业业态丰富,涵盖各种餐饮、美发、超市、茶叶、歌华有线电视等,大大方便了本小区及邻近小区业主的日常生活。小区还成立了小营联合社区文明市民学校、少年之家、心里咨询室、公共电子阅览室等,提高了本小区业主的业余文化生活水平。位于A1楼北侧的公共活动区域更是成为了人们锻炼、休闲的好去处,里面设置了各种健身器材及休息长凳。小区业主对于越来越美的社区、越来越幸福的生活啧啧称赞,纷纷表达对政府、开发建设单位的感激之情。

思建新创组织足球友谊赛

本报讯(通讯员 王明学)近日,思建新创足球队与检测业务合作单位中建二公司项目部的足球健儿们齐聚绿茵场,举行了一场激烈精彩的足球友谊赛。思建新创党支部副书记袁华赴现场观看比赛,为队员们加油鼓气。

为了增强球队实力,思建新创足球队利用业余时间积极训练,苦练基本功的同时注重相互之间技战术配合。虽然比赛充满了竞技性,但是双方均以锻炼身体,增进友谊,培养团队合作精神为主要目的。比赛在友好的气氛中落下帷幕,此次友谊赛充分体现思建新创员工们团结友爱,积极进取的精神。

据悉,思建新创工会为进一步增强员工凝聚力,丰富员工业余文化生活,加强不同部门、不同岗位职工的沟通与交流,努力营造良好工作、生活氛围,在广泛征求职工意见建议的基础上,结合本公司实际,已成立篮球、足球、羽毛球兴趣小组,并每周固定时间进行训练活动。

海南海阔天空国瑞城二期S5项目部成立宣传小组

本报讯(通讯员 刘艳宇)为了进一步促进公司在海南区域品牌形象的宣传,展示项目部良好形象,加强公司、项目部对内外的宣传力度,海南海阔天空二期S5项目部书记杨安民于2014年3月初组织项目部年轻同志召开成立宣传小组会议,并在当日成立了海南海阔天空二期S5项目部宣传小组。

宣传小组由组长杨安民和各部门一些勤动脑、善思考的青年员工组成,共计11人。经会议讨论,该宣传小组分为四个小组,每个小组须在规定时间内将宣传稿件投递到综合办,由综合办审核修改后投递到公司宣传部,稿件题材可从项目管理、党建工作和典型人物介绍等方面进行重点宣传,并且欢迎自由投稿。

杨书记要求所有宣传小组成员积极思考,努力锻炼自己的观察能力,要具有一定的文学创作或新闻写作能力,善于观察生活,具有一定的新闻敏感性,充分发散自己的思维,准确独到的发现工作、生活中的新闻点。每月月底由杨安民书记组织召开宣传例会,对当月的宣传工作进行总结,通过当月的工作成员们对项目部宣传工作的合理化建议,将个人于平时收集到的读者的意见和建议在会议时间反馈给大家,为宣传小组日后的写作提供更多的素材,使宣传小组逐步成为一个能够弘扬企业文化的优秀宣传团队。

宣传小组的职责在于日常负责信息收集、文字整理、信息报送等工作,充分发挥宣传阵地作用,加强项目部宣传工作,促进企业文化建设,更好的规范项目部宣传员队伍,及时、准确地捕捉项目部的新闻信息,更好地服务于项目部的生产、管理及各项工作。宣传工作将围绕项目部工作的重点、热点和特点进行新闻宣传,加强项目部及各部门工作宣传力度,展示海南分公司及S5项目部优秀的企业形象和职工良好的精神面貌。通过对各方面信息的宣传报道,激发大家爱岗敬业的工作热情,丰富员工业余生活,营造一个和谐充满热情的文化氛围。

春归和田 再访皮山

文/刘小蕊

自2013年8月份到和田分公司,这是我第三次来到皮山。三次的见闻,让我看到了皮山农场棚户区改造二期工程的巨大变化。今日,23栋崭新的住宅楼,7套配套设施的视觉冲击直击我的内心深处。如果3年前,你来过这个地方,三年后的今天,进入阿其玛克新区,你能想到的只有“震惊”两个字。

皮山棚户区改造项目位于塔克拉玛干大沙漠南缘,喀喇昆仑山北麓。风沙是这里的常景,枯燥单调是我们项目管理人员的生活常态。自2011年9月,项目部管理人员响应公司号召,来到和田参与援疆,他们就到了这个距离和田市200多公里、四周荒漠覆盖、物资匮乏、自然条件极其恶劣的地方。一入工地就开始紧锣密鼓地展开工作,从最初的住帐篷、睡沙漠、喝咸水、啃硬囊,到后来整齐划一的临建板房,从最开始这里的一片荒漠满目苍凉,到现在拔地而起一座座崭新的楼房,我们的援疆将士不变初心,始终坚持“首善标准”,践行“特别能吃苦,特别能战斗、特别能奉献”的精神,为这里翻天覆地的变化倾注自己的心血。

皮山农场棚户区改造一期工程,建筑面积26938平方米,共分单体建筑9栋,其中住宅楼七栋、配套商业一栋、敬老院一栋。工程于2011年10月2日开工,于2013年6月份正式完工。皮山农场棚户区改造二期工程建筑面积55418平方米,共分单体建筑30栋,其中住宅楼23栋共计560户,配套设施7栋。工程于2012年7月底开工,2013年11月份完工,现正在进行绿化收尾



工程。其中一期工程共有住宅232套,以2居室和3居室为主,解决改善了近千名皮山农场职工及家属的住房难题,这其中有95%是维族群众。这两项工程极大地改变了当地的住房条件,也成为了阿其玛克新区内一道靓丽的风景。

步入二期工程的现场,我们的工人依然在紧张的施工,我们管理人员在旁边耐心指导。由于工程正在进行绿化收尾阶段,大部分管理人员已经安排到其他岗位,刘立朋、袁平、刘宪敏三位同事还在这里坚守。今天前往皮山的路上,我们还说风沙

又来了;见到他们才知道,这里又停电三天了。这种事情,也许对他们来说已经习以为常了。

谈到生活,板房里房顶、窗户,有缝的地方就被贴上了封条,为了挡住风沙,即便如此每天早上醒来都能“收获”沙子:洗干净的衣服从来不敢挂在外面,都是靠挂在屋子里“风干”;没有网络,没有娱乐设施,只能期盼着分公司的数字电影机各个项目部轮换播放电影等等,这样的例子太多太多。他们可以当新鲜事跟我们分享,但是作为听者的我们多的是一份心酸。我不知道应该用什么词汇形容我们的援疆战士,我敬佩这些“最可爱的人”。

当我们开始回程,他们不舍地送我们到门口,人影渐渐模糊,车渐渐驶出沙漠。3月底的和田,天气温度适中,春意悄然而至,嫩草微绿,杏花初开,一切都是那么美好和谐。今天又一次来到皮山,更让我坚信我们建工四建的援疆战士在这里的奉献将被这里的人们铭记!



唐永军：敢啃硬骨头的“老虎”

文/王君 冯舜

说起他，凡是认识他的人都会竖起大拇指，也会被他的事迹所感动。汶川地震时，他冲锋在前坚守一线，带领援建将士90天完成了5989套过渡安置房的援建任务；7·21房山抢险救灾时，他依旧充当‘急先锋’，提前三天完成佛子庄乡和霞云岭乡的200多套临时安置房建设重任；丰台区老旧小区综合改造中，作为大项目的项目经理，他曾在4个月内率领大家圆满完成了丰台区254栋楼18000余住户的综合改造任务……他就是2012年度公司级优秀共产党员、被集团副总经理丁传波称为敢啃硬骨头的“老虎”。

承担急难险重施工重任‘第一人’

在大家伙的印象当中，凡是在急难险重的施工重任面前，总能看到唐永军的身影。

2008年汶川大地震灾后重建，唐永军被公司任命为援建四川江油过渡安置房项目部常务副总指挥。接到通知后，他二话没说收拾行李即刻飞赴四川，在90天的时间内一直坚守一线从未回京。

“当时我心中只有一个想法，要帮助灾区人民重建家园，早日有个家。”

为了这一信念，唐永军带领援建将士迎难而上、不畏艰险。援建工作不仅条件艰苦，同时还要时刻面对余震不断、暴雨来袭、堰塞湖随时溃堤的危险，但就在这样恶劣的环境下，他带领大家在泥泞的稻田里仅用10天时间冒雨完成了600亩土地的板房地板施工，最高每天推进8000平米，用25天时间完成了一期4459套板房安装，最快每天安装5000平米，最终完成了近6000套过渡安置房建设，四建公司因此也成为北京市完成过渡安置房最多和最快的二级公司。

这支能征善战、敢打硬仗，能够在急难险重任务面前承担重任的援建队伍由此也被称为“四建铁军”，唐永军被称为敢啃硬骨头的“老虎”。时隔四年，由唐永军带领的“四建铁军”就再次彰显了它的力量。

7·21灾后房山抢险救灾建设过渡安置房，唐永军再次挺身而出，在第一时间来到山高路远的抢险重建现场担任四

建房山抢险安置房建设总指挥。由四建公司负责施工的房山区佛子庄乡和霞云岭乡的10个过渡安置房建设点东西相距超过100公里，十个工地不但分散，并且都是山路，有些路段的材料运输需要从大货车到小货车再到人抬肩扛等多次搬运，加上山区连续几天风雨连连，要在短短几天内完成200多套临时安置房建设，用唐永军的话说“大家非得脱一层皮才行”。

面对这一切，唐永军用他自己的方式解决各种难题。

在抢险救灾中，他突出一个“狠”字，要求施工现场昼夜施工，只能人等材料，不能材料等人，管理干部必须紧盯作业面，他和大家每天工作到深夜一两点钟，4天里睡眠加起来才十来个小时；在抢险救灾中，他坚持一个“严”字，特别是对劳动力、材料供应不容商量，对长期合作的战略合作伙伴也敢于翻脸，甚至抛出了终止长期合作这个“杀手锏”，逼迫合作伙伴把优势资源快速投入到抢险工地；在抢险救灾中，他强调一个“快”字，在他的带领下，施工面全部展开，水电专业同步插入，庭院绿化提前筹划，进度呈加速度向前推进，形象进度每时变一个样。

就这样，在他的严密部署下，这支“四建铁军”在房山区海拔最高的堂上村建的安置房仅仅用了三天半时间率先交验，成为房山灾后第一个交验的安置房项目，提前三天完成佛子庄乡和霞云岭乡的200多套临时安置房建设重任。为此，北京市授予了他“抗洪抢险先进个人”光荣称号。

“实干足迹”遍布境内外

“要干就要干好”是唐永军嘴边经常说的一句话，也充分体现了他本人的“实干”作风。

2008年，公司承接了自改制以来的第一个国际工程，利比亚10000套社会住宅工程，唐永军再次接过大旗，带领“四建铁军”奔赴利比亚。

面对没有经验可以遵循，没有熟练的人员可以使用，对工程情况不了解等若干问题，唐永军不等不靠，积极组建团队，做好施工准备。在利比亚，他带领管理人员战高温、斗酷暑、迎风沙，即便各个累得汗流浹背，也毫无怨言。他结合试用工

的情况，与孟加拉籍劳务公司签订用工协议，降低了劳务用工成本，开创了劳务国际化用工的先河。在集团下属五家单位的月完成生产产值排名中，四建七次名列第一，并率先实现集团10000套住宅项目的首栋结构封顶。

唐永军将这种“实干”作风同样也带回了国内。

2012年7月，唐永军负责公司的施工管理工作，一接手便遇到京内公司承接100多万平米，10个多亿合同额的丰台区老旧小区改造任务。首次接触，难免会有困惑，但只是暂时的，唐永军迅速调整状态，理清思路，全身心投入到工作当中。

在老旧小区节能改造施工过程中，唐永军坚持每周召开工作例会，根据改造工程的特点，制定专项工作方案，实行“四集中”管理，确保改造项目平稳有序进行。通过组织沟通咨询会、刊发公开信、设立居民接待室、入户走访等多种方式，克服了带户施工百姓协调难度大的问题。在他的带领下，公司仅用4个月时间圆满完成了丰台区254栋楼18000余住户的综合改造任务，实现产值4亿多元。

2013年，公司承接了永定门和肖村泵站升级改造工程，作为北京市城中心泵站升级改造重点工程，唐永军亲自抓，毫不松懈。为了高质量地完成任务，保证雨季前达到蓄水条件，他积极组织项目部创造条件，充分发挥主观能动性，经常晚上在施工现场和大家伙一起探讨施工方案和有效措施，夜以继日地进行抢工。最终，两个泵站均达到预期目标，其中永定门泵站在集团承接的10个泵站中实现第一个封顶，受到了业主方的一致好评。

现如今，由唐永军负责的项目管理策划正在有条不紊的进行中，他依旧是那句话：要干就要干好。我想，正是因为他的这种实干作风，才为他带来了诸多荣誉，2005年至2006年度集团优秀思想政治工作者，2006年至2009年度集团先进职工，2007年度集团劳务管理先进个人，2007年获得北京市经济技术创新标兵、集团劳务管理先进个人、集团先进职工称号，2008年获得北京市青年岗位能手、集团先进职工称号，2012年获得北京市抗击7.21特大自然灾害先进个人、集团房山区抢险救灾优秀共产党员称号，其所带领的青年突击队还获得了北京市优秀青年突击队称号……

创立联建共创机制 促进支部协调发展

四建海南分公司党总支

四建海南分公司组建于2011年4月，现有员工200多名，其中党员28名。党总支下设6个党支部，承担着海南电视台、海南大厦、国瑞城S5综合楼等社会影响大的海口市地标性建筑，总建筑面积达到100多万平米，从2009年初来海南时的一个项目部十多万平方米的建筑任务，到现在的六个项目部100多万平米的在施工程，四建在海南建筑市场的迅速扩张带来的一个突出的问题就是专业人才和党务干部短缺的问题，如何克服和解决这一矛盾，使新提拔的年轻的党务干部和专业人员尽快成长起来，实现六个项目党支部协调共同发展，这是摆在刚组建不久的党总支面前的一道重要课题。面对压力和挑战，分公司党总支冷静分析，仔细筹划，针对六个党支部，年轻书记多，工作经验少，工程任务重，创先热情高的特点，按照公司党委的指导意义，在深入调查研究的基础上，积极开展支部间以强帮弱优势互补共建互赢的党建联建共创活动，通过一年多不懈的努力和实践，创立了适合支部党建协调发展的“四联四促”党建联建共创机制，有力的推动了各项目部经营生产各项工作的开展，为促进分公司的整体发展和管理水平的全面提升发挥了积极作用。

一、具体方法

(一) 党总支联系党支部，促互赢。党总支将6个党支部分成三组，结成三个共创组，签订了基层党组织结对共建协议，在党员发展、教育、管理、服务、作用发挥等方面加强双方互动交流，明确各自责任，确保了双方党组织建设互帮互助，融合贯通。每个月分公司党总支组织一次结对党支部工作例会，听取工作汇报，每个季度进行一次工作交流会。实行挂钩指导工作制。按照统一的标准，将分公司党支部划为三个片区，实行党总支委员负责挂钩指导一个片区的党建工作。挂钩分公司领导要根据全年的党建主要任务，定期跟踪、指导所挂钩片区的党建工作，并根据所挂钩片区的工作情况，深入开展党建工作调研，了解情况、研究问题、总结经验，制定具有针对性和操作性的指导意见并抓好督促落实，确保创先争优活动、基层党组织建设年活动扎实开展。

(二) 支部联系支部，促互补。海南大厦项目部党支部是集团标杆党支部，在制度建设、党建、创先争优活动开展上都有一套成熟的经验和做法，海广电项目部党支部新组建，缺乏党务工作经验，但新班子有冲劲、生产经营实践经验丰富，班子成员全部在大项目部担任过商务经理、生产经理、主任工。两个党支部结对子开展联建共建，能够形成优势互补。双方建立了月度党支部联席会议制度，双方通过开展党员责任区劳动竞赛、“我为分公司发展添光彩”、“人人是窗口，事事树形象”等经验交流联谊会等活动，达到相互学习，相互促进，共同提高。在民主评议党员时还互派代表参加对方支部活动，从中取经，使民主评议工作更加规范，质量明显提升。

(三) 党员联系党员，促互动。打破原有按隶属关系开展跨项目部开展党员联系党员，促互动活动，双方围绕开展创先争优活动总体目标要求，共同确定主题载体，共同深化

和拓展“党员责任区”、“党员先锋岗”、“党员承诺制”等活动，有力地推动了双方党建合作共建，海广电工程技术、施工管理人员严重不足时期，为弥补因人员不到位引起的甲方不满，海南大厦项目部党支部党员组成3人共建小组，进驻海广电项目部开展带兵工作，成功的帮助海广电工程度过难关，实现了年内10万平米住宅楼全封顶的节点计划，满足了甲方要求，海南大厦项目部老党员王伟和海广电项目部新党员林海结对子，在主体结构多层板重复使用技术应用实践中，王伟悉心指导，将自己多年施工中积累的经验全部传授给林海，使其快速进入角色并取得了结构多层板7次翻板的技术成果，此项成果为企业节约费用30多万元。王伟还指导林海完成了结构多层板多次应用课题的论文，该论文在年底分公司评比中获一等奖。

(四) 党员联系员工，促互联。开展每个党员帮助一名员工的“一帮一”活动，“一帮一”活动可以跨项目部，并结合党总支发起的党员互助资金活动，使“一帮一”活动更生动。海南大厦项目部青年员工付建强家住房山，7.21暴雨曾给家庭造成损失，党总支及时启动互助资金，给予帮助，该活动在职工中反响强烈，党组织引领作用得到充分体现。在一帮一活动中，开展全体党员承诺每年为员工至少办一件实事好事活动；党员领导干部承诺每年为员工至少解决一个难点热点问题。2012年海南大厦项目部和海广电项目部全体党员利用业余时间对海南大厦项目部乒乓球室及海广电项目部篮球场进行了改造，他们粉刷乒乓球室、修补篮球场为职工活动改造了环境，获得了职工的好评和踊跃参与。

二、取得的成果

(一) 党组织的战斗力和凝聚力得到加强。通过开展“四联四促”活动，夯实了分公司党总支在区域党组织中的领导核心地位，开阔了分公司党建工作的视野，营造了和谐工作氛围，初步形成了“上级带下级、下级促上级、下

下联动、分工负责、横向相互促进、整体提高”的党建工作格局，拓宽了党建工作领域，丰富了党建工作内容，增强了党建工作合力。今年有两名同志加入了党组织，有14人向党组织递交了入党申请书。

(二) 党员发挥作用的途径更加宽泛，统筹了党建资源。联建共创活动使党员工作作风更实了，广大党员一改过去去自活动，不相往来的现状，自觉到对方去，谈思想、谈工作、唠家常，提合理化建议，形成了分公司上下一盘棋，共为分公司发展做贡献的积极氛围，党员的先锋模范作用凸显。“四联四促”活动构建新型党建工作体系，用创新的思维和方法应对、解决发展中的新情况、新问题，构建科学、开放、高效和谐的工作新格局。把本单位党建工作和共建工作放到同样重要位置，同步筹划，同步布置，同步推进。联建共建1+1大于2的效果凸显，党组织和党员的战斗堡垒作用得到了提升。

(三) 建楼育人、人才队伍建设出成果。通过开展活动，把好的优秀的人才留住，把企业内部有能力、有潜力、品质好的人才发掘出来，加以重用。例如：海阔天空国兴城党支部开展老党员带新学生的活动，给年轻人压担子，为他们提供施展才华的平台。使一些大学生快速成长，2011年招聘的学生任伟科、庞新龙、罗小平，目前已担任B11地块工程栋号长。海南大厦党支部通过自主培养锻炼，有5名青年岗位能手走上了项目部重要管理岗位，其中党员崔亮成长为项目部党支部书记。

(四) 有力促进了分公司生产经营任务的完成。较好的实现了公司关于组建海南实体分公司，推进京外营销改革的整体思路，年度各项指标得到了较好实现和突破，全年累计完成施工产值5.65亿元，实现施工总面积突破100万平方米的工作目标，年度新签合同额6.28亿元，超额完成了公司下达的5亿元的经营指标，分公司获得集团劳动竞赛优胜奖。

追求卓越 挑战自我 全力以赴 再塑辉煌

——2014年经营工作报告(摘要)

第一部分: 2013年工作总结

一、2013年四建公司经营指标完成情况

实际完成新签合同额为42.44亿元,为集团公司下达32亿元经营指标的132.63%,为公司下达指标的106.10%。按区域分:京内13.91亿元,占总经营额的39%,京外21.86亿元,占总经营额的61%;按项目类型分:公建8.5亿元,占总经营额的24%,住宅18.5亿元,占总经营额的52%;其它钢结构、装饰、机电等共8.7亿元,占经营额的24%。完成结算指标10.56亿元,为集团下达结算指标的132%。

2013年主要中标工程:海南大英山壹号、丰台区老旧小区综合整治及节能改造工程、新疆公安警察培训基地项目、重庆市南岸区南坪镇杨家山工程、世茂大工厂项目5#、6#地块施工总承包工程、和田文化中心建设工程、海阔天空国际城S4地块等。

二、2013年经营主要工作

1. 加强工程信息的收集和管理,注重工程项目的前期调研,加大投标前的项目评审和投标项目的投标策划工作。
2. 进一步整合公司的现有资源,建立工程项目和投标人员资料库,提高资格预审的编制水平,提高公司竞争性投标工程的入围率。
3. 学习同行业先进经验,整合集团和公司资源,抓住典型工程的投标机遇,在工作中提高投标资料整体质量水平。
4. 加强公司京外建筑市场的资源整合,努力做强做大京外分公司,增强抵御京外建筑市场环境变化的能力。
5. 加强拟投标项目的成本预测工作,为项目的决策和经营管理提供准确而及时的数据支撑。
6. 确定工程过程成本管控模式,坚决贯彻执行成本计划,确保工程项目风险点处于受控状态。
7. 加强结算工作的严肃性和重要性,完善结算管理制度,强化结算管理流程,做到分工明确,职责清晰。
8. 建章立制,不断建立健全和完善经营工作的规章制度,进一步提升市场规划、市场开拓、市场运作的功能。
9. 公司部分领导和项目部坚持贯彻公司“以现场保市场”的发展理念,通过塑造精品工程,展示四建形象,坚持不懈的拓展客户,有效的推动了公司的经营工作。

三、四建公司经营工作中存在的不足和有待改进的方面

1. 公司京内、外中标比例失衡,中标项目类型相比较单一、公建比例偏低,中标区域不平衡。
2. 投标工程信息严重不足,信息量与企业发展速度不匹配,一级建造师严重不足、在项目经理持证比例低,不能很好地满足企业发展的需要。
3. 公司全员经营的格局没有实现,实体分公司、专业分公司、项目部独立承揽项目的能力依然很弱,经营工作的客户群没有较大的拓展。

第二部分: 2014年四建公司经营工作计划和工作重点

2014年经营工作思路:进一步加强经营为龙头的工作理念,着力从开拓多元化市场、加强市场营销团队的建设、做好重点工程策划、加大对“高、精、尖”项目的承揽、强化对区域市场的服务与管理、进一步提高以现场保市场的服务水平,提升服务和维护大客户的能力和水平,加快培养综合性经营人才、稳步推进公司营销体系建设。

一、2014年经营指标情况:

新签合同额指标: 60亿元

(集团下达指标: 新签合同额50亿元)

二、2014年主要工作安排:

1. 强队伍,夯基础,以业务培训为载体,以制度建设为保障,加强市场营销团队建设,提高业务人员的素质和能力,加强部门之间协作能力,提高营销团队的市场竞争力。
- 2014年,公司要继续加强营销人才队伍储备和加强人才队伍的建设。一方面要聘请外脑和专家,加大相关业务培训,如举办评标专家研讨会、招标文件专项研讨会、新定额和市建委新规定的培训会等等;另一方面,要加大对分公司和项目部的经营管理人员的培训,加强分公司、项目部承揽的自觉性、专业性。要从社会引进和企业内部挖潜两方面入手,通过培训,努力打造一支素质高、忠诚企业,具有现代化营销理念和能力,精通业务的复合型营销人员队伍。
- 同时,市场部、经营部、成本管理部各业务部门内部要通过规范管理、明确流程、简化程序,加强紧密配合,通过提高信息有效沟通,避免内耗和无序的工作,切实形成合力,提高项目的中标率和项目的结算管理水平。
2. 要以中央规划的京津冀都市圈发展为契机,努力加强北京及周边区域的市场开拓能力,确保公司在核心区域的市场占有率,确保公司持续稳定的发展。
- 2014年,要下大力主攻以北京为中心的北京市场,借“京津冀区域都市圈规划建设”在“十二五”期间不断深入之机,以可持续发展为前提,以标志性工程为契机,力争获得一批社会公共服务项目、产业功能区项目,达到以北京为中心覆盖京津冀的区域格局,确保以京津冀发展为主线,区域发展为支撑的发展战略。
3. 进一步扩大集团授权的重庆、兰州、新疆市场份额,争取拿下集团海南区域市场的授权,适时发展开拓一个新的京外区域,实现区域范围的新突破。
- 2014年集团下达经营指标分别为:甘肃区域5亿元;重庆

区域10亿元,新疆区域15亿元。

2014年,要进一步加强对实体分公司的各项业务指导,使京外分公司不断了解并掌握当地政府、行政主管部门各项政策、法规,不断完善投标所需各类备案、审批手续,熟练掌握并运用相关办事程序,提升京外实体分公司在当地大客户的维护能力,使之成为公司京外市场开拓的重要保证。

2014年,区域分公司要继续落实集团“有市场,有效益,有人才,有品牌,有资产”的五有政策,同时政策“要落地,要持续,要结果”。2014年,我们还要借助集团授权的京外区域市场的先期成功地授权,我们要在充分研究国家政策、区域发展的基础上,审时度势,抓住机遇适时开拓一个新的京外区域,使之成为公司可持续发展的第七个区域,例如,西安、浙江温州、义乌等区域,并努力使之成为公司“十二五”期间新签合同额合同额、产值增长的重要区域。

4. 转观念,积极调整产品结构,努力开拓新兴及高端市场,力争承揽更多优秀工程项目,使产品类型有新突破。

2014年,要继续重点关注三个新兴建筑市场,即绿色生态节能的高端新建建筑市场、维修加固节能改造的旧建筑市场、超高层领域的建设。以公司自身实力与借集团优势相结合,以抢占绿色、节能建筑市场为契机,做好风能、太阳能、生物能等清洁能源、水处理、垃圾处理等环保领域的建筑市场细分,实现产品类型的新突破,完成公司的跨越式发展。

我们要按照集团的统一部署和四建良好的业绩,要对国管局1000万平方米老旧小区综合整治项目、北京老旧小区的节能改造和抗震加固项目、60亿元的北京三甲医院加固改造等项目进行进一步的跟踪策划,要作为专题来分析研究,把如何快速抢占这个市场的重要性提升到关系公司未来几年的发展战略的高度来认识。

2014年,我们必须加大标志性工程的承揽力度,尤其要关注200米以上的投标项目,充分利用温州鹿城广场项目、海口中心项目积累的投标和策划经验及各种资源,要把几年来公建业绩的积淀和鲁班奖的金冠形成效益,积极参与海南、川渝、甘肃、新疆等区域标志性工程的投标,力争填补集团国内300米项目超高层项目承揽的空白。

5. 重合作,以大客户为主攻方向,不断提升大客户的维护能力,强力推动大客户战略,实现客户开发的新突破。

2014年,我们要把“大客户、大项目、大市场”的重要性上升到企业发展战略的高度来认识。在积极参与大客户的部分工程项目的投标的基础上,加强施工现场的管理,不断强化对业主的服务,以现场赢市场,公司各级领导和营销人员要配合工程项目部做好二次经营工作,为拓展高端市场保驾护航。要特别注重对大客户的日常维护工作,要派公司高层领导亲盯每一个大客户,要有针对性的建立大客户的长期维护和服务机制。

制,坚持公司“以诚相待、热情服务、真诚合作、互利共赢、打造品牌、提升价值”的经营理念。充分做好业主的考察接待工作,千方百计地响应并满足业主的各方面合理需求,让业主全方位的解公司情况,在业主心目中树立公司的良好形象,最终达到业主对公司的认知度,放心地将工程交给公司建设。同时,还要不断开发新的大客户,特别要谋划既符合国家发展战略要求,又与建筑企业强相关的央企的合作,形成新的“大客户”群,加大公司市场开拓的深度和广度。

6. 抓策划,全面评估工程信息,调动区域分公司和公司项目部的积极性,确保2014年重点跟踪的工程项目的有效承揽

2014年,在扩大市场规模的同时,要加强风险防范,注重管理与效益的提升,要组织各系统和部门对投标项目进行各项评估。营销人员要做好重点工程的跟踪与策划,要指定专人负责跟踪并制定详细的工程策划书,“工程信息跟踪策划书”要从信息的跟踪、关系的运作、目标的确定、工程造价、合同条款、调价原则、结算方式等方面进行全面策划,确保中标。同时,进一步加强与各专业分公司、实体分公司以及项目经理部的沟通与配合,加强指导和服务,力求做到在工程信息的捕捉,投标报价的配合,工程结算的对接各个环节实现目标一致性,工作一致性,结果一致性,有效提高公司的整体经营水平。

7. 要敢于对标先进企业,扎实做好标书制作工作,提升整体投标水平。

第一,向行业内先进企业学习,利用工程投标平台,与先进企业对比,找到并弥补自身差距。同时,争取能够取得先进企业的成本资料,分析我们在成本的哪个环节与先进企业存在差距,为经营系统投标报价及公司项目管理提供基础数据。

第二,建立投标社会资源库,借鉴温州工程投标经验,逐步健全地基处理、钢结构、框架房、3D立体、测量工作等一系列专项社会资源库,为以后大型重点工程的投标做好准备。

第三,随着经营额指标的大幅增长,经营系统要储备一至两家成熟咨询单位,在阶段性投标任务繁重时进行合作。

第四,配合公司做好“BIM”“总包管理”等各项人才培养工作,争取在2014年能够形成系统的专项方案。

第五,充实技术标机电人员配置,提高标书机电方案的水平。

8. 切实推进成本计划、过工程管理工作,着力于商务系统建设,加大系统的培训力度,为竣工结算打下坚实基础

2014年,在工程项目的成本情况比较严峻,竣工项目较多,我们必须要继续加强成本计划及过程管理工作,要进一步完

善结算管理制度,使结算工作更加制度化、规范化、信息化,制定风险应对措施。今年公司已经决定在国瑞中心工程进行项目策划,以期通过项目策划实现文施管理标准化、质量管理可控化、成本管理最优化,确保大项目、大收益、大品牌。同时,经济管理中心要关注施工过程,要指派专人负责每一个有潜力的项目,修正偏差,指导项目部二次经营工作,要严格执行工程竣工成本封口的规定,项目部必须要保证不能出现亏损。

2014年,要全面梳理公司商务系统人员的基本情况,要对商务系统的人员进行系统的、大规模的、全覆盖的轮训工作,以提高整个商务系统的业务能力,同时要积极引进社会上的优秀人才,弥补公司商务经理严重不足的现状。

9. 要积极把握公司的申报特级资质工作的契机

按照特级资质的要求有针对性的进行市场开拓工作,抓住机遇,争取早日迈入特级企业行列,为公司的经营工作注入新的活力。

公司的经营工作要紧紧围绕特级资质的需要,有针对性的承揽“高、大、精、尖”的工程项目,既实现工程业绩满足资质升级的需要,也要通过“高、大、精、尖”的工程项目的承揽实现特级资质所需要的工法和专利的转化,使公司承接的工程优势转化为技术优势、人才优势,为公司特级企业的升级提供有力的支持。

10. 充分展示大项目部、精品项目部,发挥品牌宣传的作用,达到以现场促市场的目的,为开拓市场提供有力的支撑。

2014年,我们要进一步强化施工现场是市场的“形象经营”理念,在全面落实集团新版VI体系基础上提高现场文明施工水平,推广施工现场企业文化墙、制式防护、电子监控、显示屏等,使之更有冲击力,更能代表企业形象,力争在2014年我们每一个区域市场都必须树立一个有震撼力的施工现场;同时要切实做好企业公关活动策划,2014年要加大项目部和项目经理品牌塑造,要通过外媒和企业内刊进行大力宣传,充分利用开工、封顶、交竣等关键节点通过画册、光盘展示项目部和项目经理业绩,同时公司总部协助项目部与业主方开展文化交流互动,创造良好的合作环境;力争在8月份前完成新版企业营销画册、公司宣传片制作工作,完成超高层施工专业介绍和老旧房屋加固改造专业介绍光盘。同时,海南分公司、新疆分公司也具备了独立制作宣传画册、宣传片的业绩要素,要抓紧行动,专人负责。

经营工作是我们四建人共同的事业,是我们实现人生梦想和提高生活水平的源泉,“自信人生二百年,会当击水三千里”,让我们团结一致、振奋精神、科学管理、锐意进取,为全面完成60亿元新签合同总额指标努力工作,为集团和四建公司的十二五发展做出更大的贡献!

营销先进经验交流 Experience exchange

孙忠: “以现场保市场”理念

我作为四建公司的一名项目经理,在2009年底,受公司委派,远赴海南省,负责海南大厦工程的施工任务。在进场初期,通过当时新海航大厦项目部,以及公司各级领导的帮助指导,带领项目部迅速进入状态,积极协调各方面资源,使施工尽可能快的开展起来,以给业主方留下良好的第一印象。在此期间,我有幸担任了解放军总医院海南分院疗养区工程项目管理重任。在这四年多时间里,我带领项目部全体员工顶着40余度的高温,10余级的台风,奋战在海口与三亚两地间。

当时疗养区占地近16000平方米,29栋单体建筑的施工现场、海南大厦200米高的混合结构,是公司领导对我的信任,也是对我的考验。在如此艰巨的任务面前,我深知公司领导提出的“以现场、保市场”经营理念的重要性,在确保施工有序进行的同时,加大外宣力度,力争在海南省施工行业中做出一面旗帜,加深北京建四建的良好企业形象。在疗养区施工过程中,我先后迎接各级领导检查近百余人次,在各类检查过程中,克服了当地资源匮乏的劣势,不断加大“北京建四建”的企业宣传力度,通过“疗养区工程封顶仪式”、“保竣工誓师大会”等一系列活动,借助疗养区工程这个平台,让各级领导对“北京建四建”留下深刻印象,特别是2010年8月18日,通过项目部全体人员的共同努力,确保了疗养区工程率先实现结构封顶,从中央常委、院方以及地方相关领导,均对“北京建四建”敢打硬仗的铁军精神给予了极高的赞扬。在海南大厦工程的施工过程中,我作为现场各项管理的第一责任人,在工程实体的施工过程中一刻不敢放松,在确保安全生产的前提下,切实做好市场开拓,以地标建筑其特有的优势,对施工现场各部位加以严格管理,从工程实体的质量、观感、施工现场的VI布置以及内页资料等方面入手,充分展现北京建四建的项目综合管理能力,继续不断开拓海南市场。通过与海南省建设厅共同策划的近500人参加的深基坑施工现场观摩会、公司在海南省首次超大超厚底板大体积混凝土连续浇筑施工等等一系列的工作,铸就了目前海南大厦工程在海南省建筑施工行业中的领导地位,以及北京建四建在海南建筑市场的良好口碑。

在2013年间,通过一轮又一轮的建设方考察,先后有鲁能地产、港航集团等一大批业主方领导莅临施工现场。为此,我要求项目部加大相关投入,确保为每一次考察营造出良好的现场气氛。最终,通过公司领导的大力支持,确保了鲁能地产文昌项目的顺利承接。在平日里通过与行业内人士的沟通,在2013年,及时向公司提供了海口中心项目的施工任务信息,并结合公司项目经理积极开展工作,使公司顺利参与了该工程的投标工作。

以上作为一名四建公司的项目经理,一名基层的施工管理者,我同奋战在各个岗位上的同事们一样,将忠于企业,竭尽所能,为四建公司的市场开拓工作,尽到自身应尽的义务。最后,预祝公司在未来的市场经营中能够捷报频传。

蔡志亭: 用心做好经营工作

2013年,可以用忙碌来定义。这一年,我们从清河水厂转战高碑店水厂,作为经营工作人员,我们除了要策划好在施工过程之外,还要肩负着天津海鸥工业园工程的结算工作和清河水厂后续经营工作,而我和我的同事们则终日穿梭于各个甲方之间,头脑思维不时从一个工程跳跃至另一个工程。虽然繁忙,但最终功夫不负有心人,付出皆有回报。

天津海鸥工业园工程的结算工作可以用“鏖战”来总结。该工程的合同额虽然仅有五千多万,但结算工作却历时三年半,参与过程管理的预算人员都已换了一茬,甲方的相关负责人也是换了一茬又一茬。在这三年多的结算历程中,我数以百次地往返于京津之间,游说于甲方、监理、一审和二审等各相关单位之间,不管人员如何变化,但我一如以往、耐心地坚持主张并说服对方。可以说,在这个过程中,我锻炼了自己,磨练了意志,也提升了我对结算的认识。

清河再生水厂工程是公司承接的第一个大型水厂构筑物工程,进场之初经营情况并不理想。但项目部坚持以绩效为导向的精细化管理理念,要求经营工作以成本过程控制为主。在工作中,项目全员参与成本测算,树立全员成本意识,明确各部门的责任和目标。通过一系列举措,该工程在成本控制方面取得了加好的效果。目前,该工程已完成95%的结算工作,并在土方和临电两个问题上实现成功索赔。

高碑店水厂工程是在施工程,项目体制建设和工程建设同步进行,其重点是经营情况策划和过程管理。在总结清河再生水厂经验的基础上,我们积极探索工程节约成本的方式和途径,总结如何避免索赔的发生。与此同时,我们将清河再生水厂所发生的索赔事项一一写入高碑店水厂的合同中,以规避风险,这就要求我们要进一步精细化管理,与时俱进开拓思想。可以说,经过2013年积极有效的过程管理,基本达到了成本控制预期目标。

工程索赔是一个正常的权力要求,没有索赔就不能体现合同的公正性。只要突破点是适宜的,原因是客观的,理由是充分的,各合作方的相关责任人是无责任的,利益是共赢的,关系是和谐的,成功索赔就可以实现。

总之,经营工作要用心,尤其是过程管理和结算阶段需要细心和耐心,需要潜心研究钻研,把实际现场的施工过程与施工合同的条款融合在自己的思维中,从中寻找突破口,也就是深入浅出,深入了解本工程各项工作要素,才能做好经营工作。



营销十佳员工风采



崔金柱
公司市场部



刘海涛
和田分公司

在过去的2013年,崔金柱在公司和部门领导的指导下,同事们的帮助下,积极配合领导和团结各部门同事,在市场工作中取得了一定成绩。先后完成,石家庄新客站地下空间工程附属项目、河北廊坊世贸大工厂5#、6#地块项目、河北廊坊国瑞清河二期项目、大连首开东港项目,前期投标手续、备案和全程配合经营部投标工作。他在本职工作中默默地发挥着自已的能量,为四建市场贡献了自己的青春,为四建公司完成新签合同额指标添砖加瓦。



王九同
公司经营部



齐先有
甘肃分公司

作为一个经营部投标工作的土建预算主管,王九同按照公司经营要求,按时按质地完成了投标工作,同时还协助领导完成各工程投标协调工作。在2013年,他积极做好投标报价工作和内业管理,做好投标工程的报价最终核对工作,为了把这一关,他基本上都加班点至很晚,有时候连续一周处于这种状态。同时,他以公司各项现行的规章制度和职业道德为准则切实加强工作责任感,及时做好自己的各项工作,为企业贡献自己的一份力量。

2013年在西山·银珠项目如火如荼的施工过程中,齐先有利用个别空闲时间积极寻找新的项目。顺利在甘肃国药、香港教德国际商贸城等企业获得较多新的项目开工信息并利用社会关系积极跟进,目前已有较大进展。2013年底,西北分公司要在兰州准备承接两项新的工程,他没有提前休假而是配合公司市场部、经营部为这两个的投标报价出谋划策。最终公司顺利中标鸿运润园A16号楼工程且兰州银行住宅小区工程也基本锁定中标。



郑虎
重庆分公司



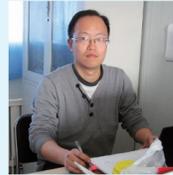
华亮
公司市场部

郑虎在工作上尽心竭力,兢兢业业,务实能干;在生活作风简朴,低调而充实。他也非常关心员工的工作,时常和大家探讨工作问题,督促年轻职工努力学习,同时也非常关心员工的生活,对待员工像兄弟、像家长,又像朋友一般,也因此受到了大家的爱戴。为了公司市场的开拓,他抛家舍亲,四处奔波,他把这一生最美好的几十年时光都奉献给了和他一起奋斗的团队,奉献给了培养他的公司,奉献给了他非常热爱的建筑事业。

华亮组织或参与装饰所有工程的投标,每次投标均进行详细成本分析。每项工程中标后均参与合同签订、签订工作,并对项目部进行合同交底。在国瑞中心工程中,华亮平均每周至少3次“拜访”或“驻扎”在甲方总部或项目部,紧盯价格谈判、合同签订和工程付款的各个流程节点;在海南航大厦-1至4层装修工程的结算中,华亮克服了家里小孩需要照顾的困难,2个月内3次往返于海口和北京,完成了相关基础资料的谈判工作……



孙忠
海南大厦项目部



于力
沈阳项目部

海南大厦项目部作为公司目前在海南市场板块,进场施工时间最久的项目部。项目经理孙忠,在工程实体的各项工作中一丝不苟,切实做好现场保市场的企业经营方针,继续不断开拓海南市场。如果说解放军总医院海南分院疗养区工程,是孙忠所带领的项目部在海南的扎根工程。那么,海南大厦工程就好比公司在海南市场经营的一面旗帜。孙忠作为一名四建公司的项目经理,为了公司在海南市场的发展,奉献出了自己的青春、智慧和力量。

在有条不紊地做好预算工作的同时,于力在新工程信息方面也做出了贡献。沈阳军区联勤部保障房项目、沈阳艺术大厦项目、规划大厦景观园林项目等的前期接洽、项目汇报、工程跟踪、项目投标等工作均由出色完成,奉献出了辽宁的市场开拓,做出了突出贡献。三年来,随着项目机制的健全,公司沈阳项目部逐渐成长为辽宁区域的立足点,于力在其中起到了至关重要的作用,作为一名合格的商务经理,勤勉工作,甘于奉献,为公司打开辽宁市场贡献力量。



蔡志亭
高碑店水厂



高海波
国瑞中心项目

自进入四建已近7个春秋,蔡志亭一直扎根基层项目部从事预算工作,在人生最美好的年华里,步履简单而又坚定。进入四建以来,用他的话说:“就像是一个后知后觉的书呆子,只知道学习和工作,也乐在其中;在经历岁月的琢磨,时间的雕刻,使我逐渐成熟起来,在四建找到了属于自己的生活方式,我入了党、成了家,但是最重要的:我在思想上树立了成熟的人生观和职业价值观。不管社会如何发展变化,我都将坚定不移地走好自已的路。”

这几年来,高海波也乐在其中,从辛勤的工作中尝到了甘甜,享受了成功的喜悦,找到了自己的人生理想,体现了自己的人生价值。在四建公司的几年,高海波见证了四建公司的实力,去年经营合同额超过40亿,今年目标60亿元。在他的眼中看到了勇于进取、不断壮大的四建。他常说:“我们站的高度越高了,看的才更远。四建的精神也激励着我们勇于向前,努力把把工作做的更好,为祖国建设增砖添瓦。”

员工博客 Our Blog

反腐倡廉: 时刻做到警钟长鸣

文/四建公司纪委书记 龙可人

3月25日到北京市反腐倡廉警示教育基地参观,观看了部分图片展览和简短录像小片,又受到一次深刻的教育,深深感到:

一是人不能有贪心。反腐倡廉,最重要的是倡廉,要时刻防止一个“贪”字。“贪”为大害,展览中原北京市国土资源局顺义分局党组成员、副局长刘宝就因涉嫌收受一块价值17万余元的手表,被检察院提起公诉。北京市第二中级人民法院一审以受贿罪判处其有期徒刑10年。仅仅是一块手表,仅仅价值17万余元,带来的却是10年监狱生活,可见“贪”之危害。

二是人要多想想家人。展览中探监简短录像小片最让人心碎。一个人犯了罪,父母为你揪心,妻子(丈夫)为你伤心,子女为你惭愧。看到父母苍老的面庞,妻儿(丈夫)的憔悴的神态,听到儿女撕心裂肺的呼喊,每个人的心情都无比沉重。一个人犯了罪,可能造成妻离子散,可能造成家破人亡,损失不可估量。

因此,我们应该时刻警惕,“反腐倡廉”要警钟长鸣。为了我们每个人健康成长,为了我们有一个和谐圆满的“家”,我们也必须杜绝犯罪。

给员工过生日: 赋予其更多的意义

文/四建公司纪委书记 龙可人

参加工作36年,单位第一次给我过生日。首先我要说明的是,我对35年以来一直没有给我过生日绝没有一丝的抱怨。对于这次过生日,心存感激,所以,有感而发:

单位过生日非常简单,一块蛋糕,一碗面条。虽然是一块蛋糕,一碗面条,但给予我的是单位、是组织对我的关爱。吃一块蛋糕,一碗面条不算什么,关键是那份亲情、那份让人感到有人体贴、有人关照的幸福感。

给员工过生日不是什么新鲜事,公司有的项目给员工过生日已经坚持数年了,这是一个非常好的做法。每个人过生日都会有一些感悟,因为岁月不饶人,生日过后人又长了一岁。每个人都会从一个欢蹦乱跳的小孩儿到老态龙钟的暮年,这是谁都

不可能改变的自然规律。就我而言,屈指一数,来四建公司也已经36个年头了。看到四建公司健康平稳的发展,我心里由衷地高兴。刚刚过去的2013年公司又取得了巨大成绩,新签合同额42.5亿元,综合经营额26亿元,这是我过去想都不敢想的。2014年公司经营业绩考核指标亦扛了回来。完成2014年经营业绩指标,完成公司“十二五”规划的目标,公司将面临更加严峻的考验。

“沉舟侧畔千帆过,病树前头万木春”。我真心地希望公司马年会更加昂首向前。无论遇到什么样的困难和挫折,我们都应该保持生机勃勃、乐观向上的精神状态。我们一起努力,让四建青春永在、美好永在!

文学漫笔 Literary Essays

微小说两篇

四建水电分公司 赵崇

宝盆

中央遏制公款吃喝。为避风头,领导饭局自酒店改于厂部食堂小餐厅继之,并安排门卫老张饭后清桌。

老张见饭局佳肴剩菜颇多,故而逢餐即执脸盆将美味敛回。晚间回锅啖之甚悦,自此发福迅猛。喜极之际,则击盆赞曰:“宝盆!”

某日饭局后,老张持盆临桌,见饭菜不剩丝毫,顿愕然。遂四望,见壁上曰:即日起饭局者自掏腰包。老张恍悟——新领导上任了。

根儿爷

质检员B君生性固执,人称“根儿爷”,意即一根筋也。因其秉公执事,故对偷工减料者颇有得罪。

项目主管乃根儿爷密友,为谋利润草率施工,自付质量难保,遂设宴盛邀其友。席散验收,根儿爷痛斥工程质量粗陋,严令返工。主管苦求未果,恨曰:汝无情似冷血也!根儿爷怒道:俟楼毁人亡,尔等铁窗之下再念情晚矣!遂拂袖而去。

自此,根儿爷名声大噪,再欲质量糊弄者皆惧其威而敛之。

生活小常识 Life tips

别把过敏性鼻炎误判为感冒

过敏性鼻炎与感冒有几个相同的症状:鼻塞、流涕、打喷嚏,并伴有轻度的发热,乏力头痛。有很多人,得了过敏性鼻炎还以为是感冒反复发作,长期使用感冒药然而症状依旧,而且长期使用感冒药对人体有很大的害处。所以建议凡是感冒反复发作或是长期不好,有可能是过敏性鼻炎,一定要及时就医。

过敏性鼻炎在日常生活中又如何预防与治疗呢?

一、要远离过敏源,到过有过敏源的环境回家后及时冲洗淋浴并换装,去除衣服及头发上的过敏源。已得了过敏性鼻炎的人要远离地毯、有毛宠物、香烟、香水等致敏源。

二、药物治疗方面以服用抗组织胺类药物为主,鼻塞及流涕严重,影响日常生活时可用拟交感神经制剂或含类固醇制剂,喷入鼻腔缓解症状,也可由医生直接在鼻腔内注射类固醇制剂。

三、生命在于运动,加强体育锻炼,适量的运动,凡加强交感神经功能、增加抵抗力的运动对过敏性鼻炎的治疗都有好处,所以建议具有过敏性鼻炎者加强体育锻炼,如晨跑和游泳等。

春季健康小知识之春季养生

起居要有规律。在春天到来之时,人体阳气渐趋于表,皮肤舒展,末梢血液供应增多,汗腺分泌也增多,身体各器官负荷加大。而中枢神经系统却发生一种镇静、催眠作用,肢体感觉困倦。这时千万不可贪图睡懒觉,它不利地阳气升发。为了适应这种气候转变,在起居上应早睡早起,经常到室外、林荫小道、树林中去散步,与大自然融为一体。

精神要养足。人的精神活动必须应气候的变化。人体受季节影响最大的时候是过渡之际。现代医学研究表明,不良的情绪易导致肝气郁滞不舒,使神经内分泌系统功能紊乱,免疫功能下降,容易引发精神病、肝病、心脑血管病、感染性疾病。因此,春天应注意情志养生,保持乐观开朗的情绪,以使肝气顺达,起到防病保健的作用。春天要力戒动怒,更不要心情抑郁,要做到心胸开阔、豁达乐观;身体要放松,要舒坦自然,充满生机。

要注意经常锻炼。春季绿色植物增多,空气中阴离子

倍增。在这样的环境下锻炼,有助于提高生理机能和健康水平,还有利于调节情绪,因此,宜多做些户外活动,如做操、散步、踏青、打球、放风筝、钓鱼、赏花、慢跑、打太极拳等,让机体吐故纳新使筋骨得到舒展,为一年的工作学习打下良好的基础。实践证明,春季经常参加锻炼的人,抗菌素病能力强、思想敏捷、不易疲劳、办事效率高。

要注意身体保暖。春天到来天气转暖,致病的细菌、病毒等随之生长繁殖,因而流行性感冒、麻疹、流行性脑膜炎、猩红热、肺炎等传染病更容易发生。患有高血压、心脏病的中老年人,更应注意防寒保暖,以预防中风、心肌梗塞等病的发生。

要多补充水。春季风大,气候干燥,水分缺乏,应多喝白开水补充体液,增强血液循环,促进新城代谢。多饮水还可以促进腺体,尤其是消化腺和胰液,胆汁的分泌,以利消化吸收和废物的排除,减少代谢产物和毒素对肝脏的损害。

追寻梦想 I have a Dream

朝气蓬勃的年轻人,为企业活力注入力量

文/海南海阔天空国瑞城二期工程S5地块项目经理部 杜若蜚

2013年8月,我来到了一个新的城市,走上了新的工作岗位,我带着各种好奇和憧憬进入了四建公司,希望能利用自己的专长和勤奋为公司创造一份财富,也能更好地实现自己的价值。到现在,我已经融入了公司的工作环境和它特有的学习氛围,从公司的历史、发展状况、运营体系、人文关怀等等各方面,使我更深一层次地了解到公司的蒸蒸日上和光明前景,也从中领悟到了公司特有的企业文化,我也相信在这个充满活力企业里,我的这种领悟一定会在未来的工作中鞭策着我更上一层楼。

目前,我就职于海南海阔天空国瑞城二期S5地块项目部,我们这个团队里青年员工较多,我们就是这个项目的新鲜血液,我认识到团队纪律以及细心、认真的态度是在日常工作中不可缺少的“必需品”。而我们这些年轻人,应该积极参加公司及分公司的活动,并自己举办活动展现我们年轻的活力,去影响、带动身边的人,促进公司整体生产水平的上升。企业家赵有善常常说:“青年员工是企业的生力军,更是企业未来的主力军。”不少企业中高层管理者都感到,80后、90后带来了创新思维和满腔的激情,为企业注入了新的力量。

北京建工四建这个大平台是给我们青年人创造机遇、提高思想水平、增强工作能力、完善自我知识、提升理论知识的大平台,我们要借助这个大平台力争在有限的时间内取得最佳

的学习效果。

相对而言,80后和90后的我们,接受了较为多元的价值观和人生观教育,表现出强烈的学习欲望,自我期望高。在职场上,我们这些青年员工能展现出对广泛知识的探索,对工作环境的期望,也拥有更好融入企业环境的信念。我们需要领导们倾听我们的职业梦想与心声,帮助我们梳理工作中的目标与方向,我们是有梦想的年轻人,我们希望能站在北京建工四建这个巨人的肩膀上,展开翅膀,改变我们的思想。因为我们知道,未来的社会是青年人的责任,未来是属于我们年轻人的。

年轻人就像清晨初升的红日,激情澎湃,充满朝气。不仅自身勃发着火一样的热情,还用这热情将周围的一切都染成火的颜色。但是,天空不会永远晴空万里,当乌云袭来之时如何冲出阴霾,将活力重新洒向大地,也成为我们所必须正视的一个问题。

日常工作中,虽然年轻人所散发的优点很多,但弱点也不少,比如:做事毛糙、好高骛远、缺乏协作精神、总感觉自己比别人都强,这些毛病带到工作之中自然不讨大家喜欢,等到四处碰壁之后,锐气没了,激情尽了,也就只能空发伯乐和千里马的感慨。要克服这些毛病和不正常心理,就必须改变我们的世界观,树立“热情、目标、自律、宽容”的工作信心,严谨做人、踏实工作。

商务礼仪 Business Etiquette

介绍的礼仪

1、在会见、会谈场合,在双方介绍完以后,可相互握手,寒暄致意。关系亲近的可边握手边问候,甚至两人双手长时间握在一起。在一般情况下,轻握一下即可,但年轻人对年长者,身份低者对身份高者则应稍稍欠身,双手握住对方的手,以示尊敬。男子与妇女握手时,往往只轻握一下妇女的手指部分。老朋友可以例外,除因特殊原因外,不要坐着与人握手,但如果两人相邻或相对都是坐着,可以微屈前身握手。

2、握手应由主人、长者、身份高者、妇女先伸手,客人、年轻人、身份低者见面先问候,待对方伸手再握。多人同时握手注意不要交叉。男子在握手前应先脱下手套摘下帽子。握手时,双目注视对方,微笑致意,不要看着第三者握手。但据西方传统,位尊者和妇女可以戴手套握手。作为主人,主动、热情、适时握手是很有必要的,这样做可以增加亲切感。

交换名片的礼仪

1、要养成检查名片夹内是否还有名片的习惯,名片的递交方式:各个手指并拢,大拇指轻夹着名片的右下,使对方好接拿。双手递给客户,将名片的文字方向朝客户。

2、拿取名片时要双手去拿,拿到名片时轻轻念出对方的名字,以让对方确认无误;如果念错了,要记着说对不起。拿到名片后,要放置自己名片夹中。

3、同时交换名片时,可以右手提交名片,左手接拿对方名片。

4、不要无意识地玩弄对方的名片。

5、不要当场在对方名片上写备忘事情。

6、上司在旁时不要先递交名片,要等上司递上名片后才能递上自己的名片。

7、送名片的礼仪:应起身站立,走向对方,面含笑意,以右手或双手捧着或拿正面对对方,以齐胸的高度不紧不慢的递送过去。与此同时,应说“请多关照”,“请多指教”“希望今后保持联络”等,同时向多人递送名片时,应由尊而卑或由近而远。

8、接受名片的礼仪:要起身站立,迎上前去,说“谢谢”。然后,务必要用右手或双手并用将对方的名片郑重的接过来,捧到面前,念一遍对方的姓名。最后,应当着对方的面将名片收藏到自己的名片夹或包内,并随之递上自己的名片。忌讳:用左手接,接过后看也不看,随手乱放,不回递自己的名片等。