



西城企业文化建设成果展示(十五)

企业文化 凝聚团队力量

——西城区企业文化建设侧记

□西轩

“中华老字号企业”内联升 这里承载着太多的梦想和依恋

“老字号的情怀吸引着我”

刘阳是一位“85后”女孩。2008年，作为一名人力资源专业的毕业生，刘阳没有像她的其他同学一样，走进各类5A高档写字楼工作，而是向北京内联升鞋业有限公司投递了简历。

“现在跟您一样的年轻女孩儿，大多都喜欢追求时尚，喜欢走在潮流的最前线，您为什么就认准咱们的‘老字号’内联升了呢？”看到刘阳，笔者不由问出这个问题。

“咱们内联升的布鞋多‘潮’啊，作为一个土生土长的北京孩子，我从小就特别喜欢北京城里的这些‘老字号’，以前上学的时候每次来大栅栏，就一心希望毕业后也能来这儿上班。我觉得自己非常幸运了，能在‘奥运会’加入到这个大家庭里来。”面对笔者的提问刘阳笑着回答。

如今，刘阳是北京内联升鞋业有限公司大栅栏总店人事部的一名工作人员，同时还参与着企业非遗工作室的工作。要说刚

进店时的情景，刘阳可是记忆深刻。

在内联升工作的员工，不管现在处于什么样的位置，刚进店时的“站柜台”经历谁也逃不掉。内联升工会主席齐慧兰告诉笔者，“站柜台”在内联升不仅是一项工作，更是对职工的一项另类培训。“站柜台”看似简单其实不然，首先需要职工对内联升的历史有充分的了解，而且对于企业生产的各类产品特性也要非常清楚，做到对客人有问必答。另一方面，“站柜台”是一项非常磨练人的工作，它不仅能考量一名职工的工作能力，更能体现出一名职工对企业的感情。“对于‘老字号’来说，如果连自己的职工对企业都没有感情，那说明这家‘老字号’就真要老去了……”

刘阳刚进企业时，不仅站过柜台，甚至还从事过“开电梯”的工作。“那时候正值奥运，世界各地的友人都集聚京城，内联升每天的生意更是红火，那我就当螺丝钉，哪缺人我就去哪呗。”对于之前的工作经历，刘阳一直



把它当做美好的回忆珍藏着。

创新发展离不开员工

内联升距今有着近160年的历史，除了手工千层底布鞋有很多制作工艺仍然沿用过去的传统技艺，不断创新正是内联升的核心竞争力的体现。

北京内联升鞋业有限公司总经理助理程旭告诉笔者，面对不断变化的消费趋势和营销环境，从扩大产品线到提升服务质量，从拓展营销渠道到加强企业内部管理，内联升正积极转型和创新，让百年老店不断焕发新的活力。而企业的发展，则恰恰与职

工整体素质的提高密不可分。

据了解，内联升每年都会在3月份组织职工进行企业内部培训。其中包括企业文化、服务礼仪、商务英语等。同时还积极参加工会大学开展的一系列素质工程教育课程，帮助职工提高自身修养，业务技能，综合能力素质。

除此之外，企业每年都会开展读书活动，为职工创造学习交流的机会。通过职工互相的学习与交流，引导职工提升素养，培养职工优良品德，把这种好的品质融入进工作和生活中。笔者了解到，内联升自2009年开始，工会每年投入3.9万元，为中高层

管理骨干提供在北京易中管理学院进修相关管理课程的培训，几项专业课程的培训下来，不仅开拓了中高层的工作思路，提高了管理层创新能力和业务素质，也加速了团队工作的执行力。

目前，企业共有青年职工70人，占企业职工总数的42%。如今，企业把很多年轻人放在重要岗位上，发挥着他们各自的作用。内联升国家级传承人队伍中，除国家级传承人何凯英师傅外，其余3名徒弟都是不到35岁的北京男孩，有两名80后的年轻设计师。企业领导为他们营造良好的工作环境、创造潜在的发展空间，让他们可以在各自的工作岗位上发挥他们的长处，为企业创造更大的价值。这两年，企业也大胆提拔一批工作时长，积极努力的青年员工成为班组长、部门主任、总经理助理，甚至成为企业副总。这些举措让企业上下的青年人看到了希望，他们有了方向，有了榜样，有了奋斗的目标，从而进一步提高了年轻人的工作积极性。

北京复兴商业城有限公司 “复兴人”的骄傲与自豪

从服务员到卖场部经理

即将踏入人生第40个年头的郑谦如同他的名字一样，正直而谦逊，这是很多同事对他的评价。对于今天所得到的一切，他总是心怀感恩。“复兴商业城成立20年，我也在这里成长了20年。”这是郑谦对笔者说的第一句话。

20年前，刚刚20岁的郑谦接受完高中教育，从西城区二龙路中学毕业，成为了北京复兴商业城有限公司（以下简称“复兴商业城”）的第7批培训班的学员。由于当时的复兴商业城也是刚刚成立，所以第7批培训主要针对的对象还是商场服务员，服务礼仪和基本的营销知识也成为郑谦在企业中学到的第一课。

一个月后，郑谦顺利毕业，成为复兴商业城羽绒服装区的一名实习售货员。但刚刚进入工作岗位的没几天的郑谦就遇到了问题。“可能当时刚从学校出来，身上没有太多的社会经验，对工

作总是感觉无从下手。”郑谦告诉笔者。

笔者了解到，郑谦遇到的问题是很多年轻售货员的通病，虽然经过了短期的培训，但毕竟由于销售经验不够，他的销售业绩还不是很理想。这些问题也得到了企业的关注，于是郑谦和其他新员工一样，在商城老员工的帮助下，又成了一名“学生”。

郑谦说：“在复兴商业城的20年，不管岗位如何变化，自己总是感觉前方有学不完的东西，20年来，我也一直在做‘学生’，今天最感谢的，也是企业能给我一次次做‘学生’的机会。”

1996年，郑谦已经在复兴商业城从事了多项不同岗位的工作，他也被升任为当时复兴商业城鞋帽商场的党支部副书记。经过多年磨练，如今的郑谦已经是复兴商业城卖场部的经理，作为管理者的他对卖场部里的年轻人总是充满信心。“我经常用自己的经历告诫年轻的职工要抓住机遇，利用好企业的各项培训机制，努力进步。因为企业一直鼓



励大家学习、提高学历，而且企业还主动提供时间和平台帮助员工成长……”郑谦笑着对笔者说。

以人为本 服务职工

复兴商业城是北京市第一批“和谐劳动关系单位”获得者，工资集体协商、职工代表大会、厂务公开等各项工会工作的开展在全区也属前列。企业一直坚持工资向一线倾斜的原则。根据去年的工资发放数据统计，一线员工及二线职工的工资平均增幅达14.3%，科员级干部平均增幅为

7.8%，而中层以上干部的工资增幅平均只有4.1%。复兴商业城工会主席马武红告诉笔者，近5年来，复兴商业城工资发放标准都坚持这种倾斜政策，这种心系职工、发展成果更多地惠及员工、向一线倾斜的政策，也更进一步加强了企业职工的凝聚力。

企业还始终坚持走访慰问制，对业务骨干、服务标兵家庭进行不定期走访慰问，帮助他们解决生活中的困难，让他们有足够的精力和时间服务复兴、扎根商城。在职工保险方面，复兴商业城的职工不仅享受到国家规定的各种福利，而且企业还制定了

不少特有的惠民亲民政策，如：增加企业补充养老、补充医疗保险、女职工孕期满6个月带薪休假制度、职工困难补助制度、员工每年健康体检制度、35岁以上“女工五病保险”制、单休补助制、冬季取暖补贴制、员工回报制、收银岗位补贴制，同时还为员工建立了企业年金，成为西城区首家为员工缴纳企业年金的商业企业。

除此之外，企业还在经营场所的黄金地段，开辟出近百平方米，投资近6万元建立“职工之家”。购买了包括销售管理技巧、人物传记、养生之道、潮流小说等大量图书，配备了两台电脑和60寸3D液晶电视及DVD播放机，并购置了舒适的桌子和椅子，为干部职工在空余时间提供了一个集读书、休闲、娱乐为一体的好去处，极大地丰富了干部职工的文化生活。

用郑谦的话来说，在复兴商业城，从里到外总是能给职工一种家的感觉。