

恒逸报

HENGYI NEWS

责任编辑:黄莹 QQ:350741132

浙江恒逸集团有限公司主办

浙企准字第A010号

总编辑:周晓玲

报头题字:欧阳中正

内部刊物 免费赠阅

坚定信心抗“寒冬” 优化升级迎“黎明”

本报讯 9月23日,省委常委、市委书记、市人大常委会主任黄坤明赴萧山调研杭州市工业经济和工业企业发展情况,听取了恒逸集团董事长邱建林等8家企业负责人的发言,要求全市各级有关部门以开展党的群众路线教育实践活动为契机,想企业之所想,急企业之所急,主动为企业送服务、送政策,实实在在为企业解决发展中遇到的问题,为企业发展营造良好环境。

邱建林在发言中对恒逸集团的生产经营情况作了简要汇报,分析了所处行业的发展现状和趋势。他认为,由于近几年PTA和聚酯新产能投放比较集中,从整个产业链看,已严重偏离市场平衡,要回到供需平衡点,还须经一段较长的“寒冬”时期。但是,恒逸集团坚定信心,依然保持产销平衡,资金充裕。未来几年,恒逸集团在继续往产业链上游延伸的同时,加大技术改造,优化产品结构,降低运营成本,努力在转型升级中赢得主动,提前跻身“千亿集团”行列,迎接“黎明”的到来,为杭州经济持续健康发展作出新贡献。

(本报记者)



倾听,是凭听觉器官接受言语信息,进而通过思维活动达到认知、理解的全过程,是我们与生俱来的一种能力。在管理学中,倾听属于有效沟通的必要部分,通过倾听来思想达成一致和感情的通畅。

当我们在日常工作和生活交流中仔细倾听对方的声音,可以让对方感到一份亲切,一份温馨,一份肯定,一份尊重,尤其对待下属员工更应做到细致倾听。虽然倾听只是一个小小的动作,但却让员工感知心灵的慰藉和尊重。领导适时地倾听员工的心声,将有助于团队积极的工作态度、良好的工作效率、和谐的工作氛围的形成,带来积极的作用。

倾听也是一种激励。有时候,一个问题的解决,仅仅就在于你是否能认真地听他人说话。有时候员工发牢骚也是一种发泄,也许发泄一通、一吐为快后就什么也没有了,原本就没有什么大问题,只要给予一些仔细真诚的倾听,加上一个小小的微笑就能化解矛盾、化险为夷。而有些人根本不容别人分辩,不给别人解释的机会,这不是一种解决问题的办法,也是没有礼貌的做法。

一个好的领导,会抽出时间从认真倾听孩子的每一个问题,让孩子感受到父母的关爱。一个好的老师,会用心倾听来表达自己的重视和鼓励,让学生们能够取得长足的进步。同样,作为公司的管理者,尤其是基层领导,干部也应该通过认真倾听的方式来获取员工对岗位、对公司的反馈,通过倾听去发现优秀人才,相互沟通,解决矛盾,同时也能让员工感受到领导的关怀与尊重,进而提升员工的士气与凝聚力。

倾听本身就是一种鼓励方式、一种管理技巧。它可以把领导对企业的信心和员工的尊重传递给员工,激励广大员工为公司的发展尽心尽力。美国一家著名的压铸铸造公司的首席执行官卡尔·卡迪这样向其员工解释他的倾听政策:“谁也不用害怕来找我,尽可能向我提意见。我们公司的每个人,从门卫到公司最高管理层都可以来找我。我们是用人格魅力来管理员工的,而不是为了让员工惧怕。我们尊重每个员工的意见和建议,他们有权利抱怨或生气,也有权利要求我们倾听他们的心声。”

在我们恒逸大家庭里,汇集了祖国各地的兄弟姐妹,甚至国外一些有志之士也纷纷加盟,认真倾听,必将成为每个恒逸人的基本素质之一。让我们一起放下身段,践行倾听,真诚倾听,耐心倾听,促进彼此沟通,为构建“恒馨恒逸、和谐家园”而尽心尽力。

倾听也是一种激励

□ 单惠民

恒逸石化出台《合同管理制度实施细则》

本报讯 为进一步加强公司合同管理,防范合同风险,维护公司利益,恒逸石化股份有限公司于9月22日下发《2013年11号文件,出台《恒逸石化股份有限公司合同管理制度实施细则》。

据了解,《恒逸石化股份有限公司合同管理制度实施细则》分为“总则”、“合同管理职责分工”、“合同主管理”、“合同谈判管理”、“合同拟定管理”、“合同审批管理”等12个部分,适用范围包括恒逸石化各职能部门(中

心)、下属分公司、全资及控股子公司等。

《细则》针对合同审批流程不规范,经常出现任意更改合同审批权限的情形,进行明确规定。业务部门对已实施的审批流程进行修改的,应将拟修改的审批流程报经分管领导或流程管理委员会同意后实施。根据“统一管理、分级分类实施”的合同管理原则,公司法律事务部主要负责合同的归口管理,其他部门具体职责也在该细则中予以明确,如:公司业务部门在对对外签订合同的过程中应严格

按照该制度的规定执行,审计稽核部随时对合同进行监督和审计,财务管理部门负责对合同管理过程中涉及的财务问题进行把关等。这些部门相辅相成,共同形成一套完整的合同管理体系,防范合同签订履行过程中的法律风险。

在《细则》拟定期间,法律事务部多次召开内部讨论会,对文稿内容逐字逐句进行斟酌,并对多个重要条款的表述方式进行了详细讨论。在讨论成熟的基础上,法律事务部

向各职能部门(中心)和公司有关领导充分征求对《细则》初稿的意见,再进行修改完善后出台。

该《细则》的出台是公司向规范化合同管理工作迈出的重要一步,也是关键性的一步,这使得我们在合同管理上做到了“有制可依”,但如何做到“有制必依”、“执行必严”,还需要公司上下密切配合,切实抓实关键事项规范合同管理。

(朱升)

锦纶公司组织开展技术管理岗位内聘活动

本报讯 继今年8月份完成报名、资格审查等技术管理岗位内部竞聘第一阶段工作后,恒逸锦纶公司技术管理岗位内部竞聘第二阶段的后续工作于9月中旬全部结束。

据悉,此次锦纶公司技术管理岗位内部竞聘主要以“内部员工自荐、现场面试考核”为主,向集团内部公开招聘择优录用与岗位相匹配的员工。随着各公司业务发展的需要,通过内部竞聘方式挖掘优秀人才在恒逸已经不是先例。此次技术管理岗位内部竞聘,共推出了聚合装置设备主任、聚合装置设备主任和行政兼翻译等3个岗位。经过严格的资格审查、面试考核和集团审批等程序后,最终聚合装置设备主任岗位成功竞聘,另两个岗位竞聘因故暂且搁置。

从锦纶公司技术管理岗位内部竞聘要求来看,各岗位要求有丰富的岗位相关工作经验,并要求有相应的职称级别,这与竞聘岗位在公司建设生产中所担当的工作内容有直接的关系。聚合装置设备主任岗位,将参与装置建设期间设计审查、设备安装、单机调试、投料开车等工作,并对装置设备的日常管理、维护、检修工作负责,确保装置静设备、动设备的完好运行。聚合装置设备主任岗位将参与装置建设期间设计联络、设计审查、安装及调试等工作,组织装置电仪维护人员的岗位培训工作,并对装置电仪设备的日常管理、维护、保养、检修改造工作负责,以确保装置完好运行。行政兼翻译岗位则担任项目建设期间现场的口译工作、外文技术资料、资料的翻译,对外方相关信函、技术文件的翻译及整理等专项翻译工作,并承担公司其他行政事务性工作。凡是参加技术管理岗位竞聘的员工,须在恒逸内网、聚合等相关企业从事多年相关岗位管理工作,并接受人力资源部的面试考核。据介绍,通过现场面试考核,是为了进一步评估竞聘人员的综合素质,同时人才需求或培养目标更能体现与岗位要求一致。

组织开展内部竞聘活动,有利于加强公司内部青年技术人才的培养,也有利于拓宽人才培养通道,完善公司管理梯队的搭建。恒逸人力资源致力于将经营管理、专业技术人员和技术工人三支队伍的能力建设作为人才资源开发的主题,对不同层面优秀员工采取不同的选聘方法激励政策,选拔和培养高素质提升人才,使人才队伍总量增长、结构分布、素质提升始终与集团发展目标相适应。(记者 黄莹)

己内酰胺公司各装置纷纷开展技术练兵

本报讯 9月9日,为在公司第一届金秋技术比武活动上取得优异成绩,己内酰胺公司各装置立足岗位,结合实际,纷纷开展技术练兵。

各装置的技术练兵,从比赛设计方案到工作人员安排,从比赛场地的布置,比赛的实施,各装置都在紧张忙碌地进行着,结合自身实际制定专门的实施方案和竞赛项目,认真组织选手选拔比赛。活动开展以来,“以赛促学、以学促赛、学技术促工作、学知识促进步”等“赶、超、比”的工作氛围在装置内部形成。

据了解,己内酰胺公司第一届金秋技术比武涉及岗位广,内容丰富,旨在为加快公司专业队伍的建设,提高



员工综合技能水平,推动公司向学习型、技能型和创新型的一流企业迈进,全面提高员工的工作效率,保证生产的质量,让员工在平时的工作中形成一种比质量、比安全、比效率的积极工作氛围。第一届金秋技术比武将直接考核理论知识技能和操作两部分,涉及14个装置,主要有DCS操作比赛、分析操作比赛、电仪操作比赛、备品备件整理比赛等多项内容,要求各装置重选4名员工参与。比赛形式、评判标准、裁判等规定也将根据各岗位实际情况制定。本次比赛比武历时两个月,预计参赛人员56人,比赛项目4大项,几乎涵盖各装置核心操作岗位。

(王彬 徐飞飞)

强化营销管理 降低营销成本 稳固市场地位

浙江巴陵恒逸己内酰胺有限责任公司副总经理 杨旭

据统计,今年1-9月份,己内酰胺公司的产品己内酰胺、硫酸铵销售分别为99.61%和98.38%,基本产销平衡。目前,公司产品品牌定位中高端市场,已基本占领全国所有高端用户,特别是江浙一带,高端客户占有率高达100%。公司采取就近销售的营销原则,以“高速度”为主,“常规范”为辅,实行差别化销售,销售市场以江浙为主,在此基础上拓展福建、广东等外埠市场。

公司产品得到市场认可,占据稳固的市场地位,与公司审时度势,采取正确的营销策略密不可分。

一是公司充分发挥合资公司强强联合的优势,通过“借路”,逐步完善营销体系,制定科学的营销策略。一方面,公司借助中石化成熟的营销体系,充分利用中石化原有客户资源,扩大营销面。另一方面,公司发挥区位优势,借助恒逸石化的下游本土良好的客户资源,拓宽周边市场,建立稳固的销售网络。

二是科学定位。公司产品品牌定位高端客户,从产品的技术含量、优级程度、成本等方面提高竞争力,避免疲于门槛相对较低的低端市场的竞争。

三是采取灵活的营销联动。一方面把握己内酰胺市场形势,与生产联动,以销定产,根据市场形势制定合理的生产负荷,实现销售利润最大化。另一方面,与中石化化工公司密切联动,影响中石化销售定价模式挂牌价调整等。

四是及时回笼资金。公司采用每周回笼的资金回笼方式,资金回笼率每月都在95%以上,满足运营所需资金。

虽然公司产品已得到客户认可,但从今后几年看,己内酰胺国际市场疲软,对国内市场形成冲击,再加上国内产能释放较快,对应的下游配资产能没有同步增加,因此,今后一段时期内己内酰胺的营销仍面临挑战和诸多不确定因素。

目前,公司营销管理还存在些许问题和困难,成为影响提升营销管理的瓶颈。

1.营销队伍专业水平不高。从业员多为劳务派遣,专业基础不扎实,营销水平参差不齐,导致工作效率低,实践能力差,创新能力不强。对此,一方面要求营销人员自身加强学习专业知识,开阔视野,开拓思路,并运用到实践;另一方面,通过轮岗制、考核

等方式,促进学习,提升综合素质,提高工作效率。

2.未建立完全适应公司需要的营销模式。由于企业性质、经营理念、战略地位、行业地位的差别,与中石化化工公司的部分业务沟通还存在一定困难,未建立完全适应公司需要的营销模式。需要公司密切与中石化化工公司的交流,坚持不懈地提出科学、合理的建议,同时,通过市场地位的提高,增强话语权 and 影响力,逐步建立适应公司需要的营销模式。

3.受市场行情疲软的影响,副产品硫酸铵销售“量价齐跌”。

为解决这一问题,首先加强与中石化化工公司的联系,提高销量;其次努力开发客户,创新营销管理方式,如使用硫酸铵客户公司装袋,方便客户直接进行销售或外运;再次,降低物流运输成本,如集港从南京港到乍浦码头,降低运输成本40元/吨。

保持稳固的市场地位,实现产销平衡,最终达到效益最大化,这是当前公司的营销目标,对此,做好四方面的工作。

一是努力巩固老客户。增强服务意识,定期走访老客户,了解客户需求,及时处理客户

反馈的问题,建立与客户信任关系,主动帮助客户解决实际问题,急客户之所急,想客户之所想。

二是积极开发新客户。一方面树立长远营销规划,为后期开发储备客户资源;另一方面在抓住老客户方面做足功夫,主动提供质量检测、产品接收条件等方面的免费技能培训,延伸服务内容。

三是最大化销售副产品。增加副产品的产品附加值,拓宽副产品的销售渠道,实现盈利模式多元化,重点做好国内、外销售的互补工作。

四是降低营销成本。一方面提升营销管理水平,增强营销队伍综合素质,提高营销效率;另一方面加强审计监督,鼓励创新,强化物流过程监控,降低物流成本;同时,保持资金回笼率,解决资金平衡问题。

市场环境对所有己内酰胺厂家都是公平的,如何占据市场地位,实现盈利,关键在于能不能把握主动权。只要我们从内功扎实,科学决策,那么就有信心克服不利客观因素,把握市场主动权,稳固市场份额,从而实现效益最大化的目标。