



宣碧华董事长

“链条大王”的国际“连环局”

一直以来,“东方不亮西方亮”都被视为企业多元化及国际化的原始驱动力,然而,东华集团的实践却已超越这一寻常智慧,其不同业务、市场板块之间更像是一串咬合紧密的“连环套”:相互为守,又彼此助攻。

<<< 详见 2、3 版

学习先进 廉洁自律 深入开展创先争优活动

东华集团隆重召开纪念建党 89 周年暨表彰大会

本报讯 7月6日,东华集团隆重召开“纪念建党89周年暨优秀共产党员党务工作者、党员积极分子表彰大会”。出席会议的有党委委员和全体党员、积极分子代表。会上,党委书记、董事长助理张世强作了重要讲话。

会议在庄严的国歌声中开始。首先,党委副书记鲁小林带领20多名新党员在鲜红党旗下进行入党宣誓。

会上,张世强宣布党委“关于表彰优秀共产党员、党员积极分子的决定”,授予崔华、朱兆中为优秀共产党员称号;廖杭州、袁立华等16名同志为党员积极分子称号。相关领导向获奖同志颁发了荣誉证书。翁永林代表获奖同志发言。

随后,鲁小林宣读了东华集

团《党员干部廉洁自律的规定》。他说,党员干部必须坚定理想信念,身体力行共产主义道德;要立足于教育,着眼于防范,筑起思想道德防线;要遵纪守法,密切联系职工,发挥表率作用,自重、自省、自警、自励。

最后,张世强作了重要讲话。他首先代表党委向受表彰的同志们表示热烈的祝贺,同时号召全体党员认真学习他们的先进事迹和崇高精神,立足岗位、艰苦奋斗,在生产经营中为企业建功立业,在推动企业持续发展中做出更大的贡献。

接着他谈了三点。一是东华实施走出去战略,从贴牌经营向品牌经营转型,建立了全资仓储式海外营销公司;收购德国KÖBO公



司,建立海外研发制造基地,东华克服了金融危机带来的经营困难,走上持续稳定发展的道路;二是开展“东华先锋”创先争优活动。活动以学习实践科学发展观、建设服务型基层党组织为主题,充分发挥党

组织的作用和广大党员的先锋模范作用,为企业持续稳定的发展提供坚强的组织保证;三是向广大党员提出两点要求:1、深入学习实践科学发展观,争当“三个表率”。即:勤奋学习的表率、踏实工作的表率、

廉洁自律的表率。2、围绕企业“5至10年争创世界一流”的发展目标开展工作是企业党组织的中心工作。要求广大党员贯彻“市场主导、顾客满意、精益管理、科技创新、以人为本、和谐发展”的方针,通过开展“质量提升年”活动推进事业部机制的有效运行,强化企业基础管理,增强企业活力,提高顾客满意度,实现企业和广大用户双赢。

张世强强调说,2010年已过半,我们下半年的任务很重,生产经营形势不容乐观,任重而道远。让我们坚定信心、迎难而上、变压力为动力、化挑战为机遇,为完成全年生产经营任务,在促进东华平稳发展中做出新贡献。

党委副书记崔华主持了大会。 一山/文 李春妹/摄

积极主持和参与链传动国际、国家、行业标准的制(修)订再结硕果 东华荣获“中国标准创新贡献一等奖”荣誉称号

本报讯 近日,全国2010年链传动标准研讨会在江苏昆山召开。研讨会上发布了2008年“中国标准创新贡献奖”获奖项目的通知。其中由全国链传动标准化技术委员会组织编写的“ISO 15654:2004 传动用精密滚子链条疲劳试验方法,GB/T 20736—2006 传动用精密滚子链条疲劳试验方法”标准荣获一等奖。会上向该标准的获奖单位和个人颁发了奖励证书。吉林大学链传动研究所、东华链条集团等7个主要完成单位获得了“中国标准创新贡献一等奖”称号;吉林大学孟祥宾研究员和王义行教授、东华集团叶斌总工程师等10人获先进个人奖。

中国标准创新贡献奖是国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会为调动全国标准化工作者的积极性和创造性,促进标准化事业健康发展而共同设立的标准化领域的全国性奖项,主要用于奖励具有重大创新的核心技术,纳入技术标准并创造显

著社会和经济效益,关键技术被国际标准化组织采纳并有广泛市场前景,或对我国社会经济发展具有重大影响的标准项目。

东华集团自创建以来,一直积极致力于主持和参与链传动国际、国家和行业标准的制(修)订。此次获奖是中国标准界及链传动行业对东华集团不断为我国链传动标准化事业做出贡献的褒奖和鞭策,必将进一步促进东华集团的科技创新和标准化工作。

技术处 通讯员



董事长助理张世强(左三)在领奖中

集团顺利通过“免验企业”市级监督审核

本报讯 7月23日,杭州市检验检疫局审核组专家对东华集团进行了《出口免验企业》免验过程监督审核。

本次审核是东华集团自2008年获得国家质量监督检验检疫总局授予的《出口免验企业》后的第三次免验过程监督审核。按《进出口商品免验办法》的相关要求,本次由杭州市检验检疫局委派的审核组专家对东华进行了一天的免验监督审核。专家组对东华集团的机制变

化、原材料更改、产品质量、国内外客户投诉情况、管理体系、相关法律法规的执行情况、现场产品生产工艺、流程变化、检验能力、现场产品抽查等方面按《进出口商品免验审查表》(78条)进行审查。

经过专家组一天的审核,专家们对东华适应现代经济发展进行的内部机制转变表示赞同,同时就审核中发现的问题提出了几点改进意见,企业后续将针对专家提出的意见进行整改。 检测公司 邱丽巡

集团再次获得杭州市环境“绿色”信用等级

本报讯 近日,杭州市环境保护局公布了杭州市2009年度重点企业环境行为信用等级分类结果的通知,东华集团再次获得杭州市环境行为“绿色”信用等级。

开展企业环境行为信用等级评价工作是杭州市根据浙江省要求为进一步加强企业环境监管,建立企业环境行为信用机制,充分发挥社会舆论监督作用,激励企业持续改进环境行为,推动杭州环境污染整治和节能减排工作的有效开展而实施的一项重要工作。企业的环境行为信用等级依次以绿色、蓝色、黄色、红色和黑色进行标示。信用等级最好的企业为绿色。东华集团自2008年杭州市开展该项评价

工作以来,连续两年获得“绿色”信用等级。2010年,杭州市1096家重点企业中45家获得“绿色”信用等级。

东华集团自创建以来,环境保护工作得到了公司高层领导的高度重视,每年不断投入资金用于“三废”治理及危险废物的处理,同时采取各类措施确保公司污水处理站的正常运行及环境管理工作的正常开展。集团公司2002年在行业内率先通过了ISO14001环境管理体系认证;2003年获得首批浙江省“绿色企业”荣誉称号;2004年通过清洁生产审核验收;2007年通过循环经济审核验收。 管理部

“链条大王”的国际“连环局”



宣碧华董事长

一直以来，“东方不亮西方亮”都被视为企业多元化及国际化的原始驱动力，然而，东华集团的实践却已超越这一寻常智慧，其不同业务、市场板块之间更像是一串咬合紧密的“连环套”：相互为守，又彼此助攻。

宣碧华点燃一支香烟，身后的棕色沙发靠了靠。面前的瓷杯中，片片清茶随着开水的注入翻腾起舞，复又平静。
“现在想来，这家公司真的是‘非我莫属’。”5月一个下午，在位于江苏常州的办公室中，东华集团董事长宣碧华侃侃而谈，“别人就算提前知道消息也没用！”
宣碧华所说的“这家企业”，是德国第二大工程输送链条制造商 KÖBÖ (科波)。去年底，它已被东华集团以近千万欧元全资收购；今年1月1日起，双方正式开始协同作战。
多年以来，宣碧华的内心深处一直隐藏着一个梦想：要让“链条大王”的前缀不再是“中国”，而是“世界”。并购 KÖBÖ 或许是宣碧华一直在等待的那个爆发点，理想中的产业王国已经越来越近了。

这边尘埃刚刚落定，那边战鼓声又起。最近几个月以来，东华一直在跟一家日本链条公司谈判，探讨参股合作的可能，估计不久后就会有结果。此举一旦成功，东华将与链条行业的世界老大——椿本株式会社成为邻里，短兵相接。
“其实，日本的许多企业也都对这家公司感兴趣，但他们就是愿意跟东华合作。”宣碧华的声音平缓、柔和，“谈笑间，攻城略地”。
然而，就在五六年前，这一切还是“连想都不敢想”的事。那时的东华，还沉浸在为国际巨头 OEM 的兴奋中，乐此不疲；如今，它却已经将并购的触角延伸到这些曾经的“上帝”家中，进行全球资源的整合了。
这看上去似乎是一出乾坤扭转的好戏。但细究下来，一切不过是水到渠成。

国际化·元年

“……不走也得走，否则……最后连怎么死的都不知道。”

多年之后，当有人书写东华集团的历史时，2010年将会有一个特殊的称号：“国际化元年”。这不仅是德国、美国等海外全资子公司的相继成立，也不单单是一两起跨国并购的发生，而是一股历经十几年积淀的力量在各种因素交互作用下的发酵、升华，造就了东华如今锐不可当的国际化之势。

有些创业者一开始就有宏伟的蓝图，并善于将其拆解为一个一个小目标逐步实施；还有一些创业者信马由缰，兴之所至，开疆拓土。宣碧华则是二者的杂糅。1992年，当他带领七个弟兄、依靠两台陈旧的机床起家时，并没有料到会有今天。然而，当东华一路跌跌撞撞的走来，忽一日环顾四周，却发现自己已经执国内链条行业之牛耳，“链条大王”之名也不胫而走。还没来得及细细品味荣耀的滋味，一丝成长的焦虑已悄悄潜入宣碧华心中。他开始花更多时间思考：中国制造在全球的分工及地位如何？东华处于产业价值链的哪里？今天吃的这碗饭十年以后还有没有得吃？



东风轮拖驶入英国皇家军队

十几年的摸爬滚打，从最初无意识的行动，到如今有意识的求索。其实很难在这两者之间找到一个明确的时间节点。更何况，即便在当初的“无意识”中，也隐藏着那么几分独到的眼光与志向。

1994年，当同行们还在国内市场低价血拼时，刚刚成立两年的东华就通过了质量认证，开始寻求海外出口。那是一个要求苛刻的市场。“当时国内的链条只要能用就行了，但国外客户的要求严格到什么程度呢？——只要拎起来中间有个疙瘩，他就投诉！”回想起当年，东华链条副总经理袁立华仍感慨不已。
国际市场上不同的游戏规则也让东华吃了不少苦头。比如，如果一批货中有一个不合格品，就得全部赔偿——这在当时的中国是不可想象的，几乎没有企业愿意承担这样的风险。那么，宣碧华为何一定要带领东华走向这条艰难的道路呢？

“当时国内客户对质量不那么重视，主要拼价格；但在国际市场上，有质量一般就会有价格，利润率高一些，回款也比较顺畅。”袁立华解释道，“也正是这种外在压力，逼着东华不断提升产品质量，并先于国内同行了解国际市场的游戏规则。”

于是，顺理成章的，当跨国巨头们进行产业转移到中国寻求合作时，他们选择了东华。在过去的十多年里，东华几乎为行业内所有知名公司做过 OEM——到德国汉诺威工业展上走一圈，就会发现，工程链条几乎是清一色的“东华制造”，只是打上了不同公司的 LOGO 而已。随之而来的是市场结构的变化，外销比重越来越大，逐步增长到 60% 以上。

《圣经》中奉劝其信徒：你们要走窄门。东华拓展海外出口的实践也证明了这一点：一些看起来容易的路，往往最难走；反而是那些看似艰难的路，一旦找到突破口，就会越走越宽。找到“窄门”，需要的是眼光；走进窄门，则需要勇气。对 1994 年的东华来说，为国际巨头 OEM，让产品走出去是一道窄门；15 年



德国汉诺威展

后，冒着订单下降的风险，让“东华”的自主品牌打入欧美市场，又是另一道窄门——世贸时移而已。

一些国际链条巨头感到了威胁：这个给我打工的中国小子，怎么能把脚踩到我的菜园子里来呢？于是，他们就缩减了给东华的订单，有两家甚至走掉了。再加上金融危机的影响，2009 年上半年，东华的出口一度下滑得很厉害。

“这个很正常，一个上升一个下降，看怎么弥补。”宣碧华说，“（国际化）这一步不走也得走，否则永远被压垮，最后连怎么死的都不知道。这一点要想清楚。”

效果出人意料地迅速。2009 年 4 月，东华第一次以自己的品牌参加德国汉诺威工业展，就是这场“处女秀”。引来了与 KÖBÖ 的一段姻缘。
《中国机电工业》：您觉得对一家企业来说，全球化的生存是不是必须的？

宣碧华：要看企业所在行业的市场，如果市场是全球的，那基本上就是必须的。当然还要看野心大不大，有没有足够的力量等。在国内做国外生意的很多企业，并不真的了解国外市场，也不知道最终用户在哪里，只见到采购商的人，一般都是 OEM 集成商等，如果把他们当成真正的客户，那永远是被压低的。从链条行业自身的发展来看，东华一定要国际化，“掀掉一个天花板，跨出一道玻璃墙”，加入到一个更大的游戏图中。



KÖBÖ 公司外景



东华美国公司外景



东华德国公司外景

并购

“文化整合是没事找事……只要 80% 的利益能捆绑在一起……”



收购 KÖBÖ 签约仪式

人们常说，旷日持久的并购谈判是对一个人毅力和耐力的考验，但从宣碧华那里似乎感觉不到这一点。
“大概价格多少？”
“能不能分期付款？”
“团队能不能保留？至少你本人能不能留任五年？”
……

在去年的汉诺威展上，KÖBÖ 总经理找到了宣碧华，问他对收购 KÖBÖ 感兴趣，宣碧华回答说当然有。于是，两人就在附近的一间咖啡馆里，就以上几个关键问题进行了交流。同年 7 月底，并购项目启动；11 月 18 日，正式签约。

《中国机电工业》：东华收购 KÖBÖ 的核心谈判只用了 4 个月，有没有投资银行的协助？

宣碧华：在这个行业混了这么多年，信息几乎是全球共享的，就这么多链条企业，家长里短，彼此都清楚，不可能忽悠我们，所以没有必要通过投资银行、咨询公司。一般来说，评价一家企业是否值得购买，看如下三点：第一，市场调查，发展前景、潜力等；第二，技术调查；第三，实物资产、净资产等。市场和技术请其他公司可能还不如我们自己判断得准确，剩下那点实物资产不调查都没有关系，我们更看重的是前面两个，至于现在家里还有多少家具家电，都是无所谓的事。更何况，在协议中，我们已经进行了利益捆绑，KÖBÖ 的管理团队是要负责经营责任的（并购金分期付款条件与经营业绩挂钩），他们不会搞一堆没用的东西来欺骗我们，否则，第二年报表出来跟差大家都不好过。更重要的是，我们要达成一个共同的愿景，我直截了当地告诉他们：东华的梦想就是做全球第一，你们加盟东华，将来也是第一的一分子！他们很高兴，也相信东华。

《中国机电工业》：为什么会觉得 KÖBÖ “非我莫属”？

宣碧华：首先，我分析它为什么要卖。KÖBÖ 虽然是德国第二大链条公司，历史悠久，但它并没有国际化，这些年来，随着其客户走向全球，市场已经在慢慢流失，再加上 2008 年金融危机的打击，就支撑不下去了。这

样的一家企业，它要寻找怎样的合作伙伴呢？第一，找地区，一定是中国、印度等发展中国家；第二，找企业，是否能给它带来新的生命力？是否有对接的能力？同一层面上的企业只有竞争，有差异才有合作，东华和 KÖBÖ 曾是多年的客户关系。第三，找老板，得投缘。所以，中国、东华、宣碧华，我们三个条件都满足了！双方都看到了这一点，所以价格很合理，我几乎没有讨价还价。既然看好的是未来的发展，还有必要为了结婚前嫁妆的多少斤斤计较吗？

《中国机电工业》：跨国并购中的文化差异重要吗？所谓的文化整合是不是个伪命题？
宣碧华：如果在并购中研究文化差异，那就走进了一个误区。文化差异只是表象，实质还是企业的执行力。在并购中讲文化整合，是没事找事。我归纳过东华和 KÖBÖ 能走到一起的原因，有三点：第一，血缘。双方对行业的理解是否在同一个层面？第二，利益。这个是全球没有差异的，只要 80% 的利益能捆绑在一起，至于其他的，求大同存小异，问题不大；第三，臭味相投。价值观、对商业的理解程度比较接近。

我的感受是，在并购国外企业中，实力、能力、毅力和耐力都得兼备。实力主要体现在资金上，能力体现在从谈判到决策中，同时要摒弃快速赚钱的心态，做好长期投资的准备。一些跨国并购的失败，是因为对所在行业的规律没搞清楚，一开始对要买的企业就没有判断好，最后却拿文化差异当幌子，那纯粹是忽悠人。

宣碧华之所以对并购有如此独到、透彻的见解，与其自身的经历密不可分。自 2003 年以来，宣碧华已率领东华先后并购了杭州盾牌链条、东风农机和兴化齿轮等三家企业，其整合过程跌宕起伏，自然感触颇深。以东风农机为例，短短六年时间，销售收入已经从并购初期的 2 亿元增长到 13 亿元，早已超过了东华赖以起家的链条，一跃成为集团的第一大业务。更值得一提的是，东风农机不仅“吨位”增加了，体格也变得更强壮。

“东风原来的产品档次和附加值都比较高，70% 以上是手扶拖拉机，那么庞大的企业，那么多技术人员，干的却是跟家庭作坊一样的产品，明眼人一看就知道维持不下去。”东风农机总经理徐小林说，“宣总来了之后，提出两个战略重点：第一，产品结构调整，开发高附加值的轮式拖拉机；第二，市场结构调整，拓展外销渠道，打入国际市场。”

如今，在东风农机的业务构成中，高品质的轮式拖拉机已经取代传统的扶拖拖拉机，成为公司的第一大收入来源（约占 70%）；并顺利进入包括欧美在内的 100 多个国家，外销比重超过 30%。

遥想当年，东华链条不过是东风农机的配套商而已。然而，就是这样一家零部件生产商，却波澜不惊地整合了原本是其客户的主机制造商。除了上述宣碧华自诩的“并购神话”外，这里还隐藏着什么不为人知的秘密吗？

连环局

“我喜欢挑战，但也求稳……不同业务之间，相互为守，又彼此助攻……”

在东华集团的战略版图里，东风农机可谓任重道远：一方面，要将现有的拖拉机品种系列化，开发高附加值的大马力轮拖；另一方面，随着半喂入式联合收割机、高速插秧机等新品的陆续亮相，东风农机正在谋求由单一的拖拉机生产商向综合农业机械制造商的转变。

徐小林曾分析过制约东风农机发展的瓶颈，他发现，最关键的因素就是人力资源——毕竟，技术也好，产品也罢，都是人干出来的。要想在高手林立的国际舞台上后来居上，除了在国内广纳贤才外，需要国际高端人才的参与互动。怎么办？东风农机也曾考虑过直接“进口”研发人员，但又遇到新的问题：高额的成本、政策限制倒在其次，更重要的是平台，“老外们”所需的工作环境和手段与国内不同！

“现在，东华链条并购 KÖBÖ 之后，一切都解决了！”徐小林高兴的说，“很多事情都可以做了，不是光在家里想想了。”

等一下，这不是东华链条的并购吗？跟东风农机有什么关系？
今年 1 月 1 日起，东华正式入主德国 KÖBÖ；这月中旬，宣碧华就借考察之际主持召开了东风农机开发欧洲市场的专题讨论会，地点就选在 KÖBÖ 公司总部——不用说，KÖBÖ 总经理及其他高管都是与会者。

“（东风农机）欧洲市场开拓小组已经成立，国际研发团队也在招募中。”宣碧华的语气不急不缓，似有竹在胸，“通过购买 KÖBÖ，实际上等于将东风农机的研发也往前推了一步。以后，这些外国专家就在欧洲上班，即降低了我的费用，也提供了他们的方便。”

自从融入东华集团的大家庭之后，东风农机这种“搭便车”的行为，已经不是第一次了。早在 2004 年，整合刚刚开始时，宣碧华便将东华集团最核心的资产——他自己——挪到了东风农机的所在地常州；随后，东华链条的销售网络，在国际市场打拼多年的理念，都慢慢渗透进东风农机体内。一个可以佐证例子



宣碧华和 KÖBÖ 总经理徐小林合影

公司产品连续七年获得自主创新优秀新产品奖

本报讯 日前,2009年度中国机械通用零部件自主创新优秀新产品评选结果已揭晓,东华集团申报的两项自主研发新产品榜上有名,其中 HV3F2 高速齿形链荣获 2009 中国机械通用零部件工业协会链传动行业自主创新优秀新产品特等奖;BL623F4 高疲劳性能板式链荣获 2009 中国机械通用零部件工业协会链传动行业自主创新优秀新产品优秀奖。这是我连续 7 年获得通用零部件协会自主创新优秀新产品奖。

中国机械通用零部件工业协会



设立自主创新优秀新产品奖项的目的是引导和推动机械通用零部件行业的科技进步及提高技术创新能

力,表彰和奖励对产品开发、创新做出贡献的企业、科研机构、集体及个人。该奖项奖励的是采用新技术、新设计构思研制生产的全新产品和应用新原理、新设计构思、在结构、材质、工艺、质量等任一方面比原产品有较大改进、提高或改善产品性能的改进型产品。我公司此次再获殊荣,是东华人不断致力于产品创新,必将更进一步促进我司新产品开发研制工作,为企业的发展和提升中国链条工业水平做出更大的贡献。 技术中心 通讯员



本报讯 7月8日,当日本客户在验收报告上签字后,负责该批链条的工程链事业部的相关领导和员工们都会心地笑了。本批链条订单是该客户今年的第二个订单。

公司某输送链顺利通过日本君津制铁所验收

今年1月份,该客户给东华的第一批地板链的订单由于工艺复杂,加工难度较大延误了交货期,给日本客户造成了极为不好的影响,为了挽回影响,针对第二次合同,工程链事业部制定了完善的工艺流程且严格按照工期表控制生产进度,最后按时按质按量完成了合同。日本客户到东华验收时,对各个零件的尺寸公差、链条精度及抗拉强度进行了检测,全部达到了客户要求。

验收完毕,日本客户还高兴地与东华工作人员合影留念。 内开处

建设信息高速通道见成效 集团公司 VPN 业务正式投入使用

本报讯 7月20日,东华泰东分公司及集团内部授权员工已正式投入使用 VPN 业务。

这项信息化业务经过一个多月的测试使用,反映效果良好,国外公司及授权员工不在单位也能及时方便地了解集团内部各项信息,这标志着东华信息化建设又上了一个新台阶。

一直以来,东华集团全力打造自主品牌建设,先后在海外及内地建立多家分公司和营销机构。随着业务的进一步拓展,海外分公司及内地办事处与集团总部之间信息、数据资源不能及

时共享的瓶颈愈发凸显。

今年3月份开始,信息中心经过多方调研比较,选择了性价比更高的 SSL VPN 解决方案,它有效解决了各分公司与集团总部信息资源共享的问题。通过 VPN,实现了对集团内部信息网、应用系统、内部 QQ、各报表、ERP 等数据共享和远程应用。快速便捷的远程访问让海内外各分公司真正打破时间、空间的限制,随时随地了解公司信息。同时,集团内部授权员工不在单位也可随时了解集团内部信息,方便工作。

信息中心 余志俊



本报讯 由东华集团工会组织的 2010 年职工疗养,共有 100 多人分两批于 7 月初和 8 月初举行。

第一批疗养员工 7 月 1 日至 4 日;第二批于 8 月 1 日至 4 日赴上海世博园、江苏无锡影视城、善卷洞等地疗养。大家在游玩中为祖国的科技飞速发展欢呼,被神山秀水陶醉,感叹大自然的神奇与美妙。所到之处必驻足赏玩,摄影留念,身心得到很好放松。

东华集团每年盛夏组织员工疗养,这些员工多数是岗位标兵、先进生产工作者、科技标兵,还有来自一线的普通员工。这些福利的实施,使广大员工体会到企业人性化的制度,看到企业的强盛,享受到企业的发展成果。 何中华/文 许文秀/摄

简讯

●6月28日,工程链事业部扶梯链零件车间开展了“三比三提高”劳动技能比赛,本次比赛采用扣分制,包括现场实践和理论考试。通过裁判公平、公正的评判,喻胜利、黎仕印、郑李阶、母凤霞、周红兵分获前五名。 工程链事业部 金鑫

●7月7日至8日,输送链事业部数控仪表车间开展了仪表车工操作技能比武大赛。通过紧张激烈的技能比武和组委会严格评比,本次比赛产生了“竞赛标兵”1名;“岗位能手”2名;“优秀新员工”1名。本次仪表车工技能比武不仅提高了员工操作技能整体水平,同时也营造了一种良好的鼓励职工技能竞技氛围。

输送链事业部

●7月17日,公司北区食堂的小炒在员工们热切的期盼中开张了,自从今年6月初开始动工以来,在管理部和事业部领导的推动下,一切工作进行得有效有序。这项工程虽然不大,但体现出企业领导对员工的关爱,切实改善和提高了广大员工的膳食生活。 工程链事业部

●7月23日,东华集团团委在余杭博陆中学举办了一场别开生面的“点球世界杯”比赛,本次共有8支代表队参加比赛,经过各队友好而激烈的竞技,最终销售一队夺得冠军;输送链队夺得亚军;汽摩链一队夺得季军。 团委

●7月24日,由管理部刘冬根主持召开了管理部人力资源处、综合处半年度工作总结会议暨第二季度管理部优秀员工表彰大会。会上,管理副总兼部长袁立华对 2010 年管理部人力资源处、综合处上半年的工作进行了评价,并表彰了第二季度“优秀员工”。同时,会议对 2010 年上半年的工作进行了总结,指出了上半年工作中的不足之处,并提出了下半年的工作计划。 管理部

光荣榜

笕桥镇优秀党务工作者:张世强

笕桥镇党员积极分子:徐美珍 赵鹏飞 高文生

优秀党务工作者:崔华、朱兆中

党员积极分子:廖杭州、袁立华、刘冬根、许朵、王胜鹏、柯耀星、胡倩、潘怡、翁永林、何存明、卢继光、杨海军、胡志华、张志贤、陈玲、李泽



本报讯 7月28日,余杭电视台、《城乡导报》联合举办的知名栏目“品牌余杭”栏目组走进东华集团。副总经理袁立华接待了电台、报社记者并接受采访。

袁副总向“品牌余杭”栏目组成员介绍了东华集团的发展历程,如人才建设、科技研发、产品质量、营销网络、国内外并购、节能减排、社会责任,重点介绍了“东华(DONGHUA)”、“自强”、“盾牌”三大自主品牌建设的历程及取得的成效。余杭电视台、《城乡导报》将择日在“品牌余杭”栏目隆重推出东华集团的品牌之路。

余杭区自 2006 年发表余杭《品牌宣言》后,于 2008 年通过余杭电视台、《城乡导报》推出“品牌余杭”栏目,吹响了全区品牌战略的号角。余杭区政府通过鼓励企业开展对商标认定、名牌产品评定和具有独立知识产权的自主创新产品的开发,培养具有核心价值和产业特色的品牌形象,为余杭区经济的飞跃发展起到了积极的推动作用。 本报记者

公司召开半年度宣传工作会议暨新闻写作培训

本报讯 7月24日,东华集团召开半年度宣传工作会议,相关领导及 40 多名通讯员参加会议。会议表彰了半年度优秀通讯员、征文竞赛获奖者、获省报协 2009 好新闻奖的通讯员,同时对通讯员进行了新闻写作培训。

集团副总经理、集团报总编袁立华主持会议并讲话。他说,非常感谢广大通讯员多年来对东华集团宣传工作所做出的贡献,同时勉励大家不断学习新闻写作知识,理论联系实际,平时多写稿,不断提高写作水平。

会议特邀了浙江省企业报研究会会长、杭钢集团宣传部副部长刘和平对通讯员进行了新闻写作培训。刘会长以多年丰富的企业宣传工作经验,理论联系实际,对企业新闻的特性、企业报纸的定位和各种新闻体裁的写作进行了详细的讲解,使广大通讯员受益匪浅。

会上,袁副总与刘会长同时向受表彰的通讯员颁发了荣誉证书。 记者 李春妹 文/摄

2010年上半年优秀通讯员

一等奖:张随福;二等奖:邱长法、朱继华;三等奖:陈德年、周丽芬

《质量提升年、自主品牌建设》征文竞赛获奖者

一等奖:陈德年 作品《我们一直在努力》
二等奖:郑聪勇 作品《浅谈如何在现实工作中提升产品质量》
三等奖:付金琴 作品《以活动为契机,推进企业全面发展》

浙江省报协 2009 好新闻奖、优秀企业报工作者奖获奖者

李春妹 作品《东华在金融危机下的生存和发展之道》获浙江省企业报 2009 年好新闻二等奖
卢旭东 作品《东华集团承担国内链条行业第一个 863 计划项目》获浙江省企业报 2009 年好新闻三等奖
张林炳 作品《东华集团进入矿用链条新领域》获浙江省企业报 2009 年好新闻三等奖
朱继华 作品《游桂林山水,品“甲天下”之气势》获浙江省企业报 2009 年副刊好作品奖
李春妹获浙江省第三届优秀企业报工作者称号

数据见底 工作到位 责任到人 措施有效