

文章编号: 1007-5399 (2015) 02-0040-03

# 邮政推进节约型企业文化建设的实践与启示

张 健, 侯文杰

(江苏省邮政公司南通市分公司, 江苏 南通 226001)

**摘 要:** 文章介绍了南通邮政推进节约型企业文化建设的举措, 总结了节约型企业文化建设取得的主要成效, 从领导垂范、作风建设、人力资源、管理制度等方面得出了节约型企业文化建设的重要启示, 对深化邮政企业文化建设具有借鉴意义。

**关键词:** 企业文化; 效益; 作风; 管理; 人力资源

**中图分类号:** F61

**文献标识码:** B

为认真贯彻党的十八届三中全会精神, 切实加强企业作风建设, 迅速并主动缓解邮政发展面临的严峻形势, 在员工中树立起“过苦日子、紧日子”的思想, 增强降本增效的意识, 南通邮政全员参与、共同推进增收节支, 为确保邮政稳健发展、实现“强局”梦, 提供了强大的精神动力和思想基础。2014年南通邮政在全市邮政系统深入推进以“节约型提效益 降本增效我践行”为主题的节约型企业文化建设, 取得了推进企业文化再升华的可喜成效。

## 1 邮政推进节约型企业文化建设的举措

### 1.1 理念推进, 夯实节约思想基础

南通邮政在职工代表大会上提出开展节约型企业建设活动的要求, 并专门下发文件全面推进节约型企业文化建设。

#### 1.1.1 突出全员性, 注重宣贯广度

南通市、县邮政分层组织多种形式的节约型企业创建教育活动, 通过全员大讨论, 统一员工思想认识。教育、引导做到不漏一个班组、不漏一个员工, 强化邮政员工“花自己的钱、办好自己的事”的理念, 增强节约从我做起、从身边小事做起, 自觉践行节约型企业文化、提升邮政企业经营效益的意识。

#### 1.1.2 坚持全面性, 拓展宣贯深度

市、县邮政对各职能部室、专业、网点、投递部以及支撑部门的经营、支撑、管理等主要成本进行全面分析, 查找企业及本部室(专业)“跑、冒、滴、漏”现象及根源, 从全成本角度教育并引导员工, 提高对勤俭办企业的认识, 增强了员工以厉行节约为荣、奢侈浪费可耻的主人翁意识。

#### 1.1.3 注重多样性, 扩大宣贯效果

市、县邮政充分利用企业OA网、邮政信息、《南通邮政报》等资源, 运用多层面会议宣贯、观看视频、讨论、座谈、推进会、征文、查漏献计、金点子征集、视频(PPT)制作比赛等形式, 实现节约型企业创建的自我教育、自我提升、自我深化、寓教于乐, 激发了邮政员工践行节约型企业文化内生动力。

### 1.2 专题推进, 突出节约治奢建议

以查摆问题、全员献计等专项行动, 增强全员责任意识, 激发员工推进节约型企业文化自觉性, 主动践行节约行动。

#### 1.2.1 层层查疏漏, 推动节约出实招

南通邮政在推进节约型企业文化建设中, 从宣传教育入手, 分层组织各自查摆节约型企业创建问题147条, 使每个部室、每个员工在查找问题中增强节约意识。市公司将问题梳理后, 以责任书形式分解到各部室, 部室对照后制订整改措施, 完善精细化管理办法。县局比照市公司做法认真推进。

#### 1.2.2 全员献计策, 降本增效大智举

南通邮政积极发动全员为节约型企业文化创建献计献策, 共征集合理化建议322条。建议涉及节约理念宣贯、节约行为养成、节约制度制订与执行及监督检查等方面, 涵盖了企业经营、管理全过程。通过合理化建议征集、消化, 激发全员降本增效的创新火花, 推进员工践行节约型企业文化行动。

#### 1.2.3 践行靠自觉, 打造节约新风尚

海安邮政局集邮公司“人走灯灭、人走机关”, 如东邮政局推进缩量用纸行动, 市公司幸福支局员工践行色带芯自己换, 纸张双面用, 下班理皮筋等, 这些都是邮政员工践行节约型企业文化的缩影。让电脑及时“睡眠”, 及时关闭电源, 多用OA邮箱、QQ等工具……共点企业省“邮”之灯已成员工自觉行为。

### 1.3 活动推进, 营造节约文化氛围

南通邮政以专题征文、视频制作比赛等为载体, 既增强了员工节约意识, 又营造了节约文化氛围, 促进了节约型企业文化建设。

#### 1.3.1 节约大征文, 集聚全员大智慧

2014年4月, 南通邮政在员工中组织“创建节约型企业”主题征文活动, 共收到征文89篇, 并对评选结果进行通报。征文活动既引导广大员工立足岗位思节约, 又展示了

各自节能减耗的经验，还收集了基层降本增效的金点子，更集聚了节约型企业文化建设的正能量，夯实了节约型企业创建基础。

### 1.3.2 视频制作赛，强化节约新理念

南通邮政注重在推进节约型企业文化建设中发挥企业动漫载体的作用，组织“节约型提效益 降本增效我践行”主题实践活动宣传作品制作评选，共5个视频、23个PPT作品参赛。各单位、部室均组织观看了节约型企业创建宣传教育等视频，拓展了宣传载体，提升了宣传档次，增强了宣传效果。

### 1.3.3 宣传加激励，营造文化浓氛围

积极利用《南通邮政报》、邮政信息、企业OA网、宣传栏（橱窗）等，宣传以节约型企业创建活动为主要内容的节约文化建设，张贴节约型创建标语、图片、标识（提示牌）等，组织全员大讨论、座谈及推进会，介绍节约做法。通过多种形式宣传，激发员工积极性，营造节约型企业文化的创建氛围。

### 1.4 重点推进，提高节约文化实效

突出人力资源优化重点，坚持配置最优化、效率最大化、成本最低化目标，全力推进邮政人力资源盘活的综合工程。

#### 1.4.1 理念出效益，锤炼节约好行为

思想是行动的先导，理念是实践的基础。南通邮政注重以宣传教育引导员工树立节约出效益的理念，开展全面梳理，注重问题细节，发动全员谋划，设立节约监督岗。以分层宣贯的形式统一员工勤俭办企业的思想认识，较好地实现了由“要我节约”向“我要节约”的转变，在经营管理中自觉践行节约文化。

#### 1.4.2 优化出效益，盘活人力大资源

市公司对发投、营业及中心局实行撤岗（班组）、并岗（班组）和兼岗等措施，优化劳动组织方式，盘活、挖掘和优化现有人力资源，推进大平面作业，提高工时利用率，2014年分别实现减员18人、11人、10人，减少县局封发24人，充实营业窗口58人，盘活了前端、激活了后端，有效降低了人工成本。

#### 1.4.3 制度出效益，推进精细化管理

市、县邮政各职能、生产部室对照节约理念、节约标准，制订并完善了节约型企业创建措施和办法，激励员工参与修订涉及经营管理的办法、制度及流程、考核办法的梳理完善活动，共修订完善12类51项制度、办法等，节约型企业文化建设的深化推进了企业管理精细化，夯实了制度出效益的基础。

### 1.5 践行推进，全员参与节约实践

注重以全员参与的方式，增强员工节约意识，在参与中既当“啄木鸟”，更当践行者，以全员参与推进节约文化建设。

#### 1.5.1 立足本岗位，注重节约小事情

员工根据岗位特点，自觉做好节约小事，利用光源少开

灯，空调温度统一定，照明改造降亮度，文件学习采用电子档，营业报表实行电子流程，储蓄业务多用共享信息，公事封套重复使用、单册领用指标管理，采购招标保持节俭。现在员工之间常说的就是节约二字、常做的就是节约小事。

#### 1.5.2 胸怀全企业，关注节约微行动

邮政员工在做到随手关灯、断水和双面用纸等节约小事的同时，注重在窗口服务中践行节约行动。柜员耐心指导用户填写业务单册的相关项目，减少因填错导致的单册浪费；技术人员通过创新解决了储户开户必须从复印机打印身份证件的问题，改为直接从营业平台打印客户身份证。支撑人员也都注意节约节水。

#### 1.5.3 流程重新造，实现提速更增效

市、县邮政适度对18个邮政网点调整作业时长，实行法定节假日休业等措施。对城市网点、有投递或无投递的农村网点三种情况推进汇款打印流程优化，并通过汇票专号共享信息，实现了汇票次日递。依托中心局系统实现营业、投递系统间窗投、转退等业务处理信息共享，实现了省时、省力、增效。

## 2 邮政推进节约型企业文化建设取得的主要成效

南通邮政推进节约型企业文化建设，增强了员工的节约意识，提高了企业经济效益，提升了企业社会形象。

### 2.1 节约型企业文化理念得到升华

注重以宣贯、讨论、座谈、践行为手段，引导员工充分认识节约是一种文化，是中华民族的传统美德，也是当今企业必备的文化底蕴之一，创建节约型企业就是弘扬传统美德的具体行动。成功把企业节约小事转化为员工自己家事，把节约型企业文化理念内化于员工心中，实现邮政企业文化理念的再升华。

### 2.2 节约型企业文化载体得到拓展

有效运用并拓展宣传教育载体，提高宣传教育效果，是南通邮政推进节约型企业文化建设实践的重要做法。利用《南通邮政报》、邮政信息、OA网、宣传栏等企业原有资源，组织员工用PPT制作节约型企业创建宣传作品、视频教育片，制作节约提示牌等，为员工在参与中理解、认识节约意义创造条件。

### 2.3 节约型企业文化特色得到放大

南通邮政推进节约型企业文化建设，既注重从上而下的宣传教育，做好方向性引导，也注重员工参与的座谈讨论、征文、献计献策等自我教育，实现认识的自我提高，更注重全员关注企业节约小事、从我做起、从小事做起的践行行动。自觉践行已成为节约型企业文化的重要特色，夯实节约型企业文化建设的基础。

### 2.4 节约型企业文化机制得到完善

坚持以员工参与查摆节约漏洞、完善节约制度献计献策为动力，从经营、窗口到支持保障、职能管理等不同层面，较好地实现“一减三节五建立”的目标，即减少冗员，实现减员增效；节约业务酬金、节约生产成本、节约管理费用；

建立健全水电管理、酬金管理、接待管理、会议管理、车辆管理五大制度。

### 2.5 节约型企业文化行为得到提升

将所有生产要素有效组合的“灵魂”——节约型企业文化内化为员工的自觉行为，是推进节约型企业文化建设的核心。南通邮政通过近年的实践，使成由节俭败由奢的古训深入人心，增强了节约资源、人人有责的观念，每个员工都行动起来，自觉节约一度电、一滴水、一克油、一张纸、一支笔等。

### 2.6 节约型企业文化成果得到彰显

节约就是要用原有消耗创造更大价值，用有限资源创造更多效益。全区2014年1~9月邮政业务总收入84 990万元，同口径增长8.8%；有效收入70 946万元，增幅达16%；总成本67 475万元，占总收入比为79.39%，较2013年减少1.74个百分点；欠费（不含小包折扣因素）、库存，尤其“三公”经费较2013年均大幅下降。

## 3 邮政推进节约型企业文化建设的启示

南通邮政推进节约型企业文化建设的举措，为深化企业文化建设提供了一个成功范例，得到的主要启示如下。

### 3.1 领导率先垂范，是推进节约型企业文化建设的核心

领导干部以身作则、率先垂范体现的是一种政治态度，展现的是一种求实作风，树立的是一面榜样旗帜。南通邮政推进节约型企业文化的实践证明，领导带头，万事不愁。

### 3.2 作风建设深化，是推进节约型企业文化建设的动力

切实解决奢靡之风问题，既是落实作风建设要求的具体行动，也为规范和压缩企业“三公”经费支出，杜绝经营和管理过程中的铺张浪费行为以及推进节约型文化建设提供新动力。

### 3.3 全员认识到位，是推进节约型企业文化建设的基础

思想是行动的先导。要推进节约型企业文化建设，首先应提高思想认识。只有思想认识到位，才会变“要我节约”为“我要节约”，才会变被动为主动，才会自觉践行以节约办企业的思想。

### 3.4 人力资源优化，是推进节约型企业文化建设的核心

人力资源是企业的主要资源，而人工成本也是企业成本中占比最大的固定成本，抓住人力资源优化这个企业降本的核心问题，节约型企业的推进、经济效益的提高就会迎刃而解。

### 3.5 管理制度完善，是推进节约型企业文化建设的保障

没有规矩不成方圆。制度建设是企业管理的一项基础工作，只有不断完善、持续优化制度建设机制，企业才能实现规范管理、高效运作，才能更好地推进节约型企业文化建设。

### 3.6 降本增效明显，是推进节约型企业文化建设的目标

注重坚持降本增效是企业实现利润最大化的主要手段之一，将节约理念贯穿于邮政经营管理的全过程，引导全体员工节约成本，充分提高资源利用效率，才能实现降本增效。

## 联合包裹公布2015~2019年 五年增长战略

近日，全球快递巨头联合包裹公布了2015~2019年五年增长战略，预计这五年公司将在国际网络投资约20亿美元，旨在重点拓展其在全球的高增长领域及市场，进一步提高B2C运营能力，改善公司的经营业绩。

联合包裹新的五年计划是在纽约举行的投资者大会上披露的，同时公司还就近期的经营业绩、消费者技术、主要发展方向以及业绩目标进行了梳理和展望。

联合包裹的五年增长战略主要涵盖如下方面：高度关注纵向行业市场以及国际市场增长；在技术、能力及网络拓展方面开展高效的资本投资；利用全球网络为客户提供解决方案；提高B2C能力；为股东提供长期价值。

联合包裹首席执行官表示，公司实力雄厚，有能力在变幻莫测的市场中把握未来发展方向。客户的需求不断发生变化，而公司会以客户需求为导向，不断创新客户服务解决方案。公司利用广泛的全球网络为客户提供一系列解决方案，加之在技术领域的高效投资，公司必将为客户和股东创造更大价值。

联合包裹首席财务官展望了公司2015年的发展前景，公布了公司的远期财务目标，同时还就公司的发展大计发表了观点。2015年，联合包裹的预期收入增幅将比上年提高5%~6%，每股收益增至5.45~5.70美元。增幅将达10%，股票回购达27亿美元。

2015~2019年，联合包裹的远期财务目标如下：公司年均收入增长5%~7%；股票每股年收益提高9%~13%；资本回报率达到25%~30%；股票回购达150亿美元，股票发行总额达300亿美元。

2015~2019年，联合包裹计划将每年年收入的4.5%~5%用于资本投资。未来五年，公司用于欧洲、亚洲以及非洲国际基础设施建设的资本投资总额将达20亿美元。

联合包裹将通过优化计划和数据分析，提高B2C运营能力；通过与托运人合作，缩短投递时限，达到提高效率的目的。

另外，通过陆路运输优化和导航系统，联合包裹的投递线路日均行驶里程减少了7~8英里。2017年，该系统一经全面实施将有望节约成本3~4亿美元。

（兰翔英 译）

推进节约型企业文化建设是深化企业文化建设的重大战略步骤，只要邮政企业高度重视、周密组织、全员参与、特色推进，就一定会取得推动企业高效、健康发展的良好效果。

收稿日期：2014-10-28

作者简介：张健（1965~），男，江苏南通人，硕士，高级会计师，主要从事企业管理及企业党建研究；侯文杰（1954~），男，江苏南通人，高级经济师，主要从事企业文化、党建研究。