

百联集团

# 百联人

百联文化我来讲故事精选



# 序言

PREFACE  
Preface

## 创造文化价值 引领创新发展

百联集团党委书记  
董事长 叶永明

企业文化是企业可持续发展的不竭动力，是现代企业最具战略性的精神与价值。百联过去十四年文化价值的积淀，已成为百联不断创新与发展的动力。

当前经济发展主流消费人群的变化既带来消费全面升级，又带来体验全面需求，互联网高速的发展与新零售模式崛起要求对经营模式的重构，百联集团这艘航行在传统商海的巨轮面临着“载舟亦覆舟”的狂风险浪。建设顺应创新时代、开放经济、共享平台，客户化、专业化、国际化、互联化领先的新业态、新模式、新技术全渠道商贸企业已经刻不容缓，而企业文化作为企业发展的不竭动力，能够为我们实现目标发挥引领与支撑作用，这就要求建立与企业战略相匹配的企业文化体系。

集团党委于2017年年初提出了加强新时期企业文化建设工作的要求，建立了以“让消费者更喜爱我们”为愿景，以“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值”为使命的百联企业文化体系。百联企业文化体系是在百联传统优秀文化的基础上，顺应时代，吐故纳新，博采众长，结合实际精心培育而来，得到了集团上下广大员工的积极响应与广泛认可。

各级企业组织开展了形式多样、内容丰富的企业文化宣贯活动，其中，以“百联文化我来讲”的主题演讲活动开展得最为如火如荼。各级党群组织发动广大干部员工围绕企业愿景、

使命、核心价值观、行为规范、组织理念等进行主题分享，活动开展过程中呈现出领导干部带头讲、劳模先进示范讲、共产党员重点讲、团员青年踊跃讲、广大员工积极讲的良好氛围。党政工团齐抓共促，每一位员工对百联企业文化精神与价值有了更清晰准确的认识与体会，并带动了广大干部员工投身变革转型的实践，将文化活力切实转化为推动企业改革创新、转型发展的强劲动力。

在宣贯与演讲百联企业文化的过程中，涌现了一批真实、朴素、有感染力的感人故事，体现出干部员工践行百联学习创新、攻坚担当、活力高效、团结协作、诚信阳光的核心价值观。我们从中精心选取了部分优秀的演讲稿和文章，汇编成这本《百联人——百联文化我来讲故事精选》，希望通过一个个鲜活的人物事迹勾勒出百联独特而厚重的文化形象，激励广大干部员工为百联创新发展贡献更大力量。



# 百联文化元素

## 企业愿景

让消费者更喜爱我们

## 企业使命

创领消费时代 创新客户体验 创造员工价值

## 价值观

## 行为规范

学习创新

- 求知若渴
- 勇于创新
- 勤学笃思
- 创新无界

攻坚担当

- 迎难而上
- 自我驱动
- 砥砺前行
- 主动担当

活力高效

- 积极向上
- 充分授权
- 奋发有为
- 执行到底

团结协作

- 和谐包容
- 齐心协力
- 突破边界
- 同舟共济

诚信阳光

- 诚实守信
- 弘扬正气
- 为公无私
- 开放透明

## 组织理念

通过学习型组织、创效型团队、价值型员工的不断建设，打造市场化、专业化、国际化的企业组织和员工队伍。

## CONTENTS

## 目 录

## 第一篇 / 百联愿景

从“四千精神”到百联文化.....	03
(上海物资贸易股份有限公司 钱丽萍)	
走学习创新之路 树百联文化之魂.....	05
(东方商厦有限公司 许宁)	
团结齐努力 老树发新芽.....	07
(上海商业储运有限公司 高青)	
在攻坚担当中逐梦前行.....	09
(上海世纪联华超市闵行颛桥有限公司 王佳景)	
不忘初心 再度启程.....	11
(上海第一八佰伴有限公司 周兮波)	
为了一个承诺 坚守 35 年.....	13
(上海第一医药股份有限公司 陶依嘉)	
党日活动充盈着温度和活力.....	15
(上海联华快客便利有限公司 王俊)	
安付宝 4.0 诞生的故事.....	17
(百联电子商务有限公司 杨翠平)	
因为无边界 我们携手共进.....	19
(百联全渠道电子商务有限公司 高华)	
“灵丹妙药”催生激越青春.....	21
(上海百联房地产经营管理有限公司 朱程)	

## 第二篇 / 企业使命

攻坚担当 为“i”插上翅膀.....	25
(上海晶通化轻发展有限公司 唐皓)	
百舸争流 奋楫者先.....	28
(上海百联集团股份有限公司 潘明华)	
镌刻在不朽丰碑上的百联记忆.....	31
(上海百联物业管理有限公司 蒋国鑫)	
责任在心 担当在行.....	34
(百联全渠道电子商务有限公司 张申羽)	
诚信阳光——百联文化学习体会.....	37
(百联集团教育培训中心 陈阳琴)	
小小钱包.....	40
(百联电子商务有限公司 华国平)	
领导干部应当成为攻坚担当的先行者.....	43
(百联集团人力资源管理、企业清理中心 王兆忠)	
链接你我 品质升华——让消费者更喜爱我们.....	46
(联华超市股份有限公司 梁宝龙)	
丰碑的力量.....	49
(百联集团财务有限责任公司 张礼琦)	
学习创新 攻坚担当.....	51
——勇于争先，开拓大宗商品互联网新蓝图	
(上海百联大宗商品电子贸易有限公司 周家宇)	
用行动践行我们的使命.....	54
(上海百联汽车贸易有限公司 许钢)	
突破边界.....	57
(上海市商业投资(集团)有限公司 王森)	

## 第三篇 / 组织理念

十年传承 用心突破 .....	61
(上海拍卖行责任有限公司 杨国益)	
用青春共绘美丽之“城” .....	64
(上海又一城购物中心有限公司 江雯玉)	
改革路上 我们在成长 .....	66
(联华超市股份有限公司 朱宇瑾)	
风雨过后的彩虹最美丽 .....	68
(百联全渠道电子商务有限公司 栾翔)	
承载人生梦想的舞台 .....	70
(上海商业投资(集团)有限公司 朱馨怡)	
百联物贸优秀工匠辈出 .....	72
(上海物资贸易股份有限公司 申俊杰)	
160个上海中心高度的后面 .....	74
(百联电子商务有限公司 王声莹)	
小处方 大责任 .....	76
(上海汇丰大药房有限公司 钟颖婕)	
中国心 百联梦 .....	78
(上海现代物流投资发展有限公司 杨汝静)	
“斤斤计较”创造出效益 .....	80
(百联集团财务有限责任公司 郑宏达)	
无边界的协作共进 .....	83
(百联集团有限公司 顾洁琼)	
深耕培育百联英才的沃土 .....	85
(百联集团教育培训中心 徐敏)	
匠心传承 创新无界 .....	87
(上海三联(集团)有限公司 洪燕)	

## 第四篇 学习创新

勤学笃思是百联动力源 .....	91
(百联集团有限公司 汪立健)	
注入新媒体人性化活动 .....	94
(百联全渠道电子商务有限公司 朱立)	
小创新推动大转型 .....	97
(百联集团财务有限责任公司 刘亮)	
贴心服务赢得了顾客信任 .....	99
(东方商厦有限公司 张晓滨)	
现代营销需要会讲品牌故事的人 .....	101
(东方商厦有限公司 周强)	
软硬并进的百联文化 .....	103
(百联中环购物广场有限公司 蒋桑)	
求知若渴是企业创新转型的关键 .....	106
(上海新华联大厦有限公司 高丽萍)	
百联老建筑焕发青春成新典范 .....	109
(上海河岸商业开发公司 蒋瑜)	

## 第五篇 攻坚担当

百联让青年更出彩 .....	113
(百联集团有限公司 胡良玉)	
发乎于心的坚守担当 .....	116
(百联全渠道电子商务有限公司 李娜)	
我们是百联航空母舰的水手 .....	119
(上海百联大宗商品电子贸易有限公司 张玲玲)	

最美的店长.....	122
(上海联华快客便利有限公司 周华君)	
突破“一个亿”的收官之战.....	125
(第一百货商业中心 陆鸿冰)	
乐做看不见的“血管”.....	127
(上海百联世纪购物中心有限公司 金斌丹)	
秉持工匠精神砥砺前行.....	130
(上海杨浦百联东方商厦有限公司 徐晓云)	
修复的古董钟成了传家宝.....	133
(上海三联(集团)有限公司 龚玲)	
言传身教的带教师傅.....	135
(上海现代物流投资发展有限公司 王志强)	

## 第六篇 活力高效

脚印.....	139
(百联集团有限公司 邵炯)	
感悟百联的恩惠.....	142
(上海世纪联华超市奉贤有限公司 金秀红)	
精细化发展的奥秘.....	144
(上海百联中环购物广场有限公司 邬琦琪)	
百联人的可爱身影.....	147
(上海友谊南方商城有限公司 居芳洲 娄乔娜)	
顾客的贴心购物顾问.....	150
(永安百货有限公司 倪伟)	
奥特莱斯里的娘子军.....	152
(上海奥特莱斯品牌直销广场有限公司 陈力)	

高温无电突发事件的考验.....	155
(上海百联房地产经营管理有限公司 杨烨)	
“吴良材人”的故事.....	157
(上海三联(集团)有限公司 黄明星)	

## 第七篇 团结协作

在奋战 ERP 的日子里.....	161
(第一百货商业中心 黄洁怡)	
世博源 新商业业态的典范.....	163
(上海世博百联商业有限公司 俞海运)	
勇当电商新领域的排头兵.....	165
(上海复旦科技产业控股有限公司 朱佳峰)	
企业文化之“风”.....	167
(百联电子商务有限公司 李俊杰)	
抱团奋进的伙伴.....	170
(百联电子商务有限公司 周国昶)	
越俎代庖的溢出效应.....	173
(上海河岸商业开发公司 江亮)	
流动的百联名片.....	175
(上海迎宾出租汽车有限公司 徐菲)	
用我的真心, 换你的满意.....	177
(上海百联配送实业有限公司 王黄鑫)	
“齐心协力”是突破瓶颈的利器.....	179
(百联集团人力资源管理、企业清理中心 叶剑明)	



## 第八篇 诚信阳光

在老干部服务岗位上做价值型员工 .....	183
（百联集团有限公司 蔡郭祺）	
“天使遇见宝贝” .....	186
（上海联华快客便利有限公司 王俊）	
发挥价值型员工的光和热 .....	188
（上海第一八佰伴有限公司 庞丽影）	
剪影里的光 .....	191
（上海又一城购物中心有限公司 李哲）	
百联就是我的家 .....	194
（上海百联南桥购物中心有限公司 瞿春亮）	
百年老店的“进补” .....	197
（永安百货有限公司 穆芳祺）	
服务源于心 承诺融于行 .....	200
（上海物贸大厦有限公司 张瑀）	
买车修车的故事 .....	202
（上海百联汽车贸易有限公司 朱佳）	
“三顾”助听器柜台 .....	204
（上海市第一医药商店 李文洁）	

# 百联愿景

让消费者更喜爱我们

## 第一篇





企业愿景

## 让消费者更喜爱我们

让消费者喜欢我们呈献给他们的全方位要素，包括商品、服务、体验、形象、模式等；让每一次接触都增加消费者的好感，从而不断强化与消费者的情感沟通，让百联成为消费者的首选。



## 从“四千精神”到百联文化

上海物资贸易股份有限公司 钱丽萍



就像涓涓细流终归大海，在百联集团企业文化的培育过程中，既要有主力板块高举创新旗帜，不断吹响的豪迈旋律，也应该有我们物贸人坚守、坚持、从容、坚定的副乐章。

我是一名上海物贸的员工，老物贸人告诉我，千言万语，千山万水，千方百计，千辛万苦是我们精神的传家宝，他们用行动印证着“四千精神”在企业发展中有多么重要。

作为晶通化学的老业务员，褚觉伟亮出了傲人的业绩表。他的成功在于不要命的拼劲。膝盖骨前后做了两次手术，打了钢钉，他坚持在岗位上；严重的糖尿病、高血压，他靠每天大把吃药，支撑着高强度的工作。他的成功在于敏锐的市场嗅觉，近年来，通过引入一批具有高技术含量的新产品，带动了业务的快速增长。他的成功在于把客户当作朋友，他用真诚赢得了真心。他是物贸“四千”精神的传承人，更是百联集团“迎难而上，砥砺前行”文化的践行者。

像褚觉伟这样的员工，在物贸还有很多。

七月的上海骄阳似火，在物贸大厦位于中山北路主干道的十字路口，你都会看到有员工佩戴着党徽、胸牌，在为进出大厦的车辆进行疏导。这是大厦安保部的党员主动请缨，为客户提供服务的又一项举措，这是大厦员工践行“让客户更喜爱我们”的服务承诺从三十层楼的高度向广度的延伸。

就在这幢大厦的五楼，一群来自天南地北的大学生汇集在有色金属交易中心这个平台。他们主办了一场场专业领域研讨会，参与了有色金属现货价格 SMEI 的编制，经历了上海有色金属交易中心挂牌的时刻，他们从懵懂的门外汉一步一步摸索前行。

在斯柯达汽车黄晓懿技师工作室。小伙子们正在全神贯注地为客户检修车辆。说心里话，我非常喜欢他们身上穿的绿色工作服，不仅看上去赏心悦目，更彰显着百联集团“活力高效，团结协作”的团队精神。

2017年7月南方多地遭遇有记录以来的最大洪灾，生资物流公司28名湖南籍员工中，5人家中的房屋倒塌了，23人家中的农田被冲毁了。灾情牵动着所有物贸员工的心，一场募捐活动就此拉开。募捐的队伍里有经营企业的员工，有清理中心的留守人员，甚至有几位已经内退回家的人员听说了这事，也托同事捎来了一份心意。

今天的上海物贸正经历着刮骨疗伤、脱胎换骨的艰难过程，等待着破茧而出、涅槃重生的那一天；今天的物贸员工愿意用加倍的努力、加倍的付出、加倍的真诚去换一个属于企业、也属于自己的未来。

就像涓涓细流终归大海，在百联集团企业文化的培育过程中，既要有主力板块高举创新旗帜，不断吹响的豪迈旋律，也应该有我们物贸人坚守、坚持、从容、坚定的副乐章。

也许，以后的物贸不再是今天我们熟悉的模样，但只要“四千精神”得以传承，只要百联文化发扬光大，我们愿意为了这样一个未来，拼尽全力，重新出发！

注：钱丽萍被评为2016年上海市国资委系统优秀党务工作者

## → 走学习创新之路 树百联文化之魂

东方商厦有限公司 许宁



在不到2个月、不足60天的时间里，纯百货人自己开咖啡馆，这样的“跨界经营”简直就是“天方夜谭”！但事实胜于雄辩。东方人做到了。

今天，“学习创新”作为百联文化价值观之首，在全体百联人中宣扬。我不禁想到了自己近5年来先后两次脱胎换骨的转岗转型、两段刻骨铭心的学习创新经历。

2012年对我来说，非比寻常。那一年婴童大类退出东方经营格局，我主动转岗从事小家电销售。无论成长还是成功，都是从改变自己开始。从零起步、从头学起，我坚信：在学习创新路上，自己一定能开拓出一片新天地。于是，聚团队之合力，许宁周末厨房、米技炉友会、二十四节气心理调适养生食谱、劳模服务创新工作室等，一个个创新成果应运而生！

2016年，我迎来职业生涯中又一个新挑战。作为“翻”团队筹备组成员，我有幸全程参与了东方的创新转型，亲眼目睹了“翻”咖啡馆、“翻”花店，从无到有、从有到精的全过程。或许在多数人眼里，在不到2个月、不足60天的时间里，纯百货人自己开咖啡馆，这样的“跨界经营”简直就是“天方夜谭”！但事实胜于雄辩，东方人做到了。

学习创新之路是光明的，但又充满艰辛。2016年11月初，我和来自不同部室、商场的10位年轻同事，接受了为期5天

的咖啡师专业培训。这5天“魔鬼式”培训，我们接受了常人难以接受的高强度、高速度、高精度的实战训练。有个细节印象特别深，压粉是咖啡制作非常关键的一步，粉的平整度直接关系到咖啡口感，所以必须用手指把粉碗内的咖啡粉抹平。而现磨后的咖啡粉又格外烫手，大家的手指一次次在高温下练习，都肿成了一根根“红萝卜”，有的甚至还烫出了水泡。只见大家淡定地撸起袖子、卯足干劲，该怎么练就怎么练，实打实、不偷懒。那“十指连心”的场景，此刻想来还真让人“心疼”不已！

最磨炼意志的是打奶泡和拉花。我们先用自来水一遍遍地重复做同一个动作，这样一练就是上百次；当手酸胀得实在抬不起来，眼看一直站立的身子快僵持不住时，我们会不约而同地深呼一口气，连做几个深蹲，让身子歇一歇、让手臂缓一缓，再继续操练。两天后拉花作品终于成形了。你看，虽然“心”型还不太对称，但我们的心里却是满满的自信！

7个月后的今天，一道道饮品推陈出新，每杯咖啡的出品时间均在3分钟之内，已具备专业咖啡师的水准。

如果光临“馥”咖啡馆，您会被我的小伙伴们发自内心的微笑所感染，他们驾驭“黑鹰”咖啡机时的自信和坚定、他们制作拉花时的率真，一定会让消费者更喜爱我们。

学习是远航的动力，本领是搏击的能量。学习创新永远在路上！

注：许宁被评为2015年全国劳动模范，是党的十九大代表



## 团结齐努力 老树发新芽

上海商业储运有限公司 高青



**员工队伍是企业最宝贵的财富，而团结协作就是我们战胜困难的力量。**

**老树有深根，和谐是我家。团结齐努力，老树发新芽！**

上海商业储运公司就是一家老企业，一家成立于1952年的老企业。公司的招牌静静地伫立在外滩老建筑群中，见证了上海物流业半个多世纪的风云变幻。

在新兴的现代物流业席卷而来之时，商储公司作为一家传统物流企业，步履逐渐蹒跚起来。尤其是公司属下一批地段好、效益好的仓库接连不断地被动拆迁，每一次动拆迁，对于我们都是一次沉重的打击。

经营资源没有了，业务收入怎么办？那么多员工怎么办？公司领导班子的回答是“不抛弃、不放弃”，“场地尽管在萎缩，经营坚决不萎缩”。公司确立了“二创二改”的思路，即：创新自有基地的内涵式发展，改进配套设施；创新外借基地的外延式发展，改进拓展模式。现有仓库落后了，那么就适应市场需求，不断优化调整。自有仓库动迁了，那么就突破边界，到市场上去抢生意，依靠成熟的员工队伍去租借仓库来经营。本世纪初，为了加快从传统仓储向现代物流的转变，公司投资兴建了一座当时属于比较现代化的物流基地——全方物流。经历了十多年的高速增长后，2015年突然陷入了前

所未有的危机。占公司业务量近半的百事食品由于自建库房，终止了与我们长达 14 年的合作关系。望着大面积的空仓，员工们心急如焚。当公司广泛征集员工合理化建议的时候，在仓库摸爬滚打多年的老党员段归忠提出先从长期以来招商难、收益低的楼层库着手，通过改造转型升级为功能库。这个建议像一块磁铁，把员工们牢牢吸引住了。你一言，我一语，有的找资料，有的看市场，有的访客户，有的做规划……众人拾柴火焰高，冷库终于改造成功。运作一年后，招商稳定，租金是改造前的 3 倍多。企业以“二次创业”的姿态，终于度过了这场危机。

2017 年 3 月，运作了将近九年的外借基地顾村仓库面临动迁。公司未雨绸缪，组织员工转移到租借的金汇基地继续经营。一时间，从宝山到奉贤，员工们争分夺秒、南征北战。从了解新基地到留住老客户，员工们全力以赴，同舟共济。

目前，商储公司经营库房面积 40 多万平方米，其中租借仓库超过了一半，达到了 22 万，经营收入也实现了连年增长。在团结协作中，我们过严冬、不畏寒、抱成团、迎春来。2016 年，集团工会将商储公司申报为“2014-2015 年度上海市劳动关系和谐职工满意企事业单位”，看到有这么多员工在热爱着我们的企业，我们的企业有这样一支团结一心的队伍，我们还有什么困难不能克服，我们对未来又怎能不充满信心？员工队伍是企业最宝贵的财富，而团结协作就是我们战胜困难的力量。

老树有深根，和谐是我家。团结齐努力，老树发新芽！

注：商业储运公司被评为 2014-2015 年度上海市劳动关系和谐职工满意企事业单位



## 在攻坚担当中逐梦前行

上海世纪联华超市闵行颛桥有限公司 王佳景



**要追求梦想、追求卓越，就必须始终践行攻坚担当的百联价值观。我想对颛桥店的员工们说：“感谢你们陪我一起逐梦前行，我们将用自己的双手，一起创造百联美好的明天”！**

作为一名店长，我的心里始终有一个梦想：把世纪联华颛桥店建设成为一家顾客满意、员工优秀、社会认同的卓越门店。怎么去实现这个梦想，百联文化作为重要的无形资产，正是指引我们实现梦想的路标。而作为店长，“攻坚担当”四个字则是应该时刻牢记心头。

记得刚接手颛桥店时是 2013 年，那是一家亏损的门店，我感到压力山大。当时，我是世纪联华年纪最轻的店长，同时又是上海市劳动模范。因此，我没有任何退路，唯有咬牙坚持，唯有担当责任。

俗话说：商品有限，服务无限。我组织职工广泛了解顾客需求，制定了以服务创新为突破口的改进方案。我紧紧依靠员工查问题、找不足、想对策，并对职工的合理化建议认真审议、坚决执行。于是，商品预约点、顾客休息区等服务功能，打包装箱、WIFI 上网等服务项目一个个地推出了，想方设法地为顾客带来更好的购物体验。通过两年的努力，门店逐渐在颛桥地区形成了差异化优势，同时也摘掉了亏损的帽子。

2015 年，我们成为联华股份“百日行动”的第一家改造

门店。

在“百日行动”中，采取了一系列举措。就拿生鲜类来讲，蔬菜应该几层剥皮？水果展示放什么样式？这些，我们都一一对照、条条改进，终于使销售额得到了大幅提高。

“百日行动”中，门店的广大职工们付出了许多。蔬果课的主管小陈每天总是第一个进店。正是由于广大职工们的齐心协力、担当进取，才换来了“百日行动”的初战告捷。

2016年，颛桥店积极响应公司的新措施，成为生鲜自采经营承包的试点门店。2017年，我们又签订了门店经营合伙人协议书。

我们进行了“两个改革”——组织架构改革、激励机制改革；实施了“四个加强”——加强增收节支、加强基础管理、加强劳动竞赛、加强创新服务。就拿增收节支来讲，我们每一位员工的心里都装进了成本账，从节省每一度电入手，从节约每一滴水做起，人人成为经营者，个个争当排头兵。

在全体员工的努力下，颛桥店的销售额从2012年的1亿元，上升到去年的1.45亿元；利润从2012年的亏损，到2017年7个月时间实现盈利300万元。

但是，无论存在多少差距和问题，我的建设卓越门店的梦想不变。我知道，要追求梦想、追求卓越，就必须始终践行攻坚克难担当的百联价值观。攻坚克难是一种责任。只有店长担当了，员工们才会一起齐心协力地攻坚。

此刻，我想对颛桥店的员工们说：“感谢你们陪我一起逐梦前行，我们将用自己的双手，一起创造百联美好的明天！”

注：王佳景被评为2010年上海市劳动模范



## 不忘初心 再度启程

上海第一八佰伴有限公司 周兮波



秉持着一颗初心，我们工作团队克服困难、砥砺前行，2016全年处理电话投诉咨询623件，接待现场投诉455件，圆满办结率98%以上，并收获锦旗两面，来电来函感谢40余次。

售后服务是企业的一扇窗户，彰显企业形象，2017年1月1日就发生了这样一件案例。

元旦上午，前一天正是第一八佰伴重装开业后的第一个跨年大型营销活动，全体员工一直奋战到凌晨两点多，客流12万人次，取得了6.2亿元的销售佳绩。熙熙攘攘的景象萦绕在脑海，同事们还没缓过劲儿呢，一对年轻夫妇气冲冲地进来了。原来是昨天购物获得的3000元赠券，他们以为元旦能用，却被告知已过期，这可急坏了，坚称商场没有告知使用时限。同事拿来活动细则和女顾客解释，刚说：“小姐，您看……”谁知男顾客突然拍案而起，劈头盖脸大骂，他还真报警了。大家都愣住两秒钟，只觉得胸闷、太阳穴阵阵发麻。民警很快到了，可巧另一位女顾客也一起进门了，我连忙上前招呼“您好，有什么能帮你的嘛？……大姐？”那顾客瞪了我一眼“会说话嘛！你当我爷爷都嫌老！”警察冲着我直乐，了解情况后认为公司做法合理，也不存在辱客的情况。两位客人很尴尬，欲言又止。我们还是主动请他们留下联系

方式，并圆满解决了投诉。临走，客人什么也没说，紧紧地握着我们的手好久好久……

很多人以为投诉接待就是“和稀泥”，其实不然，顾客愿意继续和企业往来，我们作为服务窗口，就应该以最大的诚意和胸怀来回馈这份信任，让消费者更喜爱我们。细想一下，我们在沟通中真的完美无缺吗？这件事后，我们工作团队自省并改进工作标准，统一称呼女顾客为“女士”，体现对顾客的尊重并避免歧义。

也有人认为投诉处理就是“糊裱匠”的工作，其实不然，身处服务第一线，能了解到顾客各种真实的不满意之处。就像过去，不少顾客反映：“走的累死连歇脚的地方都没有”、“厕所太旧”等。我们将建议上报总经理室并得到了重视。在2016年为期6个月的改造中，第一八佰伴腾出大片经营区域拓宽通道、增加休息座椅和绿化；精心设计顾客洗手间和母婴室，优化了购物体验。做好消费者与企业之间的沟通桥梁，就是我们的骄傲所在。

秉持着一颗初心，我们工作团队克服困难、砥砺前行，2016全年处理电话投诉咨询623件，接待现场投诉455件，圆满办结率98%以上，并收获锦旗两面，来电来函感谢40余次。这就是售后工作所践行的“让消费者更喜爱我们”，这也是第一八佰伴全体员工始终坚持的。

而今，站在新起点的第一八佰伴人，怀揣着那份为消费者创造美好新生活的热忱与信念，以及“二次创业”的精神再度启程，相信不忘初心，方得始终！

注：第一八佰伴投诉接待室被评为上海市消费者权益保护示范联络点



## 为了一个承诺 坚守35年

上海第一医药股份有限公司 陶依嘉



**“诚信”，驱使我们35年来从未间断。而“阳光”，则是我们以用心用情、开朗快乐的心态投入为民服务，不仅是服务，而是一种语言的交流、情感的交融，服务大家的同时，也快乐了自己。**

作为一名退休员工，工作四十多年来，有许多难忘的记忆，也有许多切身的体会。其中印象最深的，就是有一个承诺，我们坚守了35年。

记得那是在1982年3月，我从部队复员回来不久。怀着“学习雷锋好榜样”的激情，我和单位其余5名退役军人自发组成小队，在第一医药商店门口，推出了第一辆“为民服务”小车。那个年代，血压计、体重秤、医药箱可都是医疗机构才有的设备。我们为过往行人免费提供量血压、称体重、疾病咨询、小伤包扎等服务项目，得到市民百姓的热情欢迎。回想过去，仿佛就在昨天，只记得当时的队伍排得是那么长，许多阿姨、伯伯问年轻的我：“小妹妹，你们什么时候还会来？”我的回答是：“我们今后一定会常来。”

于是，“常来”就变成了“每个月都来”，“常来”就变成了35年、420个月，“常来”就是我们对消费者的一个郑重的承诺。我们不但来了，还把队伍群体不断扩大了。35年来，不管是刮风下雨还是严寒酷暑，无论是双休日还是节

假日，只要是每月 20 日，商店开门营业前的两个小时，我们就在南京路上义务开展“为民服务”活动。

作出承诺很方便，但是要坚守承诺就需要一种信念。“诚信”，驱使我们 35 年来没有一个月间断。而“阳光”，则是我们以用心用情、开朗快乐的心态投入为民服务，服务也就不再仅仅是服务，而是一种语言的交流、情感的交融，服务大家的同时，也快乐了自己。

岁月变迁，当初的“为民服务”需要“迭代”，需要通过不断的创新使之赋予新的内涵。1997 年 3 月，为了把我们的学雷锋扩展到全市，为了把我们的服务提升一个高度，在公司领导的大力支持下，开通了第一条医药热线——第一医药依嘉医药热线。与此同时，我还坚持为社区孤寡老人上门服务，为残疾人服务，为军烈属服务，为有困难的人服务，努力通过点点滴滴的行动擦亮第一医药的品牌。

2013 年 5 月，我们的“依嘉热线”又转型成第一医药（依嘉）创新服务劳模工作室。这更应该是服务的提升。2016 年，商店先后引进了智能化的健康小屋，及对接徐汇中心医院各科室的诊疗端口。我们把便民服务提升到药学服务，把家用医疗器械的小修小补提升到一种与健康密切相关的专业服务。

许多优秀的价值观都有共通之处，我在学习百联文化时，就觉得有许多内容，比如：自我驱动，主动担当等，与雷锋精神异曲同工。希望在百联文化的指引下，百联能够得到更多消费者的喜爱！希望雷锋精神能够永远传承下去！

注：陶依嘉被评为 2000 年全国劳动模范、2013 年全国道德模范，陶依嘉担任负责人的第一医药“依嘉热线”于 2016 年被评为中宣部“学雷锋为民服务示范点”。

## 党日活动充盈着温度和活力

上海联华快客便利有限公司 王俊



**百联文化是一种长期的积淀，是以文化人的过程，作为一种持久的力量，是强支部兴支部塑造支部形象和品牌的根本之策。**

落日余晖，给大地镀上了一抹金色，快客第四支部“上钢社区志愿者大蓬车”收摊了，它为“党日主题实践活动”又添上了浓墨重彩的一笔。

2017 年 6 月，四支部第三次荣获上海市“国资委党支部建设示范点”的称号。

都说“文化铸魂”。四支部党员在一开始设计《党日主题实践活动》时就认识到，百联文化是一种长期的积淀，是以文化人的过程，作为一种持久的力量，是强支部兴支部塑造支部形象和品牌的根本之策。统一了认识，四支部从实践中找方法，在探索中寻思路，很快，就以“围绕党员讲奉献，围绕企业创绩效，围绕员工讲稳定”为创建的主要内容，采取灵活多样、上下结合、集中与分散的办法，设计完成了“党日主题实践活动”方案，作为党建活动载体。

“党日主题实践活动”特色有四个融入：融入中心工作、融入阶段工作、融入基础工作、融入社会公益。和大家分享一个小故事。

四支部下面有家申滨店，73 平米的卖场日均产出 5 万元的销售，最高时可达 7 万余元。每天申滨店有 100 多箱商品

到货，旺季时更是多达 200 多箱，店里的 11 位女员工，每班 4 人，劳动强度可想而知。于是，她们在搬运重物时都学会了借助腹部的力量，一箱商品只有紧顶着腹部才能搬运，这也成了她们自创的搬运技巧。把平凡的工作做到极致就是不平凡。申滨店成绩的取得完全是百联文化攻坚担当、活力高效、团结协作的生动体现。

四支部还根据“党日主题实践活动”要求推出了“转型门店现场观摩交流会”、“党建活动在一线，鲜食推广主题活动”等，多方面搭建平台，提供党员展示能力的舞台，培养经营能手。

2016 年 2 月 1 日清晨，一场瑞雪过后，大地银装素裹，快客的 6 家门店却洋溢着一种暖暖的气息。四支部和上钢街道、瑞金二路街道联手创立的“天使遇见宝贝”公益早餐项目启动的第一天。复兴店的小宝贝王亮由奶奶陪着来了。看着孩子大口大口吃着爱心早餐，奶奶露出了欣慰的笑容。在未来的一年时间里，首批 12 位困难家庭的受助宝贝可以在离家最近的快客便利店每天领取一份免费早餐。大年初一，前来领餐的每位宝贝都收到了四支部送上的一份新年礼物。上善若水，爱心永存。小小的微心愿，却连接着党群、社群两头。曾经“一位特困家庭的小朋友，希望拥有一双保暖的运动鞋；一位年迈的独居老人，希望能有一顿暖心的饭菜……”“问渠哪得清如许，为有源头活水来”。这些在常人眼里微不足道的小事情，对于社区特困群体而言，恰是迫切需要解决的“大苦恼”，于是，四支部党员一一去做了。“天使遇见宝贝”项目是四支部的又一次起航。

注：联华快客公司第四党支部被评为 2017 年上海市国资委系统基层党支部示范点



## 安付宝 4.0 诞生的故事

百联电子商务有限公司 杨翠平



或许我们不再年轻，但磨砺中我们仍保有一颗坚韧跳动而热血的心。“求知若渴、勤学笃思、勇于探索、创新无界”，我们安付宝人必将以最大的决心和最好的状态，与集团支付业务同发展、共成长。

面对困境，在集团支撑下，在百联电商公司领导带领下，安付宝毅然决然走上创新转型的艰难道路。从产品设计到流程优化，从技术更新到系统升级，从客户体验到风险控制，安付宝人将自己全部的热情投入其中。经过 700 多个日夜的艰苦奋斗，200 多人的辛苦付出终于换来富有百联特色的全新支付应用工具——OK 支付的正式上线。

2016 年 12 月 25 日，对于大多数人来说，只是一个普通的圣诞节，但对于安付宝而言，却是值得铭记的一天。这一天，线上 OK 支付的 APP 可供大家自由下载，线下我的小伙伴们激动难掩、泪流满面。

OK 支付上线至今，我们小心翼翼照看她，如同看蹒跚学步的孩子。我们相信终有一天她会长成参天大树，即使面对再大风雨，她也会奋勇向上、屹立不倒。

OK 支付设计之初，为保持 OK 卡特色，我们即决定将她打造成卡包与现金账户的结合体。然而，在产品研发阶段，产品组就遇到棘手问题。预付卡与网络支付属于支付业务的两个分

支，他们在实名制方面的合规要求有所不同。那么如何在同一个应用上将他们完美统一？又如何用简洁的界面和流程让客户迅速了解规则？放眼望去，整个支付市场竟然从未出现过类似产品。面对无经验可借鉴的窘境，支付宝当即成立专项研究小组，研发属于自己的产品。1.0 产品，推翻，因为绕不过监管红线；2.0 产品，推翻，因为不符合客户使用习惯；3.0 产品，推翻，因为无法有效控制风险……一次次研究，一次次讨论、一次次验证，今天我们看到的正式发布的 OK 支付 4.0，就是在这样不放弃的学习与创新的氛围中产生的。

10 年前，刚刚硕士毕业的我，在走进百联电商的那一时刻，以为从此登陆上岸，远离无涯学海。如今，我却深深领悟到，身处一个变革急剧的时代，放弃学习，放弃创新，对一个企业而言，意味着放弃发展，放弃未来；对一个员工而言，则意味着提前养老，自我放逐。所幸，我和我们的企业都没有轻言放弃。

On the way，在路上。

10 年已过，或许我们不再年轻，但磨砺中我们仍保有一颗坚韧跳动而热血的心。“求知若渴、勤学笃思、勇于探索、创新无界”，我们支付宝人必将以最大的决心和最好的状态，与集团支付业务同发展、共成长。

注：杨翠平被评为 2016 年普陀区青年英才、2013-2014 年度百联集团管理能手



## 因为无边界 我们携手共进

百联全渠道电子商务有限公司 高华



在百联，自各个业态的伙伴们都走出了自己的边界，大家一起齐心协力，披荆斩棘。因为无边界，我们携手共进。

无边界这个概念起源于杰克韦尔奇，因为无边界组织使得通用电气取得了巨大的成功。我们回顾历史，其实每一家公司能取得成功，都与突破自己的边界有着重要的关系。这个边界可能是业务边界，可能是管理边界，可能是组织边界，也可能是思想的边界。

在百联，在携手探索新零售的道路上，我们也突破时间与空间的边界，打破业态与业态的边界，改变功能与服务的边界。在一次次系统改版、一项项新业务上线的背后，荆棘遍布，但是来自各个业态的伙伴们都走出了自己的边界，大家一起齐心协力，披荆斩棘。因为无边界，我们携手共进。

在全渠道的业务场景中，百联到家是联华、百联门店与顾客在线上的连接纽带，网订店送，3 小时速达。由于新生项目，自配送业务系统还没有全面启动。今年春节，快递人员纷纷回家过年，配送力量严重不足，集团工会得知此事后，立刻牵头发起了“百联到家”春节配送服务志愿者活动，向广大职工发出倡议：多尽一份力支援“百联到家”，多站一天岗，呵护“i 百联”成长！

虽然时间紧迫，倡议依然得到了联华股份、百联股份、

全渠道公司等公司的积极响应，仅仅4天就有445人报名参加。为了支持这次活动，有的同事调整了假期安排，有的同事到离家很远的门店服务，有的同事甚至出了8天的全勤。这一刻，不再有公司与公司的边界，大家只有一个名字，就是百联人。

在考虑怎样送货的时候，夫妻档、闺蜜档、母子档、全家档应运而生。自行车、摩托车、小汽车纷纷上线。志愿者队伍加上隐形而庞大的最强亲友团，组成了最给力的团队。与此同时，大家还建立起了“新春志愿者服务群”，这一刻，正是岗位边界、管理边界的突破共同撑起了“春节不打烊”的业务链。

在活动期间，志愿者每天从上午9点到下午4点，抱着手机，坚守在各自的战场。每当有订单出现，志愿者们总会用最快的速度，最好的态度，最美的笑容，如期把全部商品送达顾客手中，大家把每一单都看成了自己的事业在经营。“我开张了，哈哈哈！”一位志愿者在得到订单后的欢呼，将坚守化成了幸福。

很多新业务更需要我们有打破边界，跨前一步的意识来探索与实施。这一次的春节活动证明了，边界之外，我们齐心协力的力量有多强大。我们也相信，因为有了各个业态打破边界的守望相助，集团的全渠道新零售业务一定会越来越好。

注：全渠道公司“百联到家”项目组被评为2017年上海市工人先锋号



## “灵丹妙药”催生激越青春

上海百联房地产经营管理有限公司 朱程



**面对问题抓导向，因势利导出三招，招招灵验见成效，活力高效在房产。百联房产将激发青年活力，打造高效团队，乘着百联改革发展的高速列车，激昂青春，砥砺前行**

活力高效，是一个企业创新发展的源泉，是一个企业生生不息的动力，更是一个企业事业勃兴的境界。

然而，理想很丰满、现实更骨感。在我们百联房产公司曾经有那么一些青年员工，在那么一段日子里，却存在着活力不足、高效失能的问题。有的不思进取，于是乎，本应是活力高效的生力军，变成了事不关己的旁观者。

怎么办？公司党政领导班子以问题为导向，迅速行动、寻求对策；以企业文化为引领，谆谆善诱、对症下药；连出三招，峰回路转、柳暗花明。

第一招：岗位体验，激励青年员工积极向上。为振奋青年员工的精神面貌，一场全岗位带教计划推出了。租金催讨、招商招租、费用管理、合同管理、安全管理、空置房管理、设备设施管理等公司主营业务运行的各个环节，涌动着青年员工认真学习、好奇求教的身影。

有的青年员工发出感慨：在指导师傅的带教下，我们了解了公司整个主营业务运营，也发现了管理中可以不断优化的环节，我们青年大有用武之地。

于是，一场为期3个月的岗位体验，换来了青年员工积极向上的精神面貌。

第二招：搭建平台，激发青年员工奋发有为。为激发青年员工的成就感，一个搭台唱戏的大幕拉开了。制订与薪资挂钩的激励机制，鼓励青年员工参加继续教育及专业知识培训；邀请青年员工一同参加公司中高级管理人员的培训，列席公司业务分析会，参加市场调研等活动，满足青年员工被重视、被关注的获得感。为提升青年员工的工作技能，放手让青年员工积极参与和自己组织重大活动，市国资委红旗党组织评选展示、市国资委“青春达人”、集团营销活动大赛……都有青年员工矫健的身影。

第三招：正能捕手，激扬青年员工活力高效。为引导青年员工为企业发展建功立业，一个捕捉正能量的行动开始了。青年员工走出办公室，走出狭小的心灵，精神抖擞地走进了公司管理的商务中心、办公大楼、偏远仓库、住宅小区，走进了分布在全市7个区的职场与客户，捕捉好人好事，用手机、相机记录下隐藏的正能量，接受评委的点评与打分。

正能捕手，让青年员工捕捉到了百联转型的艰辛、发展的成果；捕捉到了百联房产人的不言放弃的斗志，开拓进取的精神；青年员工纷纷在军令状上签名，在企业最需要的地方冲锋陷阵，勇往直前。

面对问题抓导向，因势利导出三招，招招灵验见成效，活力高效在房产。百联房产将继续发挥党的政治优势、组织优势和群众工作优势，激发青年活力，打造高效团队，乘着百联改革发展的高速列车，激昂青春，砥砺前行，共同实现百联集团“让消费者更喜爱我们”的美好愿景！

注：朱程被评为2016年上海市五一劳动奖

企业使命  
创领消费时代  
创新客户体验  
创造员工价值

## 第二篇





## 创领消费时代 创新客户体验 创造员工价值

致力引领新零售的发展，开拓消费新时代；为顾客、合作方、供应商等带来新体验和新价值；企业与员工共同成长，实现员工和企业的共建、共享、共赢。



## 攻坚担当 为“i”插上翅膀

上海晶通化轻发展有限公司 唐皓



凝心聚力，即便有再多的困难和委屈，我们都将相信远方，即便我们还不够成熟和完美，我们都将坚守在物流的战线上，为i插上翅膀！

如果你问我，企业文化到底是什么？我会告诉你，企业文化就如同一个人的性格、底蕴和气场，每一位员工、每一次微笑、每一个细微之处都无声无息地展现着企业文化。优秀的企业文化、独特的核心竞争力是员工放飞激情、企业获得加速发展的能量保障！

如果，你有机会走近我们晶通，你会发现有这样一群年轻人：他们虽然年龄、家境不同，脸上却洋溢着一样的微笑；他们的学历、职位不同，周身却散发着一样的朝气；他们的从业经验、社会历练不同，心底却迸发着对企业一样的深情和热爱！

你不会想到我们有这样两位姑娘，电商物流的单证小唐和晶晶。一个是在2014年底，为了完成12万件货物的交接盘点工作；一个是在2017年519周年庆的当天，都是她们结婚的前一夜，可是她们依然和伙伴们一起，加班加点，没有丝毫的懈怠和怨言。皎洁的月光洒在她们忙碌的身上，谁也不知道，明天她们就要做最美的新娘。相似的经历让她们有着同样的情怀，在她们的心里，齐心协力，这何尝不是一种幸福。

你不会想到我们有这样一位小爸爸，电商主管小林。在 i 百联 35000 人内测的重要阶段，襁褓中的孩子高烧不退。在家庭和工作的天平上，他把砝码加给了后者。在库房的营运安排、操作优化上，他尽心尽力，不辞辛劳，每天深夜回到家中，他第一件事就是去孩子的摇篮边，亲一亲那张熟睡的小脸，给辛苦操劳的妻子一个充满歉意的拥抱。在他的心里，奋发有为，这何尝不是一种成长。

你更不会想到我们有这样一位年轻的项目经理小黄，一位倔强的 80 后，对电商运作毫无经验的他，主动担当起了这份企业寄予的重托。他放弃了更多的休息时间，带领团队从零起步忘我地投入到这个新的项目。可是，在单位组织的体检中，偶然发现了肺部阴影，继而确诊为恶性肿瘤。这个结果如同晴天霹雳，给正值壮年的生命以无情的打击。此时，恰逢 2016 年 519 上线前期，他把手术日期一推再推，每天用嘶哑的声音指挥着现场，每夜都带着疲惫的身躯最后一个离开库房。在经历了切除整整一片肺叶的大手术后不久，他毅然选择重新回到了自己的岗位。他坚信，只有一条路不能选择，那就是放弃的路，只有一条路不能拒绝，那就是成长的路，他用对物流事业的执著战胜了对病魔的恐惧。他知道成功的另一个名字叫奋斗，勇敢的另一个名字叫攀登。在他的心里，攻坚担当，这何尝不是一种重生！一路走来，正是晶通人勇于探索、攻坚担当，才让这个充满无穷活力和战斗力的团队一次又一次地创造了奇迹。在 2017 年 i 百联周年庆活动中，519 当日我们完成了出货订单 5006 单，员工们的团结协作又一次刷新了当日运作单量的新记录！

在我们百联物流，无论是指挥若定的高管、现场管理的中层、还是勤勤恳恳的普通员工，他们在工作中不计得失、忘我投入，将物流人勇于担当的品格发扬光大；他们在岗位

上无私奉献、和衷共济，将百联的企业文化诠释得淋漓尽致。

每一个不眠的夜晚铸就新的台阶，每一滴勤劳的汗水浇灌新的业绩。我们满怀憧憬投身到百联新一轮的转型发展中，合内外之力，聚上下一心，用千千万万小我的努力去奏响百联奋斗的交响曲。

我们从百联电商手中接住转型发展的第一棒，汗水与泪水交织，光荣与梦想同在。我们将乘着 i 百联的高速列车，牢记使命，凝心聚力，即便有再多的困难和委屈，我们都将相信远方，即便我们还不够成熟和完美，我们都将坚守在物流的战线上，为 i 插上翅膀！



## 百舸争流 奋楫者先

上海百联集团股份有限公司 潘明华



百联的改革已经进入了深水区，一张张“创新试卷”、一个个“项目考题”现实地摆在百联人的面前，要破解发展难题，厚植发展优势，就需要全体百联人大胆攻坚、切实担当，群策群力、攻坚克难。

绿茵场上，橄榄球运动员正在做“爬行”训练。一名球员俯卧，用手脚撑地，另一名球员仰卧在他背上，俯卧的这位球员膝盖不得着地，背着身上的球员向前爬行。第一次训练，球员们用尽全力完成了10米的目标。第二次训练，一位球员被蒙上了眼睛，在教练的引导下，开始“爬行”，你猜他最终向前爬行了多少米？

运动员们的成绩，我们稍后揭晓。切换一下场景，2017年百联也正肩负着压力，奋力前行。零售市场的竞争日益加剧，线下零售不断扩大，区域截留势不可挡，线上零售风起云涌、消费需求快速迭代。匍匐前行，唯有信念动力。百联人有责任有担当，我们义无反顾地选择了改革创新。“十三五”规划的蓝图，为百联转型创新指明了方向，确定了纲领。

“纲举目张，执本末从”，改革的关键在于抓住重点，核心在于找准难点。百联的改革已经进入了深水区，一张张“创新试卷”、一个个“项目考题”现实地摆在百联人的面前，要破解发展难题，厚植发展优势，就需要全体百联人大胆攻

坚、切实担当，群策群力、攻坚克难。

百联人的攻坚，有着敢为人先的锐气。2016年，第一八佰伴装修改造工程全面启动，项目大胆采用了不停业的方式进行改造，随之而来的，是许多前所未有的新课题：如何短时间内同时完成撤柜及跨楼面转移？如何兼顾施工安全与顾客购物体验？如何在改造期间稳定员工队伍，避免人才流失？面对一个个新问题，八佰伴的员工们多谋善断、思新求变、勇闯新路。这里做到管理不留白，那边积极参加转型培训。改造装修复杂多变，全体员工忙而不乱，坚持学习新知，勇于攻坚克难。第一八佰伴重装开业之后第5天，全体员工队伍再一次整装待发，迎战跨年营销，再度实现了超6亿元的销售！

百联人的攻坚，有着蓬勃向上的朝气。2016年底，作为曾经东方人走进转型升级的东方商厦（旗舰店），视觉亮点那一抹蓝绿英式风味“翻”咖啡馆，品味到的是与东方客群匹配的风格，更是感动敢于转型创业的这群平均年龄27岁年轻东方员工，他们带来的朝气，带来的引领，带来的自我淬炼，告诉我百联需要这样的蜕变精神。许宁，全国劳模，刚当选为十九大党代表，她在东方25年兢兢业业践行百联人攻坚担当，从小朋友知心姐姐到现在阿姨妈妈贴心的点心师，她在平凡岗位展现不平凡担当。

担当，是一种政治信念。6月2日，第一百货商店迎来了闭店礼谢大型营销活动，“小别离，大心意”在社会上引发了巨大反响。近二十年未有的大客流，1.71亿的销售背后是百联人的担当，哪里有需要，哪里就有党员。每一部满载顾客的自动扶梯旁，每一处大排长龙的收银台前，每一个人流如织的商场楼面，都有党员志愿者身影。有的人家中有困难，有人即将退休离岗，依然尽心尽责，因为有这份情怀，

这份责任，这份使命。最近在一店听到最多的一句话，68年厚重生命历史的中百一店改造任务落在我们这批人身上，我们责无旁贷，这是几代人重托，更是一份沉甸甸的历史使命，这就是勇于担当的百联党员。

担当，是一种发展能力。面对来势汹涌的数字化浪潮，百联创新转型商务电子化战略紧锣密鼓开展。战略推进过程中，百联股份的干部员工深感责任重大，利用业余时间收集智能化车库知识和信息，确保新系统与企业实际完美结合；积极参与项目内测活动，为项目的顺利上线添砖加瓦；多次前往门店宣讲培训，为项目的落地打下坚实的思想基础。肩负开山辟路的责任感，心怀责无旁贷的使命感，这就是勇于担当的百联干部。

在信念面前，匍匐前行，会是怎样的成绩呢，回到开头的场景，你猜到了吗？橄榄球运动员在教练的100多次鼓励下，爬行了一个球场的距离——100米，是原来的整整10倍！

百舸争流，奋楫者先；千帆竞发，勇进者胜。我们相信，在百联文化的指引下，敢攻坚、勇担当的百联人，必将共同实现让消费者更喜爱我们的企业愿景！



## 镌刻在不朽丰碑上的百联记忆

上海百联物业管理有限公司 蒋国鑫



**我们每一个百联儿女都应该牢记先辈们用献血和生命换来的和平，继承我们民族生生不息的伟大脉搏，为我们的强国梦、强企梦战斗到最后一息！**

静静的苏州河水，依旧在述说着70年前那段熔铸于民族心灵的悲壮故事。巍巍的四行大楼，依旧留驻着百联人一往情深的记忆。

1937年8月13日，日军悍然发动长达3个月的淞沪会战。中日双方陈兵百万展开殊死搏杀。在战争后期的7天里，中国守军某团“八百壮士”在团副谢晋元带领下，据守四行，英勇反击，打退了敌人10多次的疯狂进攻，彻底粉碎了侵略者“三个月”要亡我中华的狼子野心。

八百壮士用生命抒写的壮歌，在百联人心中永久地回旋。为了让历史永远铭记这一刻，百联人责无旁贷地承担了将这座饱经战火与献血洗礼的四行仓库，改建为上海唯一的战争遗址类爱国主义教育基地的重任。2015年，在世界反法西斯战争胜利70周年和淞沪会战78周年到来之际，百联物业光荣承接了“新四行”的物业保障工作。在集团和置业公司领导下，物业人不辱使命、不负众望，立足业主方和参观者需求，从开馆令下达到正式开馆，给物业留出的时间才两个星期。短短的14天，百联物业举全公司之力迎难而上，党政领导每

天深入一线、现场协调，各部门通力协作、增援到位。在四行历史上，这是另一个看不见硝烟的“攻坚战”。8月9号，第13号台风向申城逼近，馆前刚铺的沥青路尘土飞扬，馆内到处是工程垃圾。就在这时，场馆接通知“市委和区府领导明天上午到现场勘查”。公司总经理陈宇伟临阵指挥，紧急调集全公司300名党员干部和技术骨干通宵“开荒保洁”。凌晨1点30分，浩荡的物业大军开进场馆，他们星星点点，他们拼命苦干，上海市劳模赵蔺廉、上海市十佳项目经理邱榕、在现场胆结石复发仍坚守岗位的共产党员王勇灵，他们像百联的繁星一样，深深照亮了中国现代史上这座凝聚着民族精魂的伟大建筑——凌晨6点，物业人按照正式开馆的要求，提前向馆方交出了完美的答卷！12号晚间，物业人第9次通宵作业，直到开馆日上午7点才收工。在这14个难忘的日夜，场馆物业人的平均睡眠时间不到两个小时！

2015年8月13日上午9点，中共上海市委、市府、市人大、市政协领导和抗战老兵、“八百壮士”遗属等各界代表，在新落成的上海四行抗战纪念馆门前广场隆重集会。在雄壮的国歌声中，象征着中国人民和世界反法西斯战争胜利的长明火，辉映在四行西墙那430个弹孔墙前，昭示着悠悠历史，呼唤着光明的未来！

作为这一份特殊的历史遗产“守护者”，物业人深深明白自己肩负的社会和政治责任，以对业主和参观者高度负责的精神，担起了场馆常规化运行的重任。百联物业继续选派精兵强将驻守一线，从开馆以来的550天里，已接待参观者70多万，近3000个团队。从远在大洋彼岸的“飞虎队”家属，到宝岛台湾的抗日将领；从“八百壮士”后裔，到普普通通的市民群众，华夏儿女用血浓于水的民族亲情，筑起了又一道坚不可摧的血肉长城。在与参观者一同走过的日月

星辰中，29名在军旅生涯中滚打过的保安员，用真情丈量了7700公里的巡逻里程，差不多徒步从上海到乌鲁木齐打了个来回；8名保洁员更全方位呵护3800平米展馆的每寸土地和每件展品，保洁总量已近300个足球场；7名“90后”讲解员，动人的故事每天说上千遍也不厌倦，迄今讲解文字总量达3000万字，相当于亲口诵读了10遍四大名著和25本《战争与和平》。原中央军委副主席、年近九旬的老将军迟浩田，“民族英雄”谢晋元将军之子谢继民，对生动践行“让消费者更喜爱我们”的物业团队和百联人，给予了高度的评价。

在弘扬百联文化和攻坚“十三五”战略目标新的历史航程中，我们每一个百联儿女都应该牢记先辈们用献血和生命换来的和平，继承我们民族生生不息的伟大脉搏，为我们的强国梦、强企梦战斗到最后一息！



## 责任在心 担当在行

百联全渠道电子商务有限公司 张申羽



**我们需要敢于担当的肩膀，需要走出舒适区的勇气，需要担当更多的使命，我们才可能穿越思维的边疆，去创领潮流，创新模式，创造价值，才可能做到让消费者更喜爱我们。**

我一直相信一个观点，企业文化作为每个企业的内驱力，它的力量，不是来源于书面的文字，不是来源于口头的语言，不是来源于外部的推动，而是来源于我们内心的认同与行动。

我们的企业的使命里有三个创字，创领、创新、创造。

“创”在字典里的意思是开始做一件事。

其实对于我们所有人来说，开始做一件事不难，难的是开始做一件自己没做过的事。

我们要创领潮流，创新体验、创造价值，每一件都不是靠我们做现有的工作能完成的。

如何实现创新？创新的力量来自于担当。

6月26日，正好是未来店的开业，在这个项目的一年多时间里，很多人问我，你们全渠道怎么跑去开实体店了，听说你们电商之外要开个超市？其实在这个过程中，我自己也迟疑过，迷茫过，但是我们看到，盒马一家接一家的在拓展，超级物种一家又一家的在扩张。甚至阿里巴巴都在不停的收购菲律宾、印度的电商公司。可能今天我们在迟疑的时间内，我们的竞争对手已经行动起来。晚上躺着想想这世界上比你

优秀的人比你还努力，是蛮让人焦虑的一件事。

盒马背后有阿里线上流量的支持，超级物种背后有永辉生鲜供应链的支持，而和他们相比，我们可以说没有任何优势。人货场三大要素一切都是从零开始，但是我们的团队无所畏惧。从2016年6月团队建立，到2017年6月，我们首店开业，运营、技术、营建每一个模块的实施计划看上去都像是不可能的任务，但是就是靠项目组26个成员一晚一晚的加班硬啃了下来。他们中有人因为长期加班而胃穿孔，有人女儿要手术，人还在现场盯工程，有人为了产品上线，连续48小时不下火线，有人在6个月内跑遍20个城市，完成了直采供应链的筹建。

有的人虽然只是负责餐饮营运，但是凭借自己对设计的研究和热爱，成为门店设计的担当。

面对无数困难与挑战，团队选择了坚持与担当。正是因为团队这种担当，团队在摸爬滚打中找到了与永辉及盒马不一样的模式：

我们努力将餐饮体验做到极致，来诠释我们的生活方式，我们设计了社群化的APP应用，传递商品之外的生活理念，我们开发了承载全渠道功能的系统，实现了多场景多功能的融合。

因为我们的担当，所以我们实现了一点点的创新。

面对困境与质疑，我们担当的力量来自哪里？

我觉得来自我们对人生与事业的理解。

每个人的人生的长度都是一样的，我们无法改变，我们可以改变的是人生的宽度。生命的意义不是来源于别人的评价，而是来源于自我的实现。社会的对你的评价不是来源于别人说了你什么，而是来源于你自己做了什么。当我们实现了足够多的目标，完成了诸多使命，我们的人生也因此丰富

多彩。这时所有外界与内心的质疑都已经不值一提。

今天是未来店开业，明天后天可能还有更多的新零售终端开店，可能有更多新业态的尝试，这中间会夹在着各种褒贬不一的后果，但是如果这一切都是为了实现企业的目标，实现个人的使命，这些褒贬又算什么。

我们需要敢于担责的肩膀，需要走出舒适区的勇气，需要担当更多的使命，我们才可能穿越思维的边疆，去引领潮流，创新模式，创造价值，才可能做到让消费者更喜爱我们。

## 诚信阳光

### ——百联文化学习体会

百联集团教育培训中心 陈阳琴



**百联价值观 = (学习创新 + 攻坚担当 + 活力高效 + 团结协作) \* 诚信阳光。这个公式不一定确切，但我想借此说明一个问题：缺失了诚信阳光，价值观就成为了泡影。**

百联教培中心三个月前参加党风廉政建设大会，观看了反腐警示教育片；就在一个月前，我们又承办了2017年集团纪检监察干部培训班。在片子中，在课堂上，我们听到了一些熟悉的名字，这些名字曾经出现在光荣榜中，他们的身影曾经站在领奖台上。但现在，他们却成了警示片中的教育案例。但那时，在感到惋惜、痛心之余，我还没有十分清楚地将他们和“诚信阳光”这个价值观要素的缺失联系在一起。

培训结束后，正值“百联文化大家讲”如火如荼展开之际。记得是在一个周一的下午，我认真研读百联文化建设体系，仔细思考我们百联价值观的五个要素。渐渐的，一个念头越来越清晰地涌上心头——如果说前四个要素可以是叠加的关系，那么诚信阳光这个要素是乘数的关系。请允许我用一个简单的公式来表示：百联价值观 = (学习创新 + 攻坚担当 + 活力高效 + 团结协作) \* 诚信阳光。这个公式不一定确切，但我想借此说明一个问题：缺失了诚信阳光，价值观就成为了泡影。

怎样算诚信？作为各级领导人员，对外，我们要对消费者、



服务对象诚信，言出必行，一诺千金。譬如就教培中心来说，既然我们作出“师资聘请零失误”的承诺，那么，纵然踏破铁鞋，也要去“众里寻他千百度”，不以任何理由来推托。

对内，我们对员工同样也要诚信，言出必行，一诺千金。政府机关讲“公信力”，企业领导也应如此。我们要用平等、信任的态度来对待员工，要以发展、成就员工的初心来培养员工，同时要用公开、公正的制度来保证员工正面行为得到激励，负面行为受到惩罚，以此塑造整个企业的“诚信”环境。

那么怎样算阳光？我的理解是：修于心，笃于行。表现在内心，则心态阳光；表现在外在，则行为阳光。

心态阳光，对事，会以积极乐观的态度来对待，碰到困难不沮丧；对人，会以真诚坦荡的态度来对待，不以恶意去揣测他人。比如说，有人在公开场合指出了我们工作中的失误，是认为他存心出我们的洋相呢？还是觉得他说得对，帮助我们避免进一步损失？

习总书记强调：要让权力在阳光下运行。对于手里或多或少握有一定权力的各级企业领导人员，行为阳光就是要公平、公正，开放、透明，主动接受制度、规则的约束和群众的监督，行为更多一点理性，更少一点任性。

“蓬生麻中，不扶自直；白沙在涅，与之俱黑”。诚信阳光的价值观，各级领导人员有责任、有义务去传播和践行，诚信阳光的企业环境，各级领导人员有责任、有义务去塑造和维护。

怎么做？从“我”做起！

我送给我自己四个字“十年，明天”。所谓十年，就是假设我还要在这个单位、这个岗位上再做十年，那么，如果不诚信，就会无以立身、无以立企，更谈不上企业的长远发展；所谓明天，就是假设我明天就会被一纸文件调离这个岗位，

那么，如果不阳光，做事不在制度规则框架内，就会经不起后者对我工作的检查和员工在我离开后的评价。

十年，明天，诚信，阳光，愿诚信阳光成为流淌在我们所有百联人血液中的DNA，让学习创新、攻坚担当、活力高效、团结协作所产生出来的巨大能量和成果，实实在在地支撑起我们企业的使命，实现我们企业的愿景——让消费者更喜爱我们。



## 小小钱包

百联电子商务有限公司 华国平



**百联电商就是这样一个球门，一个支付的球门，通过我们的努力，完成了资金的进球，通过我们的努力，一场球赛才有最后的结果。**

过去很多年，百联电商在上海滩名气非常大，那就是我们有一张消费者的OK卡。据统计，我们一共发行了各类卡1.5亿张，叠起来的厚度相当于142个上海大厦的高度。我们曾经有过各类会员2100万人。这张卡，给百联电商带来了成长的空间，也给集团带来了可观的销售。

但是这几年，风云突变，OK卡销售增长停滞了，预付费卡发行越来越难了，年轻的新生代都不知道OK卡是何物！在预付费卡市场萎缩的同时，互联网支付迅速发展，以支付宝、微信等为主的互联网企业，支付规模已经达到数十万亿。我们怎么办？如果不转型，那么市场份额每年缩小，最终将失去存在的意义。如果转型，我们没有强大的人才队伍、没有强大的资本实力、更没有与之匹配的文化体系。所以不转等死，转了不好可能找死。不过，百联电商还是非常幸运的，2010年以来我们在集团和兄弟企业的支持下，从获取互联网牌照开始，逐步培养自身在互联网支付上的能力，尤其是在文化体系上的重塑方面。2014年叶永明总裁亲自到百联电商和我们共同商讨公司转型过程中的企业文化体系，确定了百联电商的企业精神为“再一次改变、再一次创新”。核心价

值观为“追求卓越，永无止境”。经营理念为“技术创新、服务创优、业务创效”。我们提炼了百联电商创新“八卦掌”，围绕创新和品格提炼了8个方面的员工品格，以及13种员工行为规范。所以我今天就想从“小小钱包”的创新中谈一些体会。

首先是攻坚担当，2013年我们发现在八佰伴年末大促时，大量使用OK卡的用户排长队，收银效率低，也影响现场秩序，当时互联网支付已经为消费者所认同，在集团和百联股份的支持下，百联电商勇敢地承接了OK卡线上支付的任务。当时我们面临两大难题，第一是安全性，即二维码支付安全问题，第二是算法，即安全加密算法和批量支付的优化算法，这些对于电商来说都是挑战，经过开发团队不断努力，反复试点验证，历经3个版本的迭代，最终在2013和2014年末大促时，OK支付成为了百联创新的亮点。

第二是学习创新，互联网支付的新，体现在技术上，目前我们核心技术团队20人，其中产品经理3人，技术人员7人，测试2人，项目经理和产品运营各4人，平均每人担负3-4个项目开发。人员配置与竞争对手相比严重短缺，且他们入职时间也都很短，因此，如何营造一个学习型组织，是公司转型的关键。这些年我们采取市场招聘和内部培养相结合的政策，通过PMO、沙龙等学习型组织，使大家的知识不断交流不断更新，同时在学习过程中，形成了包容、理解、协同的企业元素。我们的钱包从1.0起步，2016年6月正式发布OK支付4.0，集成了银行卡、预付卡、现金账户等主流手机支付功能，钱包支付账户的建立也标志着支付到引流闭环初步形成。在商务电子化的推动下，一个零头引发的系列问题，最终以钱包4.0上线顺利解决。2017年，钱包4.x版还将不断拓展使用场景，提升用户体验。

最后，我想谈的体会是团结协作，这对于我们电商来说显得尤为重要，在转型中我们会面临两大矛盾，首先是购卡用户和特约商户也呈现出 O2O 的特征，所以我们的业务流程既要体现线下客户的需求，同时也要反映线上业务的转型，这就要求我们线上线下业务和部门之间高度的融合。其次是市场招聘和内部培养人才之间的协同，这是一个难题，难在他们的经历可能不同，他们的收入体系可能不同，所以我非常认同集团在团结协作方面的十六个字，即“和谐包容、突破边界、齐心协力、同舟共济”。归纳起来就是共同的价值观。对于百联电商来说，我们的使命不仅仅为集团提供一张卡，贡献一笔利润，我们可以带动一个产业，一个以支付为基础的产业，这就是集团提出的创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值的意义所在！

大家知道，一场高质量的球赛会牵动全世界球迷的心，但是再精彩的球赛，最后总是要靠进球来定胜负的，否则过程再精彩，功夫都是白搭。零售也是这样，过程再精彩，业务必须成交，百联电商就是这样一个球门，一个支付的球门，通过我们的努力，完成了资金的进球，通过我们的努力，一场球赛才有最后的结果。但是在新零售形势下，这个球门变了，它不再固定了，它不再等着球了，它不再仅仅依靠优秀球员了，它可以改变足球的游戏规则！



## 领导干部应当成为攻坚担当的先行者

百联集团人力资源管理、企业清理中心 王兆忠



**我们没有其它选项，唯有领导干部带头，带领全体中心员工，发扬担当精神，撸起袖子大胆干，卷起裤管往前冲，以实际行动来支持集团的改革、创新和发展。**

集团正以“百联文化大讲堂”为载体，开展重塑企业文化活动，借此机会，结合对中心工作的主体内容、个性特点和工作难点的初步认识，在此谈谈我对“攻坚担当”这一百联企业文化中价值观核心内容之一的认识和体会。

我的观点是：领导干部应当成为攻坚担当的先行者。

近年来，百联集团在国企改革的大背景下，正在强烈释放壮士断腕、破釜沉舟的变革信息，并已跨出坚定扎实的改革步伐。然而，企业的改革发展，离不开文化的融入和引导，更要有符合时代特征，具有企业特点，且应取得广泛认同的企业文化支撑。近期，集团在广聚百联人智慧，经过反复论证的基础上，形成了加强企业文化建设的方案，其中非常明确地提出了“攻坚担当”这一价值观，我认为，这是百联所有企业和全体员工应该遵循的价值取向和行为目标之一，各级领导干部更应当成为践行企业文化的先行者和引领者。

首先，主动担当是领导干部应有的精神风貌。习近平总书记在中共中央政治局第十六次集体学习时强调：“我们共产党人的忧患意识，就是忧党、忧国、忧民意识，这是一种责任，

更是一种担当”。习总书记还强调，“改革越向纵深推进，就越需要那种能站出来的脚步、能挺起来的腰杆、能扛住事的肩膀，越是责任重大的岗位，遇到的压力肯定会越大，这就叫有担当”。当前，在百联创新改革的关键时刻，各级领导干部，都应当立足本职，承担起应有的责任，带领广大干部职工，分挑改革发展的重担，不辜负集团的信任和嘱托。

其次，迎难而上需要担当精神的支撑。集团党委在2017年年初启动了“三攻三创”主题活动，这意味着集团在寻求新的发展路径中，将面临无数的风险和挑战，需要广大党员及职工群众共同来攻坚克难。对于我们中心的工作而言，作为集团创新发展的大后方，理应承担起自己的管理责任，也同样需要用攻坚的精神来扮演好自己的职能角色，按照集团党委领导提出的要求，发挥好“稳定器”、“服务器”和“清理器”作用。中心目前管理和服务着集团4万余名离退休和离岗职工，承担着集团历年改革发展中沉淀下来的亏损老企业的大量清理工作。由于工作量的不断增加，并涉及到不同人群的各种利益诉求，工作难度也在日益加大。近年来，由于政策性问题引发的利益诉求增多，新旧矛盾的不断叠加，各类历史遗留问题带来的信访压力不减，且解决此类诉求的通道又十分狭窄，这里都需要我们用智慧、耐心和合理有效的方法来逐步化解；资产清理工作目前也已进入到了瓶颈阶段，遗留的待清理项目，均已涉及到较为复杂的资本结构、利益分割、政策限制和法律障碍等深层次的问题，有些项目甚至已历经数年也未能如愿清理完毕。与此同时，中心有经验的干部职工集中大量退休，带来了管理人员严重缺乏的严峻问题，给后续工作带来了极大地困难和挑战。对此，我们没有其它选项，唯有领导干部带头，带领全体中心员工，发扬担当精神，撸起袖子大胆干，卷起裤管往前冲，用百联精神做支撑，以百联文化来引领，通过以部门

分工和岗位职责为基础的攻坚团队的不懈努力，去解决一个个难题，攻克一个个堡垒，以实际行动来支持集团的改革、创新和发展。

再次，领导干部要做砥砺前行的榜样。《亮剑》是一部抗战题材的电视剧，剧中，政委赵刚有一段台词值得我们深思，他说，一支部队必须有一种气质，而这种气质和性格是和首任军事长官有关，他的性格强悍，这支部队就强悍，就嗷嗷叫，部队就有了灵魂，从此，无论这支部队换了多少茬人，它的灵魂仍在。我觉得赵刚总结的就是一种榜样的力量，当我们讨论企业应该拥有一种怎样的文化时，首先应该想到我们作为领导干部应该具有怎样的精气神，如果我们面对困难有一种自我驱动的担当精神，有一种无所畏惧的雄壮胆魄，那么广大干部和员工将会无形中受到这种精神的感召和引领，会跟着你大胆地干、大胆地闯，无论多大的困难，无论多坚的堡垒，都将被团队的力量所瓦解和摧毁。

作为人力资源管理和企业清理中心的负责人，我将充分利用这次“百联文化大讲堂”的契机，率先用百联的文化和精神来激励自己，用自己的言行来影响和带动中心员工，用文化的力量来推动中心各项攻坚任务的完成，为百联的发展作出我们应有的贡献。



## 链接你我 品质升华

联华超市股份有限公司 梁宝龙



回首过去岁月，我们苦过、累过、笑过；展望未来，我们怀揣美好的憧憬，关注顾客体验，用我们的坚持与守候、创新与探索、变革与转型，让消费者更喜爱我们。

在新零售时代，什么样的企业能够持续发展？纵观企业管理的实践，经历了从经验管理——制度管理——文化管理的三个阶段，实施文化管理是企业管理的最高境界。马云说：阿里的核心竞争力不是技术，而是企业文化。所以，在新零售背景下，只有注重文化建设的企业才能持续发展。

我们百联的愿景是让消费者更喜爱我们，如何实现这个目标，是联华永恒的课题。我们深知，必须用执着的精神、便捷的服务、优质的体验，才能让消费者更喜爱我们。

接下来，让我们一起走进身边的联华——

每天清晨，当第一缕阳光还未照亮的时刻，我们的员工早已开始了一天的忙碌。

这时，如果你正在为了菜品的选择而犹豫时，我们的卖场、标超有刚从“田头”采摘的新鲜蔬果供你挑选。

每天午后，无论是烈焰当空还是阴雨绵绵，便利的健康组合套餐、小Q下午茶点，都能让你从忙碌的工作中得到片刻的放松。这时，如果你正为采购柴米油盐而烦恼时，我们覆盖上海的500家网点能为你提供优质的“百联到家”服务。

每天深夜，小Q便利店用一盏盏明灯照亮了城市的大街小巷，一杯热茶，一句问候，为每一位夜归人提供了一个驻足停留的港湾。

这时，如果你正为明天的购物计划而思考时，我们的物流基地已经在为次日的货源供应忙碌着，随着一批又一批车队的出发，开门营业的准备工作已星夜启动。

这就是联华，用24小时的坚守，换取一次又一次与消费者的邂逅。在这些工作的背后，有你不知道的，也有你不知道的——

也许你知道，联华在“百日行动”中，实施了门店转型提升工作。

也许你不知道，每一家门店转型的幕后，是每一位联华干部员工加班加点，日夜努力的过程。记得，上个月世纪联华三林店为配合商户洛克公园的正式开业，门店全员通宵达旦，在两天时间内完成了布局大调整工作。为了这项任务，最让人感动的是：店助赵平华，老婆即将临产，但他只把老婆送到医院后，马上又赶回门店投入工作。

也许你知道，2016年我们完成了“四库合一”项目。

也许你不知道，每一个细节磨合的背后，是每一位联华物流人以库为家的辛勤努力。记得，去年某次大促中，仓储部团队钱柏年、马锐、王一峰、徐海涛等党员们，为确保大促商品的准确配送，他们有的通宵达旦、忘我工作；有的强忍亲人离世的痛苦；有的顾不上照顾生病的亲人，仍坚守岗位，不下火线；他们“舍小家、顾大局”的精神让人感动。

也许你知道，2016年我们圆满完成了G20峰会食材保障工作。也许你不知道，浙江公司从接受任务，到实现目标，短短四个月内，紧张作业、日夜赶工，特别是峰会期间，总仓每天二十四小时运转，严格按照最高安保级别，圆满完成了25位国家元首，190个个性化食材的采配任务。

这就是联华干部员工主动担当、攻坚克难的缩影。

当然，为了让消费者更喜爱我们，我们在深化改革举措、优化商品结构、细化服务功能、规划动线布局等方面，还需要进一步提升和完善，努力打造服务不同客群的新型门店。

回首过去岁月，我们苦过、累过、笑过；展望未来，我们怀揣美好的憧憬，关注顾客体验，用我们的坚持与守候、创新与探索、变革与转型，让消费者更喜爱我们。

## 丰碑的力量

百联集团财务有限责任公司 张礼琦



面对压力与挑战，支撑我们砥砺前行的，正是我们心中的丰碑——那就是百联的企业文化和企业精神。

企业文化及其崇尚的精神是企业之灵魂，亦是我心中永恒的丰碑。这种感悟源于二十载中国银行从业经历。弹指一挥，我加入了财务公司团队，有幸成为百联大家庭中的一员。站在集团变革转型发展的新起点上，面对压力与挑战，支撑我们砥砺前行的，正是我们心中的丰碑——那就是百联的企业文化和企业精神。作为百联文化的践行者、传播者，我认为丰碑的力量在于信念上的始终坚守、在于精神上的主动奉献，亦在于行动上的协力共进、攻坚克难。

创无止境，心有未来。财务公司创立时仅有干部员工 20 人，从事如此专业的金融事业，面对如此繁重的任务目标，财务公司积极创建“诚信敬业、严谨高效、学习创新、协作共赢”的企业文化，带领来自不同职业经历、不同教育背景的干部员工快速融入财务公司大家庭，积极学习，团结合作。

初创时的财务公司明确以技术创新开启金融征程。耗时一年打造的财务公司信息体系，凝聚了经营层与项目组大量的智慧和心血，通过攻坚克难、持续创新，先后解决系统、业务、技术难题 589 项，并将五大合作银行变成了财务公司的第二灾备中心，使这座上接银监人行，下连成员企业的综合信息体系，

从根本上解决了运行的安全性和稳定性难题，并为财务公司经营发展提供了坚实的技术保障。同时，财务公司坚持问题导向，始终以客户为中心，时时处处把难题留给自己，最终成就了行业内领先的信息体系建设。

四年来，公司干部员工齐心协力，艰苦拼搏，通过创设资金结算清算中心、集团票据中心、投资理财中心、供应链金融服务中心、风险控制中心，做实做全金融功能。

难以忘怀营业部与信息科技部鼎力合作，通宵达旦，终于赶在黎明到来前成功接入人民银行总行电子汇票系统。那般的欢呼雀跃，我们以如此激情的方式迎接城市的第一缕曙光。难以忘怀为拓展电票业务，说服世界 500 强的德国博世西门子子公司接受财务公司的电票，公司千辛万苦，层层做工作。我们经过精心准备，做实每项工作、做细每个环节，以专业和真诚打动了严谨的德国高管，将公司纳入了其为数不多的合作银行名单，这是一项很多银行都梦寐以求的殊荣。

难以忘记为了提升公司内控工作质量，各部门对照梳理制度流程，自查自纠各项业务，不分昼夜地加班加点，也充分体现了团队的凝聚力和战斗力。正所谓的“聚似一团火，散似满天星”！

2016 年，财务公司凭借优良的资金集中管理能力、经营与服务能力、风险管理能力、盈利能力，获评 2015 年度 A 类优秀创新型财务公司，步入财务公司先进行列。

财务公司将继续发扬光大百联文化与企业精神，服务至诚，稳健致远，也深信汇聚我们每一位百联人攻坚担当的合力，定能为百联的发展披荆斩棘，让我们朝着实现百联“让消费者更喜爱我们”的愿景，阔步迈进！



## 学习创新 攻坚担当

上海百联大宗商品电子贸易有限公司 周家宇



**集团从决策到执行，在很多方面的锐意进取、勇于创新，这让我看到了活力、看到了机遇，感觉到挑战的兴奋，这是一种挑战自我、创新潮流的做事业的兴奋。**

我 2016 年 3 月份加入百联集团，作为新人，百联集团的工作体验对我来说是崭新的，在所有的新体验中，让我印象最深刻的，就是集团从决策到执行，在很多方面的锐意进取、勇于创新，这让我看到了活力、看到了机遇，感觉到挑战的兴奋，这是一种挑战自我、创新潮流的做事业的兴奋。

今天的经济形势是复杂多变的，过去二三十年的企业运行规律发生了变化，很多行业从巅峰走向谷底，从短缺变得过剩，从线下走向线上，从自产变成了共享！这是经济的规律，变化的过程往往是难过的、痛苦的、有时还是让人无所适从的，迎接变化有时需要改变自己的习惯、改革自己的模式，尤其是当你可以选择观望、安稳和得过且过的时候，变化就成了你宁愿也不敢的选择，但是，今天我们都知道，下一个行业空间往往就在变化中出现。

以我们百联大宗商品平台的工作为例，我们平台的存在和发展，跟三个方面的变化有直接关系：

我先来说一个市场化小故事：华东地区一个业内最大的化工企业，十二年前销售一吨货物，净利润为 3000 元，当时的生

产能力为 50 万吨 / 年；七年前净利润下降到 200 元 / 吨，但生产能力增长 10 倍达到 500 万吨；五年前，全行业产品过剩，这一家工厂的产能超过了 1000 万吨，而与此同时，一吨商品一度出现了 200 元 / 吨以上的亏损。同样这样的情况，还有钢铁、煤炭等行业。

早期的市场，供不应求，工厂只要生产出产品，基本不愁销，那时候不需要市场，甚至坐在办公室等客户上门即可，而随着时间推移，我们都知道，中国成为了全世界最大的商品国，工业领域出现了普遍的过剩，供需规模的兴旺，促使企业寻找市场，来帮助上下游实现供需对接，市场本身的机遇就来到了。

今天，市场化三个字被赋予了更多的定义，以前提的是商品销售、采购和贸易的市场化，现在更需要管理机制市场化、人才流动市场化、转型创新市场化，只有市场化，才能帮助自身和客户更好的找到转型机遇，都说“春江水暖鸭先知”，市场流通就好比流动的水，能让我们更好的感知市场变化，获取更多机遇、及时调整策略。

我们平台是互联网化电子商务平台，互联网时代和大数据时代，如同农业革命和工业革命，工具的进化和技能的进化，能够掀起经济大变革，同时就是新的机遇所在。大宗商品行业，正在延续消费品的道路，开启互联网和电子商务，这个行业每年线下交易额接近百万亿，那么电商化的空间，也将是巨大的。

百联大宗平台本身，就是百联集团在大宗商品市场和交易领域的自我改革、转型创新的产物，而同样，大宗商品行业的资源方很多都是央企和国企，他们的改革，带来市场新的红利和机遇，在目前的市场经济形势下，政府积极倡导、市场各种倒逼，深化改革和创新、互联网 + 市场模式不但已深入人心，甚至已不可不为。

这是时代赋予大宗商品平台的机遇，但同时我们意识到，

改革都是艰难的，学习，让我们掌握新的工具新的技能；创新，才能让我们找到新的空间赢得新的价值。

同时，我们的客户也在改革，大家都在纷纷寻找方向的今天，转型的大潮中，要么引领，要么跟随，引领转型、勇于争先者将有机会成为新的利益格局中的最大受益者，改革不易，率先改革更不易，我们的团队需要攻坚和担当，也需要有这份勇于争先的勇气。

否则，我们也可能失去改革的机遇，三年前我和一家央企进行合作，当时他们的团队都是第一次接触电商，我们提供服务，帮助其成功实现电商交易创收，但当时对方提出希望我们为其建设电商平台，我们当时没有同意；而现在，我们再寻求合作，人家说：“我们投入上亿元已经建成了平台，目前电商服务合作机会不大，但是在终端分销、仓储物流、供应链融资方面可以合作。”

这就逼迫我们平台必须提供更多的服务，而且要努力走在行业前列，率先改革，必须学习创新、攻坚担当，缺一不可。最后，在这里分享联想柳传志先生的一句话：“自己先做起来，不是劝导他人的重要途径，而是唯一途径”。

无论学习创新还是攻坚担当，百联大宗将努力：“自己先做起来！”



## 用行动践行我们的使命

上海百联汽车贸易有限公司 许钢



**我们到哪里去？在百联集团“让消费者更喜爱我们”的企业愿景引领下，我们将从“百联汽车”到“汽车百联”中去。**

19世纪末，一个名叫高更的人站在南太平洋塔希提岛的悬崖上，面对浩瀚大海和无边苍穹，发出了人对生命意义的三个回响百年的终极追问：我是谁？我从哪里来？我到哪里去？

在这个世界上，谁都无法回避内心世界与客观外界的强烈冲撞，一个人如此，一家企业也是如此。

“百联汽车”同样生活在这三个巨大的问号之中，“百联汽车”人同样需要去寻找最佳答案。

如果从2000年整合组建“百联汽车”算起，至今，我们已经走过了18载不平凡的岁月；18年里在大家的关心呵护下，我们获得了长足的发展，取得了令人瞩目的业绩，我们可以自豪地宣称，“百联汽车”已经成为汽车市场的一个优质品牌。但是，我们也应该清醒地意识到，保持企业持续增长，这绝不是一厢情愿的事情，今天的消费者已经掌握越来越多的主动权，而左右他们选择的一个重要因素就是企业的愿景，就是企业与消费者彼此之间的共同利益关系，这是市场的进步，也是时代的进步。

在这种进步中，我们始终需要追问而且明确回答这三个问题。

我们是谁？我们是百联集团旗下上海物贸的汽车板块。

我们从哪里来？我们从“百联汽车—比您期待的更多”的企业价值中来；从“专业、品质、享受、无忧”的服务理念中来；更从“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值”的百联集团企业使命中来。

我们到哪里去？在百联集团“让消费者更喜爱我们”的企业愿景引领下，我们将从“百联汽车”到“汽车百联”中去。

“百联汽车”是一个品牌，而“汽车百联”是一个愿景。今天，我代表百联汽车人站在这个讲台上，大胆的憧憬一下属于百联汽车的未来：那就是要在中短期内，使“百联汽车”成为上海领先的“汽车销售商集团”；而从长远来说，就是让百联汽车连接起越来越多消费者的日常生活，让百联汽车服务成为消费者体验中不可或缺的美好的一个部分，真正使“汽车百联”，与你息息相关。

在从“百联汽车”到“汽车百联”的转型发展过程中，百联汽车人从未懈怠，更没有停止努力与追求。我们的干部员工在18年中的每一天里，在新旧车的每一个销售、服务环节都在用行动践行着“学习创新、攻坚担当、活力高效、团结协作、诚信阳光”的价值理念。

请看，在强手云集的新车销售领域，我们敢于亮剑。在第十七届上海国际汽车工业展览会上，“百联汽车”人10天里累计销售整车253辆，其中一个晚上销售科迪亚克新车型就达30辆，更引以为傲的是凯迪拉克一款高价位的凯雷德在车展中的4张订单全部被我们拿下。

请看，上海客车额度转让需通过拍卖平台执行的新政一出台，让旧车交易量一度出现前所未有的爆棚，我们处变不惊，沉着应对，提早营业时间，开展疏堵保畅，百联汽车人成为了维护秩序的安全先锋；在查验量创历史新高之际，扑下身子加

班加点，百联汽车人成为了严格把关的查验精英。

请看，在服务引领消费的当下，我们推出的微信关爱面对面、上门接送手牵手等服务项目，深受广大客户欢迎。我们以学习型组织、创效型团队为核心，培养了以技术能手黄晓懿为代表的一批富有激情与朝气的青年售后服务团队。

如今的百联汽车正行进在实施《2016年-2019年战略纲要》的征途上，面对日益激烈的汽车市场竞争，面对不断求新求变的消费者需要，面对风起云涌的服务理念与技术手段的变革，更加需要站在风口浪尖的百联汽车人去思考和回答这三个问题：“我是谁、我从哪里来、我到哪里去”。而因为有了18年厚重的铺垫与积累，因为赶上了新零售、新消费的“互联网+”时代，因为搭载百联集团扬帆远航的这艘巨轮，因为有“让消费者更喜爱我们”企业愿景的引领，我相信，所有百联汽车人都将更加清晰企业未来的发展路径，更加从容地用行动去践行属于我们的价值与使命。



## 突破边界

上海市商业投资（集团）有限公司 王森



**从每一件小事做起，实现每天百分之一的增量，这样一年之后我们会收获38倍的增量，最终达到的目的就是“一马平川”。**

百联文化，其实不是从零开始，而是如何从“1”到“1.01”。我的部下建议我给读者“灌鸡汤”，我认为不是所谓的“鸡汤”，而是我在进入商投的这段时间里一直和大家强调的，从文化角度诠释“1.01”的含义。我们处于一个竞争年代，1的365次方是我们的竞争对手，如果我们什么都不做，那实际上我们是0.99的365次方，意味着一年之后，我们只有百分之三，这是第一层含义。我想诠释的第二层含义是，在企业发展过程中，方向的重要性，1.01的365次方和0.99的365次方最大的差别在于一个是每天往上增长0.01，另一个则是往下。这就是为什么我经常和我的团队说，突破边界可以，但一定要看准方向，不然只会渐行渐远。至于第三层含义更有意思，如果比较第一和第三个式子，会发现只要不断尝试、不断突破边界，即使走一步，退大半步，每年还是会有百分之十四的增量。

所以我想说，鼓励大家认清自己，如果不努力我们只能沦为0.99，哪怕遇到阻力也要不断往前走，这也是我们商投在突破边界过程中的一个设想。

我本人是不久前从体制外加入体制内，这半年来我最大

的一个感受就是百联集团本身是一个庞大的企业，他有自己一套比较完整的机制和流程，下属各个业态的成员企业也非常多，所以在考虑很多问题时如果初衷是“一蹴而就”，而不考虑现实情况，我发现达到的结果往往是“一事无成”。要考虑到每天 0.01 的增量，基于百联如此大的平台，我们不是从零到有，我们要做的是从“1”到“1.01”。在商投日常工作的实践中，我们希望能从一点一滴做起，从每一件小事做起，实现每天百分之一的增量，这样一年之后我们就会收获 38 倍的增量，最终达到的目的就是“一马平川”。

接下来，我想再分享一个 2002 年诺贝尔奖得主阿莫斯在行为经济学——“前景理论”（prospect theory）中提出的模型，要想实现这“0.01”的增量，应该采取何种心态。阿莫斯曾做过两个调研，一是假设投入为 100 元，50% 的可能收益为 200 元，50% 的可能输掉本金 100 元，那么 72% 的人选择不投入，28% 的人选择赌一把；二是假设前期已经亏损 200 元，现在再投入 200 元，50% 的可能保本，50% 的可能输掉两次投入共计 400 元，36% 的人选择不再投入，放弃本金 200 元，64% 的人选择赌一把。这个案例对于我们在日常工作过程中实现突破边界这一文化的启示在于，对于我们的团队，如果这 0.01 的增量大家认定是正面的，我们需要做的就是描绘美好的愿景；假设大家认定这个 0.01 是有风险的，那么就会沦为 0.99 的 365 次方，直至变成 0.03。

我们仍在不断实践的过程中，力图实现这“0.01”的增量。在实现突破的过程中摆正心态，不要纠结于暂时的落后，不惧受到的各方阻力与指责，永远保持一颗坚定的心，同时也预祝我们百联集团能实现每天从“1”到“1.01”的突破。

## 组织理念

通过学习型组织、创效型团队  
价值型员工的不断建设  
打造市场化、专业化、国际化的  
企业组织和员工队伍

### 第三篇



组织理念

通过**学习型组织、创效型团队、价值型员工**的不断建设，打造**市场化、专业化、国际化**的企业组织和员工队伍。



## 十年传承 用心突破

上海拍卖行责任有限公司 杨国益



不忘初心，牢记使命，永远前行，是时代的号角，是我们上拍青年的写照。始终保有“发现价值所在的敏锐目光和促成价值实现的坚毅努力”就是我们上拍青年的鲜明标签。

我是中国拍卖行业协会认证的史上“最重”拍卖师，人称“肥而不腻”杨国益。我想问问大家，你们知道拍卖行是可以买到房产的吗？是否有人知道拍卖行的房产平均要比市场价便宜 16%—28%，还有多少人知道拍卖行的司法拍卖是不限购的？其实，如今我们的拍卖标的已经遍及了各种财产权利，有中国经济晴雨表之称的央视广告招标会，就是我们上海拍卖行连续策划运作 21 年的，这也赢得了央视的尊重，央视动用 8 名主持为我们免费打 call 送上的祝福短片，恐怕这也是绝无仅有的。

今天来说说上海拍卖行团员青年们的真人真事。

实事求是地说，作为一名兼职团支部书记，一没有钱，二没有权，三没有人。然而我坚信，只要实实在在办好青年事，实实惠惠当好青年友，就一定与团员青年共同成长进步。

这十年，我们上海拍卖行继续平稳发展，领军行业。这十年，我们上拍青年也在行业中率先夺得了全国青年文明号，团建工作继续领跑中国拍卖行业。这一切的背后，都深深镌刻着我们上拍青年的不懈努力和忙碌身影——我们的冯仲杰

同志，深耕细作房产交易全流程服务工作，如今“房事问小冯”已成服务金字招牌；顾斌同志，是位90后富二代，明明可以拼爹，却非要靠实力。前年，硬是带着腰椎间盘突出，第一时间一举通过了国家文物局“玉石鉴定资质”的考试，成为了全国仅有的50名玉石鉴定专家之一；义槌志愿服务团队，落实了援建遂川上拍希望小学的一系列事宜，被中组部领导誉为“精准扶贫典型案例”，我们也知道了遂川三宝金桔好甜，板鸭好吃、狗牯脑茶好喝。还是我们的义槌团队，有理有节，坚持原则让马爸爸亲笔签单；义槌团队同样智慧能干，抓住市委领导批示契机，摸索出一套捐赠房产拍卖免税交易流程，为《慈善捐赠法》提供参考。

不忘初心，牢记使命，永远前行，是时代的号角，也是我们上拍青年的写照。始终保有“发现价值所在的敏锐目光和促成价值实现的坚毅努力”就是我们上拍青年的鲜明标签。2017年2月28日，国内首场林地使用收益权拍卖会的圆满成功，就是我们上拍青年的杰作。从1月初认真研读2017年中央“一号文件”，发现政策契机，到1月中旬安徽宁国市工商联找上门要求拍卖茶叶，再到说服客户采用林地使用权，直到最后的拍卖的成功，我们无形资产部的团员青年们先后咨询各类机构专家近二十人次，撰写各类文字材料十余万字。也正是这些文本材料的准确、完整，确保了拍卖会的最终成功。正如新华社所报道的，这次拍卖虽然成交金额不高，但拍卖选题立意高、新意足，且紧扣当下“农业供给侧改革”的大命题，是一次意义非凡的拍卖，更是一次值得鼓励的探索，也为拍卖行业的转型升级提供了值得借鉴的案例。

我想，一滴水只有汇入大海才永不干涸，一滴水珠就能反映整个太阳的光芒。上拍青年的奋斗，也正是我们百联青年的缩影。不忘初心，牢记使命，永远前行，就是要求我们

每一位团员青年，善于学习、勤于工作、勇于创新、敢于担当，肩负起我们应该肩负的责任，完成好我们应该完成的答卷。

我想说，青春是石，擦燃激情之火；青春是火，点亮希望之灯；青春是灯，照亮未来之路；青春是路，指引我们努力实现民族复兴的中国梦！

我在百联，青春无悔！



## 用青春共绘美丽之“城”

上海又一城购物中心有限公司 江雯玉



**要让消费者喜爱我们，首先我们要发自内心地喜爱每一位消费者，把消费者的事当作自己的事，用真心、爱心赢得消费者对我们的喜爱！**

青春是什么？

在这里，我想用发生在我身边的小故事来说说，我心中的青春！

9月23日，百联又一城内的“快闪”表演吸引了不少消费者驻足停留，与此同时，营运管理部的何敏洁也披上了洁白婚纱，成为了一名美丽的新娘。谁能想到，就在婚礼前夜，她还在为了表演的布置造景忙前忙后，直到深夜12点才离开商场。见自己的未婚妻放下婚礼准备，埋头于工作，何敏洁的未婚夫闹起了情绪，小何却风趣地说：“虽然不能去拍外景婚纱照，但我们又一城的天桥也是爱情桥呀，在这里留影，也不错！”

在百联又一城，还有许多正当青春年华的员工，和小何一样忙碌奔波着：收银部的苏婷婷眼见部门人手紧张，主动加班加点，你可知道，她已经有2个多月没空去探望年迈的母亲了；进口超市的汤晟，是商品盘点的一把好手，听说为了上次大型促销后的盘点，都没顾上家中高烧的女儿；还有咱们营运管理部的王亚楠，这两天正拄着拐杖上班呢……他们在各自岗位上，用舍小爱、为大爱的行动诠释了“让消费者更喜爱我们”的百

联愿景。他们的行动深深地感动着我、更启发了我：要让消费者喜爱我们，首先我们要发自内心地喜爱每一位消费者，把消费者的事当作自己的事，用真心、爱心赢得消费者对我们的喜爱！

前不久的一天，商场里的一位小女孩引起了我的注意，只见她神情木讷嘴里反复念叨着：“蜡、笔…蜡、笔…蜡、笔…”和孩子妈妈交流后，得知，原来，小女孩患有唐氏综合症。隔天的班组会上，大家你一言，我一语，一场名为“小小画家”的沙龙活动，在青年们创意的火花中应运而生。活动现场，会员们听说了小女孩的情况，再欣赏充满童真的画作，都唏嘘不已。

于是，我们结合购物节营销主题，策划了一场名为“小小慈善家”的义卖活动，让小女孩的绘画作品与众多爱心人士一起为“阳光之家”的孩子们献出爱心。这场活动吸引了众多爱心会员，他们带着自己孩子来到现场，亲身感受这温暖的一幕，有的出资买画、有的捐上画笔画具。

我们五星客服组的每一位青年员工正在用实际行动传递爱、用真心与会员产生共鸣、用爱心连接起和消费者之间的情感纽带。自百联通上线以来，在我们的共同努力下，又一城发展会员突破17万名，购物节期间销售超过1.3亿元。百联又一城越来越得到百联通会员的青睐。

叶永明董事长说过：“百联的舞台是为了有准备的青年而搭建。”这句话始终激励着我不断前行。让我们用心服务每一位消费者，用青春共绘美好百联！



## 改革路上 我们在成长

联华超市股份有限公司 朱宇瑾



**将来无论我们走多远，最魂牵梦萦的地方是联华，我们身上都有联华烙印，这里是我们奋斗的地方。**

有人说，青春是绚烂多彩的花季，是细雨蒙蒙的雨季，是青翠而嫩绿的春，是浪漫而炽热的夏，而对我来说，自选择担任团干部的那一刻起，青春就与共青团和企业改革发展紧紧地联系在一起。

1991年，联华超市成立；弹指一挥间，26年了，联华经历了初期发展的彷徨，也品尝过快速发展的喜悦。面对新零售的浪潮，联华破釜沉舟，壮士断腕，紧紧围绕集团创新转型的工作主线，全面推进深化改革。

一路走来，我们青年人见证着企业的改革推进的过程，在改革的当下，我们青年人也在想，自己能为公司创新转型做些什么呢？看——

我们青年人的攻坚，有着敢为人先的锐气。

在联华物流，我们有一支青年团队，敢为人先，以库为家。江桥物流基地作为2016年联华改革转型的重点，在全体员工的努力下，稳步推进了大卖场、标超、便利、生鲜“四库合一”的物流整合。我们物流的青年人常常忘我工作到深夜。

我们青年人的攻坚，有着蓬勃向上的朝气。

在联华系统，我们有一支青年突击队，蓬勃向上，迎难

而上。公司“6.17”大促期间，门店的青年员工，顶着烈日，衣服湿了又干、干了又湿，走街串巷派发海报。青年店长们亲自上阵，为了冲销售，顾不上吃饭，喊得喉咙沙哑，仍然坚持在岗；我们物流的青年员工，24小时不间断轮流上岗，全覆盖监管，保证时时有人负责，事事有人落实跟踪；总部管理部室的青年员工，出力助威，放弃周末休息，协助门店员工补货、搬货、上货。有的还做起了防损员、拣货员、送货员；公司“9.16”健康跑活动，近百名青年志愿者团结协作、认真负责，活动前，顶着暴风雨拉横幅、布展台，有的甚至当晚就住在活动现场附近。

我们青年人的攻坚，有着百折不挠的勇气。

在联华电商，有3名女性聋哑员工，她们主要从事商品文描工作。从集团商务电子化项目启动到16年5月i百联网站正式上线，再到现在的正常运行阶段，联华上线的4万多商品的文描替换、修正，有许多出自她们之手。她们虽然年龄、性格不同，脸上却洋溢着一样的微笑，她们虽然和大家“言语不通”，但都有一颗敬业的心，工作认真负责，她们通过唇语、手语、书写及网络交流，非常出色地完成工作，获得大家一致的好评。

这些只是联华青年投身企业改革的一个缩影。

我们在陪伴公司日益变化的过程中，公司给我们提供了自我发展的空间和实现自我价值的平台。在这个平台上，我们丰富阅历，提升自我；在这个平台上，我们用激情点燃梦想，我们用奋斗实现价值。

将来无论我们走多远，最魂牵梦萦的地方是联华，我们身上都有联华烙印，这里是我们奋斗的地方，更是我们成长的地方。



## 风雨过后的彩虹最美丽

百联全渠道电子商务有限公司 栾翔



**全渠道是一棵新生的幼苗，每天都会碰到各种矛盾。矛盾不可怕，重要的是如何对待矛盾。矛盾之后的和谐最珍贵，风雨过后的彩虹最美丽。**

2016 年全渠道响应集团号召拍过一部微电影《某一天，某一天》，完全是我们员工自编自导、自演自拍、自行剪辑的，反映全渠道工作中的一个个小故事。在最近市总工会微电影评选中，这部土法上马的片子居然成功入围向全市展映的 10 部片子。

电影开头两个人在办公室里吵架。一个促销活动的前夕，准备工作已完成，正在做最后的冲刺。已是晚上八点，活动策划和页面设计的两个人却寸土不让地互掐了起来。一个要求在网站首页上继续增加爆款商品展示，以更直接地吸引顾客，而另一个则不愿意主页面被拉得又长又丑，他希望网页美观整洁，能引起人的购物欲望。

吵来吵去，最终他们还是互相妥协了。于是，负责页面设计的在不破坏页面美感的情况下，挪几个空位给新增加的爆款商品。负责活动策划的对众多商品列个排期，每天轮着换。虽然达成了一致，但是他们各自又增加了不少工作量，又要赶进度地加班了。

为什么他们会吵架？我想，是因为他们都有自己的职责立

场，职业追求，都有执着负责、攻坚担当的精神。而为什么又会妥协？因为他们都有共同努力的目标，都有团结协作的意识，都有和谐包容、同舟共济的自觉。

吵架似乎总是不和谐的，但是，只要目标一致，矛盾就可能化解，冲突就能够平息，因为，矛盾只是前进途中的阵痛，矛盾正是事物发展的动力。

前年年底，正值江桥仓库开仓之际，为确保每个关卡畅通无阻，一个多月来，江桥仓库的员工与全渠道物流部的员工轮番值守，就供应商是否按时送货、仓库收货是否正常等问题，不断地沟通协调。

去年秋天，“双十一”促销中我们的生鲜板块爆仓了，购买量远远超过吞吐量，各种难题潮水般涌来。紧要关头，联华伸出了援手，一边忙着联系供应商补货，一边连夜组织员工赶往一线，设计新的包装流程，节约取货时间；和客服团结协作，向顾客做好解释工作，缓解了爆仓带来的负面影响。

那年夏季，为了完成云店项目的招商签约工作，早日推进奥莱代购功能的落地，百联股份召开招商大会、邀请供应商座谈、联系拜访核心商户，不到两个月就与 100 多家商户签约。

全渠道是一棵新生的幼苗，每天都会碰到各种矛盾。矛盾不可怕，重要的是如何对待矛盾。当我们拥有一个共同的价值观，拥有一份共同的心愿时，就一定能够克服困难、解决矛盾，就一定能够团结协作，一起攻坚担当。矛盾之后的和谐最珍贵，风雨过后的彩虹最美丽。



## 承载人生梦想的舞台

上海商业投资(集团)有限公司 朱馨怡



**你问“百联”二字对于我的意义，我会说：  
这是一个能让青年大放光彩、承载人生梦想的舞台。**

2017年7月正式转正为百联员工，进入百联旗下商投公司成为党办的一名普通员工，我一次次地体会到百联已不再仅仅是过去那个我印象中的样子。打造“i百联”电商平台、探索新零售发展方向，作为商业领域的航空母舰，百联已扬帆起航，披荆斩棘、与时俱进，这里的一切充满着想象和无限可能。

如果，你问“百联”二字对于我的意义，我会说：这是一个能让青年大放光彩、承载人生梦想的舞台。

作为百联的投融资平台，商投是一个青年人才活跃思维、迸发火花的地方。在这里，有一支特别高大上的队伍，那就是复控华龙的青年团队。他们一直致力于我国自主研发北斗军用基带芯片的推广工作，在他们的不懈努力下，企业的整体业绩不断上升。他们自主研发的基带芯片在北斗军用领域取得了极大的成功，由于工作需要，团队出差加班是家常便饭，一年基本有三分之一的时间是在出差中度过的，而出差环境也特别艰苦。但他们坚定地认为，这样的付出是值得的。团队负责人、百联集团优秀共产党员何立伟说：“能为这一目标尽绵薄之力，这将是每一个百联青年无上的光荣。”

有充满活力的竞争与挑战，同样不乏和谐温情的大爱。2012年3月8日，公司收到青海省果洛州地区雪情灾情报告，防灾抗灾形势相当严峻。我司接到通知后火速召开班子会议，当即决定拨款10万支援青海省灾区，并安排青年志愿者打包保暖衣物发往当地，为受灾的妇女儿童送去一份温暖。

从2001年至今的16年里，商投分别在青海省乐都县援建了三座希望学校，多年来一直组织捐款捐物，帮助学生解决学习、生活上的问题。近几年，公司还受市慈善基金会委托，每年以10余万元的御寒衣物资助青海省贫困牧区的学生。

秉承“创新、和谐”的理念，商投将慈善文化视作企业文化的组成部分，将大爱关怀不仅融入于百联的企业文化，更渗透在企业的经营管理中，在企业发展的同时，积极承担社会责任，共享发展成果，寻求企业与社会的共赢。

这一年多的时间，我在百联细细感知，有“人生有涯知无涯，精诚不懈求真谛”的勤奋，也有“青发边上白丝缕，衣带渐宽何所惧”的执着；有“双手掘开幸福泉，畅饮甘霖笑春风”的喜悦，更有“仗剑击水三千尺，万里江山笔下生”的豪迈。历尽天华成此景，人间万事出艰辛。是的，我正被这里的文化所打动，作为一个商投人、百联人，我与有荣焉！



## 百联物贸优秀工匠辈出

上海物资贸易股份有限公司 申俊杰



**这就是我们，一群坚韧不拔、敬业勤勉，书写不平凡的物贸青年；这就是我们，凭借传承和钻研，依托专注与磨砺，无惧挑战、永不言弃，拼尽全力的青年工匠。**

上海市青年岗位能手，市汽修行业协会特聘专家，百联汽车沪北斯柯达4S店技术经理黄晓懿，是我们物贸青年中的一员，更是物贸青年人才队伍中的佼佼者。

他从2007年入职百联汽车，从普通汽修工做起，短短6年，成长为百联沪东汽车维修总监，是汽修行业协会专家委员会特聘专家，以他为主成立的“黄晓懿技师工作室”被评为2016年度上海市技师创新工作室。在他的带领下，百联斯柯达汽车维修站成为了华东区唯一的技术中心站。在百联汽车，像黄晓懿这样的青年技术能手不止一个，茹煜晟，倪一赟，陈永春……他们用实际行动践行着“让客户更喜爱我们”的服务承诺。

我也是一名物贸青年，在我的身边同样也有着那样一群蓬勃向上的年轻人。这是生资物流每月一次的思享汇活动现场，在这个学习型组织里我们思考、辩论、博弈、分享，汇聚知识和信息。这个团队通过三年多不断的试验和改进，成功研制出获得国家发明专利的线材散包打包机，解决了行业难题。他们用实际行动诠释百联集团“活力高效，团结协作”的企业理念。

如果说生资库里的大宗商品，是线下看得见摸得着的实际

交易，那有色交易中心平台就是引领线下大宗商品交易成功与数量的价格标准。

谈到有色交易中心，有这样一群来自天南海北年轻而有冲劲的青年团队，他们以独到的见解，超前的脑洞，自主创新研发出“身份识别影像系统”，规避了冒领的风险。这技术让我想到了最近发布的iphone X的人脸识别技术，有色中心也通过这项技术，成了行业内的技术引领者，为更好地服务于行业、发展于行业增添了活力，他们用实际行动彰显百联集团“学习创新，攻坚担当”的企业价值观。

这就是我们，一群踏踏实实，专心专注去做每一件事情的物贸青年；这就是我们，一群学习研究，想方设法做好每一件事情的青年工匠。

这就是我们，一群坚韧不拔、敬业勤勉，书写不平凡的物贸青年；这就是我们，凭借传承和钻研，依托专注与磨砺，无惧挑战、永不言弃，拼尽全力的青年工匠。

这就是我们，一群以匠人之心，匠人之技去发扬百联文化的物贸青年；这就是我们，一群匠心筑梦，深耕技能，不断实践百联企业愿景的青年工匠！

## 160 个上海中心高度的后面

百联电子商务有限公司 王声莹



回首过去，我们与百联一起脚踏实地，砥砺前行。

展望未来，我们青年已经踏上了一个新的十年。

10年前，我大学毕业，进入百联电商工作，成为一名营销专员，当时我要推广的是一张蓝色的卡片——OK卡。10年后的今天，我们发行的OK卡叠起来可以有160个上海中心那么高，平均每一天的每一秒，就有5个人在刷这张卡片，它，改变了人们的支付习惯。

然而，近几年传统支付受到互联网支付的巨大冲击，发生了从“刷卡”到“扫码”的转变，我们该怎么做？我们青年人的答案是，再一次改变，再一次创新，重塑百联支付人！

2016年，百联电商成立十年，十岁，“幼学之年”，这一年，对于转型涉足互联网支付的我们来说，的确是个初入学的学童，“立身百行，以学为基”。

第一位老师，是同行。公司党委多次组织员工与银联的专家交流，技术上学习管理方式，业务上学习差错处理、风险控制等等。

第二位老师，是业态。公司聚合支付产品OK收银台在门店试运营阶段，收银机在使用时出现蓝屏的故障，严重影响了收银效率，当时在百股IT部门老师的经验判断下，发现是与收

银机其他支付方式发生冲突而产生的，之后他们协调相关服务商与我们共同解决问题，才使得产品能够准时投产使用。

第三位老师，是用户。产品运营走进客服中心旁听用户投诉，站在第一线感受用户的使用问题。客户经理驻扎OK支付地推现场，与用户直接交流，现场有上年纪的用户反馈APP的注册页面字太小了，结果，分页式的注册页面就这样诞生了。

我们行在创新之路。产品经理经过两年的不断尝试和打磨，OK四兄弟家族产品已全部投放市场。

OK支付，一款市场上鲜有的集“银行卡、预付卡”支付功能于一身的移动支付产品。

OK收银台，一站管理主流支付渠道的聚合支付产品。

OK生活，特约商户信息及导购平台。

OK商家，特约商户移动智能管理平台。

我们行在艰险之途。2016年5月19日公司互联网支付产品与i百联同步上线，100天，我们完成了从业务到技术的全面落地，实现20家主流银行的快捷支付对接。

小年夜，一群黑客攻击了系统，当下正要回老家过年的技术专家老许得知后，立马从火车站赶回公司，分析情况，排查原因，紧急修复，一直坚守到隔天的清晨，他说：“作为公司的技术力量，此时，我们责无旁贷。”

我们行在风景之巅。经过十年的努力，现在，OK卡年发行量已经位居全国之首；OK收银台日均交易超过一万笔；OK支付日均新增用户近一千人；互联网支付实现从0到1的突破；

回首过去，我们与百联一起脚踏实地，砥砺前行。

展望未来，我们青年已经踏上了一个新的十年。



## 小处方 大责任

上海汇丰大药房有限公司 钟颖婕



两张小小的中药处方，反映的不仅是“治病救人、济世养生的专业服务”能力，更是百联人“团队协作、攻坚克难”的价值理念。

佛慈堂国药号是“第一医药”旗下的一家中药店，由龙华寺明畅住持题名。我来自佛慈堂中医门诊部，每天打交道最多的就是中药处方。中药处方是医者仁心仁术、对症下药的文书记录。每一张灵方、每一剂良药对患者而言意义重大，所以更需要我们勤学深研，丰富积累，在审核、调配、校对处方时，为我们的消费者把好关。

某天下午，有个老伯伯怀着急切的心情来到佛慈堂配药。我接过这位长者递上的处方，不禁疑惑重重。原来这位老伯伯的处方上赫然写着：“生半夏 20 克，石膏 70 克”。要知道生半夏可是有毒之品，石膏可是大寒之物。如果按方配药，这么重的剂量，必然造成“药物误用事故”。我根据药典标准和常规剂量判定此方有疑，然而一脸茫然，将信将疑的老伯伯还是坚持要按方配药。为了稳定老伯伯的情绪，为了保证用药安全，我一边带老伯伯到佛慈堂中医门诊部咨询，一边根据处方上的联系电话与处方医生联系。通过向门诊部医生咨询及与处方医生的询问，最终纠正了处方笔误，并根据纠正后的用药剂量，为老伯伯配好了药。老人临走前感慨地说道：“你不仅给我配了药，还救了我的命”。配药是常事，细节是责任。我想专业、细心的

服务是我们让消费者更喜爱的根本所在。

另一张经典处方：黄芪 3 钱，西洋参 1 钱，枸杞子 1 钱，甘草 2 克，白茯苓 2 钱，出自国医大师南通朱良春先生之手。这是我们汇丰中医门诊部推出众多经典养生茶方中的一剂，具有抗疲劳，缓衰老，增强免疫力，调节血压等功效。它的由来缘于 2016 年的一个炎炎夏日。在门诊部候诊的病患中，有一位耄耋老妪，颤巍巍缓慢地走向预检台，向我询问有没有降暑茶提供饮用，看着她期盼的眼神我一时语塞，我们有免费凉开水，却没有她所需要的凉茶，我只能抱歉地回绝了她。望着她转身离去佝偻的背影，我的失落沮丧溢于言表。我们中药房能不能配制提供顾客需要的凉茶呢？这个想法得到了店长和公司领导的鼎力支持，在众团员青年参与的茶方配制推广攻关小组的共同努力下，不仅推出了汉方凉茶，更推出了众多针对不同人群的经典的“四季养生茶”，克服了茶方包装简陋、泡制麻烦、口味不佳的不足，研发了可以单次或多次冲泡的自主调味的茶包。

两张小小的中药处方，反映的不仅是“治病救人、济世养生的专业服务”的能力，更是百联人“团队协作、攻坚克难”的价值理念。“第一医药”融入百联大健康产业发展，“让消费者更喜爱我们”不是一句空话。“不积跬步，无以至千里”，无论任何时候，青年都将与百联共成长，百联亦会令青年更出彩！这不仅仅是一种表现，更是一种传承。



## 中国心 百联梦

上海现代物流投资发展有限公司 杨汝静



**我们怀着一颗拳拳中国心把自己的青春奉献给百联物流的建设，把自己的梦想融入百联的梦想中，聚个人梦圆百联梦！**

在我心中，有一个现代物流青年的“百联梦”，那就是在自己的电商平台上，实现“实体与虚拟、线上线下交融”的双龙头梦想。

现代物流的晶通库和联华江桥库作为集团电子商务化“i百联”的两大支撑常温仓，从“i百联”正式成立运营，到5.19“i平台”正式上线，一直对集团电子商务化运作发挥着强大的支撑作用。然而，2017年年初，外资合作公司突然宣布要退出江桥库管理，百联集团急需一支专业化的电商物流管理团队。

谁能做，谁来做，谁敢来做？百联物流人迎难而上，接下了“二库合一”的重任。

从集团下达二库合一指令至今，百联物流人无畏艰险，一路披荆斩棘，面对人才紧缺的窘境，义无反顾，无惧困难，抽调专业的电商青年团队成立核心小组，组建非专业青年职工成立电商突击队，共赴江桥库。炎炎夏日，库外40℃，库内50℃的高温，而库区里比温度更高的，是每一个电商物流人心中完成二库合一的信念之火、是每一个电商突击队员对完成项目不灭的热情！

100天倒计时，时间只有100天！一个月必须完成方案、一个月必须完成现场调研、一个月必须完成和亚马逊的交接。

100天，我们从百联的手中接下了开创百联电商物流新纪元的重任！二库合一的号角已经吹响！

60天，全面专业的项目接收方案制定完毕，电商调研组正式成立！

……

30天 联华江桥库电商项目调研完毕，接收计划初步实施，电商项目组、电商突击队整装待发！

20天 原计划20天的盘点计划提前完成，仅仅10天时间55万件商品盘点完毕！

10天 所有差异处理完毕，系统对接完毕！大家都在等待激动人心时刻的到来！

终于在2017年10月1日，在举国欢庆的时刻现代物流人也迎来全新的开始，联华线上仓顺利交接！我们现代物流人的梦想之门终于正式打开！

我梦想有一天，当我们的客户打开我们物流人用心和爱承载的包裹的那一刻，微笑可以挂在嘴角。我梦想有一天，印有i百联LOGO的车队可以穿梭在这个城市。我梦想有一天，百联物流将同京东、阿里一样深入人心。

这就是我的百联梦，梦里有百联、有激昂的青春、更有现代物流的蓬勃发展！作为青年职工，我们怀着一颗拳拳中国心把自己的青春奉献给百联物流的建设，把自己的梦想融入百联的梦想中，聚个人梦圆百联梦！



## “斤斤计较” 创造出效益

百联集团财务有限责任公司 郑宏达



**攻坚转型瓶颈，创建学习型组织；攻破创新难题，创造创新型团队；攻克发展短板，创立价值型员工。三攻三创伴随着我们成长，激励着我们前行**

2016年，我来到了百联财务公司，成为资金计划部的一员，颇有再出发、重新启航的感觉。

甫入资金计划部，就感受到充实忙碌的工作氛围。计划部只有四人，但却是一个年轻高效的团队，虽然只有四人，但既要做好流动性管理，充分调度运作归集的资金，在集团和监管部门许可范围下，充分使用既有的牌照资源，进行各种同业、投融资业务，最大限度提高集团资金收益水平，还要加强机构间合作，维系同业关系。为了应对风云变幻的金融市场，我们坚持每天学习，保持对市场的敏感性，对市场变化进行风险评估，控制投资风险，可以说不断进步已成为我们计划部每个人的座右铭。我们还要负责金融统计工作，每年向银监、人行等监管机构报送约1108频次报表和报告。虽然工作学习任务繁重，人员精简，但部门同事各司其职，同时又互为A、B角，确保工作有序开展。部门形成人人渴望成才、人人努力成才的积极团队精神。我们努力，我们自豪，优秀的工作作风与业绩使四人团队多次获得上海银监局和中国人民银行的书面表扬。

回顾这一年多的资金业务，我觉得归根到底就是拼人品、拼勤奋。每天一早，资金计划部的同事们总要比大家早来半个小时，匡算当日所需备付资金溢缺，在9点上班前就做好当日资金全部计划方案。随后微信、QQ、手机、座机各种通讯手段齐头并用，积极地与金融机构询价报价，和金融机构一个基点一个基点啃，0.01%看似微不足道，但体现在利息收入上都会有几千几万的差异。出于对这份工作和这个团队的热爱，我们愿意倾尽全力，付出所有。金融市场瞬息万变，我们都拼劲全力以确保业务的安全落地，经常会遇到中午连饭都顾不上吃的情况，胡乱塞口饼干啃着，拎起电话继续做业务，也正是每一天每一笔几千、几万的“斤斤计较”换来的收益，日积月累、积少成多，为财务公司获取了更多的效益。工作使我们时常加班加点披星戴月才回家，夜晚中深情望着百联大厦，我坚信每次的努力和纠结，换来的是团队每一位成员的提升。

除了敬业，还有就是专业。财务公司为建立符合百联集团及成员企业支付特点的流动性管理体系，合作设计并研发了一整套流动性管理模型，经过几十个日夜的测试修改，最终成功上线使用。自模型上线一年多以来，根据系统建议的最适备付率安排资金，将年平均备付金率从原先的30%-40%逐步压缩到现在的20%左右，并逐步建立了二级三级备付资金体系，经过流动性的精细化、系统化和专业化管理，2017年获得额外收入约600万元。回想当初测试阶段的一个个不眠之夜，心中充满了成就感和满足感。

有一组数字跟大家分享一下，2016年财务公司人均创收1200万元，人均创利250万元；预计2017年财务公司人均创收将达到1400万元，人均创利290万元。

青年与百联同成长，百联让青年更出彩。感恩公司，提

供给我一个良好的平台和学习条件；感恩领导，帮助我成长；感恩同事，给我帮助，给我鼓励，同舟共济；感恩朋友和合作伙伴，给我信任和支持。

攻坚转型瓶颈，创建学习型组织；攻破创新难题，创造创效型团队；攻克发展短板，创立价值型员工。三攻三创伴随着我们成长，激励着我们前行，我们永远走在三攻三创的路上，即使路上充满了坎坷和磨难，我们依然抖擞精神，意气风发，再出发，砥砺前行！



## 无边界的协作共进

百联集团有限公司 顾洁琼



**实践告诉我们：团队，是目标上的一致，是行动上的配合。只有团结协作才能共达目标，只有优势互补才能发挥 1+1 > 2 的效果。**

“团队”这个词，大家并不陌生，提到它，最先想到的可能就是：团结协作。

作为新员工，有 3 件事让我印象深刻，它们就是：入职培训的七巧板游戏、百联到家的春节不打烊和人人惠营销平台。

### 七巧板·目标一致 优势互补

团结协作需要优势互补，发挥叠加效应。2017 年 6 月的新员工培训，大家分组完成了游戏，“用 7 块七巧板拼出最多的三角形”。过程中，有人计算规律、有人动手拼图，分工协作、形成了答案。

玩的是游戏，体现的是百联的文化理念。用实践告诉我们：团队，是目标上的一致，是行动上的配合。只有团结协作才能共达目标，只有优势互补才能发挥 1+1 > 2 的效果。

### 百联到家·突破边界 齐心协力

春节 8 天里，快递小哥回家过年了，集团组织了 300 多名志愿者，当了一回配送员。一方有需、八方支援。“百联到家，春节不打烊”体现了百联人的团结互助、通力协作。

志愿者亮红的马甲就是百联的名片！服务无小事，百联到家，就是这样一个有温度的品牌，用心传递温暖，为用户打包幸福；用服务点亮微笑，让百联成为消费者的首选！

“眼镜巧匠”蓝金康，通过“名师带高徒”活动，培养了一批批一级技师，以点带面，带出了一个团队！

许宁工作室，近年来，推出了代客送货验机、上门调试等举措，作为服务经营的新平台，为商厦创造了大效益！

世纪联华颀桥店店长王佳景带领员工，截至今年5月底，已实现销售5610万、利润同比增长280万。他说：“这些成绩，是靠员工无私奉献凝结起来的！”

### 人人惠·联万家 惠人人

每个人都是百联团队的一份子。总部员工可能会想：我没有在一线、不能直接与消费者打交道，为了做到“让消费者更喜爱我们”，我能为团队做什么呢？

我认为，“人人惠”就是一个很好的方式。很多人习惯在微信看到好东西时“一键分享”。自己觉得好、分享给别人，给我们有温度的感知。“人人惠”的理念正源于如此。

我们的全国劳模、党的十九大代表许宁，在上海市党代会期间积极推广i百联，让许多代表们了解i百联，使用i百联。通过“人人惠”，人人都是营销员，通过“一键分享”，让身边的人认识i百联。

百联人的团结协作，是优势互补的、是不断传承的、是突破边界的、是齐心协力的。我很荣幸能加入这个大家庭，今后，我会与大家多团结、多协作，努力为企业转型发展做贡献！



## 深耕培育百联英才的沃土

百联集团教育培训中心 徐敏



**我们有信心用最积极热诚的温度，专业可靠的高度，严谨细致的深度，开拓创新的宽度，成为企业学习的选择和陪伴者！**

如今，我已是一名教育培训工作者，我们的校训百思博学，联实笃行，让学海更加无涯。我很庆幸在一个极具学习生态的环境里，与一群好为人师、乐于分享的人一起工作。在我们的校园里，人人都有与他人分享的愿望，人人都有向他人学习的胸怀，有一种人人当老师，人人当学生的文化氛围。从集需求分析、课程设计、课件制作、上台讲授以及效果跟踪为一体的专业、完整的培训系统，然而，培训工作不是TVB的好剧，哪会总是大团圆；课程开发不是哆啦A梦，头晕脑胀时，机器猫不会跳出来助你一臂之力；课程设计“不是有钱你想买，想买就能买”，上台讲授不是“中国好声音”，一个人讲的好就有人转身……培训是个体力活儿，从培训筹备到训后跟进，从早忙到晚，上课一站一整天，高跟鞋脱掉的时候，脚仿佛都不是自己的，咽炎是常见的职业病，各种金嗓子是随身必备，这或许就是我们工作的常态。要想做好这一切，一路走来，靠的是中心里每位成员悬在心头那份如饥似渴的坚持；那份开拓新源泉的决心；那份终身学习的坚持。中心的“领头羊们”就像敏锐的GPS，经常卫星链接业、内外界，建立广泛的联系，准确接收信息，发现合作机会，发挥我们的影响力；在领导们的率

先垂范下，青年教职员工均化身“听风者”，将嗅觉提升至外星人级别，把服务管理锻炼成一种意识，融入日常工作。我们的摩斯密码：撸起袖子加油干！除了埋头苦学，和其他人默契配合，还得心细如发并练就火眼金睛，第一时间发现问题第一时间解决问题。比“中国好声音”精彩的，是中心无数无名英雄默默耕耘，抛脸面、洒热汗塑造的“百联好培训”。

当学习成为一种内在需求和习惯，学习就成了一种陪伴。此时的学习，不仅包括获取新知和习得，还要以虚怀若谷的心态去面对不同的人、事、物，高度关注外界环境的变化，不断拓展视野，转换思维方式，多角度地审视与反思，使我们在分析和解决问题时变得更加务实和高效。作为教育培训人，我们将立志努力为集团创新转型、改革发展、为帮助员工提升岗位能力去贡献我们的价值；我们有信心用最积极热诚的温度，专业可靠的高度，严谨细致的深度，开拓创新的宽度，成为企业学习的选择和陪伴者！2017，我们的新校园已建成，来吧，请走进我们的新校园，让我们相约在这里，让学习成为习惯，让学习，成为最长情的陪伴！



## 匠心传承 创新无界

上海三联（集团）有限公司 洪燕



**吴良材的传统：匠心传承，创新无界。**  
300年岁月流逝，一代代吴良材人始终坚守着。

这是我们吴良材的发明专利，花费三年时间潜心研发，发明人不是别人，正是我的老师林培任领衔的大师工作室。林老师从业快四十年，从一名磨片学徒成长为验光工匠。他经常对我们青年人讲吴良材的传统：匠心传承，创新无界。300年岁月流逝，一代代吴良材人始终坚守着。

除了研发专利产品，林老师还开创出不少验光新方法，为四处求医无门的消费者，摆脱视力困扰。他常说：“没有独特的产品，高超的技艺怎能让消费者满意，让消费者更喜爱我们！”

其中，有一位山东济南陈先生，他在全国各大知名眼镜店、医院都有配镜或治疗，可是，没有一副眼镜戴得过3小时，都出现头疼脑涨。经人推荐，他来到了吴良材，通过检影和三理验光，林老师诊断陈先生由于融像困难，成像品质下降这复合因素，导致其视力不堪重负。这既与个人体质有关，同时电脑手机的过量使用也是一定诱因，针对陈先生的个体特征，林老师和三联光学中心特制了一副个性化放松镜。配镜的效果用陈先生的话说：“真没有一副眼镜比得上我们吴良材的。”后来，为了配镜方便，陈先生专门在上海设立分公司！

现在，传承和创新的接力棒已经传递到我和我的伙伴们手

上，我们牢牢握住吴良材的传家宝：检影镜，苦练内功。虽然我们都是视光专业的科班生，但来到了吴良材就得从零开始。经年累月的摸索、总结，我们日渐成熟，也有了自己的粉丝群。

小唐是我的铁粉，5年前的一天傍晚，他匆匆来店找我配镜，因为他看反光镜觉得有点费劲。在检影验光时，我已经察觉出他眼底的异常，之后通过主观验光和眼底照相，我推断他患了急性眼底病，请他立即前往专科医院。3个月后，小唐来店道谢，因为医生告诉小唐，这是一种高致盲性眼底病，幸好就诊及时，最大限度保全了视力！现在小唐定期到吴良材复光，个性化的配镜方案呵护他宝贵的视力。从许许多多像小唐一样的消费者身上，我们感到了一份使命和责任！

我们创建屈光档案，添置眼轴仪，眼底机等视光仪器，全方位采集各项眼生理参数，运用大数据和细分化，提出综合配镜方案，关爱消费者一生的视力健康。

现今，时代挑战前所未有，肩上使命义不容辞，面对瞬息万变的市场，不容我们有片刻迟疑和停顿。唯有匠心传承，创新无界，才是不变的法则和真理，今天，青年一代的我们，必将用智慧和热情延续老字号下一个世纪传奇。



# 学习创新

## 第四篇



价值观

行为规范

## 学习创新

- 求知若渴
- 勤学笃思
- 勇于探索
- 创新无界



## 勤学笃思是百联动力之源

百联集团有限公司 汪立健

**勤学好问，笃思有恒，是每一个百联人永恒的追求。学是埋头苦干，思是抬头看路；学是日常工作，思是眼观大局。**

面对巨变的时代，百联顺势而为，i百联的上线、RISO首店的诞生、第一八佰伴、东方商厦旗舰店、市百一店等门店的升级改造等。每一次都是创新变革，每一步都是果断向前，每一回都让我们感到自豪与希望。这些新鲜事物每每冲击我们的视野时，我不禁会想，什么是百联不断向前的动力源泉呢？答案是“勤学笃思”。

在我服务的一次纪检监察干部培训中有一个挑战——以实景表演来模拟案例。参加培训的纪委书记们都是集团不同层级的领导，他们能从实务操作的细节做起，投入到情景模拟中去吗？短短的两三天，他们将会带给我们怎样的惊喜呢？

任务一经公布，培训现场沸腾了。那些平日在我眼里“严肃有余”的纪委书记，立马变成了一群“热情活泼”的学员。课间休息、中午一搁下饭碗，下午放学以后，都可以看到大家围在一起，讨论案例，有时为了一个细节争得脸红脖子粗；角色扮演，有时引来哄堂大笑，全然没有了职级的高低。看！这一幕幕场景，多么热烈，多么欢乐！这一位张齐，是新任的纪检干部，他既是旁白也是编剧。为了能够既准确研判案例又展现表演的新意，他硬是“啃”下了一整本《模拟案卷》。在询

问了身边老法师的意见后，彻夜未眠准备材料，最终在凌晨5点拿出了剧本，而他们团队的“一个酒杯引发的思考”给所有参加培训的人员留下了深刻的印象。连外来讲课的领导都惊叹于百联人的这种好学进取的精神，被热烈的氛围所感染。我们百联人，学的是工作实务，思的是突破自我。

临时组合能碰撞出智慧的火花，跨界服务挑战更是身心的洗礼。东方商厦的“啡咖啡”现在已经是一个明星项目，这些员工当初可都是泡咖啡的“门外汉”，但他们借助东方商厦改造升级的机会，经过高压密集的培训，每人每天练习上百次，哪怕手酸得几乎抬不起来也不言放弃。他们相互探讨、学习、鼓励，无数次失败重来之后，终于做出了香醇、芬芳又赏心悦目的各式咖啡，广受顾客好评。我们百联人，学的是跨界技能，思的是转型提升。

全国劳模许宁前辈，面对转岗的新环境，学心理学、学小家电使用，一步一个脚印，逐渐掌握了多种中西菜肴的烹饪技巧及各式小家电产品的正确使用方法，并将心得分享在“东方商厦许宁姐姐”的微博中，吸引了诸多消费者慕名前来。我们百联人，学的是服务艺术，思的是整体创效。

市场环境越来越艰巨，新的模式、新的挑战层出不穷。

孔子说：“学而不思则罔，思而不学则殆”。勤学好问，笃思有恒，是每一个百联人永恒的追求。学是埋头苦干，思是抬头看路；学是日常工作，思是眼观大局。我想我们百联人，都应对照十三五大规划，设立“小目标”，边学边思，学思并用，以更积极的心态、更主动的行动，去面对明天无限可能的未来。





## 注入新媒体人性化活动

百联全渠道电子商务有限公司 朱立

**百联全渠道作为互联网这个集体的“新人”，用“学习创新”来作为企业文化的一个核心，也展现了公司鼓励创新、容忍失败的态度。**

市场部门是一个负责拉近产品与消费者的心理距离的部门。而我所在的公关部隶属于市场部门，相当于百联全渠道的“喉舌”，我们对外发的每一篇稿子、在公共媒体上的任何声音，都代表了全渠道的形象。长久以来，该对外树立一个什么样的形象？如何拉近消费者与“i百联”的距离？这是我们一直在努力的事情。在这个过程中，“学习创新”四个字显得尤为重要。

举例来说，大家都知道，i百联的微信公众号是由我们团队进行运营的。在新媒体时代之前，企业公关的方式是，将企业想要传达的信息告诉报纸、电视等媒体，再通过媒体传达给大众，企业本身并不承担“媒体”的身份和职责。而随着新媒体时代的到来，让任何一个企业和机构都可以几乎零成本地成为一个媒体。在新媒体时代，一个企业应该如何去面对大众？这个时候，还用传统的老一套，不去思考创新可不行。

我们认为，在互联网的语境之下，“企业”是“人”而不是“机构”，人是有血有肉，有自己的个性和特点的。“i百联”这个微信公众号，虽然代表了企业，但我们不想让它变得冰冷和一本正经，不想做一个只是天天推送打折促销信息的平台，我们要坚持让它“说人话”、“懂人情”。“让每一个忙忙碌

碌的都市人回归自己的生活本身，体会生活的美好”——围绕着这个初衷，我们的每次推送，都可以说是一个学习创新的过程，因为很多做法和想法，都是之前没有尝试过的，我们一步步在尝试、在探索。

记得有一段时间，大家很迷信日本的马桶圈，但是我们讨论下来，发现日本马桶圈并不适合中国家庭，于是我们做了一篇推文，用轻松的口吻去告诉用户，去日本旅游欣赏美景就好，马桶圈我们网站上有更好的。事实证明，效果很好，那次微信推文的当天，那款商品的销量增长了近十倍。我想，这是用户对于我们“说人话”、“懂人情”的一个最大的认同。

我们前段时间推了一个爆款商品，那是一个印着hellokitty的抽纸，1.95元一包，一箱20包39元，价格很便宜，我们要写推文来推这个商品，该怎么推？后来我们想了一个巧妙的切入点，把“少女心”和“家庭主妇”结合，那个推文，也获得了很好的效果，阅读量、分享量和转化率都很高。

举这两个例子，我想说的是，你是不是真的“用心”在跟用户沟通，他们从字里行间是能感受得到的。我们经常自己开玩笑，说公关就是“攻心计”，因为，这种真正“用心”的沟通，更能长久地黏住用户，从长远来说，这样塑造出的企业品牌形象，更丰富、更立体。

百联全渠道作为互联网这个集体的“新人”，用“学习创新”来作为企业文化的一个核心，也展现了公司鼓励创新、容忍失败的态度。作为市场公关部的一员，我也将继续以“创新”为灵魂，时刻要求自己保持求学若渴的心态，不断为i百联的品牌形象赋予其独特的魅力。



## 小创新推动大转型

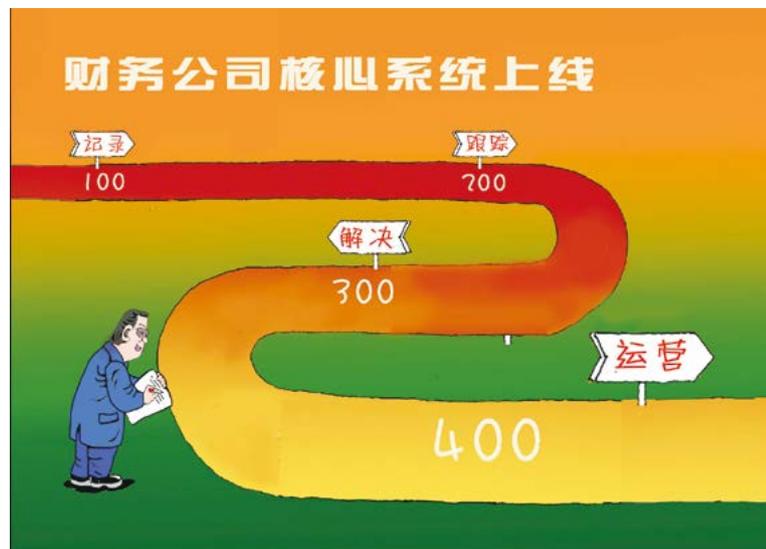
百联集团财务有限责任公司 刘亮

**财务公司核心系统从筹备到上线期间，总计解决了大大小小问题 460 多个，每个问题都做到及时记录、跟踪和解决，我觉得这就是最脚踏实地的创新。**

何为创新，有人说：真正的创新，是让人们做他们从来没有想过的事情；也有人说，创新不是从 1 到 N，而是从 0 到 1。但众所周知，创新从来不是一蹴而就的，因此我更赞同财务公司所实行的“小创新、大变化”，指引着我们在工作中不断总结优化，从发现问题到解决问题，每次做到进步一点，日积月累便会质变。犹记得财务公司核心系统从筹备到上线期间，总计解决了大大小小问题 460 多个，每个问题都做到及时记录、跟踪和解决，最终实现系统如期正式运营，我觉得这就是最脚踏实地的创新。

创新意味着什么？在今天，世界五百强企业的平均寿命，由上世纪的 67 年变成仅有 12 年，意味着许多富有创新力的新锐企业几乎都是近十几年发展起来的，这种指数级的发展依靠的是创新。近年来，欣喜地看到集团在创新转型中动作频频，从商务电子化、线上线下融合的全渠道平台及与阿里巴巴合作的“新零售”，这都是集团勇于探索勇于创新的证明。在市场充分竞争、渠道多样化及信息透明的今天，唯有借助于商务电子化转型和线上线下融合全渠道，来满足消费者的消费方式升级。通过渠道整合后的大数据，进一步挖掘消费者需求，努力

成为消费者选择产品时的首选,做到比消费者更了解他们自己,让消费者更喜爱我们。



## 贴心服务赢得了顾客信任

东方商厦有限公司 张晓滨

导购员不仅仅是为了销售商品,更重要的是要提供给每位顾客直指心灵的服务。

大家都知道,我们的贴心服务是赢得顾客信任的法宝之一。之前,一位女士来到收银台付款,在支付 OK 卡输密码环节,由于没有戴老花眼镜,密码数字看不清,这时一旁的自营区导购小胡主动热情地帮助顾客。这一贴心服务,让顾客在取完商品后,又特地来到小胡那去让小胡推荐鞋。有了之前的铺垫,顾客更信任小胡了。当发现顾客脚型具有大脚趾外缘凸起的特点,小胡推荐了一款 SIGERSON MORRISON 的方头低筒短靴。顾客试穿后,全然掩盖了脚型的缺陷,自信感油然而生,马上就买下了。贴心的服务拉近了顾客和服务人员的距离。

我们要抓住顾客的心,方式很多,也不一定局限于商场之内了。曾经碰到一位顾客在选购一双晚宴鞋的时候,提出了送货要求。其实我们的销售已经完成,但为了让消费者更喜爱我们,成为我们的长期顾客,我们的服务必须延伸。考虑到货品的价位较高,再加之蛇皮材质较为脆弱,我们没有选择快递,而是派了一位员工送货上门。这让顾客十分感动,更愿意来我们东方商厦消费了。

导购员不仅仅是为了销售商品,更重要的是要提供给每位顾客直指心灵的服务。不仅要让顾客感受到购物的畅快,还要

让顾客通过与导购接触，感受到“平和、温暖”，并带着这种温暖的感觉回家，这才是服务的最高境界。这种感觉会让顾客在平时的日常生活中无意间回忆起，因此会令顾客再次光临。这也就给了我们再次为顾客服务的机会，延伸了我们服务的深度与广度，为让顾客更喜爱我们提供了机会与可能。



## 现代营销需要会讲品牌故事的人

东方商厦有限公司 周强

**作为转型后从事自营品牌销售的员工，我认为要让消费者更喜爱我们，首先要学会讲故事，讲品牌故事。**

在东方的 25 年职业生涯里，我一直从事一线销售工作。2017 年我所在的二楼女士精品商场，是由女士时装商场转型升级后成立的一个全新的商场，服装、包袋、女鞋都是来自国际一、二线的品牌和著名设计师的品牌。商品变了，我们的销售技巧也在发生改变。

记得销售大师保罗·梅耶说过：“用讲故事的方法来介绍，你就能迎合顾客，吸引顾客的注意，使顾客产生信心和兴趣，进而毫无困难地达到销售的目的。”那我们讲什么才能吸引顾客呢？可以讲的东西很多，比如品牌创立人的故事、产品设计灵感的来源、产品生产的过程、产品与明星之间的故事等等，把它们串成一个个精彩动人的故事，顾客一定喜欢听，说不定既做成了一笔销售，又让顾客喜爱上你，而在我们的设计师品牌里就有许多这样的故事。

还记得某日下午，我们的自营女士皮具柜走进来两位 25 岁左右的女孩，她们被橱窗里嘉拉·法拉格尼的“眼睛鞋”吸引住了。我便主动走上前去，向女孩们介绍起了“眼睛鞋”的由来。这个品牌的设计师，是当下脸谱社交平台上最红的时尚博主，喜欢分享自己的穿衣心得和旅行札记，她的博客粉丝已经近 2 亿，她录制真人秀，还担任客座评委，甚至代言了多个

一线品牌。我接着介绍了这个品牌的形成特点以及国际受欢迎程度。当我以故事的形式，向两位女孩讲述许多有意思的品牌细节后，她们对我们陈列的商品产生了浓厚的兴趣。我们后来又一同聊起了“索菲·休姆”的信封包。从品牌的创始人，到包包的灵感来源，再到哪些名人背过，就这样当我将除包本身以外的品牌价值传递给顾客时，我们还做成了一笔意外的销售，更收获了两位与我们眼光相契的未来东方的忠实顾客。

作为转型后，从事自营品牌销售的员工，我认为要让消费者更喜爱我们，首先要学会讲故事，讲品牌故事。通过学习了解掌握各种不同品牌背后的故事，从销售商品到传播品牌故事，传承品牌文化，我想这个过程，如同作家为推销自己的作品，要把故事讲好，吸引读者一样。



## 软硬并进的百联文化

百联中环购物广场有限公司 蒋桑

**百联文化是黑夜里一座明亮的灯塔，当我陷入迷茫、  
困顿的时候，总能在黑暗中为我指明前进的方向，引导我  
继续跋涉。**

“百联与众不同的企业文化，软硬并进是深深打动我、鞭策我不断努力前行的无限源泉与动力！”

企业竞争力的实现取决于创新的细胞。正是百联“勇于探索，创新无界”的企业文化使得百联大浪淘沙，逆流而上，屹立于激流的顶端。百联于2016年5月19日正式上线。百联的上线赋予了线下实体门店更为多元化的营销方式，将O2O线上线下有机的结合，资源共享，优势互补。其中以百联通会员与智能车库改造项目最具有代表性和标杆意义。百联通会员摒弃了传统会员单一的实体卡积分理念，打通线上线下各业态间的闭环，做到“无卡在手亦可畅游百联”，将百联集团旗下庞大的零售业分支完美整合在一起。在体量如此庞大的商业体中，这种创新尝试更是绝无仅有！百联通也不仅仅是一张传统意义上的VIP会员卡，更是尊贵身份的象征与各大权益的体现。无门槛入会、VIP贵宾免费茶歇、收银贵宾绿色通道、雨无忧畅借畅还、生日双倍积分礼遇、积分兑换尊享等等不胜枚举的会员权益与福利，都紧紧地拴住每一位顾客的心，让顾客愿意走出门，愿意来百联消费，愿意来百联享受无上礼遇。智能车库改造项目更是百联集团在创新进取道路上的又一突破。从自动

识别车牌运营进场的时候开始，顾客就享受到了智能车库多功能自动化服务体验。绑定自驾车车牌，所有操作一个手机全搞定。不用担心车库太大，找不到停车地点，“反向寻车”来解决问题。收费岗亭排队太长不高兴等待，手机支付停车费方便快捷。

要说“创新”是百联的硬实力，那“以人为本”就是百联的软实力，也是最大的生产力。山之处人为峰，企之共赢人作本。百联可以将所有员工的幸福感放大到最大，不断强化企业与员工间的共同价值。百联从来没有忘记过每位员工的生日，每年生日将近，都能收到工会送出的员工生日礼。公司党委团委牵头，开展了各种形式多样的文体、娱乐活动，陶冶情操，丰富员工的工作生活。员工也可以通过职工代表大会、心语心愿留言活动、座谈会等多种渠道发表自己对公司的意见，阐述自己的想法。百联真正地将每位员工都看作自己的孩子，自己的家人。正是因为“值得”二字，才让我，才让全体百联员工，愿意把自己的时间、精力、智慧毫不保留地奉献给百联这个大家庭。

百联文化是黑夜里一座明亮的灯塔，当我陷入迷茫、困顿的时候，总能在黑暗中为我指明前进的方向，引导我继续跋涉。



## 求知若渴是企业创新转型的关键

上海新华联大厦有限公司 高丽萍

**拉吉舍夫有一句名言：“在知识的山峰上登得越高，眼前的景色越壮阔。”我想我们能用我们求知若渴的学习创新见证新华联一次又一次的攀登高峰，再创辉煌！**

新华联大厦，是一个传统的百货商店（东方商厦淮海店），可随着互联网日益发展和成熟，像我们这样的单体百货经营情况逐渐不容乐观。当我们发现越来越多的顾客在逛百货店挑到自己喜欢的服装后，不是下单购买，而是扫一扫二维码继而上网淘货时，百货商店俨然已经沦为“试衣间”。

新的商业形势给传统商业带来了剧烈震荡：曾经轰动一时的太平洋百货已是近年来告别淮海路商业街的第4家老牌百货商场；2010年，开店15年的华亭伊势丹几经辗转变成了小型购物中心；2012年，开店19年的第一百货淮海店被宝马4s店取代，如今却门可罗雀；2013年，开店20年的二百永新让位于优衣库全球旗舰店。

传统百货业的地位是否已经风雨飘摇、岌岌可危？线下的实体店该如何革新，就成了大家必须面临和选择的问题。百联集团和新华联公司领导进行了大量的国内外市场调研，分析今后市场的趋势动向，吸取成功转型购物中心的经验，做出重大决策。最后百联的思路是，将新华联大厦打造为一个拥有主力店铺、定位时尚生活方式的小而美的购物中心！

新华联公司领导带领着全体公司成员，求知若渴般学习国内外优秀百货公司转型购物中心的成功案例。通过学习及创新，新华联最终成功转型为淮海755，汇聚了一批极富个性和感召力的知名品牌，覆盖衣食住行、健康运动、艺术感官等方面，开业不到半年时间，无论是客流量还是行业内评价，无不证明此次转型的成功。

淮海755的成功转型、改革创新，无疑成为了淮海中路上又一时尚集聚地，也给新华联办公写字楼带来了诸多的正面影响，提升了写字楼的整体档次。

新华联大厦为甲级涉外写字楼，由东楼7-24层和西楼6-20层组成，建筑面积约5.1万平方米，楼宇出租率常年保持在平均90%以上，2016年出租率达到峰值96.05%，吸引着一批国内外著名企业入驻，得到来自美、英、德、日等国家和港澳台等地区的电子、商贸、教育、科技等各类企业的青睐。

近年来，“绿色”一词已经在各个领域被人们所重视，很多人一天的工作时间都是在室内度过的，空气污染会对长期在写字楼内工作的人们造成不适，也会对工作效率产生影响。因此，我想到了绿色写字楼。

原来我仅仅以为所谓“绿色”只是需要加强办公环境的绿化率，定期对新风系统和空气过滤器等设备进行清洗和升级即可。通过学习我才发现原来“绿色”包含了太多：除了以上2点，还有设备节能、卫生耗材环保再生、绿色出行、资源回收分类、是否符合LEED最新标准等等。我想在我的眼前还有太多太多的专业知识需要去学习！通过求知若渴的学习我找到了创建绿色写字楼的目标和方向。

拉吉舍夫有一句名言：“在知识的山峰上登得越高，眼前的景色越壮阔。”我想，我们能用求知若渴的学习创新，见证新华联一次又一次的攀登高峰，再创辉煌！

## 百联老建筑焕发青春成新典范

上海河岸商业开发公司 蒋瑜



**百联人勇于探索，学习创新无畏的价值理念，正如重获新生的四行天地一般，迸发出无限生命力和可能。**



2013年，河岸公司受百联集团委托，担纲重任开发改建四行天地项目。项目团队勇于突破原有思维局限，在建设过程中集聚各方智慧、深入探索老建筑生命活力，释放了创新无界的才情。

围绕“如何通过改建挖掘和发挥存量资产的潜力”，项目组探索老建筑有机更新、创新功能。项目人员首先参观学习成功的园区改造项目，从设计调研中激发创意灵感；联同设计、策划、检测、施工、监理等单位一起反复研究结构图纸，“埋”到项目现场斟酌建筑机理；通过扎实的基础探索衍生出创意的改造方法，例如：通过拆解再利用连廊连接、增加采光天棚的创新设计，将楼层落差1.4米的三幢建筑全面打通，既解决老建筑采光难问题，又使原先独立的建筑体层层贯通，形成“五位一体”的共享空间。项目组人员善于发现、探索未知、攻坚克难的工作态度，为整个改造工程搭起一道无形的“脚手架”。施工中项目组不断面临新的挑战，面对布满高出楼板30公分不等且不可拆除的反梁，项目人员整理出一系列国内外优秀反梁设计案例，发挥创新不舍的匠人精神，夜以继日的模拟实践，最终提出“高处通道、洼处办公”的创意空间运用模式，化劣为优充分满足了客户办公需求。

创新不是一句简单的口号，更不是一种形式，他是一个突破固有模式束缚、推陈出新的“变”的过程。对于企业发展来说，创新的意义在于挖掘陈旧资源去创造新的价值。“百联集团十大员工创新创优优秀项目奖”、“长三角文化创意产业金鼎奖”一系列荣誉的取得，既是百联老建筑应有的荣光，更是百联无数工匠的骄傲。在百联十三五规划的引领下，不仅“存量资产开发”，“新型商业开发”、“新零售”等新兴产业也不断取得突破，百联人勇于探索、学习创新无界的价值理念，正如重获新生的四行天地一般，迸发出无限生命力与可能。



## 攻坚担当

### 第五篇



价值观

行为规范

## 攻坚担当

- 迎难而上
- 砥砺前行
- 自我驱动
- 主动担当



## 百联让青年更出彩

百联集团有限公司 胡良玉

对于百联青年来说，实现人生理想、抵达职场目标的支点，就是自己的本职工作，他们正以坚定的执行力，努力朝着目标奋进！

阿基米德曾说过，给我一个支点，我能撬动整个地球。对于百联青年来说，实现人生理想、抵达职场目标的支点，就是自己的本职工作，他们正以坚定的执行力，努力朝着目标奋进！

有一张全渠道“人人惠营销推广”青年团队的一周培训安排表，密密麻麻，好不忙碌！

“人人惠营销推广”团队2016年完成培训达100多场，平均每2个工作日进行一场培训，累计培训人数超过3000人，足迹遍及上海四面八方。其中，2016年末，在快客店长大会上，为400多人进行培训。路程最远来到百联金山购物中心、联华超市崇明总部，同时，远程对外地百联门店进行辅导。2017年截至目前，业已完成培训场次60余场，涵盖：联华股份、百联股份、百联电商、百联教培中心、物贸股份等相关企业，培训人数近2000人次。

功夫不负有心人，2017年“人人惠营销推广”以出色业绩被授予：集团团委2016年度青年优秀建功项目、市总工会上海市工人先锋号先进称号，他们自己的努力证明了，坚定执行，把不可能变可能。

在东方商厦旗舰店创新转型的嬗变中，一个自营项目——

东方商厦咖啡馆应运而生。咖啡馆的员工有的来自客服中心、有的来自摄像机柜台，有的是上海市劳模，也有新入职的小鲜肉。他们因同一个转型项目，走到了一起。他们为了同一个职业目标，一起再走。

开业至今的第二版菜单，因为涉及到图片拍摄的知识产权，广告公司给出了 2000 多元的友情价，以 10 本菜单计算，至少需要 2 万元的额外支出。2 万元对于一个开业不久的商铺，可是一笔不小的运营成本。

做，还是不做？为了提升咖啡馆形象，必须做！

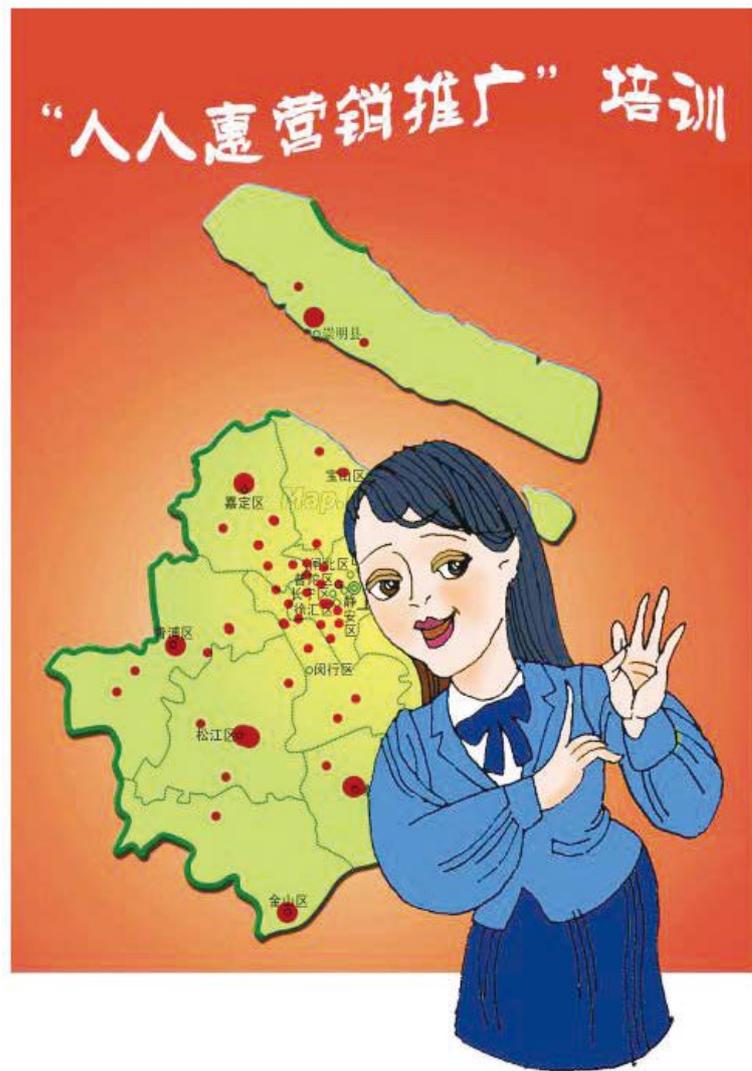
谁来做？咖啡馆员工迎难而上，自己做。咖啡馆员工拿出了在之前柜台练就的“童子功”，店长青春达人陈志刚负责拍摄，其他员工联系广告部门借用拍摄设备，联系制作厂家，完成了从“拍摄——设计——制作——出版”一条龙，测算下来，最终制作成本——200 元。

啡咖啡青年团队，以 200 元的制作成本完成了广告公司 2000 元的报价，为商店节约成本 90%。

半年来，啡咖啡青年团队完成了从 0 到 1 的转变，从不会制作咖啡，到已经驾轻就熟。

有一位星级宾馆的青年负责人说，虽然我们宾馆也早就提供咖啡服务，但还不能有如此生动、栩栩如生的咖啡拉花，他们真的很棒，为百联青年点赞。

志之所趋，无远勿届；志之所向，无坚不摧。





## 发乎于心的坚守担当

百联全渠道电子商务有限公司 李娜

**在全渠道公司，有一种企业文化深深地感染激励着全体员工，那就是“主动担当”。从领导到员工，每一句话、每一件事、每一项工作、每一个任务都充分体现了“主动担当”的企业文化精髓。**

在全渠道公司有一种企业文化，深深地感染着激励着全体员工，那就是“主动担当”。从领导到员工，每一句话、每一件事、每一项工作、每一个任务，都充分体现了“主动担当”的企业文化精髓。

公司成立至今，短短两年时间，员工从几十人增加到现在的六七百人。当每位员工真正成为全渠道的一份子时，“主动担当”就已悄然卸落在我们肩上。多少个日日夜夜，多少个风风雨雨，多少个感人故事，都诠释了“主动担当”的真正含义。

主动担当是“发乎于心”的积极负责的工作态度。春节团聚是每个中国人坚守的情感底线。每到春节前后，大批外来务工人员返乡过年，岗位招不到人，快件无人派送，城市遭遇了“服务真空”。2017年新春佳节之际，i百联平台也面临同样的窘迫，如何打通春节电商的“最后一公里”，365天都能满足顾客订购需要？这是摆在我们面前的艰巨任务。在这个紧要关头，公司领导亲自带头，全体员工踊跃报名，主动担当，以志愿者身份成立了“快递突击队”。志愿者们每天穿着红马夹，徒步、骑车、或开车，带着大大小小的购物袋，穿行在城市的

大街小巷。“我的订单来了！”这响亮的口号，成为了全渠道员工的新春语录。

主动担当是“践之于行”高效务实的工作作风。2016年10月25日18点23分51秒，这个激动人心的时刻，i百联平台单日峰值终于突破了1000万元大关。突破1000万是什么概念？为什么会全员沸腾？因为1000万对于新生电商有着非凡的意义！天猫从创建到单日1000万用了1年时间，1号店从建站到单日破千万用了1年半，而我们i百联平台只用了5个月时间。这何尝不是全体员工主动担当、争分夺秒、夜以继日奋斗的战果？！

主动担当是“成之于恒”的坚持不懈的职业素养。劳动竞赛是公司工会的一项重要工作，“人人惠”作为一个重要项目，长期以来得到了各级领导的高度重视、各部门的通力协作和广大员工的大力支持。目前，对于全体员工来说，比营销文案、拼推广模式、赛销售金额，进行“人人惠”推广已经不只是例行公事，而成为了我们的工作新常态。一批批营销达人诞生了，这里有单人单日推广150多单的喜人成绩，有单人单月销售金额达11万9千元的骄人业绩。“人人惠”竞赛如此，i百联平台的成长壮大更是如此！创业实难，守业实辛，然惟行使之弥久，业贵于恒。

班斯腾·班生曾说过，一个人越敢于担当大任，他的意气就越风发。在我们公司，主动担当已成为一种企业文化，它是根植于内心的职业素养；它是无需提醒的工作自觉；它是以约束为前提的自由；它是实现梦想的不竭动力；它是扬起企业远航的风帆。

# 我的订单来了



## 我们是百联航空母舰的水手

上海百联大宗商品电子商务有限公司 张玲玲

**百联集团就是我们的船，是我们共同的航空母舰，我们团队都有责任、有义务去履行好自己的职责……**

2017年3月24日，在中央全面深化改革领导小组会议第三十三次会议上，习近平总书记在讲话中说道：“要敢于担当。”记得我曾经看过一本书，书的名字叫《这是你的船》。这本书讲述了作者迈克尔·阿伯拉肖夫在1997年6月接管了美国导弹驱逐舰“本福尔德号”，这艘舰艇拥有当时美国海军最为先进的装备，但其管理水平和作业效率都极为低下。然而，在这种状况之下，阿伯拉肖夫舰长用了短短两年时间，使“本福尔德号”发生了翻天覆地的变化呢！其实说来简单，就是一句话，五个字：“这是你的船。”阿伯拉肖夫舰长常常对士兵说：“这是你的船，所以你要对它负责，你要与这艘船共命运。”从那以后，“这是你的船”就变成了“本福尔德号”的口号。我觉得这是一句口号，更是一个理念：这条船上的每一员，不管是水手、是士兵还是机械师……都以主人翁的心态去承担责任，去协助同伴，去配合船长，驶向成功的码头。

百联大宗里很多人都知道，我是公司里的“开国元老”之一，可是大家并不知道我一开始入职的时候，是什么职务、是什么样的岗位职责。其实，一开始我只是本着负责行政采购的一块工作入职的，因为我的身体和家庭原因，所以最初并没有打算承担过多、过重的工作职责。可是，现在大家看到的却是一个

身兼数职的我。连集团和兄弟企业的人都忍不住好奇地问：“你到底是在做什么的？怎么哪里都有你？”我想，这是因为我们是新企业，而且尚在初创期……我们需要摸着石头过河，我们需要根据公司实际情况完善制度，我们需要健全人员结构，我们需要尽一切努力保障顺利上线，齐心协力推动业务开展……那么，这个时候，我就没有必要去想，一开始我是打算做什么的了。我总是以“我们的、我的”这样的思维方式来定位自己的工作。所以我总是觉得，公司的事就是我的事，只要是我能做到的都是我份内的事，我都会尽力而为，毫不保留。

我看到，百联大宗有那么多年轻的同事都敢于主动承担更多的工作和责任。每一天都撰写着百联大宗互帮互助、共同进步的工作日志。比如技术中心的同事，作为移动架构师的王亚毓，在工作上不分彼此，在生活中同样热心服务，乐意为身边的每一位同事排忧解难。比如被戏称“背锅侠”的一位高级测试工程师杨飞，遇事不推诿、敢担当。作为一个准爸爸的他，却将大部分的业余时间和精力花在工作上，经常自发地工作到深夜才回家，尤其是在4.28上线前的一周，在重感冒的情况下，竟顾不上个人形象，却不对工作有一分的懈怠！比如营销中心被大家亲切地称为“光光”的贺光玉，常常双休日一大早就主动到公司加班写营销方案。比如公司的IT运维陆海波，除了运维以外，积极主动地承担了很多岗位职责以外的工作……我们大宗人用自己的行动，诠释出什么是主动担当。

百联集团就是我们的船，是我们共同的航空母舰，我们每个人都有责任、有义务去认真地履行好自己的职责。尤其在目前改革转型的局势之下，需要每个人以主人翁的姿态，在努力做好份内事的同时，站高一层思考，敢于主动担当更多的责任。





## 最美的店长

上海联华快客便利有限公司 周华君

**这就是快客的店长！她们静默付出，无怨无悔。她们身上有主动担当，不畏艰难的品质，她们是快客便利店里最美的店长！**

快客便利店 24 小时全年无休，三班翻，早中夜，节假日照常上班。门店不大，算上店长也就六七员工；店长中年妇女居多，工作虽然辛苦，但她们始终坚持“把平凡的事做好就是不平凡”。我们选取了三个地方三个故事：

### 杭州——风雪中的坚守

记得，当年杭州那场大雪，竟然整整下了三天三夜！温度骤降到了零下 5 - 6℃，马路上积起了厚厚的雪。一般日子，店长 5 点左右起床，7 点前赶到店里接班。这天，店长们惦记着自己的店，惦记着店里的夜班员工，凌晨 4 点一过，就出门了。雪仍在下，冷风刺骨，路面很滑，坐公交的还好一点，那些骑车的店长就惨了。店长心里急，却又不得不慢慢地骑，一不小心轮胎就会打滑，硬梆梆地摔在地上，一路上也不知摔了多少跤。有些地方雪太厚，没办法骑只好下车，扛起自行车走过去，这么冷的天，却都骑出了一身汗。等她们赶到店里，冷风一吹又冻得嗦嗦发抖。把雨衣拿下来，上面已经积了厚厚的一层雪。夜班员工吃惊地说：“我以为你肯定要迟到了！”店长说：“我们得坚守在自己的岗位上。”

### 北京——道德中的操守

大多数日子是平静的，店长们每天重复着同样的工作，但她们心中始终牢记自己的职业道德。那天，快客北京市口店店长在营业过程中，发现顾客遗失在店里的一只黑色背包，报警后发现包内有 10 万美金，另有两本护照、机票、照相机、手机等重要物品，经核实，确定失主是经常在店里购物的外国常客。店长马上与失主联系，此时，失主正急得六神无主，满世界寻找丢失的背包，得知背包在快客便利店后，匆匆赶到市口店，打着手势，鞠着躬向店长表示感谢，并拿出一百美元向店长及店员表达谢意，但店长婉拒了失主。

### 上海——黑夜中的守护

夜有时是危险的。那天，夜深人静，大地进入了梦乡，凌晨 2 点刚过，闵行区的一家快客便利店进来一位男青年，当班店长礼貌地问：“想买些什么？”男青年顺手从货架上拿了一瓶饮料到收银台付款，当店长打开收银箱时，男青年突然拔出一把匕首，架在店长脖子上，凶狠地要她把收银箱里的钱拿给他。店长一边机敏的应对着歹徒，一边用手抓住匕首不让它刺进头颈，一边顺势后退倾斜，借机踩响了收银台下的报警器，而另一位营业员也大声呼救，歹徒见状慌忙逃窜。整个过程只有 1 - 2 分钟时间，却也惊心动魄。虽然店长的两根手指肌腱割断，受了重伤但由于报警及时，歹徒很快被捉住了。店里的财产安全受到保护。警署对冷静机智应对歹徒的店长连连表示赞赏。

这就是快客的店长！她们是一群平凡人，没有很高的文化，也不善于表达，她们静默付出，无怨无悔。她们说“快客门店虽然不大，只有几十平方，但是自己是一店之长，就要守住门店，扛起责任。”



## 突破“一个亿”的收官之战

第一百货商业中心 陆鸿冰

花甲之年、退休之际，以如此一场销售高峰作为收官之战和最后纪念，他感慨而欣慰。将来，当他向后辈叙述故事时，这职业生涯最后一站的光荣经历，会带给他怎样的舒心开怀。

“小别离，大心意”，第一百货商店闭店装修改造的消息，在社会上引发各方热议和巨大反响。从6月1日到18日，商店累计接待顾客超过150万人次，有10天的日销售额超过1000万元，共实现零售总额突破1.7亿元。在闭店装修前，建店68年的市百一店创造了一个新的纪录。

邵国辉是一楼商场经理，那几天被同事们戏称为“电视新闻红人”，几乎所有的新闻媒体采访，都会找上他谈几句。

邵国辉在市百一店的工作，可以用上“子承父业”四个字。他的父亲曾经是一名商场经理，1983年邵国辉来到一店，从照相机柜的营业员做起，然后担任柜长、部主任、直到商场经理，2017年9月他将年满60岁退休，却迎来了市百一店闭店装修“收官之战”。

熟悉邵国辉的人都知道，一讲到商场销售，他就两眼放光，话也会滔滔不绝。要说工作态度，只需要讲一件事：一年365天，商场里天天都能看到他。如此忘我工作的结果，就是这些年来，他一直带领商场超越自我，不断刷新商场各项经营纪录。

担负商场经理和商场党支部书记双重责任，邵国辉把商场



经营和党务工作都成绩斐然。商场不仅连续多年实现年销售额超5亿元的业绩水平，而且连续10年是国资委系统基层党支部示范点。商场中涌现出了“全国劳动模范、上海市劳模创新工作室、上海市工人先锋号”等先进集体和优秀个人，这些荣誉离不开他长期工作的不懈努力。

在6月值得记忆的日子里，带着退休前亲身完成好最后一场销售硬仗的责任与兴奋，面对连续十多天高强度的工作，邵国辉忘记了年龄和疲劳，像个年轻人一样充满激情。他的目标只有一个：把每天的销售做得更好更高！这次实现1亿元的零售总额，一楼商场仅仅用了18天的时间！

近60岁的邵国辉在退休之际，以如此一场销售高峰作为收官之战和最后纪念，他感慨而欣慰。

“工作在商场”、“拼搏在一线”、“坚持到最后”，是邵国辉和百联人的共同誓言，他们用实际行动体现了百联人“迎难而上、砥砺前行、自我驱动、主动担当”的责任意识和工作精神，并将为百联的发展壮大而继续努力。



## 乐做看不见的“血管”

上海百联世纪购物中心有限公司 金斌丹

**千古兴业，关键在人。综合办公室让每一位员工保持高效的工作状态，充分实现自身价值，激发员工奋斗进取的士气，努力创新转型发展做贡献。**

我如果把百联世纪比喻成一个巨人，那总经理室就是大脑，会计信息部、营运管理部、租户管理部、行政保障部就是巨人的手、脚和身体。那综合办公室呢？要我来回答这个问题，我会说，是布满全身却看不见的血管。

作为一个后勤保障部门，综合办公室始终立足于“服务全员”的初衷，积极主动地服务于公司各部门业务开展。做到及时上“令”下达，将企业精神传播到各个部门；及时下“请”上传，推进部门疑难工作解决；及时左右通情，促进部门间沟通。实现“有活一起干”的企业氛围，为公司顺利开展各项工作打通脉络。

筹建期间，我们是“行走着”的综合办。为保障购物中心能顺利开业，公司的证照办理工作是不容小觑的。为此，办公室的同事与租户部同事前前后后多次走访市民中心，通过一堆堆材料的整理再整理，通过与对方一次次的协调再协调，磨破嘴皮子，做了全面的解释工作，最终赶在开业前，顺利拿到了各类证照。

临近开业，我们是“暴走着”的综合办。响应开业动员大会的号召，综合办公室快马加鞭开展开业工作，在完善各项工

作的同时，我们牵头，在还是灰天灰地的场子里找到了 B2 培训教室，通过内外沟通，前期联络、中期布置、后期总结，顺利开展了《思维拓展》、《职业礼仪》、《客户投诉》、《电梯安全》等多场培训活动，为开业提供高素质人才储备。

开业后，我们是“奔跑着”的综合办。为扩大公司影响力，办公室同事埋头写稿，通过投稿报社、杂志，邀约电台，自媒体微推等形式，全方位无死角的开展宣传工作。

公司组建以来，队伍逐渐壮大。综合办却从不“以人少而不为”，也不“以人多而惧为”。2015 年，公司成员不足 30 人，我们依旧细心策划“*We are family*”文体系列活动，本着全员参与、“工作不误健身”的理念，顺利开展了 plank 大赛、书法大赛、飞镖大赛等活动内容，为员工营造了一个乐活的工作氛围。2017 年，公司成员增至 60 余人，综合办为合理解决员工用餐问题，协同租户部同事先后和多家餐饮店铺约谈，签订 30 余份用餐协议，并每月跟进餐券发放、餐券核对及账单结算工作，全心服务于员工。

千古兴业，关键在人。综合办公室始终秉持着服务集体的理念，协助会计信息部开展审计工作；协助营运部协调周末各大主题活动；协助租户管理部、行政保障部开展各类大检查工作等。

作为人员数量最精简的部门之一，综合办公室合理分配工作任务，让每一位员工保持高效的工作状态，充分实现自身价值，激发员工奋斗进取的士气，努力创新转型发展做贡献。





## 秉持工匠精神砥砺前行

上海杨浦百联东方商厦有限公司 徐晓云

**不畏失败，不怨天尤人，不自暴自弃，只要大家团结起来，凝聚起来，砥砺前行，定能顺利度过转型调整的磨砺期。**

砥砺，本义是在磨刀石上磨刀，引申为磨砺、勉励等义。砥砺前行，简单来说就是经历磨炼，克服困难，往前进步的意思。这四个字虽然看起来晦涩难懂，念起来也是非常的拗口，但我觉得它非常切合我们目前所面对的实际情况。

目前我们商厦正可谓是在砥砺的阶段。大家都知道实体百货正受到各方面的冲击，尤其是电商的快速崛起，对我们造成不小的困扰，周边购物中心的发展，使得我们单一百货的生存处境也是岌岌可危。因此我们商厦为了谋求转变，开始了自身的转型调整，在这个关键时期，能否前行，就要看我们商厦全体员工是否有正确的精神状态和行动了。

那么，该以怎么样的精神状态和行动来帮助商厦砥砺前行，华丽转身呢？

我个人非常推崇一种精神，那就是工匠精神。在各种现实的困难前，把普通平凡的工作做到极致，可谓是砥砺前行的最佳代言人。崇拜匠人，这些站在社会各个行业顶端的人们，能够通过时间和汗水的磨练，把渺小转化成伟大。许多人在通往顶端的前行过程中，受不了困难的折磨，会选择逃避。经营之圣，带领名下两家企业走入世界五百强的——企业家稻盛和夫，他曾说过这样一段话“人哪里需要远离凡尘？工作场所就是修炼精神的最佳

场所，工作本身就是一种修行，只要每天确实努力地工作，培养崇高的人格，美好人生也将唾手可得。”据说年轻时所养成的职业素养会影响人的一生，无论在何种岗位、何种职能上，我也希望自己能够尽量向工匠精神靠拢。

工匠精神，就是在实际行动中，我们要追求完美，注重细节，要知道成败取决于最后 1% 的努力。

这次转型调整工作成立了 PMO 小组，我有幸参与其中，看到了一个商厦在转型调整工作背后的诸多细节和压力，它们环环相扣，每个环节都不能马虎。目前我的工作相比其他组员应该是最为基础的，但很惭愧地检讨一下，自身还是面临了不小的困难和挑战。作为新人完成一份简单报告，就开始自我膨胀，莫名的满足感油然而生，然而领导们可以轻而易举地指点出不足之处，一下子打回原形。经过修改，无论内容还是版式，都会得到进一步的提高，让我明白慢工出细活，努力后的成果更加美好。恐怕这就是工匠精神秉持的砥砺前行，百折不回的操守吧！

在这段时间转型调整的工作中，很明确地体会到，成功总是会伴随着磨难，没有任何人或事能随随便便地成功。你们所看到的光鲜亮丽的表面，都是前人在不断的失败中摸索，在不断的摔倒中爬起，在不断的困难前跨越，从而塑造的成功。所以我们全体员工在目前的困难面前，要以坚韧不拔的工匠精神不畏失败，不怨天尤人，不自暴自弃，只要大家团结起来，凝聚起来，砥砺前行，定能顺利度过转型调整的磨砺期。我们现在的处境，就好像是黎明前的黑暗，容易让人泄气，但是不能放弃，咬紧牙关，努力下去，砥砺前行，迎来的就是成功的曙光。



## 修复的古董钟成了传家宝

上海三联（集团）有限公司 龚玲

用我们扎实的技术功底和过硬的定制加工技术，来弥补修理材料缺失的遗憾，从而更好地为消费者提供服务。

朱先生收藏的古董台钟，被家里的老人拆散后尚未复原，老先生就不幸去世了，这成为了朱家人心中的一个遗憾，曾跑了很多地方都无法把钟复原。最终，通过多方介绍，才找到了三联名表维修中心。

经过检查，原来是因为古董钟缺少了部分零件，所以外界才无法将其真正复原。为了修复古董钟，维修中心专门委派丁锁敏、吴立伟和曹宗煌三位师傅，组成了技术核心小组，开始对该钟进行关键部位修复工程。核心小组仔细拆解了朱家的古董钟，根据该钟的功能和工作原理，经过讨论，找出了损坏的原因，寻到了已缺损的部件，但是这样的部件已不可能买到。核心小组决定自己制作。丁师傅用手工加工出了该钟缺失的零配件，最终将该古董钟装配起来，并恢复了大部分的功能，圆了朱老先生和朱家人的共同心愿。而后，该事件也成为三联钟表的一个典型事例，通过2017年2月6日的新闻坊节目进行了媒体报道，从正面为名表维修中心进行了宣传。

鉴于目前市面上钟机芯品牌寥寥，又基本由各自钟机芯厂家直接负责维修，因此，即使如我规模的专业钟表维修工场，也早已不承接钟的维修业务。但是，遇到上述特殊情况，才能真正发挥我们传统加工技术的核心实力，用我们扎实的技术功

底和过硬的定制加工技术，来弥补修理材料缺失的遗憾，从而更好地为消费者提供服务。这是对习近平主席提倡的大国“工匠精神”最好的诠释，也是三联钟表赖以生存的核心和基础，更是其他钟表同行无法望我项背的绝密法宝。

钟表的发明已经有了几百年的历史了，许多老百姓把上百年的钟表作为传家宝，世代代传承下来，赋予了钟表丰厚的文化意象。



## 言传身教的带教师傅

上海现代物流投资发展有限公司 王志强

**百联文化就是这样，在我们心中生根发芽，带领我们迎难而上，砥砺前行，在平凡岗位上展现自己的不平凡。**

虽然来到上海万友置业有限公司这个大家庭还不久，但在脑海中，有许多令我感动的事，点点滴滴，潜移默化间，激励、帮助着我的成长。

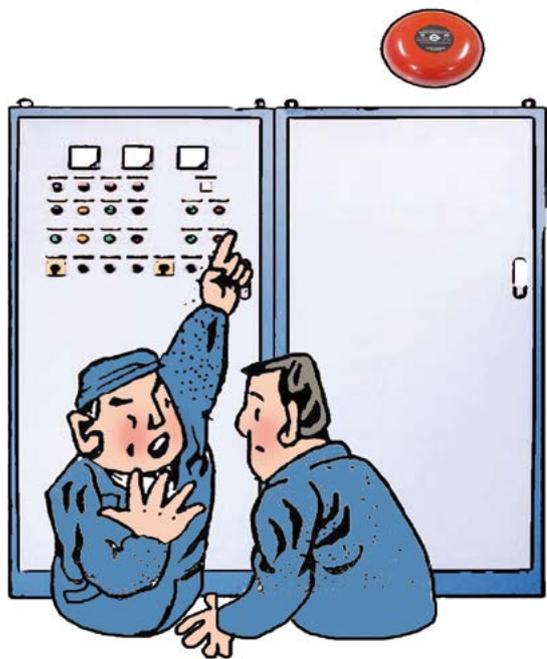
记得那时，我刚进入公司，应聘的是一名消防中控的值班员，因为有很多业务知识不熟悉，很多操作流程不熟练，所以领导特地委派了一名带教师傅，带领我上常日班熟悉工作流程。这位队员已经在公司工作两年有余，对我来说，他是一名工作认真，干活细致，责任心强，总是冲在第一线的资深前辈。

那是一个天气闷热的下午，带教老师和我两人正在中控房中检查各种设备设施，他耐心细致地向我一一介绍说明各种设备设施的性能，在他手把手的代教下这些冰冷的机器瞬间也变得亲切温暖起来，我拿着笔记本不遗余力地一一记录下来。

突然，消防控制柜警铃大响，由于是新人，听见突发又响又急的声音，我一时惊住了，站在一旁，不知所措。这时他走到消控柜边上叫了一句：“小王，你过来。”他严肃而温和地对着我说，“听见消控柜响，你不要慌，首先第一件事情就是先消音，看清楚显示器上显示的是什么状况，再根据情况做出反映。”说完他看了下显示器，手指着屏幕对我说：“小王你看这里，水流指示器动了，你把探头切到6楼看一下。”果然，

6楼的消防管道被装修施工人员不小心弄爆了。当下，他拿起对讲机通知了物业管理部和值班领导，自己也毫不迟疑地冲了出去。堵漏花了一些时间，他在现场和维修人员一起抓紧时间干活，拿上工具，爬上梯子，用最快的速度、最娴熟的方式，堵住漏水点，当他回来时，身上的衣服已然湿透。他对我说道：“小王，你要记住，我们是把好大厦安全的第一扇门，关键时刻我们第一线的所有人都要团结一致，共同协作，互帮互助，按照公司制定的应急预案，担当起各自的责任、克服困难，事情就能够顺利解决。”

听完他的话，我当场就被他感动了。他的耐心、他的专业、他的积极、他的果断，深深地震撼了我！百联文化就是这样，在我们心中生根发芽，开花结果，带领着我们迎难而上，砥砺前行，在平凡岗位上展现自己的不平凡。



# 活力高效

## 第六篇





# 活力高效

- 积极向上
- 奋发有为
- 充分授权
- 执行到底



## 脚印

百联集团有限公司 邵炯

因为有你 / 让我懂得有一种认真叫责任 / 让我明白有一种无私叫奉献 / 听，我们共同的心声就是 / 让我们做得更好 / 让消费者更喜爱百联！

苏东坡曾经给他的弟弟写过这么两句诗：“人生到处知何似，应似飞鸿踏雪泥。”诗的大意是说，我们到处奔波的人生啊，就像鸿雁飞过雪泥地，但纵然是那样，也应留下踏痕。静下心来，不由地浮现出那一串串坚实而又执着、清晰而又熟悉的脚印来。

活力高效、诚信阳光的审计人。这是一双有力、整齐的脚步，那一定是我们审计风控中心团支部书记踏出来的。5年多来，在中心组织不断给年轻人压担磨练的氛围下，他不仅在多个审计项目中担当主审的角色，进步显著，而且还带领团员青年共同前进，团支部接连荣获上海市青年文明号、集团优秀团支部、青年建功行动优秀项目、青年网络文明志愿者等荣誉称号，成为活跃在集团内审战线上一支名副其实的“青年近卫军”。他在创建学习型党组织活动中，自建立“审计一家亲”的微信平台那一天起，就坚持每天早晨给大家发送时事新闻，即使在他新婚燕尔远去国外度蜜月的时候，他也没有忘记。而在大家给他赞扬和荣誉时，他总是面露憨厚的微笑，腼腆地说：这是他应该做的！

合力向上、攻坚担当的审计人。细看这一双脚印，有些微

的沉重散乱，但就在这双脚印里面，有着一个感人的故事。有一回，审计项目组的经理刚动好手术，但她为了工作，不顾医生和家人的劝阻，在最需要康复休息的期间却坚持到审计现场工作。可当她拖着那双仿佛被灌满了铅似的脚回到家中，便一头累倒在床上。陶清总监听闻此事后，心疼不已，火速增派人手紧急支援现场项目组。有一次她在向领导汇报工作中说到这位女经理时，一向坚强冷静、在困难和挫折面前从不低头言败的一个领导，当场流下泪来。

学习创新、团结协作的审计人。再看三双并排向前、纤细秀丽的匆匆脚印，是我们审计项目组的“娘子军”走在通往基层门店的路径上留下来的。为了向企业第一线的经营管理者提供专业审计服务，帮助门店梳理风险容易产生集聚的业务环节和关键控制点，她们紧盯门店的运营质量，“深耕”线下土壤，积极建言献策，助推企业实施强店战略。她们在审计过程中，创新提出一套“五步循环”的审计方法。通过灵活组织连贯巧用“五步循环法”，她们一举揭穿商场一个联销供应商截留营业款的“飞单魔术”，帮助企业不仅追回了近百万元的毛利损失，而且还堵塞了在联销合作上的内控漏洞。2016年，该案例被中国内审协会选入“全国百佳审计案例”。

审计中心团队共18名成员，平均年龄36岁。若有人问，一支仅有18个人的审计团队，如何能在内审工作中发挥出这么大的正能量。我愿以这首小诗作个回答：

因为有你 / 让我懂得有一种认真叫责任 / 让我明白有一种无私叫奉献 / 因为有你 / 一串串数字会说话 / 一页页报告更铿锵有力 / 因为有你 / 数字为伍报表为伴的工作不再乏味枯燥 / 审计的舞台才会这般精彩 / 听，我们共同的心声就是 / 让我们做得更好 / 让消费者更喜爱百联！

## 融入发展 推进转型 提升质量 服务增值





## 感悟百联的恩惠

上海世纪联华超市奉贤有限公司 金秀红

**百联能让不同群体的消费者都喜爱我们，以不同的业态在这个竞争激烈的市场中生存，我相信肯定是走过了很多风风雨雨。**

我和百联有着一定的渊源。虽然是 80 后，但生在农村，家里条件并不富裕。为了改善家里的家庭条件，初中毕业直接就读了中专，毕业后第一份正式工作，就是在南京东路市百一店东楼做销售。那时候，第一次近距离感受到百联，看到百联 LOGO 迎风屹立在市百一店顶楼最高位置，作为一个刚踏入社会的农村女孩来说，感觉市百一店环境优雅高档，商品琳琅满目，简直就是购物者的天堂。后来一次偶然的机，知道我们南汇要开一家世纪联华超市，我面试去做了玉兰油美容顾问，并要求就近安排。那时候南汇还没有乐购，欧尚，玉兰油专柜销售天天破万，工资自然水涨船高，我感受到了世纪联华当时的辉煌。

2008 年 12 月 8 号，当我又得知离家不远的奉城也将开一家世纪联华超市时，经过深思熟虑，我决定放弃玉兰油，加入世纪联华，幸运之神眷顾我，一切都如我所愿，我真的成了世纪联华的一员。当一切归零，真的从头做起时，我才发现很多事情并非自己想象的那么简单，自己深刻体会到市百一店商场和世纪联华超市卖场，所面对的顾客群体，无论从外表、内在素质修养，都有所不同，而百联能让不同群体的消费者都喜爱

我们，以不同的业态在这个竞争激烈的市场中生存，我相信肯定是走过了很多风风雨雨。特别是近几年，零售行业实体店总体销售低迷颓废期间，公司依然迎难而上。为了给顾客更好的购物环境，卖场不断升级改造，这让我感触颇深，当公司在努力挽留每一位顾客的同时，作为第一线的员工，却不知道公司的艰难，并且并不珍惜这些来之不易的顾客，而我深刻体会到，我们美好的生活来源就是这些顾客。她们有钱有时间，选择什么地方消费，选择什么方式消费，主动权都在她们手里，而我能做的，只有不厌其烦地服务好每一位顾客，让她们感受到网上感受不到的亲切与体验，能让她们口口相传，稳定的客流就是稳定的销售。

在奉城第 8 个年头了，我深感欣慰，因为自己已拥有很多老顾客，甚至有一家公司连续三任采购逢年过节发放福利，都会来找我。在世纪联华这个平台上，我也很满足，虽然工作繁琐杂乱，但公司能创造员工价值，与员工共同成长，8 年，从一名理货员到现在的洗化部门主管，公司给了我很多培养，真正实现了公司与员工共建，共享，共赢。感恩世纪联华，感恩百联！





## 精细化发展的奥秘

上海百联中环购物广场有限公司 郭琦琪

**采用现代化信息技术，把安全管理默化为每一个营业员的自觉行动，把安全管理精细到每一个人。**

精细化管理是企业发展的奥秘，是企业获得效益最大化的重要途径。安全管理是企业效益的保障，如果没有安全，效益也就无从谈起。今年百联中环在股份公司旗下首创建立安全督查这一部门，专职专项负责东方商厦和购物广场内日常安全的方方面面，把安全管理推向精细化，有效把控了消防、治安、能源、保洁等多项领域，为百联中环稳定的运营发展保驾护航。

“老鼠出洞，老鼠出洞”，只见一名身着工作服、佩戴工号牌的一线管理者，正神情自若“挨家挨户”地行走各个柜台，并向营业员告知着什么。原来这是发生在东方商厦中环店二楼女装商场，惯偷进店的一幕。小偷就犹如过街老鼠，人人喊打，但商场里的小偷往往团伙作案，并带有一定的伪装性。有的一起扮作聋哑人，故意手舞足蹈，以分散营业员视线，然后一旁偷窃；有的乔装打扮成孕妇，为了让你掉以轻心，从而顺手牵羊；还有的存心拖儿带小，假扮成哺乳妈妈与你聊天，进而声东击西伺机作案的。这些变化多端的惯偷们，不仅偷窃柜台里的价高商品，还偷盗粗心顾客的包包。不仅各方财产利益遭到损害，还影响员工上班的情绪，更重要的是直接影响到百联中环的形象。案发后无论是商场保安出来维持秩序，还是110警察介入等，都会引来众多的围观，大大影响商店正常的

运营环境。

鉴于此，百联中环女装商场建立了一个店铺微信群，加入了各柜当班的营业员。一旦有员工发现惯偷出现，就及时把小偷的特征、方位、动向发到群里。楼管再配合通过隐语，提醒各柜营业员，注意观察周边可疑人物，做好可能的防范措施，营业员就此适时提醒进柜的顾客，保管好自己随身携带的物品。采用现代化信息技术，把安全管理默化为每一个营业员的自觉行动，把安全管理精细到每一个人。精细化安全管理举措的推广实施，大大减少了柜台商品和顾客物品的失窃率，较好地营造了一个安全放心的购物环境。

精细化管理是企业永恒的主题，是企业获得效益最大化的重要途径。精细化服务管理是企业效益的增值部分，全面落实全方位服务任重道远，我们拉弓必足，举步惟实。精细化服务的竞争有着宽广的空间，就看你如何用心去发挥、去升华，从而使你的服务能创造出更多、更大的价值。现如今线下销售受到线上很大的冲击力，零售企业要想在这场竞争中脱颖而出，必须把服务做得更精、更细。



## 百联人的可爱身影

上海友谊南方商城有限公司 居芳洲 娄乔娜

百联之可爱，更在于可爱的百联人。也正是有了这般形形色色、各具特色的百联人，才融合、发酵成了更多元化的文化氛围，孕育出一代又一代可爱的百联人。

“家有一老，如有一宝。”对企业来说同样如是。我们南方的老员工在职业生涯末期仍然在创造价值，想方设法将自己多年历练积累下来的精神文化传承下去。

每年年末，商场都要进行特卖促销活动，一线员工和后台人员总是要工作到凌晨才能下班，那时一般的公共交通早就没影了，只能在凛冽的寒风中等待间隔很久的夜班车。那些家住偏远的女同志不仅交通不方便，深夜晚归还存在安全问题。“天太晚了，我送你们回家吧！”瑟瑟寒风中，总是会传来高伟铭同志浑厚的声音，这是加班员工们在那一刻最想听到的话语。上了车，空调的温度调得恰到好处，再加上特地准备的小零食，身体和心灵都在寒冷的冬夜中感受到了丝丝温暖。这么多年来，老高不但在工作岗位上默默坚守，而且用近光灯照亮了我们回家的路。

我们南方的青年团队有个响亮的名称，叫做南方创智沙龙，寓意着“创新协作、智行千里”。而在创智沙龙中，更有一名青年的佼佼者，我们叫他小马哥。他以严谨的态度对待工作，专攻业务注重积累，利用业余时间自学网络设计、数据库管理、服务器架设等新知识、新技能，凭借这些技能先后参与了百联

通卡系统部署及测试、收银一体机系统和硬件切换、ERP测试和各类技术攻关，以及商场网络改造方案的研究制定，并卓有成效。同时还通过于OA创智沙龙专栏开设“小马课堂”，将自己学习提炼后的计算机知识分享给公司员工。虽然柜面销售活动中看不到他的身影，然而企业所有现场销售和后台管控的程序应用、设备管理及网络安全等，都离不开他的技术支持，每每看到他往返于办公室间处理各种技术问题时忙碌的身影，都不禁为这位可爱的幕后英雄点赞。

管理团队是企业文化的内涵核心，他们灵活机动、洞见市场、执行力强，代表了企业的战略高度和决策力。2017年4月18日晚9点10分，友谊商城9楼晚间运营7、8、9号电梯同时发生故障，也正好是办公人员下班和电影院散场的时间，副总经理陈娜君也在其中，她看到了人群拥堵，无法疏散和情绪激动、大声尖叫的孕妇，又想到电梯中是否有人被困，立刻意识到了情况的紧迫性，当机立断联系物业管理处经理，马上启动了应急流程并派人到现场解决修理。在解决过程中，她不断安抚大家的情绪，“大家都不要慌张，跟着我们的工作人员去4号、5号客梯下楼，大家放心。”所幸20分钟内，人群随着工作人员的引导逐渐疏散，通过监控录像也已经确定电梯内无人被困，紧急的情况也因此得到缓解。让人意外的是什么呢？公司的百联南方安全工作群中，早就像炸开了锅，上至领导班子，下至安全员层层传达、顺利推进，从防范到应急预案的完善、从理论层面到实际操作都讨论了个遍、分享了个遍。这种从实际事例着手，寻求改进和突破的学习型、分享型、团队型的文化怎么不值得人爱！

在我们企业中，有许多能够表现商业优质服务个人形象的一线员工，其中之一便是山岗——山师傅。作为一名拥有消防兵经历的安全工作者，他不仅凭借其严谨的工作作风和丰富的

专业知识，承担起了公司购物中心、友谊商城、立体停车库三栋大楼将近18万平米建筑体量的日常安全巡检、监督和管理责任，而且针对商城内部人员密集流动性大、业态众多调整频繁、设备陈旧维保难度高等问题，创造性地开展企业安全管理工作，一以贯之地致力于为企业的日常经营和创新转型。提供切实的安全服务保障。同时，他还积极发挥履行党员模范带头作用，努力履行社会责任，担负起了闵行区梅陇镇南方商圈的消防安全“领头羊”的工作。在他的努力下，安全标准化工作以及企业转型过程中的安全管控得到了保障，区域的安全防控联动也得以创新实施。

百联之可爱，更在于可爱的百联人。也正是有了这般那般形形色色、各具特色的百联人，才融合、发酵成了更多元化的文化氛围，孕育出一代又一代可爱的百联人。





## 顾客的贴心购物顾问

永安百货有限公司 倪伟

**我们实体商业在销售过程中，只要抓住自己的服务优势，给顾客更好的服务体验，热心做顾客的贴心购物顾问，一定会让顾客喜爱并光顾我们的。**

百联集团企业文化体系的愿景是“让消费者更喜爱我们”，这是企业为之奋斗的蓝图和追求。同时，永安百货99年“重招徕、礼顾客、树模范”的服务文化，时刻告诫我，要以优异的营销吸引顾客、以优质服务留住顾客，以优秀的品行在员工中树立榜样。

我在相机柜台曾工作了十多年，这些年中，我积累了一批回头客，成为他们贴心的购物顾问。有一次来了一位老先生，我迎上去接待后，通过询问知道了他平时喜欢外出旅游采风，所以想买一台好一点的数码单反相机，不过他今天只是来了解一下商品的性能，不会马上就购买，还需要回家同家人商量后再决定，问我能不能帮他好好介绍一下。我说这当然没问题，只要你需要了解的话我就可以帮你介绍。这位老先生比较细心，问了很多专业问题我都一一解答。介绍完后，他很满意，也相中了自己喜欢的机型，告诉我回去考虑后会过来的，我把自己的联系方式也给了他。一个多月后，这位老先生打电话给我了，原来他这段时间血压高身体不大舒服，所以家里人让他在家休息，不让他出门，等他好一点以后会过来的。我和他说，没关系身体要紧，一定要养好身体再过来，买东西不急的，随

便什么时候都可以买。后来没多久，这位老先生就过来，顺利成交了这笔生意。他告诉我为了买这个相机，他逛了不少地方，网上销售的看不到实物他不敢买，到有些店去看东西，营业员听说他当场不买，也都爱理不理的，到了我这里，让他感受到了服务的真诚和热情，所以他选择了在我这里消费。

我们实体商业在销售过程中，只要抓住自己的服务优势，给顾客更好的服务体验，热心做顾客的贴心购物顾问，一定会让顾客喜爱并光顾我们的。后来这位老先生和我成了朋友，在相机使用过程中，有什么问题，他都会打电话向我咨询。相机用熟过了一段时间后，他还到我这里选配了相机镜头。像这样的老客户我有不少，在我转岗负责劳模工作室以后，我也始终与他们保持着密切联系，请他们无论有任何需求，都可以随时找我。

去年9月份，永安文化节之际，我在永安百货的官方微信中，推出了“小倪说”专栏，内容涵盖永安的历史文化、商品推荐和服务贴士等。同时，通过微信这一网络平台，与消费者加强互动，利用网络媒体的传播效应，来拓展工作室的服务范围，受到了顾客的欢迎。





## 奥特莱斯里的娘子军

上海奥特莱斯品牌直销广场有限公司 陈力

**这支班组用女性特有的品质、用辛勤的耕耘，让百联文化落地于班组、扎根于岗位，使企业愿景“让消费者更喜爱我们”融入班组建设**

在我们青浦奥特莱斯，有这样一个基层班组——服务中心班组。这个团队现有7名成员，全部为女性，平均年龄30岁。这支班组用女性特有的品质、用辛勤的耕耘，让百联文化落地于班组、扎根于岗位，使企业愿景“让消费者更喜爱我们”融入班组建设，植入成员内心，全力打造专业型、学习型、创新型、服务型班组形象。

顾客接待是服务中心的主要工作，她们负责向各方来宾提供广场导购、品牌介绍、售后服务接待等一系列工作。

### 接待迎宾，全力打造专业型班组

为了让四方来宾感受奥莱的温馨服务，班组不断增加服务中心的功能，根据顾客需求增设了外语、手语讲解、轮椅、婴儿车租赁、雨伞出借、手机充电、应急医药箱等人性化服务，为消费者排忧解难。在工作中，她们用“一张笑脸、一句问候”来赢得广大顾客的信赖，让服务中心成为奥特莱斯的温暖之窗。

为了向各方来宾更好地提供导购及品牌知识介绍的服务，班组针对奥莱的购物环境及品牌特点，为不同的购物群体制定

了不同的浏览路线。例如妈妈服饰一条街、配饰箱包一条街等，让顾客不再为商铺太多无从选择而烦恼，让消费者能更快更好地挑选到满意的商品。

服务中心的班组成员按照“干什么，学什么；缺什么，补什么；练什么，精什么”的基本原则，争做一专多能、知识型、技能型的复合型人才。她们参加各种形式的培训和岗位技能竞赛并获得了相应技能证书，提供自身素质和能力。

### 培训带教，全力打造学习型班组

由于奥特莱斯营业员多，素质参差不齐，服务中心班组成员还充分发挥以点带面的作用，在自身素质提升的同时，切实提高品牌公司营业员的综合素质。她们利用业余时间对商铺人员进行了礼仪、英语、手语等培训，将自己培训所学倾囊相授，受到了商铺营业员的广泛赞誉。

在工作中，班组充分发挥传帮带的作用，引导成员向先进学习，带动成员学技术、练本领。服务中心班组开展了“假如我是一位顾客”主题活动，通过换位思考，让班组成员树立了正确的服务理念。同时开展了“结对共建，互帮互学”活动，每周对帮带员工进行一次点评，每季度进行一次谈心活动，帮助员工快速成长。

### 思考经营，全力打造创新型班组

调动和激发班组员工的创新精神，激励员工自觉、自愿、自动地去发现问题、解决问题、改进方法、提高效率，这是班组建设的一个重要方面。班组成员积极参与，联系工作实际，聚焦做强、做优企业，用创新、创效活动和攻坚克难的思路开展学习讨论，为奥莱的改革和发展献计献策。

服务中心班组在思考经营上动脑筋，她们结合实际工作经

验，集思广益，探索新方法、新举措，更好地为会员服务。她们通过发放意见征求表，收集听取顾客意见，进行提炼归纳后，向公司提交了《VIP会员服务探索》的方案。方案对VIP会员服务内容进行了深化、细化，并且提出了许多合理化建议，得到了总经理室的认可。

服务中心班组成员积极投身志愿服务，志愿贡献，全力打造服务型班组，以“倾我热情，展我之长；尽我所能，回报社会”为准则，肩负着宣传工商法规、宣传环保及安全防范知识等活动的重任，成为城市文明的宣传者、优美环境的维护者、志愿服务的实践者。两位班组成员主动加入了文明路口交通志愿者队伍，绘出了一道最美风景。

班组是一个企业最基层、最基础、最直接的细胞。通过企业文化建设，让百联文化在基层的班组落地生根，我们共同的愿景“让消费者更喜爱我们”就一定能实现！



## 高温无电突发事件的考验

上海百联房地产经营管理有限公司 杨烨

**东新民路89号7月份的收缴率再次达到了100%。**  
一次突发事件，充分体现出朱国强对待工作的**攻坚克难，更是百联文化——“迎难而上，砥砺前行，自我驱动，主动担当”**的生动诠释。

东新民路89号仓库房产是个地处闹市的仓库，租赁客户大多层级不高且数量众多，历任主管在地块管理上都花费了大量精力。去年新任主管朱国强上任，在地块其他同事的协助下，地块收缴率连续三个月达到了100%，创下新高，现场管理工作也上了一个新台阶。

7月24日晚，朱国强尚未踏进家门，手机就响了。地块保安来电报告，东新民路89号1号楼和2号楼突然停电。他立刻联系电工南修明急匆匆返回地块。一进地块，就被还未下班的客户围住，大家众说纷纭：“大热天，没电怎么行……”“没电了，我们没法工作了……”“停电了，影响了我们的业务，我们租金不付了……”朱国强知道明天是公司当月租金收取截止日，这个节骨眼上停电，不仅会影响客户工作，自己经营部连续收缴率100%的记录可能被打破，还会影响整个公司的收缴率。他一边安抚客户，一边与电工一头扎进了配电间。

眼看时针划向了8点，可检查还没有进展。朱国强知道不能再等了，他灵机一动，联系了公司合格供方——盛力电力公司请求协助。9点多，盛力电力公司的电工师傅们赶到现场。

经过测试，系高配间高压瓷瓶击穿造成。原因查到了，但五金商店早已关门，没有配件，维修人员建议明天修理。朱国强着急了，希望盛力公司无论如何今晚修复。看着朱国强坚定的神情，盛力公司负责人说：只要你愿意等，我到仓库帮你取配件，但时间会很晚。朱国强没有一丝犹豫答应了，在炎热的盛夏等待着……当维修人员取好零件修复设备重新供电时，已经是凌晨1点半了。

7月25日，公司租金收缴截止日。早晨8点半，朱国强又走进了公司大门。东新民路89号7月份的收缴率再次达到了100%。

一次突发事件，充分体现出朱国强对待工作的攻坚担当，更是百联文化——“迎难而上，砥砺前行，自我驱动，主动担当”的生动诠释。



## “吴良材人”的故事

上海三联（集团）有限公司 黄明星

**每一家老字号商店，都有自己的独特企业文化底蕴，而服务就是我们的文化，我们的根本，使每一位新老顾客满意，这事儿是小事也是大事。**

三联集团吴良材眼镜公司创于清代康熙58年（公元1719年），是闻名遐迩的百年老字号。近300年来，我们传承了一代代老师傅的优良品质和专业技术，也结合了新时代的验光仪器、检测设备和研磨机械设备，打造属于我们自己悠久而富有新意的企业文化。

今天想分享的是大多数店铺经常忽略或故意忽略的维修服务、免费校配服务以及附加服务。

吴良材总店取镜维修处总是细心热心地为顾客校配好眼镜，让顾客满意而归。有一次，一位满鬓白发的老人拿着一副很旧且满是铜绿的眼镜来维修处，原来他早上没注意，眼镜放在床上，一屁股坐上去，眼镜铰链就断了。维修处的沈德文师傅仔细查看过后，发现了问题，原来半个螺丝都断在了螺丝孔里了，这对维修眼镜来说是最麻烦的了。沈师傅用了专门用来取断螺丝的NT198型顶针，尝试想把螺丝顶出来，可惜失败了。沈师傅听了各位维修师傅的意见，大家商量沟通后，觉得应该使用一个“土”办法，沈师傅拿出一个打火机，在适当位置轻烧断螺丝的铰链处，利用热胀冷缩的办法，把铰链里螺丝孔里的脏东西清出来，再一点一点地用尖嘴钳慢慢地摇，最终把

断螺丝取了出来，也修好了老人家的眼镜，老人家千谢万谢地走了。沈师傅心里也充满了成就感，这累计了沈师傅的经验，也体现了我们为民服务的初心。

每一家老字号商店，都有自己的独特企业文化底蕴，而服务就是我们的文化，我们的根本。“想顾客所想，急顾客所急”，销售人员、验光师和校配师积极沟通，通力合作，这就是天天在我们“吴良材人”身边发生的，使每一位新老顾客满意，这事儿是小事也是大事。期待在大家的不懈努力下，吴良材眼镜公司销售常红，节节攀升。

## 上海吴良材眼镜

— 中华老字号 传承三百年 —



## 团结协作

### 第七篇





价值观

行为规范

## 团结协作

- 和谐包容
- 突破边界
- 齐心协力
- 同舟共济



## 在奋战 ERP 的日子里

第一百货商业中心 黄洁怡

不管身处的大环境如何变换，不变的是一店人团结协作的企业文化，因为我们明白只有不忘初心，方得始终。

2016年5月份开始，第一百货人力资源部门接到了一项任务——完成ERP系统内一店的人力资源管理模块内容。由于人员众多且时间紧迫，光靠单个部门无法完成这个任务，于是毛歆佳经理发动各个科室和各个楼面的骨干力量，大家合力来完成这项工作。

在前期工作准备完毕后，我们开始着手整理资料。然而在初期信息整理的环节上，我们就遇到了问题。作为一家有历史的老牌国营商店，店内保存的员工档案数量庞大，其中包括了已经退休离职的人员档案，总数超过2000份。而这批档案因为保存时间的原因，部分存在纸张发脆、破损严重和字迹不清的问题；同时又由于店内大部分都是老员工，最早的几位在1975年就已经进店工作，某些时间节点及详细情况他们自己也早已模糊不清。面对这种情况，为了确保ERP内数据的准确性和完整性，毛歆佳决定采取“三道工序”。

在前期录入相关信息时，先由人事部门把现有员工的档案从那批数目庞大的档案中挑选出来，面对那些“大龄”档案，我们在处理时小心翼翼，逐份逐份地整理归类，避免对它们造成二次破坏。我们从在在职的634员工的档案中挑选出来之后，按照楼面顺序排列后将员工相关的信息填入表格。为了加快脚

步，毛歆佳安排部分楼面年纪轻、电脑操作熟练的人输入本楼面员工的信息，完成快的楼面再帮助未完成的楼面。

为了确保输入信息的正确，毛歆佳安排大家在输入完成后互相交换校对。同时，为了保证各个环节之间的工作协调有序进行，在完成当日的工作后，大家需要对当日的工作进行汇总整理。行政保障部和会计信息部，则是全程为我们提供设备保障和技术支持。

在毛歆佳的带领下，我们部门和商店其他部室、各个楼面充分发挥团队协作精神，协同合作，经过两个星期的共同努力，终于完成了商店全体在职员工 634 人的信息收集工作，为 ERP 系统后续工作的开展奠定了基础。

作为一家老字号的百货商店，我们要锐意创新，但同时也要保护传统，坚持自己的企业文化，沿着一店的历史和文化的脚步坚定向前。不管身处的大环境如何变换，不变的是一店人团结协作的企业文化，因为我们明白只有不忘初心，方得始终。



## 世博源 新商业业态的典范

上海世博百联商业有限公司 俞海运

**世博源本着“希望将世博源打造成美好生活的发源地”这样一种初心，将身上流淌着的百联和世博文化的热血化为无穷动力，勇于探索、突破边界，让消费者们爱上世博源、爱上百联，爱上生活！**

世博会轰轰烈烈降下了永载史册的帷幕，后世博如何探寻新业态之路。2012年，世博百联合资公司成立，百联集团参与到后世博时代片区转型的开发工作中；2014年4月，带着众人的期盼和关心，世博百联购物中心呱呱坠地。这不仅仅意味着一座崭新购物中心的建成，更意味着百联文化在这里生根发芽，而上海世博会“城市让生活更美好”的精神，也将在此延续，一个新商业形态的典范出现了。

新型购物中心，品牌商户是让消费者喜欢上我们的核心要素。带着对美好生活的期许，引进了清新文艺范的“猫的天空之城”、潮流年轻范的“BOY LONDON”、活力运动范的“洛克体育公园”，还有内敛知性的“大众书局”旗舰店。随着商业的发展，消费者不再满足于单一商品的功能，他们需要消费来体验审美、凸显个性、拥抱健康、感受文化，这才是他们对美好生活的定义。

世博源意识到，自己只有发展成一个“美好生活的发源地”，才能让更多消费者喜爱自己。在世博源，不仅景观秀美、商品多样，更有丰富的活动，承载着相互交融的多元文化。

一方面，世博源自主引进了各类文化活动。法拉利“跃马传

奇”之夜让人们看到了品牌文化的魅力；“蓝天下的挚爱”慈善义拍温暖了人们平淡的生活；“Hello, 梵高”艺术展为商业增添了几分优雅与从容；而借着即将举行的“利物浦球迷见面会”，更是走上了英超联赛的球场，与伦文文化亲密接触。

另一方面，在世博源身边，各种文化节日和运动赛事也火热开场。草莓音乐节、简单生活节、浪琴马术比赛、上海半程马拉松赛等，都已成为世博源周边定期上演的文化节目，它们为我世博区域成为沪上新的文化高地助了一臂之力。

三年来，世博源以孜孜不倦的探索和生机勃勃的活力，赢得了大家的喜爱，实践着世博会“城市让生活更美好”的上海精神。世博源先后荣获过：“我最喜爱的购物中心”新锐潜力奖、上海商业创新奖、上海零售风云榜时尚地标奖……

世博源本着“希望将世博源打造成美好生活的发源地”这样一种初心，将身上流淌着的百联和世博文化的热血化为无穷动力，勇于探索、突破边界，让消费者们爱上世博源，爱上百联，爱上生活！



## 勇当电商新领域的排头兵

上海复旦科技产业控股有限公司 朱佳峰

**我们有着勇当排头兵，敢为先行者的勇者精神，这是百联集团的传统文化，也是我们百联人的精神财富。**

2016年6月的一个下午，在“曲阳商务”中心40楼的会议室里，工会领导给我们介绍了i百联，人人惠活动，发动我们员工为i百联电商平台发展会员，并让会员完成首单购物。我意识到我们正在进入电商行业，虽然这个行业巨头林立，竞争惨烈，但我们百联集团不畏艰难，在改革转型的路上砥砺前行。我也暗暗发誓要为集团的转型献出绵薄之力。

我是复旦控股的一名员工，下属于商投集团板块。公司所属行业是科技类股权投资，而不是传统商贸业，完全没有机会面对客户发展会员。但这并没有让我放弃，我决定利用创新的方式，充分利用互联网通信宣传，开辟新渠道发展会员。最初的几天，我熟悉了i百联平台的电脑网页、苹果手机app以及安卓手机app的操作流程，并用自己和家人的手机号注册了账户，并测试购买商品。在自己熟悉操作后，我开始和同事一起向朋友、微信购物群、网站论坛宣传，一段时间后，我惊喜地发现，我的发展会员数量正迅速增加。但问题也随之出现，由于i百联平台运营时间不长，系统还不够完善，不断有会员向我反映各种各样的商品问题，订单问题，我自己也发现了系统的不少漏洞。于是我几乎天天致电i百联客服人员，反映和投诉各类问题，虽然问题并不是全部都能得到解决，但客服人员的服务态度和专业性，让我

深感满意。不出所料，几个月后，平台逐渐完善，各类订单和系统问题开始减少。

时光如梭，进入2017年后，我的会员数已经达到上万人，我渐渐有些忙不过来了。除了同事的大力支持，我还请了一些朋友帮助我一起推广会员。有了这么多帮手，我的推广量又上了一个新的台阶。3月，我在百联集团职工代表大会上被评为“i百联，人人惠发展会员前10名和综合评分前10名”，并得到了表彰。4月，i百联大部分商品的配送范围不再仅是上海，江苏和浙江也可以送达。这是我们百联集团电商从重点发展上海后，再打入全国市场的重要一步。这时候网络通信推广的优势也开始体现，我不仅可以推广上海的客户，还能向江浙推广。

截至5月中旬，我和我的团队累计推广人次达到5万人，其中有3万人完成了首次订单。我知道在电商的道路上，我们只是一个探索者、先行者，有太多不足需要自身去完善，有太多困难需要去克服。但我们有着勇当排队兵，敢为先行者的勇者精神，这是百联集团的传统文化，也是我们百联人的精神财富。



## 企业文化之“风”

百联电子商务有限公司 李俊杰

**企业文化能否由虚转实，能否真正凸显出企业文化中所表露的价值观念，关键还在于企业中有多少人能化知为行。三股“风”最为重要：一是干部作风，二是部门风气，三是制度风格。**

企业文化，应该一分为二来看，即知的文化与行的文化。知的文化，是一种价值观的主张，是一种思想上的统一；而今天我想重点谈行的文化，即企业员工的共同行为方式或行为准则。我们常说知行合一，很多人知道，但未必能做到。企业文化能否从虚转实，能否真正凸显出企业文化中所表露的价值观念，关键还在于企业中有多少人能化知为行。这其中，三股“风”最为重要：

一是干部作风。一个团队干部的行为方式，决定了一个团队的行为方式。上行下效是任何时代都存在的基本规律。譬如说，我们倡导攻坚担当，只有我们以身作则，作出表率，才能更好地激发团队对这种价值观的认识与认同。最近百联电商正在参与集团的仲夏生活节活动，对于集团来说，如此大规模的各业态整合营销是第一次；对于我们公司来说，如此大规模的推广活动也属首次。在面对时间紧迫、人力紧张、经验缺乏、各类质疑等诸多困难的情况下，我们特约商户部的季富城老师，以攻坚克难的精神，以干部担当的觉悟，身兼数职，在今年最热的40摄氏度高温天气下，连续室外工作7天，每天工作12小时，一边指挥调度协调各种复杂问题，一边亲自为消

费者推介产品、示范演示。其他员工都隔天交替轮换，由于职责所在与工作要求，他毅然坚守在岗位上，即使喉咙嘶哑，累进医院，也只休息了半天，第二天继续挺在一线。这种精神，这份觉悟，感染了所有参加活动的员工坚持与努力。虽然这次活动有3人病倒了，但最终却收获了超过预期的活动效果，新注册用户数呈现井喷式发展，是同期发展的4.7倍，远超目标日历进度；“OK钱包”开通数是同期的1.5倍，现金充值更是取得实质性零的突破。这些成绩的取得，离不开干部的表率。因此，企业文化，首先是一种干部文化，考量的是干部作风。

二是部门风气。一个企业的文化，是由众多部门或团队的文化共同构建的；而一个团队的文化，则是由每个团队成员共同努力创造的。这种文化氛围需要营造，更需要保护。譬如说，我们倡导学习创新，首先是要营造一个鼓励学习，引导创新的环境。为此，我们行政法务部在这方面采取了多种措施，也取得了明显效果。包括领导授课讲座；人人做讲师活动，既轮换安排不同员工外部培训后，回来分享学习成果；组织头脑风暴与部门交流活动；组织专业能力方面的各类考试；定期业务知识考核等。2016年部门内部累计组织领导授课7场、学习分享活动8场、外部交流学习2次、3名员工获得了专业证书。这些活动为构建学习型组织奠定了基础，也营造了鼓励学习的氛围。因此，企业文化，也是一种氛围文化，注重的是部门风气。

三是制度风格。光有个人觉悟无法构建一个群体的统一文化。只有用统一的准绳去衡量，去维护，去引导，才能让每一个个体都努力朝着一个方向前进，最终实现个人文化向集体文化的统一。而这个准绳就是政策和制度，符合公司价值观的要奖，违背价值观的要惩。例如我们公司倡导追求卓越，那对于符合这一标准的，要鼓励要嘉奖，给予更多资源、机会、政策倾斜；而对于那些应付了事的，则应该给予一定惩处或教育。

只有建立赏罚分明的制度，推行符合企业文化精神的引导政策，才能真正让个人文化都统一汇集成为企业文化。如果我们的制度含糊不清、奖惩不明，那企业文化就可能还是一个空中楼阁。所以，企业文化，也是一种制度文化，依赖的是制度风格。干部的作风、部门的风气、制度的风格，是实现企业文化从虚转实的路径，是让企业文化从说到成为做到的必由之路。





## 抱团奋进的伙伴

百联电子商务有限公司 周国昶

**技术开发中心的同事们深刻意识到，在这个飞速发展的时代，我们不会停止步伐，因为创新路上我们一直在前行。**

“百联 OK 卡”——这张小小的卡片至今已经走过了 10 多个春秋。据统计，支付宝一共发行了 1.5 亿张卡，厚度累计起来相当于 160 个上海大厦的高度。这个业绩也是我们曾经的骄傲。

然而随着互联网支付的到来，以支付宝为首的移动支付方式，彻底改变了消费者的支付理念，预付费卡行业乃至银行业都遇到了前所未有的挑战。党委书记、董事长叶永明曾经来到百联电商，对电商的企业精神做了一次深刻的解读——“再一次改变、再一次创新。”

对于技术运营中心的同事们来说，“创新”这个词并不陌生，但这次创新却不同于以往：传统的预付费卡行业如何拥抱新兴的互联网支付，没有可借鉴的经验，尤其是在这个技术日新月异的时代，我们的产品是否能够成功转型，得到市场和用户的认可？

产品组的小伙伴们，每个人手机上都装了不下几十款的对标产品。他们每一次可能为某一个功能点的设计改进反复比较，展开激烈的讨论，整个公司最热闹的地方，肯定就是产品组的会议室了。产品部经理王声莹无论加班多晚，第二天总是会第一个出现在办公室。甚至生病时，大家都觉得她应该好好休息，但她依然和大家在一起沟通产品设计方案。

而技术架构组的“攻城狮”和“程序猿”们也是不甘落后。

和产品组正相反，他们的办公室往往比较安静，只有键盘的敲击声，但熄灯总是最晚的，开发最忙的时候更是轻伤不下火线。技术组长李松彬扭伤了脚，打着绷带，还带着大家进行技术攻坚。项目组同事们的位置总是空着的，他们不是在协调进度就是在组织会议。为保证项目按时保质交付，加班梳理项目进展汇总问题更是家常便饭。至今项目组长杨晓峰还保持着单人一年加班 500 多小时的最高记录。

因为大家心中都只有一个目标——在产品上做创新、在技术上做创新。我们的核心产品“OK 支付”从半年一个版本迭代到一月一个版本，不断满足用户和市场的需求，并充分得到用户的认可，成为预付费卡行业支付产品的标杆，这背后凝结着大家辛勤的付出。

但成绩只属于过去，技术开发中心的同事们深刻意识到，在这个飞速发展的时代，我们不会停止步伐，因为创新路上我们一直在前行。

再一次改变  
再一次创新



## 越俎代庖的溢出效应

上海河岸商业开发公司 江亮

团结协作并不局限于本职工作中，以企业大局为重，打破部门壁垒，充分发挥整个公司的团队作用，从而树立起客户口中百联的品牌。

高尔基曾说过：“找不到灵魂，也就找不到正确的行为。”现代企业内部的部门设置和分工，是为了提高专业管理职能，提升工作效能的需求。但是，部门设置和分工，又人为造成了部门之间各自为战、利益壁垒和部门自我封闭，小团体主义的弊端。百联同舟共济砥砺前行企业文化，打破了部门壁垒，为百联注入了强大生机。

有这么一件小事，让我真切感受到百联企业文化是渗透进我们河岸公司上上下下的。2017年上海的“烧烤”模式，对所有人都是一个挑战。午休时间，多数人都在空调下享受着凉风，消除一上午工作中的疲劳。这时有两位求租客户临时赶到公司，商议出租事宜，他们先找到企业办公室，办公室主任罗益华热情地接待了他们，招呼他们在会客室坐下后，便去找负责招租的管理部人员。不凑巧的是，这几位工作人员恰好都外出了，通过电话联系得知，最快也要一小时才能回到公司。两位客户失望地表示改天再来，罗主任看到他们被汗水湿透的衣服，以及白跑一次的失落神情，决定越俎代庖，权当自己是管理部工作人员，当即带他们去各个楼层参观，对出租场地作逐一介绍，甚至连大楼的安保室、停车场等配套硬件，都陪同他们

进行实地观察。在负责管理项目的工作人员回来之前，尽可能地讲述自己所了解的招租信息，看到两位客户满意的表情，罗主任也露出了会心的微笑，等负责项目的同事回来后，又把接力棒递交给了他们。事后客户不断地说到：“百联的牌子就是牢靠！”

这就是企业文化的体现，团结协作并不局限于本职工作中，以企业大局为重，打破部门壁垒，充分发挥整个公司的团队作用，从而树立起客户口中百联的品牌，实现“让消费者更喜爱我们”的企业愿景。



## 流动的百联名片

上海迎宾出租汽车有限公司 徐菲

**“车厢小世界，文明大世界”，唐志樑无怨无悔真情奉献，把安全便捷、温馨文明的服务，贯穿于整个服务过程，用自己的热心使乘客开心，用自己的耐心让乘客舒心，用自己的关心让乘客放心。**

百联麾下唯一专业从事出租汽车客运服务的企业，用百联文化铸就了一批提供优质服务、擦亮城市名片的驾驶员队伍。作为服务质量长期名列行业百家企业前十名的企业，用规范服务维护着城市的文明形象。而“服务能手”唐志樑更是其中的佼佼者。

唐志樑把“让消费者更喜爱我们”的理念融入工作，在服务工作中形成自己的特色，“请”开头，微笑服务；“稳”为先，安全服务；“帮”辅之，特色服务；“情”全程，优质服务；他以自己独特的高水准服务方法，为天南地北的乘客送上温馨、舒适的服务。他是“学雷锋志愿者”，他是“优质服务车”、“党员模范示范车”驾驶员，他安全行车百万公里，成为行业中的第一批三星级驾驶员。

唐志樑挥洒自己辛勤的汗水，每天近 20 小时穿行在大街小巷，把真诚的微笑奉献给近百名乘客。但是，形形色色的乘客有时也会带来一些误解和委屈。2017 年 3 月的一天，唐志樑接到一位 50 多岁的女乘客，提着两大捆新书上车，到了目的地，乘客说住在 3 楼，唐志樑不待乘客开口，主动帮忙将书送到楼上，女乘客千恩万谢。没想到一个多小时后，女乘客焦急地给公司打来

电话，说是手机忘在车上，要求寻找，公司联系唐志樑寻找，唐志樑本来每次业务结束后，都会习惯性地看一下车厢有没有乘客遗物，接到电话后再次停车查找，回复没有乘客失物。但是女乘客认定手机就是在出租车上丢掉的，不依不饶，每天数次打电话质疑公司管理不力和唐志樑隐藏乘客手机。得到帮助时的感激，转化为遗失手机的愤恨，唐志樑承受了相当大的压力。三天后，女乘客又给公司打来电话，原来她在买书前去了中国联通办理通讯业务，把手机遗忘在那里了。中国联通业务员通过其留下的固定电话联系到她。唐志樑事后淡然说道，乘客责难可以理解，自己做事凭的是职业操守，该帮乘客的，我一定还会帮。试想，如果乘客事后不来电说明情况，唐志樑还会继续蒙冤。

“车厢小世界，文明大世界”，唐志樑无怨无悔地选择了出租车驾驶员这个职业，践行着让乘客“高兴上车，满意下车”的服务承诺，在平凡岗位上真情奉献，把安全便捷、温馨文明的服务贯穿于整个服务过程，用自己的热心使乘客开心，用自己的耐心让乘客舒心，用自己的关心让乘客放心。

最后，唐志樑要对大家说：“欢迎各位朋友乘坐百联迎宾的出租车！”



## 用我的真心 换你的满意

上海百联配送实业有限公司 王黄鑫

践行百联集团“让消费者更喜爱我们”的企业愿景，促进企业做大、做强、做优，为百联集团的繁荣发展，从基层做起，从强化企业服务文化建设起航。

上海百联配送实业有限公司国顺路分公司，总面积 4.3 万平方米，在项目运营的过程中，从服务客户的角度做出了诸多努力，取得了一定的成效。

换位思考，真诚服务，提高客户签约率。东楼二楼有一家名为“美育音乐舞蹈国际机构”的客户，曾向我们提出因二楼特定条件导致采光很差，对做商铺很不利而萌生去意，当我们经过沟通了解情况，积极想办法后，特地将该商户的负责人请到现场，提出从室内如何装修采光，到后来承诺室外走廊增加光源等设想后，打消了她的顾虑，成功与我们签约。

注重细节，提升服务，提高客户满意度。分公司设立了专门的客户服务电话、建立微信群、手机联系等，提供客户咨询、报修、投诉、应急处理等服务，并向客户传达了各个部门的联系方式，方便客户在有需要时及时与相关部门联系。2015 及 2016 年度，90% 以上的客户对我分公司的服务能力表示满意。

整合资源，创新服务，提高客户稳定性。客户“鲱鱼宝宝”与“贝乐高”，两家客户的业务具有共通性，为了提高客户的稳定性，通过分公司的服务创新，在我们的牵头引导下，经由“国顺东路 800 号”这个平台，客户双方经过深入的沟通、交流，充

分了解各自的特点与优劣，取长补短，采取共同举办活动、互相介绍生源等方式进行合作，目前两家客户的生源稳定增长，为此，两家客户不约而同的感叹：百联服务文化，真是服务到了我们的心坎上。

国顺路分公司通过换位思考、注重细节、整合资源，创新服务，践行百联集团“让消费者更喜爱我们”的企业愿景，促进企业做大、做强、做优，为百联集团的繁荣发展，从基层做起，从强化企业服务文化建设起航。



## “齐心协力”是突破瓶颈的利器

百联集团人力资源管理、企业清理中心 叶剑明

**个人的力量是有限的，唯有大家集思广益，才能寻找到突破口，我想只要所有百联人发扬了齐心协力的精神，发挥出团队效应，那么集团创新发展，必将取得丰硕成果。**

我是2013年进入百联集团人力资源管理和企业清理中心资产清理部工作的。近四年来，通过老同志的言传身教，耳濡目染，用心感受，充分体会到资产清理工作的难点和不易，需要我们齐心协力，共同努力。从接收一个被清理企业，到完成工商注销，并不是某个人花上几天时间，一蹴而就能够完成的，而是需要持之以恒，通过一年甚至几年的共同努力，才能达到最终目标。

某公司作为集团系统清理目标的重大事项，历年来备受各方关注。我们资产部从2013年的企业接收，到2017年的破产立案，期间花费了无数的心血。面对其繁杂的行政、财务资料，我们分工合作，一部分员工去办公地点，接收当年的财务、行政资料及各类证照、印鉴章，一部分员工去外高桥仓库实地盘查、清点历史资料，并装箱打包，运送到中心历史档案存放仓库，还有一部分员工协调配合，对运送来的资料进行二次清点确认，签字办理移交手续。在30摄氏度以上的高温天气下，连续在仓库工作两个多月，分批分次对资料重新拆封、整理、装铁箱，目录输入电脑。在与某集团某分公司往来帐的核对工作中，由于该分公司早已注销关闭，原经办人员也已退休，大部分财务资料已经无从查找，对账工作一度走入僵局。于是，部门内同志重新翻阅历史资

料，在一份 2003 年由集团审计中心出具的资产、负债状况审计报告中，发现了当时的往来帐审定金额，找到了关键的突破口，以此为基点，终于形成 10 篇详尽的调账报告。

在这一清理事项中，一桩桩、一件件事情，让我深深地认识到，在工作中个人的力量是有限的，唯有大家集思广益，才能寻找到突破口，只有大家“心往一处想、劲往一处使”，众志成城才能攻克难关，我想只要所有百联人发扬了齐心协力的精神，发挥出团队效应，那么集团创新发展，必将取得丰硕成果。



# 诚信阳光

## 第八篇





# 诚信阳光

- 诚实守信
- 为公无私
- 弘扬正气
- 开放透明

## → 在老干部服务岗位上做价值型员工

百联集团有限公司 蔡郭祺

我们能让老干部满意，也能让集团领导放心，我们愿为百联，也能为百联创造出更多更好、有形和无形的价值！

企业文化归根结底是人的文化，由人来做，由价值来体现。那么，什么样的员工是价值型员工呢？百度搜索告诉我们，价值型员工是用心的、有执行力的员工。我还加上一条，那就是满怀热情，为企业创造价值的员工。

我们老干部办公室有一批充满活力的80后，贯彻中央精神，真心服务老干部，让老干部满意，让集团领导放心。我认为，这就是价值体现！

2017年，我们围绕上级“畅谈十八大变化，展望十九大召开”为主题，开展了各类活动，其中之一是为老干部代表、退休支部书记卢宗焯撰写“老党员的新故事”。办公室小王接到任务后，尽管对卢书记很了解，但她还是在第一时间，到卢书记家中进行采访，在做好日常工作的同时，全身心地投入写作，双休日也扑在了这件事上，有时连走路还在推敲，她希望真实、全面地反映卢老的精神风貌，展现他对党的忠诚，对国家的热爱，对晚年生活的乐观向上。卢书记看了文章后，特意发微信给小王，感谢组织对他的肯定，表示要更加努力，发挥支部书记和一个老党员的先锋表率作用，带领整个支部为百联的发展加油鼓劲。

我们常说：“老干部工作无小事”。我们是这么说的，也

是这么做的。

2016年国庆前我了解到，离休干部金述仁扭伤了腰却不当回事。根据以往的经验，老同志这样的情况一定要去医院确诊，否则不放心。我劝他去瑞金医院查查看，金老硬是不肯。我反复劝说，好不容易做通他的工作，已是长假前最后一个工作日的上午9点半，如果在11点前没挂到号，就无法看当天门诊了。节前路堵，办公室派车紧赶慢赶，在10点45分把老人送到医院。我飞奔去挂号，还算好，终于让我们赶上了。门诊医生初步诊断为腰椎骨折，但要做核磁共振确诊，预约已经排到了一个月之后！这让我傻了眼，骨折经不起拖延，怎么办？我盯着医生好说歹说，终于把检查时间提前了半个多月，结果真的是腰椎骨折，必须手术且卧床静养。一个月后，老人已能下床，三个月恢复如常。金老非常感谢老干办，要不是督促及时就医，他也不会恢复得这么快，还少吃了许多苦。

我们还经常碰到这样的事，前段时间，一位80多岁的老同志着急地打来电话，他已经连续两个月没有收到社保发放的补贴费了。财务小李一边耐心倾听，一边快速记下老人的叙述。放下电话赶紧去社保和银行了解情况，社保回复说打到银行系统了，银行却说没收到，再与老人核对卡号，他自己也说不清楚，只是反复强调没收到。小李又在社保和银行间来回奔波，证实老人的确没有拿到这笔钱，经过沟通，最终社保通过手工发放的特殊形式圆满解决，让老同志放宽了心。

展望明天，作为百联青年，我们无论在什么岗位上，一定会踏踏实实工作，我们能让老干部满意，也能让集团领导放心，我们愿为百联，也能为百联创造出更多更好、有形和无形的价值！





## “天使遇见宝贝”

上海联华快客便利有限公司 王俊

**爱心无声。“天使遇见宝贝”公益早餐项目，如今已经迈入了第二个年头，在过去的470多天里那份无声的爱以各种方式行动着、传递着、扩展着……没有尽头。**

2月1日清晨，一场瑞雪，大地银装素裹，快客便利六家门店内却洋溢着一种暖暖的气息。此时，第四支部党员店长魏薇正在长乐店里，等待着小朋友前来领取第一份爱心早餐。

七点刚过，就有宝贝拿着取餐卡和当天的取餐券，来到指定取餐门店领取一份爱心早餐。当天的早餐由鲜肉大包、白煮蛋和光明鲜奶搭配而成。复兴店的小宝贝王亮由奶奶陪着来了。奶奶说，“小孙子平日最喜欢睡懒觉了，今天却早早起床，一个劲地催促着我陪他去快客领取早餐。”看着孩子大口大口吃着爱心早餐，奶奶露出了欣慰的笑容。宝贝曹怡宁和李智盈姐妹俩是邻居，两人约好了一起来陕南站，并约好了整个寒假每天都一起来。为了能让陕西站的宝贝任晶晶和王旖婷能够吃得放心吃得好，店长曹云还自费添置了一只电饭煲，专门为两位宝贝蒸煮包子和白煮蛋。这里，12位小朋友有着不同的故事。从此以后，他们都会有一个相同的开心早晨。

“开心，早上吃得暖暖的，上学有劲了！”三年级小朋友朱倩如吃着肉包子，喝着牛奶，脸上乐呵呵的。她来自一个特殊家庭，母亲生病，父亲出走，全靠生病的外公抚养。

镜头留下了第四支部党员和小朋友美好的记忆。

“天使遇见宝贝”公益早餐项目是2016年初第四党支部与瑞金二路街道携手共建的一项公益活动，也是一项创新型的公益项目。这是与社区街道、与社区青少年、与社区志愿服务联盟实现爱心链接，将六家快客便利店在瑞金社区范围内串联成一个共同的生命体，通过公益服务活动的方式形成一个多元化的互动。“天使遇见宝贝”公益早餐项目，实际是为社区内单亲家庭、生活困难家庭及特殊家庭的青少年减轻生活负担专门设置的。从2016年2月1日起，让12位受助宝贝可以在离家最近的快客便利店，每天领取一份价值8元的免费早餐。

小小的微心愿，连接着党群、社群关系两头。“天使遇见宝贝”项目是第四支部的又一次起航。大年初一，前来领餐的12位宝贝都收到了第四支部送上的一份新年礼物，一份藏在小Q礼品袋里的爱与快乐。

爱心无声。“天使遇见宝贝”公益早餐项目，如今已经迈入了第二个年头，在过去的470多天里那份无声的爱以各种方式行动着、传递着、扩展着……没有尽头。





## 发挥价值型员工的光和热

上海第一八佰伴有限公司 庞丽影

**思想上互帮、业务上互学、工作上互促、生活上互爱，交流工作经验，共同提高，这便是我的价值所在。**

我从第一八佰伴开店便进入商场工作，至今已近 22 年时间长了。22 年，虽称不上“风雨”，却“历程”满满。从最初的一名职场菜鸟到现在的上海市劳动模范，再到第一八佰伴劳模工作室一员，这中间有企业对我的培养，也有我自己对成长为一名“价值型员工”的追求。

零售行业常提到“服务创造价值”。服务是无形的，但却是服务行业的灵魂所在。网店的 service 体现在一声声的“亲~包邮哦”，而实体店的服务则体现在了售前售中售后的各个环节，更为真切更易俘获人心。工作中，我始终本着诚恳的态度，做好顾客的顾问，帮助顾客购买到称心合适的商品，满足顾客的购物需求……希望带给顾客更入心的购物体验。我努力学习内衣的专业知识，定期带领柜员做好对新品的卖点提炼、新品讲解演练，收集顾客奇葩提问，共同探讨销售技巧。空余时间，我组织柜员一起对竞争品牌进行产品分析对比，找出各自的优缺点，并熟知其他品牌的特色产品，如果所在专柜没有顾客想要购买的商品，我们也会推荐顾客去其他柜台购买。这样，四楼内衣区便形成了一个良好的工作氛围，促进连带销售。思想上互帮、业务上互学、工作上互促、生活上互爱，交流工作经验，共同提高，这便是我的价值所在。

2013 年，第一八佰伴成立劳模工作室，形成“以点带面，传艺带徒，引领服务，创效增绩”的工作新机制。除了较为传统的“苦干”和“带教”服务模式，工作室尝试挖掘劳模专业特长和资源优势，创新拓展，为企业经营出力。例如：我们把劳模大讲堂从线下搬到线上，推出“劳模微课堂”手语与礼品包装课程视频，供更多员工学习。我们工作室还“走出去”开展了“劳模服务进校园活动”，向福山外国语小学提供商品讲座。活动前，我们进行了认真的走访和调查，了解到教师是一个具有一定素质和购买能力的消费群体。由于学校女老师居多，工作室第一场进校园活动，就为其制定了一堂“女性内衣选购与保养”的主题沙龙，由我来主讲。当天我带了十几款地内衣到现场，手把手地对老师进行指导。指导老师如何选购适合自己的内衣，还仔细讲解了内衣应该怎样洗涤和保养，并当场解答了选购内衣各种问题。同时我们还把“i 百联”的二维码带到了活动现场，邀请老师们注册关注成为“i 百联”会员。活动后，老师们都觉得这种创新的形式很好。根据老师的兴趣，我们又为老师特设制定了各种小课堂，如美妆课程、礼品包装、珠宝鉴赏等课程，广受好评，也增加了相关品牌商品的销售额。活动让社区消费者们更加了解我们公司的企业文化，更加喜爱第一八佰伴，更加喜爱百联，这便是我们创效型团队的价值所在。

时代在转变，百联也正在转型，身为价值型员工，我们更要不断的学习新的知识，在岗位上起到榜样作用，发挥我们的光和热，引领员工一起进步，努力为第一八佰伴，为百联的创新转型发展做出更多的贡献。



## 剪影里的光

上海又一城购物中心有限公司 李哲

十年，一面党旗，一队又一城人，用真诚奉献与默默坚持，铸就了“又一城党员义工服务”这块熠熠生辉的公益服务品牌。

清晨，老党员大胡微笑着与大家一一话别，“再见了，老伯伯，这月我退休了……大家保重身体啊！”“要回来啊……经常回来看看！”老人们紧拉大胡的手，反复念叨着。

十年前，当百联又一城在五角场商圈首次悬挂起“党员义工服务日”的鲜艳横幅时，许多路人都围拢上来，争相一睹这道“稀罕景”。“你们这是做什么的？”“理发真的不要钱吗？”……大家你一言我一语地发问，包括大胡在内的百联又一城的党员义工们，则耐心为大家解答着，“放心吧，我们这是义务便民服务，不收钱！”大胡挽过一位老人，请他坐在靠椅上，“老伯伯，放心吧，我们是党员，我们在学雷锋……”老人将信将疑地回头，当望见又一城员工胸前的党徽时，喃喃自语：“哦哦，是党员学雷锋，不错、不会错。”就这样，居民们由观望到参与，称心而归时，总不忘多问一句，“下个月的服务日，也是第二个礼拜四吧？”于是，居民们口口相传：百联有了好服务，雷锋来到了五角场！

随着活动深入，服务项目顺应社区居民需求不断增加，从最初的近十项增至二十余项；活动还吸引了五角场地区的机关、企事业单位、部队院校等十余个党员志愿者的加入。磨刀、钟表维修、骨密度测试、血糖测试……一项项新鲜的变化，一个个热门

的服务项目,得到了居民们的交口称赞;而诸多改变中,唯有一样:免费服务,优质不变。

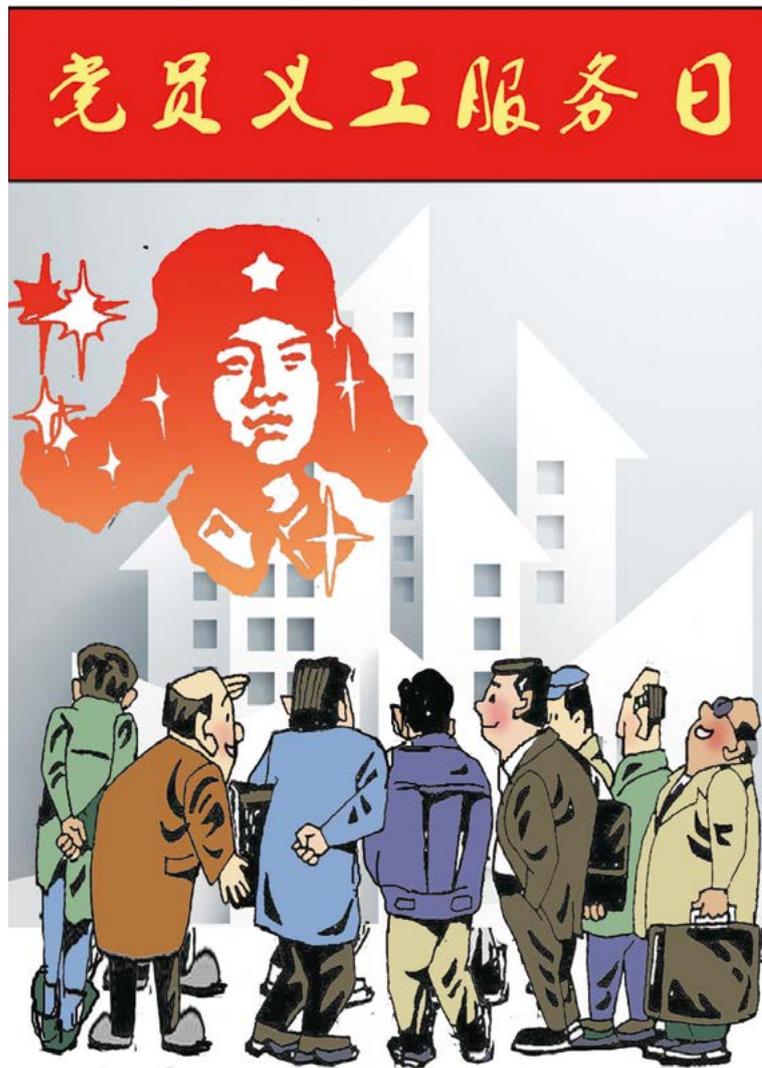
修钟表的蒋师傅因患病缺席某次服务,有居民关切地询问:“他身体要紧吗?修不修表是小事情,没关系的。改天我一定要来看看他……”寒冬里,市劳模邢涛刀蘸冷水,双手专注地持刀,用劲在磨刀石上反复研磨,手指冻得通红,却汗流浹背。居民们主动提出:“今天太多了,我这把下回再磨吧,不着急的。”

最受欢迎的理发项目中,老人们自发配合又一城党员维持秩序,每人一把椅子,依次递补向前挪,老伙伴相互提醒:“大家排排队哦,一个一个来……”老人们认真守序的神情,近似孩童般可爱。

十年,一面党旗,一队又一城人,用真诚奉献与默默坚持,铸就了“又一城党员义工服务”这块熠熠生辉的公益服务品牌。广场上一幕幕生动的剪影,串成了心与心之间的桥梁,凝作了五角场商圈的历史,镌刻进了市民们的记忆深处。

正所谓:一份耕耘,一份收获。“让消费者更喜爱我们”——这是百联集团的愿景,也同样是又一城的愿景。作为商业企业,在做好日常服务接待工作的同时,不机械地满足于“卖方”这一市场定位,捧出真心、爱心、热心,与广大消费者交心,这才赢得了良好的口碑、社会的认可,以及可持续发展的外部环境。这其中,百联的党员和广大员工正是点对点,展现百联形象的使者。

循着一路精彩的足迹,我们正眺望远方。筑梦,我们需要每一位百联人的倾情参与。试想,当我们每一位员工以梦为马,真正立足本职,努力从点滴、从身边做起,继承传统服务技艺、发扬诚信服务精神,让企业良好形象在口口相传间,光芒四溢时,实现愿景还会遥远吗!





## 百联就是我的家

上海百联南桥购物中心有限公司 瞿春亮

**我对我们的企业文化充满了感恩，在我最困难的时候，百联没有抛弃我。我是个懂得报恩之人，我会用自身实际行动来报答企业。爱——让我们在一起！爱——让我们风雨同行！**

在百联南桥购物中心工作将近7年，在这七年的光阴里，企业不仅让我在工作技能上有所提升，企业文化氛围还让我深深地感受到了百联就是我的家。

记得2014年的一个炎夏，一个噩号降临在我身上，来得那么突然，让我身边所有的人都那么绝望。病发的那个晚上我清晰地记得，全家饭后闲聊，家人的声音离我好远好远，我觉得自己好像睡着了一般，这场可怕病魔使我昏迷了5天，医院每天开具病危通知单，泪水迷失了家人的双眼。病危期间，无数亲人、朋友、同事来看望我，在我耳边鼓励我，让我勇敢地挺过去。5天后，我醒来了，当我睁开双眼问老婆的第一句话就是，“明天是我的班，怎么我在医院？”是的，醒来后的我记忆只停留在我发病的当天。她告诉我得了很严重的病，要好好治病。当时我就纳闷了，“咦，我不是感冒发烧吗？怎么感觉像是经历了一场生离死别。”后来她详细和我说了整个病发的过程。那时我才知道我得了严重的急性脑炎，医学上称这种病很难治愈，即使醒过来，成为植物人的概率很大，然而我是幸运的，伴着家人的呵护、朋友的鼓励、同事们的关心，我勇

敢地战胜了它！

在医院康复时，老婆时常推我去小花园散步，她每次说到我病危那段场景，欲哭无泪：“当天你病危的时候，你们公司好几位领导、同事都赶来了，大家那么急切地关心你的病情，公司老总还特意嘱咐医生，一定要把你救回来，你是单位的好同志、好员工，我们不会放弃我们任何一个员工，缺什么药、需要什么配合，请医生尽管开口，公司想尽一切办法帮他争取。单位同事换了一批又一批，每天都把病房挤得满满的，让路过的医生护士们潸然落泪。”两个人每次回忆这些镜头，泪水止不住地流。都说现在的社会现实，人与人之间更多的是冷漠，但我不觉得，我深信我是幸运的，家人没放弃我，医生没放弃我，单位的领导同事没放弃我，让我被这些爱所包围，所感动。

在家休养的半年里，是我人生中最漫长的时光。我知道，单位的任何一个岗位都缺不了人，我休息了那么长时间，我怕我回去还能胜任原来的工作吗？我怕单位还要不要我？在我的胡思乱想中，领导的明确指示让我吃了颗“定心丸”：安心养病，及时归队！

“百联”是我的第二个家，我爱我家。在家里，我们所有家人相亲相爱，团结友爱，患难与共。“滴水之恩，当涌泉相报”，我们对我们的企业文化充满了感恩，在我最困难的时候，百联没有抛弃我。我是个懂得报恩之人，我会用自身实际行动来报答企业。爱——让我们在一起！爱——让我们风雨同行！

## 百年老店的“进补”

永安百货有限公司 穆芳祺

永安人在商业竞争日趋激烈，商业模式日益细分化的今天，唯有不断“进补”，不断提升自身素质，才能克服艰难险阻。砥砺前行展宏图！

永安公司，百年前这座有着欧洲新古典风格高檐巨柱的大厦，是上海最好的百货商店；永安百年，栉风沐雨，屹立不倒，如同上海这个城市，风云变化，花落花开，愈发的灿烂明媚，生机勃勃。因为永安始终在自我更新，不断进补。

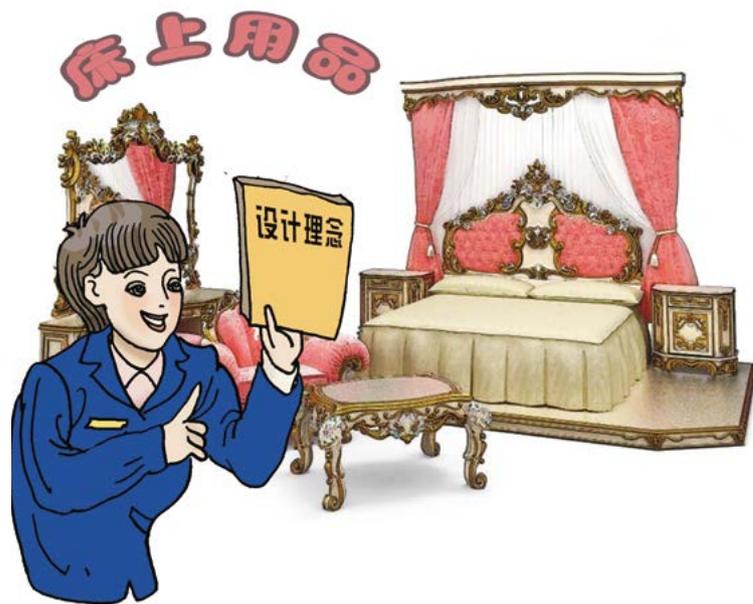
永安百货五楼商场的床上用品曾经风靡一时，顾客盈门，然而随着电商的普及化与低价战，门店间的床上用品品牌竞争愈加激烈，眼看着销售额的下降，大家心里十分着急。五楼商场办公室动足脑筋，首先从提升营业员的销售水平开始，提出晨会形式创新，让销售经验良好，销售业绩好的营业员来给大家上课，分享将销售做上去的秘诀。商场办公室精心挑选“讲课”的营业员，帮助归纳重点，提炼精华：“表面功夫”如摆放商品样面、做好商品陈列的技巧；“内在功夫”如运用新颖的语言展示，将设计师的设计理念有效传递给顾客，来吸引消费者对商品的关注。第一课选定由商场销售第一名的“罗莱床品”柜长束俊敏担任“讲师”，为大家现场演示。小束向大家传授了床品出样的经验：上浅下深，左冷右暖，最高柜是黄金层，要放置主打商品。小束说，现在做生意一味的拼价格是行不通的，很多顾客来逛商场看床品，只是看颜色，看花样，看



价格，对于床品的内涵并不知晓，这时候就要靠我们营业员凭着自己的口才与专业，将设计师的设计理念有效传递给顾客，吸引住顾客。说着，她让大家看向罗莱专柜内一套大红色的婚庆主题床品，看起来跟其他柜台的红色套件并没有什么大的区别，这时候她开始介绍了：这套床品名叫“摩洛哥王妃”，设计灵感来源于经典传奇——摩洛哥萨尔玛王妃，她的婚礼是一场史无前例的王室尊贵婚典，床品也在华丽奢华中透出丝丝浪漫，目标顾客是有较强的文化意识，时尚意识，注重场面的适婚人群。床品共有十件套，象征着婚姻生活的十全十美，红底几何纹理上刺绣着金色玫瑰花，排列成皇冠和卷草纹，金黄色的卷草纹代表男方家境殷实，卷草上的金叶子，代表开枝散叶，家大业大，子嗣延绵。被她这样一说，大家顿时对这套床品刮目相看，据说通过她这样详细又讨尽好口彩的介绍，这套3999元的床品已经卖出了七、八套呢。随后小束又介绍起柜面上的另几套床品：休闲床品的条纹花色在华东地区的接受度比较高，代表着条条顺顺；以茉莉花和梨花为主题的床品代表着“白首不相离”；以紫藤花开为主题的春季主打床品代表着万物复苏，爱情与幸福的来临……听得大家津津有味，受益匪浅。

永安人在商业竞争日趋激烈，商业模式日益细分化的今天，唯有不断“进补”，不断提升自身素质，才能克服艰难险阻。

砥砺前行展宏图！





## 服务源于心，承诺融于行

上海物贸大厦有限公司 张瑀

**服务文化是大厦企业文化的“灵魂”与核心，我们不但要以百联企业文化为引领，找到适合自己企业发展的文化“真经”，更要在工作实践中融会贯通，扎实推进。**

在一块印着十三条服务承诺的大红书写板上，从总经理到一线保洁员，物贸大厦每个员工都庄重地签上了自己的姓名。这是物贸大厦 2017 年年初召开的“践行服务承诺，提升服务能级”动员会上极具仪式感的一幕。

“服务源于心，承诺融于行”。简简单单的一句话十个字，却是“大厦人”践行“服务文化”的原动力。

只有 17 名员工的食堂班组，每天要为本单位员工和进驻大厦的 500 多名客户提供早餐和午餐。食堂员工自我要求，自我加压，积极创建“放心食堂”，通过实施“明厨亮灶”，让就餐者吃得放心。同时，克服人手紧缺的困难，手艺高超、经验丰富的白案老师傅，手把手地教会其他员工制作点心，每周 5 天，天天推出不同品种的传统点心和西式糕点。2017 年中秋，食堂员工制作了 8000 余只鲜肉月饼，得到大家一致赞许。如今，每天中午，在食堂点心柜前总能看见选购的人们排起长长的队伍，这已经成为了大厦一道独特的风景线。

物贸大厦的停车库位数量与客户需求的矛盾尤其突出。大厦安保部车辆管理班组以创建学习型班组、创立价值型员工为目标，以车辆停放的科学管理为课题，使“三攻三创”活动真

正落实在企业实际工作中。不但“螺蛳壳里做道场”增加车位近 30 个，而且每天早晚高峰时段派专人指挥交通，确保畅通，有效地缓解了停车难矛盾，得到了客户的一致好评。

物贸大厦的工程部一方面在部门内实施“高师带徒”计划，在部门内形成学技术、增技能的良好氛围，一方面积极践行承诺，做到接到客户报修 20 分钟到现场，受理修复不过夜。2017 年夏天高温期间，工程部月均受理报修 210 余起，都能按时按质地完成修复任务，在客户心中留下良好的印象。

通过对百联文化的宣贯和自身的实践，我们深切体会到服务文化是大厦企业文化的“灵魂”与核心，是推动大厦发展的不竭动力，我们不但要以百联企业文化为引领，找到适合自己企业发展的文化“真经”，更要在工作实践中融会贯通，扎实推进。





## 买车修车的故事

上海百联汽车贸易有限公司 朱佳

**百联员工既是消费时代的创造者，又是彼此的消费者，十几万员工日常生活中体验着百联的服务，也践行着百联的服务文化。**

时光匆匆，2017年在百联文化宣贯的热潮下，物贸股份党委组织二级公司开展“三攻三创”立功竞赛，百联汽车党委上报了17个项目。作为一名党务工作者，在过程中参与和协助基层推进项目攻关、服务创新，了解和记录销售服务一线工作者的事迹。通过青年管理者微信群交流好的做法，从中挖掘了不少亮点和故事。

2017年上海车展，百联汽车销售顾问打好了第一场战役。10天展览中，我们派出333人次的销售顾问，披星戴月，早出晚归，取得了253辆的销售佳绩。其中百联沪通作为凯迪拉克经销商，却是唯一一家卖出4辆价值148万8千元的凯雷德的经销商。第一位购买凯雷德的张先生是来上海开会的，到车展也就是随便看看，当他走到凯迪拉克展位一眼看中了凯雷德。张先生不动声色，问了几位销售顾问，却没有得到想要的答案。销售经理江明捷看在眼里，立刻走上前去，与张先生像车友般聊起了配置、性能、驾驶感受和国内外大SUV的趋势，张先生被越说越心动。拍板，买了！等签完合同，张先生才想起来，晚上酒店还有活动，江经理怕他人生地不熟，便把他送回酒店。百联的服务让消费者点赞！

百联的业态涉及各行各业，让消费者更喜爱我们是愿景，服务是我们永恒的课题，百联汽车的维修技师们充当着客户爱车的“医师”。在集团工会指导下，成立上海市技师创新工作室的负责人——黄晓懿，就是一名出色的“汽车医师”。2007年加入之初，还是个毛头小伙，在百联汽车青年星级技师评定的制度下，他不断钻研汽车维修，提升技术水平，对每辆事故车做到“望闻问切”，诊断病因、发现病因、找准病因、解决病因。把难题抛给他，他总能一一解决。记得有一次，有位客户由于在路边摊维修，加入了与原来不同品牌的防冻液，产生化学反应，冷凝器里都是像果冻的物质。其他经销商跟客户说换了吧，几千元。黄晓懿却跟客户说，行！我帮你修。撸起袖子、低下头，用高压水枪和工具一点点排出固体物质，这一干就是两个半小时。冷凝器修好了，为客户省下了数千元，消费者为百联点赞！

百联员工既是消费时代的创造者，又是彼此的消费者，十几万员工日常生活中体验着百联的服务，也践行着百联的服务文化。

上海市技师创新工作室





## “三顾”助听器柜台

上海市第一医药商店 李文洁

比起那冰冷的电子化沟通方式，我们的顾客似乎更喜欢用这种温暖的方式，来跟我们交流分享，不管是向我们提意见，还是赞许我们的销售人员，见字如面让我们之间变得更亲近。

今天，相信很少有人会使用信件这样怀旧而传统的方式来表达情感了。可是在来到第一医药商店后，我才发现，比起那冰冷的电子化沟通方式，我们的顾客似乎更喜欢用这种温暖的方式，来跟我们交流分享，不管是向我们提意见，还是赞许我们的销售人员，见字如面让我们之间变得更亲近。

都说医者父母心，作为医药零售行业的从业人员，每当我们收到那一封封饱含顾客真情的信件时，我们的心里总是升腾起一股股暖意。让我们看看他们都在向我们诉说着什么，这是2017年7月我们收到的来自一对老夫妻的信件，信里诉说了他们“三顾一店”的故事——

这对老夫妻由于妻子患有耳疾，需要验配助听器，“一顾一店”：我们的营业员郁建强和顾月华接待了他们。经过一番耐心的检测和试配后，老夫妻提出由于助听器的价格比较贵，他们想再货比三家，“二顾一店”：老夫妻在市场上进行了比较，最终还是选择了来一店验配助听器，两位营业员再次接待了他们，并为妻子选配了适合的产品。照理来说，这助听器都已经卖出去了，怎么还有“三顾一店”的故事？原来妻子回去戴了几天后，发现助听

器失效听不见声音了，执意要退货，当这对老夫妻第三次来到一店时，顾客焦躁的情绪，并没有影响到我们的营业员，顾月华仔细检查后，才发现原来是顾客把电池装反了，才导致助听器无法正常运作，误会消除了。老夫妻俩难掩内心的感谢之情，给我们写来了这样一封长达两页的感谢信，说了他们“三顾一店”的故事。

助听器柜台每天面对的是弱听人士，营业员大声讲话，不厌其烦地一遍遍介绍产品和讲解使用，也许旁人看来，莫非他们是在和顾客吵架，但是这却是他们工作的日常。故事中的郁建强是上海市劳模，而顾月华则是助听器柜的一名普通厂方营业员。他们一个代表了劳模精神的传承，另一个代表着百联千千万万厂方人员中的一员。但是来到了百联，我们就都是百联人。



跋

Postscript  
Postscript

## 缔造百联文化 建设新高度

百联集团党委副书记  
总裁 徐子瑛

企业文化是企业的灵魂。百联集团今年重点打造和推进企业文化体系建设，通过把企业文化元素自觉渗透到集团的方方面面，以人为本，凝心聚力，以积极应对新时代、新形势、新任务对百联创新转型发展提出的新挑战。

集团领导层敏锐地把握企业文化各种现象之间的本质联系，及时总结提升企业文化建设的实践经验，将企业文化建设从感性认识上升到理性认识，进行科学的概括、总结，形成切实可行、行之有效，显著提高集团经营管理和经济、社会两个效益水平的推动力。

百联集团组织和开展的“百联文化大讲堂”活动，作为企业文化的一个推进项目，参加的企业干部、员工之多都是令人刮目相看的。从干部、员工自己撰写和演讲的材料来看，体现了以下三个特点：一是干部、员工跳出百联看百联，着眼于国内外两个市场，着眼大局，着眼于用新时代、新形势来分析百联集团面临的机遇和挑战，增强了干部、员工的使命感、责任感、必胜的信心。二是干部、员工自觉地用百联企业文化塑造企业、塑造自身，用身边人、身边事、身体力行百联企业文化的生动事例和典型，以身说法，把百联企业文化作为推动百联集团全面发展的一个核心和动力，进一步深化了百联集团企业文化建设。三是干部、员工通过参与活动，经历了一次自我教

育、自我内省、自我提高的洗礼，进一步体验了百联集团企业文化的凝聚力、亲和力，极大地增强了企业的归属感、荣誉感、成就感。

《故事精选》的结集出版，不是一般意义上的文化项目，她是百联集团企业文化建设的丰硕成果体现，是百联集团——“用愿景鼓舞人，用精神凝聚人，用机制激励人，用环境培育人”企业文化建设的生动写照。

徐子瑛