



鸿鹄高飞
企业文化手册

设计单位
北京铜牛进出口有限公司
清华大学项目组



北京铜牛进出口有限公司
BEIJING TOPNEW IMPORT & EXPORT CO.,LTD.

鸿鹄高飞 |  北京铜牛进出口有限公司
BEIJING TOPNEW IMPORT & EXPORT CO.,LTD.



目录

01	寄 语
03	序
03	了解铜牛
03	一、公司简介
04	二、组织结构
05	三、主要荣誉
06	四、主要客户
09	发展历程
10	一、创业之初
13	二、成长壮大
15	三、快速发展
23	公司愿景
25	核心理念
25	一、牛文化
27	二、价值观
29	三、司训
30	四、企业风尚
33	运营思维
33	一、人才理念
36	二、学习理念
38	三、诚信理念
41	四、创新理念
43	五、管理理念
45	六、团队理念
48	行为准则



寄语

斗转星移，弹指一挥间。

我们迈着稳健的步伐，走过创业之初，实现快速发展。

追求是进取的起点，努力是成功的阶梯。

我们承前启后，总结过去，鞭策现在，启迪未来。

让我们秉承“诚、实、韧、拓、雄”的拓荒牛精神，遵循“自强弘毅，止于至善”的核心理念，“抢抓机遇，勇争第一”，用智慧和激情成就铜牛更加美好的明天。

董事长：

总经理：

序

企业文化是企业内部共享的价值观和行为习惯。卓越的企业建筑在卓越的企业文化之上。纵观中外企业的发展史，我们可以看到，优秀的企业文化是企业的灵魂，是企业生生不息、长盛不衰的动力和源泉。

长期以来，北京铜牛进出口有限公司秉承铜牛集团的企业文化传统，致力于推动公司的企业文化建设，使企业文化成为推动企业快速成长的内在驱动力。公司的企业文化建设，经历了一个积累与提升的过程。呈现在您面前的这本企业文化手册，对企业的创业与发展历程进行了回顾，对发展实践中积淀并凸显的文化品格与内涵进行了总结和提炼。从中，我们能够看到公司的整体面貌、创业与发展历程，公司的核心理念、运营思维与行为准则。

文化之树常青，每一个铜牛进出口公司的员工，都要主动领悟铜牛文化，认知、认同铜牛文化，使自己成为一个践行公司文化的铜牛人。



了解铜牛

公司，我们共有的家园

一、公司简介

北京铜牛进出口有限公司，主要从事国际纺织服装业务，是国家重点支持和发展的名牌出口企业，是中国纺织进出口商会评定 AAA 信用等级企业，是北京市出口增长最快和信誉最佳的企业之一。业务主要涉及欧洲、美洲、亚洲等地区。自创建至今，已发展成为集贸易、制造和研发于一体的铜牛集团的骨干企业。

铜牛集团

上个世纪50年代初，新生的共和国百业待举，广袤的神州大地上孕育着昂然生机。1952年金秋时节，北京第一家针织厂——北京市人民针织厂诞生了。1965年3月，北京针织总厂成立，当时以“六厂二校”之一而享有盛名。毛泽东主席曾为北京针织总厂题词“看过，很好，谢谢同志们！”，朱德、邓颖超、李先念、李富春等老一代无产阶级革命家也都曾经到工厂亲临指导，并深入车间和工人们一起劳动。

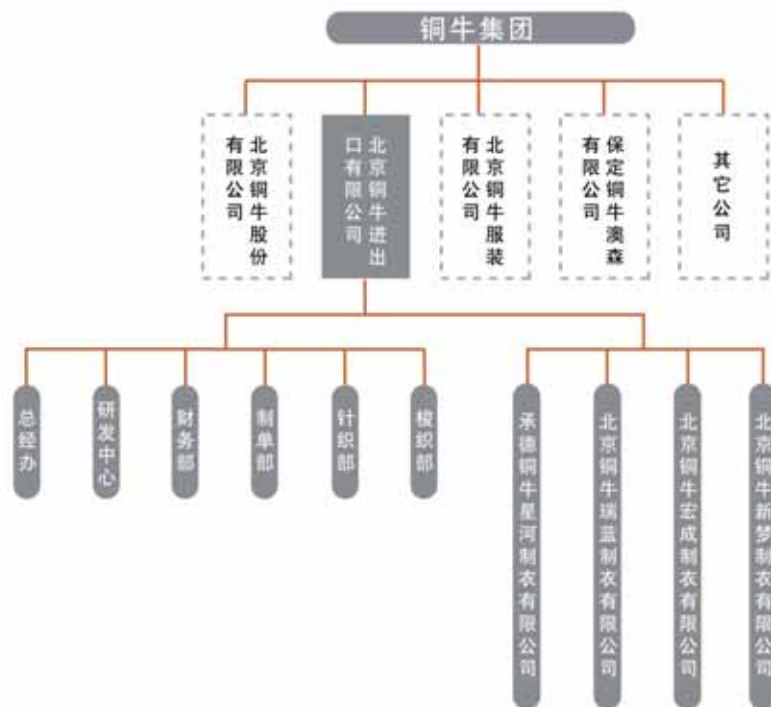
1975年，按照专业化分工的原则，北京针织总厂分成若干个厂。北京针织一分厂更名为北京第一针织厂，专门生产纬编类产品。八十年代中期，北京针织行业进入辉煌时代，北京一针织年外贸收购值就达到5000多万元，并先后创出十个部优产品和七个市优产品。

随着国家经济体制改革的不断深化，1997年底，以铜牛品牌为龙头，以北京第一针织厂为主体，北京第一针织厂、北京第二针织厂、北京第三针织厂实施战略重组，组建了北京铜牛针织集团有限责任公司。

今天，伴随着半个世纪图强求变、锐意进取的风雨征程，铜牛集团已经发展成为以针织梭织服装研发、制造、内外贸易为核心业务，线业、无纺布和现代服务业等具有综合实力的集团公司。

了解铜牛

二、组织结构



了解铜牛

三、主要荣誉

- 1999年 中华人民共和国北京海关认定的“实施A类管理”企业
- 2001年 外经贸部重点支持和发展的名牌出口企业
- 2001年 北京市国际经贸合作奖
- 2004年 北京市“青年文明号”
- 2006年 全国“青年文明号”
- 2008年 中国纺织进出口商会评定的AAA信用等级企业

四、主要客户

经过十几年的发展，公司业务已经遍及欧洲、美洲、亚洲等地区，拥有了一批年贸易额达千万美元以上的重点客户，并已经同这些客户形成长期发展的合作关系。

主要客户档案



哥伦比亚 (Columbia) —— 世界第一户外服装品牌，纳斯达克上市企业。



H&M——源自瑞典的欧洲最大服装零售商，欧洲第三大最有影响力品牌。



Nissen——日本最大邮购商，是日本销量第一品牌。

了解铜牛

BESTSELLER

Bestseller 时装集团——驰名欧洲，总部位于丹麦。旗下品牌包括：ONLY, Vero Moda, Jack & Jones和Exit等。



迪卡侬 (Decathlon) ——是欧洲的首位和全球第二位运动用品的设计、生产和销售商。



西班牙菲莎制衣股份有限公司——是欧洲纺织和服装领域的技术领先企业，产品销售遍布世界15个以上国家和地区的商业网络。

Hudson's Bay Company (HBC)



HBC——是加拿大最大零售商。旗下拥有五个品牌：The Bay, Zellers, Home Outfitters, Designer Depot 和Fields。

发展历程

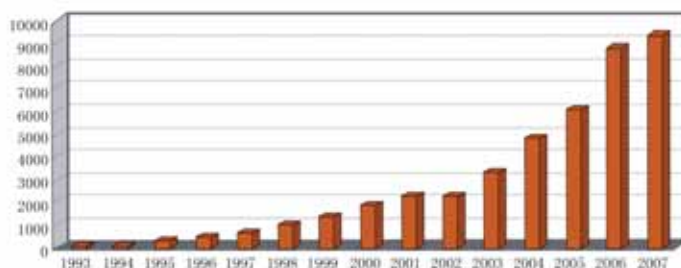
大事记

- 1992年 9月 北京第一针织厂进出口部成立。
- 1993年 9月 北京第一针织厂进出口部获得自营进出口权。
- 1998年 5月 北京铜牛进出口有限公司成立。
- 1999年 9月 被中华人民共和国北京海关认定为“实施A类管理”企业。
- 2000年 5月 投资成立北京铜牛瑞蓝制衣有限公司。
- 2000年11月 经外经贸部批准扩权为外贸流通公司。
- 2000年12月 参股北京铜牛股份有限公司。
- 2001年12月 投资成立承德铜牛星河制衣有限公司。
- 2003年 9月 通过ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、OHSMS18001职业健康安全管理体系认证。
- 2003年 2月 成功实施ERP系统。
- 2004年 1月 梭织部成立，开始梭织业务。
- 2004年 7月 投资成立北京铜牛宏成制衣有限公司和北京铜牛新梦制衣有限公司。
- 2004年10月 投资建设北京铜牛进出口有限公司梭织园区。
- 2006年 2月 参股北京铜牛服装有限公司。
- 2007年12月 研发中心成立。
- 2008年 4月 开始铜牛自有品牌产品出口。
- 2008年 5月 北京铜牛进出口有限公司企业文化手册颁布。

发展历程

经营业绩

年进出口总额变化图（单位：万美元/年）



一、创业之初

北京铜牛进出口公司的前身是北京第一针织厂进出口部。1992年创业初期，公司只能经营非配额地区和本企业的自营产品。在创业者的努力下，进出口部逐渐过渡到直接同国外客商合作，探索并积累了一定的国际贸易经验，为公司的成立与成长奠定了坚实的基础。

第一大单和“牛肉面大餐”

公司接的第一个较大的订单是一位香港客人的文化衫。那一单签单10万美金，在今天看来这似乎不算什么，但在90年代初，却是一个不小的数目。

生意成功之后，公司上下欢欣鼓舞，几位领导经过“多次”召开“扩大会议”后决定庆功：去关东店吃加州牛肉面。于是乎，7条好汉浩浩荡荡杀奔加州牛肉面馆，其气势之大让路人注目，让店里服务员不住窃喜。这么多人，一

发展历程

看就是有喜事了，还不得大吃一顿。

“您好，请问诸位需要吃什么？”

“牛肉面，一人一碗。”

“还需要什么呢？”

“一人一碗，牛肉面。”

服务员明白了，微笑着走开。

大家都很高兴，欢声笑语不断，回想着整个生意的来龙去脉，总结着整个过程中的经验得失，畅想着未来的宏大远景。你一言，我一语，七嘴八舌，享用着牛肉面。一会儿是谈笑风生，一会儿是近乎预先商量过的吃面淡淡的“唏嘘”声……

那时，一顿职工餐也就一元钱的标准，4.8元一碗的牛肉面当然是一种享受了。创业者们之所以经常提起那一顿牛肉面大餐，是因为这顿大餐意味深长，是公司能够独立完成外贸业务的开始。

西班牙军服的“传奇”

1995年，我们承接了出口西班牙的40万个手提袋，数量之大，一下子吸引了我们的眼球。第一单合同，我们以优良的质量按期交货了，赢得客人的信任。良好的开始是成功的一半，由此我们很快迎来了历史性的转机。

西班牙军服开始投标了。为了中标，领导亲自出马，组织了有相关技术人员参加的攻关小组。十四项国际先进技术指标，我们第一次见到，仅色牢度就包含了“泥洗、盐洗、海水洗、耐酸、耐碱……”八项指标。一个个夜晚，一项项尝试，一次次试验，失败了，再继续。最终，高难度的技术指标一一被攻克。“中标了！”在多家供货商竞标之中脱颖而出，一举拿下了1450万美元的4年订单。

接下来我们遇到的最大难题就是自营企业没有分配的配额，只得求助于政府部门了。领导亲自拿着合同和样品，多次往返于北京经贸委和国家对外经贸部。眼前是成批

发展历程

待运的货物，耳边是客户催促的电话铃声，心急如焚，干脆登门部委主管领导家求助。领导们终于被铜牛人的坚韧和执着所打动，亲自到工厂了解情况，部分配额问题得到了解决。

此订单一签四年，还续签了2次，连续做了十二年，当年实现外贸收购值达到2000多万元，成为当时“一针”生产的“半壁江山”，为一针扭亏为盈做出了突出贡献，为开拓国际市场打开了新的局面。

二、成长壮大

1998年4月16日，经北京市工商局批准北京铜牛进出口有限公司成立。成立伊始，公司提出“借转制契机，创造规模效益；抓入世机遇，全力开拓市场”的指导思想。然而，根据当时的经营范围，只能经营与针织产品相关的配套产品出口业务。

2000万美元的“憧憬”

在公司成立大会上，北京纺织局主管局长的一句话深深的铭记在铜牛人的心里，“希望你们尽快成长，早日实现2000万美元的目标”。当时，大家都认为这是一个天文数字，因为这独具特色的业务模式！

2000万美元，对于一个刚刚诞生的自营出口企业是一个高不可及的目标；2000万美元，对于一个不具配额优势的企业是一个美好的憧憬。

为了这2000万美元的目标，公司积极争取政府的优惠政策，申请并获批准了扩充为外贸流通公司，突破了经营范围的屏障，获得专业外贸公司同等的待遇，形成了公司新的发展点。

为了这2000万美元的目标，在确保公司主业的基础上，努力扩大规模，开展来料、进料加工业务、坯布出口、毛衫

发展历程

出口。同时增加出口代理业务，使业务在不同层面上有所发展，创造了公司新的增长点。

为了这2000万美元的目标，积极争取国务院将配额直接分配给生产企业的政策，成为申请配额资格的710家企业中的60家优势企业之一，使公司在该项政策开始时就占据了优势，配额的类别、数量都有了较大的增长，建立了公司新的优势点。

为了这2000万美元的目标，公司利用各种机会宣传自己，在没有广交会摊位的时候，与其他公司一起拼摊位，展示自己的产品。经过不懈努力，摊位不仅扩大了8倍，而且由不起眼的4楼移到了显眼的1楼品牌区，实现了公司新的展示点。

经过3年的不懈努力，铜牛人的梦想实现了。2001年，全年出口创汇2248万美元，憧憬变成了现实。

寻求优良客户

欧洲排名第一的最有品牌价值的商家，如今已成为我们欧美市场的第一大客户，当初它的开发，可是费了一番周折。

2003年8月，我们通过外贸公司向这家客户供货，此客户订单整齐，数量之大，非常适合我们企业的生产规模。要是能成为我们的直接客户该有多好，一种愿望油然而生。一次偶然的的机会，我们去上海开会，得到了这家外方经理的名片，于是我们给客人发去了邮件，介绍了工厂的设备能力和自营企业的优势；详细说明了具备的配额类别，并表示了接受挑战的合作意愿。一周过去了，客人没有回复；两周过去了，仍然杳无音讯。我们等不及了，给上海办事处的CEO打去电话，电话里传来的话语是：“我们现在最不缺的是供应商。”于是，我们又寄出了精心挑选的铜牛产品，石沉大海，耐心等待着，期盼着……整整一个月，终于传来了客人的消息，告诉我们，可以与针织部门的经理联系了，我们激动得蹦了起来！真诚和执着，打动了客户。

发展历程

2003年10月，客人终于来我们工厂参观了，对生产车间很感兴趣；客人开始询价了，并安排了相关人员的验厂，验厂顺利通过，客人试探性地下了第一单。这是一款女童无袖套装，成交额20万美金，经过多次打样，反复改进，不断磨合，2004年4月，最终以优良的质量出货了！

通过公司和工厂的不懈努力，与该客户的成交额由300万美金、800万美金、1200万美金……，到目前的2000万美金。公司已成为该客户中国北方地区的最大供应商。

三、快速发展

2005年1月1日，按照世贸组织的协定，全国纺织品服装配额将被取消。意味着中国市场趋向于“国际竞争国内化，国内竞争国际化”的态势。既为我们的出口提供了更加广泛的市场空间，也为我们带来了新的机遇和挑战。

公司实现了从单一针织业务到针织梭织业务并行的快速发展，得益于三大法宝：一是审时度势的战略筹划；二是独具特色的业务模式；三是以人为本的企业文化。

审时度势的战略筹划

一个企业，能否形成良性的发展态势，能否审时度势，抓住机遇，把“可能”变成“现实”，决策层的作用至关重要。回顾发展历程，正是决策层的创新思维与战略筹划，使得公司在风云变幻的国际市场和强手如林的竞争对手面前，克服重重困难，取得了可喜的业绩。

发展历程

后配额时代的华丽“五”步

2004年，公司领导意识到后配额时代的到来与全球纺织一体化所带来的挑战与机遇，适时提出了针织梭织并行策略，在全力支持集团完善针织主业的基础上，重点发展梭织服装，演绎了精彩的华丽“五”步。

1. 成立铜牛瑞蓝公司

在公司早期的业务中，适应当时的一些针织业务客户的需求，在针织业务基础上兼营一些梭织业务。2000年，为进一步拓展梭织业务，在密云投资成立了北京铜牛瑞蓝制衣有限公司，客观上为后来大规模进军梭织业务打下了基础。

2. 成立梭织业务部

2004年，为适应梭织业务的快速增长，公司组建了梭织业务部，吹响了快速拓展梭织业务的进军号，提升了公司业务能力。

3. 成立铜牛宏成公司和铜牛新梦公司

2004年7月，公司通过资本运作，以高效率成立了北京铜牛宏成制衣有限公司和北京铜牛新梦制衣有限公司。从计划到实施，仅一个月时间便完成整个公司重组和业务衔接过程，被北京业界誉为“铜牛速度”和“铜牛旋风”。这一资本运作举措，迅速壮大了梭织业务能力，进一步强化了工贸一体化的战略。

4. 建设公司梭织园区

2004年10月，公司在北京市开发区（密云）投资兴建了北京地区规模最大、功能完备、设施现代化的梭织工业园区。经过288天建设，一期12条成衣生产线正式投产。

5. 参股铜牛服装公司

2006年，为全力推进集团公司和进出口公司的发展战略规划，公司梭织业务快速壮大，并参股了北京铜牛服装有限公司，致力于中高端梭织户外产品的研发与制造。

发展历程

独具特色的业务模式

随着中国经济的逐步开放和全球化日渐交融，单纯的贸易公司受到挑战，生存空间日益狭小，而工贸一体的优势顺应了市场的发展要求，为公司的持续成长奠定了坚实的基础。

工贸一体的优势

谈到铜牛外贸业务的发展渊源，得追溯到1987年。当年厂里为了提高外贸收购值，专门成立了出口办公室，负责承接外贸订单。作为生产型工厂，大部分利润被中间商赚取。于是，一个成立自己的进出口部门的种子悄然在铜牛人的心里埋下。随着业务的不断深入，1992年，北京第一针织厂进出口部成立。公司的这种衍生模式，从一开始就决定了公司的工贸一体的业务模式不同于单纯的外贸公司。

2000年，集团在北京市经济开发区（通州）投资建设铜牛针织生产基地，成立了铜牛股份公司，为集团的发展搭建了一个崭新的发展平台，并提出“举集团之力，兴股份公司”。拉动股份公司的生产是我们义不容辞的责任。为此，公司提出工贸联动的发展策略，即“依托股份，拓展市场；抢抓机遇，带动生产”，及时调整内部机制，理顺了外贸生产经营管理体系。当年，实现针织业务20%的增长。从此，外贸收购值逐年增加，由2001年的6100万元增长到了2007年的1.58亿元。针织业务形成了以进出口公司为龙头，以股份公司为骨干，以星河等公司为重要支撑的业务构架。

梭织业务上，我们构建了以服装公司为骨干，以瑞蓝、宏成、新梦为支点的业务构架，并辐射密云周边有一定加工制造能力的企业，形成铜牛梭织服装的产业集群。

为适应未来市场发展需求，公司适时提出了创建新型技工贸业务模式，成立研发中心，开始实施OEM向ODM的转变。

发展历程

工贸兼修的能力

独具特色的业务模式还体现在公司业务人员工贸兼修的能力上，他们不仅要懂外语，也要懂技术，了解生产。

小王毕业于外国语学院，说得一口流利的西班牙语，自己还曾做过外交官的翻译。他希望进入公司后，能够大展宏图。然而，公司并没有让他与外商沟通，第一堂课就是到生产基地学习，专门指派技师负责，让他轮流在各个岗位动手操作，跟班实践，使他明白生产流程，了解产品工艺，知道生产周期，清楚成本价格。他深有感触的说：“只有熟悉自己的产品，才能推销好自己的产品。”

回到公司，又安排资深的业务员与他一起做业务，师傅耐心帮助，小王虚心求教。当师傅不在时，小王也能独当一面了。师徒不仅配合默契，也为与客人沟通提供了便利。

现在小王在业务上能够得心应手，业务进展顺利，去年还被提为业务主管呢！

小王说：“进出口公司就像一个大家庭，气氛和谐；又像所大学校，经常组织培训，不断充电。让我们常学常新，与时俱进。”

公司还根据业务发展的需要，对员工进行继续教育，提高全员的综合素质，培养大家的学习兴趣，激发员工的工作乐趣。

以人为本的企业文化

在长期的创业与发展历程中，公司不仅逐渐形成了“以人为本，简单权变”的管理体系，而且在继承与发扬铜牛文化品格的基础上，培育了以“自强弘毅、止于至善”的价值观为基础的企业文化体系，为公司的成长壮大奠定了深厚的文化基础。

发展历程

培养·使用·关爱

回顾公司发展历程，我们切身体会到：人才是公司兴衰的关键，人才是企业最大的财富。以人为本，是企业永恒的理念。

随着业务发展，公司日益壮大，年年都在增添新鲜血液，有招进的应届学生，也有引进的社会人才。他们有着不同的性格，各异的经历。对新进公司的学生，我们精心培养。除此之外，还要对他们大胆使用，创造各种机会，使其迅速成长。

公司始终坚持对人员实行动态管理，根据能力随时调整岗位，做到人尽其才。让智者尽其谋，勇者尽其力。领导的责任就是要给人才提供最合适的舞台。人才好比是演员，只有给他们舞台，才能表演出精彩的剧目来。

创造和谐的氛围，也是吸引人才必不可少条件。公司的做法是保护关爱，理解体谅。

有的员工家在外地，远离父母，为了他们加班时，能吃上热饭，公司添置了微波炉；有的年轻人生病住院，领导亲自到医院去看望。不仅从生活小事上关心，对于他们的个人大事，也尽力给予关怀。公司还陆续促成了几对年轻人的美满婚姻。每到年终，公司还会举行全员参加的年会。每到节日，领导会给员工家属送去慰问和祝福。结婚生子，光荣退休等，公司也会礼金祝贺。

置身其中，员工会感到团结和谐的氛围，体会到家庭的温馨与亲情。正是这种凝聚力和归宿感，才使我们这支团队不断的攀登向前。

第一次赴宴

回味了第一次牛肉面的喜悦，不由得又联想起第一次赴宴的趣事。

那是一个周末的下午，忽然接到北京某外贸公司的电话，邀请我们去亚运村康乐宫共度周末。大家一下子

发展历程

活跃起来。“咱们还没有见识过这场面。”“时间这么紧，怎么办？”“端庄的仪表怎么体现？”“不能当刘姥姥呀，一定要让他们刮目相看。”“咱也不能落后呀！”议论纷纷，一下子不知如何是好？这时我们的李师傅提议说：“先去我家吧！我家在安贞桥，离那里近。”于是大家立即赶了过去，翻箱倒柜，拿出了家里所有的衣服，让大家挑选。小周穿上了绿毛衣，小马戴上了黄围巾，女同志也涂上了口红……精心包装了一番，打了两辆黄面的，兴冲冲的赶到了康乐宫。

“逗猫，酷你齐哇！”一句日语

“耐斯图迷求游！”一句英语

“欧亲，哈拉硕！”一句俄语

最后大家齐声问候“晚上好！”灯火通明的宴会厅顿时响起了热烈的掌声，外贸公司的同仁们伸出了大拇指，称赞不已，我们的脸上露出了灿烂的微笑。小李说道：“这是刚刚开始，看以后的吧！我们公司一定会做得更棒！”

聚会结束时，已是深夜十一点，公交车已经停运，回家只能打车。大家宁愿看着一公里一块二的“夏利”空驶而过，也要在瑟瑟寒风中等十公里十元钱的“面的”。这不是刻意为了省二毛钱，而是一种勤俭意识，正如公司一位员工所说的“公司是我家，员工想着家，人人爱着家，效益靠大家。”直到今天，这种节俭精神一直潜移默化的影响着每一个人。

正是这样一种永不服输、勤俭持家的精神一直激励着我们这支充满活力的团队。

公司愿景

愿景目标：

领先的服装供应者，专业的品牌运营商

源于铜牛集团“塑造世纪品牌，创建一流企业”的愿景，公司秉承“诚、实、韧、拓、雄”的拓荒牛精神，真诚把握和引导客户需求，抢抓机遇，勇争第一，致力于成为“领先的服装供应者，专业的品牌运营商”，这是我们的愿景和长期战略目标。

从2008年开始，公司进入优化创新提升发展的新阶段；这是一个公司实现技工贸一体、拓展品牌运营、走向国际化经营的新阶段；这是一个让我们憧憬与奋斗的新阶段。让我们共同努力，共创公司更加美好的明天。

技工贸一体

回首公司的壮大，展望公司的发展，贸易创业、工贸立业、技工贸成业。发展提升研发能力，实现技工贸一体化，提升服装产业价值链核心环节，实现OEM向ODM和OBM经营模式的转变，我们的模式——确定。

品牌运营

公司以服装贸易立身，成为一个领先的服装供应商是我们坚持不懈的追求。源于技工贸一体的核心能力和创造决定价值的规律，从服装供应向品牌运营的逐步转化，是公司持续发展、服装产业升级

公司愿景

的内在动力。塑造服装品牌，拓展品牌运营之路，成为一流的品牌运营商，我们的方向——坚定。

国际化经营

在全球经济一体化的时代里，从国际化贸易走向国际化经营，在全球范围内配置和利用经济资源，在更高层次和更大范围内推进技工贸一体和品牌运营，追求卓越，成为国际化“领先的服装供应者，一流的品牌运营商”，我们的空间——无限。

核心理念

一、牛文化

铜牛集团以中国传统牛文化作为文化基石。

牛文化的基础在于诚、实、韧、拓。牛，纯朴自然，甘于吃苦、勇于开拓、肯于奉献、团结协作的拓荒牛精神传颂至今。

牛文化的境界在于雄。牛，体魄健伟、气势雄浑、气宇轩宏、镇水安澜。

牛文化的本质在于它切合于儒家文化的精髓，是儒家文化的表征与外化。牛对中国人的影响并不仅仅表现在生产、习俗方面，更体现在对中华民族内在精神的塑造上。以牛为标，化牛入性，形成了中国特有的牛文化。刘义庆的《代牛言》云：“渴饮颖川水，饥喘吴门月。黄金如可种，我力终不歇。”宋代李纲《病牛》亦云：“耕犁千亩实千箱，力尽筋疲谁复伤。但愿众生皆得饱，不辞羸病卧残阳。”与其说是咏牛倒不如说是咏人，寄寓勤劳、开拓奉献、无私的人格追求和人生价值取向。

在长期的生产经营和改革发展中，牛的“诚、实、韧、拓、雄”的精神品格已被铜牛人所认同并升华，以拓荒牛借喻自励，图强求变，不断进取，从而形成了独具铜牛特色的牛文化：

诚、实、韧、拓、雄

诚——胸怀坦荡，以诚待人。

实——脚踏实地，辛勤耕耘。

韧——不畏艰辛，百折不回。

拓——开拓进取，敢为人先。

核心理念

雄——矫健无匹，气宇轩宏。

诚实韧拓，争雄于世。铜牛文化既传承了中华悠久历史中“身、国、天下”的深厚文化底蕴，凝聚着中华民族沉积的文明，又彰显了追求卓越、勇担责任的社会时代精神。

铜牛进出口公司作为铜牛集团公司的骨干企业，秉承了铜牛文化的品格，并且致力于将其发扬光大。

铜牛品牌溯源

铜牛品牌取材于北京颐和园的“镇水铜牛”。镇水铜牛镇守于昆明湖东堤柳岸之上，祈求国家风调雨顺，百业兴旺，政通人和，国泰民安。据史料记载，公元1755年，乾隆皇帝令工匠铸造铜牛并亲撰铭文：

“夏禹治河，铁牛传颂，义重安澜，后人景从。制寓刚戾，象取厚坤。蛟龙远避，证数鼃鼃。潘此昆明，潜流万顷。金写神牛，用镇悠永。巴邱淮水，共贯同条。人称汉武，我慕唐尧，瑞应之符，逮于西海。敬兹降祥，乾隆乙亥。”

“镇水铜牛”寓意为自然和谐，吉祥献瑞，趋利避害，基业永固。为此，我公司以“铜牛”为商标和集团名称并铸铜牛塑像和铭文。

1998年5月22日，一尊镇水铜牛雕塑落座于集团公司，铜牛铭文为：

“敝公司取铜牛为名，产品以铜牛为牌，旨在弘扬古老文化，突出北京特色，发展民族工业。今以北京颐和园铜牛为原形，特铸此牛为记。全体员工当发扬好学创新，严加求实，团结尽业，拼搏振兴之铜牛精神。”

随着铜牛企业品牌和产品品牌的不断发展，文化内涵的不断丰富，2002年12月24日，集团再次修改并颁布了《铜牛铭》，全文如下：

核心理念

“本公司始创铜牛品牌，取镇水铜牛之神韵，赋铜牛文化之新义，诚实拓争雄于世，齐心协力，再创大业。铜牛人当以拓荒牛借喻自励，团结尽业，塑造铜牛世纪品牌；求实创新，创建世界一流企业”。

镇水铜牛的传说寓意深远。集团公司以镇水铜牛为公司和品牌之名，不仅追溯了铜牛牛文化的历史渊源，又挖掘并创立了充满铜牛特色的“诚、实、韧、拓、雄”的文化品格，达到了继往开来，形神兼备的境界。

二、价值观

自强弘毅，止于至善

价值观是人们对是与非、好与坏、对与错的基本判断。企业价值观是企业文化最基础的部分，象征着企业的理想追求与选择，是企业处理内部人与人之间关系、处理与外部各种不同主体关系的依据和准则。

“自强”语出《周易》：“天行健，君子以自强不息”，意谓刚强劲健，自力图强，不断奋发向上。

“弘毅”语出《论语》：“士不可以不弘毅，任重而道远”，意谓抱负远大，坚强刚毅，懂得自己的担当与责任，懂得任重道远。

“止于至善”语出《大学》：“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善”，意谓通过不懈的努力，追求卓越，尽善尽美，不断进取，以达到最高的境界。

概言之，公司价值观的整体含义是：继承和发扬中华民族“自强弘毅”的伟大精神，以“止于至善”的崇高思想境界，刚毅坚卓、奋发图强，抢抓

核心理念

机遇，敢为人先，追求卓越，为企业的基业长青做好每一项工作，为国家与社会做出贡献。

“自强弘毅，止于至善”，源于中华民族的传统美德与精神人格，是流淌在铜牛人血液中的文化基因，是铜牛人成就企业发展事业的价值基点，是铜牛人追求卓越，不断创造辉煌的有力保证。

自强弘毅，止于至善的含义考证

“自强”即“自强不息”，来源于《周易》“乾”卦的卦辞：“天行健，君子以自强不息”。意思是，天体的运行刚强劲健，相应于此，君子应效法于天，刚强坚卓，奋发图强。与此相关，“厚德载物”来源于“坤”卦的卦辞：“地势坤，君子以厚德载物”（坤卦）。意思是：大地的气势厚实和顺，相应于此，君子应效法于天，增厚美德，容载万物。

“自强不息，厚德载物”历来被认为是中国传统文化的重要内涵，它集刚健和柔顺两种不同的特质于一身，体现了一种健全的精神人格。

“弘毅”来源于《论语·泰伯》：“士不可以不弘毅，任重而道远。仁以为己任，不亦重乎？死而后已，不亦远乎？”意思是，读书人须有远大的抱负和坚强的意志，因为他对社会责任重大，要走的路很长。以实行仁道为己任，不是很重大吗？直到死才能罢休，不是很遥远吗？朱熹在《四书集注》注曰：“弘，宽广也。毅，强忍也。非弘不能胜其重，非毅不能致其远。”又曰：“弘大刚毅，然后能胜其任而致其远。”

“弘毅”，抱负远大，坚强刚毅。对于任何一个希望有所作为的企业或个人来说，远大的抱负，坚强刚毅的意志，都是缺一不可的。

“止于至善”来源于《礼记·大学》：“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善”，意思是：真正的道理，

核心理念

在于彰显人人本有的光明德性，在于使人人都能去除污染而自新，在于不达到尽善的境界决不停止努力。

“止于至善”反映了一种“追求卓越”的精神追求。无论组织与个人，都应该有高远的目标。虽然境界弥高，也应树立起追求的勇气。

三、司训

抢抓机遇，勇争第一

司训体现了企业的价值追求与历史积淀，是企业精神、企业风尚最简练、最直接的表达，是凝炼后的企业理念的符号表示。

“抢抓机遇”，克难制胜。抢，就是抢先，抓，就是把握。铜牛人认为，机遇稍纵即逝，只垂青于时刻有准备的人，垂青于有创新意识的人。等待观望、犹疑不决，只会坐失良机。我们不仅要善于识别机遇，且对看准的机遇，一定要坚决抓住，不达目的决不放弃。因此，“抢抓机遇”，就是以一种抢先机、抓机遇的意识，把握外部有利的市场变化。

“抢抓机遇”，意味着“自强弘毅”，意味着铜牛人的宏大胸襟与进取拼搏的精神。只要有快抢机遇的意识、敢抢机遇的勇气、善抢机遇的本领，企业就一定能在市场竞争中赢得先机。

“勇争第一”，是铜牛人在长期的企业实践中所形成的特有精神品格。勇，就是敢为人先，争，就是不言放弃。第一，就是追求卓越。铜牛人认为，要做就做最好。市场犹如一片森林，只有长得最高

核心理念

的树，才能得到阳光的照耀。要想得到阳光，就必须奋力成长，做最高的树。因此，“勇争第一”，就是要以敢为人先、不言放弃的精神，去实现追求卓越，争创第一。

“勇争第一”，意味着“止于至善”，意味着铜牛人“弃燕雀之小志，慕鸿鹄之高翔”。对于员工而言，就是要锐意进取，事事争先，在自己的岗位上做到最好，对于企业而言，就是要勇做行业排头兵，永不满足地追求持续发展。

企业的发展犹如逆水行舟，不进则退。在公司发展的风雨历程中，铜牛人始终以“抢抓机遇，勇争第一”为训，为公司的事业赢得了快速发展。未来，“抢抓机遇，勇争第一”的司训仍将濡染着铜牛人，引领公司向更高的目标攀登。

四、企业风尚

智慧擘划未来、激情成就梦想

企业风尚是企业员工精神面貌的总体取向，体现企业员工的愿望、趣味、情感、传统、习惯等心理和道德观念。

一个成功的企业，一定拥有一种对企业智慧的卓越追求。企业追求智慧，意味着它是一个具有前瞻性的战略思维能力的企业，引领企业“做正确的事”，走在一条正确的、有着辉煌前景的发展道路上。企业追求智慧，也意味着它是一个创新的企业，能够使企业不仅“正确地做事”，更能“创造性

核心理念

地做好事情”。企业追求智慧，更意味着它是一个具有精神传承的企业，让企业意识到“美德就是智慧”，从而为企业的成功提供重要的保障。

铜牛人凭借智慧打天下。把握今天的现实以洞察未来，进而以对未来的洞察引导今天的企业发展。智慧体现在战略与创新上，就是在复杂的市场环境中，寻求自己的生存与发展。智慧体现在文化上，就是倡导一种励志、自强、坚韧的精神传承。

一个成功的企业，一定拥有一种激情向上的文化氛围。激情是企业工作效率的倍增器，是企业取得巨大成功的精神动力。“有激情，一切皆有可能”。凭借激情，员工把工作当成事业，不断进取，迸发无穷的活力和动力。凭借激情，员工可以以压倒一切艰难险阻的决心和勇气，百折不挠、奋力拼搏，永不言败。

铜牛人拥有旺盛的活力，昂扬的斗志，激情向上。一方面，铜牛人始终保持工作的热情，自我激励，努力学习与工作，以不断提升业绩。另一方面，铜牛人始终保持乐观的心态，遇到困难和挫折时永不放弃，迎难而上，不断寻求突破，并获得成功。

智慧擘划未来，激情成就梦想。未来，既使遥不可及，也会因为承载着我们梦想的荣光而眩目迷人。梦想，哪怕只是一个小小的心愿，也会因为寄托着我们对未来的希望而显得伟大。我们每个人都在不断地为自己规划未来，也在用智慧和激情实现着自己的梦想，成就着自己的人生。

铜牛人，用自己的智慧和激情成就了铜牛辉煌过去；同样，也在用自己的智慧和激情创造新的未来。

运营思维

一、人才理念

德能择人、事业留人

人才资源是企业的第一资源。公司认为，每一个人都有自己的长处，只要具备公司所倡导的价值观与职业精神，都可以成为合格的公司员工。

“德能择人”。公司要为人才的成长提供公正、公开、公平的竞争环境，建立包括工作能力、工作态度在内的完善的绩效评估体系，使得那些德能兼备、业绩出色、团结协作、顾全大局的人能够脱颖而出，做到人尽其材，各施所长。

“事业留人”。公司为每位合格员工提供市场化的待遇和条件，千方百计为人才创造广阔的发展空间和公平竞争的舞台。公司协助每一位员工制定与其自身特点相符合的职业生涯发展规划，同时创造良好的内部条件让每位员工有施展才华的机会。公司致力于培养员工与企业共进退的荣辱观，让每个人都能够分享到与公司共同成长的精神和物质成果。

贡献铜牛，无怨无悔

马总是公司创业之初的第一批大学生之一。一进公司，领导就选派了技术上优秀的师傅与他结成对子，进行传帮带。他聪明好学，认真钻研，不怕苦累，深得师傅和大家的喜爱。不久领导就派他参加了广交会。当时，微薄的工资，连件像样的衣服也没有，于是，二位领导掏出自己的钱包为他添置了一身西服，他被深深地感动了，泪水在这位一米九的汉子眼里悄悄流了下来。

共同经历了创业的艰辛，一起分享过企业走出低谷的喜悦，使他懂得感激，知道珍惜。伴随公司的发展，他茁壮的成长起来，逐步走上了领导岗位。由于他业务做得很

运营思维

出色，得到其它公司的欣赏。即使有别的公司想聘用他，但是他也不为之所动，公司领导做事的风格深深感染了他，领导人格魅力在他心里得到认同。坚定地要留在铜牛，要干出点成绩来，“贡献铜牛，无怨无悔”也成了他挂在嘴边的一句话。他把自己的成长同公司的发展紧紧地联系在一起，最终他取得了良好的业绩。

我们的“比尔·盖茨”

比尔·盖茨，全世界家喻户晓，他就是当今美国微软公司的创始人。从8年级开始，他就帮人设计简单的电脑程序。1973年夏天，盖茨以全国资优学生的身份，进入了哈佛大学。他被美国人誉为“坐在世界巅峰的人”，他是计算机奇才。而在我们公司，也有这样的一位“比尔·盖茨”，他就是小李。

小李，1999年进入公司，之前在铜牛集团前身的其他企业从事产品开发工作。尽管他不是计算机专业毕业，但他在计算机方面的天赋远远超过很多学计算机专业的大学毕业生。平时，无论是公司还是家里有解决不了的电脑问题，只要他一出现，问题便迎刃而解。随着公司快速发展，信息化越来越凸显其重要的作用，公司信息方面的人才的支撑不可或缺。2005年，公司果断决定，将小李从业务部调入总经办，让他专门负责公司信息化方面的工作。通过岗位的调整，他的潜能得到迅速的发挥。在他的努力工作下，公司ERP系统、OA系统、网络安全、硬件维护等管理日新完善，促进了公司的良性发展。同时，他还根据公司的一些特殊需要，特别编写了很多程序，提高了工作效率，降低了管理成本。他是我们心中当之无愧的“比尔·盖茨”。

二、学习理念

求知不息，学以致用

运营思维

学习是现代企业与员工求生存和谋发展的根本手段。

公司倡导“求知不息”，鼓励员工坚持不懈地学习新知识，通过学习，逐步形成开放式的思维、国际化的视野、不断挑战自我的观念。“他山之石，可以攻玉”，我们不但要学习理论，更要向竞争对手、合作伙伴及国内外先进企业学习。公司致力于将企业建设成为学习型组织，大力投资于员工的学习与成长，不断提高员工素质，努力打造一支管理有序、激励有效的员工队伍，使广大员工与企业共同成长。

公司倡导“学以致用”，在浩如烟海的知识里，我们应该学有专攻、学以致用。学习的目的是为了运用，学习要具有针对性，讲究实用性。根据自身发展的需要，拓宽学习的广度和深度，促进自己的全面发展。要根据企业发展的需要，学习本行业新的专业技术知识，增强拓展业务的能力。要善于把所学的知识运用到实际工作中去，把学习成果转化为生产力。要运用所学知识，改善工作方法，使我们更聪明地工作。

有志者事竟成

在公司开展出口业务的第一个年头里，所有工作都要从零开始。可以说是白手起家，摸着石头过河，遇到了无数的困难，同时也换来了无数的宝贵经验。工作对象是新的，如货代、银行、保险、海关、商务局（原经贸委）等等各有关部门；工作方法是新的，当时公司连一个专业外贸人员都没有。刚开始，我们的业务员还可以到兄弟外贸公司登门拜访。但是在公司取得了出口自主经营权以后，再向这些公司咨询请教，已很不方便。

运营思维

然而，“有志者事竟成，苦心人天不负”。我们的“有志者”登门拜访，请教专家，我们的“苦心人”看书学习，刻苦钻研。凭着这种求知不息的精神，在既不懂外贸也不懂外语的情况下，走出困境，奔向坦途。

三、诚信理念

真诚务实、合作共赢

古人云：“巧诈不如拙诚”。做人如此，经商亦然。

“真诚务实、合作共赢”，是公司对待客户的宗旨与准则。一方面，我们珍视现在和未来可能面对的所有客户，要以诚待客，不论客户来自何处，背景如何，都要以真诚务实的行动设身处地为客户着想，千方百计地为用户提供服务，不急功近利。因为，每一次合同的签订、业务的洽谈都会是下次合作的基础。另一方面，公司本着客户为上的价值观，竭力与所有客户真诚合作，为客户创造价值，以实现在市场上的共赢。

“真诚务实、合作共赢”，是公司处理企业与合作方之间关系的重要准则。只有相互信任、共谋发展，合作才能长久，合作才能共赢。

是客户，也是朋友

有人说商人就是唯利是图，商场犹如战场，拼个你死我活，其实不尽其然。

有家日本公司是公司创业时的老客户了。双方感情融洽，我们经常在一起探讨订单组织的方法，交流企业管理

运营思维

的经验。为此，还请客户给我们进行了一次较大规模的讲课呢！大家受益匪浅。

我们的默契配合体现在方方面面。当订单过程出现问题时，双方分析解决。当价格出现较大差异时，共同谋求降低成本的方法。当客人因洪水受灾时，我们送去了真挚的慰问。当业务员举办婚礼时，收到客户送来的花篮。公司人员去日本考察市场时，客人还将我们请到家里盛情款待。

最令我们难忘的是，2003年，我们遇到罕见的“非典”，生命受到了威胁，市场预防药品和防护口罩严重脱销。就在这时，我们意外的收到了客人从日本寄来的快件，打开一看，是上千个防护口罩和上百支温度计，解了燃眉之急，雪中送炭，大家激动不已。

一片片真情、一句句祝福，浇灌了我们之间的友谊之花。我们是客户，也是朋友。

以诚求成，共创共赢

说起铜牛星河制衣公司与我们的合作，也有一段悠久的历史。90年代初，星河工厂的张厂长登门公司要求与我们合作，那时的星河工厂，厂房简陋，机器破旧，只能生产内贸圆领衫。如今踏进星河公司，映入眼帘的是明亮的厂房、崭新的设备、紧张的生产，一片生机盎然的景象。

十几年来，星河公司由十几万元的销售收入增加到5000多万元，从十几人发展到500多人，固定资产翻了十倍，企业竞争力明显提升。

张厂长十分感慨地说：“铜牛进出口公司不同于其他公司，有的公司是有利就干，无利不管。而你们兼顾工厂，有困难就扶助，有问题就协调。大河有水小河满，大河没水小河干，工贸合作，亲如一家，双方合作，心手相连。”

公司梭织服装工厂的一位总经理还编了首打油诗：

铜牛逢盛世，我们齐献功；
本币升值快，贸易不轻松；
工贸齐努力，共同度难关；

运营思维

待到零八后，又攀新高峰。

充分表达了公司与工厂之间以诚求成、共创共赢的合作精神。

四、创新理念

鼓励创新、宽容失败

创新是一个民族的灵魂，是一个国家兴旺发达的不竭动力。对于企业而言，创新更是生存发展的关键所在。企业要生存、要发展，就要不断在理念上、制度上、管理上创新。

首先，公司视创新为永恒的主题，为员工创造力的激发提供条件。公司认为，创新的实质就是把顾客的期望实实在在的转化为事业追求的方向。

其次，公司努力营造宽松的创新氛围。一方面，创新需要有宽容失败的文化氛围，公司对所有创新思想抱有最大的宽容，只要是合理的、有价值的，不论提出者是谁，都有被采纳的可能。另一方面，公司鼓励尝试和冒险，不苛求完美，不求全责备，对于创新的失败保持宽容心和平常心，把基于创新的失败看作是企业的财富，对员工的创新思想和行动给予积极的支持，保护员工创新的热情和积极性，为创新提供生长的温床。

与铜牛共成长

说起张总，为人坦诚，办事干练，市场意识强，是匹千里马，公司领导请他加入进出口公司。在公司的支持下，

运营思维

在他的具体负责下，04年至07年，公司的梭织业务得到迅速发展，形成了梭织业务与针织业务并驾齐驱的格局，他也从一个民营小老板成长为公司的主要管理人员。

回顾梭织业务的成长过程，其中还有一段佳话呢！

2004年，公司领导们去香港出差，在和客人的交谈中，客人谈到了国际户外服装开始流行激光开袋、压胶、搭缝等技术，客人也正在大力开发此类技术的服装产品。说者无心，听者有意，公司领导们迅速捕捉到这一信息。回公司后，立即组织人马采取行动。一方面，托人打听哪里能买到激光机、压胶机、超声波等特殊设备；一方面，组织工厂技术人员，成立项目公关小组。在项目开发过程中，多次组织人员去南方工厂学艺，高薪聘请专业技术人员亲临工厂进行指导。仅用四个月的时间，公司就掌握了这些新技术。订单纷纷而至，价格水平大幅度提高。为公司调整产品结构、提升产品附加值打下坚实的基础，为后配额时代服装出口赢得先机。

张总十分感激集团领导给他搭建的发展平台，非常珍惜提供给他施展才华的机会，他由衷的说：我与铜牛共同成长，在学习中进步，在创新中发展。

五、管理理念

以人为本，简单权变

优秀的管理理念是企业市场中克服困难、勇争第一的观念动力。秉持良好管理理念的企业是有竞争力的组织。

“以人为本”，是现代企业维持可持续发展，立于不败之地的法宝。公司的一切管理活动都围绕着激发和调动人的主动性、积极性、创造性来展开。在公司里，每位员工都有权力和机会参与管理和决策，企业不断创造条件保证员工自我价值的实现，最终

运营思维

达到人与企业的和谐发展。

“简单权变”，意指公司追求管理上的简约与权变，避免套用与僵化。追求管理上的简单是指管理步骤和程序的简约化，以效率和效果为出发点，以流程优化为手段，追求用最简洁、最直接、最有效的方式解决问题，尽量在最少的时间内做更多的事情，提高企业的运营效率。追求权变管理是指管理无定式，没有所谓的在各种情况下都普遍适用的原则，所有的原则都有用。只要切合企业实际，能让企业持续发展的管理模式就是好的。随着企业的发展，如果我们所采取的方法不再适合企业未来的情况，我们就要积极地改变，探索促进企业发展的管理方式。

“天堑变通途”

2003年，公司出口业务达到1800票，平均每个工作日要处理6~7票货，部门之间数据的衔接都是通过人工传递，工作量大而繁琐。信息和数据共享，成为公司发展的一道瓶颈。好在当时信息技术发展迅速，ERP项目开始进入公司领导的视线。

ERP是用一种新的管理模式，是先进的、行之有效的管理思想和方法。企业传统的管理模式根深蒂固，ERP软件在实际的推广应用，应用深度和广度都不到位，多数企业的效果不显著，当时也流传着：“上ERP找死，不上ERP等死”的说法。

随着全球经济一体化加剧和信息技术的飞速发展，公司深深认识到现代化管理的重要性，并希望通过信息化手段，使企业走上规范化管理的道路。针对公司管理现状及信息化水平，做了大量细致的前期调研，对国内数家管理软件进行了比较，从价格、性能和售后服务多方考察，最终选择了南北N6ERP产品。

运营思维

经过需求调研、系统建模、业务测试和全面使用几个阶段，克服种种困难，在不到5个月的时间里，公司ERP系统全面投入使用。实现了物流、资金流、信息流和业务流的整合，做到了“四流合一”，实现数据同步共享和资源计划协调。“一桥飞架南北，天堑变通途。”进一步推进了公司由传统管理、经验管理向程序管理、规范管理的转化，进一步增强了公司的核心竞争力。

2003年7月11日，“北京铜牛进出口公司——南北N6 ERP信息化成果验收研讨会”在北京温特莱大酒店隆重举行。公司的ERP项目成功实施，得到商务部信息化司、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、北京纺织控股公司、清华大学MIS研究院、汉易企业咨询顾问公司等机构的专家和学者的充分认可。

今天，ERP系统在公司运用自如，成为北京外贸企业的“先行者”，也成为公司业务和管理离不开的信息工具。

六、团队理念

团结协作、和谐共享

一个优秀的团队要富有团队精神。团队不是简单的个体相加，团队的价值在于团队精神的效应，即在于来自于团队的协作、共同的目标、紧密的团结、集体的智慧所产生的超常合力。因此每个员工都要有团队精神，以全局为重。

“团结协作”是团队形成整体战斗力的基础，通过团队成员间的相互沟通与协作，使团队的每个成员有更多的机会承担更大的责任，并且使各种互补的资源有效地组合在一起，使企业更加具有应变能力和灵活性。公司倡导“团队协作”，在注重发

运营思维

挥每个员工才华和主观能动性的基础上，用共同的价值观念把员工联系在一起，以无隙沟通和大度包容来消除隔阂，达成理解和信任，打造融洽、和谐的团队，从而发挥公司整体的最大效能，创造出公司的最佳效益。

“和谐共享”是团队的价值准则。公司倡导“和谐”，在团队内建立一种平等、信任、欣赏的关系，使每一个公司员工都能够融于团队，服从团队，信仰团队。当个人利益与团队利益发生矛盾时，以团队利益为最高利益。这是在更高层次上实现自我，成就一个更加完善的自我。公司倡导“共享”，在团队坚持一种同甘共苦、同舟共济的精神。在危难时鼎立相助，主动承担责任；在胜利时举杯同庆，共享胜利果实。

黄金组合

黄金组合是公司领导团队的最大特色。

从根本上说，任何一个企业领导团队，其成员在个性风格、知识结构以及经验阅历等方面都会有所不同，只有尊重差异，包容多样，才能形成出团队的优势互补，彰显团队的竞争力。

在公司领导团队中，黄金组合们不仅积累了服装专业化发展的学识与能力，还在风格上形成了良好的互补。一位清华大学的老师曾以一种玩笑的口吻说：“因为你们的领导团队中，有出身行伍、豁达的指挥官；有精于业务、开疆拓土的将军；还有善于掌管粮草军饷的后勤官，所以才能打胜仗。”

团结就是力量。虽然公司领导风格各异，但是在长期的企业实践中培育了一种追求激情向上、追求卓越、抢抓机遇、勇争第一的共同精神。正是这种精神使得他

运营思维

们真正做到了“志”同“道”合，也正是这种精神营造了公司融洽、和谐的工作氛围。

丰收·庆祝·分享

进出口公司一年一度的年会就是全体员工最企盼的盛会。

年会除了总结当年的工作和部署来年的工作重点之外，就是妙趣横生的联欢会了！台上一分钟，台下十天功！晚会的准备工作可是颇费一番功夫，工作之余，抒写、筹备、协调、排练，忙得不亦乐乎。自编自演，别出心裁，独具一格，耐人回味！联欢会上有精彩的文艺演出，有充满趣味的游戏比赛，有疯狂的迪斯科舞，还有最刺激的抽奖活动。

在这里，一年的劳累得到放松，工作的压力得到缓解，紧张的情绪得到释放。大家尽情地唱着、跳着、聊着、乐着……五彩的灯光映红着张张笑脸；优美的舞蹈传递着殷切的希望；动听的歌儿诉说着浓浓深情；开心的乐曲奏响着丰收的喜庆！小董去年刚来公司，第一次参加联欢会。当“咣当”一声，金蛋被砸碎，主持人宣布奖品的时候，全场沸腾了。小董幸运得获得了二等奖，一份精美的礼品，她情不自禁跑到台上，激动的说：“我能成为大家庭中的一员，感到非常骄傲。时间虽短，公司激情向上的氛围深深的激励着我，我真的好福气啊！庆祝丰收，是对付出的欣慰，也是对再获丰收的祈盼！”

公司的年会搭起了沟通和交流的桥梁，长辈眼神里流露出时间的历练，是实践的真知；青年们眉宇间充满着蓬勃的锐气，是攀登的勇气。

公司有好的发展，员工的价值才有好的体现。员工的价值有好的体现，公司才会有好的发展。

让我们一起共同创造，共同庆祝，共同分享！

行为准则

员工行为准则是处理员工和企业关系的准则，是对员工的行为产生导向、规范、激励与创新等作用的准则。员工应自觉遵守准则，以行为准则规范行为，提高工作效率，展现公司形象，提升公司竞争力。

全体员工要在遵循集团员工行为准则“诚信、自律；勤勉、进取”的同时，还要遵守本公司的行为准则，即：良好的素养、进取的精神、精湛的技艺、严谨的作风、快捷的效率、严明的纪律、端庄的仪表、热情的服务。

释义：

良好的素养——忠于企业，爱岗敬业。

进取的精神——图强求变是永恒的主题。

精湛的技艺——把复杂问题简单化。

严谨的作风——类似错误，不能重复。

快捷的效率——当日事，当日毕。

严明的纪律——没有任何借口。

端庄的仪表——整洁，大方，得体。

热情的服务——做好自己，为他人着想。