**铸造团队灵魂 提升品牌形象**

工程项目作为构建城市的重要组成部分，可被看作为建筑企业精心炮制的产品。而隧道股份上海隧道所承建的工程项目不只是对城市基础设施的简单建设，更是彰显了隧道人对“技术领先、质量一流”的追求。建成之后，这些工程项目也将承载着上海隧道的文化不断向外散播，并不断地渗透进人们的日常生活之中，成为企业一张张响当当的名片。

项目经理部作为企业最基层的组织，无疑是企业文化品牌最好的代言。我们的项目经理部遍及全国，在不断建设精品工程、标杆工程的同时，也在不断摸索，努力铸造团队灵魂以凝聚力量，走出一条上海隧道专属的项目文化之路，最终在全球范围内以领先的技术优势与一流的质量保证，实现“隧道股份上海隧道”的品牌效应。

我们始终秉承 “铸造管理团队灵魂”、 “打造工程管理精品”、“承载党建文化平台” 三个原则，不断提升品牌形象。通过不懈的摸索，最终形成了基于“54321的工程建设管理理念”的项目品牌文化。可以简单表述为：

以“打造精品工程”为中心，实现工程参建各方和谐共赢为总体目标。

以“为民造福、实现自我”为核心价值观，在管好项目的同时，带班子，育人才

以“三型隧道”建设为突破口，树立工程建设 “人性化、安全质优、可持续发展”的品牌形象。

以“四大板块”建设为载体，拓展工程建设外延，打造上海隧道在市政基础设施建设市场的“金字招牌”

以“五化管理”为基本手段，实现工程“质量、安全、进度、风险、文明施工”等全面受控。

**一、铸造管理团队灵魂**

外在树品牌，内在铸灵魂。工程项目建设的生力军与落脚点始终是建设者本身，我们首先关注的是如何打造一支支“有灵魂”的项目管理团队，其方法主要包括三个方面：

1. **历史感定位**

上海隧道作为中国最早开展盾构法隧道技术研发和施工应用的专业公司，创下了业内诸多“第一”：建成国内首条越江隧道——上海打浦路隧道、世界首条15米级盾构法隧道——上海长江隧道、世界首例复杂环境下大直径土压平衡盾构法隧道——上海外滩通道、国内首条双层公路隧道——上海上中路隧道。

除了在超大直径隧道、轨道交通工程、超深基坑等核心领域勇当“开拓者”，我们还不忘做好传承者。在每年的司庆仪式上，由即将退休的老隧道人将代表隧道人品牌形象的司旗、司徽、文化笔记本等交到刚入职的新隧道人手中，将隧道精神传递下去。我们还经常性地在项目一线开展各类亲子活动，让我们的“隧二代”来到父母们每天工作的地方，切身感受市政工程建设给他们带来的震撼与自豪。

1. **价值观导入**

在发展历程中，公司始终秉持“为民造福，实现自我”的核心价值观，将成为“全球一流的隧道及地下空间建设总集成商”作为企业愿景，而每一位隧道人也始终坚持“拼搏奉献、争创一流”的精神，牢记使命，不断奋进。

1. **幸福感提升**

切实开展关怀机制建设，我们把日常的做法凝练形成“三室两周一节”等制度，将我们的关注点和落脚点始终放在“人”的身上。

“三室”即起居室、医务室、流动图书室；“两周”即定期举办安全知识竞赛周和电影播放周；“一节”即工地文化节。

除了这些制度性的安排，各个项经部还开展类似“一碗生日面”，季度标兵评选表彰等系列活动，全方位关注人，关心人。真正塑造了一支支有灵魂的项目管理团队。而我们的项目团队也必将带着植根于我们内心深处的隧道“魂”，呈现给参建各方与社会大众。

**二、打造工程管理精品**

工程项目，于企业而言是产品，于项目团队而言，便是成果。打造精品工程的过程是企业对外树立品牌的过程，也是员工个人价值的体现过程。如何将项目文化切实落地，将其内涵具象化，我们所做的工作体现在三个方面，也就是“三化”。

1. **项目文化的物化——树立项目品牌形象。**

“技术领先、质量一流”是上海隧道确立的核心竞争力，公司各项经部也结合自身特点，实现了对核心竞争力的逐一“物化”。可以总结为以“三型项目”建设为创新突破口，全面突破现有技术体系，提升工程质量，树立项目品牌形象。

1. **预制拼装型——树立“可持续发展”的品牌形象。**

随着预制化水平的日趋提高，上海隧道在工程建设中更多地运用标准化生产的部件，使得工程建设犹如搭乐高积木般安全、高效，进一步确保工程质量、节能环保、降本增效。

从工地围墙到施工临时便道、从桥梁、楼房到隧道内部结构，隧道人开拓创新，通过越来越多地使用预制化部件，避免施工过程中现场浇筑、凿除等工序所带来的噪音、扬尘等问题，从源头上实现环保型项目的建设，最大程度上减少工程建设对环境带来影响。

1. **数字智能型——树立“安全质优”的品牌形象。**

我们在施工人员工作证内植入识别芯片，实现施工现场人员实时定位，通过现场布置的感应雷达对人员作业行为以及大型机械设备进行感知。由诸光路通道新建工程项经部人员开发的智能移动终端“啄木鸟”APP，目前已在全公司范围内广泛推广应用。结合智能芯片让项目管理人员随时随地可以通过电脑、手机等终端获知现场施工情况，同时具有安全教育考试，隐患上报，数据分析等功能，将次时代安全施工管理的可能化为现实。

在盾构分公司设置“信息管控中心”，将公司所有掘进中的盾构机数据集中收集，对工程风险实现动态监管，对施工过程实现动态管理，对公司所有项目实现系统监管，通过对数据的收集与分析，实现提前预警，进一步确保工程建设质量。

1. **环境友好型——树立“人性化”的品牌形象**

在建设过程中我们强调兼顾工程施工的“刚”与自然生态的“柔”的结合，为项目设置的可移动绿化隔离、园林式的办公环境，让印象中刻板的工地绿意盎然。然而我们并不满足于单单用绿化植被让工作与生活区变得和谐美观，更从节能减排等方面入手，通过生化除臭设备优化周边环境、采用pmcs电源管理控制系统，积极使用循环水、设置自动喷淋系统控制扬尘等等，营造和谐友好的施工环境。

1. **总体目标的细化——提升项目品牌形象**

全球一流的隧道及地下空间建设总集成商是上海隧道的企业愿景，同时也是各项目管理团队的总奋斗目标，我们要求各项目团队结合自身工程建设特点，对公司的总体目标进行细化落实，提出打造四个平台的建设发展目标，不断提升品牌形象。

（1）人才培养孵化器

（2）成果转化示范点

（3）对外展示新窗口

（4）环境保护净化器

1. **管理标准的固化——统一外在品牌形象**

我们从来不缺少规章制度，但是缺少的是对规章制度的固化和落实。为此，我们要求各项目团队结合工程建设特点，严格遵循工程施工管理“五化”建设标准，逐一落实公司的各项规章制度，进一步统一外在品牌形象。

（1）施工标准化——编制作业标准指南指导标准化施工

（2）管理精细化——日常办公统一着装、参观接待统一标准、安全讲评规范统一

（3）管控信息化——从数值分析到全生命周期管控、从管控中心到物联网互联网联合

（4）生产集约化——从节水控尘到工程碳排放评价

（5）人文和谐化——由内而外构建和谐工程

**三、承载党建文化平台**

我们秉承工程项目在哪里，党支部就建设到哪里的原则，积极发挥党组织作用，紧密围绕在党组织周边，参与到党建文化建设中来，通过打造党建文化“三大平台”，不断提升社会公众对企业的认知度与知名度、认可度与美誉度。

**1、沟通平台——提升公众认知度与知名度**

我们的项目党支部跨前一步，主动与周边社区、学校、派出所、企事业单位等开展党建联建活动，通过签署党建联建共建协议等形式，积极发挥区域化大党建作用，连线成面，搞活成片，形成互联互助互补互通的合作。督促各方为城市基础设施建设作出更多贡献，实现各方共赢。

通过科普进社区、市民开放日、建设者慰问晚会等形式，向社会公众全方位、多层次地介绍工程建设情况，宣传企业文化，从而提升上海隧道在社会公众中的认知度与知名度。

**2、服务平台——提升公众认可度与美誉度**

在居民区一边设置声屏障减少光污染与噪音起到提升周边环境的作用；工地围墙公益宣传画与绿色植物间隔布置，并定期用洒水车进行冲洗；在汛期项目合理布局，为周边居民提前打通周边排水管网，做好下水道、管道的清淤保养工作；工程范围内大规模种植绿化，采用自动喷雾系统，降温降尘；每天定期对施工现场周边道路进行洒水作业，对道路进行及时养护保养；高考期间夜间暂停施工；合理安排施工工序与时间，尽量避免夜间施工的噪音与干扰；主动关心社区孤老、贫困家庭学生，在特殊节日送上关心等等。各项经部奔着“为民造福”的宗旨，想老百姓之所想，尽可能地帮助周边市民排忧解难，让工程项目很好地融入周边环境，用实际行动提升社会公众对企业的认可度与美誉度。

截至目前，上海隧道累计建设的隧道里程已超过700公里；其中14米级以上大直径盾构隧道建设里程占全国总里程的73%。我们的团队足迹已遍布全国，走向世界。我们的工程项目在各地散发着属于上海隧道的独特文化，树立起了属于上海隧道的专属品牌形象，不断提升社会公众对企业的认知度与知名度、认可度与美誉度，为开拓更为广阔的市场不断加码。