**以精品先锋文化为轨道，面向全国输送四建品牌**

自1998年被上海市政府特色表彰命名为“精品先锋”至今，上海建工四建集团已将精品先锋纳为核心的企业品牌文化，并已被用作企业口号来激励和要求全体员工。“和谐为本，追求卓越”是企业发展的核心理念，“崇尚精益求精，铸造品牌工程”则牢牢镌刻在企业价值观上。正是因为在“造精品工程，树先锋企业”上常年不懈努力，才迎来了四建集团在经营业绩、产值规模、品牌荣誉、科技创新、员工发展等多方面迈上新台阶、有了新突破，累计获得28项鲁班奖荣誉就是对四建品牌含金量的最佳体现。

四建集团在精心耕耘上海市场的同时，积极探索区域市场的可持续发展，响应上海建工集团“全国化”战略步伐。公司不断加快步伐建制落地，排除万难开拓市场，在逐渐从地方性企业向多地域发展企业转型的道路上，国内市场经营额稳步提升，全国化队伍逐步庞大，业务类型更加多元。从2005年承建南京紫峰大厦开始，这十多年里，公司先后建成了无锡红豆国际大厦、湖州月亮酒店、济南西客站和普利中心等一批标志性建筑。目前，四建集团已经在广州、深圳、江苏分别成立区域公司，继续坚持在员工中提倡“品牌在我心中、品牌在我手中”，要求各项目都把“争创品牌工程、争当品牌项目部、争做品牌项目经理”作为工程建设的目标，在沪外树立起了企业的品牌形象。

**一、精耕管理服务文化，为精品先锋文化提供有力支撑**

在建设精品工程的过程中，四建集团积极探索适应市场经济和企业自身特点的管理模式，坚持向管理要效益，推进企业改革走向“全国化”市场。多年来，坚持并不断完善了三级管理体制，下移管理重心到项目。特别是长期贯彻项目经济承包责任制，极大地调动了职工的积极性，项目真正成为了企业“效益的源泉、管理的舞台、形象的窗口、育人的阵地”。多年来，四建集团还不断探索适应不同项目特点的成本核算、降本增效以及合同管理和资金管理办法，针对工程规模的迅速扩大和外地项目的增多强化生产指挥系统，逐步形成了一套有效的基础管理制度。如在加强分包管理上，先后制定了工程分包合同、内部竞标询价、结算审核、综合业绩评价考核等管理规定和合同示范文本，建立了分包价格信息平台和物资采购价格信息系统。集团上下依托重点大型工程积极探索总承包管理，项目的自主管控能力和总承包管理水平有新提高，并形成了一定数量的、综合能力较强的总承包项目班子。经过多年的努力，四建集团形成了奖罚分明、令行禁止的管理氛围，“严格管理，严肃纪律”的双严方针已经渗透到了企业管理的方方面面和员工的日常行为中，成为了品牌建设的重要支撑。

集团对内做到严格管理，对外则始终以“全员参与创品牌工程，让顾客满意永无止境”为质量理念，通过统一经营理念、制定投诉管理程序、回访管理程序、提供个性化服务及品牌经营模式等途径，赢得了良好的市场口碑。目前在建的肇庆市火车站综合体建设PPP项目，由于场地地质条件复杂，地下溶洞较多，桩基施工困难，混凝土超灌量大等问题，我方积极与设计、业主、监理单位多次沟通，提出溶洞处理优化方案，并产生了良好的社会效益。集团建立了《经营施工和服务业务过程流程图》、《回访保修服务程序》、《顾客满意的监视和测量程序》等规章制度，只为最大程度地满足顾客要求。通过各种途径评价测量顾客满意程度，持续改进工程质量和服务质量，不断提升质量和服务地文化品位。

集团着眼于用精细化的制度和企业文化融合来培养精细化项目管理习惯和行为。优化制度建设，总结经验，将过去经验体验成模式,固化成企业管理的常规制度，立足当下，创新性地制定了《质量、环境和职业健康安全一体化管理体系》等多个专项制度，整合汇编成《企业内控制度手册》，使企业管理和工程建设有章可循，决策与流程更加精细化、标准化、制度化。为了更好地传承文化，集团编撰了《不平凡的50年》一书，内容凝结了过去50年企业发展的智慧结晶，使企业管理有史可鉴。

**二、注重文化传承和融合，用精品先锋文化为“全国化”道路护航**

企业文化的建设过程是一个总结、提炼、完善、推广的过程。多年来，四建集团在建设过程中，培育了不少优秀的企业文化，尤其注重从员工的行为中挖掘提炼。如“自我加压、无私奉献、严格管理、顾全大局”的人民广场精神、“不辱使命、造福灾区，追求卓越、注重细节，主动适应、敢于突破，攻坚克难、勇争第一，众志成城、团结高效”的都江堰援建精神，传承这些优秀的企业文化精神正是推动品牌走向“全国化”的起始动力。如今不同地域的市场有很大的文化差异，既要尊重当地的思维方式、工作习惯和风土人情，同时也要坚守四建自己的价值观和规章制度，更好地把四建文化渗透和融合到区域市场中去，以开放包容的心态吸收不同区域的文化来不断创新和发展四建文化，赋予精品先锋更加丰富的内涵，为企业发展提供强大的文化助力和精神动力。

从上海博物馆新馆、上海大剧院，到跨世纪的上海科技馆、东方艺术中心，直至上海世博会中国馆、世博文化中心，每一次四建人勇挑重担，攻坚克难，公司的品牌就得到新的提升。二十多年的“创品牌”之路，公司经历了“在文化工程上立足”、“在超高层工程上崛起”、“在重要场馆工程上彰显”、“在市政工程领域中拓展”，再到“在沪外工程上升华”。锲而不舍地推进品牌建设，浓缩了公司不平凡的发展历程，在上海打拼下的经验是公司未来发展的宝贵财富。

伴随“全国化”战略的推进和项目分布点多面广的发展趋势，如何保持作为一家精品企业的竞争优势，促进品牌理念和品牌文化进一步延伸？四建集团十分注重文化渗透和文化引领作用，在沪外项目上通过规范员工行为，统一着装、统一标化，使得鲜明的上海建工风格融入到每一个工地、每一名员工。始终做到文化输出不间断，把坚持二十多年的“抓质量、严管理、创四建品牌”主题活动推向全国各地，引领作业分包及其他利益相关方共同成长，通过立功竞赛、技术攻关，带动他们共同提高。做到以市场为导向，抓好项目经理品牌意识提升，通过项目经理“远航计划”系列培训、项目管理年会等，始终强调干一项工程、树一座品牌、拓一方市场，保持上海建工高标准建设要求，使项目运营和区域发展形成互动和支撑。目前，集团沪外承建项目共获得国家鲁班奖、浙江省钱江杯、江苏省扬子杯、扬州市突出贡献奖等诸多奖项，南京金鹰、阿里巴巴等超高层超大型项目建设赢得了业主的广泛认可，为四建在当地发展赢得了市场美誉度。今年，集团还抓住被市政府特色命名为“精品先锋”荣誉称号第二十个年头的契机，以诗歌形式组织撰写朗读《在践行“三全”战略中唱响精品先锋之歌》，既为讴歌“精品先锋”二十年来的光辉业绩，更是号召全体员工在“全国化”征程中，以精品先锋为序，书写发展新篇章，受到了广大员工的热情点赞，引发了共鸣和回响，增强了员工成为“精品先锋”品牌文化传承者和践行者的使命担当。

**三、技术服务品牌，为精品先锋文化注入创新动力**

现代建筑挑战工艺极限，也挑战思维极限，创新就是企业充满活力的源泉。要围绕重点难点工程加强技术质量管控，推动科技创新，运用前沿技术支撑运营管理。如：受到全上海瞩目的玉佛寺平移工程，采用了基于多源数据的既有建筑数字化建模技术，研发了互联网+移位远程智能监控平台，以及将传统工艺与现代新技术紧密结合，运用仿宋举折压弯工艺优化铜瓦施工等多种创新科技，努力为业主提供高品质的服务。还有不少依托科技创新建成精品工程的例子，如：南京南站综合枢纽钢构件制造难度极高，项目部通过计算机模拟，创建空间三维模型进行深化设计，并采用数控仪器进行精密切割，确保了工程质量。在武进影艺宫施工中，项目部创新应用乱针绣幕墙技术、光电幕墙施工技术、垂直绿化安装模块化施工养护技术等手段，建成了这项似展翅凤凰的建筑精品。

工程就是品牌，品牌就是市场。如今，“建一项工程，创一块品牌，树一方信誉，争一方市场”，成为了企业开拓沪外市场的经营法宝。当年，南京紫峰大厦工程第一个在户外打响品牌，首次在超高层工程中将C70混凝土泵送到190米的高度，创造了泵送381米高度的记录。如今，公司又承建了总建筑面积92万平方米，由三栋300米以上超高层塔楼组成的南京新的地标性建筑——南京金鹰天地广场。T1塔楼底板3.2万立方混凝土一次性浇筑完成，创江苏省大面积混凝土浇筑之最。目前，公司上下正全力以赴，决心将这个工程打造成继南京紫峰之后的新品牌、新名片，进一步提升企业的品牌影响力和市场竞争力。

集团依托产学研用平台实现建筑有机更新。上海的思南公馆改建项目是历史文化风貌区的重要组成部分，该修缮项目既要求做到保留原有整体建筑风格效果，又需要以舒适宜居为宗旨。集团对项目进行系统研究，从环境整治、功能置换、结构加固及生活设施改善等方面制定施工方案，积极运用新材料、新技术、新工艺、新设备,形成了历史别墅群整体改造、修缮成套技术，通过赋予“旧”建筑“新”的生命活力，使其成为具有海派风韵特征，居住、商业共存的高级综合社区。作为“上海建筑改建与持续利用工程技术研究中心”的牵头单位，目前，集团已申请专利50余项，其中授权专利20余项，获得国家级工法2项，参编行业标准5项，在核心期刊发表论文53篇，相关成果获得省部级科技进步奖5项。集团将秉承技术优势，为既有建筑的改造和持续利用提供支撑技术和保障措施，促进节约型社会的建设，用专业技术引领城市更新。

“全国化”发展道路已迈上征程，四建集团将进一步加强企业文化属地化建设，始终坚持传承文化精髓,不断充实文化的深厚内涵，更好地去深化融合不同的地域文化，结合国内市场经营理念努力建设符合可持续发展需要的、具有鲜明时代特征、丰富管理内涵的特色企业文化，为更长远的发展保驾护航，在全国各地打响“精品先锋”的名号。