

# 职校学生向企业专家拜师学艺 安固集团：校企合作育工匠

■记者 陈丹丹 通讯员 郑伟

课桌椅就是机台，教室就是车间，老师就是操作员……近日，安固集团有限公司(以下简称安固集团)车间内举行校企合作“顶岗实习”活动，来自市永久机电学校的10名学生现场拜师学艺。

记者了解到，这已不是安固集团与永久机电学校探索校企合作模式的首次尝试。近年来，安固集团积极搭建校企合作平台，不仅多次组织师徒结对实习活动，还通过打造校外实训基地，走出了一条校企合作的双赢之路。

“校企合作，对企业来说，可以解决专业技能人才短缺问题，所培育的人才能迅速适应工作岗位，减少二次培养成本。对学生来说，避免了‘毕业即失业’的尴尬窘境，解决就业问题，最终实现双赢。”安固集团副总经理陈永在接受记者采访时如是说。

## 一次人才交流 促成一桩“好姻缘”

安固集团与永久机电学校的渊源，要从2005年的一次人才交流说起。

陈永正介绍，当时，企业聘请了永久机电学校一位老师作技术顾问，在这位老师的牵线搭桥下，几名毕业生前来安固集团工作，职校毕业生专业技术底子好，加上任劳任怨的工作态度，给安固集团领导留下了深刻印象。

从那之后，安固集团与永久机电学校展开了持续而又紧密的“联姻式”合作。比如，为学生提供实习岗位，在招工时优先考虑该校毕业生；将企业内闲置或利用率不高的机台设备与学校共享，以供学生实践操作、科研创新等。

2017年12月，校企再续“前缘”，安固集团为永久机电学校打造的“校外实训基地”正式揭牌。当天，企业与校方商定校企合作事宜，并签订校外实训基地合作协议，明确安固集团将为永久机电学校学生提供

参观、实训、实习、见习等机会。“高二升高三机电专业学生可在该企业实习，高三时直接顶岗。”永久机电学校教科室负责人说，通过企业“入驻”学校，企业技术骨干、车间设备进入教学环节，真正实现产教融合。

据悉，永久机电学校现有在校生1200多人，主体专业为机电一体化。“选择安固集团建立校外实训基地，主要因为该企业以经营换向器为主，产品大都出口国外，产业规模大，经济效益高，且与我校相隔仅一公里左右，方便学生校外实训。”该负责人说。

## 推进现代学徒制 校企共育实用型人才

目前，安固集团与永久机电学校根据公司生产岗位实际情况和专业课程培养目标，拟定了详细实习方案：公司为学生提供数控、排片等机加工实习岗位，并安排经验丰富的师傅与学生结对。

“师傅好！”“请多多指教！”12月14



日，永久机电学校的10名学生来到安固集团，参加为期45天的校企合作“顶岗实习”活动。

当天，学生们相继参观了企业的自动化生产车间、设备研发中心、智能生产车间等不同部门，了解企业底蕴和运作基本情况，并在结对师傅的帮助下，熟悉各自的工作岗位。

据介绍，目前校企双方按照现代学徒制要求展开合作，即安排学生在结对师傅“传帮带”下，快速掌握公司整个工艺流程及各项工艺指标。这一制度有利于企业提

早介入学生培养，使得培养出来的学生能够及时适应企业环境，实现因材施教的教学目的，还能增强学生的职业归属感。

“师傅的讲解耐心细致又接地气，我们学到了很多课堂上面学不到的知识。”第一活动结束后，学生们对接下来的实习生活充满了憧憬。

据悉，该批学生是校外实训基地建成后，永久机电学校第3批来企业“顶岗实习”的学生，之前2批共35名实习学生中，有10人已正式入职。“这批学生将作为中层管理干部培养，公司会根据每星期考核指标，挑

选四至五名有就业意向的学生达成协议，毕业后前来签订合同、就业。”陈永正说。

## 完善人才培养体系 员工“留得住”“干得好”

企业发展离不开人才支撑，比“引进来”更重要的是“留得住”“干得好”。

安固集团深谙其中道理。近年来，随着企业大力推进“机器换人”改革，员工人数从1400余人锐减至500余人，符合转型升级需要的技能型人才需求大大增加。依托校企合作，安固集团不断完善人才培养体系，既为新入职员工提供施展才华和不断学习的空间，还为其未来发展全方位考虑，让他们对职业生涯规划有更明确的方向。

毕业于永久机电学校机电班的陈小龙在安固集团工作已有两年多时间，从一毕业就找到与专业相对口的工作，到一年后顺利得到提拔，他职业生涯的起步显得很从容。

“一开始在设备开发部做一线工人，才一年时间就得到升职机会，在安固集团工作，让我对自己更有信心。”如今，陈小龙是检验车间一名保全工，职位等同于车间副主任，除了参与机台维护等日常工作，还参与技术研发。

对于自己今后的发展，陈小龙拥有清晰完整的个人成长规划。“目前正在花工夫考电工证，下一步计划学习编程方面知识，今后想成为一名工程师。”

在安固集团，像陈小龙这样借助企业平台获得自身价值的员工不在少数。除此之外，安固集团还通过构建特色企业文化，并将其转变为员工的凝聚力和企业长远发展的动力。

“人才的培养不是一朝一夕之事，以优化环境为保障，以激发活力为重点，才能确保人才引得进、留得住、干得好。”陈永正说。

# 33年，从家庭作坊到中国帆布鞋领军品牌鞋企 人本鞋业：文化“软实力”增强发展“硬实力”

■记者 陈丹丹 通讯员 刘海彬

“人为本，和为贵，创业的成就如宝石璀璨；鞋之道，行万里，创新路上人本品牌走的更远。”一首《人本，我们的家园》唱出了浙江人本鞋业有限公司(以下简称人本鞋业)的文化自信。

33年风雨兼程，一路筚路蓝缕，人本鞋业从小小的家庭作坊发展成如今的中国帆布鞋领军品牌鞋企，是文化自信给了企业前行力量。

“可以说，经营企业就是经营人心，人心和企业兴，人本鞋业的今天得益于全力打造企业文化，凝聚全体员工的向心力。”人本鞋业董事长倪邦国说。

## 以“人”为本 为企业发展铸魂

绿树成荫、假山奇石……60多亩的厂区，绿化面积达35%以上，满眼的绿色让这里仿佛是个度假村，厂房隐身在一个绿树葱茏的大花园之中；

再进入其中，人本阁、和为贵亭、崇德亭、仁和亭、闻道亭等亭台楼榭错落其间，员工们茶余饭后聚集在此，谈天说地，闲聊打趣；

漫步到生活区，一条文化长廊展现在眼前，文化长廊长约100米，由26块展板组成，内容涵盖中国传统文化与“24孝”文化，图文并茂、形象生动；

走进企业文化俱乐部展示馆，仿佛来到一个迷你高端的“城市规划馆”，企业发展史、帆布鞋发展史、环形展厅、电子翻书、时光隧道、企业文化解析、产品展示、未来展望等一目了然……

日前，记者在采访中深切感受到了企业文化的力量，看到了人本鞋业以文化“软实力”打造增强发展“硬实力”的成效。

以“人”为本，是人本鞋业发展的灵魂。

一直以来，企业把员工当成家人一样用心关爱，理解员工、重视员工、培养员工、激励员工，以人文关怀增强企业凝聚力。

为了让员工全面发展，人本鞋业特地开设道德讲堂，讲堂建筑面积近300平方米，可同时容纳近200人。同时，人

本鞋业还拥有篮球社团、乒乓球社团、羽毛球社团、书法社团和象棋社团等5个

业余活动社团。今年以来，职工文化周、“人本梦·跨未来”文艺晚会、传统文化讲座等活动相继举办，丰富员工精神文化生活。

“在人本，只要你是踏实、肯干、有能力的员工，公司就会给你相应的发展空间。在生产生活中，我们把公司看作自己的第二个家。”一位人本鞋业老员工如是说。

## 以“和”为道 凝聚企业向心力

企业文化，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。在倪邦国看来，同业竞争，产品很容易被对手复制，唯有长时间积淀形成的企业文化，才是形成可持续发展的基石。

经过不断的实践、调整，人本鞋业已经形成完备成熟、凝聚共识、全员知晓的“和文化”理念。在企业文化俱乐部展示馆的入口处墙面上，可以看到企业文化的精髓：“使命：做国货精品，让行走更舒适”；“愿景：成为中国帆布鞋领军品牌”；“价值观：以人为本、行正道、尽责任、利他心”。

人本鞋业的员工无疑是幸福的，他们不仅有自己的文娱场所，还有食堂餐费补贴、返岗补贴、住房补贴等福利。可这还远远不够，企业除了在硬件环境和生活福利上为员工谋利益，还给员工带来丰富的精神食粮。

“‘走正道、尽责任、利他心’一直是公司对员工的品行要求，只有一个人的

品行和道德素质提升了，才会做出高质量的产品。”倪邦国说。其中，“利他心”伴随着人本鞋业的诞生与成长。

何为“利他心”？倪邦国解释道，所谓利他，首先考虑对方的利益，再考虑自己的得失。在企业经营中，只有做了有利于员工、客户的事情，才会得到同样的有利回报，经营起来才会得心应手。

“‘利他心’不仅是一种人生豁达的境界，更是企业竞争力的源头。利己，可能让企业在短期内获取一定的生存空间。利他，才能让企业真正实现基业长青。这也是人本‘和文化’的重要组成部分。”

人本鞋业打造的“和文化”，最大限度地凝聚了企业向心力，成为企业发展宝贵的精神财富和文化支撑。

## 以“文”为媒 增强企业竞争力

“企业文化虽然是持续的、可传承的，但不应该是一成不变的。”在倪邦国看来，企业构筑企业文化，应当是随着企业的发展不断总结、不断完善的过程，需要与时俱进。

今年，人本帆布鞋品牌商标全新升级，新商标为一个三角弧形的印章，采用中国红的配色，非常喜庆、吉祥，整体形

象更加和谐、更具美感。

“弧形印章承载着人本帆布鞋未来一帆风顺的美好寓意。”说起设计这枚新商标的心路历程，倪邦国如数家珍。

生产车间部分工序正由手工操作变为机械自动化，工作环境由原先的破烂陈旧厂房变为“花园式”工厂，销售模式也从原先的单一代理变为多元化销售……其实，在人本鞋业不断发展的33年中，这种“谋变”精神一直伴随着企业成长、贯穿于品牌建设。

33年来，人本鞋业一直用心打造、呵护自己的品牌，通过严把质量关、建立自己的检测室、聘请形象代言人、利用新闻媒体进行宣传。公司从最初的2003年获得瑞安市知名商标起步，2008年的浙江省著名商标，到2012年摘取“中国驰名商标”的最高荣誉。人本品牌的形成，为企业的发展提供了强有力的动力。

站在“工业4.0”和“互联网+”的风口，人本鞋业又在改革中大胆创新，实现传统制造向文化创意“智造”的华丽转身。公司每年拿出利润的10%用于研发，极大调动了研究人员的积极性，每年申请多项设计专利；企业新零售商务中心稳步推进，品牌美誉度快速提升，实现了从传统制造向品牌化经营转型，实现企业可持续发展。

