



走进“江苏京沪”

道明兴成业胜 江苏南京

在千里京沪线上，江苏沂淮江高速公路舒适平坦的道路和四季有绿、三季有花的绿化带令人心旷神怡；收费站收费人员人性化的“一车一礼，站立文明服务”使人倍感温馨和畅快；



服务区彰显地方文化的景观小品与道路交相辉映，超市里近千种“京沪”品牌的名优特产琳琅满目。深秋时节，我们慕名走进了“江苏京沪”。

争先，国内第一条高速公路省级“文明样板路”

2000年12月15日，国道主干线京沪高速公路全线通车，承担江苏沂淮江段运营管理任务的江苏京沪高速公路有限公司也应运而生。作为大型国有高速公路运营企业，从建设者手中接过这条路的时候，从公司老总到普通员工，无不感到沉甸甸的责任。

富有开拓精神的公司领导班子明确要求员工“有第一必争，有红旗必夺”，提出以“一流道路、一流设施、一流管理、一流服务、一流效益、一流形象”为内容的工作标准。

为了进一步做好创建“文明样板路”的基础工作，江苏京沪公司与省交通经济研究会一起将沂淮江高速公路“文明样板路”的创建工作列为重要课题进行研究，写出了5万多字的《京沪高速公路文明畅通大通道建设研究》。在这里，“六个一流”的标准被细化成了“十路”——平安路、畅通路、文明路、文化路、信息路、景观路、生态路、经济路、旅游路和法制路。“文明样板路”的内涵和外延得到了进一步的细化、丰富和扩展。

据统计，沂淮江段的超限车辆约占车总量的70%以上，加上高温和雨水的侵害，路面养护压力巨大，针对这种情况，京沪公司坚持“常修常新，保证道路品质一流”的养护理念，按照创建“文明样板路”GBM工程（公路标准化美化工程）的要求，在道路的病害治理、路面维修等方面实行长效管理。“病害”就是命令，京沪公司的员工们不分阴晴雨雪，不分白

天夜晚，保证路面坑塘在24小时之内处理完毕。自沂淮江高速公路开通以来，公司日常机械化养护处理路面坑塘、唧浆等路面病害7000余处，计9500多平方米，修复防撞护栏5550多片，从而使沂淮江高速公路始终处于良好的安全畅通状态。

在道路养护上，江苏京沪公司给自己立了这样一个标准：“路面平整无坑塘，排水畅通无积水，设施完好无损坏，结构牢固无隐患，路面整洁无杂物，绿化美观无枯死。”如今已形成京沪养护模式，目标是做到“三无”，即无大修、无封闭养护、无24小时坑塘。

江苏京沪公司对沿途绿化的总体规划是“三季有花，四季常青”。通过近2年时间的养护、补植，沿线绿化已经构成一道美丽的风景。全线分设3个养护中心，都有绿化养护组，专门负责中央分隔带和道路两侧隔离栅以内的绿化管理。对于中央分隔带的绿化，他们采用了上、中、下三层，立体覆盖的布局。无论春夏秋冬，沂淮江高速公路的绿化带总是给人一种舒适、协调和赏心悦目的感觉。

2002年11月8日，京沪高速公路江苏沂淮江段通过江苏省交通系统文明创建领导小组验收，正式成为我国第一条高速公路省级“文明样板路”。

创新，首家由“管理”向“经营”跨越的高速公路企业

一般说来，高速公路企业只要服务收费、养好道路就可以有很好的收益，但京沪公司不这么认为。总经理王文锦说：“高速公路运营企业必须冲破建设高速公路和管理高速公路的传统观念，把立足点转变到经营高速公路上来。要充分利用和开发高速公路的多种功能，以路为依托，外向拓展，服务社会，不断做大做强高速公路品牌，只有这样，才能在市场经济的竞争大潮中立于不败之地。”

在拥有优良的、大规模的资产条件下，如何把资产利用起来？京沪公司实施“以路为本”战略，优先选择在高速公路领域进行投资。2001年，江苏京沪公司就独家投资全长35公里14.8亿元建设扬州西北绕城高速公路。这

段高速公路,是京沪高速公路与润扬大桥的连接线,是江苏省境内第四条过江通道,是沟通苏中、苏南的重要接口,将与润扬大桥一起于2004年建成通车。京沪公司此举创立了高速公路投融资体制和资产扩张的新模式。2002年投入建设的319公里的连(连云港)盐(盐城)通(南通)高速公路是与京沪公司所经营的沂淮江高速公路相平行的我国东部沿海地区的又一条黄金大通道。江苏京沪公司积极主动与有关方面协调,参与这一项目的投资,出资29.43亿元,出资比例45%。至此,京沪公司相对控股经营的高速公路总里程突破600公里,公司可控资产总规模从运营之初的75亿元迅速上升到230多亿元,既没有增加国家投资,又极少影响股东分红,实现了企业跨越式、超常规发展。

实施多元化经营,是京沪公司发展的又一法宝。2001年京沪高速公路全线通车不久,京沪公司人就瞄准连接3省3市(江苏、山东、河北、北京、天津、上海)这个“京沪”共有路名。他们通过深入的市场调查和科学分析后,决定用路名来打造企业品牌,用江苏名优特产注册了10多类43种“京沪”品牌的商品,既抢占了注册品牌的先机,又开创了全国首家用路名打造品牌的先河。

2002年9月,“江苏京沪美食节”在6个服务区全面推开,各种条幅、宣传牌等标志将服务区装扮得分外亮丽。时值中秋节、国庆黄金周,服务区内车流如潮,南北旅客蜂拥而至。半个月的时间里,“江苏京沪”获得了可观效益,更把名声带到了大江南北。

品牌意识是江苏京沪人经营意识的重要体现。继京沪品牌注册之后,公司采取定牌生产的方式,先后与连云港汤沟厂、南通大富豪啤酒厂等企业联合生产开发了“京沪白酒”、“京沪啤酒”、“京沪干红”与苏北沿线企业联合开发了“京沪矿泉水”、“京沪大米”、“京沪月饼”和“京沪龙虾”等名优特产品。2003年1至9月份,该公司仅服务区就实现销售额5495万元,实现利税1621万元。

京沪高速沂淮江段“道口经济”也初现端倪。2002年4、5月由京沪公司在高邮龙奔服务区主办的“江苏特产节”及“高速公路与沿线区域经济整合互动发展论坛”,吸引了众多江苏特产商品的生产商和经营商,为发展“道口经济”作了有益的尝试。会上,王文锦总经理提出构筑沂淮江高速公路“经济带”的观点,实施“以路为本,关联发展,资本运作,外向拓展,服务社会”的发展主体战略。目前,全线服务区经营已实现“超市+连锁+配送”的经营模式。

淮安市积极利用快捷的交通,成功举办了淮扬美食节,展示地方特色,诚招各方投资。据统计,京沪高速通车后,2001年扬州、淮安、宿迁和徐州四市GDP(国民生产总值)分别比上年增长8.5%、10.9%、11%和11%。沂淮江高速公路对沿线经济的辐射和拉动表现出后劲十足。沿线

4市8县(市),甚至乡镇领导、企业负责人主动与京沪高速“攀亲”,积极向高速大动脉靠拢,借助交通优势投资兴业。

求索,率先创立员工教育自助式模式

在江苏京沪创建“文明样板路”的背后,在创造18项成果全国领先的荣誉背后,有一个“以人为本,追求卓越”的精神品质在驱动、在闪烁。

公司认为,人是企业的主体,培养和造就一支高素质的员工队伍是企业不断提升的源动力。为此,江苏京沪公司确立了“以人为本”的工作指导思想,在职工的思想政治工作中摸索出了一种自我学习、自我教育、自我检测、自我提升的“自助餐”式学习模式,针对所属单位多、职工分散的特点制定了职工素质自修自检表、职工道德修养对照自检自测表(内容各20条),并打印成册发到每一位员工手中,让员工每天对照检查一次。公司不定期检查职工的自学情况,采用试卷式或现场提问式进行测试,测试得分和职工奖金挂钩。实践证明,该公司创造的“自助餐”教育形式变繁为简,容易操作,克服了职工分散作业和工作地点多、线长面广的限制,随时随地可以进行对照检测,这种群众性的自我教育形式,建立在自觉自愿的基础上,易被群众接受,最重要的是使受教育者由被动客体变成行为主体;自检内容的对照检测记录,反映的是受教育者的真实意愿,接受还是排斥,赞同还是反对,均由受教育者实事求是地表达,教育效果具有渐进性。2002年底,江苏省政治思想工作研究会充分肯定自助式教育模式,授予江苏京沪公司“江苏省优秀思想政治工作企业”。

2003年3月,中国交通职工思想政治工作研究会分会秘书长会议在该公司召开,会议认为,自助式教育是企业实现自我提升的新思路、新举措,是新形势下交通职工思想教育的好模式。



去年以来,京沪公司先后有900多人被部、省、市各级授予各类荣誉称号,有近200名优秀员工走上管理岗位。公司被国家交通部和人事部授予“先进集体”,被中华全国总工会和安全生产监督管理局授予“安康杯”先进集体,被省评为优秀思想政治工作企业、技术创新示范企业,获文明服务质量奖,全线28个基层单位全部被省交通厅命名为文明单位,其中多个站区荣获全国“青年文明号”、“巾帼文明示范岗”、“模范职工小家”等称号,有力地增强了公司的凝聚力,促进了企业的发展。