

2008 科学发展与工程实践 论文集

● 宋民新 主编

陕西科学技术出版社

2008

科学发展与工程实践论文集

主编 宋民新

陕西科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

2008 科学发展与工程实践论文集/宋民新主编. —西安:
陕西科学技术出版社, 2008. 8

ISBN 978 - 7 - 5369 - 4529 - 6

I. 2… II. 宋… III. ①社会科学—文集②自然科学—
文集 IV. Z427

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 116091 号

出 版 者 陕西科学技术出版社
西安北大街 131 号 邮编 710003
电话(029)87211894 传真(029)87218236
<http://www.snstp.com>

发 行 者 陕西科学技术出版社
电话(029)87212206 87260001

印 刷 长安大学雁塔印刷厂

规 格 787mm × 1092mm 16 开本

印 张 22

字 数 500 千字

版 次 2008 年 8 月第 1 版
2008 年 8 月第 1 次印刷

定 价 30.00 元

版权所有 翻印必究

2008

科学发展与工程实践论文集

编 委 会

主 任 宋民新

副主任 王和平

编 委 张成川 马 泽 史志谨

屈马龙 王明礼 刘兴钊

郁 丰 王 萍 姜玉琴

目 录

企业文化

企业文化创新是利君发展的源泉	吴 秦(1)
浅谈企业文化重塑的重大意义	张培林(6)
企业文化对构建和谐企业至关重要	宋民新(15)
“质量文化”之浅见	练鹏飞(17)
浅谈企业文化在营造企业核心竞争力中的作用和途径	顾耀明(21)
企业重组中的文化融合及其对策	殷秀峰(25)
长庆建设工程总公司企业文化建设的几点思考	刘 琳(33)
论加强企业文化建设对构建和谐企业的作用	高 鸣(37)

经营与管理

浅谈企业经营管理	赵德厚(42)
低成本战略在施工企业中的运用	田厚斌(47)
浅谈离退休职工人性化管理的几个问题	罗晓莉(52)

医药与食品

从市场营销角度看技术转移中的医药信息发布	张 辉(56)
药厂用锅炉的节能技术探讨	王友民(60)
采购在控制餐饮成本中的重要作用	王建国(62)

机械、化工与电子

变速旋耕机的设计改进	史可器(65)
浅议轮式装甲车的内饰	杨宝芳(69)
变压器油中气体在线监测装置的应用技术	杨青柏(71)
硫化橡胶粉在工业胶板中的应用	王有生(74)
浅谈气候对橡胶加工的影响	王有生(82)
防弹钢板热处理工艺质量点滴谈	蔡永录(86)

钢结构厂房电气设备安装技术探讨	陆季侃(88)
消防用电设备配电线路的设计	江 斌(90)
小型教育网站的设计及探讨	王 伟(93)

建材、装饰

水泥助磨剂的科学选择与使用	尤正荣(99)
浅谈水泥工业中通风除尘的工艺设计	王柏胜(102)
建筑装饰工程项目的技术管理	王智勇(105)
粉煤灰在建筑节能中的应用	杨彦文(109)
弹性橡胶地板的应用	王有生(113)
聚丙烯纤维网在混凝土中的应用	王军海(118)

建筑施工

混凝土地面裂缝的分析和弥补技术	白庚寅(121)
圆形超深基坑的施工技术	杨玉荣(124)
浅谈项目实施阶段控制工程造价的技术措施	慕长青(127)
防水卷材空铺法的施工技术	王经武(130)
钢筋混凝土劲性搅拌桩的施工技术	杨启信(133)
防治收缩裂缝的探索	高菊香(136)
旧厂房改建中的临时加固方案	王发岳(139)
公路工程土包砂路基的施工	宫国岭(143)
无缝施工技术应用的探索	李 波(146)
将安全监理做到位,但不越位	冯 静(150)
报价技巧在投标决策中的应用	李 波(153)
浅谈行道树对西安市生态环境的影响	鲁秀丽(156)
旧楼房的加固与改造施工	李 波(161)
施工中工程坍塌现场清理拆除技术	杨彦文(164)
现浇楼板裂缝的弥补及控制技术	杨彦文(167)
住宅外墙防治渗漏措施探讨	千清晖(171)
工程预决算中对建筑材料的成本控制	晏 静(174)
混凝土裂缝碳化处理和翻新技术	刘英植(177)
现浇混凝土楼板体系的应用	赵卫东(181)
清水饰面混凝土建筑明缝设计与施工	耿小锋(184)
浅析墙体裂缝产生的原因及预防	周 芬(186)

门式高支架系统施工技术	魏会琪(189)
建筑外墙粘贴面砖的施工技术	张西安(192)
外墙外保温系统饰面砖的施工技术	寇保卫(195)
无粘结预应力楼盖开洞改造	曾成皋(200)
收缩和温度裂缝产生的原因及防治措施	王 灏(204)
钢管柱柱芯混凝土顶升施工技术	袁贵生(207)
附着升降脚手架在建筑施工中的应用	苏永庆(210)
住宅管道井漏水防治方法	何 牧(216)
控制钻孔灌注桩施工质量的几点体会	张 辉(220)
软土中打桩施工技术探讨	袁贵生(223)
拆模对混凝土楼板裂缝的影响	刘义元(226)
公路隧道渗漏水的治理	苏永庆(229)
控制混凝土收缩裂缝的技术方法	苏永庆(232)
外墙聚氨酯防水保温系统的应用和研究	徐建峰(235)
预拌泵送混凝土施工中裂缝控制措施	陈振华(239)
室内装饰材料的隔声性能及应用	何 牧(243)
钻孔压浆成桩法的应用与改进建议	张 辉(246)
工程项目的成本控制要素	袁贵生(251)
建筑节能中的门窗施工技术	熊 慧(255)
自密实混凝土的配制技术	耿加有(259)
镜面混凝土结构施工方法	高益民(262)
建筑节能的施工质量问题与防治	刘亚萍(265)
聚合物水泥砂浆的施工技术	袁晓军(268)
现浇无梁空心楼板的施工技术	邵张华(271)
现浇混凝土空芯楼盖施工方法	王瑞超(274)
外墙保温技术在住宅改造中的应用	周大庆(277)
结构取消伸缩缝的技术探讨	宁立发(280)
后浇带对结构的影响及其施工措施	何 牧(283)
土层锚杆技术在基坑支护中的应用	张 辉(287)
竹大模板在工程中的应用技术	时晓东(291)
混凝土裂缝原因分析	杨银安(295)
智能建筑工程监理过程中的几个问题及处理方法	郭 镐(299)
灰色系统预测在工程造价中的应用	魏小文(302)
关于建筑工程质量控制的思考	许 钺(306)

某地下室混凝土质量事故分析与加固处理	李时海(310)
基于模糊逻辑故障树法的项目风险分析	魏小文(313)
论建立建筑企业有效激励机制	王少杰(317)
对我国发展城市步行街的思考	徐海鹏(321)
论预应力结构的抗震性	王少杰(324)
砌体结构常见裂缝分析与处理	魏小文(328)
森林生物量及碳储量估算方法综述	刘 辉(333)
浅谈如何控制高层建筑超长地下室外墙裂缝	王少杰(339)
城市供水管网中阀门常见故障分析及对策	程云超(343)

【企业文化】

企业文化创新是利君发展的源泉

吴 秦*

每一个企业，都有其特具的文化。伴随着企业的创立、延续、发展，她的企业文化也在积淀、丰富和创新。企业文化体现着一个企业的内在灵魂，体现着企业的精神风貌，体现着团队的综合素质，既体现着办企宗旨和产品品位，也孕育着企业的发展后劲。

随着时代的发展、社会的进步、文明的提高，企业文化的与时俱进也必然打下时代的、进步的、文明的烙印。这是企业文化创新在有形和无形之中进化的过程。

一个出色的企业，必然重视对自己企业文化的培育、建设和创新。因为只有企业文化的建设和创新，增强了企业的软实力，才能提高企业的核心竞争力，才能蓬勃企业的生命力，才能扩张企业的美誉影响力，才能凝聚企业对全员的向心力。

利君制药有限责任公司如今在全国医药界声名远扬。她的前身——八路军卫生材料厂是我党我军 1938 年在延安首创的第一个制药企业。毛泽东同志在该厂创业初期亲笔为其题词：“制药疗伤，不怕封锁，是战胜敌人的条件之一。”宋庆龄捐资五千大洋为其购置设备。该厂的创建，是人民战争的需要，是军民健康的需要，是自力更生、丰衣足食的需要。在这个特定时期和特定环境下，该企业从建厂之时，便具有红军文化、长征文化、圣地文化的综合特点。这种企业文化，是这个企业独有的、巨大的精神财富。为人民服务的根本宗旨、艰苦奋斗的延安精神、实事求是的工作理念和理论联系实际的良好作风，成为这个企业上下一以贯之的指导思想和行动指南。而正是在这种企业文化的动力作用下，这个企业在抗日战争、解放战争、抗美援朝和社会主义建设中为中国革命和社会发展做出了卓越贡献。

改革开放使企业焕发了勃勃生机。1998 年在该企业成立 60 周年暨利君集团创建之时，江泽民总书记为该企业亲笔题词：“发扬延安精神，振兴民族药业。”应该称道的是：在中国革命史中，我党我军的两代领袖在不同的历史时期为同一个企业亲笔题词，利君制药独享殊荣。

“发扬延安精神，振兴民族药业”是党中央对新时期全国制药企业的殷切厚望，是包括利君制药在内的全国药企的努力方向。这篇题词也为利君制药公司企业文化的丰富

* 【作者简介】吴 秦，西安利君集团董事长、全国人大代表、全国劳动模范，享受国务院特殊津贴专家。

注入了崇高的使命和时代的新蕴。利君制药的企业文化创新也正是沿着这个正确方向,伴随着机制创新、管理创新、营销创新、产品创新、科技创新,使利君走上了跨越式发展的快车道。

一、企业文化创新为利君注入蓬勃的生命力

利君制药生产的“利君沙”是家喻户晓、红遍大江南北的中国驰名商标和中国十大公众喜爱商标。何谓“利君”?利君就是利你、利他、利大家,有利于全国广大民众,利君就是为人民服务,是我党我军为人民服务根本宗旨的凝炼体现。她既是利君企业之魂、全员之魂,也是利君企业文化的灵魂。

有了“利君”二字作灵魂,利君企业在文化创新方面,确立了“利君利民为先,人类健康至上”的企业理念;确立了“团结、拼搏、创造、一流”的企业精神;确立了“利君药,卓越品质,孜孜追求”的产品质量观。“利君沙”只所以能被全国民众所青睐,能被全国城乡药店店员所首推,单品年销量突破五亿和六亿,一方面说明广大民众对产品质量、疗效和价格的普遍认同,更重要的是对“利君”二字带给人们的这种企业文化及人文关怀的接受和习惯。

业内人士均认为,一个产品能够单品销售过亿,必须具备10项条件:一是有普遍的需求;二是有确切的质量;三是有合理的价位;四是有广泛的布局;五是有顺畅的销路;六是有过硬的团队;七是有良好的激励;八是有强劲的广告;九是有诱人的促销;十是有精明的调控。而利君沙能在近10年中一直保持年销量5个亿左右,在中国国内尚属奇迹。这其中,利君文化创新对延长利君沙的生命周期,给该产品注入蓬勃的活力起到很大作用。利君人认真总结了这种国内独一无二的“利君沙”现象,认为该产品能够如此长盛不衰,是利君人发扬了六种精神。即:敢为人先的创新精神,实事求是的科学精神,艰苦奋斗的延安精神,知难而进的拼搏精神,同舟共济的团队精神,一丝不苟的敬业精神。

国家对处方药的广告发布限制以后,利君制药一直坚持在中央电视台、凤凰卫视等主流媒体主打“利君药”形象广告。“利君药”从字面上有两种理解:其一是利君制药有限责任公司生产的各种类型公民常用药,这既是对利君企业的宣传,也是对利君产品总体的宣传;其二是利君企业生产的各种类型有利于广大民众健康的常用药,简明的三个字,体现着“为人民服务”的亲切内涵,传递着利君企业、利君产品利你利他利大众的文化信息。

利君的丰富内涵不仅在制药领域以“利君”为崇高使命,打开了一片改革创新的好局面,使企业连年产值、利税、利润分别保持在10多亿、2亿和1亿元以上,成为陕西的利税大户,其广泛影响也带动了利君地产:“利君明天”一期和二期被争先抢购,“利君V时代”引起商家极大兴趣,足以证明广大业主对“利君造房、同样出色”的普遍信赖。

利君正是以自己利国、利民、利社会、利大众的价值取向,使企业在以药为主、多元发展的快车道上充满了蓬勃旺盛的生命活力。

二、企业文化创新助利君增强核心竞争力

一个企业要在激烈竞争的商品社会立于不败之地，产品是基础，营销是关键，管理是保证，科技是动力，机制是根本，文化是源泉。我信奉一句名言：“业在人创，路在人走，事在人为”。因为客观世界的改造和发展，必须依靠人的主观世界的努力才能实现。只要有一支有理想、有道德、有文化、有纪律的团队，不断地在增强自身企业的核心竞争力方面，潜心研究，有所部署，有所作为，有所成效，企业才能战胜来自各种市场压力的严峻挑战。

战争年代，利君制药的老前辈们受战乱和经济条件等多种限制，职工文化底子薄，产品技术含量低。70 年后的今天，利君制药将士不再是当年的“土八路”，产品的高科技含量也在方方面面得以充分体现，这是企业文化创新带来的本质变化。

过去，该企业的大学生屈指可数。今天，利君企业的大学生已超过全员三分之一，每年还要增招数十名大学以上学历学生吐故纳新，改进队伍知识结构。该企业为了重视人才，留住人才，成就人才，于 2002 年成立了利君集团大学生协会，开全国企办大协之先河，并成立了利君制药博士后工作站和科技创新办。多年来在新产品、新技术、新工艺的研发方面夯实了基础，开拓了领域，卓有建树。过去的八路军卫生材料厂只限于生产救死扶伤的汀、丸、膏、散。而今天的利君，已拥有国家批准的 300 多个药品文号，既有处方药和 OTC，也有中药和保健品，既有原料药，更有多种制剂。制剂涵盖片剂、胶囊剂、颗粒剂、水针剂、粉针剂……原料药和制剂均通过了国家 GMP 认证和美国 FDA 验收，企业被认定为国家技术中心，产品销往美国等世界各地。

利君制药是中国化学制药企业十佳荣誉多次获得者。她是中国红霉素最大的生产企业，曾经兼并了当时中国红霉素第二大企业——江苏省镇江制药，在全国红霉素领域具有技术及规模垄断和效益领先地位，产品覆盖全国 95% 以上市场，中国药典中关于红霉素的技术规范要求，很多内容都是利君制药几十年科学研究和生产实践的心血结晶。

如今的利君，经营实现了电子化、办公无纸化、数据网络化、企业信息化，并在不断改进完善。生产系统采用计算机控制已很普遍。仓储已建成现代化的物流中心。企业设立培训中心和教育公司，对全员坚持在职业技能方面的全方位培训，创建学习型组织、争做知识型员工已蔚然成风。

总结与利君企业文化有密切关联的核心竞争力，有科技人才、先进技术、品牌效应和代理网络等诸多方面，在产品质量方面体现得更加突出。

药品是关系广大人民群众健康及安全的特殊商品，药品质量是关系到每位用药患者人身安全的头等大事，是每个制药企业的生命线。利君制药的利君沙等产品之所以连续 18 年国家市场抽检合格率为 100%，正是因为利君人把最优质的药品奉献社会，把播洒爱心作为自己神圣的责任。正是这种使命、这种责任、这种宗旨、这种文化的熏陶、积累、凝聚和强大作用，利君企业才会提炼出“利民为先”的企业理念、“卓越品质，孜孜追求”的质量观、“宁可丢效益，也要保质量”的职业操守。在严把药品质量关方面，利君企业有一套严于国家药典、国际药典的企业内控标准；有一片完全符合 FDA、GMP 规范的药品生产环境；有一支以高学历专业人才为主流的质量监检队伍；有一个

从下到上、纵横制约的质量管理网络；有一系列强化质量管理的规章制度和考核条件……这一切，都为确保药品质量，维护名牌声誉，无愧于民众信赖，对社会高度负责，提供了强有力的保证。这一切，是利君文化的现实散发，是知识经济的集中体现。

三、企业文化创新使利君扩张了美誉影响力

10 多年前，“利君”在社会上并非广为人知，而 10 多年后，“利君”在全国已家喻户晓。这种声名远扬，也是一种文化信息长时间传播、渗透、普及的效果，利君人为此付出了 10 多年的辛勤努力。10 多年中，药品确切的疗效惠泽亿万民众，广告拉动覆盖了全国每一个角落，代理经销使利君药在全国物流顺畅，产品推广辐射到每一家医院、药店，公益资助确立了社会公论，新闻宣传让美誉锦上添花，强化销售让利君在全国扎牢根基。

“利君”意味着什么？意味着服务，意味着奉献。98 抗洪中，利君为长江中游军民捐赠 400 万元；非典横行时，利君邀东方歌舞团等艺术团体慰问京、沪、穗、川、陕白衣天使；捐资助学中，佛坪、高陵的利君小学拔地而起；体育事业上，足球、排球、台球、高尔夫、跳水诸多项目利君都慷慨捐资；面对看病难的社会问题，利君投资百万援建乡镇卫生院；联县扶贫中，利君赴老区植树造林、帮困到户；人民大会堂的装修、延安干部学院的基建、西北二合成的复产、黄帝陵的修缮工程都有利君的无私资助，安康水灾、渭河水灾中，利君都伸出声援的有力臂膀……。这些数千万元的投入，既践行了利君企业的办企宗旨，也体现了献身公益的社会责任，既展示了利君乐善好施的仁爱之心，更让全国民众对利君企业、利君产品、利君企业家、利君美誉度打下良好的形象烙印。

作为利君企业文化的一部分，利君人每日升利君旗，做利君操，播利君歌……，著名音乐家赵季平先生出于对名牌企业的厚爱，创作了《利君之歌》和《可爱的利君我的家》。著名女高音歌唱家万山红饱含激情和热泪首唱。中央乐团乐队和合唱队为利君歌曲演唱和录音。利君艺术团在陕西省歌舞剧院的指导下排练了系列精彩节目，贴近生活，贴近实际，贴近员工。其中以上两首歌曲在全国荣获两项金奖、两项银奖。《利君之歌》、《可爱的利君我的家》、《利君八大员》、《利君的春天》等舞蹈和配乐诗朗诵节目分别在北京、成都、西安等地参加了专场演出，深受广大好评。通过文化传播的方式宣传了利君，扩大了美誉，在受众的娱乐欣赏之中为利君矗起了丰碑。

繁荣利君文化、活跃员工生活是利君企业的又一特点。在企业连年发展的基础上，利君制药为员工修建了利君花园、利君南苑等新式居所，修建了利君体育馆和多功能大厅等文体场馆，修建了一流的洗浴中心和利君饭店。员工们阅读有图书馆，锻炼有健身房，厂情教育有展览室，各种培训有电教室，体检医疗有利君医院，健康疗养有工会组织，文化活动常年坚持开展，利君电视台节目定时播报，“利君报”、“利君营销”、“利君新声”等报刊图文并茂。利君合唱队、利君艺术团、老年秧歌队、大协足球队活动丰富多彩。这一幅幅温馨舒畅的和谐景象，构成了利君浓郁的文化氛围，这也是企业坚持多年开展“利君企业我的家”活动的生动体现。

利君企业在经济持续发展的同时，精神文明建设也在齐头并进。多年来企业高度重

视对全员的爱国主义、集体主义、社会主义教育，大力倡导职业道德、社会公德、家庭美德和个人品德建设，以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以优秀的作品鼓舞人，以榜样的力量激励人。以“利君企业我的家”活动为载体，积极推进文明单位的创建工作，分别荣获区级、市级、省级文明单位称号，并荣获全国五一劳动奖状和全国思想政治工作先进单位荣誉。

党的十七大对社会主义文化大发展、大繁荣非常重视，胡锦涛总书记在报告中强调：要建设社会主义核心价值体系，增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力；要建设和谐文化，培育文明风尚；要弘扬中华文化，建设中华民族共有的精神家园；要推进文化创新，增强文化发展活力。党中央的战略部署，也为利君在企业文化创新方面指明了前进方向，指引了奋斗目标。

2008年10月，将是利君企业70年厂庆。认真总结企业的发展经验，回顾利君发展以及文化创新的历史沿革，对于促进企业落实科学发展观，走新型工业化道路，很有必要。因为要让一个70岁的老企业焕发青春，蓬勃生机，既要有雄厚的企业文化做基垫，更要让这种企业文化与时俱进。

在中国市场经济快速发展的当今，企业文化日益成为企业凝聚力、向心力、竞争力、软实力、创造力和不竭动力的重要源泉。丰富和繁荣企业文化，应以“三个代表”理论中的先进文化为思想基础和行动指南，以促进企业持续和谐发展为目的，以满足全员健康向上的多彩文化生活为着眼点，对内鼓舞士气，振奋精神，提高素质；对外激扬形象，拓张美誉，优化生存和发展空间。我们展望未来，衷心希望：

利君文化开辟新天地，
知识经济创出大乾坤。

浅谈企业文化重塑的重大意义

张培林*

企业文化是通过把文化和价值观作为企业管理的核心要素加以研究而产生的。它在企业发展过程中起着主导地位。它不仅能从外层展示企业形象,还能够从企业外层渗入其内部,使企业明确航向、不断创新,进而激发企业和员工的活力,使其功效与潜能在工作中得到充分的释放与发挥。这种“柔性”的管理——即企业文化,是企业生存、发展的推进剂,是企业在竞争中获得成功的秘诀,是企业经济振兴的强大动力。

下面就重塑企业文化的问题谈点粗浅的看法,与大家共同探讨。

一、什么是企业文化

人是先有想法的,有了想法就会造成一种触动,有了触动以后变成一种行为,行为久了就变成了一种习惯。文化是很多很多年的习惯。许许多多的历史才能培养一点点传统,许许多多的传统才可以培养一点点文化。企业文化是从事经济活动组织的内部文化,它所包含的价值观念、行为准则、意识形态和物质形态均为该组织成员所认可。是企业物质文化、行为文化、精神文化以及制度文化的总和。

物质文化是由企业员工创造的产品和各种物质设施等构成的文化,是一种以物质形态为主要研究对象的表层企业文化。主要是指企业生产的产品和提供的服务,是企业文化最直观的表现。企业的物质文化还体现在企业环境设施上。企业容貌是企业文化的表面特征和企业标志,它反映的是企业的经营性质和文化风格。工作环境的优劣,直接影响员工的工作效率和情绪,优化企业的工作环境,为员工提供良好的劳动氛围,是企业重视人的需要,激励人的工作积极性的重要手段。改善生活娱乐条件,能使员工保持心情舒畅,增强对企业的认同感和归属感,有利于提高企业的向心力、吸引力和凝聚力。

行为文化是指企业员工在生产经营、学习娱乐中产生的活动文化。它包括企业经营、教育宣传、人际关系活动、文娱体育活动中产生的文化。它是企业经营作风、精神面貌、人际关系的生动体现,也是企业精神、企业价值观的折射。行为文化通过行为准则来体现。就是说,是通过企业文化的长期影响和熏陶,再加上领导的有意倡导和长期培育形成的一种行为习惯,虽然不是硬性规定,但却对员工的行为有一定约束力。这种准则,通过观念的作用,引导员工自觉地意识到哪些行为是好的,哪些行为是不好的;哪些是对的,哪些是错的。从而自觉地对自己的行为加以制约、调整和指正,使自己的

* 【作者简介】张培林,陕西省第一建筑工程公司总经理。

行为与企业行为文化相符合。模范人物在行为文化中的示范效应是企业行为文化的核心。模范是企业行为规范在杰出模范人物身上的文化再现，使行为规范成为企业员工看得见、摸得着的实实在在的东西。模范人物的一言一行、一举一动都体现出企业的追求和价值观，对员工是一种无声的示范和引导。

制度文化是企业为实现自身目标对员工的行为给予一定限制的文化，它具有共性和强有力的行为规范的要求。企业制度文化作为企业文化中人与物、人与企业运营制度的中介和结合，是一种约束企业和员工行为的规范性文化，它使企业在复杂多变、竞争激烈的经济环境中处于良好的状态，从而保证企业目标的实现。企业制度文化主要包括领导体制、企业组织机构和企业管理制度三个方面。企业领导体制是企业领导方式、领导结构、领导制度的总称，其中主要是领导制度。企业的领导制度，受生产力和文化的制约，随着生产力水平的提高和文化的进步，必然要求有与之相适应的领导体制。企业领导体制是企业制度的核心内容，优秀的企业在发展的同时，应当建立统一、协调、通畅的企业领导体制。组织机构是企业有效实现目标而建立的，是企业内部各组成部分及其关系的有机体。内部的管理制度、管理方法和管理政策构成的管理氛围是企业制度文化的一个重要方面。它们常常被明确地表示或明文规定。这些制度、方法和政策体现了企业关注的事和最感兴趣的事。

精神文化是企业生产经营过程中，受一定的社会文化背景、意识形态影响而长期形成的一种精神成果和文化观念。是企业物质文化、行为文化的升华，是更深层次的文化现象，在整个企业文化系统中，它处于核心的地位，是企业的上层建筑。它包括企业价值观、企业精神、经营哲学、企业伦理等内容。企业价值观是领导者和全体员工对企业生产行为是否有价值以及价值大小的总的看法和根本观点。企业精神是一个企业基于自身特定的性质、任务、宗旨、时代要求和发展方向，为谋求发展而在长期生产经营实践的基础上精心培育而成的，并为整个员工群体认同的心理定势、价值取向和主导意识。它是企业员工群体健康人格、向上心态的外表化；是员工群体对企业的信任感、自豪感和荣誉感的集中表现形态。企业哲学是从企业实践中抽象出来，关于企业一切活动本质和规律的学说，是企业经营管理经验和理论的高度总结和概括，是企业家的企业经营的哲学思考。企业哲学必须要回答的基本问题是“企业与社会的关系”、“企业与人（员工和服务的大众）的关系”。企业伦理是企业全体员工认同并在实际处理各种关系中体现出来的善恶标准、道德原则和行为规范。企业伦理有两个层次：第一个层次是员工个人道德，其道德主体是单个的员工；第二个层次是企业道德，又称法人道德，其道德主体是整个企业或法人。二者相互联系，相互促进，企业道德处于主导地位，是企业伦理建设的重点。

企业文化与思想政治工作既有联系又有区别。它们同属于社会大文化的范畴，是企业的软管理。可就其功能和运作方式来说，思想政治工作主要侧重于“政治导向”，在企业中以做好员工的思想政治工作为主要内容，通过解决员工的价值观、人生观、道德观、理念和信念等问题，来保证党的路线、方针、政策在企业的落实。它主要靠理论灌输、思想教育来提高人们的思想觉悟。而企业文化主要侧重于企业的管理方面，不仅包括思想道德方面的价值观，还包括生产经营方面的价值观，同时也包括企业的制度文

化、物质文化等内容。企业文化更多地注重企业的特色和个性,展示企业的风貌,以文化为载体,培养员工对企业的认同感、归属感以及共同的价值取向。在传统管理的态势下,往往把企业文化习惯地作为思想政治工作来抓,过分地强调对企业的政治领导,以政治教育代替企业文化建设,使企业管理简单、僵硬,缺少情感色彩。这样,既弱化了思想政治工作的力度,又使企业文化在管理工作中的应有作用没有得到应有发挥。

二、为什么要重塑企业文化

我们陕建一公司是伴随着共和国的诞生和百废待兴的建设需要而成立的,50多年来,经历了几代人的艰辛奋斗,积淀了丰厚的企业文化,和所有的国有企业一样,形成的不为名、不为利、不怕苦、不怕死,埋头苦干,乐于奉献的企业价值观,推动了公司的发展和壮大。如今,面对国际国内日趋激烈的市场竞争,公司提出了“创国内一流、国际知名品牌”、实现“加快发展、做强做大、兴司富民”的奋斗目标,确保在三年内达到陕西前3强,五年内产值突破15亿。要实现这一目标,规避市场经济的负面效应,必须要有先进的企业文化作保证。然而,公司原有的行为习惯与现代企业的要求相差太远,需要更新观念。目前,公司正处在历史发展的关键时期,发展的道路上既面临着机遇,也充满挑战。国际和国内建筑业的强强联合增加了新的竞争压力,加入WTO后,非关税贸易保护条款将逐步取消,国际承包商的进入,必将导致中国建筑市场竞争日趋激烈,需要建立先进的文化,使企业在竞争中立于不败。

在公司的成长和发展过程中,一些深层次问题逐步暴露出来,体制和机制上存在的弊端长期困扰企业的快速发展,在一时难以解决的情况下,公司需要苦练内功,积极配合政府进行产权制度改革,运用企业文化去推动公司的成长。努力解决以下问题:

一是公司在50多年的历程中有相当长的一段时间以勤俭节约、吃苦耐劳、爱岗敬业为荣。员工凭的是一种责任和思想政治工作的保证来实现公司的目标。而现在,员工的责任感相当淡漠,思想政治工作也显得苍白无力,人们却似乎较以前更多了一些追逐名利的思想,更现实、更注重眼前的既得利益。

二是公司的生产经营规模每年以40%的速度增长,但效益低下、员工的收入与同行业相比较低的问题长期得不到解决。公司的各项制度对自己有利的执行,不利的绕着走或消极对抗,一些在公司成长起来的员工,在拥有了资源和管理技术后纷纷离开。与公司同生共长的一批老员工,按理应该更有归属感,但他们因年龄和知识老化,又面临着竞争上岗、择优录用和减员增效、下岗分流的威胁。现实使他们在一定程度上成为公司发展的阻力。

三是新入职员工在经过初次企业文化培训后,对公司“优质高效、团结诚信”的企业精神普遍感触颇深,甚至为自己能有幸成为富有文化底蕴公司的一员而激动不已。然而,当他们进入实际工作岗位后,对企业文化的感受又使他们觉得与其所接受的宣导大相径庭。由此便又产生了文化上的失落感,甚至觉得上当受骗。

四是公司高层管理队伍中,有一大部分人员的管理行为仍然是简单粗放,思想观念停留在等、靠、要上,积极进取的精神不强,没有激情。由此可见,提升企业文化,更新观念已成为头等大事。

我们公司企业文化创新目标，就是要把公司办成全体员工共同参与、共同奉献、共同分享的集合体，实现员工与企业的共荣发展。以“优质高效、团结诚信”的企业精神和建立“以人为本，塑造和谐企业；以市场为先，尊客户为上帝；以创新为源，不断追求卓越”的新型价值观作为文化创新的动力，进一步构建具有建筑企业特色的企业文化，从全新的视角抓住人这个管理的核心要素，最大限度地激发人的潜力，“在人的大脑中开采出大油田”，从而可以利用企业文化去推动和保障公司的科学快速发展，为国家的经济建设和发展再立新功。

三、塑造什么样的企业文化

按照总公司党委的指导意见，从2002年开始，我们公司逐步规范和建立了企业文化体系。2004年编制了《企业文化发展纲要》、《员工手册》、《制度汇编》、《企业形象标识》。经过三年的努力，初步构建了企业文化的基本框架，2004年下半年我们加大了企业文化的宣贯力度，使其成为各级组织和员工日常学习的主要内容。2005年，结合公司实际，围绕着全面强化管理，加快资源整合，提高经济运行质量、创建和谐企业的总体思路，牢牢把握先进文化的前进方向，实现企业文化与企业战略的和谐一致，企业发展与员工发展的和谐一致，全面提升我们的核心竞争力，完善我们公司的企业文化体系。

新时期陕西一建企业文化的优化与塑造应当特别强调以科学原理为指导，把我国传统文化精髓与学习借鉴其他优秀企业文化和先进企业管理经验相结合，塑造出有利于企业实现可持续发展的新型文化，其发展方向主要体现在以下几个方面：

(1) 培育具有当代意识的企业价值观。价值观是一个企业的基本观念和信念的体系，是企业文化的精髓。企业文化的转型和重塑，归根到底是企业价值观的转型和创新。陕西一建的“优质高效、团结诚信”的企业精神，就体现了建筑企业及其员工爱国主义、集体主义和社会主义的价值观，但是，在新的条件下，建筑企业的这些传统价值观也需要赋予新的内涵，服务于企业的生产经营目标，并融会贯通到企业管理者和员工的自觉行为中去。如“优质高效”不再简单地是“多建楼，建好楼”，而是表现为在社会提供精品的同时，提高企业的综合实力，增强企业的竞争能力，在建筑市场上赢得更多利益；同样，“团结诚信”精神在今天也不再仅仅等同于“埋头苦干”的拼搏精神，而更多地应该表现在建筑企业在日趋激烈的市场竞争中勇于开拓、善于创新、追求卓越的经营理念等等。这就需要企业确立起与传统企业精神相融合的当代价值观，建立“以人为本，塑造和谐企业；以市场为先，尊客户为上帝；以创新为源，不断追求卓越”的新型价值观。借助于体制的变革和机制的转换，把原来那种政治型、依附性的企业文化转变为经营型、自主性的企业文化。新的企业价值观的确立，是企业文化从计划经济向市场经济转型最终完成的标志。

(2) 确立和贯彻以人为本的企业经营理念。以人为本是现代企业最基本的价值观，是企业文化的核心理念。对建筑企业而言，这一原则包含着极为丰富的内容：一是重视职工的个人利益和物质需要，建立以物质激励为主体、以精神激励为导向的激励机制；二是破除企业内部的等级特权、人情关系和官僚主义、平均主义。确立以能力和绩效为