

JINANSHI

济南市

企业文化建设论文集

JINANSHI QIYE WENHUA JIANSHE LUNWENJI

中共济南市委宣传部

ZHONGGONGJINANSHIWEIXUANBU

济南市职工思想政治工作研究会

JINANSHIZHIGONGSIXIANGZHENGZHIGONGZUOYANJIUHUI

济南出版社

济南市 企业文化建设论文集

中共济南市委宣传部 编
济南市职工思想政治工作研究会

济南出版社

图书在版编目(CIP)数据

济南市企业文化建设论文集/中共济南市委宣传部,
济南市职工思想政治工作研究会编. — 济南: 济南出版
社, 2002. 10

ISBN 7-80629-806-1

I. 济... II. ①中... ②济... III. 企业文化 — 研究
— 济南市 — 文集 IV. F279.275.21-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 081715 号

责任编辑 赵钟云

封面设计 于涛

出版者 济南出版社

(济南市经七路 251 号 邮编:250001)

印刷者 山东和平印刷厂印刷

发行者 济南出版社发行部(电话:0531—6922073)

版次 2002 年 10 月第 1 版

印次 2002 年 10 月第 1 次印刷

开本 850×1168 毫米 1/32

印张 10.75

字数 265 千

印数 1—5000 册

定价 25.80 元

序

当前，知识经济与世界经济一体化对企业产生的影响越来越大。有人说，文化就是明天的经济，要进一步发展生产，在激烈的市场竞争中发展壮大，就要借助于企业的文化力。纵观世界 500 强，它们令人瞩目的技术创新、体制创新和管理创新就根植于其优秀而独特的企业文化，企业文化是其出类拔萃的根本原因，是其立于不败之地的核心竞争力，其持续、快速、稳定发展都十分注重企业文化的培养。

以龙山文化为代表的泉城济南是中华文明的重要发祥地之一，具有深厚的文化底蕴。近年来，全市广大企业以邓小平理论为指导，认真贯彻落实江总书记“三个代表”重要思想，以实现“济南五年大变样”和“四个创新”为目标，与时俱进，开拓创新，在加强物质文明建设的同时，不断加大精神文明建设，尤其注重企业思想政治工作创新，企业文化建设有了较快的发展。济南供电局、山东黄台火力发电厂、济南钢铁集团、小鸭集团、力诺集团等企业，把继承发扬中华民族优秀文化精髓与企业的经营管理结合起来，借鉴国外与国内先进地区、先进企业的做法和经验，夯实基础，开拓创新，在建设各具特色的企业文化方面进行了卓有成效的尝试，已经形成了比较成熟的文化体系。山东黄台火力发电厂“以厂区文化为主体，以社区文化、家庭文化为两翼”的“三维立体”文化，被列为全国企业文化建设的五大模式之一；济南供电局“立身以德为本、治企以人为本、服务以情为本”的“三本”文化在企业界产生了广泛影响；济南钢铁集团全面系统地引进改善企业形象的经营技法，塑造与传播良好的企业形象；三

箭集团建立了面向新世纪的企业文化，实现了由传统企业文化向现代企业文化转型；民营企业新星——力诺集团着力培育“以人为本”的企业文化，充分发挥先进文化对企业的指导和促进作用；小鸭集团形成了“以顾客为中心”的企业文化。

在企业文化建设取得成绩的同时，企业文化理论研究也取得了丰硕成果，市委宣传部组织的企业文化理论研讨活动，收到全市各界撰写的企业文化论文140多篇。这些论文内容丰富，重点突出，既有理论的研究成果，又有实际的经验介绍；既有企业文化的整体概述，又有企业文化的专题研究；既有企业文化建设与生产经营关系的思考，又有企业文化建设与思想政治工作关系的分析。前段时间，全市企业文化建设专题研讨会上交流了部分单位的经验做法与研究成果，对全市企业文化建设宣传活动起到了重要的承前启后的作用。为进一步反映济南市市企业文化建设实践与理论取得的优秀成果，市委宣传部编辑出版了《济南市企业文化建设优秀论文集》一书。书中收录了优秀企业论文46篇，相信必将为全市企业文化的发展提供科学的理论指导。

随着社会主义市场经济的建立与完善，以及企业改革的不断深入和现代企业制度的建立，对企业文化建设与研究，正在提出一系列新的难点和热点问题，企业文化理论研究也需要进一步创新，需要在已有的基础上进行拓展和深化。我衷心希望全市宣传思想战线上的工作者为此继续努力工作，为全市企业文化建设多做贡献。同时，也借此机会向为该书编辑出版作出贡献的同志们表示感谢。



2002年10月

目 录

- 1、信用：企业文化建设亟待解决的一个重要课题
..... 朱文兴 (1)
- 2、企业文化——新形势下非公有制企业思想政治工作的新
 路径..... 孟宪杰 (12)
- 3、塑造先进企业文化，增强企业核心竞争力 王 良 (19)
- 4、培育企业精神 构筑文化体系 提升供电企业的核心竞
 争力..... 中共济南供电局委员会 (27)
- 5、全面系统导入 CIS 战略——加强企业文化建设的一条重
 要途径 济南钢铁集团总公司 (34)
- 6、建立面向新世纪的企业文化 山东三箭集团 (41)
- 7、“三维立体”的黄电文化..... 山东黄台火力发电厂 (50)
- 8、企业文化与文化管理 将军烟草集团有限公司 (57)
- 9、现代企业进入文化制胜时代 力诺集团 (67)
- 10、与时俱进 创新企业文化
..... 中共济南二机床集团有限公司委员会 (77)
- 11、浅谈构建民营企业文化体系..... 济南社会科学院 (88)
- 12、充分发挥企业文化建设在企业发展中的作用
..... 中共济南市蔬菜副食品(集团)有限公司委员会 (98)
- 13、企业文化建设应构筑自身特色
...中共山东省建设建工(集团)有限责任公司委员会 (104)
- 14、企业文化的几点思考 济南山水集团有限公司 (110)

- 15、构建特色企业文化初探 济南市总工会 (116)
- 16、注重企业文化建设 增强企业发展后劲
..... 中共济南玛钢股份有限公司委员会 (124)
- 17、加强银河文化建设 促进经营管理水平的提高
..... 中国农业银行济南市银河支行 (131)
- 18、论企业文化的体系建设
..... 济南市房地产发展集团总公司 (139)
- 19、论企业文化在企业发展中的作用
..... 中共济南化肥厂有限责任公司委员会 (149)
- 20、以顾客为中心的企业文化——小鸭集团持续发展的动力
之源 山东小鸭集团企业文化中心 (157)
- 21、企业文化在企业发展中的作用刍议
..... 济南市中小企业局 (167)
- 22、浅谈企业文化和思想政治工作的有机结合
..... 济南机车车辆厂 (172)
- 23、加强企业文化建设以德兴企促进发展
..... 济南宏济堂制药有限责任公司 (177)
- 24、企业文化厚积薄发，企业发展事半功倍——试论企业文
化在企业发展中的作用 济南四建集团党委 (183)
- 25、创建学习型企业的实践与探索
..... 中共章丘市电业局委员会 (191)
- 26、企业文化在企业发展中的作用
..... 中共明水化肥厂委员会 (196)
- 27、加强企业文化建设应解决的关键性问题
..... 济南市天建房地产开发总公司 (201)
- 28、在实践中构筑企业文化 中共济南炼油厂委员会 (210)

- 29、浅谈企业文化在企业发展中的作用
..... 济南民天面粉有限责任公司 (216)
- 30、加强企业文化建设的基本途径
..... 山东三塑集团有限公司 (222)
- 31、以人为本,塑造企业文化
..... 济南金钟电子衡器股份有限公司 (227)
- 32、塑造良好的企业形象是企业文化建设的重要内容
..... 济南啤酒集团总公司 (233)
- 33、企业文化是企业管理之魂 济南明湖热电厂 (239)
- 34、企业文化构建中的营销文化和品牌文化构建
..... 中共济南三爱富氟化工有限责任公司委员会 (246)
- 35、培育圣泉文化 奠定百年基业
..... 济南圣泉集团股份有限公司 (252)
- 36、按照“三个代表”要求,建设企业文化
..... 济南市管道煤气公司党委 (260)
- 37、温馨文化:交通运输企业决胜之道
..... 济南长途汽车运输有限责任公司 (265)
- 38、加强企业文化建设 促进企业不断发展
..... 中共济南锅炉集团有限公司委员会 (273)
- 39、浅谈企业文化建设与企业道德建设
..... 济南市公路管理局 (281)
- 40、“人道之本,生命为重”的妇幼保健文化
..... 济南市妇幼保健院 (285)
- 41、创建学习型企业的几点思考
..... 济南市大明湖公园管理处 (292)
- 42、创建学习型企业的实践与探索 历城客运中心站 (298)

- 43、企业文化建设是企业思想政治工作的重要载体和有效形式 历城区商业局 (303)
- 44、企业文化建设是企业思想政治工作的重要载体和有效形式 山东三株药业集团有限公司 (308)
- 45、创建学习型企业的实践与探索 济南新华印刷厂 (315)
- 46、企业家在企业文化建设中的作用
..... 济南市第一建筑公司 (323)
- 47、浅谈企业文化及建设
..... 山东东方药业集团有限责任公司 (330)

信用：企业文化建设亟待解决的一个重要课题

朱文兴

企业文化是企业的价值观、总体目标、道德规范、礼仪典范和物质实体的综合体现。它主要是指企业在从事商品经营活动中所共同具有的，外显于企业风貌、内渗员工心灵的以价值观为核心的一种意识形态。企业文化建设是对企业员工在理想信念、价值观念和行为准则等方面进行规范和引导，把众多人的兴趣、目的、需要以及由此产生的行为统一起来，增强企业的感召力和凝聚力，共同促进企业的发展。企业文化建设是一个系统工程，基本内涵非常丰富，涉及范围十分广泛，很难用一两句话把企业文化建设的基本内涵全而概之。从当前和今后相当长一段时间来看，建设信用文化，是我国企业文化建设的核心内容，也是完善社会主义市场经济体制和加入 WTO 新形势下企业文化建设亟待解决的一个重要课题。

一、近年来国内企业信用失常几乎形成一种失信文化，给社会尤其是企业自身的发展造成了极大危害

近年来，我国经济生活中的信用失常问题显得日益突出，渗透到社会经济活动的方方面面，甚至在某些地区和领域达到了泛滥的地步。尤其是国内不少企业的失信现象，加大了企业的经营成本，降低了企业的经济效益，制约了企业的长远发展，也给整个社会经济造成了巨大的损失。据《江苏经济报》2002年3月26日报道，中国企业联合会理事长张彦宁近日透露，全国为不诚信

所付出的代价每年达到 5855 亿元,其中每年逃废债务造成的直接损失约 1800 亿元,由于合同欺诈造成直接损失约 55 亿元,产品质量低劣和制造假冒伪劣造成的各种损失至少有 2000 亿元,由于“三角债”和现款交易增加的财务费用约有 2000 亿元。

企业信用失常的最大危害在于对人们心理和观念的侵袭。它使越来越多的人信奉赖账有理、欠款有利、造假有益,使违约者得利、守信者受害的现象广泛蔓延,几乎在社会上形成了一种失信文化。特别是在我国已经加入 WTO 的新形势下,随着国内市场的进一步国际化,企业失信将会在激烈的市场竞争中招惹来许多不必要的摩擦和官司,处于被动的地位。市场经济发展的历史进程证明,市场经济也是信用经济。健全、有序的市场是市场经济赖以生存和发展的基础,而真实、可靠的信用是市场得以正常运行的前提,没有信用就没有市场。正如亚当·斯密所说,缺乏诚实的风气,就无法从事商业活动,就如同战争中的部队没有纪律就一定会失败一样。同样,企业文化深刻影响着企业的经营理念和市场行为,企业的经营理念和市场行为集中体现着企业的文化建设,企业文化建设的成功与否,对企业经营的成败至关重要。在市场经济体制下,能使企业永远立于不败之地的关键因素之一就是企业要有良好的信用。因此,要想扭转企业的信用失常现象,消除其对经济和社会发展的不利影响,就必须首先从企业的文化建设入手,将企业文化建设成为信用文化。

二、加强企业信用文化建设,对提高企业的竞争力、凝聚力和经济效益具有基础性的重要作用

一般来说,企业文化具有以下五个方面的作用:①导向作用,即把企业员工引导到确定的目标上来;②约束作用,即成文的或约定俗成的企业规章对每个员工的思想、行为都起很大的制约作用;③凝聚作用,即用共同的价值观和共同的信念使整个企业上

下团结；④融合作用，即对员工潜移默化，使之自然地融合到群体中去；⑤辐射作用，指企业文化不但对本企业，还会对社会产生一定的影响。在社会主义市场经济条件下尤其是在 WTO 的框架内，我国企业要想有所作为或大有作为，就必须加强企业文化建设，尤其要加强信用文化建设，以此促进企业的发展。只有重点加强企业的信用文化建设，才能更好地发挥企业文化的导向、约束、凝聚、融合和辐射作用，才能从根本上减少企业间和社会上的欺诈行为，才能真正内强素质，外塑形象，在激烈的市场竞争中实现效益的最大化。讲信用对企业发展的有利作用主要表现在以下几个方面：

首先，企业只有讲信用才有竞争力。良好的企业文化是营造企业竞争优势必不可少的基本要素，而良好的信誉则是良好的企业文化的必不可少的条件。企业的竞争力来自产品的质量、创新的技术、公道的价格、优质的售后服务等环节中所形成的信誉，信誉好才有客户，有客户才有市场。而要想有好的信誉，就必须时时处处讲信用，把良好的信用文化展示给全社会。如果企业的产品的确货真价实，经久耐用，而不是假冒伪劣，质次价高；产品的售后服务的确是优质周到快捷高效，而不是“一旦货出手，好耍都不管”，就一定能赢得客户的信任，就一定能树立起良好的社会信用，从而增强企业的竞争力。

其次，企业只有讲信用，对内才有凝聚力和向心力。企业的凝聚力不仅来自于物质待遇，更来自于精神因素，包括科学的管理机制、鼓励创新的政策措施、和谐的人际关系，有利于创业的舆论氛围等，其中最重要的是管理者与职工、职工与职工之间的诚信明礼。只有大家都讲信用，才能最大限度地调动各方面的积极性和创造性，增强企业的凝聚力和向心力。如果一个企业对自己的员工不讲信用，它必然得不到员工的信任，员工的积极性创

造性和敬业精神就无从谈起，企业的生存和发展就难以维持。

再次，企业只有讲信用，才能降低交易成本，提高经济效益。富兰克林曾说过：“信用就意味着金钱”。这不仅适合于国内企业间的交易，更是“入世”后我国企业进行国际贸易合作时应树立的理念。随着我国加入WTO，对外开放开始进入一个新的阶段，中国企业参与国际竞争面临的形势更为严峻。经济全球化不仅是资源配置、产品生产、市场销售的全球化，而且是经济活动规则的标准化、共同化，即参与国际经贸活动必须按国际惯例和通行规则办事。国际经济活动的规则解决了各国经济活动方式的差异性，提高了经济活动的效益。但这些规则和惯例的通行，必须在信用可靠、真实的前提下，以交易者双方的认可和执行为基础的。也就是说，如果没有可靠的信用保障，这些规则和惯例就不能真正得到执行，甚至可能变成欺诈、谋取不正当利益的手段。因此，在国际经贸活动中，交易者双方对对方的信用状况非常重视。中国企业只有讲信用，才可能与跨国公司进行经贸合作；只有讲信用，才能在国际交流合作中减少不必要的贸易摩擦，避免陷入不利境地；只有讲信用，才能在国际市场上树立中国企业的良好形象，使中国企业走向世界。

三、如何推进企业信用文化建设

美国信用风险管理专家奥特曼教授认为，建设信用文化是根治信用风险痼疾的一剂良药。他将信用文化解释为“构造模型和听从模型”。“构造模型”指的是借鉴当代信用风险管理的种种定量分析方法和评估模型，在信用风险领域形成高级管理能力。例如，引进国际上通行的贷款五级分类制，对贷款的信用风险进行定量分析。但仅仅拥有管理能力还是不够的，更重要的是要排除各种干扰，按照风险评估的结果进行操作，这就是“听从模型”。在现代社会中，信用制度并非仅建立在道德基础之上，而是建立

在一套大家共同遵守的约定俗成的固定的规则体系的基础上。由此可知，信用的问题既不仅仅是法律问题，更不仅仅是道德问题，最关键的是信用体制的构建及其操作问题，在此体系的基础上建设特色鲜明的信用文化，并为之提供强有力的法律支撑。道德、法律和机制三个方面都不容忽视，必须德、法、机制有机结合。

从很大意义上说，企业文化是企业职工精神风貌和素质品位的外在体现，它不仅代表着企业的经营理念，更深刻地体现着企业职工的为人处世原则。企业文化建设的目的从根本上来说就是提高职工素质进而塑造企业的良好形象，以博得社会和消费者的青睐，提高本企业的经济效益。而信用文化建设是整个企业文化建设的核心和关键，信用建设搞不好，其它都是空谈。为此，加强企业信用文化建设，需要企业、社会和政府三管齐下。

1. 企业应注重道德教化，坚持以德治企，特别是要切实抓好诚信教育，着力提高员工的思想道德素质。

从道德和文化的辩证关系看，道德是文化的核心内容，道德的高尚与否是文化的先进性的重要体现，先进的文化必然包括高尚的道德品质和良好的精神风貌；文化是道德深刻反映，对道德产生极其深刻的影响，高尚的道德品质和良好的精神风貌必然来自于先进文化的熏陶，二者互相影响、互相渗透、密不可分。因此，江泽民总书记在庆祝中国共产党成立 80 周年大会上指出：“加强社会主义思想道德建设，是发展先进文化的重要内容和中心环节。必须认识到，如果只讲物质利益，只讲金钱，不讲理想，不讲道德，人们就会失去共同的奋斗目标，失去行为的正确规范。”这一论断深刻阐明了思想道德建设与发展先进文化的辩证关系，那就是，如果全社会的思想道德素质得不到提高，精神风貌得不到根本改变，没有为社会保持良好的秩序和风尚营造高尚的思想道德基础，发展社会主义的先进文化或者说建设社会主义精神文

明就无从谈起，更无法为经济发展和社会进步提供精神动力和智力支持。同样，员工道德素质与企业文化有着密不可分的联系。企业文化建设的成功离不开员工道德素质的提高，员工道德素质的好坏深刻反映着企业文化建设的成败。如果没有员工道德素质的提高，就不可能建设良好的企业文化，更不可能借助文化建设来推动企业的发展。因此，要想将企业文化建设成为信用文化，首先要在企业中对广大管理者和职工进行以诚信为重要内容的道德教育，坚持以德治企，尤其要使全体职工真正认识到，“诚信”不仅是中华民族传统文化所褒扬的美德，对当今的企业来说，它也是一种资源，一种生产力，更是企业生存和发展的强大推动力。中国传统文化向来褒扬“诚实守信”，“诚”既是天道的本然，也是道德的根本。“诚者天之道也，思诚者人之道也”（《孟子·离娄上》）。真实无妄是天道，而对诚的追求则是人道。故“养心莫善于诚”（《荀子·不苟》）。孔子把“信”作为人的根本，认为“人而无信，不知其可也”（《论语·为政》）。“信”的基本要求是言行相符，“言必信，行必果”。“信”可以训练人诚实的品质，也是取得他人信任的前提。孔子把“老者安之，朋友信之，少者怀之”（《论语·公冶长》）作为自己的志向；把“足食、足兵、民信之”作为为政的三个要领，三者之中，“信”又是最根本的，因为“自古皆有死，民无信不立”（《论语·颜渊》）。董仲舒以后，中国传统道德更把“信”与仁、义、礼、智并列为“五常”。几千年来，守信用、讲信义是已经成为中国人公认的价值标准和基本美德。

面向 21 世纪，党和国家提出了以德治国的战略思想，这是我国治国方略的完善和创新。同时，以德治国的顺利实施，离不开中华民族传统文化的继承和创新，离不开中华民族优良的道德传统的弘扬。它必将对中华民族精神的重塑，对中华民族的伟大复

兴产生极其深远的影响。以德治国的本质是提高全民族的思想道德素质，以实现整个社会和谐发展和文明进步。党和国家为此付出了巨大的努力，《爱国主义教育实施纲要》和《公民道德建设实施纲要》的相继颁布实施即为明证。所有这些，必将对我国社会主义市场经济条件下的企业信用文化建设产生极其重要的推动作用。

从根本上看，员工素质的高低决定企业的信用和形象。因此，诚实守信的企业文化要靠人文教化的长期培育、熏陶才能形成，恰如梁启超《小说与群治之关系》中概括的四个字：“熏、浸、刺、提”。“熏”，就是靠长期熏染，用浓厚的诚信氛围熏陶、感染职工；“浸”，就是长时间的浸润，将诚信的意识慢慢渗透到企业管理者与职工的身心之中；“刺”，就是通过强刺激使人震撼，加大对失信者依法处罚的力度，使企业法人和所有职工不敢失信、不能失信；“提”，就是一种移情，即管理者与职工之间换位思考，换一个角度看待企业生产经营服务和决策中的问题，逐步提升和扩展职工与管理者的人格中的诚信因素，在此基础上形成以经济伦理学为基础的适合市场经济的企业信用文化。

有人认为，在市场经济条件下，再强调运用道德教化的力量去矫正信用失常、建立企业信用将是难以奏效的。对此，我不能苟同。诚然，建立信用离不开法治，但没有德治的法治是恶的，道德规范体系应该是对心理动机的自律约束，这是一种无形的力量，能够产生潜移默化的作用，在道德教化的同时伴以法治，法才更显威力。企业只有以诚信为重要内容，加强对管理者和职工的道德教化，并通过对传统道德中“诚信”思想的继承、改造和发展，使之与市场经济条件下的道德要求更相适应，形成新的道德规范，并落实到原材料采购，产品的生产、销售、服务及对外业务往来的各个环节中，才能树立企业的良好形象。

2. 政府必须在构建信用政府的基础上,以自身的形象和权威,努力为企业信用文化建设有一个良好的外部环境提供强有力的保障。

首先,政府要把自身建设成为信用政府。无论古今中外,政府把自身建设成为信用政府对经济和社会的发展的作用是极其重要的。因为:

第一,政府信用是政府有效行政和得到人民拥护的基础,也是政府权威的主要来源。一个信誉较差的政府及其部门,其威信及效率必将大打折扣。市场经济是信用经济,政府是建立和维护社会信用制度的主体。一个有公信度的政府,必然是言而有信,政令畅通,令行禁止,公开透明,实事求是,而不能朝令夕改、出尔反尔、歧视有别、暗箱操作。否则,必然不能有效行政,必然得不到人民群众的支持,必然会丧失权威,必然无法保证坚持诚信的企业能获得良好的发展,对企业信用文化建设的引导就无法奏效。

第二,加强政府信用建设是建立信用社会的关键。政府是社会的守夜人,是社会信用的捍卫者。一个良性的社会应当形成政府、企业、个人完整的信用链条。今年两会,不少代表委员谈到了一些企业、上市公司、中介机构甚至个人不守信用、弄虚作假的行为,但分析到最后,发现其背后往往与一些地方政府相关部门的失信行为有着某种关联。因而,有委员提出,要把培植政府的公信度作为建立社会信用体系的关键一步。唤回社会信用,不仅需要每个公民、每个企业的努力,在经济活动中遵守最基本的信用准则,恪守良好的信用道德。但信用体系不是靠单个经济组织和个人就可以维系的,更重要的是要依靠政府的强制力,谁不讲信用、谁破坏信用规则,政府就用强制手段对他进行惩罚。政府握有足够的手段和权威来维护社会信用,也只有政府才能做到