



中国企业文化建设二十周年 成就大典

Zhongguo Qiyeh Wenhua JianShe 20 Zhounian ChengJiuDaDian



下 册

◎ 主 编：李笑天

中国文联出版社

中国企业文化建设二十周年 成就大典

ZhongGuo QiYe WenHua JianShe 20 ZhouNian ChengJiuDaDian

下 册

◎ 主 编：李笑天

中国文联出版社

下册

实践篇

争当龙头勇创一流	承德钢铁集团	413
企业文化引导莲花走向新的辉煌	河南省莲花味精集团有限公司	416
中外合资企业文化建设初探	联合汽车电子有限公司	418
上海石化“三守三人”职业精神探析	上海石油化工股份有限公司	421
文化力提升企业核心竞争力	国电浙江北仑第一发电有限公司	423
实施“文化强企”战略	广西电力有限公司	426
广州电车公司的诚信文化建设	广州市电车公司	430
机制、效能与文化	建行苏州分行昆山市支行	433
三个满意：打造具有执行力的正海企业文化	正海集团	436
大兴学习之风 构筑学习型企业	中铁电气化局集团三公司	439
风景这边独好	北京送变电公司	441
以无止境的创造推动旋转的世界	瓦轴集团	445
企业文化是美利纸业腾飞的动力之源	宁夏美利纸业公司	447
中大集团的企业文化论略	中大集团	451
弘扬传统文化 服务现代企业	安徽华茂集团	454
以先进文化为企业发展导航 不断增强企业核心竞争力	福建省福州电业局	457
浅议构筑和谐供电企业	山东济宁供电公司	460
用质量文化铸造信用企业	北京城建一公司	462
大力创建和谐企业 为构建和谐社会做贡献	北京城建一公司	465
十五年后的再次创业	承德钒钛炼钢厂	468
浅谈企业“一把手”在企业文化建设中的角色地位	四川中铁纳叙铁路公司	471
用文化实现企业的无形资产增值	中铁电气化局集团二公司	474
运用节会活动推动企业文化建设	中铁四局集团有限公司	476
探索企业文化成功的秘密	中铁十六局集团二公司	480
寻求新载体 解决新问题	中铁十六局集团二公司	484
企业文化建设应突出特色	中铁电化集团三公司	488
打造团队文化提升企业竞争力	中铁宝桥	491
企业文化刍议	中国水利水电第四工程局	494
构建安全文化提升企业竞争力	哈铁分局	496
用企业文化理念铸造电力工程公司新形象	北京电力工程公司	499
创建学习型企业须认识的几个问题	江苏东海县供电局	501
企业文化建设必须落实在管理上	山东黄台火力发电厂	504
“三维立体”的黄电文化	山东黄台火力发电厂	506
着力打造具有煤矿特色的企业文化	福建煤电股份有限公司	509
全面推行人本管理理念	福建煤电股份有限公司	512
电力企业改革与电力企业文化建设的思考与对策	双鸭山发电有限公司	515
“经营人心”的华通企业文化	华通机电集团	518
用文化力引领企业良性发展	江苏镇江发电有限公司	521
用文化力量推动柔性管理	江苏镇江发电有限公司	522
企业文化建设的十大原则	保定金风帆蓄电池有限公司	525
实施名牌服务战略 推动企业跨越发展	青岛热电集团公司	527
建设先进文化 促进企业发展	山东电力工程咨询院	530
浅谈流程再造中组织文化的变革与重塑	苏州供电公司	533
提升企业“文化力”创造电业新辉煌	泰安供电公司	536
不断创新的蓝巢文化	天津电力建设公司	539
企业文化建设任重而道远	天津市机电工业控股集团公司	542

“求新、求学、求和”	天正集团	544
启动人才文化管理工程	张家口发电厂	547
用开放创新的文化创建开放合作的首钢	首钢总公司	549
南钢文化：润物细无声	南京钢铁联合有限公司	551
长钢集团企业文化建设现状及推进思考	山西长治钢铁集团	554
管理是什么	川投峨铁集团	557
同心塑形象 道德铸钢城	福建省三钢集团	561
文化建设要从小事做起	太钢集团	563
努力打造企业管理文化品牌	通化钢铁集团公司	565
诚信铸就“闽光”品牌	三钢集团公司	568
以文化力推动经济力	龙岩卷烟厂	571
企业文化力	北京稻香村食品集团	573
创建高品位企业文化 推进集团跨越式发展	天津建工集团	575
文化只有创新才能出效	建总集团	577
构筑具有鲜明特色的企业文化	路桥集团	579
而今迈步从头越	山东丛林集团	581
以先进企业文化塑造企业品牌	龙建集团	584
同心协力推进文化建设创新实践	中建六局	585
企业文化重在培育	中国建筑第三工程局	588
文化铸就地产品牌	雁开地产集团	590
从“快乐浙东”成为百年品牌	浙东建材集团	591
创建学习型企业 推进企业快速发展	鞍钢民政企业公司	593
一个核心文化理念造就一流企业	奥克斯集团	595
成长中的彩虹企业文化树	彩虹集团公司	598
解读“长青”密码	长青集团	602
企业文化像“花园”	花园集团	604
发挥企业文化的催化剂和纽带作用	冰山集团	606
文化建设重在过程	大连重工集团	608
植根诚信 志存高远	盾安控股集团	610
海啤的营销文化	海拉尔啤酒集团	613
共性与个性的文化之道	中山华帝燃具股份有限公司	615
努力构建军工企业营销文化	江麓集团	617
在学习和创新中成长	杰克集团	620
龙江建行的家园文化	黑龙江省建行	623
金融企业文化建设考核与评估初探	建行北京分行	625
创建国企特色文化	路桥集团公路一局	628
企业文化与文化管理	将军烟草集团有限公司	631
坚持以人为本建设企业文化	七二三研究所	633
企业重组与文化融合	东南汽车集团	635
“星”文化——亚星客车之变	扬州亚星客车股份有限公司	637
创新是企业文化的灵魂	北京现代汽车有限公司	639
以企业文化统领企业管理	中国重型汽车集团	641
“人性化”是企业文化的基本原则	赛德隆国际电器中国有限公司	643
承担责任实现 构建优秀文化	泰豪科技股份有限公司	645
志高践行“门框”理论筑就企业人才高地	广东志高空调股份有限公司	646
格兰仕感动文化是这样炼成的	广东格兰仕集团有限公司	648
企业文化是企业发展的内在动力	古井集团	651
毛泽东思想在企业变革中的成功实践	河北晶牛集团	654
企业文化建设从沟通开始	中国乐凯胶片集团公司	657
小天鹅第二次创业的文化特征	江苏小天鹅集团	659
让文化为企业转型保驾护航	郑州宇通客车股份有限公司	662
以德致远 以信惠通	远通工程有限公司	664
构建理念精神 形成力量之源	中铁电气化局集团	667

深化企业文化建设 促进企业健康发展	中铁电气化局集团一公司	670
企业发展的根本在于文化创新	中铁二十局集团第四工程有限公司	672
让企业文化的火炬照亮铝城的精神殿堂	金睢城铝业	675
建塑开滦文化 再铸百年辉煌	开滦集团公司	677
努力把企业办成一所学校	宁波金田铜业集团	680
祁东煤矿的文化兴企	祁东煤矿集团	682
新城金矿的快乐文化	新城金矿集团	684
新矿集团如何创建学习型组织	新矿集团党委宣传部	687
用优秀企业文化提高企业竞争力	扎赉诺尔煤业公司	690
创造新文化 锻造新优势	中煤集团	692
扬子石化企业文化的精髓	扬子石化股份有限公司	695
关于创造文化竞争力的思考	吉林石油集团公司	698
论新时期石油企业文化建设的构成	吉林石油集团公司	701
调查“胜利东胜文化”模式	东胜精攻石油开发集团	703
创新敬业 超越自我	浙江利时集团	706
打造东软文化 铸造长青基业	东软集团	708
打造蓝天品牌和蓝天文化	天津蓝天集团	711
风雨征程激情如歌	汉胜公司	713
广州万宝 视才如宝	广州万宝	714
在创新中实现超越和发展	盼盼安居股份有限公司	716
以人为本与以心为本	舜宇集团有限公司	718
以核心价值观为驱动力的广博文化	浙江广博集团	720
品牌:企业文化的缩影	首信集团	722
文化首先是“化人”	珠海汉胜工业有限公司	724
白酒文化营销的思考	陕西省太白酒厂	726
文化建设的必修课	宁波埃美柯铜阀门有限公司	728
通勤车上的《九鼎之声》	辽宁本溪九鼎集团	730
追求卓越的众友文化	湖北众友科技实业股份有限公司	732
文化不语而生威	宁波方太厨具有限公司	735
文化力 成长力 核心力	华立集团	737
塑造“中华龙”的品牌文化	山东硅苑新材料公司	740
以企业文化创新推动企业管理创新	天津真美电声器材有限公司	742
雨润文化使企业重生	南京雨润集团	744
韵升文化的再诠释	韵升集团	746
荣事达重塑企业文化	荣事达集团	748
企业文化建设要步步为营	广东省食品进出口集团	750
走向彼岸	宁波卷烟厂	752
品质 品牌 品位	合肥卷烟厂	754
坚持“四重”原则 突显大港特色	大港油田集团	756
提炼武钢精神 推动企业文化建设	武汉锅炉集团公司	759
建设国电集团优秀企业文化	中国国电集团公司	762
用文化打造百年老店	白云电气集团	765
对企业文化的再认识	东营供电公司	768
让文化与战略相协调	中国联合通信呼伦贝尔分公司	770
“三位一体”的企业文化建设实施方案	福建电力	773
学习促高效	上海超高压输变电公司	775
白鹭高飞	广东核电集团	778
价值管理:企业再造的基因工程	通辽发电总厂	780
文化建设需要上下互动	大唐国际陡河发电厂	783
“说”出来的企业文化	荆门热电	785
电力企业如何实现文化创新	中共青岛发电厂	788
释放文化的巨大威力	山西省电力公司	790

创新平台 沟通无限	普天首信集团	793
“和”与“灵”	江苏远东集团	794
文化能使企业“上下同欲”	西柏坡发电厂	796
铸造民营企业之魂	波司登股份有限公司	798
走特色之路 创一流企业	石家庄常山纺织股份棉一分公司	800
艰苦奋斗精神不过时	广西桂林银海纺织集团	802
解读雅戈尔企业文化	雅戈尔集团	804
企业文化是企业发展的不竭动力	金轮集团	807
文化为巨鹰插上双翅	浙江巨鹰集团	809
罗蒙的文化战略	罗蒙集团股份有限公司	811
文化建设重在落实	宁波太平鸟集团	813
真情文化如花朵盛开	山东真情集团	816
文化建设就是划好一个“同心圆”	维科控股集团	819
企业文化建设要注重个性化	鞍山三和轧钢有限公司	821
从企业文化建设看企业主流意识的培育与形成	南方航空公司	823
真善美爱 传递幸福快乐	四川航空集团公司	826
激情打造中国一流集团公司	中国航空工业第一集团	829
文化创建从“尊重人格”开始	LG 甬兴化工有限公司	833
步长的企业文化之路	步长集团	835
秉实事求是精髓 探寻传统与现代的最佳契合	贵州赤天化集团	838
研究院如何“文化”起来	湖北省化学研究院	840
浪遏飞舟卓越路	江中制药集团	842
打造与时俱进的南风文化	南风化工集团	844
解读泉林文化	泉林集团	846
创新的鲁抗企业文化	山东鲁抗医药集团	849
有一种力量让我感动	健康元药业	851
弘扬创新文化 打造百年万华	烟台万华集团公司	853
天原公司的激情文化	宜宾天原股份有限公司	856
老字号的创新文化	北京同仁堂集团	858
文化立业 文化树人	大众交通集团	861
在创新与学习中超越	东湖高新集团	865
让榜样成为文化先锋	青岛港集团	867
以创新打造中国最先进的地铁企业	广州市地下铁道总公司	870
聚友“聚智”的多元文化	聚友集团	874
科锐文化一瞥	北京科锐配电自动化公司	878
供清澈水 建温馨园	宁波市自来水总公司	879
论当前企业文化建设中存在的误区	上海市企业文化促进会	881
民营企业在重组中的文化建设	升汇投资集团	883
走具有莲花特色的社区党建之路	天健集团公司	885
铸造品质人文西钞	西安印钞厂	888
无形文化有形化 文化管理无为化	新奥集团	890
用先进理念引导员工	一汽大众汽车有限公司	893
着力建设优良文化工程 推进企业健康快速发展	红豆集团	895
用先进文化引领企业发展	柳电公司	898
建设先进企业文化 培植企业走高变强的基因	洛阳白马集团	902
中美企业文化差异分析及两国企业合资后对文化融合的探讨	平果铝业	905
以文化力提升企业核心竞争力	特变电工股份有限公司	909
企业文化形成过程演变规律和作用机制分析	武汉凯迪	913
“开路先锋”的文化之旅	中国铁路工程总公司	915
国企被民企控股以后	北京二建	918
论企业文化建设与人力资源管理的关系及相互作用	贵州华电遵义发电有限公司	921
建设纺织强国 呼唤先进企业文化	中纺政研会	923



实践篇

企业“一把手”在企业文化建设中，应该是“坚定的信仰者、睿智的创造者、严实的推进者、自觉的实践者”。这四种角色定位解决了企业文化建设的前提、方法、手段和关键问题。

选自《浅谈企业“一把手”在企业文化建设中的角色地位》

争当龙头 勇创一流

承德钢铁集团 刘祥 朱元嵩 高建坤

承德钢铁集团有限公司，坐落在驰名中外的中国历史文化名城避暑胜地——承德，避暑山庄以她深厚、凝重的文化底蕴，滋养哺育着承钢，加之得天独厚的丰富钒钛磁铁矿资源，使之成为中国东方钒钛产业基地。

承钢1954年建厂，是“一五”期间前苏联援建的156个重点项目之一。50多年来，承钢一直致力于钒钛磁铁矿冶炼技术的开发和应用，是钒钛磁铁矿高炉冶炼技术综合开发的发祥地，是中国钒钛产业化先导企业，现已形成以钒钛资源综合利用为方向，以钒钛加工技术为基础，钒钛系列产品，含钒低微合金钢生产、销售的大型企业。是全国520家最大工业企业之一、河北省大型支柱性企业集团。

承钢确立了以发挥钒钛资源优势、专有技术优势、特色产品优势，建设“中国钒都”发展战略。走出了一条资源开发效益型企业的发展之路。

为了在激烈竞争中谋求更广阔的生存空间，承钢积极建立现代企业制度，逐步进军资本市场。经过不懈努力，2002年9月6日“承德钒钛”一亿A股在上海证券交易所成功上市。使承钢站在了新的发展起跑线上，加快实施发挥资源综合利用优势，整合

传统钢铁企业的步伐，为承钢实现跨越式发展插上了腾飞的翅膀。

为实现上述目标，承钢树立科学发展观，坚持以人为本，积极开展企业文化建设，形成了以“创业、创新、创一流”企业精神为核心的承钢文化理念体系，员工、产品、环境三大形象建设，为承钢的发展注入了强大的精神动力，促进了企业的改革、发展。

以先进文化统领企业文化建设

承钢走过的50年道路，见证了新中国经济发展的沧桑巨变，在发展、壮大的过程中不断创造、积累、沉淀、发展了具有本土特色和适应时代发展需要的承钢文化。包括：开创世界钒钛磁铁矿高炉冶炼先河的技术文化；用铁锤打造1号高炉炉体的善打硬仗、敢打硬仗的拼搏文化；八十年代抢抓机遇、谋求发展、锐意改革的创新文化；2002年面对严峻形势勇闯市场的进取文化；以ERP成功上线为标志的管理文化等，每一种文化背后无不凝聚着承钢人“创业、创新、创一流”的企业精神和为中国钒钛产业发展做出的不懈努力。

承钢形成了具有深刻时代内涵的文化理念，逐渐成为统一员工思想，指导员工行为的灵魂。

发展战略：发挥钒钛资源优

势、专有技术优势、特色产品优势，建设世界驰名钒钛产业基地。

企业精神：创业、创新、创一流

经营理念：资源有限、创造无限、综合利用、持续发展

管理理念：精心、精细、精品
质量观：质量领先、技术领先、诚信为本、用户至上

以企业文化促进管理文化创新

承钢大力推进管理创新。恪守精心、精细、精品的管理理念，在广大员工中牢固树立精心操作、精心维护、精心指挥的观念，提出“上岗一分钟，精心60秒”的要求，在管理机制上，积极推行精细化管理，并在全集团范围内广泛开展“精细化管理年”活动。承钢所属连轧厂是一个引进德国二手设备，设计生产能力仅30万吨的轧钢厂，经过技术改造和推行精细化管理机制后，产量猛增至2003年的85万吨，来连轧厂推销应用管理软件的德国巴登公司，看到这一切后，放弃了管理咨询，反而邀请连轧厂介绍管理经验。承钢通过深入开展“精细化管理年”活动，用精细化管理、系统优化的思想和手段，推动挖潜增效活动向纵深发展，主要技术经济指标明显改善，部分指标已达到



2005

国内先进水平。

面对市场环境的千变万化,承钢积极采取先进的管理方式、方法,在切实保证ISO9000 ISO14000 ISO10012.1计量贯标体系认证有效实施的基础上,承钢信息化建设取得可喜成果。经过16个月的紧张工作,2003年7月31日ERP系统一期工程圆满完成,随着OA办公自动化系统的投入运用,为承钢实现信息化管理奠定了坚实基础。

承钢集团还努力培育与之相适应的管理制度文化,经过50年的继承与发展现已形成了一套门类齐全、规范严格的系统制度和管理体系,狠抓那些带有基础性的制度文化建设,注重对一切可行的规章制度和厂规、厂纪进行宣传教育,使企业理念、道德规范、企业发展战略渗透在各项制度之中,规范员工行为,引导职工形成良好的作风和习惯。

把文化注入产品、实施品牌战略

承钢集团十分重视产品形象建设,实施名牌战略,提出了“质量领先、技术领先、诚信为本、用户至上”的质量观,坚持全方位开展用户满意工程活动,开展了以“上工序为下工序、辅助为主体、机关为基层、企业和员工为用户提供满意服务”的四满意活动,建立起严格高效的质量管理体系,不断扩大社会影响和市场占有率,承钢连续三届荣获中国质量、冶金质量协会评选的“产品质量、服务质量双十佳”企业、“全国首批质量免检产品生产企业”、“全国质量服务、诚信示范企业”和全国行业质量示范企业。

承钢的拳头产品是燕山牌含钒低微合金产品系列。“燕山”标志由两个小三角和中心上一个菱形构成了稳定的三角形。这个图形巧妙地表达了“燕山中含钒,钒

在燕山中”的含意。三个三角形象征三个箭头,蕴含企业全方位发展壮大。三角形中“V”代表“钒钛”又是英文“胜利”缩写,象征企业腾飞前进。三角形在矿藏上代表铁矿符号,菱形的符号象征代表黑宝石(黑色金属—钢铁)。整个图形寓意:“中国燕山地区承钢钒钛磁铁矿,黑宝石源源不断,以钒钛为特色的承钢产品,源源不断走向世界”。

这幅独具匠心的设计图形压在钢筋表面。1981年3月,“燕山牌”螺纹钢首次出口6000吨,用于首家中外合资的北京长城饭店,紧接着进入香港国际市场,远销东南亚,免检出口英国,承钢因为“燕山牌”高强度螺纹钢走向了世界,享誉海内外。多年来“燕山牌”螺纹钢以其强度高、韧性好、抗疲劳、耐腐蚀、易焊接等优良性能广泛应用于国内高承载、高抗震和高性能要求的重点建设工程中,上海东方明珠电视塔、北京奥运主场馆等国家重点工程都广泛使用,在三峡工程中,承钢是唯一一家九次中标的钢筋生产企业。“燕山牌”赋予承钢生命、灵气与文化。展示着承钢人钢铁般的意志、振兴民族工业的坚强决心和承钢的文化底蕴。

建立学习型企业,树立一流员工形象

承钢已初步建立起学习型企业的运行机制,通过不断总结、

不断学习,逐渐提高企业整体的学习能力、自我升级能力,在全公司形成一种弥漫于群体和组织的学习气氛,把这种全新的管理理念渗透到日常的管理之中。

承钢以多种形式为管理层创造学习的机会。2001年初开始举办MBA处级干部培训班,用三年时间完成在岗处级干部培训;用五年时间完成机关人员工商管理

知识学习培训。公司经理班子成员坚持每周用半天时间,组织学习现代管理和专业技术知识,中心组成员坚持按月组织学习党的方针政策和市场经济理论,公司还定期聘请国内专家做学术报告,讲授新知识。2004年,承钢还选派中层以上干部到清华大学EMBA培训,不断提高各级领导干部驾驭市场经济的能力。

近年来,承钢建立企业用人、用工、分配新机制,在增强员工危机意识的同时用制度激发员工学习的热情。建立了干部公开选拔制度,副处级及以下后备干部实行公开考试选拔,副处级以上干部的聘用推行公示制,公司机关实施“量化考核、动态管理、竞争上岗、末位淘汰,”在用工方面,建立内部劳务市场,建立双向选择,择优录用,能进能出的动态管理制度。

承钢还导入市场分配理念,作到一流人才,一流贡献,一流待遇。建立了研究员和专家评聘制度,完善了科技人员晋升制度和科研成果奖励标准,重奖有突出贡献的科技人才,调动科技人员积极性。在技术工人中开展内部评聘技师制度,培养高素质的技术工人。

承钢连续八年在上百个工种举办“万、千、百、十”职工技术练兵比武活动,拜师学技、师徒竞技已成风气。为了推动学习创新,公司还把对标的目光从外移向了内,认真学习公司内部先进管理经验和技能,2003年4月在全公司范围内号召学习推广连轧经验。

加强环境形象建设,建设和谐承钢、绿色承钢

2004年,承钢提出了建设“绿色承钢、百年承钢、现代化承钢”的发展目标,追求以人为本,人与自然的和谐发展。把加强环境形象建设,提高企业文化品位,

满足职工安居乐业的需求作为企业发展的动力和源泉。近几年来,先后投入巨资改建拓宽了公路。依托人杰地灵的避暑山庄文化,在昔日皇帝行宫的遗址上建设了滨江公园、西苑花园等各具匠心的主题公园,为绿色承钢、风景式承钢奠定了基础。为进一步提高企业的文化品位,承钢建设了高标准的剧场、体育场等文化设施,京剧、音乐会、交响乐等高雅艺术走进了职工的生活。同时,承钢不断加大投入力度,对厂区的污染进行治理,加大实施对“三废”的综合回收利用,承钢已经成为“能源消耗低、环境污染小”的新型工业化环保企业。

承钢集团非常重视提高上市公司的知名度和影响力,进一步加强对企业标语、广告、橱窗等文化内容的规范管理,出台了《承钢文化形象管理办法》,将企业精神、企业理念融入企业静态形象的设计当中,对企业标志、员工服装、办公用品和设施等所有可视物品进行统一规则,统一表

现。充分利用各种社会传媒宣传企业形象,参加各种社会活动和参与社会公益事业等,不断向社会展现、宣传、推销企业形象。随着企业的做强做大,承钢义不容辞地担当起对社会、对国家的责任,在抗击“非典”的战斗中,承钢员工向社会捐赠了40万元,投入100万元支持避暑山庄肇建300周年庆典活动。同时还积极开展扶贫济困、救助失学儿童、支持文明生态村建设,成为吸引大众、吸引同行、广交朋友、不断兴旺发达的企业。

为进一步展示承钢企业风貌,扩大承钢的影响,振奋员工精神,提升企业竞争力,承钢隆重举行了50年厂庆庆典活动,通过厂史展览、拍摄“承钢50年”系列专题片、职工厂歌、歌咏比赛、职工运动会、庆典大会、文艺演出等形式充分展示了50年来承钢取得的辉煌成就和走过的不平凡道路。厂庆活动成为承钢人的节日,广大职工以不同的形式表达了对承钢50岁生日的喜

悦心情。在厂庆这段激动人心的日子里,承钢人从来没有今天这样激动与自豪,从来没有像今天这样对未来生活充满信心,形成企业发展的强大动力和力量源泉。

在承钢50年厂庆之际,著名曲作家温中甲、词作家张宗灿为承钢创作了雄壮豪迈的《承钢之歌》:燕山巍巍滦水长,塞外大地屹立着承钢。钛蕾绽放钒花似锦,承钢人豪情千万丈。创业创新创一流,钒钛金牌威名远扬。祖国的荣光在心中闪耀,神州的栋梁我们扛在肩上。啊,承钢,你是青春燃烧的地方,你为时代谱写着华章。我们手挽着手,我们斗志昂扬,万众一心,向着太阳,向着明天,铸造新辉煌!

愿承钢这颗钒钛产业的明星,以其璀璨夺目的光芒闪耀在中国的东方。

21世纪是知识经济时代,企业之间的竞争不仅是知识的竞争、人才的竞争,更是文化的竞争。在未来的市场竞争中,资源、技术都可以引进、可以共享,惟有先进的企业文化买不到、借不来;在全球日趋一体化的今天,创造并保持自己优秀的企业文化,是每一个有远见的企业领导者所必然关注的重要课题,是每个现代企业都必须做好的大文章。

一个企业成败与否,不仅仅取决于市场占有率、利润水平等有形的东西,还取决于被企业员工认可并为之奋斗的企业文化。企业文化是企业管理中深层次的东西,它植根于企业独特的土壤,渗透在企业生产经营的方方面面,有自己独特的个性特征,它为企业提供生生不息的源动力。有文化的企业未必都成功,但没有文化的企业注定不会成功。

面对新情况、新形势、新任务,一个企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地,做大做强,就必须以“三个代表”重要思想为指导,坚持先进的文化方向,与时俱进,在继承中创新,在创新中发展,不断培育既有鲜明企业特色又具有时代特征和企业良好发展前景的、更加卓越的企业文化。

企业文化引导

莲花走向新的辉煌

河南省莲花味精集团有限公司

近年来,随着市场竞争日益激烈,一些大型国有企业在转型中或多或少地都遇到了一些发展中不可预测的矛盾和问题。河南省莲花味精集团有限公司作为1983年建厂的国家大型企业,同样在结构调整中生产经营遇到了较大困难,流资短缺,效益一度下滑,由此引发了多种议论、受到了多方关注。作为国务院确定的521家重点企业之一,作为全国第一批151家“农业产业化龙头企业”,作为中国味精行业的“老大”,作为上交税利占当地财政收入70%的财政支柱,作为拥有60多亿资产、近两万名员工的大型国有企业,“莲花”究竟遇到了什么样的困难?如何克服这些困难?其现状和前景如何?现实告诉我们:在各级领导和社会各界的大力支持下,在莲花富含底蕴的企业文化支撑下,“莲花”保持了大局稳定,生产经营正在恢复正常,企业正逐步走上健康发展的轨道。

“莲花”在结构调整中遇到了大的困难,付出了大的代价,经受了严峻考验

2000年以来,莲花集团为了适应市场变化、调整产品结构,投资7亿多元,进行了大规模技术改

造,但是在运行过程中遇到了预料之外的困难,严重影响了企业的经济效益。

——年加工100万吨小麦项目,由于大型进口成套设备的技术、工艺和加工能力居世界领先水平,工人对设备性能、操作工艺需要逐步熟悉;再加上国内小麦品种繁杂,很多技术参数需要逐步调整,一年多时间才完成试车。

——谷朮粉是小麦深加工项目的主要利润增长点,只有解决了谷朮粉的销售问题,才能保证小麦深加工项目的连续生产。而开辟谷朮粉市场是一项全新的课题,尽管“莲花”在项目实施之前一年就进行市场的前期开发,但对市场的认识和把握需要一定的时间,用户对莲花谷朮粉的认识也有一个过程,供需双方相互信任和业务关系需要逐步建立,在国际市场建立销售网络更不是一件容易的事。经过近两年的时间,市场才逐步打开。

——在项目运行过程中,遇到了B淀粉制糖问题。小麦淀粉中B淀粉含量较高,在制糖过程中有特殊的工艺要求。前两年,这个问题一直困扰着莲花的生产,不仅影响了小麦淀粉的利用和小

麦深加工项目的效益,而且还影响了味精的生产与效益。

——由于用小麦代替玉米,原料改变和供应链改变,使原来赊账供货的供应商纷纷追讨货款,多年积累下的“三角债”矛盾猛然暴发,还贷压力剧然增加。2003年,“莲花”在流动资金十分紧张的情况下,偿还对外欠款1.2亿多元。

这些因素交织在一起,阻碍了“莲花”的结构调整,严重影响了“莲花”经济效益和企业声誉,并且影响了银行等融资渠道,一些银行不断“抽资”,使“莲花”的流动资金更加紧张。一些新矛盾也不断出现:由于市场因素,运输价格急剧上涨,小麦价格同比上涨了50%,煤炭价格同比上涨了45%,对于莲花集团这个“吃粮大户”和“用煤大户”而言,市场涨价因素无疑是雪上加霜,资金链近于断裂,生产不能满负荷运行,经济效益滑落“谷底”。

“莲花”在结构调整中遭受挫折、出现危难的时候,各级领导和社会各界给予了鼎力支持

在“莲花”发展处于低谷的时候,从中央到地方的各级领导给予了高度重视和大力支持。

2004年春节前,温家宝总理先后两次对莲花集团的有关情况汇报做出重要批示。国务院副秘书长汪洋同志亲自协调莲花集团与有关部门的关系,落实国家有关政策,对“莲花”给予了多方面的扶持。

河南省委、省政府领导一直把莲花集团作为重点扶持企业。今年以来,省委书记李克强、省长李成玉委托史济春副省长先后两次到莲花集团专题调研,并分别做出批示;常务副省长王明义等领导同志在短短的一个多月内先后四次召开专题会议,研究帮助“莲花”走出困境的办法、落实有关措施,并在相关部门的配合下,为莲花集团解决了资金问题、决粮食和煤炭供应问题、运输问题。

中共周口市委、市政府,项城市委、市政府把莲花集团的稳定和发展作为头等大事,为莲花集团上下奔走。市委、市政府成立了国资监管、清欠、改制三个领导小组,进驻莲花集团开展工作,对稳定人心、恢复生产起到了强有力的保障作用。

厚重而富有成效的企业文化建设为莲花的再次崛起树立了坚实后盾

莲花味精自建厂以来,就把创业者不畏困难,敢于吃苦,勇于创新的精神作为企业今后发展的核心理念,并代代相传。也就是由于这种企业精神的支撑,莲花从一个县办小厂成长为中国最大的味精生产、出口基地。然而,在众多辉煌与荣耀面前,莲花人并没有感到骄傲与满足,在生产经营一度困难时也没有丧失信心。相反,莲花人深刻理解创业时的艰

辛,牢记骄不燥、败不馁的精神,先后在全集团开展了培育企业文化系列教育活动,在集团下属分厂职工进行了“今天工作不努力,明天努力找工作”、“假如我是一个共产党员”等为主题的讨论、演讲教育活动,利用业余党校,职教中心等阵地对职工有组织、有目的、有步骤地进行企业文化教育,并开展了评选“文明职工”、“文明班组”优秀共产党员等活动,把企业精神人格化、形象化、具体化,树立典型,组织先进人物巡回到分厂作报告。这种以身边事教育身边人的做法,不但弘扬了企业精神且鼓舞教育了18000名员工。近年来,集团先后涌现出全国劳动模范3人,全国轻工系统劳动模范2人,获全国五一劳动奖章者3人;还培养一批省市劳动模范,他们这种艰苦奋斗、自强不息的精神,成为企业的宝贵财富。莲花集团先后被中央组织部、河南省委命名为“先进基层党组织”、“全省爱国主义示范基地”等荣誉称号。

莲花集团在实践中认识到,企业文化不能没有载体,如果没有丰富多彩的方式、方法,便容易流于空谈,难以落实。因此,莲花人在经营管理中坚持培训制度,开展学习邓小平理论,学习业务知识活动,规定新上岗工人必须参加培训学习,经考试及格后方可上岗。加强企业文化阵地建设,创办了企业党校、职教中心。在丰富职工文化活动方面,建立了高标准舞厅、篮球场和乒乓球室、图书室等。近年来,莲花集团每逢重大节日都举办各种活动,如大型歌咏比赛、职工演讲会、劳模座谈会和党员代表座谈会、安全生产

百日赛、各种知识竞赛活动。同时,坚持常年开展争创岗位技术能手等活动,集团11家单位的近1000多名员工参加了比赛。还充分利用《莲花周讯》这一企业文化最有力的载体,向广大职工宣传企业生产经营动向,丰富职工文化生活,为职工提供一个充分发表言论、文学爱好、奇思妙想、管理意见的展示平台。

为职工排忧解难架起桥梁。集团党委始终坚持“四庆贺、四必访”制度,即干部职工技术革新获得成果庆贺,职工结婚、生日庆贺、老职工退休庆贺、职工子女上大学庆贺;职工有病必访,职工遇到天灾人祸、职工家庭不和必访,职工之间有了矛盾必访,两年前,员工潘昌瑞的儿子患了白血病后,全集团员工得知这一不幸消息后,纷纷自发捐款,不到三个月,就收到捐款达10万多元。这些都是企业文化建设所发挥的作用,实实在在的企业文化建设,激发了干部职工的劳动热情和工作积极性,职工对工作恢复信心,干劲也提了上来,企业迎来了生产经营大转机。

目前,莲花集团在多方支持和企业自身的努力下,在强大的企业文化支撑下,生产经营已出现良好转机,正以推进改制、深化改革、加强管理为突破口,努力寻求“突围”之路。随着改制的推进、改革的深入、管理的加强和内部凝聚力的增强,“莲花”有望重振雄风,再现辉煌。



中外合资企业 文化建设初探

联合汽车电子有限公司 虞静浩

企业文化建设方兴未艾；在崇尚人本管理的企业尤其如此。本文从联合汽车电子有限公司——一个有着独特个性的企业在精神文化的提炼、制度文化的创新、行为文化的改善、环境文化的营造等文化建设层面的实践轨迹，对中外合资企业企业文化建设进行了初步探索。

联合汽车电子有限公司（简称UAES）是迄今为止国内规模最大的汽车零部件企业。公司于1995年7月13日江泽民主席访问德国期间在波恩正式签订合营合同和合资章程，1995年12月25日完成注册登记，1996年5月11日奠基开工建设，1997年11月6日正式建成投产，生产具有国际先进技术的环保节能产品——汽油发动机控制系统（简称EMS）；1998年11月建成了具有国际一流水平的技术（匹配）中心，形成了自己的技术开发能力和产品匹配能力，可满足对国内各种车型进行EMS项目匹配的需要。公司总投资为26.68亿元，注册资本为12亿元；总部设在上海，下设上海、无锡、西安三个工厂，年产EMS达150万套，国内市场占有率

超过50%，并批量出口为国外整车厂提供配套。

UAES有着与其他汽车零部件企业所不同的显著特点：一是国内联合——在国家有关部委的积极推动和大力支持下，由上海汽车工业（集团）总公司（SAIC）及无锡威孚股份公司、西安昆仑机械厂、上海联和投资公司、第一汽车集团公司、东风汽车公司等国内十家企业联合出资、共同组建了跨地区、跨行业、跨部门的全国性股份公司——中联汽车电子有限公司；这在我国汽车行业是绝无仅有的。二是中外合资——由中联汽车电子有限公司与国际上享有盛誉的德国罗伯特·博世有限公司（BOSCH）共同投资组建而成，中德双方各占公司股份50%；而50:50的股比结构也不多见。三是高科技——EMS技术含量高，投资规模大，是技术密集型的机电一体化高新技术产品，在国内尚属空白；公司引进的EMS具有当代国际先进水平，它能有效减少汽车尾气中有害物质的排放，同时能提高发动机的动力性，降低燃油消耗，其经济效益和社会效益都非常显著。

UAES成立之初，正值我国即

将加入WTO的重要时刻；因此，从它诞生的第一天起，就面临国际竞争的严峻考验。现代企业的竞争，已从产品的竞争、质量的竞争等硬件的竞争发展到服务的竞争、品牌的竞争等文化的竞争。激烈的市场竞争，要求在公司的发展和建设中，必须十分重视打造企业的核心竞争力；而企业文化无疑是企业核心竞争力的核心。

企业文化是企业全体员工共同的哲学思想、价值观念和行为规范。对个人来说，长存的是精神；对企业来说，永恒的是文化。UAES清醒地意识到：作为一个新兴的高科技企业，不仅要有一流的技术、一流的产品，更要有一流的管理、一流的文化。重视和加强企业文化建设，是现代企业提高整体素质、增强竞争实力的必然趋势。

一、确立价值观念是企业文化建设的核心

企业价值观念是企业文化的核心内涵，是企业员工所认同的基本价值取向及行为准则；对企业发展具有导向作用和支撑作用。

确立企业价值观念是企业文化建设的核心。UAES在确立企业价值观念的过程中，注意从中外合资企业的特点和实际出发，注重

东西方文化的交流与融合,在沟通中求得理解,在碰撞中实现升华,兼收并蓄,求同存异,形成了为中外管理层与员工共同认可的企业价值观念体系。

早在 UAES 成立之初,公司就十分重视企业价值观念的提炼和聚焦。在中外双方共同研讨的基础上,公司管理委员会借鉴 BOSCH “不断改进”(Continuous Improvement Process)的管理理念和 SAIC “精益求精”的企业精神,在 1998 年正式提出“精益求精”(英文译为 CIP)为企业核心理念,并以此引导和教育全公司在生产经营的整个过程、企业管理的各个方面、所有员工的一切工作,都要确立“精益求精”的理念,体现“精益求精”的精神,追求卓越,持续改进。

为了加深对“精益求精”的理解认识,加强对“精益求精”的宣传教育,UAES 专门组织开展对“精益求精”的系统研究和理论探讨,以真正把握“精益求精”的精神实质,深入挖掘“精益求精”的内涵,不断拓展“精益求精”的外延。在此基础上,组织编写了《企业文化手册》,作为开展“精益求精”企业核心理念宣传教育的教科书。

随着公司经营的发展和文化建设的深入,UAES 在组织中外经理集思广益、共同探讨的基础上,融合了企业合资双方的价值观——SAIC 的“满足用户需求、提高创新能力、集成全球资源、崇尚人本管理”和 BOSCH 的“质量——我们的生命,创新——我们的未来,客户——我们的财富”,系统提出了适合企业特点与发展需要、符合中外双方共同利益与文化的“公

司远景(Vision)、“使命宣言(Mission)”和“核心价值观(Values)”。

公司远景:“UAES——动力之源”。寓意公司追求的目标——为社会提供清洁、高效的发动机控制系统。

使命宣言:“依赖高素质、奋发向上的员工,以创新的方式,致力于用户和股东利益,保持在中国电喷市场的领先地位”。宣示了公司的宗旨与社会责任和社会价值。

核心价值观:“员工——我们的骄傲;环境——我们的责任;质量——我们的生命;创新——我们的未来;客户——我们的财富。”反映了企业的经营哲学与行为规范。

二、创新组织制度是企业文化建设的关键

企业核心价值观念的真正确立,并非挂在墙上即可;而需有强有力的制度保证,以贯串于企业经营活动的全过程。因此,按照企业核心价值观念创新组织制度,是开展企业文化建设的關鍵。

创新组织制度,首先是组织保证。UAES 在成立之初就建立了由中方总经理任组长、外方第一副总经理任副组长的企业文化建设领导小组,负责企业文化建设的统筹协调与组织推进,使企业文化建设有了组织保证。

其次是总体规划。企业文化建设是一项系统工程,也是一项永久工程,其时空跨度都非常大,没有总体规划,难以一以贯之。UAES 在企业文化建设中非常注重总体规划,分步推进。1998 年公司建成不久,就在组织骨干和员工反复讨论的基础上,组织制定了《企业文化建设规划》,根据公司特点和

实际,明确了企业文化建设的核心、准则、目标、方法、步骤、措施等,以指导和推进企业文化建设不断深入发展,在实践中形成了适合公司特点的、具有公司特色的企业文化建设的基本框架。

再则是管理变革。UAES 重点从企业与员工同步发展入手。在企业发展方面,以持续开展“用户满意工程”为中心,构建企业内外用户服务链,改善管理流程,提高竞争实力,以更好地满足用户需求,促进企业持续快速发展。在员工发展方面,建立完善员工绩效回顾与发展面谈(PRED)制度,由经理与员工定期开展平等交流,共同制定工作目标与发展规划,以激发员工的创造潜能和工作热情,为实现企业与员工共同发展目标而努力。

UAES 还注重企业内部管理机制的建立和完善,借鉴 BOSCH 开展 CIP(Continuous Improvement Process)活动的做法和中国企业开展“合理化建议活动”的经验,融合东西方文化的精粹,倡导在全公司开展“不断改进(CIP)活动”,旨在通过 CIP 活动,在公司形成一种不断改进、自我完善的机制,以使公司能在激烈的市场竞争中盛不衰。公司推广了上海厂结合自身特点开展的每周一次的员工“集思广益”活动的做法与经验,组织了专题交流,开展了专门培训,推动和促进各个部门、各个小组广泛开展 CIP 活动,不断改进,自我完善,提高工作效能和工作水平。

三、倡导行为改进是企业文化建设的重点

企业文化建设是企业全体员工



2005

中国企业文化建设二十周年成就大典
Great Books of China's Achievements in Enterprise Culture Construction in 20 Years

共同的创造活动和实践活动。运用有效的形式引导和组织员工按照企业核心价值观念改善日常行为就显得尤其重要。

在倡导行为改进中, UAES 十分注重对员工的内在激励。针对公司的特点和员工队伍的实际, UAES 在对如何加强和改进员工教育作了认真思考之后, 选择了富有中华传统文化特色的“座右铭”这个载体: 倡议每一位员工为自己立一条座右铭, 作为自己在 UAES 工作、学习和生活的行为准则; 以此凝聚员工之心, 激发员工潜能。通过制定座右铭、完善座右铭、实践座右铭等形式, 编辑出版了《员工座右铭》专集, 拍摄了员工《实践座右铭》VCD, 积累了企业文化建设的丰硕成果, 进而逐步实现员工价值观与企业价值观的趋同、员工发展与企业发展的统一, 以实现员工自我教育、自我激励、自我完善、自我发展, 广泛深入推进企业文化建设。实践证明: “员工座右铭活动”改变了以往由外而内灌输式的教育方法, 创造一种由内而外激励性的全新形式, 让员工从自己的个性和特点出发, 为自己设定追求的目标和理想, 为自己设计实现目标和理想的方法与途径, 适应了员工追求自我实现的客观需要, 因而得到了全体员工的积极响应和广泛参与, 收到了很好的效果。

与此同时, UAES 也非常重视对员工的外在强化。公司建立了员工培训制度, 分期分批专门组织开展了全员 VMV 培训, 引导和帮助全体员工正确理解和认识公司远景、使命和核心价值观, 并结合工作实践展开讨论, 按照 VMV

的要求改进和完善员工行为规范, 以形成公司中外融合、上下一致的价值观念与行为准则。

四、营造文化环境是企业文化建设的载体

在开展企业文化建设中, UAES 十分重视公司文化环境的营造。公司把环境视作一种管理, 视作展示企业形象的载体, 视作企业文化建设的重要内容, 因而注重大力营造浓郁的企业文化环境氛围。

在企业自然环境建设方面, UAES 从“四化”建设入手, 注重厂区环境的净化、绿化、美化、变化, 从而为员工的工作、学习和成长进步营造一个充满生机和活力的优美环境。

在企业生产环境建设方面, UAES 从环境管理入手, 建立和实施了全过程控制的环境管理体系, 并于 1999 年在全国汽车零部件行业率先通过了 ISO14001 环境管理体系的认证审核。

在企业宣传环境建设方面, UAES 坚持“以人为本”, 运用各种先进手段, 在全公司专门设计和统一布置了反映企业精神和价值观念的宣传画, 并建立了公司三地联网的计算机信息网络, 专门开辟了用于学习和交流信息的员工电脑学习室和多媒体触摸屏, 建立了具有公司特色的宣传环境体系。

UAES 还策划组织开展了独具特色的“员工植树活动”。早在 1998 年 3 月, 公司就倡议全体中外员工开展“每人种植一棵树, 营造公司员工林”活动。这项活动, 不仅仅是作为生产环保产品的企业绿化环境的一般举动, 而是作为

企业文化建设的一项重要举措: 寓意着企业要像爱护树苗一样爱护员工, 为员工成长创造良好的环境; 员工要像树苗一样扎根企业, 才能茁壮成长。也象征着公司的创建, 是为了保护环境、造福社会; 公司的成长, 要靠全体员工的精心浇灌、共同呵护。这项富有创意的植树活动得到了公司中外员工的积极响应, 全体员工自己出资选购自己心仪的树种, 自己动手栽培树苗; 不仅绿化了企业环境, 也在 UAES 的热土上播撒了希望的种子。

结语

UAES 成立至今, 通过广泛深入开展全方位多层次的企业文化建设, 有效提升了企业综合素质和竞争实力, 促进了公司“两个文明”建设的全面发展, 创造了企业经营的崭新业绩: 销售收入由 1997 年的 1.2 亿元, 上升到 2004 年的 30 亿元; 产品面向国际国内两个市场, 1998 年公司产品即首批出口法国 PSA 公司, 实现了我国汽车电子产品为国际汽车公司整车配套 (OEM) “零的突破”; 目前年产 EMS 达 150 万套, 在国内市场占有率达 50% 以上; 更为重要的, UAES 的建成投产, 填补了我国汽车电子产品生产的一项空白, 为国家实行严格的汽车尾气排放法规提供了强有力的技术支撑。

上海石化“三守三人”职业精神探析

中国石化上海石油化工股份有限公司 姜红林

石化行业是高温高压、易燃易爆、有毒有害的高风险行业，因而对员工的职业行为有着更为严格的要求。一旦员工不按照操作规程办事，就有可能给企业、周围群众和员工本人，造成巨大的生命财产损失和无法弥合的精神及肉体的伤害。因此，开展职业道德建设，培育良好职业精神，在石化行业具有现实的意义。

培育职业精神是企业一项十分重要而又紧迫的任务。上海石化在建设具有国际竞争力的现代化石油化工企业的进程中，注意研究和切实加强员工的职业道德建设，提出并倡导了“敬业守职做明白人、遵章守纪做老实人、明礼守信做文明人”，即“三守三人”的职业精神，开展丰富多彩的群众性职业精神教育实践活动，使“三守三人”的职业精神成为了上海石化员工共同的思想基础和行为准则，形成了良好的职业风尚，从而提升了企业的整体素质，促进了上海石化物质文明和精神文明建设的协调发展。

一、培育良好的职业精神是企业固本强基的有效举措

职业精神是企业员工在从业活动中所反映出来的整体心理状态，是企业员工对待各项工作的价值趋向和内在驱动力。良好的职业精神，具有鲜明的企业个性，体现了企业的价值观念、主导意识；具有积极有为、奋发向上的特点，可以充分激发员工的创新、创造能力，增强企业的活

力；具有激励、教化、凝聚、感召的功能，有利于充分发挥企业员工的潜能，从而，协同一致地实现企业的目标。

培育良好的职业精神是社会主义思想道德建设的重要组成部分，是发展先进文化的重要内容。上海石化是从事制造业的企业，固然应该重视物质生产，突出以经济效益为企业的主要发展目标；然而利润并不是企业的唯一追求，提高员工的综合素质，促进人的全面发展，培育和造就有理想、有道德、有文化、有纪律的员工队伍，同样也是企业的重要发展目标。这两个发展目标是相辅相成，互为条件，又互相促进的。从事企业经济活动的主体是企业的员工，只有员工的素质的提高，才有企业素质的提高；高素质的企业，也有利于培养高素质的员工。因而，具有发展潜质的企业，决不会见“物”不见“人”，忽视员工素质的提高。

培育良好的职业精神，是企业文化建设的基本内容，也是提高员工综合素质进而提升企业素质的有效举措。近些年来，随着群众性精神文明创建活动的不断深入，员工的职业素养、职业行为和职业精神有了一定的提高。爱岗敬业、遵章守纪、团结协作、乐于奉献、服务社会、诚实守信的职业行为渐成风尚，并日趋成为上海石化职业精神的主流。但是，与上海石化“建设一流企业、培养一流员工”的目标相比还有不少差距，员工在从业过程中有

悖职业精神的不文明、不道德行为时有发生。上海石化必须适应企业发展需要，抓住有利时机，巩固现有成果，消除薄弱环节，积极探索新形势下培育职业精神的特点和规律，在内容、形式、方法、手段、机制等方面不断创新，建设优秀的企业文化，努力把员工素质提高到一个新的水平。

二、体现企业特质，倡导“三守三人”的职业精神

上海石化形成“三守三人”的职业精神，是对职业精神长期探索的成果。上海石化一贯重视培育员工的职业精神，在上个世纪七、八十年代的建厂初期，就提出了“艰苦创业、科学求实、团结进取、忘我献身”的金山精神；到九十年代完成股份制改造后，又提出《员工行为规范》，作为员工的日常行为准则；2003年上海石化进一步提出了“三守三人”的职业精神，这个职业精神是对“金山精神”和《员工行为规范》的补充和完善，进一步确立了企业价值观，为规范员工的职业行为提供了更为完整的操作平台。“三守三人”的职业精神，必将渗透到每个基层、每个班组、每个岗位，成为每个员工的行为准则，发挥其积极的作用。

上海石化“三守三人”的职业精神，具有丰富的时代内涵和鲜明的行业特色。所谓“敬业守职做明白人”，就是要求职工忠诚石化事业，热爱工作岗位，恪尽职守，尽心尽力，掌握技术，精通业务，具备做好本岗位工作所