

一个大型航空工业公司的企业文化

企业基业长青

经济科学出版社

责任编辑：高续增

封面设计：汤树林

版式设计：代小卫

人与企业共振

——一个大型航空工业公司的企业文化

主 编 陶辉武 副主编 任基安 陈国平

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
仰山印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 插页2 7印张 150000字

1990年4月第一版 1990年4月第一次印刷

印数：0001—7800册

ISBN 7-5058-0337-9/F·286 定价：3.20元

编委主 任：吴沈铎 万玉林

副主任：邱杰雄 叶金福 陶辉武

委 员：(按姓氏笔划排列)

王惟元	文代明	乔 寿	许文楚	刘迪群
任基安	苏元柏	何建文	陈国平	陈博舜
胡季初	徐年友	徐伏清	黄月梅	
陶辉武	曹晋东	任基安	陆庄泉	邓昌道
卜博高	蔡甫成	盛树强	张克祥	姜润先
莫大德	陈国平	何寿安		

写 作 人 员：陶辉武 曹晋东 任基安 陆庄泉 邓昌道

卜博高 蔡甫成 盛树强 张克祥 姜润先

莫大德 陈国平 何寿安

南方動力機械公司

物實求精

創新圖強

一九九零年 林言東
(航空航天工業部部長)

全心全意依靠工人阶级
发扬务实求精
创新图强的企业精神

熊清泉 一九八九年十二月

（熊清泉同志为湖南省委第一书记）

目 录

序	赵荫华 (1)
序二	李燕杰 (6)
序三	吴沈铎 (9)
绪论 建设有中国特色的社会主义企 业文化	(12)
第一节 企业管理理论的新发展	(13)
一 80年代的新发现	(13)
二 企业文化的由来	(14)
第二节 文化与企业文化	(15)
一 文化	(15)
二 企业文化	(15)
三 企业文化的特征	(17)
四 企业的功能	(18)
第三节 我国企业文化的基本特色	(20)
一 我国社会主义企业文化的基本指导原则	(20)
二 我国企业文化与日、美企业文化的根本区别	(22)
三 企业文化与思想政治工作	(26)
四 企业文化与精神文明建设	(28)
第一章 人与企业共振 ——南方公司企业文化概述	
第一节 南方公司企业文化的形成	(30)
一 成功的创业之路	(30)

二 独特的管理风格	(35)
第二节 南方公司企业文化的构成和特征	(38)
一 南方公司企业文化的构成	(38)
二 南方公司企业文化的特征	(39)
第三节 南方公司企业文化建设	(40)
一 企业文化建设的四条原则	(41)
二 企业文化建设的四个作用	(41)

第二章 企业文化的灵魂

——企业价值观

第一节 价值观	(44)
一 哲学、社会学意义的价值观	(44)
二 马克思主义价值观	(47)
第二节 企业价值观是企业文化的核心	(49)
一 价值观是文化的核心	(49)
二 企业价值观的形成和功效	(50)
第三节 南方公司“五个至上”	(52)
一 集体至上：价值观的核心	(52)
二 效益至上：企业生存之本	(53)
三 用户至上：企业生产的宗旨	(55)
四 奋斗至上：企业发展的动力	(56)
五 职工至上：企业最宝贵的财富	(57)

第三章 站在强者的高度上

——企业精神

第一节 科学完整的南方精神	(59)
一 南方精神的提出	(60)
二 南方精神的构成和特点	(62)
第二节 务实——“南方人”的科学态度	(63)
一 尊重客观规律	(63)

二 着力于基础建设	(65)
三 献身航空航天事业	(66)
四 忠于职守	(67)
第三节 求精——“南方人”的工作作风	(69)
一 保质如命	(69)
二 推倒重来	(70)
三 宁缺勿滥	(71)
四 一丝不苟	(71)
第四节 创新——“南方人”的创业精神	(72)
一 走我之路	(72)
二 革昔之旧	(73)
三 志在首创	(74)
四 一往无前	(75)
第五节 图强——“南方人”的执着追求	(76)
一 主动进击	(76)
二 不畏强手	(77)
三 唯旗是夺	(78)
四 走向世界	(79)
第四章 培育命运共同体的情操	
——企业情操	
第一节 确立完整的企业情操	(81)
一 情操和企业情操	(81)
二 企业情操是企业文化的方向	(82)
第二节 怀赤子心	(84)
一 热爱党——“南方人”对“太阳”的信念	(84)
二 热爱社会主义祖国——“南方人”对“母亲”的深情	(86)
三 热爱公司——“南方人”对“家庭”的关切	(87)
第三节 当求知迷	(89)

一 不怕吃苦的求知迷	(89)
二 废寝忘食的求知迷	(90)
三 生命不息学习不止的求知迷	(90)
四 省吃俭用的求知迷	(91)
五 老当益壮的求知迷	(92)
第四节 做正直人	(93)
一 不赚昧心钱, 杜绝劣质品——“南方人”正直的 行为文化之一	(93)
二 见义勇为, 是非分明——“南方人”正直的行为 文化之二	(94)
三 廉洁奉公, 倡导节俭——“南方人”正直的行为 文化之三	(95)
第五节 追求健康美	(97)
一 以患难与共为美	(97)
二 以情感真诚为美	(98)
三 以助人为乐为美	(99)
四 以维护企业声誉为美	(100)
第五章 扬起企业自己的旗帜	
——企业楷模	
第一节 用榜样影响个体行为文化	(102)
一 个体行为文化是建设企业文化的基础	(102)
二 用榜样激励职工以形成良好的个体行为文化	(103)
第二节 “南方人”的第一面旗帜——中国的 “保尔”吴运铎	(106)
一 军工战线的老英雄	(106)
二 第一次创业的奠基人	(108)
三 吴运铎继承人的情怀	(109)
第三节 “南方人”的英雄气概	(115)
一 跨越世纪的尖兵——李临庄	(115)

- 二 艰苦奋斗的能人——姜汉衡(116)
- 三 克己奉公的主人——刘元章(118)
- 四 知识分子的榜样——朱传千(119)

第六章 每一个人都来做企业的主人

——企业民主

第一节 企业民主是企业文化主体性的根本

体现(122)

- 一 民主观和企业民主(122)
- 二 企业文化主体性的根本体现(123)
- 三 民主氛围的曲折发展过程(124)

第二节 在制度面前人人平等(126)

- 一 “南方人”的平等观(126)
- 二 “南方人”的双向监督观(127)

第三节 领导者权威与职工的民主权利的统

一(128)

- 一 领导者的权威(128)
- 二 职工的民主权力(129)
- 三 领导者权威建立在尊重职工的民主权利基础上(130)

第四节 “两参”原则在新形势下的继承和发

展(131)

- 一 南方公司的“两参”传统(132)
- 二 在新形势下更要发扬“两参”的优良传统(133)

第五节 公开性与策略性(134)

- 一 民主管理的前提条件(134)
- 二 公开性原则的积极效应(134)
- 三 坚持公开性原则与策略性原则的统一(136)

第七章 活而有序的自调节机制

——企业规范

第一节 企业规范是企业文化的具体行为模式(137)

- 一 企业规范的内涵(137)
- 二 企业规范的形成及功能(138)

第二节 “南方人”的法律意识(140)

- 一 学法知法懂法是为了用法律维护自己的权利,
规范自己的行为——“南方人”的法律意识之
一(140)
- 二 要有依法治厂和依法经营的自觉性——“南方
人”的法律意识之二(141)

第三节 “南方人”的遵纪观念(143)

- 一 讲求令行禁止——“南方人”的党纪政纪观念(143)
- 二 崇尚自觉遵从——“南方人”的劳动纪律观念(145)
- 三 倡扬恪尽职守——“南方人”高尚的遵纪观念(147)

第四节 “南方人”的风俗习惯(149)

- 一 “1 + 1 = 3”的核心家庭模式(149)
- 二 俭朴庄重的婚丧仪式(150)
- 三 热烈而轻松愉快的节日文化(151)

第八章 充满理解和友爱的群体

——企业人际关系

第一节 团结和谐的人际关系是企业顺利发 展的基础(153)

- 一 人际关系是企业文化中流动的“血液”(154)
- 二 文化心态的变迁呼唤着“理解和友爱”(155)

第二节 相互理解是职工的行为准则(157)

- 一 转换角色(158)
- 二 转变观念(159)
- 三 转移情绪(160)

第三节 倾注友爱是职工的为人态度	(162)
一 情感激励	(162)
二 情感引导	(163)
三 情感吸引	(164)
第四节 人际关系原则性与情感性的统一	(164)
一 回避亲缘关系的干扰	(165)
二 君子之交淡如水	(165)
三 褒贬分明敢斗邪气	(166)

第九章 开发创造性的源泉

——企业岗位成才

第一节 岗位成才是企业和职工的共同愿望	(167)
一 “才源”在内，成才在岗	(168)
二 双重引导岗位成才	(169)
第二节 岗位成才的“催化剂”	(171)
一 学以致用培训途径	(171)
二 一本万利的振兴之道	(172)
第三节 平等竞争是岗位成才的动力机制	(174)
一 开拓成才领域，更新成才观念	(175)
二 建立奖励制度，鼓励立志成才	(176)

第十章 创造多姿多彩的生活

——企业文体

第一节 生动活泼的文体生活	(178)
一 企业文化的直接表现	(178)
二 成龙配套的场所	(178)
三 三位一体的动机	(180)
第二节 多种多样的文体人才	(181)
一 千金难买的生动力源	(181)
二 不拘一格的人才培养法	(182)

三 大显身手的轻骑突击队	(185)
第三节 群体群艺的正确方向	(187)
一 广泛的活动氛围	(187)
二 群体群艺的积极效应	(188)
第十一章 宽松和谐的舆论环境	
——企业舆论	
第一节 企业舆论是企业文化的先导	(189)
一 舆论——企业的另一个法庭	(189)
二 舆论的先导功能	(190)
第二节 公司舆论阵地的立体多元结构	(190)
一 公司的主要舆论机构	(190)
二 南方人对企业舆论的深切关注	(192)
第三节 造就七嘴八舌的宽松环境	(193)
一 “批评不封顶”	(194)
二 多种声音并存	(196)
第四节 敢于冲击落后的传统心态	(197)
一 造就允许新旧观念碰撞的文化氛围	(197)
二 化“自然解冻”为因势利导	(198)
第五节 坚持舆论的原则性方向	(199)
一 抓住典型坚持正面引导	(200)
二 把握舆论确保正确方向	(202)
第十二章 “南方文明”的磁性效应	
——企业环境	
第一节 绿色海洋中的一颗明珠	(203)
第二节 绿文化的魅力	(205)
第三节 走过好多地方还是这里好	(207)
后记	(201)

序

赵 荫 华

近几年，在我国为适应加强企业两个文明建设的客观需要，兴起了一种新的研究和新的实践，那就是提倡和加强企业文化建设。《人与企业共振》的出版，标志着我国一个特定企业的企业文化体系雏形的诞生。这是值得高兴的。航空航天部南方动力机械公司是一个大型航空工业企业，是全国思想政治工作优秀企业，1987年首批进入国家二级企业行列，1989年通过了国家一级企业预审。长时间以来，他们把企业文化建设作为思想政治工作的内容之一，作为精神文明建设的一个重要方面，进行实践、探索、总结，取得了可喜的成绩。

这本书反映的虽然是单独一个企业的企业文化，但却具有普遍意义的特点。首先是它的实践性。书中许多感人至深的人物和事例，都是出自一个企业内部，从中可以看出南方公司企业文化建设的脚印是清晰的。然而，他们又不是停留在事例的浅表层上，而是从企业文化建设的广阔道路上延伸开去，将这种实践上升到理性认识的高度，较好地坚持了理论与实践的结合。第二是它的系统性。全书以企业价值观为核心向外围扩展，由企业价值观、企业精神、企业情操、企业楷模、企业民主、企业规范、企业人际关系、岗位成才、

群体群艺、企业舆论、企业环境等组成一个多层次的企业文化圈，体现了该公司企业文化的系统性。第三是具有较强的思想性。它不是好人好事的堆积，而是从中反映出来的高尚情操；不是民主管理的方法，而是民主管理中的主人翁意识；不是一般的规章制度，而是规章制度所体现的文化传统和职工对待规章制度的文化心态；不是人际关系，而是人际关系所体现出的理解和友爱的为人处世哲学；不是岗位成才的经验，而是立足岗位、以岗位为基础，提高职工的文化技术水平和公司所创造的适合其岗位成才的文化氛围；不是直叙优美舒适的环境，而是对生活环境的创造动机和情感。这就较好地扣住了文化的特征，体现了较强的思想性。第四是体现了借鉴、继承和创新相结合的特征。该书既继承了我国民族文化中的优良传统，又借鉴了国外企业文化的有益成果，联系社会主义企业的实际，进行了自己独立的创造，形成了南方公司自成一体的文化个性。从这本书中可以看到中国社会主义特色的企业文化雏形。

建设企业文化是整体加强和改进企业思想政治工作的重要内容和重要途径。有人认为，企业文化是国外的东西，我们企业有思想政治工作就行了，不需要搞什么企业文化建设。也有人认为，企业文化是一门新兴的管理科学，在社会主义有计划的商品经济条件下，应该以企业文化建设代替思想政治工作。这些认识都是不正确的。为了从整体上加强我国企业的科学管理和思想政治工作，对国外企业文化的合理部分和有益成果应该加以借鉴，为我所用，在马列主义、毛泽东思想指导下，坚持四项基本原则，坚持两个文明建设，从中国的实际情况出发，创建有中国社会主义特色的企业文化是必要的。思想政治工作是我们党的政治优势，具有丰富的实

践经验和坚实的理论基础。加强和改进思想政治工作，目的是为了从整体上提高人的觉悟，提高人的素质，培养有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人，促进社会生产力的发展；企业文化建设搞得越好，在这一方面可以发挥其积极作用，应该加以重视、探索和应用。因此，既不能用企业文化建设代替党的思想政治工作，也不能忽视企业文化建设在加强思想政治工作中的重要作用。要加强企业的思想政治工作，就要重视企业文化建设，而要建设优秀的企业文化，也决然离不开强有力的思想政治工作。企业文化是企业物质文明和精神文明的结合点，是使企业两个文明协调发展的有效途径。加强思想政治工作，把思想政治工作贯穿于企业文化建设的全过程和各个方面，用四项基本原则统帅企业文化建设，有利于把治理企业小环境与治理国家大环境结合起来，使企业建设置于整个社会主义现代化建设的大背景之下，实现爱国、爱厂、爱岗的真正统一。

建设企业文化一定要体现中国社会主义特色。什么是具有中国社会主义特色的企业文化？概括起来主要有三个方面：一是必须以马克思列宁主义、毛泽东思想作为企业文化建设的指导思想。二是要坚持中国共产党的领导，具有党、政、工齐抓共建的全员特色。三是要建立以社会主义公有制为基础的价值观念、企业精神和规范系统。抓住了这三个方面，就不会盲目地照搬照抄外国的企业文化模式。现在我们的社会主义制度还有一个完善的过程，尤其是科学技术、经济管理还比较落后。要在科学技术、经济管理等方面赶上去，提高到先进水平，学习、借鉴外国有益于我的先进经验就显得更为迫切和必要。但是应该看到，在生产关系、社会制度等方面，我们走在前面，我们比西方高明。中华民族有自己的

优秀传统文化，社会主义中国有自己特色的政治优势，我们社会主义企业有自己的个性特点。这是我们建设中国企业文化的基础。只有牢牢地立足在这样的基础上，才能在借鉴外国经验时不失去自我，进而创造自我，建设具有中国社会主义特色的企业文化。

要建设好社会主义的企业文化，必须抓住几个实质性的问题。首要的是企业价值观。企业价值观是企业文化的核心。一个企业怎样才具有统一意志，能够作为一个整体而运转自如呢？一个重要的条件是要有正确的、科学的统一价值观。有了统一的价值观，就可以保证企业职工言行的一致性，也就可以更好地形成职工正确的行为规范。企业内部工作效率的强弱，职工素质的高低，在很大程度上取决于正确的、主导性的价值观是否形成，并为多数人所接受。其次是企业精神。企业精神是企业价值观的集中表现，是企业的精神支柱。在企业内部，奖金和精神哪一个更重要？贯彻按劳分配的原则，发放一定数量的奖金是必要的，但没有精神支柱是决然不行的。唯有精神支柱才是力量的主要源泉。培养企业文化就必须职工中反复宣传和倡扬企业精神，以此来激发人们的进取心，凝聚全体职工的意志。这是一种巨大的资源。开发这种精神资源，挖掘这种精神财富，是企业文化建设的一个重要任务。再次是着力培养“四有”职工队伍。企业的一切都必须靠人来实现。没有职工的知识、智力、素质和觉悟，一切都会成为泡影。这其中提高人的觉悟是关键。有人把提高企业内部人的觉悟视为“企业文化之魂”确有其深刻含义。

企业文化建设作为思想政治工作的一个重要方面来探索实践，在我国还起步不久，至今还很不完备，有待于今后不断研究、不断实践，使之逐步完善。当前，不少企业尤其是