

乡镇企业

思想政治工作

范廷枢 季建业 主编

南京出版社

江苏省哲学社会科学
“七五”规划项目

乡镇企业思想政治工作

范廷枢 季建业 主 编

南京出版社

内 容 简 介

我国乡镇企业的发展，不仅在经济社会生活中开创了新格局，也为思想政治工作打开了新领域。作者从乡镇企业经济活动、社会影响和职工队伍的特点出发，认真总结了实践经验，全面论述了乡镇企业思想政治工作的地位、作用、规律、目标任务、方针原则和基本途径、主要方法。内容具体充实，对实际工作指导性强，理论上也有一定新意。

乡 镇 企 业 思 想 政 治 工 作

范廷枢 季建业 主编

南京出版社出版发行

江苏省社会科学基金会编辑

江苏省新沂印刷厂印刷

开本 850×1168毫米 1/32 印张5 字数125千

印数 1—8,000册

1990年3月第1版第1次印刷

ISBN 7—80560—159—3

1·24 定价：2.90元

《江苏社会科学文丛》

编辑前言

《江苏省哲学社会科学“七五”规划》已进入收获期，全省社会科学工作者和实际工作部门许多同志的辛勤耕耘即将结出累累硕果。当此之际，我们着手编选一套《江苏社会科学文丛》，以展示部分课题承担者的令人欣喜的劳绩。

当然，由于受各方面条件所囿，这套《文丛》不可能将全省列入“七五”规划的二百多项课题全部包罗进去，而只能收入部分课题的最终成果或少数课题特别有价值的中间成果。好在许多成果已经或即将在全国各地付梓印行，我们这套《文丛》只是对这种繁花似锦的喜人局面的调节和补充。

我们期待着，全省社会科学战线将结出更为丰硕的成果，为“七五”规划做一个很好的总结。

我们期待着，在即将到来的“八五”期间，全省社会科学战线将有一个新的、更为良好的开端。

愿这套《文丛》能为“七五”规划向“八五”规划的过渡起某种程度的承前启后的作用。我们有信心，将来在“八五”规划进入收获期的时候，完全可能为科研成果的出版发行服务得更好一些。

江苏省社会科学基金会

出版服务中心

一九八九年九月

序 言

高德正

思想政治工作，是我们党全部工作的一个极其重要的组成部分，重视思想政治工作是我们党在长期革命斗争和社会主义建设的实践中形成的优良传统。从根本上说，思想政治工作就是用马列主义、毛泽东思想教育并武装人民群众，使他们认识自己的根本利益，并且团结起来为之奋斗。在改革开放和社会主义现代化建设中，思想政治工作一方面要通过坚持不懈地用爱国主义、集体主义、社会主义和自力更生、艰苦奋斗的思想教育人民群众，调动和激发他们的主动精神和创造精神，为建设“四化”提供强大的精神动力；另一方面，要通过坚持四项基本原则的教育，为改革开放和社会主义现代化建设确立正确的发展方向提供强有力的思想保证。这两个方面既是思想政治工作的出发点，又是思想政治工作的必然效应，它们统一于建设有中国特色的社会主义的伟大实践中。

思想政治工作是党宣传、教育和团结亿万人民群众进行斗争的强大武器，同时又是一门实践性很强的科学，它有自身内在的规律性。加强和改进思想政治工作，就必须努力研究和掌握这些规律，自觉地运用这些规律，从而不断提高和增强思想政治工作的针对性、生动性和有效性。

思想政治工作的对象是人。在我们中国，十一亿人口中八亿在农村。加强思想政治工作，农民自然是重要的一个方面。在经济比较发达的江苏省、特别是苏南地区，工业已成为农村经济的

主体，百分之六十的农民已转向了乡镇工业，思想政治工作的重心自然要放到占农村经济百分之九十的乡镇企业中去。因此，研究、加强和改进乡镇企业的思想政治工作，已成为经济发达地区党组织的一项极其重要的任务。

同任何事物都具有自己的个性一样，乡镇企业思想政治工作也有其特殊性。一方面，乡镇企业植根于农村，职工来自世代从事耕作的农民，他们身上或多或少地带有小农经济意识和习惯，及其必然反映出来的狭隘眼光、平均主义思想和在发展商品经济过程中的某些盲目性。另一方面，由于商品经济的熏陶和从事工业生产劳动，同机器生产、科学技术和现代化管理相联系，现代工人阶级的许多优秀品质在他们身上开始萌生发展。因此，从一定意义上说，乡镇企业的思想政治工作，担负着把传统农民造就成为新型工人，培养有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人的重大历史任务。

这些年来，江苏各级党组织在加强和改进乡镇企业思想政治工作方面进行了许多积极有益的探索，积累了一些新鲜经验。总结这些经验，找出规律性的东西，把它条理化，上升为理论，以更好地指导实践，是一件极有意义的工作。参加《乡镇企业思想政治工作》课题研究的同志们正是从事着这一有意义的工作，我相信他们付出的努力，不仅对从事乡镇企业思想政治工作的同志会有所裨益，而且也会对我们整个思想政治工作起一定的促进作用。

一九八九年九月

目 录

序 言	高德正 (1)
第一章 乡镇企业的崛起及其深远意义	(1)
第一节 乡镇企业的兴起和发展	(1)
第二节 乡镇企业的特点	(8)
第三节 乡镇企业的地位和作用	(10)
第四节 乡镇企业的发展趋势	(14)
第二章 乡镇企业思想政治工作的地位和特点	(18)
第一节 农村思想政治工作的新领域	(18)
第二节 乡镇企业思想政治工作的历史回顾	(22)
第三节 乡镇企业思想政治工作的特点	(26)
第三章 乡镇企业思想政治工作的根本任务和	
基本内容	(33)
第一节 变革中的乡镇企业职工	(33)
第二节 乡镇企业思想政治工作的根本任务	(39)
第三节 乡镇企业思想政治工作的基本内容	(42)
第四章 乡镇企业思想政治工作的指导方针和原则	(49)
第一节 乡镇企业思想政治工作的指导方针	(49)
第二节 乡镇企业思想政治工作的原则	(52)
第五章 乡镇企业思想政治工作的基本途径和方法	(64)

第一节	确定乡镇企业思想政治工作 基本途径和方法的依据·····	(64)
第二节	建立稳固的阵地, 活跃乡镇企业思想 政治工作·····	(66)
第三节	采用多种方法, 提高乡镇企业思想 政治工作的有效性·····	(68)
第四节	从摄取思想信息入手, 提高乡镇企业 思想政治工作的针对性·····	(73)
第五节	健全制度, 完善乡镇企业思想政治工 作的活动规范·····	(76)
第六章	发挥乡镇企业党组织的政治核心作用·····	(79)
第一节	重视乡镇企业党组织建设的客观必然性·····	(79)
第二节	加强乡镇企业党的建设的基本思路·····	(83)
第三节	加强乡镇企业党的建设应注意的问题·····	(89)
第七章	培育乡镇企业的企业精神·····	(91)
第一节	乡镇企业精神的特点和作用·····	(91)
第二节	企业精神的培育途径和方法·····	(97)
第三节	正确处理培育企业精神中的几个关系 ·····	(102)
第八章	密切结合经营管理做好思想政治工作 ·····	(105)
第一节	思想政治工作必须寓于经营管理 之中 ·····	(105)
第二节	思想政治工作寓于经营管理之中 的现实可能 ·····	(106)
第三节	把思想政治工作寓于经营管理之中 的主要方法 ·····	(107)

第九章 分层次做好乡镇企业职工思想政治工作 …… (111)

第一节 乡镇企业职工层次性和思想的多样性 …… (111)

第二节 分层次有重点地做好思想政治工作 …… (114)

第十章 为乡镇企业职工创造良好的社会环境 …… (120)

第一节 社会环境对乡镇企业职工成长的作用 …… (120)

第二节 发展企业文化，创造良好的社会文化环境 …… (123)

第三节 开展创建文明单位活动，改善企业“小气候” …… (127)

第四节 重视大众传播建设，创造良好的社会舆论环境 …… (129)

第十一章 加强乡镇企业思想政治工作队伍的建设 …… (131)

第一节 形成思想政治工作网络 …… (131)

第二节 充分发挥党政工团各自的职能作用 …… (134)

第三节 加强对乡镇企业政工干部的培训工作 …… (136)

第十二章 发挥乡镇企业思想政治工作的辐射作用 …… (139)

第一节 乡镇企业思想政治工作在农村中的辐射功能 …… (139)

第二节 乡镇企业思想政治工作对农村辐射的形式 …… (141)

第三节 强化乡镇企业思想政治工作的辐射效益 …… (144)

后 记 …… (149)

第一章

乡镇企业的崛起及其深远意义

乡镇企业是当今中国大地上崛起的新兴事业。它代表着农村生产力的发展方向，冲破传统农业的藩篱，向着农村商品生产的广度和深度进军。党的十一届三中全会以来，它作为经济战线上的一支突起的新军，以极其旺盛的生命力迅猛发展。它象一颗灿烂夺目的明星，照耀着农村致富之路。它的存在和发展，为走出一条具有中国特色的社会主义道路起了巨大的促进作用。

第一节 乡镇企业的兴起和发展

乡镇企业，在1984年以前称为社队工业。它的兴起和发展，有特定的历史、经济和社会条件。

一、农村手工业——乡镇企业兴起和发展的源头

正如马克思指出的，在中国，小农业和家庭手工业的统一形成了生产方式的广阔基础。我国农村历来就有农业和手工业紧密结合的传统，在沿海地区的农村更是源远流长。新中国成立以后，在农村社会主义改造过程中，数以千万计的兼营商业性手工业的农民和一部分分散在农村的专业手工业者，相继参加了农业生产合作社，并以这批人为骨干力量办起了许许多多作坊式的手工业合作社或合作组。到了1958年，随着国家工业化的迅速发展和农业机械化方针的推行，在农村又创办了一批小型工业企业，主要是制造各种农具、农船、简单的机械配件和砖瓦、石灰等建

筑材料，以及进行粮油加工等等。它们较普遍的是以、木、竹等手工业联社和农机站，设备简陋，工艺简单，管理落后，利润极少。这类作坊式企业的生产，虽然初步具备了商品生产的性质，但生产规模小，销售范围窄，仍带有自给自足的色彩。在三年困难时期，这些企业在国民经济调整中大多数关闭了。六十年代中期才逐步有所发展。这批由农村手工业发展起来的作坊式的企业就是乡镇企业（社队工业）的源头。如果把现在的乡镇企业比作一棵生机勃勃、根深叶茂的大树的话，这批企业就是“根”。如今大多数乡镇企业，都与这个“根”有直接或间接的“缘份”。

二、农民的致富愿望和农村现代化的要求——乡镇企业兴起和发展的内在动力

我国农村存在着两大突出矛盾：一是人口与土地的矛盾。全国十亿人口八亿在农村，人均实有耕地2.2亩。如果把所有的希望都寄托在这块耕地上，农村的剩余劳力无法安排，农业要提高劳动生产率，农村要改变贫穷落后的面貌，农民要富裕起来，都是不可能的。二是传统农业的改造与经济实力不足的矛盾。我国农业如果不能在耕作条件和运用科学技术上突破，很难向生产的广度和深度进军。而要实现农业机械化及科学种田，就需要有相当的经济实力作支撑。但国家的投资有限，传统农业自身的积累也是杯水车薪。就拿乡镇工业发展较早、较快的江苏省张家港市（原沙洲县）来说，从1962年建县到1976年，由于受两大突出矛盾的制约，一直处于被人们称为的“单一农业阶段”。它有四个特征：第一，农村经济总产值构成以农业为主体。1962年，农业占85%，林牧副渔占13%，农村工业占2%；到1976年，农业占44.6%，林牧副渔占16.5%，两者相加仍占61.1%。第二，农业产值构成以种植业为主。1962年，种植业产值占农业产值的86.7%，到1976年仍占72.9%。第三，农村劳动力以务农为主。

1962年，全县23.5%万个农村劳力，其中务农的占99%，务副的占0.9%，务工的占0.1%；1976年，全县38万个劳力，务农、务副、务工所占的比例分别是88.4%、2.6%、9%。第四，农民收入的来源以农业收入为主。1962年，全县农民人均分配61.4元，其中来自农业的占81%，来自副业的占19%；1976年，人均分配89.26元，其中来自农业、副业的分别占60.5%、24.1%。在这15年时间里，整个农村经济发展十分缓慢，农民收入平均每年每人只增加1.86元。“辛辛苦苦干一年，分配不过百元钱。”

这种状况无论是农民还是国家都是不能任其持续下去的。长期处于贫困、落后境地的农民，一方面时刻希望通过自己的劳动摆脱贫困，改变传统农民的经济地位，分享工业化带来的物质文明；另一方面有的是剩余劳力和剩余劳动时间，也有经营手工业的传统，这就很自然地产生了办工业企业的冲动，并且日益强烈起来。即使在“文化大革命”的特殊政治环境下，相当多的社、队仍然偷偷地办起了“地下工厂”。有的地方是各类工作组“几进几出”，社队企业“几落几起”，可见内在动力是何等强大。乡镇企业具有顽强生命力的根本动因就在于此。

三、正确的路线方针和政策——乡镇企业兴起和发展的大气候

乡镇企业在初创时期不仅受制于自然灾害的自然力和只重视农业的传统习惯势力，更主要的受制于政治运动和“左”的政治环境（包括片面强调“以粮为纲”、“以阶级斗争为纲”、“一大二公”等等），农民的求变愿望始终成不了现实。十一届三中全会以后，我们党坚持了实事求是的思想路线，提出了坚持改革开放，建设有中国特色的社会主义的一系列新的理论观点和方针政策，并且首先从农村开始经济体制改革。这些就成了广大农民解放思想、冲破“左”的思想和习惯势力束缚的强有力的武器，成了改变农村经济结构，兴办和发展乡镇企业的强大推动力。

1979年，国务院颁发了《关于发展社队企业若干问题的规定（试行）》，这是第一个关于发展社队企业的专门文件。它把社队企业的经营方向明确为：“主要为农业生产服务，为人民生活服务，也要为大工业、为出口服务”，同时提出了“全国社队企业总收入占人民公社三级经济总收入的比重，要由一九七八年的百分之二十九点七，到一九八五年争取提高至百分之五十左右”的规划。1981年，国务院又发布了《关于社队企业贯彻国民经济调整方针的若干规定》，明确指出：“社队企业已成为农村经济的重要组成部分，符合农村经济综合发展的方向。”并提出要“努力发展消费品生产”，“要以种植业、养殖业为基础，发展为农业生产、为人民生活、为小城镇建设、为大工业、为外贸出口服务的生产性行业和生活服务性事业，特别是传统的劳动密集型行业、能源工业、原材料工业和建筑材料工业。”1982年，中共中央批转的《全国农村工作会议纪要》和中共中央一号文件，更加明确指出：“我国农村只有走农林牧副渔全面发展、农工商综合经营的道路，才能保持农业生态的良性循环和提高经济效益，才能满足工业发展和城乡人民的需要；才能使农村的剩余劳动力离土不离乡，建立多部门的经济结构；也才能使农民生活富裕起来，改变农村面貌，建设星罗棋布的小型经济文化中心，逐步缩小工农差别和城乡差别。”并要求“各级计划、财政、物资和交通等部门，要把社队集体商业，社队企业和农工商联合企业列入户头，给予方便”，对社队企业，“要在体制改革中认真保护，勿使削弱，更不得随意破坏、分散。”1984年，中共中央一号文件进一步指出，越来越多的农民脱离耕地经营转入小工业和小集镇服务业，是“一个必然的历史性进步”。1984年中共中央四号文件中又指出：“乡镇企业已成为国民经济的一支重要力量，是国营企业的重要补充。”要求“各级党委和政府，对乡镇企业和国营企业一样，一视同仁，给予必要的扶持。”1985年，中共中

央、国务院在《关于进一步活跃农村经济的十项政策》中，提出“对乡镇企业实行信贷、税收优惠。鼓励农民发展采矿和其他开发性事业。”1985年9月，中共中央在“七五”规划建议中，明确“发展乡镇企业是振兴我国农村经济的必由之路。”1986年，中共中央、国务院在《关于一九八六年农村工作的部署》中，指出乡镇企业“是有强大生命力的，具有重要的经济和政治意义。”

我国乡镇企业的发展经历了几个起伏。1957年，全国社队工业产值约23亿元；1959年底，增加到100亿元。在三年调整时期，规定“公社和生产大队一般地不要办企业”，要对农民实行“退赔”，要“破产还债”，社队企业产值急剧下降到4亿多元。直到1978年，在党中央关于“社队企业要有一个大发展”的指示精神下，社队企业产值才达到360多亿元。十一届三中全会以后，社队企业出现了迅速发展的势头，全国乡镇企业的从业人员，1983年为2168万人，1985年为6000万人，1987年8500万人；总产值1983年为757亿元，1985年为2481亿元，1987年为4500亿元，1989年为7500亿元。这个历史过程说明，是党的正确路线、方针和政策，是十年的改革和开放，给乡镇企业带来了蓬勃发展的春天。

四、市场供需矛盾突出——乡镇企业兴起和发展的重要机遇

乡镇企业的兴起和发展，还与整个国民经济环境有关。在“十年动乱”中，部分城市企业停工停产，有的企业生产不正常，国家计划无法执行，工业品尤其是日用消费品匮乏，市场供需矛盾十分尖锐。这就给乡镇企业带来了一个“乘虚而兴”的机遇。一方面乡镇企业有了利用城市下放职工和城市技术人员的机会，一方面乡镇企业有了发展空间，一大批低水平、低层次的乡镇企业，诸如小机械、小化工、小五金、小针织、小纺织、小百货等企业，就在这样的环境下得以产生、生存并逐步积蓄了发

展的后劲。在粉碎四人帮以后的头几年，乡镇企业仍然利用了这种机遇。

五、城市经济的辐射——乡镇企业兴起和发展的重要条件

乡镇企业的每一步发展，总是离不开中心城市的作用。这种作用有的表现为“近距延扩”，有的表现为“超距辐射”。比如乡镇工业率先发展的江苏省苏州、无锡、常州市所辖的12个县（市），1987年乡镇工业的产值高达450亿元，就与其地处大城市附近，接受城市的延扩、辐射作用是分不开的。这12个县（市）的乡（镇）村都在上海、苏州、无锡、常州等大中城市的辐射圈内，从不同方向直接或间接地接受城市文明的影响，感受到城市工业的辐射力量。它们与这些中心城市之间千丝万缕的联系势必产生两个作用：一是农民比较多地了解到城市工业化的进程和经验，了解到工业文明给城市发展和城市人民生活水平的提高、社会福利设施的增加和文化生活的丰富带来的巨大好处，这无疑会对农民办工厂和走农村专业化道路产生极大的吸引力和示范作用。二是利用“乡土关系”发展乡镇企业，有利于中心城市中在农村工作过的老同志、“家乡人”、以及插队返城知识青年为农村的社会主义现代化建设贡献力量。当然，城市对农村的“延扩”力、“辐射”力，主要是由城市本身的产业结构、经济实力 and 开放程度决定的。一般来说，中心城市开放程度高，经济实力强，又是以轻纺为主的产业结构，对周围乡镇企业影响就大。上海、苏州、无锡、常州等大中城市，正是具有这样的特点，因而对周围乡镇企业的兴起和发展发挥了强烈的导向作用、带动作用 and 扶植作用。

纵观乡镇企业发展历程，大致可以分为三个阶段：

初创阶段。在这个阶段里，资金的解决，主要依靠农业的积累，同时也来自农民的实物、劳务折价及农业银行、信用社

贷款；生产项目的确立，主要是根据原有工业和传统手工业的基础，逐步扩大、延伸；技术力量主要来自城市下放工人、退休工人、本地或外地的知识青年和农民中的能工巧匠；设备的配置，主要是大工业更新下来的设备，自行组装“杂牌货”和土法上马的简易货。这个阶段的产品不定型，管理十分落后，社会功能主要是农业生产的自我配套、农村的自我服务，补充城市市场的供应，同时解决农村的一部分剩余劳动力。

大规模兴办阶段。在前面阶段“遍地开花”的基础上，集中力量、集中资金兴办骨干企业，开辟新的行业、新的产品；并利用城市大企业、大专院校和科研单位的优势，对原有企业进行改建、扩建、改造；加强本地企业间的协作，扩大生产规模。在这个阶段里有相当多的企业引进了先进设备，开始有了自己的设计、技术、管理队伍，有一定比例的熟练工人，产品定型、投资增多、业务增多，有一批产品打入了国际市场。这是乡镇企业向工业化大生产转化时期，主要社会功能是大批接纳农村剩余劳力，使本地区的经济实力和经济起飞的能力得到增强。

提高阶段。这个阶段的乡镇企业，经营行为发生了很大的变化，资金投向重点放在企业的技术改造上，普遍加强管理，重视职工的教育和培训。企业形成了相当规模和经济实力，资金、技术、人才、设备、信息、市场等条件大大改善，具备了设计试制力量，产品不断更新换代，走向先进化、系列化；有的企业开始走向技术密集型，管理日趋科学化；不少企业和产品走向国际市场。提高阶段的主要社会功能是介入竞争，保持企业及区域经济的生机和活力。

由于受到不同自然地理、历史条件的制约，各地乡镇企业进入这三个阶段的时间也各不相同。

回顾乡镇企业发展的历史，可以看出，它之所以能在全国广大农村越办越兴旺，是因为具有不以人的意志为转移的客观必然

性，党和政府、广大农村干部和农民正是遵循这种必然性，经过艰苦奋斗开创了乡镇企业大发展的崭新局面。

第二节 乡镇企业的特点

乡镇企业，是产生在我国这样一个发展中的社会主义大国的特殊型企业，它扎根于农村，与农民有着历史的、天然的联系，主要有以下几个特点：

一、以“小、多、全”为主的形态特征

乡镇企业是由各个社区集体力量利用本地各种资源和有利条件创办的，有的是几个能人能干什么就办什么企业，有的是通过“乡土关系”，得到什么信息就生产什么产品。因而，绝大多数是小工业，通用设备比较多，门类齐全。现在，全国的乡镇企业，除卷烟、石油、盐以外，几乎已经涉及到所有生产行业。

二、由各地政府与企业共同决策的决策特征

大多数乡镇企业在创办时期，是由乡（镇）政府和村组合本地各种生产要素办起来的，这就决定了乡镇企业的集体所有制性质及其社区性特征，决定了这些企业既肩负着一般企业的责任，又肩负着为社区安排剩余劳力和繁荣社区经济的社会责任，同时也形成了由社区政府与企业共同决策的决策特征。这种决策从表面看同国营企业的政企不分、所有权与经营权不分有类似之处，但实际上差别很大。由于社区政府与乡镇企业经营目标一致，再加上决策距离短、环节少，比国营企业的自主权大得多。它对生产经营项目的选择，设备的购置，劳力的使用，利润和报酬的分配等方面，在遵守国家政策法规的前提下，都有权作出决定并付诸实施，具有相当的灵活性。