

理 论 篇

企业精神及其在企业发展中的作用

李久海

自从 19 世纪末 20 世纪初泰罗的科学管理理论问世以来，企业管理作为一门科学，获得了迅速的发展，其间大体经历了三个阶段，即科学管理理论、人群关系理论，以及 80 年代初产生的企业文化理论。作为一种崭新的企业管理理论，企业文化理论代表了当今企业管理理论发展的主流，并日益被各国企业界所接受。正因为如此，党的十四大明确提出，要加强企业文化建设。在企业文化建设中，企业精神处于核心地位。抓住了企业精神的培育，也就等于抓住了企业文化建设的“牛鼻子”，这就是为什么近年来许多企业重视企业精神设计的主要原因。但是，对于什么是企业精神，企业精神包含哪些内容，为什么要培育企业精神，企业精神在企业发展中究竟有哪些作用等，目前不少企业尚不十分清楚，以致在企业精神培育方面不同程度地走入了误区。作为本书的开篇，本文试从以下几个方面作点粗浅的分析，以期对人们能有所启发。

一、什么是企业精神

辩证唯物主义认为，作为意识的同义语，精神是由物质决定的。同时，又对物质具有反作用。在某种特殊情况下，这种反作用极为明显。历史和现实的经验告诉我们，不论从事什么工作，要想把工作干好，就必须有一种精神。从某种意义上讲，没有精神就没有事业，就没有希望，就没有成功。毛泽东同志讲，人是需要有点精神的，意思就在于此。一个人是这样，一个国家和民族是这样，一个企业也是这样。一个企业需要具有的精神，就是我们所说的企业精神。这种精神一旦形成，就会成为全体员工的

精神支柱，鼓舞他们为实现企业的目标而努力奋斗。

企业文化理论是 80 年代中期开始传入中国的，至今不过 10 多年时间，由于我们对这一新型管理理论进行系统研究的时间还不长，许多问题，乃至一些基本概念，目前人们尚无统一认识。企业精神也是同样。一般认为，所谓企业精神，是指在总结企业长期以来生产、经营和管理经验的基础上，由企业领导者倡导，并为全体职工所认同和遵循，能够代表职工价值取向、理想追求、道德风尚以及精神风貌的一种群体意识。它是企业的灵魂，是企业文化的核心，是推动企业发展壮大的一种精神力量。

企业精神通常以简明精炼、通俗易懂的标语、口号和广告等具体形式表现出来，其目的在于通过这种形式，使企业精神能够铭刻在职工心中，成为职工的理想追求和行为准则；能够在社会广为流传，使企业社会公众心目中树立起良好的形象，以提高自己的知名度。在通常情况下，一个知名的企业，都有自己值得自豪的企业精神。如美国德尔塔航空公司的“亲如一家”；IBM 公司的“IBM 公司就是服务”；日本丰田公司的“好产品，好主意”；日本佳能公司的“忘记了技术开发，就不配称佳能公司”；我国二汽的“不断超越自我，视今天为落后”；三九集团的“敢闯，敢于摸索，不怕失败”等，都是以凝炼的警句，集中体现了各自的企业精神。

二、企业精神包括哪些基本内容

企业精神是企业在长期的生产经营活动中形成的。由于各个企业所从事的生产经营活动和所处的外部条件不同，因而企业精神也不尽相同。即使是同一行业的不同企业，由于各自的具体情况不同，企业精神的内容和表述也不一样。但这并不是说，不同企业的企业精神就没有共同之处。唯物辩证法认为，共性存在于个性之中，个性不能脱离共性而存在。尽管各个企业的企业精神内容各异，表现形式不同，但它们又都包含一定的共同点，这种共同点主要有以下几个方面：

第一，企业理想方面的要求。任何企业都有自己的目标追

求，在企业文化中，这种目标追求被称为企业理想。企业理想是建立在全体员工的共同价值观的基础之上的。所谓企业价值观，是指为企业全体成员所共同认可的价值标准和价值取向，是企业全体员工不同利益追求的综合反映，是形成企业精神的思想基础。作为价值主体，一个企业一旦确立了自己统一的价值观，就会把不同成员的利益粘合在一起，从而产生共同的心理倾向，形成一种强烈的、具有内聚力的群体意识，即企业精神。

第二，企业行为方面的要求。列宁说过，一个行动胜过一叠纲领。企业在确立了自己的奋斗目标之后，关键是要动员和组织全体员工为之奋斗。否则，目标订得再宏伟，也没有意义。作为企业的一种精神支柱，企业精神一般都含有对职工行为方面的要求。如日本松下电器公司的“工业报国，光明正大，团结一致，奋发向上，礼节谦让，感谢抱恩”；我国石油企业的“求实、团结、开拓、奋斗”等企业精神，都对企业职工的行为提出了明确的要求。

第三，企业意志方面的要求。意志是指人们在困难面前自觉调整自己的行为方式，以达到预期目标的心理过程。同样，在企业生产经营过程中，也会遇到各种各样的困难，甚至是意想不到的困难，这就需要发挥企业意志的作用。企业意志是全体员工意志的综合体现，它所反映的是职工在困难面前应当采取的态度，是企业克服困难、走向成功的一种重要的团体精神。企业意志对企业行为有着重要的调节作用，主要表现在以下两个方面：一是引导职工去从事有利于实现企业目标的行动；二是防止职工中出现有悖于实现企业目标的行动。企业意志是企业精神的突出表现。一个企业只有具备顽强的企业意志，才能排除千难万险，实现自己的预定目标。

三、为什么要培育企业精神

行为科学告诉我们，人们不论从事什么活动，都有自己的动机和目的，企业精神的培育也是同样。在现阶段，我们之所以大力提倡培育企业精神，是因为企业精神的培育对企业各项工作的

开展有着重要的推动作用。

第一，培育企业精神是企业生存和发展的需要。随着经济体制改革的深入和社会主义市场经济的发展，企业都将被推向市场。作为独立的法人实体和市场竞争主体，企业将面临着来自国内外市场的激烈竞争和优胜劣汰的严峻考验。一个企业要想在竞争中取胜，抓好企业计划、决策、技术、设备、工艺等各项工作固然重要，但更重要的则是在全体员工中建立起一种精神支柱。企业的精神支柱是企业的灵魂，是企业的根本所在。当企业遇到困难时，有了精神支柱，就会形成万众一心、“众志成城”的局面，就没有克服不了的困难，从而使企业摆脱困境，走出低谷。反之，就会人心涣散，一筹莫展，使企业陷入困境。实践表明，没有精神支柱的企业，就没有凝聚力和竞争力，就没有明确的发展战略和经营方向。近年来，凡是在国内外市场竞争能力强、经济效益好的企业，无不具有自己独特的企业精神。如武汉钢铁公司的“武钢人精神”；大连化学工业公司的“大化精神”等。我们建立企业精神的目的是要在全员员工中建立一种精神支柱，使企业在生存和发展的关键时刻，能有一种克难制胜的精神力量。

第二，培育企业精神是加强企业管理的需要。加强企业管理，是提高企业经济效益的重要环节。长期以来，国有企业的经济效益之所以低下，原因是多方面的，其中之一就是基础管理工作薄弱。据有关资料显示，在亏损的国有企业中，因政策性亏损的仅占 10%，由于管理不善而导致经营性亏损的则高达 80%。因此，抓好管理工作至关重要。今天，管理就是资源，就是效益，就是生产力的观点已为越来越多的人所接受。但抓管理从何入手，目前人们的认识尚不统一。在以往的管理实践中，人们通常把财与物的管理作为管理的中心。实际上，这种管理模式已远远不能适应时代发展的需要。当今世界的管理早已从以物为中心，转到了以人为中心。因为只有人才是企业最宝贵的资源，人的积极性、主动性和创造性能否得到有效发挥，直接影响着企业

的生存和发展。企业精神就其实质来讲，就是讲人的管理问题。所谓培育企业精神，就是对企业的人力资源进行开发，实现以人为中心的管理，最大限度地调动职工的积极性，把潜在的生产力变成现实的生产力，以达到振兴企业的目的。因此，要实现企业管理由以物为中心向以人为中心的转变，促进企业管理水平上新台阶，必须抓住企业精神培育这个中心环节。

第三，培育企业精神是加强企业两个文明建设的需要。建设有中国特色的社会主义，不仅要把物质文明搞上去，而且要把精神文明搞上去。在建设高度物质文明的同时，努力建设高度的社会主义精神文明，是邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的重要组成部分，也是我们党长期以来倡导和坚持的一个重大战略方针。作为国民经济组成细胞的企业，理应承担起两个文明建设的重任，做到两个文明一起抓，两个成果一起要，二者不可偏废。但是，在如何使二者有机结合上，长期以来我们却始终没有找到一种有效的形式，以致“两张皮”的现象经常发生。而企业精神的培育，则为二者的有机结合找到了一个最佳途径。这是因为，一种良好的企业精神，不仅能够充分体现企业的奋斗目标、发展战略和经营方针，还能够充分展现企业的整体精神风貌。培育企业精神的过程，既是为企业经济发展提供精神动力、智力支持和思想保证的过程，也是培养和造就“四有”新人的过程。

四、企业精神在企业发展中有何重要作用

企业精神作为企业文化的核心，对整个企业文化的形成和发展有着重要的作用。从某种意义上讲，企业文化的功能主要取决于企业精神的功能，表现为企业精神的作用。作为一种观念形态的东西，企业精神渗透于企业生产、经营和管理的各个环节，对企业的生存和发展有着巨大的促进作用，主要表现在以下 4 个方面：

第一，凝聚作用。企业精神的凝聚作用是指企业精神对全体员工的吸引作用。企业精神之所以具有凝聚作用，就在于它代表了广大职工的根本利益，这种以共同价值观为基础的群体意识，

会像粘合剂一样，把职工个人的动机、需求和行为凝聚到企业的发展目标上来，从而使职工对企业产生强烈的认同感、归属感和自豪感，使职工充分认识到个人前途的实现离不开企业的发展，从而把自己的命运与企业的安危联系在一起，自觉地为实现企业的发展目标而奋斗。这种强大的凝聚力和向心力，能使企业的整体优势得到最大限度的发挥，使企业永葆生机和活力。

第二，导向作用。企业精神的导向作用是指企业精神对职工行为所产生的一种引导作用。企业精神之所以具有导向作用，是因为它反映了全体员工的共同追求，是以全体员工的共同价值观作为前提的。企业精神对员工的导向作用主要体现在两个方面：一是目标导向，即引导全体员工把个人的理想和目标统一到企业的理想和目标上来，使之朝着一个共同的方向努力，为实现企业特定的目标而奋斗。二是行为导向，即引导企业和职工实施正确的行为，使企业始终沿着健康、正确的轨道向前发展，防止有悖于企业经营宗旨行为的发生。

第三，约束作用。企业精神的约束作用是指企业精神对企业职工思想和行为所起的规范作用。企业精神之所以能够起到约束作用，是因为它体现了广大职工的共同意志，是经过规范化了的群体意识。这种约束作用尽管不同于法律规范、劳动纪律和规章制度，但它却能够起到法律规范、劳动纪律和规章制度所起不到的特殊作用。由于企业精神是企业全体员工共同认可的，因此，当职工做出有悖于企业精神要求的事以后，就会从心里感到内疚，从而自觉地纠正自己的错误言行，使之纳入公众认可的轨道。职工这种行为的自觉调整，客观上可以起到维护企业正常生产和工作秩序的作用。

第四，激励作用。企业精神的激励作用是指企业精神能够对职工产生一种催人奋进的驱动作用，从而激发职工的工作热情，调动职工的工作积极性。企业精神之所以具有驱动作用，是因为它不是某个人或某些人的理想、信念、意志和决心的体现，而是广大职工共同理想、信念、意志和决心的反映。特别是企业目标

的制定，体现了与职工个人目标的高度一致性，这种一致性能使职工产生一种实现了企业的发展目标，也就等于实现了个人目标的强烈心理感受，从而激发职工的主人翁责任感，激励他们自觉地为企业发展尽责效力，为实现企业的发展目标拼搏进取，奋力冲刺。

第五，感染作用。企业精神的感染作用是指企业精神能够在职工思想和情感上引起共鸣，对其精神面貌产生深刻的影响。企业精神之所以具有感染作用，是因为它是在总结企业生产经营实践的基础上产生的，是反复征求群众意见、经过广大职工认可形成的，在现实生活中有着深刻的群众基础。这种感染作用可以激发职工对企业的感情，使他们关心和热爱自己的企业，从而自觉维护企业的利益，为企业的发展贡献自己的力量。

企业精神形成的特点及过程

陈国莲

一、企业精神形成的特点

企业精神是企业全体员工的共同价值观，是群体的共同意志、情操，不是某个人的意志，也不是在某天一下子生成的。企业精神是一个系统工程，是企业在双文明建设的长期实践中逐步形成的。

1. 企业精神的形成需要领导者的发起倡导和率先垂范

成功的企业家都很注重培育本企业的企业精神。红豆集团董事长周庭说过：“一个企业，员工要有文化，企业要有精神，企业家要有思路。”他所倡导和培育的红豆人“文明、团结、奉献、奋发”的企业精神，在参与市场竞争中产生了很强的精神力量，促进了企业的发展和壮大。

优秀的企业精神一般都是由企业领导者首先倡导并着力培育的。这是由于企业领导者身处市场竞争的最前列，最迫切感受到企业要谋求生存和发展，必须要有凝聚员工的精神支柱，所以他们对发起和倡导企业精神最热心、最积极。虽然，企业精神在提出之前，需要经过群众的反复讨论，或者要经过企业内部有关组织的审核批准，但最终的提出，是由领导者归纳、提炼和文字概括的。

企业领导者不仅是企业精神的发起倡导者，同时也是企业精神最彻底的实践者和最佳示范者。企业精神虽然不是个别领导者的意志体现，但同企业领导者的素质、领导方法、领导艺术，甚至举止风度是紧密相关的。在企业领导的言行中，往往刻有该企业精神的强烈印记。可以说，一个优秀企业精神的形成，首先要

有一个或一群励精图治、甘当公仆、一身正气的领导者亲自倡导，并率先垂范，身体力行。

2. 企业精神的形成需要党政工团密切配合、共同努力

社会主义企业不同于资本主义企业。资本主义企业的特点是单纯追求最大利润；而社会主义企业既要创造好的经济效益，又要培育“四有”职工队伍，要做到“两手抓，两手都要硬”，两个文明建设成果一齐要。这是历史赋予社会主义企业的双重责任。社会主义企业精神的深刻内涵往往体现了精神文明建设和物质文明建设的奋斗目标。因此，企业精神的形成是党政工团的共同责任，是政工干部和行政管理干部的共同责任。

事实上，在建立现代企业制度过程中，业务工作和思想政治工作结合得越来越紧密，精神文明建设和物质文明建设更是相互促进、相互作用的。企业精神的形成，把党政工团各路工作融为一个不可分割的有机整体，找到了最佳结合点。各路工作、各部门工作都以企业精神为基点，发挥各自的优势和作用。这是许多企业在实践中探索出来的好经验。

3. 企业精神的形成需要员工的积极参与

同其他事物一样，企业精神的形成，也需要动员和发动企业员工积极参与，才能收到好的效果。

企业精神是企业内部共有的价值标准、理想追求、情感意志和行为规范的综合反映，有人称之为“企业之魂”。它渊源于企业长期的生产活动和社会实践之中。企业精神从初创、发展、完善到定格，都需要发动和动员全体员工反复探讨总结，多方征求意见，才能最后确定，并为广大职工认同接受。发掘、提炼的过程，就是一次深刻的职工自我激励、自我完善的过程。

企业精神确认后，要成为一种意识，最终融化在员工的思想、情感中，落实在全体员工的行动上，这是一个长期、艰苦的过程。企业精神的形成，有利于提高企业员工的整体素质，增强员工对企业的使命感、自豪感、归属感和荣誉感，在企业内部形成奋发向上的群体合力。

4. 企业精神的形成需要把优良传统与时代精神相结合

我国企业长期形成的许多优良传统与现代企业精神是一致的，所表现的形式虽不尽相同，但精神内涵则是共同的。在这些优良传统中，有职工当家做主人的主人翁精神；发愤图强、为国分忧的“大庆精神”；还有艰苦奋斗、勤俭节约的“一分钱精神”；爱企业、爱集体的“集体主义精神”；热爱本职工作、乐于奉献的“爱岗敬业精神”、“螺丝钉精神”、“高尚的职业道德”等等，其突出的典型代表，从 50 年代的“孟泰精神”、60 年代的“铁人精神”到 90 年代的“徐虎精神”，都体现了人们共同认可的优良传统观念和传统意识。在大力发展社会主义市场经济的条件下，人们的市场意识、竞争意识、商品意识日益增强，企业精神的形成呈现出明朗化、个性化、自觉化的趋势，突出了“开拓、创新、争优”的内容。但是，优秀的企业家仍十分珍惜注意继承和弘扬优良传统，认为这是企业精神之本。这些企业在确立或表述企业精神时，都离不开艰苦创业、主人翁意识、职业道德教育等传统观念。他们认识到，在新的历史条件下，必须汲取优秀传统文化的营养，并把它融进现代企业精神之中，才能使企业精神展示出新的现代观念、现代文明和生命力。

在继承和弘扬优良传统中，最好莫过于江泽民同志概括提出的 64 字创业精神。64 字创业精神既体现了共产党人的优良传统，又继承了我们民族的传统美德，既凝聚了企业长期创业的宝贵经验，又具有鲜明的时代特色，是企业精神形成的最好典范。

5. 企业精神的形成需要适宜的外部环境

适宜的外部环境，对企业精神的形成具有较强的激励作用。外部环境的一个重要特征是社会对企业施加的有形或无形的压力。这种压力有的是国家处在转折关头或严重困难时期，急需企业为国分忧解难；有的是在社会主义市场经济条件下，企业之间竞争激烈，企业面临着生存和发展的关头，需要解决如何适应优胜劣汰的市场规律的问题。正如一位企业领导说的那样：我们培育企业精神，与其说是自觉的，不如说是发展社会主义市场经济

后，巨大的市场压力压出来的。大庆油田是在我国国民经济出现严重困难的重压之下建成的，并形成了著名的“大庆精神”。“宝钢”是在国内国际市场激烈竞争的重压之下，才形成各项工作“都要拿国际水平的尺度来衡量，必须同世界上发达国家的企业相较量”的“宝钢精神”，建成了世界一流的现代化钢铁联合企业，走出了一条国有企业发挥优势的成功之路。一般说来，一个企业只有在一定的社会压力下，才容易形成共识，统一意志，统一步伐。在压力面前，高明的企业领导者只要善于利用这一机会，做好发起倡导工作，就容易形成员工认可的企业精神。

适宜的外部环境，也包括直观的宣传舆论气氛。现在，许多企业都在有意识地改善和调整环境。一是努力在企业外围，通过产品推销、广告宣传、赞助社会公益事业，扩大企业在社会的影响，提高企业的知名度，在公众面前树立良好的企业形象，使外围环境和舆论有利于企业的发展，也使职工对自己的企业有自信心、自豪感。这样，企业精神就容易很快被职工认可接受。二是在企业自身的环境中，可以利用各种宣传工具，采取多种手段，反复宣传自己的企业精神和体现企业精神的先进典型。比如，通过佩戴厂徽、升厂旗、唱厂歌、穿厂服，使职工每天都能看到听到本企业的目标追求，了解企业精神的实质，时刻感受到自己生活在一个充满活力、朝气蓬勃的企业之中，都在为实现企业的目标勤奋工作。

当然，企业精神的形成，还要正确处理好共性与个性、继承与创新的关系，也要善于借鉴国外成功的企业精神理论，吸纳兄弟企业优秀企业精神的精髓，使之既富有时代精神，又突出企业特色。

二、企业精神形成的过程

企业精神的形成过程同样遵循实践——认识——再实践——再认识的运行规律。其运行的轨迹是，把实践中总结、提炼出的企业精神，作用于人的心理，再通过人的心理变化和思想上的升华，达到提高工作效率、增强企业活力的目的。

具体讲，企业精神的形成需要经过三个阶段，即初始阶段、树立阶段和深化阶段。

1. 初始阶段

这是企业精神的萌芽时期。企业精神并不是一开始就完善、成形的。当企业精神还没有提炼概括之前，是处在比较零散、不系统的感性状态。企业在经营活动中，由于受社会文化、职工素质、企业环境、市场竞争等内外多种因素影响，会自发生成一些感性的认识，使企业的行为适应环境的需要，以求得企业的生存和发展。这些感性认识具有局部性、短期性和片面性，尽管大多数是积极向上的，但也有消极落后的。这时，要做好引导工作。要引导职工由具体的感性认识上升到高层次的理性认识。其中，要重点做好深入发掘和精心提炼两步工作。

深入发掘，即对企业已经存在的处于萌芽状态的文化、精神、经验加以分析、筛选、整理，从中挖掘出积极向上的，能激励职工上进的传统作风和行为模式。

精心提炼，即在深入发掘的基础上，有关部门和人员要及时加以整理。在整理、提炼时，要注意把企业特色、优良传统、时代精神、群众意愿等方面结合起来，经过巧妙构思，浓缩精炼，用明快、简洁、富有科学性和哲理性的语言把企业精神表述出来。企业精神的称谓要易懂易记，给人鲜明印象，富有鼓动性、激励性。同时，要注意做好企业精神的阐释工作。

这一阶段的特征就是把感性认识变成理性认识，把实践着的東西理论化、系统化。

2. 树立阶段

在职工群众认可已概括的企业精神的同时，树立阶段的任务就是动员组织员工学习、熟悉、体会企业精神，尽快把少数人的认识变成多数人的认识，使广大员工成为企业精神的实践者和受益者。

这一阶段要加大舆论宣传的力度。可以利用广播、电视、报纸等多种宣传形式，大力宣传企业精神，在企业围墙和门厅、大

门等处，书写醒目的企业精神条幅，强化员工的企业精神意识，使员工对企业精神的内容有深刻的了解。还可以用说明教育和形象教育等形式，对员工进行理想、道德、主人翁意识、市场观念等内容的教育，创造良好的环境氛围，为员工把企业精神转化为自觉行动奠定良好的思想基础。

这个阶段的任务是动员员工认识、接受和初步实践企业精神，使员工意识到企业“要我这样做”，是照着领导和先进典型的样子做。这个阶段历时较短，这时的企业精神实践者大多数还不可能是完全自觉和主动的，但已经有了良好的开端。随着企业精神的深入人心，在这个阶段的后期，将逐步产生一个思想认识上的飞跃，即进入深化阶段。

3. 深化阶段

这是企业精神的升华时期。这一阶段主要解决由“要我做”变为“我要做”的问题。这个阶段的主要任务是通过员工的不断实践，使企业精神不断充实、丰富、完善，达到成熟的程度。在这个阶段，企业精神已经逐渐潜移默化到广大员工的言行当中，以其柔性的特点作用于企业各项工作，并使员工产生强烈自豪感、荣誉感和主人翁责任感。这是一个比较长的时期，也是树立企业精神、宣传企业精神的最终目标。

这一阶段的特点是重在实践，重在养成。要把高度凝炼、科学、抽象的企业精神具体化、形象化，让全体员工认可并自觉地付诸于个体言行之中。企业精神的倡导者要有意识地培养各类典型，树立企业各层面中能体现企业精神的突出代表，让员工学有榜样，赶有目标，使企业精神真正成为全体员工为企业共同奋斗的强大精神动力。

从企业精神形成的三个阶段看，企业精神的形成过程既是一个由浅入深、由低级到高级的认识过程，也是一个从不自觉到自觉的过程。企业精神源于实践，又作用于实践，周而复始，循环发展，在企业的生存和发展中，发挥着独特而又重要的作用。

提炼企业精神应遵循的基本原则

郭大田

企业精神是企业全体职工的行为准则和共同信条。充满生机和活力的企业精神不可能自发地产生，它需要反复提倡和精心培育，必须经历一个由分散到系统，从现象到本质，去伪存真，去粗取精，不断概括和升华的科学提炼过程。企业精神提炼应坚持个体性原则、先进性原则、时代性原则、群众性原则和科学性原则。

一、个体性原则

社会主义企业精神要坚持社会主义方向，体现社会主义性质，这是它的共性。但是，由于企业形成发展的历史，企业的产业性质、任务和奋斗目标，企业的规模和技术特点，企业的人员构成和素质，企业所处的地理环境和社会心理气氛，企业所承担的社会义务和在国民经济中所处的地位等不同，每个企业又有各自的特点，这是它的个性。随着社会主义市场经济的发展和现代企业制度的建立，企业理应成为相对独立的商品生产者，个性将更加明显。提炼企业精神，就要着眼于企业的特点，突出企业的个性，树立有本企业特色的群体意识。

要使企业精神具有鲜明的个性特征、强烈地反映企业的独到之处和特色，在提炼过程中，要注意突出：一是企业基础特点。企业精神是由企业生产方式决定的，是企业物质存在的反映。因此，提炼企业精神，不只是名词术语的机械排列，或在字句上拼凑漂亮的口号，而是必须依据企业类型、生产规模及各项经济技术指标的实际要求，对企业的历史、现实和未来进行实事求是地分析后，有的放矢地提炼出来。这样的企业精神才切实可行。二

是队伍素质特点。企业精神是企业职工活动方式和精神状态的总和。它代表企业全体职工的共同思想、意志、情感、理想，反映职工的整体利益、愿望和要求。因此，在提炼企业精神时，必须考虑职工队伍的素质特点，包括思想道德素质、科学文化素质、技术素质等等。每个企业提出的企业精神，应该使职工感到既非高不可攀，可望而不可及，也非一蹴而就，轻而易举地就能实现。如果高不可攀，就会使职工失去信心，如果轻而易举就能实现，就起不到激励职工奋发向上的积极作用。三是企业生产经营的特点。生产经营活动是企业最基本的实践活动，也是企业生存和发展的关节点。因此，要使企业精神成为企业发展的内在动力，就必须体现企业的生产经营特点，包括生产目的、产品质量、经营方向、经济效益等。四是行业特点。由于社会分工不同，每个企业都以不同的生产经营方式置身于不同的行业之中，发挥着不同的作用。这种行业上的差别要求在提炼企业精神时考虑行业特点，一方面，要此行业区别于彼行业，使企业精神与本行业特点相一致；另一方面，要认清本企业在同行业中所处的位置，做到知己知彼。

一个企业的企业精神是否具有个性，是衡量它成熟与否的重要标志。正如世界上没有完全相同的绿叶一样，每一个企业的企业精神都应有各不相同的特点。否则，千人一面、千篇一律，就不能成为推动企业发展的精神动力。

二、先进性原则

企业精神凝聚着职工群众的理想、信念，体现着他们身上那种本质的、主流的、代表企业前进方向的思想意识和品德作风，是一种升华了的群体意识，是鼓舞人们勇于进取，蓬勃向上的精神力量。因此，它必须具有先进性。这种先进性主要表现在：

一是要反映工人阶级的优秀品质。中国工人阶级是我们国家的领导阶级，是先进生产力的代表和先进生产关系的体现者。工人阶级的先进思想体现在每一个职工特别是先进人物身上，我们要把点点滴滴、方方面面的先进思想和积极因素汇聚起来，总结