

肩负起时代赋予的使命任务

“做好新形势下宣传思想工作,必须自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务”。在全国宣传思想工作会议上,习近平总书记深刻分析国内国际形势、意识形态领域态势、信息化发展趋势,提出做好新形势下宣传思想工作的使命任务。习近平总书记的重要讲话,为我们立足新方位、找准新坐标、展现新作为,指明了努力方向。

一个时代有一个时代的主题,一代人有一代人的使命。中国特色社会主义进入新时代,我国发展形势总的很好,做好宣传思想工作具有坚实的理论基础、实践基础、物质基础、民心基础。同时,正如习近平总书记强调的,中华民族伟大复兴绝不是轻轻松松、敲锣打鼓

就能实现的。越是取得成绩的时候,越是要有如履薄冰的谨慎,越是要有居安思危的忧患。我们党要团结带领人民实现党的十九大确定的战略目标,夺取中国特色社会主义新胜利,更加需要坚定自信、鼓舞斗志,更加需要同心同德、团结奋斗。

从国内看,实现中华民族伟大复兴正处于关键时期,我们必须把人民对美好生活的向往作为我们的奋斗目标,既解决实际问题又解决思想问题,更好强信心、聚民心、暖人心、筑同心。从国际看,世界正处于百年未有之大变局之中,我们必须既积极主动阐释好中国道路、中国特色,又有效维护我国政治安全和文化安全。从意识形态领域看,思想文化相互激荡,价值观念多元多样,我们必须坚持以立为本、立破并举,不断增强社会主义意

识形态的凝聚力和引领力。从信息化发展及趋势看,新一轮科技革命带来传播格局深刻变革,我们必须科学认识网络传播规律,提高用网管网水平,使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量。

“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”,习近平总书记提出的这个使命任务,是新形势下宣传思想战线的光荣职责,是在新的历史起点上开创宣传思想工作新局面的根本要求。时刻牢记、努力践行这个使命任务,要从党和国家工作的大局去把握,从中华民族伟大复兴的进程去审视,从我国社会主要矛盾变化、人民群众新期待的角度去认识,深刻理解其历史必然性和极端重要性。时刻牢记、努力践行这个使命任务,要看到五个方面不是简单并列关系,而是相辅

相成、相互促进的有机整体,在实践中不能顾此失彼、只抓其一不顾其他,而要注重协同性、关联性、整体性,从而贯通起来把握,结合起来推进。时刻牢记、努力践行这个使命任务,要增强责任感和紧迫感,对照要求找差距、补短板、强弱项,不断增强党的十九大的“八种本领”,以坚定者、奋进者、创新者的姿态,创造无愧于时代的业绩。

宣传思想工作作为党的一项重要工作,自觉成立起就肩负着神圣职责与光荣使命。今天,在中华民族走向伟大复兴的关键时期,全力完成好时代赋予的光荣使命任务,宣传思想工作就能更好促进全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起,为服务党和国家事业全局作出更大贡献。人民日报

文化管理才是企业管理的核心

现代西方管理学把科学管理作为企业管理的核心,认为管理主要是运用理性和科学保证企业用正确的方法做事,强调战略、计划、组织和流程管理,以求提高效率。其实,文化管理才是企业管理的核心。文化管理的功能在于,用企业的核心价值观念凝聚员工、创造企业的个性,为企业发展提供目标、方向和动力,保证企业做正确的事。做正确的事远比用正确的方法做事重要,因为用正确的方法也可能做错事。

事实表明,一味追求效率并不一定能把企业管理好。没有文化,企业会用正确的方法提高做错事的“效率”;没有信息,企业会用正确的方法做不可靠的事;没有艺术,企业会用正确的方法做挫伤人的积极性的事。美国《财富》杂志曾发表文章指出,没有强大的企业文化,没有卓越的企业价值观、企业精神和企业哲学信仰,再高明的管理战略也无法成功。

文化管理的要义在于为企业确立一套价值标准,以此来评判事物的好坏对错、成功失败、善恶美丑;判别什么事是正确的,什么事是错误的,判别哪些事是应该做的,哪些事是不应该做的;判别哪些事是重要的,哪些事是次要的。不同的文化决定企业不同的追求和不同的资源配置排序,塑造企业的不同个性及其产品不同的核心竞争力,企业产品的核心竞争力,从根本上说来自其文化个性而不是技术优势,因为企业各自的技术优势和产品个性是追求个性文化的结果。

在构成企业文化的要素中,企业的核心价值观居于统领位置。核心价值观是一个组织用来判断事物好坏对错的第一价值标准,它决定着企业的使命、动力、激情和凝聚力。一旦企业有了自己独特的核心价值观,它就有了明确的方向。企业的核心价值观是企业的一切理念、制度和技术的价值基础,技术优势及其表现出来的竞争力是企业核心价值观的具体体现。一个企业要想获得核心竞争力,必须从确立核心价值观入手,建设以核心价值观为统领的企业文化。在沃尔沃的企业文化中,安全是核心价值观;在丰田的企业文化中,经济省油是核心价值观。我国的企业在经历了重视财务、重视营销、重视技术的阶段后,逐渐走到重视人的阶段,认识到人才是企业的根本。那么,怎样才能凝聚人并最大限度地发挥人的潜力呢?答案是:建设以核心价值观为统领的企业文化。因为科学和技术可以学,但企业全体员工内在的核心价值观以及由此产生的使命感、动力、激情和凝聚力则很难移植和模仿。

核心价值观的制度化,是形成企业文化和保障企业文化得到执行的关键。只有实现制度化,才能将企业的核心价值观转化为员工的实际行动。所谓制度化,就是将企业的核心价值观转变为可操作的管理制度,进而保障核心价值观得到执行的过程。

企业的文化管理是文化制度化与制度文化的内在统一。文化制度化是将核心价值观转化为实际可操作的管理制度,制度文化则是将制度理念转化为员工的思维、追求和习惯,使之得到员工的认同、转化为员工个人的价值观,最后实现企业价值观与员工价值观的统一,形成企业的“集体性格”,也即企业文化。在这个过程中,关键的一环是实现企业核心价值观制度化。价值观的变化必然带来管理制度的变化,二者同步协调、互相融合,才能保证企业文化得到有效执行。

企业文化网

关于加强企业廉政文化建设的几点思考

廉政文化是人们关于廉政的知识、信仰、规范、价值观和与之相适应的行为方式、社会评价的总和。企业廉政文化的本质属于思想道德文化建设。它与企业精神文明建设、党员干部队伍建设相互结合渗透,是企业文化建设在企业廉政工作上的支持力和渗透力的结合。加大企业廉政文化建设力度,就能更有效地推进企业的反腐倡廉工作。

当前企业廉政文化建设主要存在两方面问题。一是教育受众面窄,廉政文化建设基础不够广泛。目前,廉政文化建设中只把党员领导干部作为教育的主要对象,采取的廉政教育措施,从廉洁从业意识角度考虑得多;针对党员干部特别是领导干部的多,而针对普通党员、一般干部和广大群众开展广泛廉洁教育比较少,普通员工平时很少接触廉政文化,谈不上接受廉政文化教育和熏陶。二是机制不活,形式单一,廉政文化建设效果不明显。廉政文化建设存在“四多四少”:会上强调多,会后抓落实少;突击性开展工作多,有计划、有组织开展工作少;临时性工作多,长期抓、抓长期少;实用多,真正占领阵地少。由于得不到有力的组织和制度保证,廉政文化建设往往陷入“推一下动一下”的被动局面。同时由于忽略了文化的渗透性,廉政文化同广大干部群众喜闻乐见的艺术形式以及网络信息等现代传媒割裂开来,缺少了亲和力、吸引力和感染力。

我认为应从三方面加强企业廉政文化建设:一是建立机制,创新制度,增强建设廉政文化的主动性。企业党委、纪委要坚持把廉政文化建设纳入全年党委和纪检监察工作之中,建立责任保障机制,建立干部监督机制,建立奖惩机制。完善制度,不断夯实企业廉政文化基础。廉政制度是廉政文化规范化的表现形式,也是廉政文化得以推行的坚强后盾。比如,可以把廉政从业的要求纳入企业制度建设和经营管理的全过程,制定《党员领导干部廉洁从业若干规定》《领导干部报告个人事项管理规定》等制度,切实做到文化规范与制度规范并举。整合优势资源,努力营造廉政文化宣传教育的氛围。将廉政文化建设与企业文化建设、思想政治工作、党建工作、民主管理等工作结合起来,找准工作结合点,实现优势互补。

二是精心培育,创新载体,增强廉政文化的深入性。教育倡廉,增强廉政文化的渗透力。扎实开展党风廉政宣传教育,过党风廉政宣教月活动,组织开展专题学

如何发挥党组织在企业文化建设中的引领作用

企业文化不是简单的“企业”+“文化”,更不是附庸风雅借以装饰企业的文化,而是企业的精神主宰,包含着非常丰富的内容,是企业的灵魂和精神支柱。优秀的企业文化,可以强化企业的科学管理,增强企业实力,破解发展难题,体现差异化竞争优势。

一个企业要想实现基业长青,就必须从战略的高度推进和抓好企业文化建设。企业文化是企业独有的意识形态,不同的企业拥有各具特色的企业文化。而企业文化又是企业发展内在驱动力,要使企业精神在企业中得到贯彻落实,必须有一定的组织,通过推动、宣传、培训等途径,形成具有优秀的企业文化精神动力,构成企业的无形资源。

一、党组织是企业文化建设的内部纽带

(一)党组织是企业文化建设的把关定向者。中国共产党是中国的执政党,党的路线、方针和政策决定了企业文化建设的发展方向。企业根本目标是谋求利润的最大化,这与党全心全意为人民服务的宗旨并非总能重合,所以企业党组织就有责任对企业的发展方向、发展战略、企业文化进行把关和修正。党组织有责任在企业中倡导先进文化,抵制庸俗、腐朽的文化。对于存在的不良倾向的企业文化,党组织有责任坚决予以抵制。

(二)党组织是企业文化建设的

组织实施者。企业文化建设是一个全员参与的长期性工程,要做到全员发动,就要依靠一个高效的组织作为支柱,才能发挥每个员工的积极性和创造性,形成良好的企业发展氛围,进而实现企业的目标。通过对党的理论、路线、方针和政策的深入学习,可以使全体员工正确理解企业所面临的形势和所应承担的社会责任,从而做到顺应历史潮流,与时俱进,使企业文化建设沿着正确的方向前进,向更高品位发展。

国有企业,在这里班组长是企业文化建设的“兵头将尾”,基层党组织是企业的政治核心,党支部发挥着战斗堡垒作用,党员发挥着先锋模范作用等,基层党组织代表着国有企业独特文化氛围,也是先进的企业文化代表,担负着直接联系群众、宣传群众、组织群众,充分利用基层党组织的群众力量这一优势,把党的方针、政策落实到企业的重要任务,把党的路线方针政策,贯彻落实到企业的日常工作中,用正确的舆论引导和培育党员、职工的价值观念,用优秀的文化整合员工行为规范,提高广大党员干部和职工的素质,并把员工的意志、智慧和力量凝聚起来,转化为企业发展的巨大推动力量。引领职工的政治思想融入企业文化中,思想引领、理念先行的方法,将企业刚性制度管理与柔性的企业文化完美结合,着力去培育员工核心价值观、凝聚员工力量、激发团队活力,引导员工树立正确的工作、行为、价值理念,促进思想上达成广泛的统一,形成强大的凝

聚力和向心力,引领企业文化建设走上更广泛、更适用、更有凝聚力和向心力的层次。基层党组织在企业文化建设中充分发挥了积极推动作用,把企业愿景、企业精神、核心价值观融入基层党组织的争先创优活动中,融入到员工的期望中,通过党员先锋模范作用带动,促进全体员工养成自觉的思维和行为习惯。

二、基层党支部发挥能动性引领企业文化建设

(一)健全党内关爱机制。广泛开展党组织走访慰问、结对帮扶、交流谈心等机制,在员工思想出现困惑时开导疏通,在员工工作生活遇到困难时真诚帮助解决,在员工合法权益受到侵犯时,依法进行维护,使广大员工感受到组织的关怀和温暖,增强基层党组织的凝聚力。广泛开展“一带一”活动,设立党员责任区,通过党员模范作用,带动群众更好地发挥作用,树好企业和党组织的形象,扩大自身影响,实现企业发展和党建工作的共进双赢。

(二)引导企业回报社会。积极引导党员、员工树立良好的社会责任感,充分发挥自身优势,履行社会公民的义务,投身经济和社会建设和公益事业,积极参与希望工程,光彩事业及其他社会慈善事业,展示员工美好的精神世界,为构建和谐社会做出自己应有的贡献。

(三)发挥党员、干部践行企业文化的率先垂范作用。企业党员干部在塑造企业文化过程中起到决定性作用,党员

干部的模范行为是一种无声号召和导向,对广大职工产生强大的示范效应。如果没有党员干部的以身作则,要想培育和巩固优秀企业的文化是非常困难的。这要求企业党员、干部观念新、作风正、率先垂范,真正肩负起共建优秀企业文化的双重责任。充分发挥党员践行企业文化的教育和引导作用,让广大职工群众充分认识、理解和认同先进党员精神示范作用,把践行先进党员文化作为每一个党员干部的自觉行为。充分发挥党员干部在企业文化建设中的监督检查作用,确保企业文化建设各项活动收到实效。定期召开创先争优表彰大会,对工作中表现优异的党员进行表彰,使广大党员成为员工心目中一面高扬的旗帜。

(四)发挥党组织以优秀企业文化培育人才的作用。人才是企业发展的宝贵资源,在新形势下,企业在不断发展过程中需要一大批不同层次、不同专业、不同岗位的实用性人才。这就需要树立“人人都是人才,人人都可成才”的观念,基础党组织要坚持“党管人才”原则,不仅要管好企业党员干部,还应管好企业经营、工程技术、操作实用型人才。把管与构建人才竞争的良好机制和搭建员工自我成才平台相结合。大力倡导工作学习化、学习工作化氛围,学以致用,把所学的知识转化为专业应用、操作实践能力。努力发挥党组织在推进管理人才、专业技术人才和技能操作人才以及高素质职工队伍建设的积极作用。

苗建军

把安全文化理念渗透并根植于员工思想灵魂之中

安全文化是企业安全生产的灵魂,必须把安全文化理念深深渗透并根植于员工思想灵魂之中,彻底消除其思想上的安全隐患,使其潜移默化地转化为一种安全责任,员工们才能不负使命,在确保安全的前提下顺利完成上级下达的各项工作任务。

企业安全文化理念是在长期安全生产实践中积累验证而形成的,最终提炼升华成为一种被企业员工认可的文化理念。然而,这种理念的宣传、灌输乃至使其牢固植根于员工思想灵魂之中,并且逐步转化为员工的自觉

行动,则需要长期坚持不懈的安全思想教育去完成。要大力倡导“安全第一、生命至上”、“任何事故都是可以预防和控制的”、“人人都是安全员”等安全文化理念,要把这些安全文化理念灌输和渗透到每名员工思想灵魂之中,并自觉转化为规范的安全行为以促进企业实现安全生产十分重要。因此,必须采取“闻、记、观、谈、查、评”六字法对员工实施安全文化理念的疏导和教育。闻,通过班前学习交流向员工灌输安全文化理念,让员工听到,使其入脑入心;记,在班前学习中让员工做好学习笔记,并通过培训、考试

和安全知识答题活动等形式,使其牢记安全文化理念;观,在生产一线构建安全文化长廊,通过悬挂醒目的灯箱、牌板、标语等宣传企业安全文化理念,时时处处让员工看到,使其做到耳熏目染;谈,通过日常谈心谈话,尤其是重点与安全意识薄弱的特殊人员进行谈话,将安全文化理念渗透到这些人思想灵魂之中,使其在作业中做好自保互保安全工作;查,在日常工作过程中经常巡查和督促员工对安全文化理念的践行情况,发现问题及时引导和教育,使其既能接受又能做到,达到自我约束的目

的;评,对班组每名员工实行考评,检验其履行安全文化理念的行为标准,并适时给予评价和激励,使其增强责任感和使命感。

总之,要把企业安全文化理念融入到安全生产工作的全过程,积极引导企业员工在正确的安全文化理念引导下,充分发挥安全生产的积极性和主动性,实现他律到自律的转变,并以安全文化理念促使“零三违、零隐患、零事故”安全型班组建设目标的实现,推进企业安全生产的健康发展。

李金阳

北汽集团：“有文化”才能“放狠话”

北汽集团董事长徐和谊日前也放了“狠话”,到2025年,北汽集团要成为世界级的新能源汽车科技创新企业和世界级的新能源汽车企业。为什么北汽敢于说这样的“狠话”,其中一个关键的因素就是源于北汽集团深厚的企业文化。北汽汽车集团董事长徐和谊表示,汽车产业未来的竞争在文化,正是北汽集团长期积淀下来的优秀企业文化推动企业不断发展。

“老实人不吃亏”的责任文化

虽然现在的北汽新能源公司发展迅猛,但谁能想到,2009年11月成立的它在成立当年只卖出了一辆纯电动车,而这辆车还是自己的员工买的。当时的纯电动车市场还不明朗,技术路线、政策配套、充电设施、电池技术等方面都存在着很多的困难和问题。众多的国内和跨国企业都处于一个观望状态。

但北汽集团凭借着对汽车产业未来战略发展的清晰认识,凭着推广新能源减少空气污染造福社会的企业责任以及期望中国汽车产业能够借助新能源、电动化的风口赶超世界水平的历史使命,在国内汽车行业成立了第一家专门的新能源汽车公司。

北汽集团旗下有着北京奔驰和北京现代两家合资企业,一个是世界顶尖的豪华车品牌,一个是被称为“中国车轿之王”的畅销品牌。北汽集团本可舒舒服服过日子,但振兴中国汽

车工业的责任不断推动北汽人必须要把自主品牌做大做强。目前北汽集团的自主品牌平台北京汽车已经成为国内位列前茅的自主品牌汽车企业。

徐和谊表示,北汽集团作为一个有着近60年历史的国有企业,一直秉承着振兴中国汽车工业、服务国家、服务社会的责任和使命,而且这已经成为北汽集团企业文化的一部分。

随着国家“一带一路”倡议、“京津冀协同发展”战略以及“中国制造2025”等的出台,北汽集团将对这些政策的落实看作是企业自身的责任和一次新的发展机遇。

借助这些倡议和战略,北汽集团加速开拓全球布局和国际进程,实现由制造业企业向制造服务型企业和创新型企业转型,使先进制造成为推动北汽集团转型发展的重要引擎。

日前,徐和谊表示,到2020年北汽集团率先在北京市全面停止自主品牌传统燃油乘用车的销售,到2025年在中国境内全面停止生产和销售自主品牌传统燃油乘用车。

“这两个目标非常具有挑战性,一方面这是落实党的十九大的精神,倡导简约适度、绿色低碳的生活方式,推进汽车产业绿色可持续发展;另一方面也是自我加压,在尽可能短的时间内,把我们发展新能源汽车这种先发优势真正转化为领先优势。这是我们的责任,而且说了就一定能做到。”徐和谊说。

既服务了国家和社会,自身又得到了发展的机遇,正是这种“老实人不吃亏”的责任文化,使北汽集团每次都站在起跑线的前端。同时,北汽集团一直也是企业社会责任的积极履行者,在捐资助教、扶贫济困、环境保护、体育支持等几大领域开展多种形式的企业社会责任活动,取得了良好的成效。

深入血液的品质文化

用徐和谊的话来说,必须将品质的文化渗透到每一个员工的血液中。北汽集团融合吸收韩、德等合作方的质量管理理念和造车技艺,从研发、采购、制造到销售服务等价值链的各环节,建立了严格的质量标准。塑造全员、全过程、全价值链的质量管理,打造“质量北汽”。

2016年,徐和谊先后获得中国企业管理科学基金会和ANQ亚洲质量组织颁发的大奖,北汽集团质量管理工作获得了国内外专业组织的高度肯定。

工匠精神是北汽品质文化的一个重要载体。徐和谊表示,北汽要在大力培育践行“工匠精神”的过程中,锻造出具有北汽集团特质的“北汽工匠精神”,成为北汽集团百年基业的文化基因和精神支撑。

管理、技术等多维度有效输出。

贯穿始终的创新文化

转型创新已经成为北汽集团的一种常态,北汽的发展史就是一部不断转型创新的历史,这也成为北汽企业文化中的一个突出体现。

由于历史原因,北汽曾经出现过下属单位组织松散、各自为战的情况。2007年,北汽提集团化战略,通过一系列组织创新,完成了集团的整合。而北汽发展理念与发展方式也随之发生巨大变化,形成自主品牌、合资合作、新能源汽车等十大业务板块,连续五年进入世界500强,2017年晋级第137位,五年进步199位。

2016年,北汽启动了“互联网+”项目,为企业植入互联网的基因,使北汽由一个汽车制造企业向“出行服务提供商”的角色转变,并且在未来的市场竞争中完成由追赶者向领导者的角色转变。

在产品研发上,北汽启动了VOCe项目,借助大数据等手段进行客户画像,摆脱了样本数量及时间的限制,能够让北汽掌握客户内心最真实的想法和需求,真正做到“以客户为中心”。同时,北汽创新营销模式,引入了电商、分时租赁、O2O等新模式,进一步拓展市场。

目前,北汽正在进行智能制造的布局,已经形成的全国性的产业布局,并且将陆续在海外建厂,使北汽的全国制造与全球制造提升到一个新水平。

李志勇