

国资委宣传局局长卢卫东:

建立企业文化考核标准体系

本报记者 张博 赵玲玲

企业文化也是企业软实力。如何让企业的软实力更加强大,更加过硬?国务院国资委在京召开首次国有企业企业文化研讨会。国资委宣传局局长卢卫东出席会议并讲话。中国核工业集团、中国航空工业集团、中粮集团有限公司、北京同仁堂(集团)有限公司、光明食品(集团)有限公司、广东省交通集团有限公司等6家企业就如何做好企业文化建设做了经验交流。

卢卫东在讲话中强调,社会主义核心价值观在企业文化中的落地要靠行动。要把社会主义核心价值观作为一种独特的生产要素和宝贵的发展资源融入企业生产经营的全过程,推动社会主义核心价值观建设要落实落地。在此过程中,要建立一个衡量企业文化的考核评价标准体系。

中核集团参会代表在讲话中表示,企业如果缺乏文化的统领和顶层设计,容易形成多层次管

理认知的矛盾和冲突,造成“集而不团”的问题。因此,需要构建“同心多元、各具特色”的集团文化,打造集团统领、上下协同、文化共建的大格局,要明确各层级单位在企业文化中的定位,在全系统形成“血脉相通”、百花齐放的生态文化体系。

塑造企业精神是培育和践行社会主义核心价值观的应有之义。中航工业的与会代表在交流中谈道,“发展航空工业的重要意义不仅在于军事竞争的层面,更在于通过军民融合,带动产业升级换代,推动国民经济发展,提升人民生活水平。”

中粮集团相关负责人在交流中强调,在长期实践中,中粮集团探索出企业文化战略实施路径和企业文化建设工作规律是做好“三个转化”。第一个转化是把社会主义核心价值观和中央企业的政治责任、经济责任和社会责任转化成中粮文化价值理念,用文化引领战略;第二个转化是把中粮文化价值理念转化成经理人和员工的行为与习惯,用文化塑造队伍;第三个转化是把经理人和员工行为转化

成企业的竞争力和产品力,用文化提升管理。

同仁堂集团公司领导班子表示,自1992年成立以来,中国北京同仁堂集团公司秉承同仁堂创办者提出的“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”古训,以加强生产全过程管控、加强诚信文化塑造为抓手,教育引导广大干部职工诚实做人、守信经营。

光明食品集团与会人士称,在以“核心主业突出、行业领先,市场有竞争力、品牌有影响力、职工有凝聚力的综合食品跨国集团”这一企业愿景的统领下,光明食品集团对社会、对市场、对消费者坚守了做安全、优质、健康食品的模范供应商的三大使命。

广交集团则以落实“345”工程为抓手,运用各类落地载体,实现了“看得见的宣教”和“看不见的熏陶”,将核心价值观有机融入企业核心理念,企业经营生产和员工工作生活,有效提升了企业文化品牌。

论道

国有企业文化建设:行动决定价值



金申宇

今年,中央明确提出,要大力推进社会主义核心价值观建设,全面实施《培育和践行社会主义核心价值观行动方案》。国有企业是国民经济的重要支柱,是党执政的重要基础,对巩固和完善社会主义制度极其重要。作为国民经济命脉的血脉和主力军,国有企业必须认清其肩负的重要责任和神圣使命,要率先培育和践行社会主义核心价值观。我们认为,进一步加强国有企业企业文化建设是培育和践行社会主义核心价值观中应有之义,也是国有企业深化改革与健康发展的必然要求。

自2003年组建以来,国务院国资委十分重视企业文化和精神文明建设,成立了相应机构,出台了《关于加强中央企业企业文化建设的指导意见》、《关于中央企业履行社会责任的指导意见》等文件,制定了《中央企业企业文化建设评价暂行办法》、《国有企业培育和践行社会主义核心

价值观评估指标》,多次召开了企业文化研讨会或交流会,从面上宏观指导,促进企业贯彻落实。

应当说,这些年来,中央企业在推进企业文化和精神文明建设过程中取得了积极进展,创造了很多经验和有效做法,在引领企业发展、凝聚员工力量、树立企业形象、塑造品牌价值、提升企业核心竞争力方面发挥了重要作用。

“一分部署,九分落实”。企业文化建设的成效关键要看执行力和实际效果。没有不能考核的企业,也没有不能评估的工作,没有不能评价的企业文化。研究和建立一套行之有效、科学合理的企业文化建设评价体系,是推进企业文化建设过程中不可缺少的工作环节,也是企业把握文化发展方向的“指挥棒”和企业文化建设的“助推器”。

10年前国资委出台的《关于加强中央企业企业文化建设的指导意见》第十七款明确提出“要在一定时间内对企业文化建设进行总结评估,及时修正,巩固提高,促进企业文化的创新”。如何建立一套科学的企业文化建设评价体系?形成既有工作内容、基本要求、实施原则、分类指导,又有检查评价的闭环管理体系,进一步加强对企业文化建设的管理,成为持续推进企业文化建设的迫切需要。

近年来,中央企业按照国资委推进企业文化建设工作的部署,大力弘扬中央企业精神和先进文化,在部分企业开展了企业文化建设评价试点工作,取得了一些进展和经验。

一是企业党政领导对企业文化建设的高度重视,是深入推进企业文化建设和评价体系工作的关键因素。二是正确把握和贯彻“导向、规范、推进、有效”的总体思路和基本工作要求,是深入推进企业文化建设和评价

体系工作的重要前提。三是加强组织协调和检查指导,是深入推进企业文化建设和评价体系工作的重要内容。四是坚持企业文化评价与加强企业管理相结合,是深入推进企业文化建设和评价体系工作实际效果的重要途径。

作为《关于加强中央企业企业文化建设的指导意见》、《中国企业文化责任评价准则》等企业文化建设重要文件的主要起草人,对于推进企业文化建设和评价体系工作,我提几点个人的建议:一是要进一步提高对开展企业文化建设和评价工作重要性的认识;二是要进一步明确企业文化建设的基本内容、工作要求及其评价方法,建立完善企业文化建设闭环管理体系;三是坚持引导性、可比性、普适性、持续性、科学性原则,评价指标和分值要尽量精简、合理、科学、精准,要采取定性分析与定量分析相结合,开展企业文化评价与加强企业管理相结合,以评促建、以评促改,加紧修改企业文化建设指导意见,完善企业文化评价体系,建立健全企业文化建设框架体系;四是加强基础管理,夯实工作基础,建立企业文化建设数据库,逐步形成一整套指导企业文化建设的规范性文件,推动企业文化建设落地开花,不断取得新成效。

目前正赶上一个伟大的时代,企业文化和变革也必须适应时代发展的潮流,跟上国企改革和发展变化的脚步。应该说,企业文化建设已经到了转变思维、转型变革、引领价值、创造未来的时候了!

最近,有专家提出在互联网时代企业文化建设将迎来“四个进化”:一是从复杂化到简单化;二是从企业化到个人化;三是从领导化到用户化;四是从单一化到多样化。说到底,知识经济和互联网时代的核心工作内

容是创新,创新精神乃是知识型企业文化的精髓。像微软、海尔、华为、中粮、中远等知名企业,创新是贯穿其研发、生产、经营、管理全过程的核心精神,他们在公司内部已经形成了学习互动式、资源共享型、新陈代谢的灵活机制,提升了管理水平,增强了核心竞争力,创造了巨大的财富和社会价值。

“行动,只有行动,才能决定价值”。大家一定关注到国务院国资委官方网站7月8日发布的消息,鉴于近期境内证券市场出现异常波动,资本市场的健康发展与国内企业及其所控股上市公司的发展息息相关,为营造企业改革发展的良好市场环境,保护各类投资者合法权益,国务院国资委监管的111家中央企业作出承诺,主动承担社会责任,做负责任的股东,在股市异常波动时期,不减持所控股上市公司股票,加大对股价严重偏离其价值的央企控股上市公司股票的增持力度,努力保持上市公司股价稳定,共同维护资本市场稳定。这再次充分体现了中央企业在关键时刻敢于承担社会责任和政治责任的企业精神和先进文化,也表现出中央企业作为国民经济命脉的“国家队”贯彻落实党中央、国务院政策强有力的执行力、带动力和影响力。

当前,我国经济发展进入了经济发展的新常态,经济发展不再像过去一样一味追求速度,而是更追求发展质量。国有企业更应该注重自身的精神理念以及价值追求,坚持不懈用社会主义核心价值观引领企业文化建设,把文化优势转化为企业的核心竞争力,为确保我国经济增长保持良好发展态势,进而实现中华民族伟大复兴的中国梦做出新的更大贡献。

(作者系著名企业文化学家、中国企业文化研究会特约研究员)

实,对于亏损企业来说,可以算是一道死命令,必须要执行。生死存亡,在此一搏”。

值得注意的是,此次国资委发布的《通知》里并没有详细公布有哪些央企亏损、亏损情况如何。

吴金希认为,要想解决亏损问题,首先要进行分类,哪些是被列入扭亏50%之内很重要。这就需要厘清亏损原因,针对不同的企业形成不同的处理办法。如果是公益类央企因为政策因素以及承担较多的社会责任出现亏损,则应该酌情提出扭亏要求;如果是竞争型央企由于经营管理不善出现亏损,或损失浪费造成国有资产流失者,则应该适时调整管理层或进行相应的改革。

“有些亏损企业是暂时亏损,从长久发展来说,是有转机的;有些亏损企业是通过改革重组有希望转变的;有些企业则是属于发展型,有发展前途,结构调整中能够获得新生的。因此,要制定相应的标准,便于推

行。”吴金希说。

不看财务报表 只求实际扭亏

在中国经济网评论员林耘看来,一切措施都必须为真正解决问题,如果仅为财务报表的扭转亏损,只为面子更好看,那么只能短期看似有效,解决不了长期和根本问题。

包括吴金希与林耘在内的多位国资专家认为,央企扭亏需要做到以下五点:

首先,要增收,及时调整产品结构,积极进行并购重组、出售亏损业务、加强企业销售力量、不断研发新产品和创新商业模式;

第二,要节支,简化管理层级,裁减不必要部门与人员;

第三,要改革重组,要有针对性地解决央企亏损。加强内部管理;对没有竞争优势的国企壮士断腕,趁早资产转让或变现,把优质资产打包上

市;强强联合、行业内部整合。加快混改步伐,完善央企内部治理机制,增强央企灵活性与活力;鼓励员工持股计划,完善国企退出机制,允许央企减员增效;

第四,要制度创新,下放权力,从根本上改变央企监管模式,从具体的人、财、事监管转向对国有资本的监管,让央企拥有更大的经营自主权;应进一步完善央企考核体系,建立基于盈利能力、创新能力与长期增长能力的考核体系;

第五,央企扭亏需要公平竞争的市场秩序。假冒伪劣产品泛滥、专利与商标侵权事件频发、违法经营行为的普遍存在,对央企守法诚信经营造成冲击,政府相关部门必须加强市场监管。

吴金希一针见血地指出,“扭亏不是央企自己的事,要广泛征求各方意见,寻求合力。目前来看,各家央企基本上采取的都是‘闭门造车’的做法。”

(上接G01版)

谁被列入扭亏50%之内, 分类很“关键”

《中国企业家》记者了解到,国资委在2013年底的中央企业负责人经营业绩考核工作会议上表示,“将严惩长期亏损企业”,并将在2014年加强企业的各类考核。对考核不达标、长期亏损、安全生产不达标等“不在状态”的中央企业,将严格处罚。时隔一年,中央企业的亏损状况仍然令人担忧。

吴金希指出,并没有见到长期亏损的企业受到什么惩罚,最多是在考核评级中,对央企负责人的薪酬有所影响而已。“企业亏损顽疾难除,无限期的拖延,已成为中国企业的一个‘绝症’,已经到了该动大手术的时候了。而与过去不断的催促、等待相比,此次国资委的通知体现了国资委以抓资本为主思路的落

世界名企企业文化核心价值观

- BOEING** 永为先驱,尽善尽美。
- P&G** 领导才能、主人翁精神。
- pepsi** 身体力行、开诚布公、多元化、包容性。
- DELL** 戴尔通过重视事实与数据,建立对结果自我负责的信念来凝聚所有戴尔人。
- DUPONT** 安全、健康和环保、商业道德、尊重他人和人人平等。
- PHILIPS** 客户至上、言出必行、人尽其才、团结协作。
- Ford** 客户满意至上,生产大多数人买得起的汽车。
- TOYOTA** 上下一致,至诚服务;开发创造,产业报国;追求质朴,超越时代;鱼情友爱,亲如一家。
- HONDA** 实现顾客利益的最大化。
- hp** 我们热忱对待客户;我们信任和尊重个人;我们追求卓越的成就与贡献;我们注重速度和灵活性;我们专注于有意义的创新;我们靠团队精神达到共同目标;我们在经营活动中坚持诚实与正直。
- Whirlpool** 以自豪、热忱及卓越表现进入世界每个角落,每个家庭。
- IBM** 诚心负责、创新为要、成就客户。
- KFC** 以人为本,顾客满意、沟通合作、奖惩分明、提供机会。
- Coca-Cola** 自由、奔放、独立掌握自己的命运。
- Unilever** 以最高企业行为标准对员工、消费者、社会和我们所生活的世界。
- McDonald's** 以人为本,优质、服务、清洁、价值。
- NOKIA** 科技以人为本。客户满意,相互尊重,追求成功,不断创新。
- 强生 Johnson's** 客户第一,员工第二,社会第三,股东第四。
- Shell** 诚实、正直和尊重他人。
- SAMSUNG** 人才第一,追求一流,引领变革,正道经营,共存共赢。
- CISCO** 为顾客、员工和商业伙伴创造前所未有的价值和机会,构建网络的未来世界。
- 统一企业** 品质好、信用好、服务好、价钱公道。
- Panasonic** 工业报国、实事求是、改革发展、友好合作、光明正大、团结一致、奋发向上、礼貌谦让、自觉守纪、服务奉献。
- Walmart** 尊重每一位员工,服务每位顾客,每天追求卓越。
- Microsoft** 正直、诚实;对客户、伙伴核心技术满怀热情;直率的与人相处,尊重他人并且乐于助人;用于迎接挑战,并且坚持不懈;严于律己,善于思考,坚持自我提高和完善;对客户、股东合作伙伴或者其他员工而言,在承诺、结果和质量方面值得信赖。
- SIEMENS** 要专注于我们的业务、倾听客户的需求和想法。
- STARBUCKS** 为客人煮好每一杯咖啡。
- intel** 以客户为导向、纪律严明、质量至上、鼓励尝试冒险、良好的工作环境。

王利博制图