



弘扬优秀文化 引领创新发展

中国企业联合会 常务副会长兼理事长 朱宏任
中国企业家协会

文化是民族的血脉,是人民的精神家园。习近平总书记多次指出:“坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信,说到底是要坚定文化自信,文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量”,并把中华优秀传统文化作为文化自信的重要来源之一加以强调。优秀传统文化是中华民族“根”和“魂”,是中国优秀企业文化的坚实根基。作为优秀传统文化的重要组成部分,优秀传统文化积淀了中国近代史上众多仁人志士实业报国、工业救国的精神追求,代表着中国企业家和工人勇于创新、自立于世界民族之林的精神标志,承继着中国企业艰苦奋斗、重本守信、永创一流的精神特质,提供着中国制造转型升级、由大变强的精神源泉。这次年会以“弘扬优秀文化引领创新发展”为主题,就是学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神,坚持“四个自信”,探讨新形势下全面深入推进企业文化建设,实现更高质量、更水平的发展。王忠禹会长对企业文化工作历来高度重视,多次强调“文化实力和竞争力是国家富强、民族振兴的重要标志,企业文化实力和竞争力则是企业做强做优的引领和支撑”。下面,我受王忠禹会长委托,代表中国企业联合会、中国企业家协会,谈几点看法,供大家参考。

一、弘扬创新文化,增强发展动力

创新文化是影响企业创新活动最深刻的因素,也是创造力最持久的内在源泉,它体现为高度自觉的创新意识、持续活跃的创新思维、敢闯敢试的创新精神、和谐向上的人文环境。

创新文化要激发“双创”活力。我国经济发展进入新常态以来,部分企业在转方式、调结构的过程中,面临着一些问题和困难,要突破发展瓶颈、解决深层次的矛盾和问题,根本出路在于创新。特别是在我国大力推动实施“中国制造2025”发展战略的深刻背景下,广大实体企业需要通过持续“双创”和全面深化改革,加快新旧动能接替转换,关键是着力培育出植入“骨髓”的创新基因,让员工创业创新的热情充分涌流,就像细胞快速分裂一样,使企业机体迸发出无穷的活力。

创新文化要坚持以人为本。人才是创新的根基,创新驱动实质上是人才驱动。坚持把尊重知识、尊重人才作为最基本的价值追求,建立与价值创造相匹配的收入分配制度,大力培育鼓励员工敢于挑战、勇于竞争的文化氛



围;着力搭建人才成长通道,完善创业孵化机制,构建创新事业发展平台,力所能及地为员工创造有利于创新的条件,实现资金、人才、技术等各种创新要素的顺畅流通,让员工在创新实践中收获丰硕的幸福感和获得感。

创新文化要转变思维模式。发展理念是发展行动的先导,是发展思路、发展方向、发展着力点的集中体现。经济新常态下,我国企业发展的环境、条件、任务、要求等都发生了新的变化。创新文化建设就是把新发展理念作为指挥棒用好,打破传统的思维定式,通过思维创新和理念转变,带动企业发展战略、技术、业态、模式、管理等各方面的深度综合创新,形成以技术、质量、品牌、服务为核心的竞争新优势,开辟更加广阔的市场空间。

二、弘扬诚信文化,筑牢企业根基

诚信是市场经济的道德底线,是东西方文化共同拥有的思想范式,也是企业建立良好商业信誉的前提。企业实现持久健康发展,不仅需要技术和资本的支撑,更需要诚实守信经营,把诚信作为生存之本,努力成为消费者、合作伙伴和社会信得过的企业,以良好的信誉赢得市场、赢得竞争。

诚信文化要突出“以德治企”。中华民族自古以来重信义、讲道德,“义利合一”的诚信观经过数千年代代传承,已经渗透成为中华民族的道德基因。企业在诚信文化建设中,应弘扬中华民族这一传统美德,加强员工道德教育,大力宣扬诚信道德模范,完善职业道德行为规范,建立“德才兼备,以德为先”的选人用人标准,激励员工培养良好的职业操守;把诚信作为选择商业伙伴的基本标准,与关联方共同营造良好的商业生态。

诚信文化要强化合规意识。依法合规经营已经成为全球企业

发展的一个新趋势。2016年,我国对外非金融类直接投资达到1701.1亿美元,同比增长44.1%。合规经营是我国企业对外投资健康平稳发展的关键。近年来,有一些走向世界的中国企业由于合规意识淡薄,缺乏经验,违反法规而遭受了巨额罚款,教训惨痛,令人警醒。我国企业有必要认真吸取这些教训,借鉴国际大公司的通行做法,强化合规意识,落实合规要求,防范重大合规风险事件,利用法律规则保障投资经营安全,做到全员、全方位、全过程依法合规。

三、弘扬品牌文化,提升企业形象

品牌建设是企业转型升级不可或缺的重要环节。打造受人推崇和信赖的知名品牌,不仅关系到企业的美誉度和竞争力,还关系到国家形象和影响力。品牌的背后是文化。品牌文化是品牌传递出的文化底蕴和精神气质,是消费者从中获得的心理体验与精神享受。

品牌文化要打造企业持久竞争力。品牌文化越深厚,品牌溢价就越高,企业持续盈利能力就越强。近年来,中国消费者到国外抢购马桶盖、电饭锅等现象备受关注,折射出我国消费者对国内品牌信心不足的尴尬状态。实际上,同样的产品,国内品牌的质量不一定比国外差,之所以“同质不同价、同质不同市”,是由于很多国内品牌缺少知名度和美誉度,缺少深入人心的品牌文化,因此很难得到消费者的认同认可。今年起,国务院将每年的5月10日设立为“中国品牌日”,就是对我国企业加快从中国产品向中国品牌转变,提出了新的要求。

品牌文化要深挖文化内涵。围绕企业的核心价值观及使命愿景,对历史文化、区域文化、行业文化和工业文化资源进行挖掘整理和研究转化,将其贯穿于生产

制造、形象传播的全过程,塑造出特色鲜明、内涵深刻的品牌精神。工信部近年来大力开展工业遗产保护,不仅保护多年来留下的发展记忆,更加注重传承和弘扬物质遗产所承载的宝贵文化资源,成为品牌文化创造的源泉。希望广大企业抓住这一机遇,使企业优良的工业文化传统得到发扬光大,提升企业品牌的个性魅力。

品牌文化要培育工匠精神。工匠精神是一种孜孜以求、精益求精的态度,也是一种不断吸收前沿技术、创造新成果的追求。“德国制造”100多年前曾被贴上“劣品质”的标签,长期受到市场歧视,但是他们奋发图强,将专注、精确、极致的工匠精神灌注到产品制造中去,生产出了质量过硬的产品,创造出2000多个世界名牌,成就了享誉世界的金字招牌。事实证明,凡是能够得到消费者青睐的好产品,无不是倾注心血、精雕细琢的结晶,无不是从匠人到匠人、匠魂升华的典范。

四、弘扬包容文化,协同共赢发展

包容是一种古老的人类智慧,浓缩了人类对人与自然、人与社会、人与人之间关系的认识的精华。历史证明,开放包容的文化富有亲和力和同化力,能够在保持自身本色和优点的同时,借鉴吸收其他文化中的有益成分,使其长处和精华为我所用,从而不断突破自身局限,实现发展壮大。

包容文化要凝聚共识。当前,随着“一带一路”倡议深入推进,分享经济广泛渗透,我国企业进行产业整合、跨界经营的速度进一步加快。在这个过程中,往往都面临不同主体之间价值观上的冲突、思维方式的分歧,成为导致经营失败的重要因素。企业只有从战略上高度重视文化融合问题,才能有效防止文化差异对企业发展带来的风险影响。文化融

合的过程,实际上是从文化认知到文化认同、再到文化共识的过程。着力打造包容型文化,凝聚起文化共识,就能建立真诚合作的基础,弥合分歧,形成合力。

包容文化要兼容并蓄。文化多元并不意味着文化割裂。中华文明之所以能够绵延几千年生生不息,根本原因就是中华文化开放包容,善于吸纳和融合多元文化。企业应正视文化差异,尊重不同的价值观、行为习惯和办事风格;加强沟通交流,从文化差异中找到共同语言,探索创新本土化的文化传播方式,加深相互之间的文化认知与理解;发现和汲取对方文化的可取之处,在相互欣赏、相互学习、相互吸收中实现创新发展。

包容文化要互惠互利。坚持把企业发展作为包容文化的出发点和落脚点,将发展成果惠及利益相关方,履行社会责任,改善社区环境;注重生态友好,保护自然环境;为大企业创造更多条件和平台,带动中小企业共同发展,努力实现包容性增长。一批中国企业在“走出去”的过程中,积极融入当地社会,帮助当地解决经济发展中遇到的实际困难,既为企业发展开创了良好的外部环境,也架起了中国通往世界的友谊之桥,传播了中华民族的优秀文化。

当今时代是文化创造财富的时代,也是企业文化大发展的时代。今天的获奖企业中,既有知名大企业,也有行业新秀,他们都树立了坚定的文化自信,在经营实践中培育了优秀的企业文化,实现了从小到大、从艰苦创业到蓬勃发展的蜕变,显示出优秀企业文化的无穷魅力,同时也为广大企业提供了典型示范。我们相信,只要充分发挥企业文化的引领推动作用,我国企业一定会有大作为,一定能成长为支撑我国经济建设与发展的参天大树。

全国企业文化年会是中国企业适应经济社会发展形势和广大企业需要而开展的一项品牌活动。年会自创办以来,已经表彰推出了近千项优秀的企业文化成果,成为我国企业文化交流与对话的重要平台,为推进我国企业文化建设发挥了桥梁纽带作用。我们将继续做优全国企业文化年会、全国企业文化示范基地等交流平台,不断探索我国企业文化建设的新模式,推动企业发展向更高水平迈进,为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦做出新的更大贡献,以优异成绩迎接党的十九大胜利召开。

(本文为朱宏任在2017年全国企业文化年会上的讲话,有删节。)

优秀传统文化是中华民族“根”和“魂”,是中国优秀企业文化的坚实根基。