

事件聚焦 | Shijian Jujiao

辛卯

9月是全国“诚信兴商宣传月”，作为以弘扬中华民族诚信美德，表彰诚信立业典范、宣传诚信兴商精神、营造诚信经营环境、共建诚信和谐社会为己任，为建设具有中国特色的社会主义诚信体系而不懈努力的诚信企业家大会，将于2010年9月12-13日在北京京西宾馆隆重召开。

以信用让市场更有序，诚信让世界更美好为主题的“第六届中国诚信企业家大会暨2010信用管理国际论坛”，作为9月全国“诚信兴商宣传月”中的重要活动，已向全国661个城市、世界500强企业、中国500强企业、极具成长性的万余家中小企业和500余家银行、信托、保理、投资、

营造诚信经商环境 褒奖诚信企业文化 第六届中国诚信企业家大会九月召开

民间资本、证券、私募基金、等金融机构发出出席参与、交流合作邀请，已向国内外100余家信用评级、资信等机构发出深度合作、研讨交流邀请，已向100余位国内外经济学家、行业知名专家发布报告、对话邀请，已向有关国家领导人和相关部委领导做了重要活动实施工作汇报，同时邀请出席大会并做主题报告。

届时将有1200余人出席大会，政商聚首北京、共话诚信建设、打造诚信环境、营造诚信氛围，将通过主旨报告、专题报告、深度对话、圆桌会议、大型论坛、对接合作、展览展示、

宣传推广、新闻发布等多种活动形式，进行集中探讨、交流、对话、合作，同时大会将于CCTV、新华网、人民网、新浪网、人民广播电台等主流合作媒体，实现同步视频、图文、语音直播，预计届时通过电视、网络、广播观看聆听大会权威声音的人数将达到百万余人次。

为展示我国企业领袖和优秀外资企业管理者的诚信形象，大会还将

开展诚信企业家表彰宣传活动，活动创设的“诚信中国北斗奖”和“信用中国七星奖”，已广为社会各界认可、赞誉和传颂，被誉为褒奖诚信企业家和信用企业的“奥斯卡奖”。

【背景材料】

中国诚信企业家大会创办于2004年，由中国管理科学研究院、商务部研究院信用评级与认证中心、中国联合商报社、中国消费者报社、中国市场学会信用工作委

员会、中国信用建设促进会、北京国际交流协会、发现杂志社等多家单位联合发起，已成功举办五届。旨在宣传和表彰在诚信经营、加强信用体系模式创新、推动信

用管理体系建设与构建和谐社会、提升国家诚信形象和国际信用话语权等方面取得重要成就和作出突出贡献的诚信企业家群体。

文化争鸣 | Wenhua Zhengming

诚信文化是企业安身立命之本

邢兆良

社会诚信不仅是一个道德观念，而且更重要的是一个社会行为的操作系统。它关系到个人及企业乃至社会的进步与发展。

近来一位打工“皇帝”学历等造假的报道引起了社会的广泛关注，当事人一句“能骗到所有人就是成功”犹如“谎话重复多次就成真理”式的回应更是让人瞠目结舌。如果这样的成功让每个青年都去复制，那么要营造社会诚信秩序和保持社会的健康发展无疑是缘木求鱼。

近年来，一些公众人物的不诚信言行屡被各种媒体，特别是被网络媒

体曝光，然而当事人要么闷声大发财，要么信口雌黄，当事人的单位也大都大事化小，小事化了的态度，使得有的当事人有恃无恐。这种状况对社会的公信力造成极大的伤害。因为公众人物具有普通公众不可替代的社会影响力，他们在职业行为中所体现的诚信具有社会公信的性质，他们的诚信理所当然最易受到公众的关注。

社会成员一方面必须生活在社会信用体制内，希望自己的利益能得到社会信用体制的保护；另一方面，社会成员所从事的各项工作又是具体地实践社会信用体制的各种制度，他们直接影响到社会信用体制的有效性。因此，社会成员对诚信的道德

信仰和价值评价是社会诚信度的另一个重要内容。当公众看到谎言可以流行，骗子能够得逞，相反说真话反而步步荆棘、做实事反而受人排挤，假的不受惩罚、真的不被鼓励。在这种社会况中，社会成员很难树立起对社会诚信的道德信仰，也影响了社会成员对诚信的价值评价。

推及到企业，一直以来，诚信就是企业不可或缺的道德准则与传统美德。以同仁堂为代表的老字号企业是因为一直恪守“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”、“炮制虽无人见，良心自有天知”的传统古训，从而保持了基业长青。

当前，多数企业能够做到诚信生

产与经营，但是由于企业失信成本较小，企业界尚未完全形成诚信文化的口碑效应，导致违法违规现象依然屡禁不止，且企业的诚信建设尚处于初级阶段，市场竞争的激烈、经营行为的短视、经营理念的冲突都会导致企业在生产经营的某些方面价值失衡，出现不诚信行为，其根源在于企业管理过程中对诚信理念的忽视。

因而，笔者认为，减少和消除不诚信经营行为，努力提高企业管理者及员工的诚信素质，建立企业的诚信文化，是当前企业文化建设的当务之急。因为，诚信文化是企业安身立命之本，它关乎企业的长远未来及事业恒久发展。



军鹏公司斤斤计较，“小”文化也能出大效益。

保质节流 润“小荷”

军鹏制盖公司“严苛”文化结硕果

进入7月，在新疆军鹏制盖有限公司一派热闹非凡，紧张忙碌的景象，员工正忙着为企业制作瓶盖。

军鹏制盖有限公司前身是一家小型企业，2009年与山东丽鹏股份有限公司合资办厂后，面对市场激烈的竞争，企业提出了“严管细抓，精细制造，以质取胜，优质服务”的企业文化思想，坚持以质量求生存，向管理要效益，以服务赢客户，牢固树立了“用户是生命，诚信是灵魂，质量是根本，服务是关键”的经营理念，制订了《检验员质量岗位标准》、《装配车间产品质量管理制度》、《注塑车间产品质量管制度》、《原材料进厂检验质量标准》等10多项质量管理体系。企业对质量的严苛可见一斑，在企业内部积极引导职工树立“下道工序就是我的用户”的思想，经常对员工进行生产质量教育，严把产品质量关，加大产品抽检力度，组织开展“零缺陷”活动，企业先后实行质量责任制，狠抓工艺纪律，建立了质量控制点、QC小组活动、质量信得过、产品售后服务等机制，在主要生产工序建立质量监控，对主要生产环节实行跟踪监控，每道工序有人检。

在激烈的市场竞争中，企业的竞争从一个侧面来说，就是成本的竞争，企业利润最大化，需要成本做保证。在这方面企业也十分严苛，显得特别“抠门”，两年来，他们始终树立“节一分钱就增一分利”的成本思想，非常重视成本费用的核算与控制，想方设法争取赢利最大化，做到每个产品都有收得率计算和考核，每月的水、电、汽消耗都有单耗比较，费用都有明细比较。对各个生产环节的成本都重点把关，并从细微处入手。如过道上的灯什么情况下才开，洗衣机的油怎么才能做到最大程度的节约，甚至每一件工具和每一件原材料的使用和领取等都有规定，对照下达计划和历史数据，每月进行工厂成本的分析，发现问题，及时纠正。

凝心聚力前程锦，挺进西部市场盖。合资前的企业年生产瓶盖1200万只，成立合资公司后，年加工销售瓶盖达到6000万只，资产1100多万元，实现利润150万元，是过去旧厂生产销售能力的5倍。

(李伶俐)



豫光 降温费用及物品向一线员工倾斜



7月中旬，河南连续几天出现37度以上的高温。为了防止一线员工中暑，豫光集团除及时向一线员工发放了冰糕、薄荷片、藿香正气水、凉茶、绿豆水等防暑用品。今年，在降温费等的发放，也向一线员工大力倾斜：将一线员工每人每月降温费，提高到公司领导及后勤管理员工的200%。在火热的夏季，班组员工感到丝丝沁人心脾的清凉。图为7月13日公司冰糕制作人员正在为一线员工生产冰糕。

屈联西 摄影报道

企业文化与企业美的哲学思考

胡瑞英

在人类的先进文化思想中，无不存在着对真、善、美的追求。而在真、善、美三者的关系中，思想境界层次的美是真与善的高度和谐与统一。企业文化既然是经济与文化的结合，是否也有真、善和美的关系？应当怎样理解企业行为中的真、善和美？

从文化视角 把握和评价企业行为

怎样评价一个企业的行为？将本求利是企业生存的前提，因而赚钱与否是一个必要的评价尺度，但决不是全部的尺度，何况还有一个“怎样赚”的问题。在企业能够生存的前提下，企业文化对企业行为的评价应当有更高的要求。

如何把握企业美？企业美中的“美”要从文化的视角来把握它。一般说来，文化有器物、组织或制度、观念三个层面。在器物层面上，企业美并非只是有优美的环境、整洁的厂房、产品的审美设计，乃至职工的娱乐场所等等。这些器物层面的东西固然可以包括在企业美之内，但不是它的根本。

在组织制度层面上，通过企业文化的各种管理制度不但实现了企业上下、左右的团结、和谐，而且带来了

巨大经济效益和社会效益。这种组织制度层面的东西当然也与企业美有密切关系。但是最根本的还是价值观念层面。作为企业美的本质的东西是什么呢？是企业活动中的真与善的统一。企业活动中有“真”，有“善”，也有作为二者高度和谐、统一的“美”。什么是企业活动中的“真”，什么是企业活动中的“善”，什么是企业活动中的“美”，它们之间的关系是怎样的？这是“企业美”所要阐明的。

企业美 包含真与善而又超越之

之所以能够超越，是因为在企业美之中，真与善已经同企业经营者、企业生产者的个性才能的自由发展直接统一起来了。

企业行为中的真、善与美的关系建立在实践的基础上。此三者统一的深刻基础便是企业家的经营实践——当然是指文明的企业经营实践。

企业行为中，“真”的问题的产生，是由于企业的持久存在不能违背客观的市场经济的机制和反映市场经济运行规律的市场游戏规则。违背“真”的市场行为虽能得逞于一时，但市场经济的运行规律最终会使行为者受到应有制裁，因为市场经济毕竟是法制经济。

企业行为中，“善”的问题的产生是由于企业的存在不能脱离它的内部关系的处理以及它与其他企业经营者和企业生产者乃至消费者之间的社会关系的处理。企业家遵循伦理规范处理好这些关系，就使企业行为合乎“善”。市场经济的“善”不要求企业经营者为“善”而放弃应得的利益（并非义与利不可相容），但要求他以符合公平竞争的态度，力求双赢的善意去争取可以属于他的利益。

在企业行为的“真”与“善”的基础上，就有“美”的问题产生出来。一个文明的企业家怎样才能在自身经营活动中不脱离“真”与“善”的前提，克服人性的弱点，抑制对非法利润的无限冲动。如果他能够做到这一点，他就能使自身超出那种纯粹受肉体生存需要支配的、类似动物的状态，达到一个文明企业家的个性的自由。这就是企业“美”所能达到的境界。

中国古代的传统观念把经商、买卖视为对“利”的追逐，远离美的境界。这是一种偏见。企业家在经营活动中也可以显示出自己的人性“美”。条件是他能够在自己的企业活动中实现“真”和“善”，并且又超越了它们。既然“真”和“善”已同企业家个性发展直接统一在一起，从而使企业家达到一种更高的境界：显示出美的人性的境界。这就是“超越”。

(作者单位：山东东明石化集团)

关爱职工从改善环境入手 临涣煤电对“桑拿房”更衣室说再见

7月14日上午，4台制冷量为28千瓦的单元式空调机在生产楼4个职工更衣室内安装调试完毕，至此，安徽淮北矿业集团临涣煤电公司3000余名下井职工结束了在“桑拿房”更衣的历史，在空调房内休息、更衣，倍感惬意。

淮北临涣煤电公司职工更衣室与澡堂连为一体，特别是高温季节，澡堂水蒸气与燥热天气相汇，潮热难耐，职工形象地比喻说“桑拿房”。对此，临涣煤电公司从关爱职工的细微处入手，积极做好防暑降温工作，努力为职工创造舒适的工作生活环境。针对更衣室人员集中、室内温度高的实际，投入资金专门选购了4台单元式空调，安装在采暖、掘进和辅助单位的4个职工更衣室内。新安装的空调具有功率大、制冷快的特点，彻底解决了更衣室内闷热的难题。如今，一走进更衣室，丝丝凉意扑面而来，让人倍感惬意，大大改善了干部职工洗浴更衣环境。

(邵宏田)



马云： 小企业同样需要 员工文化

张绪旺

“我们这些小厂子，在员工管理上总感到有些问题”，宁波一家小型五金制造厂老板“菱角”，日前把心头的疑问摆上“云计划”，引起众多小企业经营者的关注。针对“小企业老板管人太难”的声音，马云告诫他们，小厂子也要讲企业文化，员工文化。

管理者和员工之间总有一种微妙的生存关系。小老板“菱角”感慨阿里巴巴员工“在激动人心的标语下总有很亢奋的氛围”，但自己公司员工“对待遇总不满足，人心不齐，没有为企业考虑得失”。她表示，大企业靠文化，中型企业靠规章，管理员工都很有效，而“小企业靠老板自己来管”难以找到突破口。怎样调动员工的积极性，成为当下许多小企业面临的问题。

马云对小老板们的困惑表示理解，但不认同“菱角”的管理基调。马云表示，阿里巴巴的文化不是靠标语贴出来的。“不是管理者贴给大家，而是员工的自我激励”，在马云看来，员工自我激励源于企业文化，而大企业的这种激励文化是从最初就开始建立起来的。“不能到大了以后才开始讲文化，到了中型企业才开始讲制度”，他告诫小企业经营者的第一天当老板，要培养的就是一种文化，才有可能把企业做“大”，“大”了以后，文化才有作用。

如何在企业“小时候”就逐步培养企业文化，马云为小企业经营者的建议：重视自己的员工。他提示小企业经营者的“我们永远要明白这个道理，老板的客户有两个，第一个是外部客户，第二个客户就是员工”。马云认为，企业的价值和产品是员工创造出来的。而老板需要做的是：为员工创造独特的价值观，让员工感受到“我不是你的机器，我是一个活生生的人”。

马云表示，小企业老板也要多去倾听员工的想法；让员工基本生活保障得到满足；让员工工作得到荣耀和成就感。马云格外指出，对员工的物质激励，只能满足员工，不能让他有幸福感。“幸福感是让他们有信仰，让他们相信公司对社会和客户是有贡献的，而自己对公司是有贡献的——这样的员工容易管理”，而这样的企业文化也水到渠成。

君信集团 开展文化艺术 交流笔会

2010年7月10日上午，由内蒙古君信集团书画院举办的书画笔会在君信书画院隆重举行。中国书法家协会会员王德恭，书法导报副总编黄俊等多位知名书画家受邀参加了此次笔会，君信集团董事长兼总裁苏利军代表君信集团主持了此次笔会。

书画家们参观了君信集团书画院，并即兴现场泼墨，妙笔生辉。各位书画家们纷纷拿出绝活，满怀激情，创作出各具特色的书画作品，歌颂和谐生活。优美而富于哲理的书法艺术博得了现场参观者的赞叹和掌声。

此次书画笔会是2010年君信集团企业文化建设系列活动之一，今年君信集团书画院发挥自己的优势，紧紧围绕以宣传企业文化、提高企业素质为重点，开展形式多样的活动，在企业文化建设方面又增添了浓墨重彩的一笔。

(新华)