

【编者按】由黄仕科先生撰写,在《企业家日报》1月25日刊登的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”之一》和1月28日刊登的《建造一个“外向型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”之二》两篇文章,在企业界引起了强烈共鸣和反响,一致认为,中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”(即:“文化型、外向型、现代型、创新型”企业)内涵丰富,具有创新思想,紧跟了时代的发展趋势,对各类企业适应新常态,创新企业文化引领新常态,抓好当前经济工作,具有重要的现实意义和推广价值。今天,本报选登来自全国企业界有代表性的六篇评论文章,以飨读者。

建造“四型企业”:创新企业文化引领新常态

(本组稿件组稿:本报记者 樊瑛 张建忠)

发展海外市场要有风险意识

■ 山西华邦集团有限公司 石新忠

中国政府提出“一带一路”且高层推动的国家战略,对我国现代化建设和屹立于世界的领导地位具有深远的战略意义,在国际社会备受瞩目。2015年,这一战略将从顶层设计走向逐步落实,我国围绕其展开的对外合作也将愈加广泛。在资本市场上包括中国铁建在内的铁路基建板块如日中天。中铁二十三局集团董事长、总经理徐明新强调“海外市场是潜在效益的增长点,必须调动各级各方面的力量,狠抓市场拓展,实现海外事业大发展”可谓抓住了这一难得的机遇。目前,中铁二十三局集团公司已经具备建造“外向型”企业的跳板和能力。为抓好海外市场开发,中铁二十三局集团公司成立了国际分公司。尤其是以格鲁吉亚市场为跳板,已经积累了一些国际市场经营开发和施工管理的经

验,培养了一批具备国际施工管理能力的人才队伍。继格鲁吉亚第比利斯绕城铁路和现代化铁路改造工程之后,近期中铁二十三局集团公司又取得了该国合同额4亿多人民币的高速公路工程,实现了滚动发展。更为可喜的是2014年中铁二十三局集团在东南亚市场实现了重大突破,中标总金额创中铁二十三局集团公司海外项目历史新高。

但是,在建造“外向型”企业的过程中,笔者认为不能忽视潜在的风险,并应提前做好应对措施。比如近来引起国际社会广泛关注的墨西哥高铁项目就是一个例子。中铁建牵头的“墨西哥城-克雷塔罗高速铁路”由中标、被废标、再度竞标一波三折,又遭墨西哥政府以石油收入锐减为由无限期搁置。中铁建与相关企业蒙受的损失索赔过程繁琐耗时,结果如何不得而知。中国国际贸易促进委员会(中国贸促会)新闻发言人于晓东3日在北京

回应称,墨西哥高铁作为个案,说明中国企业“走出去”面临相当大的风险。

可以肯定的是,建造“外向型”企业的道路不会一帆风顺。关键是要培养我们在崎岖道路上前进的能力。不论墨西哥高铁项目背后是何种原因造成的,也不论这一事件将来会出现什么样的结局,我们都必须深刻吸取这一教训,提高建造“外向型”企业的风险意识,积极做好各种可能出现风险(包括政治、经济、军事以及自然灾害等等)的应对措施,学会在大风大浪里游泳。

“凡事豫则立,不豫则废。言前定则不殆,事前定则不困,行前定则不疚,道前定则不穷。”希望中铁二十三局在建造“外向型”品牌和文化的过程中周密部署,精心筹划,把各种风险消灭在萌芽状态,使海外市场真正成为中铁二十三局集团公司持续健康发展的经济支撑点和效益增长点。

一流的企业 一流的文化



■ 中国一汽无锡油泵油嘴研究所 潘志军

一流的企业,与之相应必定有一流的企业文化!

拜读了《企业家日报》刊登的黄仕科撰写《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章,我认为,中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”具有创新思想,紧跟了时代的发展趋势,对适应新常态,抓好当前经济工作,具有重要的现实意义和指导意义。

中铁二十三局以创造社会价值为己任,致力建造“四型企业”,全面推进企业管理的全面升级,是企业发展新阶段的新目标,也是适应新形势的新定位。

企业各有各的行业个性,企业文化也各有特色,符合本企业实际的做法都是值得肯定的。从黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章中我的体会是:从大多数企业的一般规律来说,企业文化建设有这样几条值得共同借鉴:

第一,坚持社会主义核心价值观的指导地位是企业文化建设的根本保证。社会主义核心价值观是企业文化的重要来源,它直接影响着企业文化的形成。在构建企业价值理念过程中,要充分发挥社会主义核心价值观的引领作用。使社会主义核心价值观成为塑造人、激励人、感召人、凝聚人的强大精神动力,成为企业文化的基石。从企业文化建设实际情况来看,个性各不相同的特色文化,都具有人本文化、和谐文化、创新文化、学习型文化、责任关怀型文化等诸多共性文化元素。事实说明,具有个性特色的企业文化,只有沿着社会主义核心价值观指引的正确方向前进,才能引导企业在促进自身发展的同时,正确

面对和较好地解决企业的社会责任、生态环境保护、资源综合利用等一系列社会高度关注的热点和难点问题,展现其发展企业、造福社会、繁荣社会主义文化的强大生命力。

第二,切合行业实际是企业文化建设的本质要求。切合行业实际,就是要体现振兴民族工业的文化特色。秉承为民族工业争光的价值观,把企业的品牌形象和弘扬爱国精神作为企业文化的重要组成部分。以做振兴中国民族工业的行业“马前卒”为使命,以“赶超行业领域的世界先进水平”为发展愿景,恪守立企宗旨,坚持“爱国、拼搏、和谐、创造”的价值观,实践“让人才价值最大化”的人才观。无论是企业价值理念的提炼,还是企业精神的总结,都坚持深植于行业实际的企业文化,才能开出灿烂的精神之花,结成丰硕的发展之果。

第三,增强企业核心竞争力是企业文化建设的落脚点。文化建设成功的企业,正是通过培育人本文化、创新文化、学习型文化,构筑人才高地,研发出拥有自主知识产权的核心技术,成为行业标准的制定者,增强了企业的核心竞争力,才成为行业的领军企业,在国内乃至世界同行业内都拥有一定的话语权。

第四,全员文化自觉是搞好企业文化建设的关键。开展自上而下、自下而上的企业文化建设工作,使企业文化“以人为本、铸魂塑形”,企业因而进入“上下同心、人企合一”的境界。思想的解放、观念的转变、精神的振作、文化的升华,必然使全体员工的面貌焕然一新。大量事实说明,企业家是企业文化的倡导者组织者,是企业文化的核心和灵魂。与此同时,广大员工是企业文化建设的主体和基础。只有把企业家的文化自觉与员工的文化自觉融为一体,才能使企业文化真正具备各种功能和力量。

这是一个文化制胜的时代

■ 香港凯德战略发展研究院执行院长 韦桂华

这是一个文化制胜的时代。从席卷全球的苹果“iphone 6”旋风,到爆红中国的“抢红包”狂潮,无一不是在以文化的力量影响人们的消费行为。

不可否认,历经30多年改革开放洗礼的中国企业,逐步建设起符合自身实际的管理体系,并逐渐培育起自己的核心竞争力,但从整体来讲,中国企业的文化力仍显薄弱。

“21世纪将是一个文化冲击的世纪,企业能否培育自己的文化并发挥其作用,将决定其在21世纪的生存能力,企业的文化将成为未来企业的第一竞争力。从经营本质看,企业经营是一种价值追求,是一个品牌塑造过程,只有培育深厚的文化底蕴,才能还原经营本质。”

中铁二十三局徐明新董事长此言,掷地有声。

黄仕科在解读中铁二十三局徐明新董事长提出建造“四型企业”《建造一个“文化型”企业》一文中,清晰而深刻地论述了文化制胜



的道理。他从中铁二十三局徐明新董事长关于建造“四型企业”的警句中解读出了企业文化的独特内涵和特殊意义,并就建造文化型企业提出为什么建造、建造什么、如何建造的问题,说服力强、观点鲜明。

众所周知,企业文化是企业精神文化、制度文化、行为文化和物质文化的总和,所展示给社会的是企业的思想力、策略力、行动力和形象力。美国兰德公司花了20年的时间,跟踪了500家世界大公司,发现其中100年不

衰的企业有一个共同的特点:他们不再以追求利润为唯一的目标,而是拥有超越利润的社会目标。他们信奉与遵循的是:人的价值高于物的价值,共同价值高于个人价值,社会价值高于利润价值,用户价值高于生产价值。

正是这些公司善于不断地给他们的企业文化注入活力,才使其能够具有超越时间和空间的生命力及对社会经济发展的强大推动力。

但优秀企业文化的建立,需要经历一个长期演进、不断锤炼涤荡逐步形成的过程,而难以通过市场交易或简单地仿效移植获得。在此方面,徐明新董事长的认识是清醒而深刻的。“中铁二十三局发展到今天,既有重组时留下的财富和包袱,也有发展过程中打下的基础和走过的弯路。”没有好高骛远、没有拿来主义,而是贴近公司实际提出建造“四型企业”,为人的价值发挥提供了无限的空间,也为企业创新能力和盈利能力的获得提供了坚实基础和不竭源泉,更当点赞。

(作者系森达集团原副总经理、《一个人的企业》、《国美之战》的作者)

让优秀企业文化成为适应新常态彰显新作为的助推器

■ 山西三维集团股份有限公司 张立文

读《企业家日报》刊登黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章。笔者认为,中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”很有新意,适应了企业发展的新常态,把握了时代的脉搏,对当前我国各类企业的发展都很有借鉴意义。

黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章我阅读后的感受是:企业文化是企业的灵魂旗帜和个性气质,是通过培养教育形成的全体员工共享的企业意识形态。

企业文化以理念为核心,辐射到行为、制度、物质等方面,产生强大的感染力和凝聚力。黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出

的建造“四型企业”》文章,使我们领悟到了:企业文化力和形象力,是企业核心竞争力的重要组成部分,是强势企业做大做强的深厚土壤。

中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”,最根本的是强调:文化管理是企业人本管理的高级阶段。把文化理念、企业战略融合渗透到员工的心灵深处,变为企业及员工的精神风貌,成为共同的价值观和行为规范,是一个艰苦的过程。

员工的行为养成,作为企业文化建塑的最基础的工作。黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章使我们懂得了:建造一个“文化型”企业,更需要有坚忍不拔的精神风貌;企业文化要继承优良传统;更要学习借鉴国际国内优秀企业的最新最优成果,放眼高境界、立足高起点。

在目前市场竞争日趋激烈,企业生产经

营形势异常严峻的形势下,黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章,具有很重要的现实意义。中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”创新思想,特别是优秀企业文化,愈来愈彰显出其潜移默化、润物无声的巨大作用。

在当前新常态情况下,强有力调动起广大干部职工的积极性、主动性、创造性,至关重要。黄仕科撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》文章,可塑性很强,有借鉴意义。中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”,可坚定本企业全体员工迎难而上、逆势而为、战胜困难的决心和信心,凝聚了众志成城、共克时艰、转型发展的正能量。

中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”,能成为企业适应新常态、推行新举措、展现新作为的助推器!

培育企业自身独特的文化

■ 昆明长水国际机场 倪嘉云

近日,笔者在《企业家日报》上拜读了黄仕科先生撰写的文章《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》,感触颇深。非常赞同中铁二十三局徐明新董事长、总经理的观点:一个企业,不怕没财富,就怕没文化。笔者认为,当今社会企业制胜的法宝,取决于企业自身是否具备独特的企业文化,只有具备独特的企业文化,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

看完了黄仕科先生撰写的《建造一个“文化型”企业——解读中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”》这篇文章后,引起了我对“文化型”企业的思考。记得毛泽东同志曾经说过:没有文化的军队,是一支愚蠢的军队。毛泽东同志的军事思想,过去是中国人民解放军的军魂,现在、将来,还是中国人民解放军的军魂。毛泽东军事思想,崛起于毛泽东的忧患意识与崇高精神,毛泽东的军事战略思维,崛起于对中华文化文武总揽能力。一位企业家曾经说过这样一句话:“一个成功的企业必定是一个高素质的企业,该企业在适应飞速变化市场时,必须提高、完善自己,这一过程的唯一途径是学习。”由此可见,中铁二十三局徐明新董事长提出的建造“四型企业”中打造“文化型”企业对于企业今后不断发展壮大尤为重要。

21世纪将是一个文化冲击的世纪,企业能否培育自己的文化并发挥其作用,将决定其在21世纪的生存能力,企业的文化将成为未来企业的第一竞争力。例如,青岛啤酒的目标是“世界啤酒十强”,为了实现这个目标,他们从贵族向大众转变,从生产优先向市场优先转变,从产地销向销地产转变。青岛啤酒的

企业目标是要由世界知名品牌成长为世界驰名商标,由中国名牌企业上升为世界名牌企业,由此产生出更强劲、影响力更大的名牌效应。为此,青岛啤酒集团要建立一个学习型组织,在经营规模、管理模式、文化观念、产值、销售收入等各方面都要向国际先进企业的标准攀升。

可喜的是,中铁二十三局集团公司以董事长、总经理徐明新,党委书记陈涛为首的新一届领导班子,坚持“创效是第一要务”的理念,以“创造效益、创造价值”为衡量标准,实现了企业文化建设与企业管理工作的紧密结合。在中国铁建“诚信、创新永恒,精品、人品同在”的企业价值观念、“不畏艰险、勇攀高峰、领先行业、创誉中外”的企业精神和企业标识、企业歌曲等“四大统一”的基础上,提出了具有中铁二十三局特色的系列文化理念。如“企业和员工共同进步”的发展目标;“坚定不移进行结构调整、坚定不移搞好海外经营、坚定不移实施低成本扩张战略”的企业战略举措;“从经营项目向经营企业文化转移、从经营体力向经营智慧转移、从经营主业主游向经营主业主游转移”的发展策略;“用心做事,用情交友”的企业经营理念;“一年稳定、二年好转、三年起步、四年发展”的企业发展路径;“锻造一流团队,永葆企业长青”的队伍建设战略;“四个提升”(提升班子形象、提升员工信心、提升企业品牌、提升综合实力)的政治工作主线;牢牢把控“四点两线”(质量闪光点、安全控制点、科技创新点、效益增长点。班子建设保障线、效益产出线)的项目管理指南;“以创效为目标强化全员执行力”的企业行动准则等具有中铁二十三局特色的文化理念,从而明确了建造“文化型”企业的目标和方向。这些先进的理念和先进的文化,为企业的发展注入了活力。

也说“文化制胜”

——读黄仕科解读中铁二十三局徐明新董事长提出建造“四型企业”《建造一个“文化型”企业》一文有感

■ 亚宝药业集团股份有限公司 索玉祥

企业文化是企业的灵魂,是企业的软实力。这是人们的一种共识,也是企业制胜的一条法则。

黄仕科在解读中铁二十三局徐明新董事长提出建造“四型企业”《建造一个“文化型”企业》一文中,非常具体、清晰而深刻地论述了文化制胜的道理。他从中铁二十三局徐明新董事长关于建造“四型企业”的警句中读出了企业文化的独特内涵和特殊意义,并就建造文化型企业提出为什么建造、建造什么、如何建造的问题,条理清晰,观点鲜明,论据充分,论证有力,很有见地,很有说服力。

人类文明的演进离不开文化,同样,一个企业的发展也必须要自己富有个性化的企业文化作支撑。简言之,中铁二十三局徐明新董事长关于建造“四型企业”的警句中阐释了,企业文化就是企业在生产经营活动中所形成的本企业的价值观、工作作风、传统习惯、行

为规范和规章制度以及各种文化活动和文化设施等的总和。同时,进一步阐释了企业文化是一种软实力,是企业之魂魄。有了文化,企业就有了方向,有了秩序,有了品牌,有了责任,就能打造成百年老店,就能实现既定目标。否则,企业就不可能做大做强,就将是苍白的,是行之不远的。

中国文明与文化对世界人类的生存与发展具有十分重大的意义。无论是孔孟儒学,还是老庄道学,无论是文学艺术,还是历史哲学,都蕴含着深邃博大的知识与哲理,浇灌了一代又一代商人。中铁二十三局徐明新董事长关于建造“四型企业”的警句中阐释了,作为企业经营者的,我们今天学习传统文化,光大儒商文化,建塑企业文化,不是务虚之举,更不是附庸风雅,而是要切实从中体悟做人经商的道理,汲取造福社会的力量,使企业能够内外兼修,并培植共享价值观。文化蕴藏着恒久的治世之道与管理智慧,它能够实现东方传统与西方文明的对接,助推商业道德的重建,解开我们在管理中的诸

多困惑,使企业得到和谐永续发展,从而实现自己的战略目标;文化闪烁着忠诚、团结、创新、责任、道义以及从商价值观等光芒,正是我们企业今天最需要的主题元素和文化内涵。我们将在文化的引领下着力构建和谐的劳动关系,与各类客户实现共赢,确保产品质量和生产安全,积极承担社会责任,高高树起现代儒商良好的文化品牌形象。

当然,要建造一个“文化型”企业,要以文化制胜。中铁二十三局徐明新董事长关于建造“四型企业”的警句中阐释了这样一个道理:我们的企业和企业家应该具备四种修养:一是坚韧不拔、永不懈怠,任何一个悠悠自在、闲云野鹤式的人都是不会成就大业的;二是积极进取,文质彬彬,既要有“文化型企业”这个漂亮的称谓,更要有与之相匹配的业绩、内涵、品牌和贡献;三是注重德治,遵章守纪,确保质量,坚守诚信,努力成为业界楷模和社会的风范;四是义利并重,仁爱弘毅,做一个“君子”式的令人尊敬的企业和企业家。