



以“文化强企” 践行“文化强国”

——感悟天工企业文化理念与实践的魅力

□ 本报记者 李丙驹

◎天工国际全景

◎天工国际董事局主席朱小坤

【编者按】

年年岁岁人相似,岁岁年年花不同。迈进 2012 年的“中国之龙”,以年初全国“两会”和下半年党的十八大召开为标志,开启了中华民族实现伟大复兴更加壮丽的新的征程。遥望小小寰球,世界大势风起云涌;放眼泱泱神州,中国状态雄姿英发。长城内外,旌旗在望。大河上下,鼓角相闻。共和国经济社会平稳较快发展,龙飞凤舞再次展现日月新天。这当中,作为中国经济脊梁的企业正在书写攀登历史海拔的云锦天章。

令人惊喜的另外一幕让人“不看不知道,看了真骄傲。”那就是改革开放 30 多年以来,中国民营经济已经蔚为壮观,雄踞中国经济社会“半壁江山”的景象,令人叹服改革开放的英明伟大。“半壁江山”,繁花似锦,天工国际,艳压群芳。

本报从今天起,以《天工:向国际一流强企日迈月征》为主标题刊发的 5 篇系列报道,分别从“文化强企”、“诚信兴业”、“细节之争”、“社会责任”、“前程似锦”五个方面,紧扣天工在盛世龙年前后高步云衢的发展历程及其辉煌业绩,围绕企业做大做强的核心体系,以独特的视觉深层次解读天工国际的内敛与霸气,形象与气质,以便将一个继往开来的天工摄入历史和时代的长镜头……

提起“企业文化”,可能很多人的第一反应就是“老生常谈”。这个认识也可说对,也可说不对。说它对,是因为“企业文化”确实是“老调重弹”;说它不对,是基于任何事物都是变化发展的,“企业文化”也会随着社会的发展进步而赋予新的时代内容。其实,提不提“企业文化”并不重要,重要的是在什么形势下、针对什么企业来提。在党中央“文化强国”的大政方针指引下,研讨像天工国际这样的中国民营名企的“企业文化”,结出的“果实”不仅香飘万里,而且余味无穷……

如果说天工以前是站在意识形态的角度,来看待“企业文化”是天工成功的精神动力的话,那现在的天工就是站在上层建筑的“国家高度”,来肯定“企业文化”在天工发展中的巨大作用的。

国家“文化强国” 天工“文化强企”

天工成功的秘籍有多种说法,几个版本,但天工国际董事局主席朱小坤为何只用“天工企业文化”六个字予以概括?当然,这并不是说天工成功的秘籍仅此一种没有其他,董事局主席的本义,无非是将“企业文化”视为企业创业、创新、创富的灵魂源头、精神活水。这是具有决定意义的东西,因为没有强健不息的灵魂精神,就没有长盛不衰的企业生命。这是一个常识,但能够把这个常识提升到更高的层面并运用到出神入化的境界却不多见。说风毛麟角或许有点夸张,但称为鹤立鸡群实不为过。在一个高手如林、搏心弈智的竞争环境中,能够润物无声、独步天下的人,才是稳操胜券的佼佼者。朱小坤和他领导的天工国际,就是用“企业文化”撰写出的一部“文化强企”经典名著。

天工国际之所以能够成长为一家人世界知名的企业,朱小坤之所以能够成长为一



◎恭贺天工国际成功上市



◎隆重表彰 2011 年度天工劳模

个驰名中外的优秀民营企业企业家,除了天工国际 30 余年的发展历程及其辉煌业绩而外,很大程度上是朱小坤和天工人创造出的“天工企业文化”。朱小坤的“优秀”,仅就“文化”而言,就有着许多过人之处。他睿智而机敏、沉稳而超前的思维锋芒,成为打造“天工企业文化”最光彩夺目的亮点。

如果说“文化强国”是“大文化”,那“文化强企”则是“小文化”。在朱小坤看来,“文化”的“大”与“小”,主要区别在于“宏观”与“微观”。但两者有无必然的内在联系,却是具有决定意义的价值核心。只有百川归一,才有波澜壮阔。天工国际“文化强企”的浪花融入“文化强国”的长河,是历史的昭示,时代的导向。

与朱小坤谈“文化”,记者叹服于他的深度与激情。他说,十七届六中全会的召开,其文化改革的深度与广度充分体现在:首次从

执政党战略的高度确立“文化强国”发展战略,正确认识并恰当处置文化建设这个全局,使中国经济社会发展进入经济驱动力和文化驱动力等多种力量的驱动时代。

关于“文化强国”的“大文化”,朱小坤是这样表述的:文化作为一个民族的精神记忆、灵魂和血脉,是该民族自我确认、自我阐释、自我表达的符号系统,表征这个民族共有的归属感、认同感和凝聚力。

结合刚刚闭幕的全国“两会”,朱小坤接着说,当代中国进入各项建设改革纵深攻坚阶段,社会正处于重大的转型期,社会转型的速度、广度、深度、难度前所未有。在这个社会结构错位、社会问题频发、社会风险加大的社会变迁时期,迫切需要用贴近时代、生动丰富、富有感染力的先进文化引领社会发展方向、凝聚意志共识,达到凝神聚魄、兴国之魂的重要作用。

从国际上看,文化强国战略的推出,让中国更加自觉地融入世界、让世界更加全面地了解中国成为可能。文化强国战略的实施,有助于提升中国在世界的核心竞争力。中国文化是中华民族的伟大创造,也是中华民族对人类文明和世界文化的伟大贡献。随着改革开放的深入发展,随着中外文化交往的日益密切,中国文化的价值和意义,必将在各国得到更多的理解和认识。

关于“小文化”,朱小坤说,“文化强企”首先要坚持以经济建设为中心,两个文明一起抓。文化属于上层建筑,只有经济蓬勃发展,才能为之提供充足的资金,以便更好地建设队伍,提升科技水平,把企业做大做强。这位改革开放的勇者和智者清醒地认识到,只有企业的各项举措都能紧扣“文化强国”的战略部署,“文化强企”才能“向东是大海”,打造出真正意义上国内誉满神州大地、国外“与狼共舞”的世界一流强企。

基于上述观点,朱小坤表示,天工国际这些年就是这样走过来的。这位曾经沧海的江南硬汉,以一个企业思想家的口吻,从

容而深沉地说出了自己独到的见解:天工之道,概括起来就六个字:天工企业文化!

天工“文化强企”的 进步之道

把天工之道概括为“天工企业文化”六个字,是朱小坤深思熟虑的结晶。言简意赅的总结,于平凡中见深刻,这是一个与自己的企业血肉相连、精魂忠魄的人,才可能具有的睿智和水准。仅凭这一点,我们就有理由说天工国际是一家冲破体制壁垒、一骑绝尘的优秀企业。作为天工国际“企业文化”的旗手,朱小坤跻身全国“一线明星”企业家的行列,不仅名至实归,而且大放异彩。他驾驭“企业文化”的水平和能力,时时处处无不体现出与时俱进的认识论以及娴熟运用哲学辩证法的本领。纵观天工企业文化成长发展的历程,我们不难看出,朱小坤和天工人在“企业文化”方面的精深造诣。

事实上,创业伊始,朱小坤就殚精竭虑地探索着具有中国特色的乡镇企业文化建设的路子。他从天工几位优秀员工“春蚕到死、沥血吐丝;蜡炬成灰、燃烧殆尽”的事迹中,感悟出精神的内涵:价值观就是企业文化核心。为此,朱小坤从中总结出“责任、诚信、务实、勤奋”的天工企业文化核心的“八字箴言”。天工在发展过程中始终奉行“八字箴言”的价值主张,因为这是企业的核心理念,是企业生存、发展的精神支柱,直接影响着企业和员工的理念,规范着员工的行为。

在朱小坤看来,企业文化虽然属于意识形态、上层建筑,仿佛看不见、摸不着,其实这是一种“铺天盖地”的无形资产,从物质与精神的相辅相成到两者作用力与反作用力的辩证关系上,“文化”甚至是一种决定性的力量。在他的工作日记上记着台湾女作家龙应台的一段话,他觉得是对企业文化一种别具一格的深刻见解——

【下转 A2 版】

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件,本报持证人员均在本报官方网站《金浪网》(www.jlrnet.cn)上公布,可供查询或手机上网查询(jlrbl231bjzcn.com)。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-68230681
028-68230659
028-87344621
举报电话:028-87325242
经理日报社

多贝斯®

OTC

治疗糖网
改善微循环
预防脑梗、心梗

西安利君制药有限公司
联系: 销售公司五部
电话: 029-64294438

沱沱酒业
TOTO LIQUOR

60

1952-2012
热烈庆祝沱沱酒业建厂60周年

教场
为国人健康 给力

安多集团
地址:成都高新区
电话:028-87344621

传递价值 成就你我

芙蓉王

文化头条新闻

湖南芙蓉王文化传播有限公司

伍田

伍田牦牛肉

完整产业链 品质有保证

成都伍田食品有限公司
CHENGDU WUTIAN FOOD STUFF CO.,LTD