

大力发展文化产业 绵阳打造文化生态强市

■ 王操

文化是承载历史文明进程的靈魂,文化产业是传承与弘扬历史与现代文明的载体。今年以来,绵阳市大力发展文化产业,并制定了《绵阳市文化产业发展规划(2013-2020年)》(以下简称规划)。规划提出,实施“羌藏风情”、“蜀道怀古”、“人文瑰宝”和“创意之都”四个建设工程,形成文化要素集聚、文化创新活跃、文化英才荟萃、文化交流频繁、文化生活多彩的生动局面,为建设中国西部经济文化生态强市蓄势发力。

优化发展环境 为文化产业发展减负加速

“文化产业的发展,离不开创作环境的优化,给予创作者好的创作环境,加强知识产权保护,简化行政审批流程是对文艺创作者的尊重,同时也是推动文化产业发展的重要条件。”绵阳市书法家协会会长杨光文说。

文化产业的发展离不开环境的营造,好的创作环境往往能创作出好的作品,才能推动文化市场的繁荣和文化产业的发展。根据规划,绵阳市将逐步优化发展环境,加强绵阳文化品牌的建设,支持文化企业创优创牌,对获得中国驰名商标、中国名牌产品的文化企业和文化产品及服务,给予一定额度的奖励。加强绵阳市文化产品著名商标、品牌的保护工作,定期编制和发布全市文化产业著名商标名录。

根据规划,绵阳市将加强知识产权的保护,经认定的区域性版权资源信息中心和版权交易中心,给予一定的资金支持。鼓励文化企业自主创新形成的成果及时申请、注册版权(著作权)、专利权等相关权利对属于本市文化产业发展重点支持领域作品的权利登记,专项资金给予资助,文化企业申请专利的费用,市专利申请资助资金可给予支持。简化行政审批手续,对文化经营单位改制、改组,投资兴办文化企业,在政策许可范围内简化审批手续。在提交材料齐全、符合法定程序的前提下,7个工作日内核发《营



业执照),为文化产业的发展减负加速。

推动集聚发展 形成“2+2+2”产业发展格局

“文化产业的发展,不但能满足人民群众日益增长的文化需求,而且对我市经济结构调整、城市功能的提升有巨大的作用。大力发展文化产业,是我市实现建设中国西部经济文化生态强市的重要一环,如何发展好文化产业,首先要健全文化产业体系,大力发展优势产业,将文化与科技相结合,推动我市文化产业发展。”市文广新局局长马

宗舜认为。

根据规划,绵阳市将依托绵阳“中国科技城”和“国家级文化和科技融合示范基地”,积极拓展创意设计业、文博会展业两大新兴产业,优先发展数字文化用品制造业和文化休闲娱乐业两大主导产业,加快培育现代传媒业、文化艺术培训业两大支撑产业,形成“2+2+2”产业发展格局。

积极拓展创意设计业,以工业设计、建筑设计、软件设计、家装设计、婚庆设计、广告设计、影视动漫拍摄制作、娱乐产品设计和包装设计为突破口,到2015年,打造1-2个特色鲜明、具有区域竞争力的创意产业集群,建设跃进路文化创意街区、金家林文化创意产业园、朝阳厂文化创意

产业园、126文化创意产业园,打造“富乐山动漫园”、“万达动漫游戏体验消费中心”、“灵创科技园动漫游戏产业集群”、“三国游戏体验园”,促进产业化与融合。

快速发展文博会展业,以绵阳文化产业园和历史文化景区为依托,吸引国内外知名节庆会展企业入驻,促进文博会展行业知识、技术、人才、资本集聚。到2015年,打造3-5个特色鲜明的文化博览会展品牌,引进1-2个国际专业品牌展会,将“中国科技城博览会”打造成具有国际影响力的会展品牌。到2020年,将绵阳打造成为西部重要的文博会展中心。

实施四大工程 构建绵阳文化产业发展新路径

根据规划,绵阳市将通过实施“羌藏风情”、“蜀道怀古”、“人文瑰宝”和“创意之都”四个建设工程,构建绵阳文化产业在民族文化、三国文化、历史文化和科技文化方面的创新路径。“建设中国西部经济文化生态强市,必须发展出更多的绵阳文化名片,所以规划中提到的文化产业发展四大重点工程,正好能促进绵阳文化名片的打造。”马宗舜表示。

其中“羌藏风情”是以“留住民族根脉,走向世界舞台”的理念,着力打造羌藏民族文化产业,借助北川羌绣文化创意产业园区、安县羌王城文化创意产业园和平武白马藏族民族文化生态娱乐区等项目,打造少数民族文化展示平台。“打造‘羌族风情’,一方面能够发展文化旅游业,另一方面有益于继承非物质文化遗产。”中国非物质文化遗产研究院院长潘显州认为。

以“科技引领文化,智慧启迪创意”为主线,打造科创园区文化创意产业城、金家林数字包装印刷产业园,推动文化与科技融合发展,激发绵阳文化创意产业生机与活力。“文化产业四大重点工程的打造,是我市文化产业发展的重大机遇,同时也是一个挑战。”马宗舜说。

四川电力公司弘扬宪法精神

■ 佳铭

12月4日,是首个“国家宪法日”,也是第14个全国法制宣传日。国网四川省电力公司以此为契机,深入宣传以宪法为核心的中国特色社会主义法律体系,弘扬宪法精神及社会主义法治精神,同时紧密结合四川省首部电力立法《四川省电力设施保护和供用电秩序维护条例》,开展了“12·4”国家宪法日暨全国法制宣传日宣传系列活动。

国网雅安电力(集团)公司工作人员深入当地村镇开展电力设施保护和供用电秩序维护条例宣传活动,当地村民在拿到图文并茂的宣传手册后连声称赞。宣传当日,工作人员赶往碧峰峡镇,为当地村民带去了2014年10月1日开始生效的四川省首部电力立法《四川省电力设施保护和供用电秩序维护条例》,及《电力设施保护及安全用电宣传手册》,通过现场发放资料和现场讲解等方式宣传保护电力设施的重要性、盗窃破坏电力设施的严重后果,及破坏电力设施将要承担的法律法律责任等,发动社会群众共同参与电力设施保护,为电网安全度冬营造了良好的氛围。考虑到当地灾后重建及村民自建房较多,在家庭用电方面需要尤为注意,该公司工作人员还为村民讲解了冬季安全用电常识,并告知村民,如果发现存在任何安全隐患或周围有破坏电力设施等不法行为时,可立即拨打电力客户服务热线“95598”,电力部门会及时派员到场处理。活动当天,该公司还走进灾后重建棚改工地,帮助排解用电隐患,并提醒施工人员施工作业时一定要与带电导线保持安全距离。

国网攀枝花供电公司在辖区内开展形式多样的“12·4”国家宪法日暨全国法制宣传日宣传活动。活动通过发放宣传手册、画报,设立宣传展示栏,电视大屏滚动视频播放、现场讲解等形式宣传宪法和电力法规知识,营造全民普法、懂法、守法的良好法制环境。活动当天,五个宣传点均受到当地广大市民的广泛关注并驻

足踊跃参与咨询、了解。该公司员工向过往市民分发《电力设施保护宣传》画报、手册、粘贴标语、《中华人民共和国文物保护法》宣传挂图、《智能电表使用手册》等各类法律法规宣传资料2万余份,接受各类咨询问答100余人次,受到了各级政府、广大市民的一致好评。下一阶段,该公司还将组织所辖22个供电所集中开展法制宣传进农村活动,届时将全面实现攀枝花市全区域、全范围法制宣传效果。

国网泸州供电公司以《四川省电力设施保护和供用电秩序维护条例》为重点,于宪法日当天开展宣传活动。该公司针对此次“12·4”国家宪法日暨全国法制宣传日,以多种渠道进行宣传,包括积极参与当地行政部门开展的街头法制宣传、专题学习宪法和依法治国决议、党员服务队“电力法律进小学”行动、营业厅法制宣传氛围营造等。普法宣传形式多种多样,包括张贴标语、海报、横幅,发放传单,播放宣传片,还专门印制了包括《宪法》、《决定》、《条例》在内的便携式笔记本。在宣传现场,不仅市民群众对《条例》表现出浓厚兴趣,其他单位正在宣传的同志也都来主动了解,并拿着该公司制作的便携式笔记本向市民宣传起来,在现场出现了《条例》宣传热。

南充市首个国家宪法日暨全国法制宣传日系列活动于宪法日当天在南充市西山广场举行了启动仪式。上午9时,由该公司法律、安监、运检、营销和电力警务室等相关专业人员组成的宣传组向过往行人发放了有关安全用电、电力设施保护、电力法律法规等方面的宣传画。该公司还通过宣传展板,向社会宣传电力法规政策的新举措。宣传组还特别对《新安全生产法》和《四川省电力设施保护和供用电秩序维护条例》进行了宣传和讲解。当天共计发放资料7000余份,接受客户用电、电力法律法规等咨询百余人次。通过宣传活动,不仅传播了电力法律知识,还营造了全民依法用电、科学用电、节约用电、维护电网安全的良好法制环境,为电力企业的安全发展保驾护航。



四川企业向康定地震灾区捐赠百万物资

■ 宋志勇

12月4日,四川劲浪体育用品有限公司向“11·22”康定地震灾区捐赠价值226万元御寒物资。

捐赠仪式上,劲浪体育用品有限公司董事长赵瑜说,灾情发生后,牵动着四川劲浪体育用品有限公司全体员工的心,地震无情,人有情,在公司的积极倡议下,共捐助价值达226万元的物资,用于帮助灾区人民渡过难关,战胜自然灾害,

重建美好家园。

甘孜藏族自治州政府相关领导代表甘孜州委、州政府向四川劲浪体育用品有限公司及分公司捐赠的爱心物资表示衷心感谢,并表示康定发生6.3级地震后,牵动着四川劲浪体育用品有限公司和重庆、宜宾分公司以及全体员工的心,公司积极踊跃承担社会责任,用最真诚的感情,最诚挚的爱心,谱写了一曲众志成城、感人肺腑的大爱乐章。真诚希望爱心企业继续关注灾区,为建设美丽生态和谐幸福甘孜,为重建美好家园奉献力量。

三、企业文化竞争是企业的终结性竞争

劳伦斯·米勒指出:企业唯有发展出一种文化,这种文化能够在激励中获得成功的一切行为,这样的企业才能在竞争中成功。企业文化对于一个企业的成长来说,看起来不是最重要、最直接的因素,但却是最持久的决定因素。企业的凝聚力与活力来自员工对共同事业的追求,来自共同的信念与价值观。而企业文化是企业长期经营活动中逐渐形成的,有着共同价值观、共同理想,并有共同行为准则、共同价值取向的经营理念。21世纪的企业竞争,取决于企业文化的较量。那些有强有力企业文化支撑的企业获得发展所需的营养,公司的竞争力都得到了很大提高。

文化是企业的情感递延资产。有关专家仿照国内生产总值(GDP)的提法,把“文化力”解释为“国民总魅力度”或“国民总文化力”,并特别研究了日本动画、漫画、音乐等流行文化备受推崇的现象,认为“日本在20世纪90年代已成为文化上的新超级大国”。为测量对外文化力,专家们统计“录音唱片”、“磁带”、“印刷书籍、报纸、绘画”、“照相用底片”、“电影用胶片”、“艺术品、藏品和古董”的商品贸易,以及“专利使用费”、“文化娱乐收入”等的服务贸易。这些出口额和交易额,在1993年到2003年,从5343亿美元增长到了15779亿美元,增长了大约两倍。而同期商品出口总额则只增长了36%,相比而言,日本与“文化”有关的出口增长幅度要大得多。

文化力会吸引人们注意,给经济活动、消费行动带来影响。比如,韩国连续剧《冬日恋歌》在日本播出后,其男主角所驾驶的福特多功能运动型车“探险者”的销量立即回升。美国著名学者约翰·科特教授在《企业文化与经营业

长盛力

——缔造富有灵商的管理文化(连载二十二)

■ 梁勤

绩》一书中提出了一个重要论断,就是:“企业文化对企业长期经营业绩有着重大的作用,在下一个十年内企业文化很可能成为决定企业兴衰的关键因素。”也就是说,一个优秀的企业,真正能长盛不衰的不是它的产品,也不是它的服务,而是在其产品和服务背后的管理思想、管理风格、经营理念、经营宗旨、企业精神,即企业文化。实际上,企业文化是企业管理理论与实践的最高概括。日本同志社八木匡教授2002年对美国底特律和加拿大温莎地区进行联合实证分析,验证了文化影响力会对市场扩大产生作用的假设,而且很多专家通过调查也得出了“文化重视度高的行业一般来说经营利润也高”的结论。

企业界有句俗语,“小企业做事,大企业做人”;管理学上有这样的说法:管理一个小企业可以靠权威,管理一个中型企业就要靠制度,管理一个大企业必须靠文化。企业管理中的制度往往和人性当中的一些弱点相对抗。人性里面有一个弱点:几乎每个人都认为,自己比别人伟大,或者说他认为自己的能力高于他的实际能力,这是一种倾向。如果调查一下美国开车的人,问他们开车水平是平均水平还是高于平均水平,调查结果是百分之七十的人都认为自己的开车技能高于平均技能,这是人性的一种本质。还有一种,人们总是认为他得到的比他应该得到

的少,我们在好多组织里都会发现这个问题,就是说每个人都觉得自己没有得到公平的待遇,因为他高估自己的贡献,自然就会低估自己得到的东西,这就是人性的弱点。因此,制度很多时候是在对抗人性的弱点。比如说企业建立一个激励制度、奖励制度,从管理者的角度来讲,可能觉得每个人按照这个制度都得到了他应该得到的待遇,但是仍然有很多人认为自己被亏待了,自己没有得到应有的待遇,类似的许多管理问题让总经理心生懊恼。又比如:在工作“中间地带”,为什么员工的工作心态可以改一下?每人主动往前半步,不就“搞定了”。这种时候就需要有一些除制度以外的东西,能够让员工转换心态,形成共同的习惯,共同的习惯越多,企业就越好管理。对一个群体、企业来说,那便是“企业文化”。

对一个国家、一个民族而言,文化是软实力,对于一个企业而言,企业文化是企业的软竞争力,是决定企业寿命、规模、发展的绝对竞争力。哈佛大学、斯坦福大学、麻省理工学院和一批经营管理咨询公司等研究机构都对此进行了专项研究,特别是针对经营业绩持续增长的日本公司和面临激烈竞争的美国公司,以及一些困难重重的公司,分成三种类型进行分析比较。研究得出的结论认为:企业文化对企业员工和企业经营业绩产生巨大的作用,特别是当

市场竞争激烈的时候更是如此,这种文化的影响甚至大于企业管理研究和经营策略研究的文献中经常出现的那些作用因素——经营策略、企业组织结构、企业管理体制、企业财务分析手段以及企业管理领导艺术等。美国、日本企业界的最优秀的总经理们总是不惜耗费大量的时间和精力营造、维护自己的优秀企业文化。他们从企业文化的实践中捞到不少好处,因而对企业文化情有独钟。

日立公司奉行的哲学“和、诚、开拓”精神。“和”即强调全体员工以和为贵,心心相印,主张开展非正式讨论在内部形成风气,公司一年内收到建议421万条;“诚”则指对用户的态度,以诚相待、诚实信用;“开拓”则要求具备勇于创新,争取更大成果的旺盛的斗志,以“向新领域挑战,百折不挠”的精神调动员工的热情。

美国的惠普公司则以“自己就是企业”作为精神支柱。传颂甚广的有一则故事:参观者看到该企业员工满头大汗,而把电风扇直吹机器,不解地问这是为什么?员工回答很干脆:“要保持公司机器的清洁和正常运转。”这种爱护设备,保证工作而不顾自己的精神实在令人感动。

在战争年代,我们关注的是军队、将军和元帅;而在和平年代,我们关注的则是企业、企业家和职业经理人。大量的事实表明,世界500强之所以能够胜出其他公司,就在他们善于给自己的企业文化不断地注入活力,从而使企业保持长盛不衰。优秀的企业造就优秀的企业文化,而优秀的企业文化,无疑也会造就一个优秀和成功的企业。面对残酷的市场竞争,我们企业往往缺少的不是产品、技术,甚至也不是人才,而是文化和团队凝聚力。因此,我们完全可以断言:未来最具竞争力的企业一定是那些有文化内涵的企业。

(本文节选自《长盛力—缔造富有灵商的管理文化》一书)