

文化传承之力 钢铁不朽之魂

——包钢企业文化建设掠影

■ 耿静波 徐杉

清晨,破晓的朝阳照耀昆河西岸,包钢十里厂区上演一天的忙碌与精彩。钢铁大街西端,彩虹桥纵贯南北,双翼神马和钢铁工人塑像身披霞光,带有浓郁包钢特色的企业文化之门向着东方敞开。

传承 60 年历史 铸就百年精神

包钢从世界独一无二的宝山——白云鄂博起源,注定了她的企业文化必定与众不同。包钢人在改造自然、建设家园的历史中承袭,在自强不息、强企报国的使命中担当,逐步凝固沉淀下“坚韧不拔,追求卓越”的钢铁之魂。

企业文化作为一项系统工程,须有完善的理念识别、视觉识别、行为识别三大稳固支撑。进入二十一世纪,在确定“日月同辉”标识、“双翼神马”象征物和《草原晨曲》为包钢厂歌等企业文化多个识别标识后,包钢兼具了多个生动的企业文化元素。

“十二五”开端,公司将企业文化提升至打造企业软实力、核心竞争力的高度研究创建,并借助 2012 年全面导入卓越绩效模式为契机,开始了新一轮企业文化创建进程。通过消除差异,凝聚共识的细致梳理,形成公司层面统一、各单位富有特色的企业文化“金字塔”。

在包钢新企业文化理念中,“创一流企业,建精神家园,铸百年基业”为企业愿景,“尽工业长子之责,圆民族复兴之梦”为企业使命,首次在企业文化中旗帜鲜明地提出了争创一流的目标,为包钢打造“百年老店”提供了有力的文化引领和软实力支撑。

丰富文化内涵 再塑包钢品质

近年来,公司逐步推行和深化门禁系统管理、5S 管理、精益管理、卓越绩效管理和员工自主改善等多项制度改革,沉寂在传统思维模式的包钢脱胎换骨,向世界展示全新包钢的卓越形象。几年间的沧海桑田,印证了包

企业文化作为一项系统工程,须有完善的理念识别、视觉识别、行为识别三大稳固支撑。进入二十一世纪,在确定“日月同辉”标识、“双翼神马”象征物和《草原晨曲》为包钢厂歌等企业文化多个识别标识后,包钢兼具了多个生动的企业文化元素。



钢由“超越自我”向“追求卓越”的升华。

在“奉献钢铁精品,共创美好生活”企业使命指引下,包钢干部职工在 20 年以来最为深重的困难形势面前,努力开拓国内国际市场,不断优化产品结构,持续提高产品质量,板、管、轨、线等“包钢精品”享誉世界。包钢不以牺牲环境为代价,在环保和资金双重压力下承担社会责任,近年来投资超过百亿元治理环境,在经济不断发展的进程中守住了环境的“绿水青山”。

包钢以“立己达人”的核心价值观,开展真诚合作,带动包钢阔步走向市场。与此同时,企业与员工结成更加紧密的命运共同体,



以“企业发展成果惠及员工”为原则,促进形成万众一心、共渡难关的崭新局面。

今年 7 月,中国冶金政研会“2015 冶金企业文化论坛”在包钢召开。与会代表参观包钢厂区后给予盛赞,既赞赏包钢企业文化的高度淬炼,也赞赏包钢一流环境的“颜值”,更称赞包钢优秀的企业文化具有的强大凝聚力,以及包钢干部职工身上所焕发出的精神风貌。

文化元素集成 包钢精神彰显

《草原晨曲》,是包钢人心中的“同一首歌”,每一个包钢人像熟悉自己名字一样熟悉这次快优美的曲调。这是包钢企业文化的元素之一,而更多先进人物和典型事迹,构成了包钢企业文化生动的浮雕。

今年 5 月,以“劳动光荣·创造伟大”为主题的 2015 年公司劳模事迹巡回宣讲活动在全公司展开。近年来,包钢涌现出的各级劳动模范走上舞台,接受鲜花和掌声。53 家单位的 2300 余名职工聆听了宣讲,爱岗敬业、争创一

流、艰苦奋斗、甘于奉献的新时期劳模精神,让观众的心灵再一次得到洗礼和净化。一个个平凡人的壮举,构筑起实现“包钢梦”的雄厚根基,“坚韧不拔、追求卓越”的企业精神如同一种基因,复制在每一个包钢人的身上。

近年来,随着包钢社会贡献力的不断提高,企业文化的内涵也日渐丰富,借助新媒体平台宣传企业文化的渠道也日渐多样。包钢推进责任文化建设,上缴利税居自治区前列,彰显大型国企风范。包钢推进创新文化建设,把创新理念付诸于生产经营实践,以技术创新提升企业核心竞争力。包钢推进诚信文化建设,健全“守合同、重信用”诚信活动长效机制,多次荣获中国优秀诚信企业称号。包钢推进廉洁文化建设,提出反腐倡廉“进头脑、进班子、进岗位、进企业价值观”的廉洁文化建设思路,强化干部廉洁自律的自觉性,增强干部队伍的战斗力。包钢推进节约文化建设,在工作中开展降本增效、精益管理减少生产浪费;在生活中开展“光盘”行动、低碳环保倡导文明生活。包钢企业文化由一粒种子成长为凝聚精神力量的参天大树。

“2015 中国企业文化建设峰会”在珠海召开

■ 张国政 李伟伟

9 月 22 日,为期两天的“2015 中国企业文化建设(珠海)峰会”在珠海圆满落幕。来自全国 30 多个省市的企业文化专家、企业家 500 多人云集珠海,共同研究新常态下企业文化建设及优秀企业文化塑造的课题。

本次峰会以“文化创新·价值培育·驱动发展”为主题,由中国企业文化促进会、山东省企业文化学会、辽宁省企业文化学会、广东省企业文化协会、珠海市企业文化协会等全国 30 家省市企业文化社团联合举办。峰会分

主旨演讲、高端论坛、主题对话、学者观点、经验介绍五大板块,围绕“企业文化体系的打造”、“一带一路大战略与中国智慧”、“企业发展动力与企业文化功能”以及“新常态下企业文化的改革创新、融合发展、特色打造”等内容进行深入探讨和经验交流。

全国工商联副主席王治国发表主旨演讲。珠海市企业文化协会负责人表示,今年是珠海市企业文化协会成立 20 周年,本次峰会作为市企业文化协会纪念 20 周年系列活动之一,是市企业文化协会进一步加强对外交流合作,将我市企业文化建设成果推向全国

的一次重要举措,也是市企业文化协会继中外企业文化 2012(珠海)峰会后承办的又一次高水准、高规格的企业文化盛会。

会上,珠海市企业文化协会将峰会会旗传递给下一届承办方代表——山西省企业文化研究会。

此次峰会给参会代表们留下了深刻印象,独立文化学者、冰心散文奖获得者、陕西省企业文化建设协会会长张培合率陕西企业家代表团出席了峰会并感慨地说:峰会意义重大。

张培合呼吁全国的企业家,小到个体户

都要讲文化,讲诚信,尤其要在管理中践行中华优秀传统文化,才能让企业家哪怕不是 500 强,也要传承 500 年。

张培合说:企业的灵魂是文化,一个成功的企业必有一种正能量的文化做支撑,他首先是培养出好的人才,有良心的人才,然后做出好的产品,符合大众的消费需求,最后为社会做出贡献,受到社会的肯定与认可。我们离这个目标还很远,路漫漫其修远兮,吾将上下而求索,不断学习进取,争取企业发展的成功。

中国企业在美投资须磨合文化差异

■ 刘勐

美国商务部前高官伯瑞·约翰逊曾对中国企业家说,一些投资者对在美国投资的认识过于简单,他们相信美国遍地是牛奶和蜂蜜,但直接投资者需要理解和应对当地固有的挑战和风险。

在这些挑战和风险中,文化差异是几乎每一个在美中资企业都会遇到的问题。中资企业在这种差异中不断完善对中美两种社会和商业文化的认知,并试图找到打通隔阂的“钥匙”。

每周五下午,科尔集团位于南卡罗来纳州工厂的负责人王可都要花两个多小时和工厂里的美国雇员开座谈会,了解他们对工作

的想法和要求。“工厂正处在试运行阶段,工人提出的各种要求相当繁杂。有人要求减少工作时间,有人要求在休息室增加冰箱、微波炉和垃圾桶,”王可对新华社记者说。

参与建立金龙集团美国公司的张旭辉对新华社记者表示,美国员工向他提出每天必须保证两小时喝咖啡时间,这让他感到头疼。金龙美方副总经理基斯·韦尔告诉记者,双方讲着不同语言,哪怕一个简单问题,大家的理解有时也会南辕北辙。

25 年来,南卡罗来纳州格林维尔市市长怀特接触过数不清的外国投资者。在他看来,外国公司在美投资的共同顾虑就是文化差异,德国公司严谨,意大利公司随性,中国公司和德国公司有点类似。

说到文化差异,格林维尔市的律师弗兰克·戴维斯举了个例子:中国工厂在国内建厂往往会把免费提供员工宿舍作为招工时的一个卖点,这些宿舍往往建在离厂房不远处;但在美国,不但员工不买账,这些宿舍还会被当做违规建筑。

比起这些生活细节,更难应对的是美国工人的生产效率。由于纺织业在南卡罗来纳州已消失多年,科尔集团不得不从中国请来十几个技术指导教如何使用从中国运来的纺纱生产线。每排纺纱机的尽头都有一个数字显示屏,实时显示操作人员操控的机器运作效率。中国工人很少会让这个数字低于 97,而美国工人目前的最好水平仅能达到 70 多。

在美国有近 10 亿美元投资的福耀玻璃

董事长曹德旺此前接受美国媒体采访时谈到,虽然中美存在文化差异,但只要能够协商好条件,合作依然可以很顺利。“我答应了每小时加两美元工资,这是前雇主与工会打了四年官司却未能解决的要求;但作为交换条件,我提出美国工人在工作时必须达到与中国工人同样的标准。不能拿钱不做事啊!”

张旭辉认为,既然生产力主要要素中的人变了,管理思路和方法也得跟着变。他说:“这就好比同样是做羊肉,在中国会红焖,但在美国就要烧烤。”

肯阳资本中国区总裁李向辉认为,中美两国的商业文化不存在孰优孰劣,应相互了解、加强交流、协同配合,才能体现跨国投资公司的“全球化”平台优势。

企业文化是荒漠中的“心灵鸡汤”

——大庆漠大线企业文化建设创新纪实

■ 杨轩

9 月中旬的漠河,夜间温度已降至零下摄氏,通向漠河输油站的山路两旁,白桦树已经泛黄的叶子在悄然飘落。

位于我国最北端的漠河,地处大兴安岭腹地,冬季漫长、严寒。管道人在人迹罕至的莽莽林海与钢铁巨龙相伴,以“企业精神教育基地、科研实践基地、人才培养基地”的培育,打造绿色、科技、人文为一体的管道管理新模式。

企业精神聚合力

漠河输油站大门口有一座两层小楼,门前挂着“中国石油企业精神教育基地”的牌子。

观看视频《祖国不会忘记》,是参观这个教育基地展览馆的一个环节。当片子播放到高潮时,一直站在记者身边的张春青站长悄悄地走到了一边。走出展览馆,站党支部书记吴志军对记者说:“张站长陪同不少人来参观,却很少看完。他总是控制不住自己的眼泪。”

张春青说,其实,片子里播的都是我们身边司空见惯的人和事。但每次看到这些爬冰卧雪、与亲人分别的场景,员工们都会默默流泪。

大庆(加格达奇)分公司党委结合漠大线地域特点,将大兴安岭林海雪原的雄浑与厚重融入企业文化建设中,通过对员工的拼搏与奉献精神进行深入总结和提炼,全力打造以“坚守神州北极、为共和国加油”为核心理念的北纬 53 度品牌文化。

大庆(加格达奇)分公司领导进基层、进班组、进岗位,开展企业文化知识讲座,进行企业精神宣讲;把网络、报纸等媒体作为宣传的主阵地,推出报告文学集、大型宣传画册、专题视频等文化系列产品;相继开展“党旗飘扬漠大线、战斗堡垒驻北疆”等主题活动。企业文化成为荒漠中的亮丽风景与心灵鸡汤。

科研实践解难题

2011 年 2 月的一天,管道巡护人员巡线时发现,在某段管道所经之处,平坦地面变高、大地出现裂缝、低洼的河道变平。

这一情况被迅速上报,大庆(加格达奇)分公司紧急成立应急小组,根据各项参数进行物理建模和受力分析,经与冻土专家沟通,果断采取破冰泄压、修建专用疏水通道等措施进行处理,消除了隐患。

作为我国首条经过高寒地区和永冻土层的大口径长输管道,漠大线在冻胀、融沉、崩塌、热融滑坡、水毁冲蚀等地质灾害治理领域,多项技术还处于空白,有很多技术难题和未知领域需要研究和探索。

大庆(加格达奇)分公司借助“管道公司高寒地区试验基地”这一科研公共开放平台,吸引了国内外多家科研机构的广泛关注,集聚了由 20 多名专家组成的专家库,多次召开高寒地区管道管理国际研讨会,不断完善和总结高寒地区管道管理成功经验,大量技术和管理难题得以破解。

3 年多来,漠大线获专利 17 项、重大科技进展 18 项,6 项科技创新成果通过专家论证。专家一致认为,这些科技创新成果达到国际先进水平,有着十分重要的应用和推广价值,为我国冻土地区管道运行管理提供了宝贵经验。

人才培养强根基

2010 年 9 月,陈朋超以博士的身份来到正值投产筹备阶段的漠大线。他带领科研团队率先对漠大线多年冻土区域地质灾害风险进行分析,对管理措施进行研究和探索。他和他的团队关于漠大线的一些科研成果发布后,国内外反响强烈。一时间,作为这个领域的领跑者,陈朋超被推到科研舞台的前沿,频频出席各地的管道科研会议。

漠大线上人才济济,得益于大庆(加格达奇)分公司对人才培养的高度重视。

这个分公司广泛开展“员工大讲堂”活动。由员工讲解历史、文艺、人物传记等书籍,提高员工文学素养和知识水平,培养写作能力、总结分析能力和语言组织表达能力。这个分公司“北纬 53 度文化体育联合会”还下设龙北北疆文学社、北纬 53 度户外健身俱乐部、学海泛舟读书大讲堂等 8 个社团。

这个分公司还在基层站队推行“师徒带徒”“今天我讲课”等多种培训方式,组织综合运行工技能大比武、维修焊工大比武、消防队技能大比武等技术比武活动,将基础培训与竞技竞赛有机结合,以赛促学、以赛代练,提升培训效果和质量。