



# 加强企业文化建设 提升企业发展软实力



李建平

近年来,首钢水城钢铁(集团)有限责任公司坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观。按照国家产业政策的要求,淘汰落后、提升装备、盘活存量、调整结构,大力发展战略性新兴产业,全面实施《水钢结构调整总体发展规划》、《水钢建设循环经济型企业规划》“两个规划”,努力建设“中国西部长材精品基地”。2007年以年销售收入突破100亿元、利税突破8亿元率先成为贵州省单个企业年销售收入实现100亿元的“百亿元企业”,2008年销售收入达132亿元。2009年在面对金融危机的巨大压力之下,销售收入达到105.84亿元,实现了全年扭亏为盈目标。水钢又好又快发展的过程,就是通过不断加强企业文化建设,以企业文化软实力不断牵引和推动的全过程。

## 领导高度重视,方向目标明确

水钢领导班子清醒地认识到,企业文化是推动企业全面发展的软实力,现代企业的竞争,最终是文化上的竞争。只有当一个企业拥有优秀的、个性鲜明的企业文化,才能获得强大而持久的发展空间和市场地位;只有优秀的企业文化,才能战胜企业发展过程中出现的艰难险阻。为此,围绕企业“十一五”发展目标,制定并全面实施《水钢企业文化建设“十一五”发展规划》。在整个文化建设中始终坚持以社会主义核心价值体系贯穿文化建设主线;坚持以人为本、全员参与;坚持领导者率先垂范;坚持继承与创新;坚持与精神文明建设和思想政治工作相结合;坚持统一共性与突出企业个性。

## 着力固化成果,注重文化创新

水钢企业文化建设本着继承、巩固、创新、提高的

工作思路,大力弘扬民族精神和时代精神,使“自强、开放、创新、追求”的企业精神得到进一步丰富和发展,企业核心竞争力不断得到增强。

总结提炼经验,注重成果固化。在水钢43年的艰苦创业和持续发展历程中,传承了丰厚的企业文化,近几年以来,先后编辑出版了和《贵州企业文化视窗·水钢卷》、《岁月如歌》大型画册、《水钢企业文化案例故事》、《水钢企业文化手册》(员工手册)、《水钢首届企业文化论坛》以及《寸草春晖—首钢水城钢铁(集团)公司感恩文集》等,建立了企业MI(理念识别)、VI(视觉识别)、BI(行为识别)体系。在文化成果得到固化的同时,又起到传承企业文化的作用。

丰富文化内涵,创新企业文化。一是紧紧围绕社会主义核心价值体系,将企业文化与精神文明建设紧密结合,不断丰富企业文化内涵。通过常年开展以“争当文明职工,创建文明岗位,创建文明单位,创建美好家园”为主题的群众性精神文明创建活动,不断提高企业和员工文明程度,省、市级文明单位以及文明车间、文明岗位、文明职工、文明家庭,从而打造文明形象;通过践行“水钢员工道德规范”,在全体员工中开展评选“水钢道德‘十佳’模范人物”活动,树立了道德模范人物;二是将企业文化与思想政治工作相结合,促进思想不断解放,观念不断更新。在2007年开展的解放思想大讨论活动中,通过开展“水钢精神大家谈”、“让水钢精神在岗位闪光”实践活动,解决了在思想观念中存在的“十重、十轻、十缺乏”问题,从而打造新的思想观念;三是围绕企业发展需要开展“在学习中工作,在工作中学习”活动,不断加强职工培训力度,同时坚持多年以来推行的“学时学分制考核制度”,使员工不断增长和更新知识,提高岗位技能,从

而打造学习型企业；四是坚持开展“创新、创优、创业”活动，要求各个单位在工作上要有业绩，在创新上要有成果，每年“三创会”都涌现出一批创新成果，从而打造创新型企业；五是通过开展“比理念、比素质、比能力、比干劲、比业绩、比形象”活动，涌现出一批全国、全省劳动模范人物，以先进为榜样，从而打造员工正确的人生观和价值观。六是总结、提炼文化成果，推广文化建设经验，并且提升到理论高度，使水钢发展、竞争、自强、执行、责任、创新理念在实践中得到了进一步诠释。

活跃文艺团体，繁荣文化事业。水钢文联及下设的文学、新闻、书画、音乐、曲艺、摄影、舞蹈、收藏、花卉等九个协会常年组织开展形式多样的群众文化活动，坚持举办两年一届“水钢文化艺术节”，坚持在传统节日、重要纪念日期间开展丰富多彩的群众文化活动，为职工提供展示自我，提高自我的舞台。同时达到寓教于乐，丰富职工文化生活，繁荣社会主义文化事业的目的。

### 抓住关键时期，培育强劲文化

**一、水钢战胜自然灾害是责任文化的高度体现。**2008年初，长达两个月的持续凝冻灾害，给本来就处于高寒地区的水钢带来致命性的打击。这个时期，公路、铁路交通在许多时间被中断，原燃料等生产所需物资难以进厂，职工上下班交通车辆难以行驶，生活用水、生产用电等时刻告急并且中断。在这种情况下，从公司领导到职工群众，为了保住生产不中断，冒着冰天雪地指挥在一线，战斗在岗位。许多居住在距离厂区10公里以外的职工每天扎上草鞋，步行到岗位，有的摔伤了，仍然坚持轻伤不下火线，坚持战斗在岗位；每当原燃料进厂时，大家千方百计化冻、卸料；为保证生产生活用电，职工爬雪山越峻岭，除凝冻，排故障；为了保住家属区生活用水，职工以沙和草铺垫路面，用洒水车消防车送水到家属区。

长期的凝冻，汽车运煤进入水钢十分困难，煤场里的煤蓄量每天直线下降。眼看春节即将到来，为了保证市区几十万居民的民用煤气，公司决定停止轧钢两条生产线以减少煤气消耗，同时，艰辛采购原煤，使产气系统运行，千方百计保证煤气生产。水钢人在关键时刻放弃了自己的利益，将煤气作为春节最大的礼物献给了几十万市民。

**二、水钢有力地抗击金融危机是感恩文化的高度体现，全面渗透了发展文化、竞争文化、自强文化、执行文化、责任文化、创新文化。**

2008年下半年以来，国际金融危机严重冲击企业生产经营。钢材价格猛然下跌，供求关系急剧变化，企业亏损逐月上升，出现多生产多亏损局面。

面对金融危机，水钢党委书记王黎明发表了《“剩者”为王》的论述，激发了职工抗击金融危机的勇气和

斗志。紧接着，公司决定在党员和干部中开展“党员扎根群众，干部扎根基层”为主题的“扎根”活动；在职工中开展以“热爱祖国，忠诚企业，孝敬父母，友爱同事”为主题的“感恩”教育活动。明确提出通过开展两个活动，将“扎根”纳入党建工作制度，将“感恩”纳入企业文化培育。

一是宣传教育活动强劲有力，统一了职工思想认识，使广大干部职工积极参与到感恩教育活动中来。从公司管理层到车间、班组，纷纷组织观看专家关于感恩电视讲座以及相关的电教片，利用报刊、电视开辟“感恩之心”专栏，征集职工“感恩心语”、“感恩故事”，举办“感恩论坛”、“感恩演讲”，“感恩故事会”，大力倡导、传播感恩文化。与此同时，公司组织的感恩报告团巡回在基层作感恩报告，通过来自各条战线职工的亲身经历和感受倾吐感恩之情，使广大职工从中受到启发。

经过倡导、宣传以及开展各种形式的教育活动，使广大职工形成了感恩共识，树立起几个方面的感恩意识：在中国共产党的领导下，祖国的繁荣富强赐予全国各族人民和平、安康、幸福的生活环境，这是在几千年历史上从未有过的业绩，应予感恩；自己的职业生涯选择了企业，企业在不断为自己提供物质文化生活条件的同时，为自己提供成长、实现自身价值的平台，应予感恩；父母把自己带到人间，并不惜代价为我们，应予感恩；事业的成功与同事在平常工作中的支持与配合密不可分，应予感恩。

二是公司及各级领导的感恩行为，带动广大干部职工把感恩思想付诸于感恩行动。在金融危机冲击下，企业月亏损数据持续上升，水钢被迫减产30%。在这个关键时刻，水钢承诺：减产减薪不减员，不让一个职工家庭生活无着落，不让一个职工的子女上不起学，不让一个职工生病时看不上病。并确保当月工资发放不低于总额的70%。专门成立了“帮扶济困基金会”，通过各个渠道筹集资金解决困难职工的生活问题。

各级领导把关爱职工放在了首位，体现发展为了职工，发展依靠职工，切实让职工感受到企业家庭般的包容和温暖。职工从中感受到组织的温暖、领导的关怀、同事的帮助，高度认识到水钢是二万多职工赖以生存的大家庭，如果水钢在这场金融危机中倒下，那职工们将失去生活的基础和发展的空间。为此，广大职工更加为之感激、为之努力、为之奋斗。在企业困难时期，广大干部职工没有因为收入的降低而降低工作标准、工作质量、工作效率。在抗击金融危机攻坚战期间，主要技术经济指标普遍有了前所未有的新突破，营销部门经营业绩突出。经过全公司广大干部职工的顽强拼搏，终于实现了2009年全年扭亏为盈的攻坚目标。

（作者单位：首钢水城钢铁（集团）有限责任公司）