

服务政府
服务企业
服务社会



北京企业评价

BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

评价 交流 方法 研究 客观 公正 科学 规范

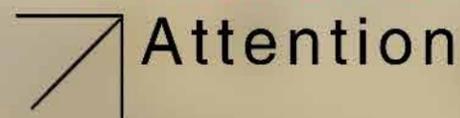


北京企业评价 BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

主办 北京企业评价协会
地址 北京市海淀区紫竹院南路17号2号楼一层西侧
邮编 100048
电话 010 68701836 010 68701097 (兼传真)
网址 www.beca.org.cn
邮箱 beea_beijing@163.com

内部资料 免费交流

本期关注



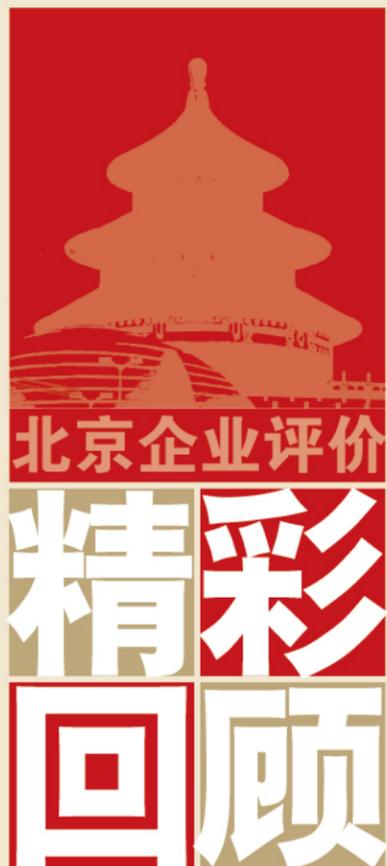
2014年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会顺利召开

2015年诚信长城杯创建办公室工作会议顺利召开

北京市委社会工委领导莅临协会调研指导工作

我国将建金融业统一征信平台

北京市人民政府关于加快社会信用体系建设的实施意见



程维虎理事长进行大会致辞



北京市民政局社团管理处侯庆权处长讲话



监事长赵丽梅汇报2014年度
监事会工作报告



秘书长刘光丽汇报2014年工作
总结和2015年工作计划



向科技创新、诚信建设、品牌建设先进个人颁发证书



代表签到



秘书处汇报2014年度财务情况



2014年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会顺利召开

Piedmont
卷首语。

心花怒放

作者:沉金口

心是一个，心是一绝。即使你将来会老，心却不会老。要不怎么会有那句：心有余而力不足。所以心只会成熟，但永远不会老。心字之所以有三点，是因为一个的心并非完全属于自己，他将一分为三。他有三分之一给工作，三分之一给大自然，剩下的留给友爱。

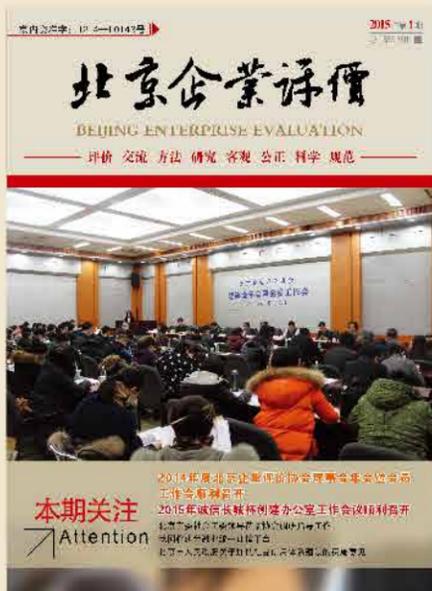
工作时你的心是把重锤，奋进时你的心是柄浆；玩乐时你的心是只彩蝶，索取时你的心是张网；憎时你的心是块石头，恨时你的心是支箭；爱时你的心是泓温泉，奉献时你的心是根燃烛，成功时你的心是朵怒放的花。

不管是事业还是生活，只要你是有心人，一切都将生机勃勃。无心或心灰意懒是人生最大的悲哀，因而庄子说过：哀莫大于心死。有心就有境，好心境便构成一处人生的好风景。

心的诚直与赤裸裸是原始人性的舒坦，心的节制与约束是现代理性的舒坦。

摘自《散文》





北京企业评价 BEIJING ENTERPRISE EVALUATION

主 办 北京企业评价协会
地 址 北京市海淀区紫竹院南路17号2号楼一层西侧
邮 编 100048
电 话 010-68701836 010-68701097 (兼传真)
网 址 www.beea.org.cn
邮 箱 beea_beijing@163.com
承印单位 北京艺堂印刷有限公司

我们将热忱期待您的意见与建议!

卷首语

01 心花怒放

工作动态

- 04 2014年度北京企业评价协会理事长办公会暨常务理事会召开
- 05 2014年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会顺利召开
- 06 2015年诚信长城杯创建办公室工作会议顺利召开
- 07 召开2015年豆制品领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会
- 08 2015年诚信长城杯创建工作宣贯培训班成功举办
- 09 召开2015年电子电器领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会
- 10 2014年度北京企业评价协会监事会工作会议召开
- 11 北京市委社会工委领导莅临协会调研指导工作
- 12 我会受邀参加大数据论坛暨品牌管理与社会责任
- 13 协会党支部进社区 春节慰问在行动

行业动态

- 14 京津冀等地排放控制小组将挂牌
- 15 食药总局举办“合力打假 守护健康”3·31主题宣传日活动
- 16 我国将建金融业统一征信平台
- 17 中国电子推出国产重量级芯片产品



▲ 2014年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会顺利召开



▲ 2015年诚信长城杯创建办公室工作会议顺利召开



▲ 北京市委社会工委领导莅临协会调研指导工作



▲ 协会党支部进社区 春节慰问在行动

政策法规

- 18 国务院关于2014年度国家科学技术奖励的决定
- 19 北京市人民政府关于加快社会信用体系建设的实施意见

管理之道

- 24 “种瓜得豆”为哪般
- 27 居安思危在企业管理中的哲学意义
- 29 有快乐才是好管理
- 32 员工为什么“不幸福”

企业风采

- 36 北京华财会计股份有限公司
- 38 北京汉氢科技有限公司
- 40 北京黎马敦太平洋包装有限公司

评价研究

- 41 浅谈小微企业文化建设
- 44 小型公司需要提前做好的九件小事
- 46 企业文化的“神化”与“物化”

2014 年度北京企业评价协会理事长 办公会暨常务理事会召开

1月28日上午，程维虎理事长主持召开了2014年度北京企业评价协会理事长办公会暨常务理事会。各理事长、监事长、常务理事及秘书处相关工作人员参加了会议。

会议首先听取并审议了秘书处所作的《2014年度工作总结和2015年工作思路》、《2014年度财务情况》及监事会的《2014年度监事会工作报告》。会议认为协会圆满地完成了2014年预定计划，充分肯定了协会2014年度工作成绩，同时对协会今后的工作发展也提出了建设性意见和建议。会议一致认为：2015年，面对新的形势和任务，协会首先要抓

住当前的有利时机，全力推进协会工作健康发展；其次要稳步做好协会各项工作的开展；第三，要加强党建工作，以党建工作带动协会业务的开展；第四，要不断拓宽服务领域，扎实工作，切实为会员服务；第五，要牢抓“立会之本”，充分发挥社团组织作用，把北京企业评价协会办成有广泛的社会影响力、行业凝聚力、品牌公信力的枢纽型社团。

会议还审议通过了2014年度“新入会会员单位”、关于成立《北京企协质量科学院》等提案，并对即将召开的理事会年会和会员工作会提出了建议。



2014 年度理事长办公会暨常务理事会会议现场

2014 年度北京企业评价协会理事会 年会暨会员工作会顺利召开



2014 年度北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会顺利召开

2015年1月28日下午，北京企业评价协会理事会年会暨会员工作会顺利召开。

北京市民政局社团管理处侯庆权处长，北京企业评价协会理事长程维虎，监事长赵丽梅，副理事长易丹辉、房祥忠、周天祥、包启挺、张利成，党支部书记万守刚等领导以及北京企业评价协会理事、团体会员单位、高等院校、科研机构等各领域的相关企业负责人和专家学者近150人出席了会议。大会由北京企业评价协会副理事长易丹辉主持。

会议期间，秘书处、监事会分别就北京企业评价协会2014年工作总结和2015年工作思路、2014年度财务情况和监事会工作情况做了报告，审议通过了新入会会员单位，还表彰了2014年度北京企业评价协会金牌会员、优秀会员单位、优秀联络员以及诚信建设、

科技创新、品牌建设工作优秀推动者等。金牌会员单位代表北京潞电电气设备有限公司和品牌建设工作优秀推动者代表北京顺美服装股份有限公司、大唐软件技术股份有限公司分别进行了发言。

会上，北京市民政局社团管理处侯庆权做了重要讲话，充分肯定了协会一年来的工作成绩，并对协会今后的发展方向提出了建议。

最后，程维虎理事长发表总结讲话指出，协会的“立会之本”就是服务。协会作为一个社团组织，只有通过活动才能凝聚人心，聚集力量，扩大组织、完善组织，协会只有影响力的扩大，组织才能地壮大。因此，所有会员企业要团结起来，充分发挥其自身优势，共同推动企业评价事业的健康发展。

2015年诚信长城杯创建办公室 工作会议顺利召开



2015年诚信长城杯创建办公室工作会议现场



向创建办公室新成员单位授牌



与会领导合影

1月7日，2015年诚信长城杯创建办公室工作会议在中国企业联合会第五会议室召开。诚信长城杯创建办公室成员单位及相关行业协会、商会负责人参加了会议，会议由张利成副理事长主持。

会议首先由评审委员会办公室张利成对2014年度诚信长城杯创建工作情况进行了总结，同时对诚信长城杯创建工作的启动历程、活动状况、创新之处、作用和意义、工作流程及操作方法等为各成员单位进行了细致的讲解。

会议上，郭福元副理事长针对国务院《社会信用体系建设规划纲要》、中央精神文明建设指导委员会《关于推进诚信建设制度化的意见》等有关社会信用体系建设的政策文件进行了宣贯和解读，并对行业协会商会如何加强诚信自律建设、在会员内部如何建立奖惩机制、建立健全诚信档案等问题为创建办公室成员单位进行了讲解。

会议期间，各创建办公室成员单位对如何更进一步推动诚信长城杯创建工作进行了交流探讨，为下一步更好的推进诚信长城杯创建工作提出了建议。

最后，创建办公室为新加入的成员单位进行了授牌，创建办公室的不断壮大，将更好的推动诚信长城杯创建工作在我市深入开展。

召开2015年豆制品领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会

1月29日，2015年豆制品领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会在北京市豆制品协会召开。北京市豆制品协会秘书长陈克仁以及会员企业20余人出席了会议。我会党支部书记万守刚、副理事长郭福元受邀参加了会议。会议由北京市豆制品协会秘书长陈克仁主持。

会上，北京豆制品协会秘书长陈克仁宣读了《关于在豆制品领域开展2015年“诚信长城杯创建”工作的通知》，动员会员企业积极参与诚信长城杯创建工作。我会郭福元副理事长、万守刚书记就国务院《社会信用体系建设规划纲要》、中央精神文明建设指导委员会《关

于推进诚信建设制度化的意见》等有关社会信用体系建设的政策文件及诚信长城杯创建活动的作用和意义进行了宣贯和解读，并对创建工作流程及操作方法为会员企业代表进行了讲解。

会议上，各会员企业对2015年开展“诚信长城杯创建”工作结合自身情况提出了建议，并对如何更好和有效地推进“诚信长城杯创建”工作进行了探讨。

此次培训宣贯会的举办，拉开了2015年豆制品领域“诚信长城杯创建”工作的序幕。



2015年豆制品领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会会议现场

2015年诚信长城杯创建工作宣贯 培训班成功举办



2015年诚信长城杯创建工作宣贯培训会现场



协会邬福元副理事长为参会代表授课

召开2015年电子电器领域“诚信长 城杯创建”培训宣贯会

1月9日，2015年电子电器领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会在北京丰泽园饭店召开。北京工业经济联合会秘书长纪立顺、北京电子电器协会秘书长武建宝以及参加创建培训的会员企业100余人出席了会议。我会党支部书记万守刚、秘书长刘光丽受邀参加了会议。

会上，北京电子电器协会秘书长武建宝对2014年“诚信长城杯创建”工作进行了总结发言。万守

刚书记向与会人员介绍了北京市“诚信长城杯创建”工作的目的和意义以及创建流程注意事项等具体内容，并对企业如何加强诚信自律建设、在会员内部如何建立奖惩机制、建立健全诚信档案等问题为企业进行了讲解。

此次培训工作会的举办，拉开了2015年电子电器领域“诚信长城杯创建”工作的序幕。

1月15日，由北京企业评价协会组织的“诚信长城杯创建工作”宣贯培训班成功举办。协会会员单位及相关单位的代表60余人参加了此次培训。

会上，邬福元副理事长针对国务院《社会信用体系建设规划纲要》、中央精神文明建设指导委员会《关于推进诚信建设制度化的意见》等有关社会信用体系建设的政策文件进行了宣贯和解读。刘光丽秘书长对诚信长城杯创建工作的启动历程、活动的创新之处、作用和意义、工作流程及操作方法为参会企业代表进行了讲解。

此次培训内容丰富充实，课程紧凑细致，令与会人员受益匪浅，并现场解答了参会代表提出的相关问题，为长城杯创建工作奠定了基础。

“诚信长城杯创建工作”宣贯培训会的举办，拉开了我市2015年“诚信长城杯创建”活动的序幕。今后，我会将陆续举办宣贯培训，广泛宣传“诚信长城杯创建”工作，逐步推进此项工作在我市的有序开展。



召开2015年电子电器领域“诚信长城杯创建”培训宣贯会

2014 年度北京企业评价协会监事会 工作会议召开

1月22日，北京企业评价协会第二届监事会第三次会议在北京企业评价协会会议室召开。协会各位监事以及党支部书记万守刚、秘书长刘光丽、财务部部长王艳平等出席，会议由赵丽梅监事长主持。

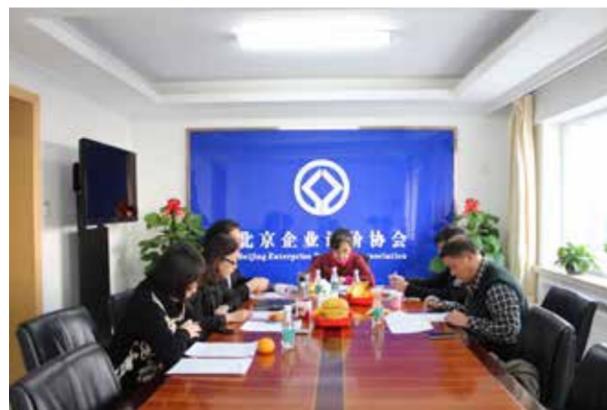
会议首先听取了北京企业评价协会秘书长刘光丽2014年协会工作汇报，汇报指出，在理事会的正确领导下，以党的十八届三中、四中全会精神为指导，遵循“服务政府、服务企业、服务社会”的工作宗旨，扎扎实实的开展各项活动，使协会整体工作达到了预期目标。

会议第二项听取了财务部部长王艳平做的2014年

协会财务情况汇报。

北京企业评价协会第二届监事会会议通过举手表决的方式审议并通过了2014年协会工作汇报及财务工作情况汇报。

会上各位监事对协会2014年的工作给予了充分肯定，希望在以后的工作中能够不断探索协会发展规律，创新工作机制和工作思路，坚持“服务政府、服务企业、服务社会”的工作宗旨，努力拼搏，开拓创新，进一步提高服务能力和服务水平。



北京企业评价协会第二届监事会会议现场



与会人员合影留念现场

北京市委社会工委领导莅临协会 调研指导工作



向北京市委社会工委领导汇报工作



与领导合影留念

1月27日，北京市委社会工委陈建领副主任、社会组织工作处、党建工作处领导一行到协会调研指导工作。协会副理事长张利成、邬福元，支部书记万守刚、秘书长刘光丽参加汇报。

刘光丽秘书长首先汇报了协会成立六年来的工作成果、协会工作定位以及发展规划。陈建领主任对协会的工作给予了高度评价和充分肯定，并对协会的发展提出了切实与中肯的建议，如何将党建工作和相关业务相结合给予了指导和建议。

张利成副理事长表示，协会将进一步推动协会的各项工 作，加强宣传、加强与政府部门的沟通、加强和其他行业协会商会的交流合作，更好地服务社会和广大企业，努力争创枢纽型社会组织。

我会受邀参加大数据论坛暨品牌管理与社会责任

首届大数据论坛·中国民意好口碑品牌年度报告会于2015年1月29日在北京召开。中国统计信息服务中心联合中国质检报社、新华网、中国安全品牌协会、中国汽车流通协会、中国家用电器服务维修协会、中国医药信息新闻协会、妈妈宝宝全媒体共同举办主题为品牌管理与社会责任的大数据论坛，目的是搭建一个开放平台，共享大数据带来的时代冲击。

大数据的核心就是基于数据的决策和管理。这次大会的主要目的就是要探讨和交流如何将大数据落实

到应用中。论坛分上午、下午两场，上午的论坛由专家从存储技术及云计算、大数据在金融领域的解决方案、大数据科学研究、大数据与区域经济发展及大数据在政务管理中的应用进行专题交流；下午由主办单位的领导、知名专家在现场从不同的行业角度，就大数据预口碑管理、大数据在管理中的智库作用及中国品牌口碑指数研究做探讨。

北京企业评价协会受邀参加了此次会议。



论坛会场



2014 中国民意好口碑年度品牌发布

协会党支部进社区 春节慰问在行动

在新春佳节来临之际，为切实让困难群众感受到节日温暖，2月4日，协会党支部以“新春暖人心”扶贫济困为主题，为社区困难群众送上祝福、带去温暖。

在甘家口街道组织部张静、社区党总支书记韩胜利和甘家口街道进口社区王萍阁主任的带领下，协会党支部书记万守刚、秘书长刘光丽及党员积极分子刘明芝等人代表协会全体员工走进甘家口进口社区的部分特殊困难家庭，询问病情及相关生活情况，为他们送去米、油等慰问品及新春问候和节日祝福。看到协会党支部送来的慰问品，老人很激动，握着书记的手，不停的感谢，“感谢大家、感谢党和政府”。

每到一户家庭，协会党支部书记万守刚同志都详细了解每户家庭的情况，亲切的和他们交谈，向他们送上新年的祝福。并叮嘱老人，勇敢面对困难，相信在党、街道组织部的关心与支持下，生活一定会越来越好。以后如果有困难找协会，协会将尽全力帮助解决。

这次慰问不仅给贫困家庭带来了物质上的关怀，更给予了他们精神上的慰藉和鼓励，使他们感受到党和政府对他们的关心，感受到社会这个大家庭的温馨。

今后协会党支部将继续与社区联合，慷慨解囊，为困难群众解决实际困难，充分发挥党员创先争优精神，树立良好的协会文化。



协会领导亲切慰问困难家庭



与协会领导合影留念



给困难家庭送上新春慰问品

京津冀等地排放控制小组将挂牌

近日，记者从市环保局获悉，京津冀晋鲁内蒙古六省区市机动车排放控制工作协调小组将于近期挂牌成立，这标志着京津冀及周边地区机动车排放污染监管平台正式搭建，目前各方正积极筹备中。此外，《北京市空气重污染应急预案》修订版预计在3月发布实施，将降低高级别预警启动门槛，部分减排措施改为强制执行。

记者了解到，京津冀晋鲁内蒙古六省区市机动车排放控制工作协调小组将于近期挂牌成立，这标志着京津冀及周边地区机动车排放污染监管平台正式搭建，目前各方正积极筹备中。

借助这一平台，京津冀晋鲁内蒙古六省区市将率先在全国实现跨区域机动车排放超标处罚、机动车排放监管数据共享、新车环保一致性区域联合抽查等。在监管数据共享的基础上，将在全国率先尝试突破省区市限制，互传违法违规车辆信息，进行跨区域的机动车超标处罚联合执法。

记者了解到，协调小组的远期目标是建立统一的区域法规标准，包括在用车定期检测、路检及遥测、非道路机械检查等相关执法处罚标准及规定方面，实现区域内超标车辆就地处罚。

2013年10月，《北京市空气重污染应急预案》正式开始实施。据介绍，2014年，北京共启动重污染预警18次，其中最高等级的红色预警，启动次数为0。

此次修订着重研究提前启动和加严措施，红色预警启动的门槛也将有所降低，预警启动的时效性和及时性也有提高，肯定会早于现在的提前24小时发布。同时，实施的力度更大，将采取更严格的强制性减排措施，比如原来是建议性的减排措施将变为强制性措施，争取提前产生减排效果。

据了解，《北京市空气重污染应急预案》修订版预计在3月发布实施。

来源：京华时报

食药总局举办“合力打假 守护健康”3·31主题宣传日活动

日前，国家食品药品监督管理总局行政事项受理服务和投诉举报中心举办了全国食品药品投诉举报3·31主题宣传日活动，活动主题为“合力打假 守护健康”。

目前，各级食品药品监管部门均有相应机构和人员负责投诉举报工作。截至2014年底，全国已有25个省、近300个地级市、近2000个县成立了独立投诉举报机构、加挂牌子或指派内设机构承担投诉举报职能。公众可通过12331电话、网络、信件、走访等4个渠道，投诉举报食品、药品、保健食品、化妆品、医疗器械等5类产品的违法违规行为。

2014年，全国各级食品药品投诉举报机构共接收投诉举报信息562402件，同比增长1.08倍。其中北京、上海、广东三省投诉举报信息接收量超过5万件，山东、四川、浙江、河北、陕西、安徽、辽宁、山东、福建等省超过1万件。便捷的12331电话成为全国接受投诉举报信息的主要渠道，占投诉举报总数的77.51%。

2014年全国投诉举报信息统计显示，普通食品投诉举报量最大（74.15%），其次为药品（12.90%）和保健食品（6.27%），医疗器械（3.78%）和化妆品（2.89%）相对较少。普通食品投诉举报主要

集中在餐饮消费环节（44.08%），其次为流通环节（40.08%）；保健食品、药品、化妆品、医疗器械投诉举报均主要集中在流通环节。投诉举报的问题主要是互联网售假、虚假宣传、无证经营、销售使用不合格产品、不良反应事件等。

投诉举报在搭建零距离公共服务平台的同时，也为食品药品监管部门打击违法犯罪提供了重要的案源渠道，在2014年全国食品药品稽查大案要案中，有57%来源于投诉举报线索。据不完全统计，近两年各地通过投诉举报线索破获的案件中，案值过亿元的有7件，案值过千万的有36件，案值过百万的有百余件，有力打击了食品药品违法犯罪行为。

为进一步提升12331投诉举报电话社会知晓率，引导公众积极参与社会监督，宣传日活动向媒体记者详细介绍了食品药品投诉举报的受理、转办、跟踪、协调、汇总、分析、处理、反馈等工作流程，还邀请媒体参与了3·31活动进社区、进医院、进药店的“三进”活动。在海淀区羊坊店社区举办了公益健康讲座和12331现场咨询活动，并向社区群众发放了《食品药品投诉举报知识手册》和宣传品。

来源：中国经济网

我国将建金融业统一征信平台

国家发展改革委1月5日发布《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)任务分工》和《社会信用体系建设三年重点工作任务(2014—2016)》，就贯彻落实《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》、加强社会信用体系建设作了具体部署。

按照任务分工和工作重点，人民银行将负责金融业统一征信平台的建设工作，通过推进金融信用信息基础数据库建设，提升数据质量，完善系统功能，加强系统安全运行管理，进一步扩大信用报告的覆盖范围，提升系统对外服务水平。

在此基础上，由人民银行牵头负责，银监会、证监会、保监会、外汇管理局参加，推动银行、证券、保险、外汇等金融管理部门之间信用信息系统的链接，推动金融业统一征信平台建设，推进金融监管部门信用信息的交换与共享。

国家发展改革委表示，要健全信用信息共建共享合作机制，统筹利用现有信用信息系统基础设施，依法推进各信用信息系统的互联互通和信用信息的交换共享，逐步纳入金融、工商登记、税收缴纳、社保缴费、交通违章等信用信息，形成覆盖全部信用主体、所有信用信息类别、全国所有区域的信用信息网络。

政府诚信首次被纳入考核体系。按照要求，各地

将把政务履约和守诺服务纳入政府绩效评价体系，把发展规划和政府工作报告关于经济社会发展目标落实情况以及为百姓办实事的践诺情况作为评价政府诚信水平的重要内容，推动各地区、各部门逐步建立健全政务和行政承诺考核制度。支持统计部门依法统计、真实统计。完善政务诚信约束和问责机制。

据介绍，各地将探索建立公务员诚信档案，依法依规将公务员个人有关事项报告、廉政记录、年度考核结果、相关违法违纪违约行为等信用信息纳入档案，将公务员诚信记录作为干部考核、任用和奖惩的重要依据。深入开展公务员诚信、守法和道德教育，编制公务员诚信手册。

对于社会关注度高、群众反映强烈的食药安全、环境保护、税收征缴、安全生产、法院案件执行等重点领域，国家发展改革委将建立信用联合奖惩机制，从根本上解决重点领域社会诚信缺失突出的问题。

据悉，国务院2014年6月14日发布《社会信用体系建设规划纲要(2014—2020年)》，明确了我国社会信用体系建设的指导思想、基本原则、主要目标、重点任务和保障措施。此次任务分工及3年重点工作任务的明确，对于加快推进社会信用体系建设具有重要指导意义。

中国电子推出国产重量级芯片产品

2015年3月26日，中国电子信息产业集团在京发布“智桥”SDN智能高密度万兆交换芯片CTC8096和FT-1500A系列CPU处理器。两款国产高性能芯片的问世，对于保障我国网络信息安全具有重要意义。

CTC8096为我国自主研发的第四代交换芯片，其交换能力是三代芯片的10倍，具有性能优、功能强、功耗低和高可靠、高性价比等显著特点，整体达到国际先进水平，部分技术指标国际领先。该芯片的问世，可使我国网络产品摆脱对国外主流交换芯片的依赖。

FT-1500A系列CPU处理器具有高性能、低功耗等特点，关键技术国内领先，可实现对Intel中高端“至强”服务器芯片的替代，并广泛应用于政府办公和金融、税务等各行业信息化系统。随着FT-1500A系列处理器的推出，相关软硬件产品有望今年在政府办公和各行业信息化系统中批量使用。

科技部、国资委、工业和信息化部、国家国防科技工业局、国家保密局等主管机关单位领导，天津市、杭州市等地方政府机关单位领导以及国家集成电路基金公司、华芯投资、中国电信、联想集团、浪潮集团等行业领域、产业界代表嘉宾共百余人莅临活动现场。

来源(工信部网)



国务院关于2014年度国家科学技术奖励的决定

国发〔2015〕4号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，大力实施科教兴国战略、人才强国战略和创新驱动发展战略，国务院决定，对为我国科学技术进步、经济社会发展、国防现代化建设作出突出贡献的科学技术人员和组织给予奖励。

根据《国家科学技术奖励条例》的规定，经国家科学技术奖励评审委员会评审、国家科学技术奖励委员会审定和科技部审核，国务院批准并报请国家主席习近平签署，授予于敏院士国家最高科学技术奖；国务院批准，授予“网络计算的模式及基础理论研究”国家自然科学奖一等奖，授予“哺乳动物多能性干细胞的建立与调控机制研究”等45项成果国家自然科学奖二等奖，授予“甲醇制取低碳烯烃（DMTO）技术”等3项成果国家技术发明奖一等奖，授予“水稻籼粳杂种优势利用相关基因挖掘与新品种培育”等67项成果国家技术发明奖二等奖，授予“天河一号高效能计算机系统”等3项成果国家科学技术进步奖特等奖，授予“我国首次对甲型H1N1流感大流行有效防控及集成创新性研究”等26项成果国家科学技术进步奖一等奖，授予“工业工程振动控制关键技术研究与应用”等173项成果国家科学技术进步奖二等奖，授予若列斯·伊万诺维奇·阿尔费罗夫等7名外国专家和美国德州大学MD安德森癌症中心中华人民共和国国际科学技术合作奖。

国务院
2015年1月6日

北京市人民政府文件

京政发〔2015〕4号

北京市人民政府关于加快社会信用体系建设的实施意见

各区、县人民政府，市政府各委、办、局，各直属机构：

加快社会信用体系建设是服务首都城市战略定位、建设国际一流和谐宜居之都的重要基础，是促进经济发展方式转变、加强和创新首都社会治理的重要手段，对增强市场主体诚信意识，营造优良信用环境，提升城市竞争力具有重要意义。根据《国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）的通知》（国发〔2014〕21号）精神，结合本市实际，现提出如下实施意见。

一、总体要求

（一）指导思想

以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大、十八届三中、四中全会精神和习近平总书记系列重要讲话特别是考察北京工作时的重要讲话精神，紧紧围绕首都城市战略定位，以健全信用规章制度和标准体系、形成覆盖全社会的征信系统为基础，以推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设为主要内容，以建立健全守信激励和失信联合惩戒机制为重点，以促进信用信息公开、共享、应用和信用服务市场发展为支撑，大力推进诚信文化建设，努力强化诚信意识，在全社会广

泛形成守信光荣、失信可耻的浓厚氛围，使诚实守信成为全体市民自觉的行为规范，为促进首都社会和谐稳定和经济平稳健康发展奠定基础。

（二）建设目标

按照“政府推动、社会共建，健全法制、规范发展，统筹规划、分步实施，重点突破、强化应用”的原则，分两阶段实施建设。

一是全面推进阶段（2015—2017年）。到2017年，信用规章制度和标准体系初步建立，全市统一的市场主体信用信息平台建设完成，信用服务市场体系初步完善，守信激励和失信联合惩戒机制初步形成，全社会诚信意识普遍增强，基本建立起与首都经济社会发展水平相适应的社会信用体系基础框架与运行机制。

二是巩固提升阶段（2018—2020年）。到2020年，政务诚信、商务诚信、社会诚信、司法公信建设取得显著成效，信用规章制度和标准体系基本健全，信用信息和信用产品得到广泛应用，守信激励和失信联合惩戒机制全面发挥作用，经济社会发展信用环境明显改善，建成国内领先的社会信用体系，成为全国社会信用体系规范运行的示范区。

二、重点任务

（一）加快推进政务诚信建设

一是规范行政履职行为。坚持依法行政,积极推行政府权力清单制度,将依法行政贯穿于行政决策、执行、监督和服务的全过程。健全行政执法体制,细化、量化执法自由裁量权,按照法定权限和程序行使行政权力,规范执法行为,全面推进法治政府建设。坚持重大决策事项公示和听证制度,拓宽公众参与政府决策的渠道,健全权力运行制约和监督体系,确保决策权、执行权、监督权既相互制约又相互协调,不断提高政府决策的科学化、制度化和规范化水平。

二是完善政府诚信制度。健全政府守信践诺考核机制,坚持把发展规划和政府工作报告关于经济社会发展目标的落实情况,以及依法做出的行政决策、政策承诺、签订合同的履约兑现情况,作为评价政府诚信水平的重要内容。各级政府要自觉接受本级人大的法律监督和政协的民主监督,不断加强和完善群众监督、舆论监督机制,加大监察、审计等部门对行政行为的监督和审计力度。加强对政府履行职责的监督和考核,落实各项监督制度。建立并完善公务员诚信档案,将个人有关事项报告、廉政记录、年度考核结果、相关违法违纪违约行为等信用信息纳入档案,并将诚信记录作为干部考核、任用和奖惩的重要依据。

三是强化政府诚信示范引导。进一步加强自身诚信建设,以政府的诚信施政,带动全社会诚信意识的树立和诚信水平的提高。加大政务信息公开力度,坚持以公开为常态、不公开为例外的原则,健全完善政务公开和办事公开制度,推进决策公开、管理公开、服务公开和结果公开,保障人民群众对政务工作的知情权、参与权、表达权和监督权。在行政管理事项中率先使用信用信息或信用产品,培育发展信用服务市场,弘扬诚信价值理念,使诚实守信成为自觉的行为规范。

(二) 加快推进商务诚信建设

一是提升企业信用管理水平。鼓励和引导企业制定内部信用管理制度,建立科学的信用管理流程,整合和完善交易信用信息;充分利用信用服务机构提供的信用产品与服务,积极开展客户信用评价和信用管

理,促进企业提高信用风险管理能力,扩大信用交易规模。

二是提高行业诚信自律水平。鼓励行业协会(商会)建立健全会员准入与退出信用审核制度、信用自律管理制度、信用评价和认证制度,大力推广使用信用信息和信用产品,推动形成行业性约束和惩戒机制,引导企业在生产经营管理活动中守信履约和诚信自律。

三是强化市场信用监管。各级监管部门要转变监管理念,创新监管方式,充分运用云计算和大数据等信息化手段,加强事中事后监管。坚持以生产、商贸流通、食品药品、金融、税务、价格、工程建设、政府采购、招标投标、交通运输、电子商务、统计、中介服务、会展、广告等领域为重点,建立健全企业信用承诺制度、信用等级评价制度、信用分类监管制度、“黑名单”公示制度和失信行为有奖举报制度,完善市场准入和退出信用审核机制。加大企业信用监管力度,提高企业失信成本,引导企业诚信经营和公平竞争,维护市场秩序。

(三) 加快推进社会诚信建设

一是健全社会诚信管理制度。有关部门和单位要加强对企事业单位、社会组织、从业人员及居民个人的诚信管理,以医疗卫生、食品药品、社会保障、劳动用工、教育、科研、文化、体育、旅游、知识产权、环境保护和能源节约、互联网应用及服务等领域为重点,加大对制假贩假、盗版侵权、诈捐骗捐、价格和服务欺诈、学术不端和舞弊、骗保、黑中介、黑用工、电话和网络欺诈、造谣传谣等行为的惩处力度,保障人民群众的合法权益。

二是提高社会组织诚信自律水平。引导社会组织加强诚信自律,把诚信建设内容纳入各类社会组织章程,健全社会组织信息公开制度,规范信息公开行为,提升社会组织运作的公开性和透明度,提高其公信力。支持各类社会组织建立健全会员诚信自律管理制度、准入与退出诚信审核制度、信用评价和认证制度,不断提升诚信自律管理水平。

三是加强重点人群职业诚信建设。建立健全企业

法定代表人、会计从业人员、统计从业人员、注册税务师、审计师、评估人员、认证和检验检测从业人员、证券期货从业人员、上市公司高管人员、保险经纪从业人员、保险销售从业人员、医务人员、教师、科研人员、专利服务从业人员、项目经理、新闻媒体从业人员、导游等重点人群的诚信档案,在资格资质评定、岗位聘任聘用等工作环节使用信用信息或信用产品,引导全社会恪守职业操守和诚信行为准则。

(四) 加快推进司法公信建设

一是推进司法公开。推进审判信息公开、法院生效裁判文书公开、执行案件信息公开,建立针对社会公众、诉讼当事人等不同主体的信息公开体系。深化检务公开,建设覆盖检察机关执法办案各环节的信息化管理系统;依法公开刑事、民事、行政诉讼监督,职务犯罪侦查和预防,国家赔偿等案件信息;完善案件公开听证、公开审查等制度。大力推行公共安全领域执法公开,依法及时公开执法办案的制度规范、程序时限等信息,完善重要和热点案件新闻发布制度,不断提高执法公开的制度化、规范化水平,有效维护当事人的合法权益。深化狱务公开,规范减刑假释暂予监外执行工作程序,维护服刑人员合法权益。规范和创新律师、公证、基层法律服务、法律援助、司法考试、司法鉴定等信息管理和披露方式,更好地保障人民群众的知情权。

二是规范司法行为。深化司法体制和工作机制改革,健全侦查权、检察权、审判权、执行权相互配合、相互制约的体制机制。严格管理制度,规范执法程序,全面落实办案质量终身负责制,以及错案防止、纠正和责任倒查问责制,不断提升司法公信力。加大对城市管理、食品药品、安全生产、环境保护、劳动保障等重点领域违法行为的查处力度,增强市场主体的守法意识和诚信意识,引导形成公正诚信的社会风尚。

三是加强司法执法人员和从业人员诚信建设。建立全市各级公安、司法行政等单位工作人员信用档案,依法依规将徇私枉法以及不作为等不良记录纳入档案,作为考核评价和奖惩的重要依据。推进律师、公证员、

基层法律服务工作者、法律援助人员、司法鉴定人员等司法从业人员诚信规范执业。健全违法违规执业惩戒制度,引导司法从业人员严守道德底线、恪守诚信准则,维护法律尊严,促进社会公平正义。

(五) 加快推进信用信息基础设施建设

一是加快行业和领域信用信息系统建设。各行业和领域主管部门依据管理职能,充分利用现有业务管理系统建设信用信息系统,形成信用信息记录、归集和公开、共享、应用的基础条件。进一步整合在行政管理和公共服务中产生的政务信用信息,保障政务信用信息记录及时、准确、完整。健全信用信息安全管理机制,加快推进行业和领域间信用信息系统的互联互通。

二是推进社会征信服务系统建设。鼓励有条件的社会组织整合本行业的信用信息,建立行业征信服务系统,提供信用信息服务。鼓励社会征信机构建立面向不同行业领域和服务对象的专业化征信服务系统,强化信用信息安全管理,依法采集、整理、保存、加工信用信息,对外提供征信产品与服务。

三是建设全市统一的市场主体信用信息平台。完善公共信用信息目录,建立公共信用信息归集和共享交换机制,搭建全市统一的市场主体信用信息平台,实现全市各行业、各领域信用信息系统的互联互通和信用信息的共享交换,为企业、个人和社会征信机构查询公共信用信息提供便利。加强与社会征信系统的信用信息共享合作机制建设,推进与国家和其他省区市信用信息系统的互联互通。

(六) 加快推进信用服务市场建设

一是促进信用服务行业发展。制定促进信用服务业发展的政策措施,培育一批全国领先、具有较强社会公信力的品牌信用服务机构。在政府采购、招标投标、劳动就业、社会保障、食品药品安全监管、科研管理、申请政府资金支持、从业资格认定、技术职称评定等重点领域率先使用信用信息或信用产品,培育信用服务市场。大力推进信用信息公开,鼓励社会征信机构加强对公共信用信息和非公共信用信息的整合,形成

多样化的信用服务产品。鼓励信用评级机构参与国际竞争，加强与国际信用评级机构的合作。积极引导信用服务机构加强业务协同和资源整合，充分利用新技术开展产品研发与创新，不断提高行业服务能力和市场竞争力。建立健全信用管理职业培训与专业考评制度，加强信用从业人员的交流与培训，为社会信用体系建设提供人力资源支撑。

二是规范信用服务市场秩序。加强对信用服务机构和从业人员的监督管理，建立健全信用服务机构分类监管制度、从业人员职业资格管理制度，加大对贩卖个人隐私和商业秘密，以及非法、超范围经营信用服务业务行为的查处力度，保障信用服务业健康发展。规范查询信用报告、异议申请和投诉的受理及处置流程，形成维权监督机制和社会舆论监督机制。引导各类信用服务机构加强自身信用管理制度建设，不断提高法律意识、权益保护意识和信息安全意识，共同打造信用服务行业的良好形象。

(七) 加快推进守信激励和失信联合惩戒机制建设

一是加强对守信主体的奖励与激励。加快建立守信激励机制，加大对守信行为的表彰和宣传力度，在市场监管和公共服务过程中，为守信主体提供优先办理、简化程序等“绿色通道”激励政策。鼓励行业协会（商会）在自律管理中对守信会员给予多种形式的支持与服务。引导企业使用信用产品，对信用状况良好的客户提供优惠和便利服务。

二是加强对失信主体的约束与惩戒。在现有行政处罚措施基础上，加快健全失信联合惩戒制度，在市场准入、资质认定、行政审批、政策扶持等方面实施信用分类监管，强化行政监管性约束和惩戒。鼓励行业协会（商会）在自律管理中对失信会员实行警告、行业内通报批评、公开披露和谴责等惩戒措施，形成行业性约束与惩戒。在各领域广泛使用信用信息或信用产品，推动形成市场性约束与惩戒。充分发挥新闻媒体报道、群众评议等社会舆论作用，加大对失信行为的披露、曝光和谴责力度，形成社会威慑力，推动

形成社会性约束与惩戒。

三是加快推进信用联合奖惩机制建设。依托全市统一的市场主体信用信息平台，推进信用信息跨部门、跨领域、跨地区的共享交换与应用，实现信用奖惩联动。对守信主体提供优惠政策和便利条件，对轻微失信主体给予教育引导，对严重失信主体依法采取公开披露、退出市场等措施，使守信者处处受益、失信者寸步难行。

(八) 加快推进诚信文化建设

一是大力弘扬传统道德文化。以建设社会主义核心价值观体系、培育和践行社会主义核心价值观为根本，将诚信教育贯穿于公民道德建设和精神文明创建全过程。深入挖掘和阐发中华优秀传统文化的精髓和时代价值，创作弘扬诚信的文艺作品；建好用好道德讲堂、论坛讲座，发挥社区市民学校、公益性文化单位、文化服务中心等作用，通过多种传播手段，大力发掘和宣传诚信人物、诚信企业、诚信群体，树立诚信典型。

二是全面开展诚信普及教育。重点加强对公务员、医务人员、教育工作者、新闻工作者、社会工作者以及律师、会计师、税务师、评估人员等公共服务人员的诚信教育，引导其率先垂范。将诚信教育覆盖到基础教育、高等教育、职业技术教育、成人教育各领域，引导广大师生加强道德修养，以诚立身、诚信做人。鼓励和引导企业加强员工职业道德教育，大力培育企业诚信文化，增强员工的法律意识和诚信意识，提高职业素养，引导员工诚信执业。

三是深入开展诚信教育实践主题活动。将诚信建设要求作为创建文明区县、文明村镇、文明行业、文明单位等精神文明创建活动的重要标准，引导各行业、各领域开展有特色的诚信教育实践主题活动。持续开展“质量月”、“安全生产月”、“3·5”学雷锋活动日、“3·15”国际消费者权益保护日、“12·4”全国法制宣传日等主题活动和“诚实做人守信做事”、“征信知识宣传周”等宣传教育活动，倡导以信笃行、以诚兴业的传统美德。

(九) 加快推进创新示范工程建设

一是全面推进中关村国家自主创新示范区信用体

系建设创新示范。继续完善中关村企业信用信息公共服务平台建设，进一步推动园区科技企业信用信息的记录、整合和应用。建立健全园区信用管理与服务制度，在政府公共财政资金、科技型企业融资、企业信用培育双百工程等支持政策中使用信用产品，不断优化园区创新创业生态环境。健全园区信用服务机构的市场准入和退出管理机制，形成科学、合理、有效的信用服务产品质量评价体系。鼓励信用服务机构为园区企业资金融通、市场开拓、风险管理等提供全方位、多样化的信用服务。充分发挥园区社会组织作用，完善自律机制，组织开展多种形式的诚信宣传与培训活动，引导园区企业树立诚信品牌，提升信用价值。

二是深入推进小微企业信用体系建设创新示范。鼓励围绕商贸聚集圈、服务业聚集圈、科技创新与文化创意产业聚集圈，深入推进小微企业信用体系建设。建立健全小微企业信用管理制度，在开展行业和市场管理、公共服务、执行产业引导促进政策等工作中使用信用信息和信用产品。推进北京市中小企业公共服务平台与全市统一的市场主体信用信息平台对接，实现互联互通。加强小微企业信用数据库建设，推动各类信用服务机构积极为小微企业营销推广、市场交易、风险管理、资金融通等提供信用服务，促进小微企业健康发展。

三是全面推进农村信用体系建设创新示范。充分发挥农村基层组织作用，进一步整合信用信息，形成高效规范的信用信息采集、更新、管理和开放应用机制。鼓励信用服务机构为扩大小额信贷、保险、投资等普惠金融服务覆盖面提供专业化的信用产品，切实使农户、农村小微企业以良好的信用记录在生产生活中得到实惠、受到保障、增收致富。建立健全信用奖惩制度，引导农户、农村企业诚信经营，大力推动农村绿色经济、循环经济发展。

四是大力推进京津冀区域信用体系建设合作创新示范。建立和完善京津冀区域信用合作工作机制，在信用制度标准、信用信息共享、信用服务市场、联动奖惩机制等方面开展创新示范。建立相对统一的信用

规章制度和标准体系，实现地区公共信用信息的共享交换，形成跨地区行业监管联动机制，促进信用服务市场共同发展。积极开展诚信宣传教育、信用专业人才培养等方面的交流与协作。

三、保障措施

(一) 加强组织领导。继续完善市社会信用体系建设联席会议制度，充分发挥其统筹协调作用，加强对全市社会信用体系建设工作的指导、督促和检查。各区县政府、各部门要统一思想，将社会信用体系建设纳入重要工作日程，建立协调机制，明确职责，按照本实施意见提出的总体要求和社会信用体系建设的需要，制定具体方案，狠抓落实，确保各项工作积极推进。

(二) 完善制度标准。市社会信用体系建设联席会议办公室要根据实际需要，组织制定公共信用信息管理、促进信用服务市场规范发展、守信激励和失信联合惩戒机制等相关制度，落实全国统一的自然人、法人和其他组织的社会信用代码制度，加快编制信用信息目录等地方标准与技术规范，明确信用信息记录主体的责任，保证信用信息的客观、真实、准确和及时更新。

(三) 加强资金保障。各区县政府、各部门要根据社会信用体系建设的需要，完善资金投入保障机制，将应由政府负担的经费纳入财政预算予以保障，重点加大对信用信息基础设施、信用产品研发应用、重点领域创新示范工程等方面的资金支持力度，鼓励在社会信用体系建设创新示范领域先行先试。

(四) 强化督查考核。市社会信用体系建设联席会议办公室要建立健全信用工作考核评估机制，强化目标责任，加强督促检查，定期对联席会议成员单位进行考核评估，不断总结经验，及时发现问题，提出改进措施，确保各项任务有序推进和有效落实。

北京市人民政府

2015年1月20日

“种瓜得豆”为哪般

1980年代，美国一批著名医院被要求必须向民众公开医院的死亡率。这一举措显然是为了激励医院减少医疗事故、提升治疗疑难重症的医疗水平。然而人们很快发现，医生们普遍地开始拒绝接收疑难重症病人。可以预见，长此下去随着疑难病症的病例的不足，医院的医疗水平会越来越平庸。而将病人拒之门外的恶劣影响也应该不是决策者的初衷。

类似现象可以说不胜枚举。河内的法国殖民政府曾颁布过一条法令：人们每交出一只老鼠，政府就会给他一笔奖励。本意是想控制鼠灾、减少疾病，没想到结果是许多人为了得到奖赏开始养殖老鼠。19世纪的中国也有类似情况，为了得到更多的龙骨用于考古研究，考古学家决定悬赏征购龙骨，结果是有农民将挖出的完好龙骨砸成几块再去领赏。

这种现象真可谓“种瓜得豆”。管理者按照一定的经验、逻辑、管理理论和模式，采取一定管理措施，本来是想得到A的结果，没想到得到的却是B的结果，甚至是-A的结果。管理者所依赖的那种逻辑或理论本身，看似没有问题，但最终结果却出人预料。这种现象不仅在激励管理领域很普遍，在其他管理领域也并不稀罕。

企业为了迎合消费者的偏好而追逐差异化，以便给消费者更多的选择来增加销量和收益，不料消费者望着琳琅满目的商品品种和品牌而无所适从。有一家超市第一天摆出24种果酱，第二天只摆出6种，结果是第二天卖出的果酱要比第一天多10倍。后来使用不

同产品重复试验，结果也都是这样。可见，企业在试图满足消费者差异化需求的同时，却偏偏给消费者带来了另一种困惑——如何选择。

迈克尔·雷纳在《战略的悖论》中也阐述了类似的现象：“在商业活动中，为了成功，企业必须采取行动，而这些行动本质上都存在更为深入的悖论关系。于是就产生了战略悖论——最大限度地造就企业的成功与辉煌的相同的行为和特点，也能在最大限度上使之失败涂地。”一些企业学习效仿成功企业的模式和做法，越期盼着成功，效仿得越像，反倒落得一败涂地的结果。

尽管许多管理者经历过“种瓜得豆”的困惑，一些学者也注意到了这种现象，但要解决这一问题却并非易事。因为产生这种现象的根源是无法彻底根除的。

原因分析之一：多因素之间的相互作用

一项即使并不复杂的管理活动都常常会与众多的因素相联系，而这些因素之间又相互影响相互作用，这是导致“种瓜得豆”现象的重要原因之一。在管理活动中，管理者在决策时总是无法穷尽涉及这一决策的所有因素。许多时候这些未曾想到的因素对管理决策影响不大，于是人们只要把相关主要因素考虑进来，就可得到似乎放之四海皆准的结论，但一旦某些因素发挥作用，常会轻易改变管理行为和管理结果的方向。

以一个简单的价格决策例子就足以说明这种情况。消费者购买商品时都希望付出较少的价钱，于是人们有了价格下跌，销量上升的结论。但是，如果人们一旦把商品质量的因素考虑进来，马上就会有“好货不便

宜，便宜没好货”的判断，你卖家降低价格或价格偏低，就会引起消费者在质量方面的怀疑而不买。同样，对于一些不必马上购买消费的商品，连续的降价会使消费者产生降价预期，也可能会滞后其购买行为。而如果该商品有投资可能的话，价格上升尤其是连续地上升，倒会促使人们以投资的方式增加购买。当年家电企业价格大战时消费者的“买涨不买跌”以及前几年的炒房热就是这种情况的体现。

沿着这个思路思考下去，不难发现还有太多的因素在影响着预定管理目标。如果再考虑到管理目标又往往是不止一个，这些目标因素间也有相互作用和影响。随着思考的越加深入，管理决策就越复杂，就越难对事情下统一的结论。

最要命的是，无论是管理者对实践经验的总结，还是管理学者展开一项研究时的想法，都是想得出一个明确的结论，即一套让人可以领会、传播和应用的某种定论和模式。这就必须要简化管理活动的这种复杂性。简化就意味着要么需要忽略其他相关因素仅把少量因素纳入思考范围，要么则是把其他相关因素固化——假设其不变，甚至根本就没有认识到还有什么别的因素会对研究问题有所影响。

这就难怪管理决策的结果会出现种种意料不到的问题。正如前述案例，决策者在考虑用公开死亡率作为激励医院提高治疗水平的手段时，没想到拒绝疑难杂症的患者是比提高治愈率更简便的改善指标的方法；当饲养老鼠比消灭野生老鼠更容易得到奖赏，政府的激励手段也就会适得其反。

原因分析之二：人的因素

管理活动最难的是对人的管理，但对人的管理却无法避免。原因一中的相关因素的复杂关系固然会导致

“种瓜得豆”现象，但如果一旦涉及到人，“种瓜得豆”问题就会显得尤为突出。人的因素主要表现在三个方面：人的认识差异；角色利益差异；人类行为的或然性。

首先是人的认识差异。人的自然属性和社会角色差异决定了人的视角、知识、能力和行为方式会各不相同，进而也影响着人们的认知。印度寓言故事《盲人摸象》可以说妇孺皆知，但我们往往忘记了其实我们每个人和故事里的盲人并无区别，我们对于世界的认识也都是不全面的。管理活动的决策者与执行者及其他相关者对管理活动所涉及的相关因素必然会有认知上的差异，从而产生行为的不协调。

其次是人的角色利益差异的影响。俗话说：屁股决定大脑。人们在社会关系中所处的角色不但影响着人们的认知范围，也常决定着互动关系中的利益和行为。1980年代西尔斯汽车修理中心受到了44个州顾客的指控，说该中心存在着对汽车的不必要的修理，因为该中心制定了员工薪酬与修理数量相关的政策。该中心做出该决定有自己的考虑，而员工则很可能出于自己的利益，为顾客提供不必要的修理。而即使员工没有做不必要的修理，顾客一样会有这样的怀疑。最后，公司为平息诉讼竟耗资了2700万美元的巨资。

第三个方面是人类行为的或然性。人的行为往往十分复杂，常常难以捉摸。人们渴望熟悉感，但有时也渴望新奇和变化；期待前进和发展，但也很留恋过去；喜欢热闹，但有时又厌恶嘈杂；常极力躲避危险，但也会积极地去寻求刺激和探险。在许多时候人的行为并不是确定的。

1982年，可口可乐广泛地深入到10个主要城市中，进行了大约2000次的访问，调查结果表明顾客普遍愿意尝试新口味的可乐。而当1985年公司放弃老配方、

推出新配方时，全美国越来越多的顾客加入了“抵制新可乐运动”，据调查有60%的人扬言如果放弃传统配方就不买可口可乐了。本来想迎合顾客的需求，最终却遭到人们的抵制。从美国人对市场调查的一般态度和做法，我们很难说前后这两次调查有哪次不够严谨和科学，最有力的解释只能是人们此一时彼一时的行为差异：拥有原配方的可乐时渴望尝试新鲜，而只有真正失去原配方的可乐时人们才会倍感它的价值。

原因分析之三：时间的影响

管理科学是社会科学，具有时间上的不可逆性。这种时间上的不可逆性，导致了他人成功的管理经验，有些时候你拿来效仿就有可能无法成功；而他人失败的管理模式，你如果极力回避也可能不是明智的做法。20世纪初福特公司的流水线生产、单一品种大规模经营取得了巨大的成功，通用汽车公司也极力效仿福特的成本领先战略，但由于福特的经济规模大，并抢占了先机，通用汽车公司的成本始终高于福特，而处于弱势和被动地位。直到1920年代斯隆担任通用汽车总裁，实施了差异化战略才一举击败了福特。可见，管理模式是不能简单地复制，简单复制别人的做法并不会得到与别人一样的结果。

时间的滞延，有时也常常使管理充满变数。所谓时间滞延，即一个因素对另一个因素的影响，有时需要一段时间的量变积累才会被察觉。美国一家公司因经营业绩不佳而更换了总裁，两年后公司业绩迅速飙升，而导致业绩上升的原因却是前任在职时开发的两个产品的畅销。而后一任总裁并没对这两个产品采取什么措施，只是这两个产品熬到了畅销的时间点。如果后来的总裁一上任就将这两个“不成功”的产品淘汰掉，

那又会出现怎样的结果呢？

管理启示

“种瓜得豆”现象在管理实践中是十分普遍的现象。在本质上，它是与管理活动的复杂性、信息不完全性，以及整体与局部的矛盾性、不一致性相联系，而时间因素又加剧了管理活动的不确定性。

启示一：“谱不能尽弈之变”。管理是一种实践活动，尽管管理科学一百年来得到了长足的发展，理论研究和管理经验为管理者提供了大量的管理模式和方法，这些“棋谱”依然不能替代管理者在具体实践过程的思考。管理者不应该只是一个以往管理理论和经验的套用模仿者，而应该做一个管理的研究者和思想家。平庸的管理者总是把他人的管理理论和经验作为指导而不是参考，直接套用和模仿。而成功的管理者总是通过参考他人的管理理论和经验，针对具体实践进行研究和思考，不仅企业获得良好的发展，自己也成了管理理论的创新者。

启示二：系统思考和视野开阔是成功管理的重要条件。管理是一种协调活动，系统思考和视野开阔使管理者将更多因素和角色互动的影响纳入管理思考的范围，从而可以减少决策的失误。任何管理理论、管理经验和模式都不是普适的，但多学一些则可以使管理者视野开阔。而这都不能代替管理者自己的系统思考。

启示三：不断学习、动态管理是成功管理的关键。系统思考和视野开阔不意味着管理者就能够通过深思熟虑而全面认知世界，成为井井有条的规划者，使管理活动按照最初的规划按部就班地正常运行，管理者还必须不断地对管理活动过程进行反馈、反思和调整。

来源（企业管理）

居安思危在企业管理中的哲学意义

“居安思危”一直是中国人常用来告诫从政者的最常用的一个词，出自《左传》。春秋时期，有一次，宋、齐、晋、卫等十二国联合出兵攻打郑国。郑国国君慌了，急忙向十二国中最大的晋国求和，得到了晋国的同意，其余十一国也就停止了进攻。郑国为了表示感谢，给晋国送去了大批礼物，其中有：著名乐师三人、配齐甲兵的成套兵车共一百辆、歌女十六人，还有许多钟磬之类的乐器。晋国的国君晋悼公见了这么多的礼物，非常高兴，将八个歌女分赠给他的功臣魏绛，说：“你这几年为我出谋划策，事情办得都很顺利，我们好比奏乐一样的和谐合拍，真是太好了。现在让咱俩一同来享受吧！”可是，魏绛谢绝了晋悼公的分赠，并且劝告晋悼公说：“咱们国家的事情之所以办得顺利，首先应归功于您的才能，其次是靠同僚们齐心协力，我个人有什么贡献可言呢？但愿您在享受安乐的同时，能想到国家还有许多事情要办，我们一定要居安思危，思则有备，有备无患。”魏绛这番远见卓识而又语重心长的话，使晋悼公听了很受感动，高兴地接受了魏绛的意见，从此对他更加敬重。

从这个故事中我们可以看到，居安思危和忧患意识自古以来就是我们国家一条很重要的政治经验。儒家代表人物之一的孟子的“生于忧患，死于安乐”，说的也是这种忧患意识。纵观中国历史，居安思危的皇帝，一定也是比较有作为的皇帝，在居安思危的管理者统治的朝代也一定也是比较昌盛的，反之则衰、则败、则亡。

翻开历史长卷，这样的例子不胜枚举。国家如此，企业更是如此，在现代企业管理方面，企业也一定要有忧患意识。因为无论企业处于什么发展阶段都要对未来可能遇到的风险作出预警方案，“居安思危，思则有备，有备无患”对于企业来说也有深刻的哲学意义。

在管理学中有一个很知名的管理故事，叫作“青蛙效应”，“青蛙效应”源自十九世纪末，美国康奈尔大学曾进行过一次著名的“青蛙试验”：

他们将一只青蛙放在煮沸的大锅里，青蛙触电般地立即窜了出去。后来，人们又把它放在一个装满凉水的大锅里，任其自由游动。然后用小火慢慢加热，青蛙虽然可以感觉到外界温度的变化，却因惰性而没有立即往外跳，直到后来热度难忍而失去逃生能力而被煮熟。

科学家经过分析认为，这只青蛙第一次之所以能“逃离险境”，是因为它受到了沸水的剧烈刺激，于是便使出全部的力量跳了出来，第二次由于没有明显感觉到刺激，因此，这只青蛙便失去了警惕，没有了危机意识，它觉得这一温度正适合，然而当它感觉到危机时，已经没有能力从水里逃出来了。“青蛙效应”告诉我们，企业竞争环境的改变大多是渐热式的，如果管理者与员工对环境之变化没有疼痛的感觉，最后就会像这只青蛙一样，被煮熟。同样，一个企业如果只满足于眼前的既得利益，一味的沉溺于过去的胜利和现在的繁荣之中，而没有忧患意识，对危机的逐渐形成麻木不仁，

最后肯定会像青蛙一般在安逸中死去。

柯达公司的破产就是一个很好的例子。在胶片年代，柯达公司达到了最鼎盛的发展期，全世界各个地方几乎都有柯达洗印店，可是就因为公司的决策层对未来没有前瞻性的思考，没有忧患意识，认为数码时代离我们很远，没有对企业进行变革和创新，结果一个昔日的商业帝国在瞬间就倒掉了。中国的很多企业也是如此，最早的春都集团和光明集团等等都是企业没有忧患意识而倒掉的。微软的总裁比尔盖茨有一句名言：“微软离破产永远只有18个月。”企业要避免“温水煮蛙”现象，首先要求其最高管理层具备危机意识，企业才不致在战略上迷失方向，不经意之间就会滑入危机的泥潭之中。

危机管理并非只是企业最高管理层或某些职能部门，如安全部门、公关部门的事情，而也应成为每个职能部门和每位员工共同面临的课题。在最高管理层具备危机意识的基础上，企业要善于将这种危机意识向所有的员工灌输，使每位员工都具备居安思危的思想，提高员工对危机发生的警惕性，使危机管理能够落实到每位员工的实际行动中，企业才会做到防微杜渐、临危不乱。

20世纪90年代初，波音公司产量大幅下降，为走出经营低谷，波音公司摄制了一部虚拟的电视新闻片：

在一个天色灰暗的日子，众多的工人们垂头丧气地拖着沉重的脚步，鱼贯而出，离开了工作多年的飞机制造厂。厂房上面挂着一块“厂房出售”的牌子。扩音器传来：“今天是波音时代的终结，波音飞机公司关闭了最后的一个车间……”画面反复播放。这则企业倒闭

的电视新闻使员工们强烈地意识到市场竞争残酷无情，市场经济的大潮随时都会吞噬掉企业，只有不断进取、创新、拼搏，企业才能在经济大潮中乘风破浪，在竞争中立于不败之地。否则，虚幻的模拟倒闭就会成为企业无法避免的事实。

这一充满忧患意识的片子播出后，波音公司的员工们每个人都充满了危机感而变的更加努力工作，企业也不断的创新，员工人人都真切感到“末日即将来临”，以此激发员工的忧患意识和不懈奋斗的精神，终于企业迎来了大发展，以后波音一跃成为了世界上最大的飞机制造商。

同样，中国最著名的民营企业之一华为的总裁任正非在华为大发展时期却写出了著名的“华为的冬天”一文，用忧虑的口气来告诫他的员工，华为可能马上就要进入冬天，以此来增加企业和员工的忧患意识，正是任正非的居安思危的管理理念，才使华为度过了一个又一个艰难险阻，成为了真正国际化的通信供应商。

一个人、一个企业或一个国家必须居安思危，必须要有忧患意识。往往有些企业在强盛时，许多危机其实早已潜伏在企业日常的经营管理之中，只是由于管理者麻痹大意，缺乏危机意识，对此没有警醒而已。经过改革开放三十年，许多中国企业发展的很强大，但是在强大中，我们必须要有忧患意识和危机感，如果我们的企业在强大时盲目乐观，丧失了超越自己、超越过去的动力，那么就会像温水里的青蛙一样被慢慢烫死。这一点中国企业家一定要引以为戒。

来源“企业管理”

有快乐才是好管理

来源：《企业管理》杂志作者：崔爱桃

力太大了。物质充裕了，可人们不快乐。

工作就要严肃呆板残酷吗？新生代员工已经大声地说不了！他们以快乐为导向的价值观让打下一片江山的老板们手足无措。这让管理者反思到的是不能只关注自己的心，了解新生代员工的真正需求才是王道。管理者除了学习高深的企业治理之道，还需要懂得如何满足新生代员工的快乐需求，有点娱乐精神，把工作变得充满快乐。

也许有人会说，工作是工作，生活是生活。可是，什么是工作，什么是生活。而令世界上员工神往的一个企业谷歌早已把“工作就是生活，生活就是工作”的理念融进它的企业文化里。当美国人把“快乐”与“生命”、“自由”并列写进《独立宣言》的时候，就让我们知道他们对快乐的追求是认真的。受教育是一个很高尚的追求，但是在美国人心目中，比受教育更神圣的一个追求是快乐。美国的大学虽然没有明确要求教授要风趣幽默、有娱乐精神，但是在聘选教授面试的时候，也常常是得笑声者得人心。在适当的时候，抛出一两个应景的小笑话，或者能把干巴巴的学问说得妙趣横生，这样的候选人当然很占便宜。会心一笑的效果可以瞬间把台下的看客转变成为知音。如果学生在课堂上学到不快乐，他们可以睡觉，可以早退，也可以跟教授争辩。如果在大学里感到不快乐，他们可以退学，可以转学，甚至可以打官司。教育是因为最终能给人带来快乐而有了

仔细研究那些风靡一时的产品和服务，发现他们大多具有一个共同的特点：让人们感到快乐和有趣。有专家指出，在技术颠覆历史的时代，娱乐在重构一切行业规则，重新定义你的产品、消费者……从娱乐化的角度，用娱乐化的方式。只有快乐才是社会强需求。于是，不由引得我们受到启发，我们只要抓住消费者的快乐，就赢得了市场，对于企业来说，如果抓住员工的快乐，就赢得了员工的心，换句话说，就是以娱乐化的方式，用娱乐的精神来管理员工，娱乐化管理当是未来企业管理不错的选择。

娱乐的宝贵与稀缺在漫长的一段历史里，人们的基本温饱问题都没有解决，工人每天像机器一样工作着，虽然娱乐是人追求快乐、缓解生存压力的一种天性，可人们似乎没有时间也没有太多的手段娱乐，每天忍受着苦行僧般的生活和工作。工业革命的到来，把人们从繁重的体力劳动中解放出来，对自由尊重快乐的需求急剧增加，而重复乏味枯燥的工作却让员工士气低落，厌倦感疲劳感大增，抱怨爆棚。接着，信息社会的到来，人们有了娱乐的渠道，掠夺性地消费着娱乐。一天严肃沉闷的工作后，人们只想开心一下，于是像《泰》那样的电影能有惊人的票房，而冯小刚的《1942》深刻反思历史，却因让人感觉沉重而少人问津。人们疯狂的发泄着，发帖，灌水，聊天，买高价门票去看娱乐节目，去体验另类餐厅。这些人发出的一个共同的声音是工作压

价值。如果教育损伤了快乐，就该把它打包扔进垃圾桶。连教育这样严肃的事业都需要娱乐精神，更何况我们各行各业了。在韩国，本来崇尚严肃，可韩国总统领着全国人民练微笑，总统说：“当韩国人开始爱笑的时候，也是韩国下一次经济腾飞到来的时候。”三星电子的口号是：“最勤奋的员工也无法打败一个能从工作中获得乐趣的人。”

时代的发展已经在向我们昭示：以娱乐化的方式，用娱乐的精神来管理员工是非常必要且科学的。

如何用娱乐的精神来管理员工

1. 实体层

借用一下组织文化的分层。组织文化的表层文化又称实体文化，是指具体、直观、外在化、形式化的组织文化结构，它由企业员工创造的产品和各种物质设施等构成。在企业里这个实体层包括的东西想要给员工带来快乐，这件事难吗？关键在于老板有没有把员工放在心上，有没有把员工的快乐当成很重要的事。在员工用的工具上可以做点人性化的改变，工作服可以生活化，工作空间选择大家喜欢的布局和装饰等等。在这方面谷歌显然已经走在了前列。楼上楼下设有滑梯，还有滑杆，若要往来于办公室之间，员工可骑乘电动滑板或者玩具车。企业里有桌上足球、台球桌、排球场、各式各样的视频游戏、钢琴、乒乓球桌，还有健身房（提供瑜伽和舞蹈训练）。办公室命名不是非得经理室、财务部什么的，员工说这个办公室我想叫天堂，成！就叫这个名字。很多企业已经把娱乐精神运用到极致。谷歌办公室的名字就足够特立独行，具有娱乐化色彩。比如美国办公室用格林尼治天

文台，好莱坞等等命名，中国办公室用无理数、黄金比例和派命名。“本来生活网”是媒体化电商，他们因大卖“褚橙”而知名。他们的业务开展很有意思，像媒体编辑部一样，负责采购的区域买手叫“记者”，负责运营的叫“编辑”，买手搜集各地的独特产品上报给运营。每周的产品会叫“选题会”，每个产品都需要讲出卖点，每人都想做“封面”或“特写”，会场热闹非常。还有，皮克斯的老办公楼，就像一个“二百多人共用的大学宿舍”，当地报纸称此处为“前青春期的天堂”。

2. 精神层

每个人身上都有些才艺。在工作内容单调、大家能力相近的情况下，怎么来体现自我的独特魅力呢？给他们一个展示的平台，既活跃了气氛，又增加了自我满足感。

看过中国达人秀的观众都不免受到教育，生活在上海这样快节奏高消费的城市，一些年轻的餐厅服务员，工资不多，可他们很知足，激情很高，在工作外勇敢地追求着属于自己的多姿多彩的生活，才艺都非常了得。没有因为工作的普通、经济的拮据而自卑和沮丧，他们认为，有几百万普通老百姓和自己一样工作生活着，干嘛还这样闷闷不乐呢？既然改变不了，为什么我们不以快乐的心情来工作？工作里有没有快乐，自己找。娱乐时代的最大特征就是用看似简单的娱乐精神来办事就可以成功，快乐地追求自己的目标，把成功当作东方必然出现的朝阳，这就是娱乐精神告诉我们的胜利法。

根据员工的擅长和特点，每月搞个趣味比赛，半

年搞个达人秀，年终搞个企业春晚，各种趣味活动，比如DIY烧烤、自行车越野、扔纸飞机等，看似娱乐，实质激发斗志。Google公司内部就有员工自发形成的各种组织，比如冥想班、电影俱乐部、品酒一族，以及莎莎舞俱乐部等。在国内，娱乐精神名声在外的有新东方，据说选老师标准之一就是能侃，时不时再来上一段京剧、舞蹈等等，英文脱口秀更是家常便饭。

3. 领导风格和沟通模式

新生代员工的价值观是选择喜欢的、推崇自由的、希冀快活的。现在的领导不能是指挥命令型的，要做教练和导师型的。智联招聘副总裁赵鹏回忆说，当公司有时因为业务繁忙而不得不调整员工的工作内容时，一位“80后”员工曾在事后向其发邮件直诉不满：“虽然你是个大人物，而我是个小员工，但您也要尊重我时间的价值。”一位年轻员工在解释为什么非常反感他的项目经理时说，每次该经理叫他时，都会向他做出勾手的动作，这让他感到极大的羞辱。2005年末，张瑞敏就曾在一次中国企业家高峰论坛上发出了这样的感慨：我感觉越来越不会做企业了，以前那些有效的方法，甚至成功的方法，今天看来，都必须抛弃了，要采取新的策略……总体来看，对新生代员工要更多地采取激励、领导的管理方式，而不是传统的硬性管理方式，管理者也要努力成为一个具有号召力的领导者。

在这里有号召力的领导者是魅力型的企业家，而不是智谋式的管理者。这个魅力型的企业家不能正襟

危坐，高高在上，而是平民化的能自嘲、懂幽默的。关于老板自嘲，新东方可称第一，将拿老板俞敏洪开涮的内容做到课件中，实在有些让人大跌眼镜。用新东方某元老级副总的话说：对俞敏洪，我已是欺负到不忍心。这位考拉型老板聚集人心的方式可说是独辟蹊径了。其工作理念最为和谐：大家好才是真的好。这种自嘲，没有损伤领导的威严，恰恰体现了领导的自信和谦和，也体现了一种娱乐精神。

在伊索寓言中有这样一则故事：太阳和北风打赌，看谁能先让行人把大衣脱去。于是，太阳用它温暖的光轻而易举地使人们脱下大衣；而北风使劲地吹，反而使行人的大衣裹得更紧。太阳与北风的故事，向我们昭示了这样一个道理：对员工要像太阳那样，用温暖去感化他们，使他们自觉地敞开心扉；如果像北风那样使劲地吹，一味地强制逼压，反而会使他们始终对你心存戒备。

塞尔斯（Sales, 1969）的一项研究表明，使员工完成1小时的实验工作，发现血液中胆固醇的含量与其对任务的喜爱呈负相关趋势。一个常识是：正常情况下，胆固醇在血液中维持一个恰当的水平5.2mmol/L或以下，一般认为大于这个含量的会使心脏病的危险增加。也就是说员工在压抑下工作时，血液中胆固醇的含量会升高，发生心脏病的几率也在上升。

使员工快乐的工作，不止是企业效益的问题，更是全民身心健康的大事，以娱乐的精神、娱乐的方式管理员工，是不错的选择。

员工为什么“不幸福”

文/毛世英

关键词：人本管理 员工幸福感 幸福企业 企业文化

近年来，“你幸福吗”之类的话题在媒体上热了起来，而有关提升员工幸福感、建设幸福企业的话题也成了业界的一个热点，一些企业甚至将其提升到企业文化和管理的一个空前高度进行诠释。

实际上，这种现象的出现并非偶然，它体现着在世界范围内随着收入水平的提高、广大员工心理烦恼和精神压力却日益加大的时代特征，正像商品热销反映着市场需求一样，业界关于幸福感话题兴起的热潮，其背后反映着的是广大员工幸福感的欠缺，以及他们对幸福感的追求和渴望，还有管理者欲通过提升员工幸福感来提高组织绩效的思考。

员工幸福感的欠缺，具体体现在内心焦虑、抑郁、职业倦和精神压力大、过劳死频发、自杀增多等多个方面。这是伴随着人们收入水平的提高而在业界出现的一种普遍现象。

北京易普斯咨询有限责任公司关于中国职业心理健康数据显示：在我国企业中，60%的员工面临着高压压力困扰，约40%的员工工作中缺乏活力，11.9%的员工对工作不满意，2.1%的员工有较高的抑郁倾向。

上述现象都说明了我国员工的幸福感欠缺，而其背

后则反映着企业管理和企业文化建设上存在着问题或缺陷。

员工幸福感缺失现象，实际上表明了我国企业管理和企业文化建设在贯彻人本理念上还存在着一些误区，在各个层面上还存在着不少问题和不足。这主要可归结为以下几方面：

一、以人为本的理念和制度流于形式

自人本管理理论于上世纪80年代后半期在我国兴起以来，许多企业的管理水平得到了有效提高，取得了良好的绩效。但一些企业在管理上的形式化、表面化倾向仍很严重，以致人本理念流于形式，显得空洞。如一些企业重口号轻实践、重宣贯轻执行，在墙上到处张贴以人为本、关爱员工等口号，但在实际工作中却是以钱为本，将利润目标看得比员工利益更重要，实质上仍是把员工当成赚钱工具或生产要素，压根没有把员工的幸福当成企业应有的责任和义务。企业要完成利润目标当然无可厚非，但若把人本管理当成一种完成利润目标的手段，理解人、尊重人、关心人、发展人的人本管理要求就成了空话，就不能真正关心各个员工的职业生涯规划 and 内心感受，往往会以利润目标给员工施加较大的压力，如此自然使企业员工难以产生幸福感。

二、普遍缺乏对员工幸福感的考量

自人本管理于1970年代末在我国兴起以来，我国许多企业依此在管理上取得了良好的绩效，但仍须看到，许多企业对员工幸福感在管理上的积极作用缺乏充分的认识，因而也没有将其作为人本管理的考量标准。员工幸福感，是指员工对其各种需求的满意程度的主观感受，以人为本是人本管理的核心理念，其贯彻到员工身上必然体现为对员工满意度或幸福感的关心，其成效如何必然体现为员工幸福感。因此，人本管理搞得好的企业，其员工幸福感一定较高，员工的积极性、主动性和创造性也一定会得到有效的发挥；反之，员工感到不快乐不幸福的企业，其员工积极性和经营效益一般也不会高。

以往人们都认为只有成功才会快乐，但当代心理学和神经科学的最新研究表明：“事实正好相反，我们更快乐、更积极时，我们会变得更成功”，“以牺牲快乐来换取成功，结果却降低了成功的概率。”美国哈佛学者肖恩·埃科尔，通过十几年的研究，利用来自48个国家、275000人、225个子课题的研究数据发现，幸福感可作为“快乐竞争力”给组织与个人带来变革，能使“组织的生产率平均提高31%，销售人员的销售额平均提高37%，医生的正确诊疗率平均提高19%，CEO的效率平均提高15%，企业的客户满意度平均提高12%，最积极的保险业务员和最消极的同行之间业绩相差88%”。而北京师范大学心理学教授张西超针对幸福感对国内员工的影响所做的大量研究则显示：与高心理幸福感员工相比，低心理幸福感员工职业枯竭、

抑郁倾向、焦虑倾向分别是前者的9倍、26倍和47倍，比如18.7%的低心理幸福感员工有焦虑倾向，而高心理幸福感员工该指标为0.7%。

三、奉行物质主义幸福观，忽视员工的精神需求

因受经济主义、物质主义、功利主义等观点的影响，人本理念未能深入贯彻到幸福观上，以致不少企业管理者把幸福狭隘地理解为是金钱或物质利益的满足，认为只要让员工多挣钱，薪水和奖金多，他们就会感到幸福，因而对员工幸福感的关怀、激励都偏向于物质层面。一些员工受此影响，也片面地认为只要钱挣多挣够了，就能换来幸福。在这种观念下，许多员工对金钱、地位的追求不遗余力，但现实情况是，物质上的成就并未能带给员工心理上的满足和幸福，相反，却导致了挣钱愈多、工作压力愈大节奏愈紧张的现象，员工心理上的焦虑、抑郁、厌倦还有各种精神烦恼，也因此愈来愈多，健康状况也愈来愈差，严重者甚至导致频繁跳槽、吸毒、自杀等现象出现。

在管理上将员工幸福片面地理解为满足其物质需求，必然会导致员工在人际交往、尊重、自我实现等精神层次的种种需求难以得到满足，从而难以升起幸福感。这一点是目前企业中导致员工幸福感缺失的基本原因之一。

四、重视结果，忽略过程

人的需求是永无止境的，人对幸福的追求也是一个不断追求目标的过程。对员工的幸福感来说，

也可分为结果幸福和过程幸福二种，二者是相互交织、不可分割的关系，结果幸福的体验强烈，但却是一次性的、短暂的，而过程幸福则持续存在于整个过程中，因而是漫长的。人的潜力为达到目标的充分发挥和施展，在攻克一个又一个问题时的兴奋、愉悦和成就感，工作过程中同事间的相互帮助和关怀……，这些因素都能给人带来乐趣，这不是成功后的幸福所能简单取代的。但不少企业只重结果，不重过程，即只看重企业利润目标的达成，因而对员工也只看重其完成特定的任务指标，而对员工完成任务过程的心理感受不予理睬，导致员工抱怨、发牢骚等现象出现，使得一些员工即便完成了任务也感受不到幸福感，而且这种只重结果的做法，客观上造成了一些员工为达成目标而投机取巧、违规钻空甚至造假作伪，也使得员工在达到成功目标的同时，感受到相当的烦恼和焦虑。

五、对员工的激励有偏差，公平公正性仍待提高

一些企业因受传统的功利主义以及官本位意识的影响，只对有突出贡献的人予以重奖，但对参与者或有贡献相关的人员却缺乏一定的奖励，制定的奖励标准也不够合情合理，以致员工们感到不公平。还有的企业，只重视物质奖励，对那些业绩好的员工予以重奖，而对那些辛苦工作却因某些原因业绩不好的员工，却未能在精神上予以必要的鼓励和安慰，以致一些员工感到寒心，甚至产生抱怨、敌视、嫉妒等情绪。个别企业甚至在激励上不能及时兑现承诺，奖金

一直拖拖拉拉发不下来，以致员工对管理层产生不信任、怀疑、失望等心理，难以感到幸福。

六、沟通不畅，导致误会冲突出现

企业内部上下沟通顺畅是人本管理的基本要求，如此才能做到理解人、尊重人、关心人，才能充分提高员工的积极性、主动性、创造性。不能在管理者与员工、员工与员工之间保持有效的沟通，是导致职场中出现各种误会、猜忌、怀疑、敌对甚至冲突的主要原因。现实中，国内一些企业管理者，因受官僚主义、主观主义、形式主义等不良思想的影响，高高在上，不能深入基层与员工积极沟通，了解员工的心理感受和建议、意见，反而偏听偏信，主观武断，以致制定的决策难以为员工认同，员工想幸福也幸福不起来。

此外，一些企业的规章制度制定得过于僵化刻板，以致在某些情况下执行上难以做到变通和宽容，令员工感到心情不畅，有抵触心理，这也妨碍了员工幸福感的提升。

社会对于幸福感的关注，对深化我国的人本管理有着重要的启示。一方面，它对现有企业人本管理的理论和实践构成挑战，促使我们对企业管理中现存的问题和误区进行反省；另一方面，它同时也构成进一步深化企业人本管理的一个历史契机。这个契机就集中反映在要将提升员工幸福感、建设幸福企业作为人本管理的新目标、新内容。

一是将提升员工幸福感、建设幸福企业作为人本

管理的新目标。台湾管理学家陈怡安教授曾把人本管理的核心提炼为三句话：点亮人性的光辉，回归生命的价值，共创繁荣和幸福。最后一句话，点出了人本管理的终极目标——企业幸福与员工幸福的双赢。在这里，人本管理既是手段，也是目的，目的和手段是统一的。人本管理的宗旨，就在于通过给予员工以关心、尊重、理解和发展等人性化的管理，来调动其积极性、主动性和创造性，以实现企业的经营目标。真正的人本管理中，员工价值目标与企业价值目标是统一的。可见，提升员工幸福感，原本是人本管理理论的题中固有之义，已暗含在对员工的关心、尊重和理

解的要求中，是人本管理宗旨中包含的责任和义务。

二是树立和贯彻以人为本的幸福观，建设幸福文化。正确的幸福观，必然要着眼于人的全面而自由的发展的需求，着眼于人与他人、与社会的和谐发展，这只能是以人为本的幸福观，而不是那些着眼于物质需求和感官的满足、鼓吹消费享乐、见物见钱不见人的幸福观。要提升员工幸福感，必须将人本理念“外化于形，内化于心”，贯彻落实到决策、制度、行为、环境等方方面面，建设以提升全体员工幸福感为主线的幸福文化，努力营造出一种尊重、理解、关心、友善、快乐、轻松的幸福文化氛围，而非一种充满压力和恐惧的环境，培养员工诚信敬业、乐于奉

献、适度知足、互相协助的良好意识，让员工能够积极主动、快乐地工作，征服种种焦虑、忧郁、紧张和压力。

三是辩证把握幸福范畴的矛盾关系。人本幸福观具体落实到员工幸福感上，必然体现为多种辩证统一的矛盾关系，包括物质幸福与精神幸福、结果幸福与过程幸福、个人幸福与组织幸福、短期幸福与长期幸福等。要实现各种幸福要求的均衡发展，强调适度原则的儒家中庸之道是一个值得发扬或借鉴的方法论。

四是积极关心各个员工职业生涯规划。每个员工都有着自己不同的个性需求和理想梦想，企业在关心团队成长的同时，还应积极重视关心每个员工的职业生涯规划，对有不同需求的员工应区别对待，尽可能满足其个性需求和理想追求。

此外，企业还可以积极引进或借鉴目前在西方企业流行的员工帮助计划(EAP)，为员工及其家庭成员提供心理咨询、心理培训等服务，帮助员工学会调节心态、及时消除心理上的烦恼和困惑。同时，在当今互联网和现代通讯技术发达的时代，企业应善于利用互联网、电子邮件、微博、微信等一切现代技术手段，建立起企业上下沟通顺畅的信息渠道，在和谐互动、处处人性化的人际关系氛围中提升员工的幸福感。

来源：企业管理

北京华财会计股份有限公司

全国中小企业财税共享服务中心



北京华财会计股份有限公司（股票简称：华财会计；股票代码：830769）创办于1996年，是为客户提供全方位财税服务的专业服务平台，是以服务本土各类企业及外资企业为宗旨的整合财税服务商。

北京华财会计股份有限公司作为国内首家通过ISO9001:2008质量管理体系和ISO/IEC27001:2005信息安全管理体系认证的财税服务机构以及行业内首家高新技术企业，在近二十年的成长过程中，华财会计股份有限公司（简称：华财会计在线）整合了投资顾问、会计外包、税务顾问、商务咨询、创业服务、专业培训等多项业务，打造了以财税专业服务为核心、以鉴证服务联盟与各商协会合作伙伴为两翼的“会计在线”财税共享服务中心。华财会计在线集丰富的专业经验和先进的IT技术于一

身，以互联网为依托，集专业化与远程化的双重优势于一身，在国内开创了专业服务集中化、沟通协调本地化，跨越时间与地域限制的财务服务新模式。实现了信息交流数字化、数据传递远程化、工作场所虚拟化、流程管理标准化，从而实现了创造性的效率提升与业务拓展。华财会计在线秉承成长源于创新、信任源于专业的经营理念，以高品质的服务为客户创造更大的价值。

华财会计在线经历19年的发展和沉淀，拥有近百名资深会计师，成功为国内外上万家企业提供了财税服务，服务过的行业涉及：制造、金融、航空、房地产、机械、电子、医药、化工、建材、纺织、交通运输、冶金、电力、煤炭、教育、大众消费品、餐饮等诸多行业。华财会计在线为各类企业提供全方位财税服务，服务内容涵盖以下几大方面：

一、做创业期中小企业的成长导师

中国经济的飞速发展，催生了一大批致力于创新、着力于发展的本土创业型中小企业。但根据《中国中小企业发展年鉴》数据统计，中国创业型中小企业的平均存续时间是2.9年。在专业性与合规风险方面，归纳中国的创业企业普遍面临着如下问题：

- 1、财务、税务、法务专业人员成本过高，社会服务缺乏共享平台；
- 2、相关法律法规相对复杂，变化性大；
- 3、合规意味着更高的成本，而不合规意味着不可避免的风险；
- 4、过多专注核心业务，忽略财务内控而带来发展瓶颈。

华财会计在线为创业型中小企业提供创业期为期三年的全程专业服务，帮助创业型企业渡过最艰难的三年，主要包括政策培训、咨询顾问、商务代理、记账报

税、创业辅导等方面做创业企业成长中的专业导师。

二、做成长期科技企业的专业顾问

随着互联网第三次浪潮的席卷，

科技型企业已经成为我国经济发展中最被看好的蓝筹股。近年来，随着政府更高得关注科技型企业的健康发展，科技型企业也面临着诸多问题：

- 1、政策变化后资质认定门槛提高，如何令自己合规？
- 2、如何最大程度得享受适合自己的优惠政策？
- 3、在新会计准则下，如何建立健康财务体系？
- 4、如何通过内控手段与财务措施，为将来的融资发展作准备？

华财会计在线自2008年新会计准则与新高新技术企业认定标准颁布后开始为高新技术企业服务，为高新技术企业认定全程咨询、高新技术企业复审全程咨询、科技型企业财务架构设计、融资咨询、年度税务顾问等服务，致力于成为科技型企业的专业顾问。

三、做成熟期大型企业的得力助手

在激烈的市场竞争中，已经走向成熟期的大型企业，同样面临着“开源节流”的问题：

- 1、如何优化内部管理流程，节约高效得完成管理工作？
- 2、财务的日清月结如何实现，如何做到日监控？
- 3、如何通过不增加成本的手段，合理降低管理风险？
- 4、琐碎的日常事务如何专业便捷得完成？



作为国内首家为国有大中型企业提供在线财税服务的专业机构，我们为成熟企业提供解决财务流程外包、应收账款外包、商务咨询、会计出纳外包、税务外包等实际问题的高质量解决方案。

四、做外资驻华机构的本土导航

改革开放激荡三十年，外资企业为中国经济发展注入了活力。但在外资企业入华的过程中，不可避免一些问题的产生：

- 1、如何快速了解中国复杂的财税政策，合规经营？
- 2、如何以最快的速度开展核心业务，解决财税问题？
- 3、如何在控制成本的基础上，降低人事风险？
- 4、如何持续高效得处理日益复杂的商务手续？

作为首家为世界500强企业服务的本土财税服务机构，华财深入了解外资企业的需求，力求帮助外资企业快速适应中国投资环境，为外资企业在华投资商务全程咨询、外资企业全年财税顾问、外资企业财务流程外包、外资企业税务流程外包、外资企业年度商务服务外包等服务，做进驻中国市场的本土导航。

华财会计在线以北京为中心，辐射全国，到目目前已经在上海、天津、重庆、沈阳、大连、石家庄、济南、杭州、南京、苏州、南通、香港等地开设了多家服务网点，覆盖了所有直辖市、部分省会和一、二线城市。华财会计在线以专业的服务品质，先进的技术手段，全心全意为客户服务的宗旨，赢得了客户的高度评价，受到了更多企业的青睐。



北京汉氢科技有限公司

BEIJING HYDROENERGY TECHNOLOGY CO., LTD.

北京汉氢科技有限公司是2003年成立于北京中关村科技园区的中外合资企业，是经国家认定的高新技术企业。

该公司建立了完善的ISO9001质量管理体系，并于2006年初次通过中经科环质量管理认证公司的认证（有效期3年），2009年再次通过北京新世纪质量管理认证公司的质量管理认证（有效期3年），2013年通过了重审。

近年来，该公司不断聘请国内长期从事制氢设备研究、生产与应用的老专家担任技术顾问，招聘了大量人才，拥有一批长期从事水电解制氢设备研究与生产的高级技术专业人才，整合了多方面的生产设计能力和社会资源，集科研、设计、开发、生产于一体，建立了稳固的生产协作单位与供货渠道。

2007年该公司在苏州工业园区新建成了占地51亩，建筑面积近2万平米的厂房的生产基地，并全面投产，

公司的生产能力得到进一步的提升，形成了年产50套大型制氢设备的生产能力。成熟的产品规格包括产氢量为5m³/h—500 m³/h的各种水电解制氢设备，还可生产各种型号的氢气回收、纯化与干燥装置。

同时，该公司还与世界上最先进的制氢设备生产企业——加拿大欧洲氢能公司（HYDROGENICS EURO）开展技术交流与合作，是该公司在中国的授权代理商，负责该公司制氢设备在国内的销售以及系统开发、集成与维护管理，双方多次互派人员进行交流与考察。

该公司借鉴中外制氢技术设计、开发、生产的水电解制氢设备有HG5、HG10、HG20、HG40、HG100、HG200共六大系列，设备的自动化控制水平高，工艺系统配套的阀门及仪控设备是公司多年来总结实践经验所确定的，使用寿命长、运行可靠。该公司的制氢系统已广泛应用于冶金、化工、电子、电力、建材、气象、宇航等工业部门，满足了不同客户的需要。该公司成立

10年来，先后承接了包括大亚湾核电站、福建福清核电站、浙江方家山核电站、海南昌江核电站、田湾核电等核电站及中广核、太原太钢集团不锈钢精密带钢有限公司等诸多重要工程的氢站设备系统成套供应。

在国内，该公司客户遍布中核、广核、粤电、国电、华能、华电、中电投、大唐、川投、淮浙煤电、太原钢铁、神华等众多大型企业。在国外，该公司先后承接了



东方电气越南海防项目、伊拉克项目、印尼芝拉扎项目、越南沿海等项目。我公司已具备了丰富的项目成套经验与较强的项目实施能力。

该公司一直秉承“质量优异，供货及时，价格合理，配件齐全，服务一流”的理念，坚持“质量安全第一，服务至上，创新管理，客户满意”的目标。11年来，该公司优质、用心的服务赢得了众多客户的信赖和好评，在国内逐渐树立起公司良好品牌。

汉氢科技公司发展进程：

2003年3月12日，北京汉氢科技有限公司经香港易托付投资有限公司和北京希思凯科技发展有限公司共同出资成立；

2004年销售第一套设备，同时被中关村科技园评委高新技术企业。

2005年称为大亚湾核电站供应商；

2006年通过ISO9001质量管理体系认证；

2007年北京汉氢在苏州工业园区新建成了占地51亩，建筑面积近2万平米的厂房的生产基地，并全面投产；

2009年成为太钢集团供应商，第一套100m³制氢设备投产；

2010年初次成为中核集团供应商，此后几年，先后承担浙江方家山核电、福建福清核电、海南昌江核

电、江苏田湾核电的供货商。

2012年被中国工业气体工业协会氢气专业委员会吸收为会员单位；

2012年10月公司生产的产品100m³/h的制氢设备和供氢装置被评选为北京市“产品质量创新贡献奖”；

2013年11月通过国家高新技术企业认定；

2014年1月公司生产的产品10m³/h的制氢设备被评为“全国质量信得过产品”

2014年2月获得科技部中小企业科技创新专项资金的支持；

2014年2月14日获得中核集团合格供应商认证；

汉氢科技公司的优势：

1、专业化：北京汉氢科技有限公司从成立之初，就专注于氢能产品与装备，立志在中国氢能领域发展。

2、国际化：我们是中外合资企业，我们在生产国产制氢设备的同时，也代理加拿大氢能欧洲公司（HYDROGENICS EUROPE）的电解制氢设备，目前是加拿大氢能欧洲公司在国内唯一指定代理商。经常开展国际交流与合作，学习国际上先进的制氢技术及管理经验。我们的产品也销售到了国外。

3、质量可靠：我们在吸收国内外技术的基础上，不断创新，不断改进产品，产品性能优良，深受用户好评。

4、快速响应客户需求：决策速度快，机制灵活，及时响应客户需求。

5、完善的售后服务：我们在苏州、北京、深圳、新疆都有自己的办事机构，可以为客户提供完善、及时、周到的售后服务。



北京黎马敦太平洋包装有限公司

北京黎马敦太平洋包装有限公司是中国烟草总公司北京市公司和新加坡黎马敦太平洋包装有限公司共同兴建的合资企业，于一九九五年五月注册，投资总额1300万美元，于一九九六年投产。隶属于阿姆科（AMCOR）集团下属之澳科控股有限公司，旨在为国内烟草行业提供高质量的包装装潢印刷品。阿姆科集团通过遍布欧洲、南北美洲、亚洲和澳大利亚的企业，该公司在世界烟草包装印刷方面具有广泛的影响。通过设在世界各地的企业，阿姆科向世界上主要卷烟生产厂家提供产品，并发展了高水平的凹印及油墨专业技术。这种专业技术也被植入了北京黎马敦公司。

该公司主要的管理人员、技术人员和操作人员都接受过专业培训，包括在集团内其它印刷公司进行的为期数月的专业培训，以确保他们掌握烟草包装印刷业最新的技术和标准。

该公司根据ISO9001、ISO14001、OHS18001管理体系标准建有完善的质量管理、环境管理、职业健康安全管理制度。于2000年通过ISO9001国际质量管理体系认证，2011年通过ISO9001国际质量管理体系、ISO14001国际环境管理体系、OSH18001职业健康安全管理体系“三标一体”的管理体系认证。公司各类运作与管理严格按标准要求执行，确保安全环保地生产优质产品。



浅谈小微企业文化建设

文 / 袁华 皮菊云

小微企业是我国经济发展中的重要力量，但由于小微企业自身原因和环境因素的影响，小微企业文化建设存在诸多不足，如不重视企业文化建设，缺乏企业文化建设意识，没有形成广为企业员工认可的共同价值观，企业文化流于形式，浮于表面，企业内部凝聚力不强，企业文化与企业管理严重脱节等现象，严重制约了小微企业的发展，小微企业需要克服这些矛盾，才能促进自身的发展和壮大。

小微企业及其文化建设现状

“小微企业”是对小型企业、微型企业、家庭作坊式企业和个体工商户的统称。据新的中小企业划型标准和全国第二次经济普查数据测算，目前小微企业占全国企业总数的97.3%，提供了55%以上的城镇就业岗位，涵盖国民经济的84个行业大类、362个行业中类和859个行业小类。中国社会科学院经济学博士、北京大学风险投资研究所研究员马光远等认为：“我国50%的税收、60%以上的GDP增长、70%的专利创新、80%左右的进出口、90%以上的新增就业，都是中小企业创造的。我国现在有中小企业1000多万家，其中90%属于小微企业”。在我国国民经济和社会发展过程中，小微企业对增加就业、促进经济增长、科技创新与社会和谐稳定等方面发挥了不可替代的重要作用。

据统计，我国中小企业市场寿命平均为3~5年，而美国、日本等则平均为7~10年。造成企业短命的因素有很多，不重视企业文化建设是其重要影响因素之

一。许多国有大中型企业非常重视企业文化建设，在企业内部纷纷设置企业文化建设组织机构、设置首席企业文化执行官，用企业文化引领企业员工文化自觉，把实现企业核心价值观同追求实现个人自我价值相结合，成为员工追求幸福梦想的精神动力。与之不同的是，我国的小微企业由于人数规模小、家族化色彩浓厚、管理随意性强等原因，普遍不重视企业文化建设，缺乏企业文化建设意识，没有形成广为企业员工认可的共同价值观、经营理念和行为准则，从而形成家族文化、工具文化和专制文化等消极的企业文化，企业内部凝聚力不强，企业文化流于形式，浮于表面，企业文化与企业管理严重脱节等，严重影响了小微企业的市场竞争力，制约了小微企业的发展和壮大。

小微企业文化建设存在的问题及原因分析

1. 部分小微企业缺乏企业文化建设意识

长期以来，由于我国的小微企业大多位于各产业链末端，职工人数少、生产规模小、自有资金少、利润水平低、经营管理不规范、持续经营能力弱，导致大多数小微企业市场竞争能力弱，生存难度大。因此，大多数小微企业首先考虑的是企业面临的生存困境问题，忙于应付市场压力，过分注重企业市场营销和成本控制、重视企业短期效益，企业文化建设严重滞后。小微企业要“先求生存，再求发展”，认为企业文化建设是企业成熟后的事情，缺乏企业文化建设意识，忽视企业文化建设。

2. 企业文化缺乏共同价值观

“小微企业的老板是企业的灵魂，是企业快速奔跑的火车头”。可是，在一些小微企业里，企业老板唯我独尊、思想狭隘、个人意识严重，拍脑袋决策，缺乏卓越的战略眼光。老板的个人风格，处事风格和管理风格直接影响了整个企业的企业文化，部分小微企业的企业文化建设中缺乏员工积极参与，变成了“老板文化、企业家文化”。这种不符合企业共同价值观的“老板文化”由于既缺乏群众基础，缺少职工心声，不符合员工利益。同时，由于企业职工对企业文化发展缺乏话语权，员工对企业的发展缺乏主人翁精神，工作的积极性和主动性偏低。

3. 企业内部凝聚力不强

小微企业大都属于家庭小作坊或个体工商户，企业规模小，员工工资待遇低，内部福利差、企业保障制度不健全，存在不讲诚信、污染环境、不注重社会责任等问题。企业及其员工缺乏社会责任意识，缺乏诚信意识，只顾眼前追求短期效益最大化。企业文化传递社会正能量不够，无法形成全员共有的企业精神、价值准则、经营哲学和行为规范，无法激发员工的工作热情和主人翁意识，这种缺乏凝魂聚魄的企业文化，导致企业内部凝聚力不强，员工离职现象非常严重。据《中国经营报》调查发现：全国民营企业普通员工的年离职率特别是规模小于500人的中小企业的员工离职率高达35%左右，中高级管理人员、技术人员每年也有约20%的人寻思跳槽。

4. 企业文化建设浮于表面，流于形式

企业文化建设也是一个漫长的过程，它是从企业创立以来，经过企业管理者和全体员工共同创造和发展

起来的，是企业成长过程中经营观念、价值追求的自我凝练和内化。虽然大多小微企业希望能够通过文化建设促进企业更好的发展，但是许多小微企业文化是个“舶来品”，是利用咨询机构等第三方组织来帮助建立的，或者是借鉴、模仿、借用其他企业的文化内容，不是根据自己企业现状建立的，没有自我特色，不符合企业的实际，成为无根之物的企业文化。这样的企业文化看起来是一套一套的，却只是流于形式，停留在“纸面上、口号上”，对员工没有半点约束力和影响力，无人执行也无法执行。

5. 企业文化与企业管理脱节

由于小微企业经营规模小、人员少，大多数管理者对员工管理习惯于使用老经验、老方法，实行强制性管理、粗放式管理。在企业经营管理过程中，部分小微企业不注重文化建设与产品或服务相联系，缺乏品牌意识；忽视员工发展，没有考虑员工的精神追求和价值实现，缺乏人本意识；职工文化生活单调，没有采取灵活多样的载体表现企业文化、传递企业文化，让职工接受和积极参与企业文化；重视物质激励，忽视精神激励等文化软性约束力。文化与管理两层皮，企业文化没有渗透到企业经营管理过程中，企业管理也没有运用文化管理，导致企业文化与企业管理严重脱节。

小微企业文化建设途径

1. 重视企业文化，树立企业文化意识

我国著名文化学者、中央文史馆馆员舒乙先生说“文化是一种生活方式”。企业文化由于具有持久性、稳定性、渗透性和生动性等特性，对企业员工起着无声浸润、潜移默化的作用，因而企业文化管理已成为当

今企业家的管理方式。小微企业管理者要树立企业文化意识，不要以为企业文化建设是大企业才有的事情，是企业发展成熟后才有的事情。小微企业既要重视物质激励、制度约束等强制性措施，更要重视企业文化的引导、规范、激励、导向作用。

2. 认真提炼、培育企业核心价值观

企业价值观是企业文化的核心，是企业的价值取向和价值准则，是企业员工对本企业生存和发展的目的、意义的认识和评价。如海尔企业的核心价值观是“真诚到永远”。因此，小微企业文化建设要结合企业生产经营特色，根据企业追求和发展战略目标，认真提炼、培育出自己的企业价值观，特别是要培育能把企业、员工、社会的利益联系起来的企业核心价值观，激发员工动力，提高员工积极性，增强企业的向心力和凝聚力。

3. 全员参与，提高企业内部凝聚力

小微企业要想发展成为“权责明确、管理科学”，具有竞争力的现代企业，企业管理就不能只是企业家的事情，就不能用“家长式管理”取代团体智慧。小微企业文化建设需要全员参与，全员认可。企业文化在建设过程中要求全体员工共同参与提炼企业价值观；员工培训时突出体现企业文化精神，共同感受企业文化；职工活动中融入企业文化、宣传企业文化；利用优秀职工、先进集体、创名牌产品等活动载体展示企业文化。只有全员参与，才能培养团队精神，才能提高小微企业内部凝聚力。

4. 突出特色，提高企业创新能力

有人说，企业文化就如同一家企业的性格，不同企业由于其成长环境、经营领域以及发展方向的不同便

会形成不同的企业文化。比如，最初的海尔企业文化内容中就有“不准随地大小便”，当时这是海尔这家街道小企业的现实情况。因此，小微企业文化要突出企业自己的特色，不管是借鉴西方企业文化、传统文化，还是借鉴同类优秀企业文化，都要考虑企业自我特点，不能好高骛远，一定要根据企业现实情况，竞争需要，视环境变化进行自我创新，建设符合自我特色的企业文化。

5. 文化自觉，与企业管理产生协同效应

为了让“我在修建这个世界上最美丽的房子”成为每个员工的价值追求和人生梦想，小微企业要在日常生产、经营、建设的过程中贯穿企业文化相关理念。无论是企业发展战略规划、品牌经营、客户服务、还是员工管理等过程中，都要渗透企业文化精神，使企业文化“入眼、入耳、入脑、入心”，让企业文化深深根植于每一个员工的生命价值理念中，不断提升员工自我价值，发挥企业文化的激励和导向作用，发挥文化的软性约束功能，让文化自觉和企业管理产生协同效应。

企业文化作为企业发展的核心竞争力，是在长期的生产经营过程中形成的，是企业的价值观、经营理念、员工素养、行为规范以及企业传统等意识形态的浓缩，是企业的灵魂，能为企业凝魂聚魄。企业文化对内能形成凝聚力、向心力和约束力，对外是一面旗帜，一种宣言，展示企业对消费者负责、对社会担当的积极形象。因此，小微企业要想应对生存发展困境，改变社会形象，提高市场竞争力，只有克服企业文化建设中存在的问题，才能更好地培育企业文化，促进企业发展壮大。

来源（企业研究网）

小型公司需要提前做好的九件小事



生意不在乎起步的大小，而是后期的发展速度，若是老板能从长远的发展眼光来看待自己公司的发展，提前建立远期目标，提前启动相关战略项目，对公司的未来发展速度将有个很大的促进作用。有些老板则是只顾今天的生意，很少考虑公司三五年以后的事情，总觉得很遥远，很多事情可以到时候再说，甚至压根没考虑到三五年以后公司会面临哪些情况，现在做哪些提前的准备，三五年过后，发展当初就应该做好的规划和基础工作一样没有，即便是抓住了机会，自己也做不了。这里，我们不谈公司的整体战略发展规划，只是建议提前启动一些相对简单的小型工作项目，虽是简单，但确保未来公司战略发展中的组成基础。

一，公司网站的提前注册

不管现在是不是要用到网站，但互联网的趋势摆在这里，99%的老板躲不过去的，公司的网站得要先注册下来，最好是将.com.com.cn.net之类后缀都注册了，当前没精力设计主页没关系，可以先空着，但记得续费，确保所有权。

二，微信平台的注册

单独用一个手机号，来注册公司微信平台，千万别用员工户头来注册公司微信，也别用老板自己的私人手机号，务必是单独的一个手机号。现在大家都在玩微信，怎么着也得有一个，再说了，这

加粉丝也得有个时间积累的过程嘛。

三，公司的广告语

所谓公司广告语，就是简单几个字说明说明自己的公司，字越少，提炼起来越麻烦，所以，提前就得想，公司的广告宣传语究竟该怎么设计，之所以要提前想，因为至少得要花一年的时间，进行反复修改完善。急匆匆想出来的公司广告语，往往是丑的哭。

四，企业邮箱

绝大多数小型公司的邮箱都是个人邮箱，老板是新浪的，财务是163的，业务是网易的，懂行的客户一看就知道是小型公司。最好提前注册公司邮箱，以自己的公司主页作为后缀，配发给所有员工使用。再说了，这个公司邮箱的所有权是公司的，员工离职后带不走，便于控制。

五，手机卡统一化

员工用来与客户联系的手机卡，大多数自己私人的，公司给报销一点话费，当前的操作简单，但未来隐患较多。所以得要前开始手机的公司统一化，就是公司统一以公司名义办理手机号，配发给员工使用，离职收回。这个事情做的越早，阻力越小。

六，400电话

固定电话号码会随着地区电话升位，或是办公室搬迁等情况发生变化，导致公司宣传品上的电话号码全部报废。为了稳定及公司形象考虑，可注册对外的400服务电话号码，将当前的固定电话捆绑上去，客户拨打400电话时，自动转移到绑定号码上，对客户只告知公司的400号码，一方面形象较好，一方面，万一当前绑定的固定电话有变，直接更换新的固定号码即可，400号码是不变的。

七，新公司的注册

公司的未来发展，要考虑到税务，股份变化，跨地域发展，跨领域发展等问题，这都会涉及到公司的重新注册，但新注册公司是需一定时间的，为安全考虑，可提前注册新公司，提前将所有手续办完，保持报零营业额即可。需要使用时，可直接调用。

八，商标注册

从经销别人的品牌，到发展自己的品牌，这是许多小型公司的发展路径，若是发展自己的品牌，无论是公司品牌还是产品品牌，就涉及到商标注册

的问题，正常商标注册的时间很长，有可能会贻误商机，所以，可提前进行商标的设计和注册工作，把商标抓在自己手里，需要启用时直接调出即可。

九，建立外部顾问

老板不是全才，但公司未来发展什么方面的问题都有可能遇到，从战略发展的角度考虑，老板需要建立各个专业领域的顾问团队，诸如法律，税务，财务，政府等等，至少，早期就要有这个意识，专业的事情，得要有专业的人来帮助自己。一不能自己瞎搞，二来临时找人也来不及。所以提前就得建立外部顾问团队，这个外部顾问团队可先从身边的亲戚熟人开始，用三五年的时间，逐渐建立一个涵盖主要领域的顾问团队。

以上这些小型项目，一方面是让老板多接触多了解，早点知道，以后少走弯路，更别因为不懂而吃亏。再一个方面，这些事情现在就做，花费少，阻力也小。越往后拖，花费巨大，且内外部的阻力也会大很多。生意有大小之分，但老板没有大小之分，有战略规划并着手为未来打基础的老板，才是发展最快的。

来源(慧聪网)



企业文化的“神化”与“物化”

文 / 孟爱华

关键词： 企业文化 物质与意识 文化建设 过程导向

大多数企业的企业文化建设成效并不显著，他们的企业文化建设还处于痛苦的摸索阶段。通过长期观察，这些企业文化建设效果低下的企业常常有一个通病——即走入了将企业文化“神化”的思维误区。

企业文化“神化”的表征非常明显，一是将企业文化“奉为神器”，而将企业管理原理、策略与方法弃如弊履，公司大会小会言必谈企业文化，仿佛企业只要有了好的企业文化就能包治百病、包打天下；二是将企业文化“供上神坛”，花费巨资进行文化包装，设计出一套精美、厚重的企业文化手册及相关企业文化展示物品体系后就束之高阁，只在每年中的某些关键时点把企业文化拿出来祭拜一番，作为装点企业门面的形象工程；三是为体现出对企业文化“神”一样的膜拜和渴求，以“更快、更高、更强”的奥林匹克精神要求企业文化建设在格调上高大上、在建设周期上短平快。笔者以为这种“急火攻心”式的文化建设思路对企业百害而无一利，必将无功而返。

为何企业会陷入将企业文化“神化”的思维误区呢？一个非常重要的原因是大多数企业家和管理者只解企业文化其“名”，却并不解企业文化其“实”。西方主流思想认为企业文化由企业环境、价值观、英雄人物、礼仪和仪式、文化网络五大要素组成，我国理论界认为企业文化是企业实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和，并将企业文化归纳为一个由理念文化、制度文化、行为文化和物质文化四要素

组成的同心圆结构。从企业文化的内涵上讲，企业文化并不等同于价值观，而是以企业价值观、经营理念为内核，通过管理制度、经营行为和企业各类实物逐层向外发散呈现的综合体，简单地说企业文化就是概括化、精炼化、标本化的企业日常经营管理形态的缩影。因此从这个意义上讲，企业文化和企业文化是唇齿相依、你我互现的关系，撇开企业管理而将企业文化奉为神器就仿佛建楼房不建一二层而只从三层开始建一样可笑。另一个导致认知混淆的原因是，对文化的形成缺乏历史纵深感。文化的形成不是一日之功，是社会长期发展演变过程中各种意识和物质博弈的客观结果；企业文化作为企业主体的文化必然拥有文化的一般属性，若忽略这一重要属性，在当前浮躁的社会风气下片面追求发展速度的企业难免不会步入“企业文化建设大跃进”的思维误区。

实践表明，企业文化“神化”对企业危害不浅。若“神化”企业文化的作用，企业就容易过分专注意识层面的价值观决策而陷入形而上的唯意识论思维误区，从而忽视行为和制度层面的实践，即容易让企业文化像神一样地存在，而像草一样地被践踏。这样建立起来的企业文化不是真正的企业文化，充其量只能算是一个“纸面文化”。相应地这种悬于空中的“纸面文化”也产生不了多大的文化竞争力。在很多企业中我们常常看到墙面上林林种种的标语口号，管理者们可以自问一下这些标语口号企业到底践行了多少？绝大多数情况下企业价值观和行为是典型的两张皮，说一套做一套的现象太普遍了。另外，若把文化“神化”，视文化为“尚

方宝剑”，就容易急躁而导致文化建设的拔苗助长，在建设周期上要求短平快，在建设格调上要求高大上，长此以往，对文化的殷殷期望与文化的久所不立就将使企业家和管理者丧失对文化的信心以及耐心，最后的结果就是对文化的虚无及放弃。

企业文化“神化”不可取，而“神化”的另一头便是“物化”。将企业文化“物化”，不是不重视，反而是一种更有效、更智慧的重视。把建设优秀企业文化视为企业的一个长期发展目标、视作一项系统工作，既不仰视，也不俯视，以平视的眼光去看待，以务实的心态去建设，那么企业文化建设必然是一项种瓜得瓜、种豆得豆的事业。

1. 务实而不急躁

文化的迭代是一个由群体做出共同选择的长期过程。剑桥大学哲学博士陈之藩教授在《剑河倒影》中说：“许许多多的历史，可以培养一点点传统，许许多多的传统，才可以培养一点点文化。”企业文化的积累、成形、传承和变革是一个漫长的过程，正如“罗马不是一天建成的”，因此企业文化建设就要有耐心，要有与时间为伍、将美酒陈酿的心态。要有许多直达价值观层面的举措来不断强化理念，通过一点一滴的管理细节来扩大员工共识，当一种理念成为无意识的习惯乃至性格时，这时企业的“气质”和“格调”才真正形成。

2. 重实质而轻形式

企业文化建设最难的问题不是形式上的规范，而是价值观层面的共识与共鸣。唯有意识层面的价值观真正在企业得到大范围的认同，企业的行为表现、物质表征才是稳定的，才不会在某种管理高压卸载以后瞬间打回原形。一方面在文化建设问题上，管理者要抓住企业和员工的核心诉求，进行企业核心价值观的传播、强化和认同，要少搞些形式上的花架子，不要舍本逐末。曾经有一家企业为了提高员工的忠诚度，在文化建设上

设计了大量的员工兴趣文化活动，我不否认关心丰富员工业余精神生活有利于员工身心全面发展，但是在没有解决员工工作实际困难、团队氛围、职业发展路径等核心问题的前提下去开展文体活动，我认为这些做法无异于缘木求鱼，实践结果也证明员工并没有领公司多大人情，反而觉得不胜其烦，骨干员工想走的仍然照走不误。另一个很重要的，管理者要以实际行动来践行企业认定的价值观，让员工真正领悟并认同企业的规则，而不是让他们从日常管理行为中在书面的“显规则”之外去揣摩企业的“潜规则”，如果理念和行为两张皮，那么企业所倡导的理念永远只能写在纸上，而无法刻在员工心里。如果做好以上两方面的工作，经过长期积累，文化的优化和提升必然是水滴石穿、功到自然成的事情。

3. 重改良而弃完美

企业文化对外部人文环境的依赖度非常高，受民族文化和区域文化影响深重，存在一定的文化刚性；另一方面，剧烈的文化变革也意味着极大的推进阻力与实施风险，因此，在文化建设过程中，不能求全责备，要求文化改良一步到位，要审时度势，有选择地逐步推进。管理者应该综合考虑企业天时、地利、人和的实际聚合状态，不能退让的核心价值观优先践行，在有条件的情况下慢慢规范企业的相关言行，不断提升企业的行为格调，假以时日，日常管理的涓涓细流终将汇入企业文化的汪洋大海。

以务实的心态看待企业文化，把企业文化视为企业众多生产要素中的一种，注重企业理念和制度的落地，小到一个行为，大到一个仪式，通过长期一贯的知行合一实践，企业文化的提升和优化将在不经意间从容绽放。如果真正希望打造优秀的企业文化，那么请以一颗平常心从当下着眼，从点滴做起。

来源：企业管理

《北京企业评价》季刊征稿启事

《北京企业评价》杂志是由北京企业评价协会主办的综合性刊物，本刊以各级政府部门及协会会员单位为读者对象，介绍国内外科学评价方法，普及管理知识、传递、解读时事政策，阐述最新管理理论与思想。现向各会员单位及各界优秀人士诚征稿件，相关要求如下：

一、征稿栏目

- 1、诚信论坛——围绕“加强政务诚信、商务诚信、社会诚信建设”的精神展开，包含诚信事迹、诚信风采或对诚信的理解等。
- 2、品牌建设——围绕自主创新能力、品牌培育、品牌建设等内容。
- 3、科技创新——围绕原创性科学研究、技术创新、经营创新等内容。
- 4、管理之道——围绕宏观经济管理、管理效益、管理模式、新管理理论、国外管理理论、经典管理案例、政府行政管理改革等。
- 5、评价研究——围绕信用评价、质量评价、绩效评价、安全评价、环境评价、满意度评价等科学评价方法的研究。
- 6、企业风采——企业发展历程，在管理创新、技术创新、品牌推广、诚信建设等方面的成功经验。
- 7、摄影作品——人物、风景、人文景观等优秀的摄影作品。

二、稿件要求（体裁不限）：

- 1、文稿：来稿应反映评价及管理领域的最新发展与水平，论点明确、论据充分、数据可靠、条理清晰、题文相符、文字简明，具有一定的科学性、实用性、可读性。一般不超过4000字。
- 2、题名：力求简明、醒目、反映文章的主题。中文文题一般不超过20个汉字。
- 3、作者：作者姓名在文题下按顺序排列；作者单位及邮政编码脚注在同页左下方，并附第一作者简介。
- 4、摘要：论著类文章应附300字左右摘要；英文摘要必须与中文标题与摘要内容相对应。
- 5、关键词：关键词一般为2-5个，应该在摘要下标引，以便读者索引。
- 6、参考文献：将参考文献按正文中出现的先后顺序排列编号，并用方括号标注在正文引用的右上角。参考文献应为正式出版物发表的作品，所引用文献务必与原文核实，内容、版本、卷期、页码、年份应准确无误，参考文献中的作者1-3名全部列出。
- 7、著作权相关事宜：作者文责自负。依照《著作权法》有关规定，本刊可对来稿作文字修改、删节，如不同意请注明。一经被采纳的稿件，根据所投内容将在内刊的相应栏目进行刊登。

三、投稿时间：内刊从即日起开始征稿，可以随时投稿。



与会领导合影



诚信长城杯创建办公室会议



向创建办公室新成员单位授牌



向创建办公室新成员单位授牌



邬福元副理事长为参会代表进行政策解读