

熏陶,体现参与和主动。

(3) 培育企业精神

企业精神是企业文化建设的集中体现,是企业生存发展的必然产物,也是企业的旗帜。发展企业精神并使之在职工中发扬光大,是企业文化建设的重要内容。

成山橡胶集团公司自1976年建厂以来,以“言与行的统一,敢为人先、追求一流”的工作作风,促使企业超常规、跳跃式地向前发展。在短短20年间,公司产值、利税分别以年均37.8%和38.1%的速度递增,一跃成为年产全钢载重子午线轮胎、半钢子午线轮胎、斜交轮胎、工程机械轮胎630万套,年产值22亿元的国有大型轮胎企业,跻身世界轮胎26强。

公司之所以能取得如此大的成绩,靠的是一种精神,这种精神称为“荣橡精神”。“荣橡精神”的培育经历了以下3个阶段。

①创业阶段。建厂初期,在厂房破旧、设备简陋、生产条件极为艰苦的情况下,全厂职工不计报酬、不怕脏,把一个手工作坊变成了一个初具规模的轮胎企业。在这一阶段,形成了“吃苦耐劳、艰苦奋斗、不屈不挠、自强不息”的企业精神。

②发展阶段。在这期间,产品规格、产量逐年递增,产品质量和企业管理水平不断提高。

米其林计划提高销售额

英国《欧洲橡胶杂志》1999年181卷5期14页报道:

继去年受罢工影响盈利下降以后,米其林期望利用1998年投产的新生产能力将今年的销售额提高4%。米其林1998年纯利润下降8.5%,为6.26亿美元,而总销售额增长2.7%,为136亿美元。

由于产品将在替换胎市场销售,预计今年销售额会有所增长。由于受罢工影响和采用新工作制的工厂数量有限,米其林1998年的生产能力未能充分发挥。罢工使米其林减产300万条轿车和轻型载重车轮胎。

今年轮胎价格稳定;去年原材料价格下调4%~5%,今年仍有望保持低水平。

去年米其林继续在新兴市场投资,引人注

先后荣获“清洁文明工厂”、“无泄漏工厂”、“国家二级企业”和“山东省明星工业企业”等称号。这一时期,形成了“自我加压、科学管理、知难而上、争创一流”的企业精神。

③振兴阶段。随着市场经济的发展,厂领导认识到,在市场竞争日趋激烈的形势下,企业必须以质量求生存,以科技求发展。为此,公司制定了到2003年实现年产轮胎1000万套、产值60亿元、利税8亿元的宏伟目标。这一时期,形成了“奋争、创新、高效、奉献”的崭新企业精神。这种精神正是公司物质和精神两种力量形成“合力”所产生的结果,是长期培养、反复锤炼的结果。

以弘扬企业精神为主的企业文化建设,是增强企业活力的内在源泉;企业文化的倡导、培育和勃兴,有利于企业活力的激发、强壮和昌盛。

3 结语

企业文化建设作为一种现代经营管理思想,已被许多企业所接受,而且正在显示出其特有的生命力。因此,企业文化建设必将在促进企业的物质文明和精神文明建设中发挥愈来愈大的作用。

收稿日期 1999-07-09

目的是兼并了拉丁美洲Icollantas公司。米其林1998年总投资额为12亿美元,比1997年增长33%。米其林不断加强轮胎生产,自1995年以来,该品种轮胎产量已增长50%。今年米其林在北美的载重轮胎翻新也将有强劲增长。

在发达国家,每卖一条新胎,也将卖出一条翻新胎,那些地方的轮胎翻新,特别是载重轮胎翻新是盈利很大的行业。米其林约占欧洲翻胎市场的1/4,但在美国翻胎市场上出击是最近的事。米其林在美国第1家翻胎厂开工18个月后才占有美国翻胎市场5%。

米其林认为,多品牌战略是一个很好的促销手段。米其林和固特里奇是全球品牌,克莱伯是欧洲著名品牌,而尤尼罗伊尔在北美和南美都很有名。

(涂学忠摘译)