

企业文化建设纲要 (讨论稿)

费慧林书记在豫园商城 2011 年半年度工作会议上的讲话(摘要)



为了给公司新一轮发展规划的落实提供坚实的思想保证、智力支持和精神动力,特制定企业文化建设纲要。

文化是唯一能够渗透到任何领域、无所不在的软实力,也是滋养各方实力的本源。如果把企业比喻为一棵树,那么文化就是它的根,“求木之长,必固其根本”。

企业文化反映的是企业的属性和特质,是企业的基因和血型,是流淌在员工心中的血液。

一、豫园商城企业文化现状分析

(一)园庙市融合互补,具有一脉相连的传承性。

正是由于数百年的熔铸,使园庙市共同构筑了上海的昨天、上海的传统、上海的特色。也正是由于园庙市的共存共荣,使积淀深厚的历史文化成为三者共创、共有、共享的宝贵财富。

(二)商旅文有机结合,具有与时俱进的创造性。

首先,从先天条件来看,园庙市为一体的自然形态决定了豫园的各行各业必须走商旅文相结合的发展之路。

二是从演化轨迹看,商旅文相结合的活力之源在于创新,融会贯通在于文化。豫园商城成立以来演绎了一出出商旅文相结合的连台好戏。

三是从转型升级来看,打造“上海第一旅游品牌”是豫园商城整合商旅文资源、创新商旅文活动、增强核心竞争力的重要战略举措。

(三)多元文化和谐共处,具有取长补短的兼容性。

首先,园庙市三者所各自代表的园林文化、庙会文化、商业文化达到了高度的统一,并互相兼容,最明显的是在建筑形态上,统一于明清风格。

二是“三民”文化,即民族文化、民间文化、民俗文化也兼容并蓄、相得益彰。

三是海派文化在这里得到了传承。

四是在请进来的同时,走出去,使文化在交流中增值。

(四)转换观念上下互动,具有运作文化的自觉性。

豫园商城从成立之日起,就对企业文化情有独钟。2001年复星集团入驻公司后,企业文化建设出现了新局面。

首先,领导带头,倡导沟通文化,在互补中寻求融合,优势互补所产生出来的效应逐年放大;

其次,加大建设力度,形成齐抓共管的态势。

(五)肯定成绩,寻找差距,明确方向。

企业文化是一种沉淀,沉淀中有精华,也有扬弃。公司在文化上的创新相对落后于企业的发展,具体表现为五个不平衡:客流与消费不平衡;日市与夜市不平衡;商旅文发展不平衡;游客比重不平衡;企业文化自身发展不平衡。

对这些现象进行深入分析,可以得出三个悖论。

一是豫园商城最大的特色,是她具有浓厚的传统文化,而传统文化过于凝重,会使企业缺乏创新的动力。

二是豫园商城最大的优势,是她具有丰富的旅游资源,而这也正是造成部分企业存在惰性的根源。

三是豫园商城最大的辉煌,就是创造了那么多的成功,而正是这些成功,让人产生了小富即安、小变则满的心态。

二、构建适应公司长远发展目标的企业文化体系

再造企业文化的任务是:全面创建适应公司长远发展目标的,富有创造力、生命力的,具备规范化、功效化的,凸显自身优势和特点的,受到广大员工认同和遵从的企业文化体系,并为国内外企业界贡献一份成功的企业文化范例和独到的理论研究成果。

(一)熔铸志存高远的精神文化。

●共同愿景:众志成城、众望所归。

“城”指商城。汇聚全员力量,再创百年辉煌,从而使豫园商城顺应时代潮流,成为众望所归的魅力豫园,活力豫园;经典地标,城市名片;商界名流,中华名牌。

●企业使命:打造上海独具魅力的旅游胜地、购物天地、文化园地、共享福地。

●企业精神:回顾公司的发展史,有一种精神始终起着引领、激励的作用,始终贯穿于企业发展的每一个阶段,这就是传承、创新、超越。

传承。没有数百年历史文化的哺育和积淀,就没有豫园商城。传承永远是公司赖以生存的精神家园。

创新。公司又是一个秉承海派文化精髓,适时趋势、勇于创新的企业。公司的发展史,其实就是一部创新史、创业史。

超越。公司还是一个有着激情和梦想的企业。特别是 2001 年复星集团入主豫园成为第一大股东后,“超越”成了每年的主题词。

●核心价值观:无愧于上海最中国的地方。

(二)创建以人为本的管理文化。

以人为本的核心是使员工关心企业、融入企业,与企业结为命运共同体。

●发挥导向功能,以先进思想武装人。

一是各类党员教育,如“三会一课”、争先创优活动等。

二是对高中级管理人员的廉洁自律教育。

三是联系企业实际和贴近员工思想的“学习型讲坛”。

四是培养和树立先进典型,开展向先进模范人物学习的活动。

五是围绕重大目标任务,开展宣传教育。

六是班组生活和晨会。

在企业内形成风清气正、积极向上的良好局面,表现为:领导班子正派,员工队伍正气,发展方向正确。

用先进思想武装人,必须充分利用宣传载体的作用。

一是办好一张报,即《豫园商城报》。

二是织好一张“网”,即公司网站。

三是建好一个馆,即公司历史陈列馆。

●发挥育才功能,以献身事业成就人。

要点燃员工内心的渴望,在“造企”的过程中“造人”。

在选人用人问题上,要树立德才兼备、以德为先的标准,树立讲文凭更讲水平、讲职称更讲称职、讲资历更讲能力的用人新理念。

二要把树立标杆与塑造品牌有机结合起来,使劳动模范、行业标兵、技术能手成为品牌的领衔人,使品牌既见物又见人,如李伯荣之于本帮菜等。

三要发挥党群组织在育人、选人、管人中的作用。

四要夯实基础,着眼于员工队伍整体素质的提高。

●发挥服务功能,以关心依靠凝聚人。

服务员工,首先要尊重员工。让员工体面劳动,尊严生活。服务员工,离不开对员工的了解。

服务员工,就要把全心全意依靠工人阶级办企业的方针落到实处。

服务员工,还要把员工的冷暖放在心上,千方百计从物质上、生活上、精神上满足员工的需求。

●发挥约束功能,以制度文化规范人。

“文化是制度的内涵,制度是文化的外显”。以制度文化规范人,要做到一手硬、一手软,两手一起抓。

一手硬,就是要建立健全企业科学合理的规章制度。

一手软,就是建立一种员工能够自我管理、自我约束的行为规范,使每一个员工都能从思想上认同企业管理文化,行动上遵守企业管理制度,达到内化于心、固化于制、外化于行、物化于境。公司上下已基本形成了以职业操守为内涵的员工行为规范:诚信、敬业、专业、团队、质量。

(三)提升独具一格的文化。

商业文化在企业文化体系中,占有基础性和支配性的地位。豫园商城的形与体是园庙市为主体的明清建筑群落,精与气则是商旅文为载体的传统文化和时尚气息。

●集聚资源优势,创新营销模式。

经营理念:商业为本、旅游为根、文化为魂

要让豫园中国日(节)形成品牌概念,使人一想到“过中国节,做上海人”,去豫园是最原汁原味、最有看头和最有参与性的。

创新营销模式还要借助于文化发展战略,即以自身的文化要素为资源,以向外拓展为目

标,以经营理念为引导,以品牌输出为重点,以商旅文组团的方式去“攻城掠地”。

●加大整合力度,补上文化短板。

一是通过商业搭台,文化唱戏来搞活广场文化,汇聚人气。

二是让传统文化有一个安顿、展示、交流的地方。

三是在调整内圈、开发中圈的过程中,增设文化娱乐设施。

●担当社会责任,优化窗口形象。

作为展示上海形象的窗口,豫园商城尤其应成为文明之窗、道德之窗和平安之窗。

一是竖起更高标杆:全国文明风景旅游区

二是赋予更深内涵:精华、精品、精彩

精华:汲取上海 700 年历史文化精华,与时俱进,开拓创新。

精致:追求卓越,倾情打造上海文明窗口和城市名片。

精品:让每一件商品、每一项服务都能给消费者带来愉悦。

精彩:演绎豫园中国日(节),让中外游客享受精彩每一天。

三、推进企业文化建设的战略思考

(一)抓好企业文化建设,前提是增进共识。

(二)确立企业文化建设格局,关键在领导到位。

企业文化建设要开好局、迈好步,关键是唤醒以经营者为首的企业领导层的文化使命和责任担当,实现领导层的文化自觉。经营者是企业文化的第一责任人和第一推动力。

要形成行政系统与党群系统各尽其责、齐抓共管的格局。做到领导到位、责任到位、投入到位。

(三)解决企业文化落地难,根本在员工参与。

只有员工的积极关心、参与、践行,企业文化才能落地、生根、开花、结果。要广泛深入地开展全员参与的企业文化大讨论,并在集思广益的基础上,编制《企业文化手册》。

马克思说过一段形象的话:文明如果是自发的,而不是自觉地发展,留给自己的就是荒漠。当企业员工真正达到自为、自然、自觉时,当企业文化化为核心竞争力时,就是企业文化功德圆满之日。

豫园品牌亮相 2011 上海国际嘉年华

□ 品 发

豫园商城牵手“2011 上海国际嘉年华”,通过投放嘉年华现场广告位,为商城倾力打造中国第一旅游品牌,在广告的传播上进行了一次全新的尝试。

这次在嘉年华所投放的广告,以大篇幅的整体视觉效果来推广豫园的品牌,以商城所包含的旅游要素为主,分为“豫园商城旅游总览”、“美在豫园”、“食在豫园”、“购在豫园”、“乐在豫园”等五大主题,以各类精美的照片来展示豫园,以商旅文为一体的旅游优势来吸引游客,加深游客对豫园商城品牌的认识 and 了解。

2011 上海国际嘉年华于 7 月 28 日开园,历时 100 天,占地 8 万多平方米,面积相当于前两届嘉年华之总和,选址在原上海世博园区 4 号入口处,地处世博大道与浦东南路之间。本届嘉年华将展示 50 余台世界上最先进的大型游乐设施,其中 10 台从未在中国内地亮相,包括世界上最大的“蝙蝠过山车”。预计可吸引客流近 200 万人次。

根据以往嘉年华的数据分析,以及结合开园至今的客流情况显示,嘉年华的举办可以迅速带动周边地区的短途游,特别是家庭性的亲子旅游。而这些群体均是豫园品牌投放的有效目标。

根据以往嘉年华的数据分析,以及结合开园至今的客流情况显示,嘉年华的举办可以迅速带动周边地区的短途游,特别是家庭性的亲子旅游。而这些群体均是豫园品牌投放的有效目标。

