

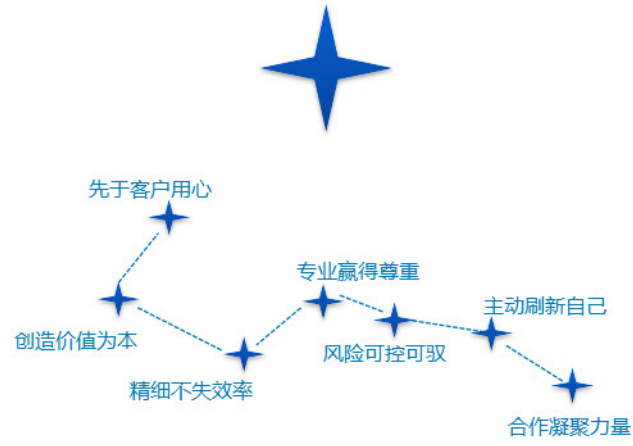
# 共创共行 以先进文化力助推企业高质量发展

## ——中航信托积极打造先进文化力的实践探索

| 中航信托 傅彦

习总书记在十九大报告中指出，“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴”；“文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量”。回顾中航信托十年的发展历程，从最初40人的“游击队”到600人的正规军，业务从零起步，开拓至全国20多个城市，到执掌数千个信托项目，存续管理7000多亿元的信托规模。这硕果背后有多少个艰难险阻，有多少次夙兴夜寐，有多少人栉风沐雨，但总有一种力量支撑中航信托人劈波斩浪，勇往直前，这就是文化的力量。

### 人本共进 至善致远



中航信托价值观体系示意图

### 着力构建以《共同信约》为纲领的中航信托企业文化体系

中航信托诞生在新中国第一架飞机启航的赣鄱大地，在中航信托人的血脉中天然地流淌着老一辈航空人敬业奉献、敢闯担当的精神，并现代信托行业的“受托文化”交融呼应。为此，中航信托构建了以《共同信约》为纲领的企业文化体系。《共同信约》中，航空报国精神与履行受托天职的精神成为两大核心理念，成为特色鲜明的企业文化体系。

将“承信受托，让价值与精神永续成长”确立为自己的使命。宣示着中航信托以不负信任、回归受托本源为目标，以持续的价值增长与精神成长为路径，为国家、为社会、为股东创造共同价值。

将“成为备受信赖、专业领先、广受尊重的金融整合服务商”作为自己的发展愿景，致力于成为客户备受信赖的合作伙伴，以真诚、专业、贴心的服务为客户创造价值，从而使公司和员工赢得社会的尊重。

中航信托的价值观体系，以“价值观+基本价值观”的形式确立，像北极星一样，为员工的行为指明了方向与原则。将“人本共进，至善致远”作为公司价值观，将“先于客户用心、创造价值为本、精细不失效率、专业赢得尊重、风险可控可驭、主动刷新自己、合作凝聚力量”作为基本价值观。在七个基本价值观之下，结合公司经营的实际，每条基本价值观都明确了六条员

工基本行为准则，同时还制定了“八不准”的行为底线，构成了中航信托员工准则五十条，为价值观的具体落地提供了基本遵循。

### 中航信托打造先进文化力的具体做法

一个企业的文化真正形成并对企业活动产生影响，不是始于这种文化理念提出之时，而是这种文化被企业员工认同并自觉指导企业和个人行为之时，这是一个不断认知的过程，不断践行的过程，需要循序渐进，长期培育。

领导身体力行，强化文化建设推动力。公司高管带头，全体中层以上管理人员均参与到企业文化建设之中。在《共同信约》形成中，中高层管理人员全部参与个别访谈，并通过开展“文化共识营”活动，在全员共识的基础上形成了企业文化和价值观体系。在日常经营管理中，高管层每季度开展一次“文化行思会”，做出企业文化建设的承诺，并对照7条基本价值观对自己的行为进行反思改进。同时，公司高管还带头到基层团队和员工中，结合自身的经历宣讲企业文化，为企业文化建设树立了标杆。

加强党的建设，激发文化建设内动力。党建承载着国有企业文化建设的灵魂。公司党委坚持把党建工作与企业文化建设有机结合，以国企党建的要求引领企业文化发展方向，将党的政治思想工作优势、群众工作优势转化为企业文化建设的动力源泉，不断凝聚全员共识、激发创造活力。

深化专项文化，提升文化建设凝聚力。贯彻集团文化建设规划，大力开展“报国·航空”“责任·航空”“风采·航空”等专项文化建设。坚持开展“上好一堂文化课”活动，大力开展精细化管理、受托责任体系建设，长期致力于“团队与家”文化建设，营造了朝气蓬勃的文化氛围，激活了企业的文化基因，将全体员工紧紧团结在一起。

倡导绿色信托，彰显文化建设新活力。公司坚持把文化建设和行业发展结合在一起，充分发挥金融整合优势，积极探索“绿色信托”的发展模式，努力打造企业、客户、社会共赢的“金融生态圈”。

规范文化要素，塑造文化建设影响力。公司以集团VI为基础，制定企业文化手册，确立统一规范的文化要素，以无声的符号、色彩和形象，将航空精神生动地展示在全体员工面前，推进航空报国精神人格化、具体化、形象化，潜移默化影响员工行为。

### 中航信托打造先进文化力的初步成效

近几年公司呈现出超常发展的态势，切实得益于以企业文化建设引领企业发展，用企业文化凝聚人、激励人、发展人，实现了“两个融合、三个升级”的成效。

实现了文化融合。初步形成了以集团初心使命为主旋律，结合当代金融企业文化时代特征和公司发展实际的企业文化体系，在公司形成了“一致目标、一个

声音”的文化认同，为公司发展提供了强大的文化驱动力。

实现了队伍融合。公司成立之初的40名员工，经过10年的发展，在《共同信约》的文化旗帜下，聚集了遍布全国20多个大中城市的50多个信托业务团队和区域财富中心，以及一支知识结构合理、专业能力较强、综合素质过硬的员工队伍。

实现了发展升级。从2009年底重新登记开业时的3亿注册资本金，到今天的100多亿净资产；从最初的零业务规模，发展到今天管理信托资产超过7000亿元，累积向投资者分配收益超过1000亿元；公司利润总额、纳税总额、EVA等关键指标均位于集团公司成员单位的前列。

实现了模式升级。积极布局私募投行、资产管理、财富管理三大业务板块，实现了由传统融资型业务到投资型业务的转变。积极探索“财富管理+金融服务”的转型模式，更好地满足人民群众不断升级的财富管理需求，履行好新时代赋予信托业的责任和使命。

实现了服务升级。坚持以客户为中心，以创新专注为依托，构建了稳健高效的财富管理平台，打造了全新的服务体系，持续打造遍及全国主要大中城市、具体深厚文化内涵的“中国至美财富中心”，向广大客户展示着中航信托信守承诺、专业高效、创新卓越的时代形象。

# 航空工业昌飞持续推进精神文明建设

| 邱国强

昌飞公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大、十九届二中、三中、四中全会精神，大力弘扬社会主义核心价值观，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，践行“航空报国、航空强国”使命，凝聚企业发展正能量，开展科研生产经营及疫情防控“双线”作战，干部职工拼搏进取，胜利实现“双过半”目标，企业精神文明建设成效显著。

### 加强理论武装 筑牢思想根基

强化习近平新时代中国特色社会主义思想的学习宣贯。公司党委中心组认真学习习近平总书记来十九国中央纪委四次全会上、在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上、在全国“两会”上的系列重要讲话精神等。公司组织全体中干、党员进行了党的十九国四中全会精神的集中轮训。在企业微信开办“微党课”栏目，定期推送党员应知应会学习内容。

深入打造“书香·航空 | 昌飞阅读”《习近平用典》栏目。传播公司党员干部深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想学习心得，在学思践悟中切实把学习成效转化为做好本职工作、推动事业发展的生动实践。

### 培育共同价值观 提升文化软实力

全面打造公司先进文化力。公司积极践行航空工业集团新时代发展战略，强化“航空报国、航空强国”的使命意识，大力弘扬“忠诚奉献、逐梦蓝天”的航空报国精神，落实先进文化力建设要求，完善公司企业文化体系建设。持续深化“报国·航空”“责任·航空”“创新·航空”“风采·航空”等专项文化建设。深入践行“不伤人、不烦人、服务人”员工价值观，培育共同的思维习惯，提升向心力。推进践行员工岗位行为准则、行为底线，塑造共同的行为习惯。研究思考集团公司关于打造先进文化力的目标要求，结合公司高质量发展五大标志，梳理问题文化、精益文化、数据文化、品质文化、执行力文化、团队文化、客户文化等七个文化特质，以及企业文化先进三、四级指标，落实行动纲领，并进行现状评估。

增强全员诚信履职意识，开展党员承诺践诺活动，修订印发《航空工业昌飞诚



十九国四中全会精神学习宣讲会。



应急救援演练。

信体系建设实施方案》，倡导“说老实话、办老实事、做老实人”的诚信观，营造忠诚奉献、崇德向善、弘扬正能量的浓厚氛围。

### 推进“双线”作战 履行国企担当

自疫情发生以来，公司党委坚持疫情防控和科研生产“双线”作战，坚持既安全有效控制疫情又平稳有序推进复工复产。

动员一切力量，做好疫情防控。公司组织护士谭紫亿、沈娟随景德镇医疗分队出征，驰援湖北抗击疫情，组织1名护士支援景德镇市第三人民医院防疫一线的医疗工作。配合社区组织党员、干部、民兵、志愿者在各监测点24小时轮流值班监测。

全体干部职工发扬“齐心协力，共克时艰”的精神，为疫情防控和科研生产做出巨大努力。公司领导深入一线，积极解决生产现场难点问题，多部门联合制定

了详细的《航空工业昌飞复工复产疫情防控工作方案》，各生产车间以“开工率”和“产出”为抓手，推进生产组织工作。

公司全力抗击疫情、有序复工复产的宣传报道取得良好社会效果。党委宣传部将镜头对准一线医务工作者、复工复产干部职工、志愿者等，深入挖掘感人故事，激发正能量、弘扬真善美、展示国企担当形象。策划摄制的10多部作品在新华网、人民网、《学习强国》等媒体平台刊发。

公司推进国家应急救援建设，积极参与建设江西省通航应急救援体系。2月12日，两架国产直8大型运输直升机向襄阳、宜昌地区转运口罩、防护服、药品等防疫医疗急需药品和紧缺物资，累计执行防疫物资转运飞行17小时，航程3000多公里，完成了8吨防疫物资转运。

爱心帮扶解困精准到位。公司扶贫工

作领导小组成员定期到周镇村进行走访、慰问，送“智”下乡，送“暖”下乡，送药下乡，踏踏实实做好扶贫工作。积极推进对乐平洪岩镇洪罗村“文明生态村”帮扶工作，在文化馆、学生中开展航空文化科普宣传，帮助村镇做好农副产品的宣传推销工作。

### 倡导崇德向善 提升文明素养

有针对性地开展精神文明宣传教育。今年二、三季度，公司集中开展集团文化手册主要精神的宣贯，做好多层次、广覆盖、立体式广泛传播。对社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德等道德文明内容开展宣传教育。疫情期间，利用微信公众号、企业微信、宣传橱窗、展示看板等宣传平台，开展防疫科普宣传，预防传染病科普宣传，引导干部职工提高文明素质和自我保护能力。发起“公筷”行动，倡导职工用公筷、拒食野味，设计并刊发了系列公益宣传海报，引导职工形成文明、卫生、健康的用餐习惯。

聚焦价值创造，深化创先争优。持续举办年度劳模颁奖晚会，在两个厂区主干道制作悬挂公司劳动模范及核心文化宣传用语，引领广大干部职工向劳模看齐。充分利用三八妇女节、五一劳动节、五四青年节等重大节日，深入现场走访慰问表彰各类型，积极营造“评先进、学先进、赶先进”的浓厚氛围。

开展“文明服务示范窗口”创建活动。进一步提高干部职工文明素养、服务意识和服务质量，扎实落实“吹哨报到”工作要求。

积极开展未成年人思想道德教育活动。组织开展“红色文化传承”“特殊时光，不一样的陪伴”主题活动，培育幼儿身心健康成长。共青团组织深化“微心愿”达成工作推进，积极为青年办实事、办好事，将温暖广泛传播和汇聚。

持续开展“身边好人”评选活动。授予了汪胜民等20名同志为2019年度“身边好人”荣誉称号。分敬业奉献、诚实守信、品质提升、精益求精、优质服务、助人为乐、孝老爱亲等类别，每周通过企业微信等平台进行常态化宣传，营造了崇德向善、敬业奉献的良好氛围。

公司持续深化“全国文明单位”创建，做到组织上支持保障到位，机制上奖惩评价到位，责任部门督办落实到位，精神文明建设稳步推进。



公司向扶贫点捐赠防疫物资。



公司党委书记、董事长徐德朋，党委副书记胡世伟寒夜送温暖。



去时无畏 归来无恙 战士回家 英雄凯旋。

# 服务客户是企业存在之本

| 中航电测 党建锋

华为总裁任正非深刻指出，“为客户服务是华为存在的唯一理由，客户需求是华为发展的原动力”，并确立了“以客户为中心，以奋斗者为本，长期坚持艰苦奋斗”的企业核心价值观。其实，为客户服务不但是华为存在之本，也是一切企业存在之本。企业作为盈利组织，其利润来源只能是客户，其根本存在价值只能通过产品和服务源源不断为客户创造价值，从而得到客户的持续利润回馈，以客户回馈再支撑企业可持续发展。

任何企业的日常工作都必须以市场为导向，以客户价值创造为核心来开展；而企业一旦偏离了客户价值创造的发展定位，不管之前曾取得多么辉煌的成就，接下来等待他们的，只能是被客户抛弃、被市场遗忘。

管理学大师彼得·德鲁克说过，企业存在的目的就是创造顾客。如何创造顾客？只能通过创新和营销。在当前供给侧结构性改革的大背景下，企业唯有持续做好创新产品、提升质量、优化包括营销服务在内的客户服务工作等供给侧改革，为客户源源不断提供性价比高的优质产品和服务，才能赢得市场欢迎和客户信赖。

说到底，要想赢得客户的心，就必须时刻依靠产品和服务。产品和服务是连接企业与客户的天然纽带和必然桥梁。企业依靠持续不断生产满足客户需求、符合客户价值主张的优质产品和服务来创造客户、留住客户并建立客户忠诚度。那么客户真的需要企业提供的产品和服务吗？答案是否定的。客户真正需要的是产品的功能，而非产品本身；同样的道理，客户并不需要企业的服务，而是需要依靠企业的服务和解决方案来解决客户自己的问题，为客户自己带来价值及价值增值。

所以从本质上来说，我们要贯彻以客户为中心的理念，首先就必须具备客户思维。从产品概念设计、研发、生产、包装到销售，各个环节都要贯彻客户思维，以最大程度满足客户价值主张、最大化创造客户价值的理念来思考、践行如何通过产品和服务来解决客户当前问题及未来潜在问题，满足客户当前要求及未来预期要求，为客户源源不断创造价值和带来价值增值。

而尤为值得强调的是，我们为客户提供的服务，不能简单地理解为只是对产品缺陷的弥补或单纯的销售方案，而是要建立为客户创造价值增值、使客户价值最大化的服务理念。

企业最终收获的利润并非是企业自行制定的价格减去企业内部成本那么简单，而是客户认可的价值（客户愿意为此支付的价格）减去企业生产成本。由此可见，要想持续获得较好利润那就需要我们通过产品和服务来深刻满足客户价值主张和诉求，不断创造客户价值及提升客户价值增值，同时压缩和剔除企业内部一切不创造客户价值的成本和开支。

员工能力、员工思维、员工治理的组织能力铁三角相互支撑、相辅相成。公平公正、科学管理、温暖和谐的员工治理，有利于培养员工强大组织归属感和向心力，助力员工在思想上真正认知、认同和贯彻执行企业组织宣贯的以客户为中心的价值理念；同时以客户为中心的员工作思维，可以充分激发、引导和聚焦员工能力，持续把员工创新、创效的巨大能力与能量用来为客户创造价值及价值增值，从而不断获得客户利润回馈，支撑企业科学可持续发展。

管理学家陈春花《经营的本质》一书中深刻指出，“只有洞悉顾客需求，持续地创新投入，尽全力实现顾客价值，才可以持久地拥有顾客。”企业唯有真正把以客户为中心的理念落到实处，凝聚起组织全员客户价值创造的不竭激情与智慧，不断通过优质创新产品、系统性解决方案及良好服务来为客户创造价值及带来价值增值，持续满足客户当前及潜在需求，我们才能在与客户共同成长中实现企业的长远可持续发展。