中华全国总工会主管

现代企业文化

Modern Enterprise Culture

中国企业文化建设指南针

9/2014

国际标准刊号:ISSN1674-1145
国内统一刊号:CN11-5637/GO
国内人民币24元 国外12美元
总第316期 邮发代号80-780

泰通建设集团董事长刘天茹

从“军旅文化”到“责任文化”

人力成本和以人为本

聚美到“聚伪”

玩好铁路货改的“高低杠”

企业：你幸福了吗

企业存在的意义有两个：一是为社会创造幸福，二是为员工创造幸福。幸福企业就是能够满足员工幸福以及为社会谋求福利需要的企业。

ISSN 1674-1145

万方数据

MEC

特别策划 EXCLUSIVE

P26
企业：你幸福了吗

28 企业的幸福额度
30 “人和”文化是幸福企业的根基
32 “捞”出的幸福
34 胖东来的致“福”路
36 幸福企业典型

评 论 COMMENT

14 扶正互联网的竞争规则
15 玩好铁路货改的“高低杠”
16 从“世纪PA”看互联网营销升级
17 民企竞争力在于企业家精神

一直以来，国有企业都是中国经济的重要支柱，尤其是一些关乎国家经济命脉的领域，央企发挥了不可替代的重要作用。

资 讯 INFORMATION

封面人物 COVER PERSON

P18 从“军旅文化”到“责任文化”

泰通建设集团长期致力企业文化建设，在推动企业文化转型升级方面做了很多有意义的探索，逐步形成了自己成熟而独特的文化体系。

专 栏 COLUMN

22 有一种品位叫传统
24 心力管理故事连载

万方数据

企业文化学院 ENTERPRISE CULTURE INSTITUTE

「智库」

41 海尔裁员：颠覆还是颠倒

44 企业的管理韬略

归属感源于对企业战略、文化及价值观的由衷认同。使命感源于其工作成果所影响的广度和深度。

「名家讲堂」

46 人力成本和以人为本

47 我是褚时健的“粉丝”

48 企业的“北国之春”

「管理大师解读」

50 伊戈尔·安索夫：战略规划之父

「海外观察」

52 法企：奢侈品牌的摇篮

54 德国制造的文化标签

「品牌营销」

58 格力：不只是产品创新

60 企业发展的品牌模式

对于企业而言，在市场中不是生，就是死，那么长远的战略发展规划就是根本。不同的阶段，企业的实力不一样，品牌模式的选择也是随着企业的发展时间和规模实力不断上升而变化。

「用人之道」

62 有人则企，无人则止

64 巧用公司的人力资本

「企业史记」

68 东芝：缔造业界传奇

70 亨氏：漫漫发展路

「案例经典」

72 聚美到“聚伪”

社会责任 SOCIAL RESPONSIBILITY

74 践行责任是发展的基石

76 企业社会责任再升华

中国企业家调查系统通过问卷调查发现，绝大多数（90%）企业都不同程度地参与了社会捐赠，60%以上的企业每年有捐赠行为。

慈善公益 CHARITABLE

78 做好企业就是最大的慈善

80 永源公益：让爱飞翔

“爱飞翔”表示，今后会发动越来越多的普通市民来关注乡村教师，也希望借助“人人公益、随手公益”的理念。

专 题 SPECIAL

82 以阵地建设为切入点推进文化建设

85 文化翅膀让企业飞得更高

88 搭建文体平台，实施品牌工程

91 文化雨露滋润职工心田

94 打造企业“核心驱动力”

特色实践 PRACTICE

98 转型背景下思政工作的实践

100 同煤晋华宫矿：景色怡人气象新

101 务实奋进十一载，安全生产谱华章

102 锡柴服务文化的建设

106 劳动者的本色，管理中的专家

观察思考 VIEWPOINT

108 党报集团思政工作的创新

109 加强油田基层单位的作风建设

110 国企物资采购领域的管理

112 现代企业的人文关怀

漫话管理 FREE TALK

访 谈 INTERVIEW

悦读 READ

万方数据

自古英雄
出少年。
MINI COUNTRYMAN。
A380首航引导车。
CHINA SOUTHERN 中国南方航空
MINI COUNTRYMAN
MINI COUNTRYMAN。广州白云机场A380首航专用引导车。
MINI
BE MINI.
为开创者领路。凭着MINI半个多世纪的原创传统，与永远敢为人先的蓬勃朝气，即使跑在引导世界航空潮流的“空中巨无霸”A380前面，MINI COUNTRYMAN也自信满满，因为带头创新的主角从来不分大小。
MINI COUNTRYMAN。开溜。