

浅谈传承国有军工企业文化是加强员工思想政治教育的有效途径之一

向菲 唐尧

(重庆建安仪器有限责任公司党群工作部)

摘要：70年前百废待兴，70年后百业昌盛。建国70年以来，随着综合国力和经济实力的不断增长，我国目前已成为装备制造业大国，装备制造业总产值处于世界前列，国防工业也随之稳健发展。重庆建安仪器有限责任公司作为一家有着五十多年历史的国有军工企业，是国防工业的一分子，建设具有建安特色的军工文化体系，是进一步加强员工思想政治教育，凝心聚力增强企业综合竞争力，提升建安品牌影响力的有效途径之一。

关键词：军工企业；企业文化；思想政治教育

一、浅识国防工业发展历史

在新中国成立之初，中国的经济状况以及军事实力都相对落后。彼时，我国第一颗原子弹还没有在大西北腾起绚丽的蘑菇云，第一架自主研发的歼击机还在孕育之中，大部分国防装备还是前苏联制式。而如今，辽宁舰实现了中国航母“零”的突破，歼-20则接过歼10、歼11等第四代空中优势战机的接力棒，担负起中国未来对空对海的主权维护任务。国防工业的发展稳健而有力，已成为国家经济发展强有力的支撑力量。

第一阶段：薄弱期。国家初建期，工业基础相当薄弱，当时工业产值在世界上排名仅26位，内外交困，相对美、德、苏等发达国家，整个国防工业体系基础犹如卵壁。

第二阶段：初建期。50年代中苏外交蜜月期，在“苏联老大哥”的支持下，我国国防工业得以逐渐恢复。但，随着60年代经历了三年自然灾害，以及前苏联专家撤离等因素，使得我国国防工业整体被迫从仿制向自主研发转变。然而，由于我国制造业本身基础过于薄弱，未能冲破壁垒。

第三阶段：低谷期。“文化大革命”期间，万业停滞，国防工业出现停滞与急躁冒进并存的矛盾期。国防工业在这一阶段遭受创伤，与世界先进水平已缩小的差距又重新拉开。

第四阶段：发展期。随着全面改革开放，国防工业科研制造进入到蓬勃发展期，尤其是最近10年来，中国每年都有一些重大军工科研突破。在这一时期，用“翻天覆地”来形容我国国防工业的发展也不为过。

总体上，我国国防工业经历了“从弱到强”，由“仿制到自制”由“粗放到精细”的过程。但是，我们仍然要清醒地认识到，由于国家底子薄、起步晚，产业规模虽大但总体上仍处于明显劣势。

二、从国防工业的发展历程看“企业文化”建设

“企业文化”是一家企业的标志，是全体员工共同的认知和共同遵循的富有特色的价值观念。虽然企业文化西化而来，但随着与中华文化的不断融合与沉淀，逐渐形成了带有中国特色的企业文化体系。

结合国防工业乃至我国整个工业化进程，不难看出，企业文化这一概念，虽然是在全面改革开放后，随着大批外资企业的进入，而逐渐被国内本土企业广泛借鉴引用。但这不是说，我国本土企业没有“文化”，恰恰相反，以国有企业为首的大批国防工业企业有着十分优秀的“文化”。

新中国建立初期，百业待兴，包括国防工业在内的各行各业都站上了一个崭新的起点。毛泽东同志曾在40年代就反复强调，我们在推翻三座大山之后的最主要任务是要搞工业化，由落后的农业国变成先进的工业国，建立独立完整的工业体系。新中国领导人对我国工业发展的重视程度可见一斑。1953至1957年，我国实施了第一个“五年计划”，按照“一化三改”的过渡时期总路线，对农业、手工业、私营工商业进行社会主义改造，以支持和保证国家工业化建设。此时，大量清末民国时期的军工厂转变为国有。在这一时期，虽然国内本土企业从体制到运作模式正经历着巨变，企业文化处于自发建设状态，但从漫长的战争时代进入到美好的和平时期，“保家卫国的爱国情怀”就是这批国防军工企业的文化基石。

可以看到，大部分军工制造企业的历史都能追溯到民国时期，或者洋务运动时期。如，江南造船有限公司前身是兴起于洋务时代的江南制造总局；重庆长安其前身为上海洋炮局；再如，我公司——重庆建安仪器有限责任公司的前身也可追溯到民国时期的无线电工场……这些军工企业作为我国国防工业的重要分子，是我国工业制造业的长子，是新中国工业化进程的亲历者和见证人。

20世纪60年代的大“三线”建设时期，一大部分机械工业企

业尤其是国有企业，和其他重型工业系统的国企、国防系统的国企一样，经历了由东往西、由沿海到内地的大迁徙过程。在此过程中，广大干部、工人、知识分子、解放军官兵从沿海来到内地，从此扎根深山。第一代“三线工人”把自己的一生默默奉献给了偏僻深山，靠着肩背手抗建起一座座工厂，让机床日夜运转，为国家工业体系的发展，完成中国现代工业体系的布局打下坚实的基础。因此，“默默奉献、吃苦耐劳”就是那个时代的“企业文化”。

上世纪八十年代，我国迎来了全面改革开放的大好形势，随着合资、外资企业到国内投资办厂，各式企业如雨后春笋般发展起来，企业文化的概念被正式引入国内。国内企业开始思考总结，把企业文化作为一种管理模式，经过十几年的发展，逐渐形成了国防企业文化独特的模式。

三、现代国防企业文化是国企军工企业员工开展思想政治教育最好的教科书

一是中国传统文化为现代国防企业的文化体系丰富了底蕴。博大精深的中国传统文化是中华民族先辈留下的丰厚遗产。诸子百家思想都蕴涵着许多古朴而先进的哲学道理，可以说是中国现代企业文化的思想源泉。例如，儒家经典《大学》提出“格物、致知、诚意、正心、修身、齐家、治国、平天下”。应用到现代企业当中，可以理解为：了解本职工作内容与义务，掌握本职工作的知识技能，端正工作态度，认清企业发展形势，提升制造与创新能力，加强对企业的忠诚，贡献全部力量使企业腾飞，与企业共同成长达成企业愿景目标。因此，中国传统文化在现代企业中得到了广泛应用，也为西方以管人为目的而生的企业文化注入了更多的人文情怀。尤其是中国传统文化中所蕴含的“家国情怀”不仅是现代军工企业发展历史的真实写照，更是国防企业今后长期需要实践的愿景目标。

二是现代国防企业文化流淌着“红色血液”。企业文化的概念自上世纪八十年代被引入，经过历史的陶冶，逐渐与中国国情以及企业历史紧密融合在一起。国有企业是国防工业体系的支柱，在国民经济和日常生活中起着重要作用。从历史发展来看，国防军工企业无论是缘起洋务运动时期，还是成立于新中国大建设时期，都肩负着保家卫国的重任。因此，必须坚持中国共产党的领导。在计划经济时代，政治思想教育是国防军工企业“企业文化”的直接体现。国有军工企业的员工必须在政治思想上过硬。“毛主席要我去哪儿，我就去哪儿”是老一代国有军工人最执着的坚守。当前，企业文化建设已成为国企党委党建工作的重要组成部分，已与国企党建工作

密不可分，相辅相成。尤其是十九大以来，党中央提出的树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，其中“四个自信”就提出了文化自信，作为国家支柱的国有军工企业必将肩负起继承和发扬优秀的中华文化的使命职责。

四、带来的新启示

建安公司是一家有着五十余年历史的国有企业，其前身最早可追溯至 1929 年国民党时期。这样一家老资格的国有企业，是众多国防企业的一个缩影：经历过三线建设的艰苦，也经历了市场化的阵痛。纵观建安公司发展史，并不缺好的文化，建安人“敢拼敢干、永不退缩、艰苦奋斗”是建安公司五十年日久弥新的法宝，也是老一辈建安军工人历经五十多年传承下来的文化积淀。目前，公司面临着人员结构老化、核心技术单一、市场开发力度不够等诸多问题。在新的历史时期下，怎样运用具有国企军工特色的企业文化开展好思想政治教育，让新一代建安人认同和传承好建安企业文化，是一道新的历史命题。

一是要提升企业文化的集体认同感。通过组织领导干部员工开展大讨论，总结提炼认同度最高的建安军工文化元素，进一步提炼建安军工文化的精髓。二是结合公司十四五战略规划，总体分析发展形势，主动发现不足，即是代表公司企业文化未来需要努力的方向。三是把企业文化建设作为促进全面从严治党最有力的抓手。建安军工人作为国有军工企业的员工，尤其是新一代建安人，更责任学好党史国史，学好国防工业历史，学好建安公司历史，传承中华文化，坚定文化自信，坚决拥护以习近平为核心的党中央，时刻“不忘”肩负着保家卫国的“初心”，“牢记”推动国防现代化信息化的“使命”。四是组建一支企业文化宣讲队，讲好建安故事，通过讲述建安人自己的故事，加深对建安文化内涵的理解，助推建安文化一代又一代继承和发扬。五是把企业文化建设与品牌建设相结合。以《中国制造 2025》为指南，从管理、研发、制造等方面精准发力，提倡创新文化，向智能制造型高精尖企业看齐，力争把“建安”品牌建设成为行业中的“百年老字号”。

如今，中国国防工业在世界上的影响力已不容小觑，但不可否认，在中国工业面临整体转型升级的大背景下，国防军工工业将进入新一轮产能调整、智能化升级的新阶段。传承优秀的国防军工文化，是实现高质量发展的思想基石。塑造出更多的“百年精品”军工企业，才能稳固国防工业的发展基石，在高速发展时代，实现“爱我中华固我国防”的宏愿。