

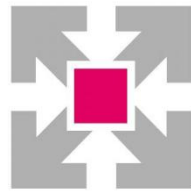
编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟

页码: 第 1 页 共 31 页

# 长安文化



仁达方略  
R&D CONSULTING

北京仁达方略管理管控咨询公司

数据库

# 目 录

- 引言 ..... 5**
- 一、我们的长安..... 5**
  - 1. 长安精神 .....5
  - 2. 长安作风 .....6
  - 3. 长安员工哲学 .....6
  - 4. 长安经营哲学 .....6
  - 5. 长安战略目标 .....7
  - 6. 长安愿景 .....7
  - 7. 长安核心竞争能力 .....7
  - 8. 长安核心价值观 .....8
  - 9. 我们的长安文化 .....9
- 二、发展战略篇..... 10**
  - 1. “一个动力，五大工程”战略 .....10
  - 2. “四借”战略 .....10
  - 3. “退城进郊”战略 .....11
  - 4. “3337”发展战略 .....11
  - 5. “请进来”与“走出去”相结合的以我为主的自主开发战略 .....12
  - 6. “微车为本, 轿车为主, 发展商用”的产品结构战略 .....12
- 三、经营思想篇 ..... 14**
  - 1. 4RE 管理管控 .....14
  - 2. 牵头单位责任制 .....14
  - 3. 敏捷管理管控 .....15
  - 4. “3SC”管理管控 .....15
  - 5. MLDQ 管理管控 .....16
  - 6. 思想经营“三观” .....17
  - 7. 企业市场化 市场企业化 .....17
  - 8. 发挥“三只眼”的功能 .....18
  - 9. “三越”事业理论 .....18
  - 10. 亲情服务新举措 .....18
  - 11. 战略指导未来 思路决定出路 作为决定地位 布局决定结局 .....19
  - 12. 以裂变的态势跨越的速度谋发展 .....19
  - 13. 以战略—目标利润为导向的全面预算管理管控 .....19
  - 14. 企业是舟 产品是水 战略是舵 资本是帆 执行是桨 市场是岸 .....20
  - 15. 工作抓落实，上下讲实干 .....20
  - 16. 新“水桶”理论 .....20

17. “十力合一”思想 .....	21
18. “筷子”理论 .....	21
19. “三满意”思想 .....	21

#### **四、管理管控理念篇 ..... 23**

1. 地产经营理念 .....	23
2. 三产实业理念 .....	23
3. 学习理念 .....	23
4. 用人理念 .....	24
5. 人才理念 .....	24
6. 国防建设理念 .....	24
7. 营销理念 .....	25
8. 服务理念 .....	25
9. 成本理念 .....	26
10. 财务理念 .....	26
11. 发展规划理念 .....	26
12. 管理管控理念 .....	27
13. 执行理念 .....	27
14. 新品开发理念 .....	27
15. 经营理念 .....	28
16. 科技创新理念 .....	28
17. 安全理念 .....	28
18. 制造理念 .....	29
19. 质量理念 .....	29

#### **五、道德规范篇 ..... 30**

1. 领导干部应具备的“三气三有”素质 .....	30
2. 党组织“双培养”工作目标 .....	30
3. 党群工作者正确的业绩观 .....	31
4. 奖惩原则 .....	31
5. 特别警示 .....	31
6. 党群系统“三三四”工作思路 .....	32
7. 监督工作原则 .....	32
8. 思想政治工作方法 .....	32
9. 共产党员的四个表率 .....	32
10. 领导干部的修养 .....	33
11. 党群系统“十必须”工作原则 .....	33
12. 领导干部廉洁自律十不准 .....	33
13. 员工思维方式 .....	34
14. 员工道德修养 .....	34
15. 员工行为规范 .....	34
16. 企业准则 .....	35

17. 党员是一面旗帜 .....35

**六、品牌形象篇..... 37**

1. 现场文化用语 .....37

2. 员工座右铭.....40

3. 长安战略布局 .....47

4. 长安之歌 .....47

5. 广告语精选.....47

6. 形象用语 .....47

**七、发展历程篇..... 49**

1. 长安之最 .....49

2. 国际化战略阶段（1998--） .....50

3. 军民结合阶段（1982--1995） .....53

4. 资产重组阶段（1995--1998） .....53

5. 艰难创业阶段（1937--1949） .....54

6. 发展壮大阶段（1949--1982） .....54

7. 创立成长阶段：（1862--1937） .....54

## 引言

长安汽车（集团）公司企业文化中心

管理管控的最高境界是文化管理管控，企业的最高竞争是文化力的竞争。没有思想文化建树的企业，迈不上企业经营的顶峰；企业家、企业、员工思想文化素养的三位一体，才是企业发展的最佳状态。

昨天的文化造就了长安今天的经济，今天的文化必将铸就长安明日的辉煌。我们正致力于在长安的远景、核心竞争能力、核心价值观的指导下建立起一个强大的企业文化，以支撑长安事业的持续发展。

——尹家绪

## 一、我们的长安

### 1. 长安精神

学习 创新 敬业 树人

21世纪是一个知识经济时代，惟有学习方能与时俱进，永葆青春。通过建立学习型组织，让学习成为一种使人进步的手段，塑造爱岗敬业的员工，赋予员工更加广阔的发展和创新空间，众志成城、万众一心以达到发展我们长安的最终目的。

重视学习是为了更好地利用外部资源，重视树人是为了充分发挥人力资本的潜能，重视敬业是为了加强团队精神和对外的信用、协作，重视创新是为了更好地改变自己适应环境。

为此，长安人应众志成城，砥砺奋发，以挟涓滴成河之势，去领略和汲取蓝色文化的精华，以加速实现我们国际化的进程。

## 2. 长安作风

敏捷反应 立即行动

“敏捷反应、立即行动”体现了长安人追求速度和效率，以速度竞争、以快捷制胜的发展观念和意识。在当今知识经济时代，社会经济和科学技术呈迅猛发展之势，市场竞争变化莫测，机遇稍纵即逝，只有积极主动地把握市场，敏捷反应、快速行动，才能实现我们的战略目标。“敏捷反应、立即行动”体现的是一种高水平的执行力，追求的是一种“言必行、行必果”的境界。

## 3. 长安员工哲学

岗位上永远有创造的余地，长安人永远有更高的追求

长安的每位员工都有一个自己的岗位，面对现代竞争，每个人的聪明才智远远没有充分发挥出来。江泽民同志提出“创新是一个民族进步的灵魂”。创新是人类进步的不竭动力，也是长安发展的持续动力，同时又是每个岗位、每位员工为企业所作的一种高层次贡献。

古语云：“满招损，谦受益”。长安是一个百年老企业，长安人应具有更远大的目光。未来几年，是长安必须紧紧抓住并且可以大有作为的重要战略机遇期。长安人要增强加快发展的紧迫感和危机感，努力提高经营质量和效益，不断增强企业核心竞争力，全力实现长安跨越式大发展，让长安早日成为国际化的优秀企业，再铸百年辉煌。

## 4. 长安经营哲学

观念的超越才是真正的超越

思路决定出路，作为决定地位。要适应未来竞争，首先要转变观念。只有具备加快发展的强烈愿望，具备敢为人先、勇于创新的精神和思想，提高市场意识、竞争意识、速度意识、创新意识，才能在竞争中抢占先机，促进企业各项工作的有效运行，使企业永葆生机和活力，掌握市场竞争的主动权。

## 5. 长安战略目标

跻身中国汽车集团第一阵营 铸造世界一流汽车品牌

“进则生、停则衰、退则亡”的长安文化是纲，纲举目张。长安要发展，要再做百年企业就必须快速做大做强。千里之行始于足下，我们必须制定出发展的阶段性目标，才能做到有的放矢。因此，我们将长安的短期目标确定为力争三至五年跻身中国汽车集团第一阵营；目前长安品牌汽车产销排名世界第20位，我们有理由相信我们会做得更好，因此，我们将中期目标锁定为再用十年至二十年的时间铸造世界一流汽车品牌。

## 6. 长安愿景

做国际化的优秀企业

做国际化优秀企业是我们的长远目标。通过聚集和培养学习、创新的团队，弘扬长安文化，不断增强企业核心竞争能力，从而加快长安国际化进程。

## 7. 长安核心竞争能力

科学的战略、严格的管理管控、完美的执行

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第8页 共31页
---------------------	------------------------	-------------

思路决定出路，战略指导未来。近年来，长安系统总结了自身发展的经验和教训，形成了适度超前的独特、科学的发展战略思想，为长安的持续跨越发展奠定了理论基础。1998年实施新品、精品、成本、营销、人才“五大工程”战略，使长安回到了快速发展的轨道；积极推进“东进北上、合纵连横”的扩张战略，建立了重庆、南京、河北三大汽车制造基地，形成了长安、福特、铃木非常紧密的战略联盟体系；实施了“微车为本，轿车为主，发展商用”的产品结构战略，形成了微、轿、客、重，高、中、低档较为全面的汽车产品谱系；实施“请进来”与“走出去”相结合的以我为主自主开发战略，培育了中国最大的汽车自主品牌；实施“退城进郊”战略，建立了长安工业园；制定了“3337”战略规划，确立了长安未来二十年的发展方向。

严格的管理管控是战略成功的必要保证。近年长安制定了一系列行之有效的管理管控制度以确保战略的执行和规范员工的行为，形成了以MLDQ管理管控，敏捷管理管控，市场营销、服务网络体系，办公自动化管理管控，3SC管理管控，领导干部管理管控系列制度等构成的制度文化管理管控。

与此同时，公司在谋求企业持续、快速发展过程中逐步培育起了“工作抓落实，上下讲实干”的执行文化，以不折不扣的执行来确保总体目标的实现，讲求“人人抓管理管控，事事讲规范，管理管控重微观”，倡导“今天的事今天完，明天的事今天想”，注重集小胜为大胜，最终实现宏伟目标。

“科学的战略、严格的管理管控、完美的执行”的核心竞争力造就了长安今天的业绩，也必将创造长安明天的辉煌。

## 8. 长安核心价值观

给客户最佳的选择、给股东丰厚的回报、给员工更多的利益

或许我们制造的产品不一定是世界上最好的，但它一定是物有所值的产品，正所谓“合适就好”。我们期待客户选择，我们正在努力做得更好；员工是企业的财富，人本管理管控



是企业正在追求的境界，让员工获取更多精神与物质的享受，让员工拥有更多的希望和期待，这是企业存在的目的之一，同时也是企业得以持续发展的必须。长安是国资企业，国家是企业最大的股东，此外我们还有无数的大小股东，有了他们才有长安的存在和新生，因此，我们应该感恩，尽我所心，尽我所能给股东创造丰厚的回报。

## 9. 我们的长安文化

长安文化就是“进则生、停则衰、退则亡”的积极危机文化。

在无情的市场竞争中，长安只有不断地快速发展自己才能得到生存的权利，唯有高速发展以速度制胜才能在激烈的市场搏击中呈现勃勃生机，如果停止不前或者发展缓慢，将会被市场竞争所淘汰。所以我们千万不能因为眼前的一点点成绩而沾沾自喜，更不能有丝毫的松弛和懈怠，要时刻保持居危思进的状态，保持永不停息的发展步伐。

长安文化的产生，有其深远的历史渊源和现实基础。作为中国最早兵工厂的长安，诞生于两次鸦片战争后国难深重的危机时刻，从她诞生的第一天起就同中华民族的命运紧紧连在一起，师夷长技、强兵壮国，从而积极地踏上了追求强国富民的征程。

长安文化的成长，经受过血与火、爱与恨的战争洗礼。1937 年抗战全面爆发，中华民族再次陷入国难深重的危机，身为中国最大兵工厂的长安内迁重庆，员工们高唱着“战以止战，兵以弭兵，正义的剑是为保卫和平”的厂歌，在风雨如磐的战争岁月，毅然担负起整个中国战区半数枪炮弹药供给的重任，直至取得对日战争的最后胜利。

长安文化的发展，经历过军转民的“涅槃重生”。1978 年，遵照中共中央关于“军民结合，学会两套本领”的指示，长安在面临上万人的“吃饭”问题的困境中，找“米”下“锅”，铸剑为犁，上下求索，完成了由单一军品生产到军民结合的“涅槃重生”，艰难摸索出一条自我积累式滚动发展的第二次创业之路。

编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟

页码: 第 10 页 共 31 页

长安文化的创新，需要我们不断付出智慧和勇气。今天，在中国汽车工业快速发展，汽车行业由于缺少自主开发能力行将陷入核心技术“空心危机”之时，中国汽车第一自主品牌的长安再次以实际行动引领着“将民族品牌汽车进行到底”的壮举。

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第10页 共31页
---------------------	------------------------	--------------

“进则生、停则衰、退则亡”。长安深知国家的命运、企业的兴衰和应尽的职责，正如我们的厂歌所示“工作是不不断的竞争”，全体长安人正时时高悬鞭策以自警，时时保持如履薄冰、居危思进的积极姿态，立志做国际化的优秀企业，再创百年辉煌，为中国的汽车工业再谱华章！

## 二、发展战略篇

### 1. “一个动力，五大工程”战略

“一个动力”即：以改革创新为动力，统揽长安发展大局。

“五大工程”即：精品工程，新品工程，营销工程，成本工程，人才工程。要求在质量上，严格和加强过程控制，突出一个“精”字，以质取胜；在新品上，推行自主开发、引进开发、联合开发相结合，突出一个“快”字，以新取胜；在营销服务上，全面实施网络战略，重视渠道建设，坚持财富共分享的原则，充分调动厂商两个积极性，突出一个“和”字，以诚取胜；在成本上，推行模拟市场、倒推成本的战略，突出一个“降”字，以低取胜；在人才上，坚持以人为本，知人善任、敬人育人的理念，突出一个“育”字，以优取胜。

### 2. “四借”战略

“借脑明智”战略。“借外脑”，即借助国内外知名管理管控咨询公司的力量，理清发展思路，调整战略目标，提高经营管理管控水平；“借内脑”，即充分借用员工的聪明才智，激发员工的潜力，提高员工的忠诚度和参与度。

“借梯上楼”战略。在技术上，一方面加强厂所、厂厂、厂校、厂外合作，充分利用高校、研究所、外厂、外国的人才资源和科技成果及设备资源优势，提升企业的技术开发能力；另一方面，与国外著名汽车企业联合开发汽车，长安的工程技术人员以及管理管控人员直接参与进去，借鉴先进开发技术和管理管控

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 11 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

理念、手段，培养企业技术和管理管控人才，加快企业发展。在资金上，通过上市发行股票募集资金，解决公司发展的资金来源问题。

“借水养鱼”战略。一方面，长安积极参与国有资产的优化重组，实施低成本扩张；另一方面，加强与日本铃木、美国福特的合资合作力度，拓展长安汽车的生存发展空间。此外，充分利用品牌资源优势，积极发展第三、四产业。

“借船出海”战略。加快“走出去”的步伐，加大海外市场开拓力度，与多家经销商联手开拓国内外市场，确立了进军海外的方向。

### 3. “退城进郊”战略

长安要实现跨越式发展，必须从老的生产基地向更适合工业化生产的工业园形式转移。由于企业在城市发展空间不足和受环境保护等因素制约，为了长远发展，长安提出“退城进郊”战略，在产业调整上下功夫，做好区域规划调整的实施工作，满足生产发展的现实需要，从而有利于城市建设，有利于企业改制，也有利于企业扩大规模和壮大实力。目前长安已建立了重庆渝北长安工业园、河北长安工业园、南京长安工业园。

### 4. “3337”发展战略

面对新的机遇和挑战，为使长安快步跨进小康社会，长安人高举“一面”旗帜（“三个代表”），围绕“双百”目标（再做百年长安、产销突破 100 万辆），以做强三大产业（军品、民品、零部件）为根本，制定了长安“3337”发展战略规划。

#### （一）跨越式发展的三步走

第一步（2002年-2005年）：强基础阶段-三年再造一个长安

达到整车产销 50 万辆/年、发动机 60 万台/年的规模目标，销售收入 250 亿元以上，争取达 300 亿，利税 35 亿元以上；全面发展长安汽车，并将突破微车行业，同时在发动机、零部件上充分利用和整合社会资源，最终实现“三年再造一个长安”的宏伟目标。

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 12 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

在长安员工的共同努力下，“三年再造一个长安”的目标将提前一年于 2004 年实现。

第二步（2006 年-2010 年）：规模百万化阶段

销售收入在 2005 年基础上翻一番；产销汽车 100 万辆以上，争取 120 万辆，建成发动机 120 万台以上的生产能力；人均收入达到 5000 美元以上。

第三步（2011 年-2020 年）：百年长安国际化阶段

2020 年实现销售收入 1200 亿元以上；产销汽车 200-300 万辆，发动机形成 200-300 万台的生产能力；员工人均收入达到 10000 美元。把长安建设成为具有国际竞争力的大型企业集团。

（二）建设三大基地

重庆基地、南京基地、河北基地。

（三）构筑三大平台

产品开发平台、生产制造平台、营销服务平台。

（四）实现七个突破

- 1、在战略联盟上突破
- 2、在人力资源开发上突破
- 3、在资本运营上突破
- 4、在供应商体系上突破
- 5、在产业链的延伸上突破
- 6、在品牌经营上突破
- 7、在管理管控创新上突破

## 5. “请进来”与“走出去”相结合的以我为主的自主开发战略

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 13 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

为培育长安的自主开发能力，在新车开发过程中，以“请进来”与“走出去”相结合，充分利用世界资源，走“以我为主、自主开发”之路。坚持从联合开发向自主开发转移的方针，实现“三步走”，全面提高自主开发能力。具体来讲，近年来长安在自主开发上有五个特点：一是借助全球之力；二是坚持自己队伍的培养；三是站在高起点，实现跨越式发展；四是建立自己的开发系统；五是始终坚持科学的态度。

## **6. “微车为本, 轿车为主, 发展商用” 的产品结构战略**

“微车为本”体现长安以生产老百姓买得起的车为立企之本；“轿车为主”则表明我们的产品开发方向，即不能局限于仅仅是生产微型汽车，还要致力于进入轿车领域，向高端发展；“发展商用”则体现了长安做大做强的决心。具体说“微车为本，轿车为主，发展商用”的产品结构调整方向是轿车占汽车总量的比重增加，在做好微车产品的持续开发的前提下，以长安股份、长安福特和长安铃木为载体，大力推进轿车战略，同时，巩固和发展长安在商用车领域的地位，至2007年，使集团汽车产销量达到汽车行业10-15%的市场份额。

### 三、经营思想篇

#### 1. 4RE 管理管控

4RE 管理管控是基于一套全过程、全方位、全员的持续改进管理管控模式，是以“人品决定产品”、“每天进步一点点”为管理管控理念，以 PDCA 循环、目标管理管控、绩效管理管控等方法为依据，借鉴并创新拓展了日本汽车制造业的“精益生产”理论的管理管控体系。

4RE 管理管控在具体实践中，其体系也得到进一步拓展和延伸，其主要合适的内容包涵了员工业绩、员工合理化建议、质量程序文件、现场与安全、精益生产、全面设备维护、全面预算、ERP 等八大方面的持续评价及改进工作。

“4RE 管理管控”即“4RE（四冲程）”运动，它具有两层含义：一是以发动机四冲程往复运动过程，借喻发动机事业将持续不断地向前推进；二是以发动机功能转化原理，借喻物质、精神互动效应将产生巨大能量，确保企业在激烈的市场竞争中永远立于不败之地。其主要特征在于持续性、动态性、渐进性和务实性。其实质在于“持续”，精髓在于“创新与进步”。通过不断升级的目标设立和评价标准，以及完善的推进保障机制和有效的组织领导体系，将矩阵式的管理管控和考评结果与员工报酬、奖惩、晋升挂钩的两大动力注入其间，实现企业管理管控细节的精益化，整体管理管控水平螺旋式上升的目标。

4RE 管理管控自推行以来已产生巨大的管理管控效益，创建了丰富独特的发动机文化，即以“尊重个性、倡导首创、团结和谐”为基石的“路遥知马力”文化。2003 年 9 月，以 4RE 管理管控为主要合适的内容的管理管控成果荣获“重庆市第十一届企业管理管控优秀成果一等奖”。

#### 2. 牵头单位责任制

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 15 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

即以牵头单位为责任主体，建立任务完成子系统，通力合作，共同完成一项任务的工作方法。围绕完成任务这一主体，在实施牵头单位责任制中要掌握四个要点，即：“明确一个方针、把握两个特点、做到三个注重、提升四种能力”。一个方针：明确以“落实责任，协调配合，不讲借口，完成任务”十六字方针为指导，抓思想保证；两个特点：把握“从我做起，明确责任”，“协调配合，通力合作”两个特点，抓主动执行；三个注重：做到“重领导、重落实、重考核”三个注重，抓牵头职能；四种能力：提升“组织，协调，沟通，控制”四种能力，抓素质基础。

### 3. 敏捷管理管控

敏捷管理管控就是基于时间标准管理管控为基础的管理管控模式。其核心是“速度和安全”。长安的敏捷管理管控，第一速度要快，这才能跟上市场竞争的变化，但同时速度要适合于本企业，要有一个“度”，合适才是好。因此，长安在推行敏捷管理管控的过程中，既强调速度，又强调安全第一，该快则快，该慢则慢。

长安公司应用敏捷管理管控技术主要是以信息集成为核心来实现敏捷管理管控的目标，在加强教育、转变员工思想观念、大力培育企业文化的同时，进行业务流程再造（BPR），采用计算机网络化管理管控、柔性制造技术、CAD/CAM 一体化技术、VIN 条码追踪系统、准时制投料管理管控（JIT）、企业资源相关计划管理管控（ERP）等先进的管理管控技术或方法，在公司的财务、相关计划、生产、营销、管理管控、产品研发等方面全方位实施信息化建设，高度集成各种信息资源，优化组合人、财、物等各种生产要素，精简物流、信息流、资金流等各种操作程序，实现生产管理管控的数字化、财务管理管控的数字化和企业决策的数字化，从而提高企业的市场应变能力和快速响应能力。

2003年，长安“以实现敏捷管理管控为目标的信息化建设“荣获第十届”国家级企业管理管控现代化创新成果一等奖”。



编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟

页码: 第 16 页 共 31 页

#### 4. “3SC” 管理管控

3SC 反映出长安公司的企业管理管控

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第16页 共31页
---------------------	------------------------	--------------

水平不断提升的三个台阶和层次。第一个 SC: Strict Control, 严格管理管控是基础。属管理管控第一层次, 着重突出“严格”二字, 强调从对工作职责、工作标准、工作目标的严格管理管控到以人为本的严格管理管控, 奖惩逗硬, 不讲客观, 既注重过程监控, 也注重工作结果, 以通过严格管理管控达到管理管控行为的严格化、刚性化、精益化。

第二个 SC: Scientific Criterion, 科学规范是保障。属管理管控第二层次, 着重突出“规范与科学”, 即在严格管理管控的基础上, 建立健全规范、科学的管理管控约束与激励机制, 注重规范管理管控的科学性、合理性、公正性、可操作性, 以保证管理管控职责化、工作标准化、办事程序化、考核定量化、治企法制化。

第三个 SC: Staff Creating, 全员创新是灵魂。属管理管控的第三层次, 是第一、二层次管理管控的升华, 体现以人为本的管理管控思想, 尊重管理管控的客观规律, 强调企业管理管控必须不断总结创新, 不断设定更高的目标, 不断上台阶, 坚持以管理管控创新, 推动实现集团公司全员、全方位、全过程的全面创新。

《3SC 管理管控》共 18 章 9000 条, 合适的内容全面涵盖集团公司全员、全方位、全过程, 从而实现了在“管理管控上突出职责化, 制度上突出刚性化, 工作上突出标准化, 考核上突出定量化, 治企上突出法制化”, 使《3SC 管理管控》标准由“严格管理管控精益化”的初级阶段走上了“规范管理管控科学化”的第二级台阶。

## 5. MLDQ 管理管控

MLDQ 管理管控是以“眼睛盯住市场, 功夫下在现场和“做四有长安人, 造一流长安车”企业理念为灵魂, 综合运用现代管理管控方法所创立的以市场 (Market)、现场 (Locale)、素质 (Diathesis)、品质 (Quality) 为重点的系统化、流程化、科学化的管理管控体系。

-MLDQ 管理管控凝聚了管理管控者和广大员工的智慧, 倡导“人人抓管理管

编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟

页码: 第 17 页 共 31 页

控，事事讲规范，管理管控重微观”，“多检查过程，少责备个人”。

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 17 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

-MLDQ 管理管控又是一个具有生命力的开放体系，从日本精益生产方式、准时制（JIT）、海尔 OEC 管理管控、美国福特 APQP、企业资源相关计划 ERP 等中外先进管理管控方法中大量吸取营养，经过以我为主、融合提炼、大胆创新、持续改善，大打管理管控集大成者的“迷踪拳”，已陆续推出《MLDQ 管理管控》之《行为规范篇》、《规则程序篇》、《漫画幽默篇》、《岗位职责篇》、《激励警示篇》、《岗位培训篇 4 册》、《形象礼仪篇》、《王邦本技术诀窍篇》、《改良改善篇》、《作业指导篇》、《职位说明篇》、《读书心得篇》等共十八部管理管控系列丛书。

-MLDQ 管理管控更是实践的过程，以“永争第一，勇创一流”为精神动力，以抓现场为突破口，以计算机网络技术为支撑，持之以恒地实施严格考核，实施“一角钱”管理管控法，以激励为主、处罚为辅，营造浓厚的汽车文化氛围，注重人性化管理管控，促成“优美的工厂环境，整洁的生产现场，心情舒畅的员工，优质精良的产品”四者的良性互动，实现高效、准时、优质、低耗、安全生产，增强了对瞬息万变的市场的适应能力。

以 MLDQ 管理管控为主要合适的内容的管理管控成果“适应市场需求的现场优化管理管控”，于 2001 年荣获第八届“国家级企业管理管控现代化创新成果一等奖”，创造了第一个民族汽车管理管控品牌。

## 6. 思想经营“三观”

新的价值观-思想治理企业

观念的超越才是真正的超越，思想的空间是无限的，长安的创新和发展也是无限的。倡导提升思想指导行动的能力。

新的竞争观-安全来自速度, 作为决定地位

当前的市场竞争已从大鱼吃小鱼的规模战演变为以快制慢的速度战。激烈的市场竞争让企业如履薄冰，在薄冰上滑动，安全来自于速度！只有快速才能成功，只有快速才能发展。

新的发展观-不在乎你拥有多少资源，而在于你能利用多少资源

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第18页 共31页
---------------------	------------------------	--------------

企业要善于借用“支点”的作用来加快发展，要充分发挥智慧，较快地实现低成本扩张的高速发展。

## 7. 企业市场化 市场企业化

所谓“企业市场化”，就是把市场机制引入企业内部，借以激发企业活力；而“市场企业化”则是把市场像企业一样更科学、更规范地管理管控起来，即要像管理管控企业一样管理管控长安的市场活动，要通过管理管控的强化在全国建立长期、稳定、规范、有序的长安汽车大市场。

## 8. 发挥“三只眼”的功能

一只眼要盯住市场，即要把握发展方向；一只眼要盯住现场，即搞好内部管理管控；还有一只眼要盯住政策环境，要适应国家的法规政策。时刻关注其变化、把握其变化、适应其变化，提高“应变”能力。

## 9. “三越”事业理论

危机是随时存在的，长安必须不断跨越危机；目标是不断变化的，长安必须不断追求卓越；前进中最大的敌人是自己，长安必须不断超越自我。

## 10. 亲情服务新举措

坚持一个制度：首问负责制。

做到两个公开：配件价格公开，投诉电话公开。

实施三个回访：用户购车后三天内询问车辆有无质量问题，购车后三周内提醒用户走合保养，用户修车后三天内询问车辆运行情况。

编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径, 学海无涯苦作舟

页码: 第 19 页 共 31 页

强化四个不漏:

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 19 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

一个不漏地记录用户反映的问题；一个不漏地处理用户反映的问题；一个不漏地复查处理结果；一个不漏地将结果反映到内部有关部门。

突出五个保证：100%实现对顾客的承诺；100%实施用户回访；100%收费合理；100%建立用户档案；100%接受公开监督。

推行六大统一：统一服务标识；统一服务标准；统一服务价格；统一管理管控规则；统一技术支持；统一配件采购。

## **11. 战略指导未来 思路决定出路 作为决定地位 布局决定结局**

长安要发展，需要正确的战略思路，如果不布好局，结局肯定就不可能好。制定和实施中、长期发展战略既是长安公司贯彻落实党的十六大提出的全面建设小康社会精神，引导全体员工围绕未来 20 年的宏伟目标，统一思想，开拓创新，团结奋进，再创百年长安的具体体现，也是长安正确处理改革、发展和稳定三者的关系，增强企业活力和竞争力，促进各控投公司快速增长、实现各经济主体良性互动和协调发展的需要。近年来，长安坚持创新思路，以发展为第一主线，着眼中、长期发展，大力实施内并外联的布局战略，已初步形成长安、福特、铃木的“大三角”战略结盟体系和重庆、南京、河北三大基地的“小三角”战略格局，为长安的裂变式跨越发展布好了局、起好了步。

## **12. 以裂变的态势跨越的速度谋发展**

长安要保持持续的跨越发展，不能寄希望于常规的模式，只有以超常规的裂变式发展，才能力争在 3-5 年内进入中国汽车行业集团第一阵营。为此，长安通过实施东进北上、合纵连横战略，建立了重庆、南京、河北三大基地，形成了九大汽车制造厂，成功实现裂变式发展的第一步，并将在今后的发展中实现第二、第三次裂变，以确保长安的持续跨越发展，把长安建设成为具有国际竞争力的大型企业集团，再创百年长安新辉煌。

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第 20 页 共 31 页
---------------------	------------------------	------------------

### 13. 以战略—目标利润为导向的全面预算管理管控

全面预算管理管控是一种集系统化、战略化、人本化理念为一体的现代企业管理管控模式，是一种集规划、控制、激励、评价等功能为一体的综合贯彻企业发展战略的经营机制，是一种能把组织所有关键问题融为一体的企业生产经营管理管控方法。在实施全面预算管理管控时，要建立“以战略—目标利润为导向”的全面预算管理管控体系，引入“战略倒推法”、“标杆瞄准法”和“持续改善法”等预算目标的确定法，完善全面预算管理管控制度，建立预算分析制度和综合评分考核体系，实现意识创新降成本、方法创新降成本、技术创新降成本、管理管控创新降成本，从根本上实现被动成本管理管控向主动成本管理管控的转变，为“3337”发展战略的顺利实施奠定牢固的基石。

### 14. 企业是舟 产品是水 战略是舵 资本是帆 执行是桨 市场是岸

科学的发展战略、自主的技术支撑、雄厚的资本保障、完美的执行能力和良好的产品市场，是一个企业成功的必备条件。如果把企业比喻为舟，那么只有以正确的发展思路为指导，制定出长远的发展战略目标，掌好企业发展之“舵”，并借助优良的产品这个载舟之“水”，辅以雄厚的资本这张“帆”助推，以完成工作不讲任何借口的完美执行力为“桨”作动力，才能打造好企业不断前进的核心竞争力。在以上要素中，企业是主体，市场是主导，市场是决定企业兴衰成败的关键，具备其他条件就是要促使企业这只“舟”乘风破浪，勇往直前以最快的速度到达胜利的彼岸。

### 15. 工作抓落实，上下讲实干



“工作是不地竞争”，只有“工作抓落实，上下讲实干”，领导班子坚持以“讲学习”为立身之本，“讲正气”为谋事之略，“讲政治”为治企之道，广大职工以“学习、创新、敬业、树人”为兴企宗旨，才能使我们的工作每天保持新进步，我们的企业每时保持新活力。

“工作抓落实”就是要做到责任明确，落实到人。抓落实就要有踏踏实实的精神，认认真真的作风，不搞花架子，不做表面文章。“上下讲实干”是公司上下要鼓实劲、讲实话、干实事，形成人气盛、士气旺的良好氛围。

## 16. 新“水桶”理论

传统的水桶理论认为一只木桶能装多少水取决于木桶短板的高度。长安认为不仅仅取决于短板，更取决于水桶是否严密，如果板与板之间有缝隙或漏洞，那么这只木桶就永远盛不满水甚至根本就盛不了水。因此必须箍紧木桶、补严漏洞以最大限度地发挥木桶的整体效应。新“水桶”理论表明企业的发展壮大需要团队的整合，这是超越一切的关键。我们抓管理管控就是要善于做箍桶工作，形成企业团队合力，从而实现企业的宏伟目标。

## 17. “十力合一”思想

观念是第一引导力

科技是第一生产力

制度管理管控是第一约束力

质量是第一影响力

成本是第一竞争力

营销服务是第一牵引力

人才是第一推动力

信息化是第一支撑力

企业文化是第一亲和力

编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟

页码: 第 22 页 共 31 页

党建是第一保障力

将以上“十力”合一以提升公司做国际化优秀企业的能能力。

## 18. “筷子”理论

行政工作和党的工作就好比一双筷子，如果偏重某一方，或者筷子粗细、长短不一就不能发挥出最佳作用。因此，党政必须协调发展，共同进取方能配合自如，形成无坚不摧的合力。

## 19. “三满意”思想

“三满意”思想，即：让干的人满意，让卖的人满意，让用的人满意。“三满意”缺一不可，只有让用的人（用户）满意了，能满足他的需要，他才来买长安车；只有让卖的人（商家）满意了，他有利润，有钱赚，才肯卖长安车；只有让干的人（厂家）满意了，他才能生存，才能发展，才能推出更多更好的长安车。

## 四、管理管控理念篇

### 1. 地产经营理念

诚信创造未来

房地产行业对国家经济发展具有重要的影响。营造优雅的居住环境，创造未来居家的崭新生活方式，是房地产行业的社会使命。房地产行业的大部分产品在销售时都是期房且每一个单位产品都具有明显的差异性，长安地产在市场竞争中立足诚信，将企业的发展同社会的发展和消费者的利益统一起来，从消费者的角度出发，满足消费者未来居家需求，体现以人为本的宗旨，站在国家发展的高度考虑，坚持走可持续发展的道路，做到诚实经营、信守合同合约，从而实现企业自身价值和社会价值。

### 2. 三产实业理念

不断超越客户需求，追求客户满意服务

不断超越客户需求，体现了三产公司的战略思想和卓越见识，环境的变化，必将带来客户需求的不断变化，三产公司就是要不断地超越客户需求，想客户之未想，不断地追求和提升让客户每一天满意的服务；追求客户满意服务，体现了三产公司以客户满意为永恒追求和以客户需要为导向的经营思想。

### 3. 学习理念

开启知识大门，学习是唯一的钥匙

知识经济时代，建立学习型组织，坚持不懈地学习新知识，并将所学的一切转化为行动和能力，获取生存和发展的本领，是员工提高自身素质、实现自我价值的内在要求，也是增强企业竞争力的必然要求。

编号： 时间：2021年x月x日	<b>书山有路勤为径，学海无涯苦作舟</b>	页码：第24页 共31页
---------------------	------------------------	--------------

#### 4. 用人理念

“相马”与“赛马”并重

即为组织配置与市场配置相结合的用人机制。人才是长安发展的第一战略资源，人才开发已上升为决定企业兴衰成败的战略要素，需要整体谋划、系统思考，用“相马”与“赛马”并重原则发现和聚集人才，以调整优化人才结构为主线，以专业人才队伍建设为重点，抓住吸引、培养、使用三个环节，创新工作思路，完善管理管控制度，着重建立人才开发、人才使用、人才激励约束“三大机制”；要在营造环境引才、适当待遇聘才、五管齐下留才、注重岗位育才、不拘一格用才和重奖激励英才等六个方面狠下功夫；要做好人才安全工作，防止核心人才流失，形成广纳群贤、人尽其才、能上能下、充满活力的人才环境。

#### 5. 人才理念

人才就在你我中，天才就在员工中

有人说：垃圾是放错了地方的财富，蠢才是用错了地方的天才。

我们认为，只要能够为长安的可持续发展做出贡献的员工就是人才，就是我们的宝贵资源。这一理念充分肯定了企业员工的创造力和潜能，我们要以切实可行的措施去培养、发掘，广泛激发蕴藏在员工中的聪明才智，使他们关心企业，爱护企业，与企业息息相关，从而提高整个企业的经营水平。

#### 6. 国防建设理念

长城卫长安，长安筑长城

这一理念是长安累计产销汽车一百万辆之际，在北京钓鱼台国宾馆举行的八·一赠车仪式上，刘华清同志亲笔寄语长安的题词。

作为中国最早军工企业的长安，在 140 多年的风雨征程中始终如一地以“创造犀利的武器，争取国防的安宁”为己任，一代又一代长安人拼搏奉献，保家卫国、抵御外侮、巩固国防，为壮大国防实力立下了不朽功勋。党的十六大明确提出了全面建设小康社会、开创中国特色社会主义事业新局面的宏伟目标，对国防和我军武器装备现代化建设提出了更高要求。作为国家常规重点兵器科研、试制、生产基地的长安，在国防工业建设和发展中承担着重要的任务，长安人将发扬百年军工的优良传统，始终坚持对富国强兵、保卫和平的执著追求，努力为铸造国防“钢铁长城”再谱新篇章，促进国防建设和经济建设协调发展。

## 7. 营销理念

让用户满意，让商家赚钱，让长安发展

维护用户的利益是服务的核心，维护商家的利益是服务的保证，维护长安的利益是服务的根本。树立用户、商家、公司三方利益兼顾的营销理念，体现了长安“财富共分享，营销赢未来”的营销战略思想。

## 8. 服务理念

亲情、诚信、规范、快捷

亲情，即象对待亲人一样对待我们的用户；诚信，即坚守对用户作出的承诺；规范：即按照规定的标准服务用户；快捷：即以最快的速度达到用户的满意。亲情是核心，诚信是基础，规范是前提，快捷是保证。

未来的时代是一个“以服务制胜”的时代，服务将成为中国汽车业的核心竞争力之所在。因此，长安将在提升服务能力的基础上，以“亲情、诚信、规范、快捷”服务理念为指导，以“用户不是上帝，用户是亲人”为服务圣经，拉近长安汽车与用户的距离，通过优质服务真正使用户感受到“零距离”的亲情化服务，

努力打造长安“亲情服务”品牌，最终使之成为独具长安特色的强势服务品牌。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/628037067043006051>