

<<站文化>>

图书基本信息

书名：<<站文化>>

13位ISBN编号：9787114070532

10位ISBN编号：7114070535

出版时间：2008-8

出版时间：人民交通出版社

作者：陈永久 主编

页数：225

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<站文化>>

前言

国民之魂，文以化之；国家之神，文以铸之。

“加强文化建设，明显提高全民族文明素质”，是党的十七大提出的实现全面建设小康社会奋斗目标的新要求。

胡锦涛总书记在党的十七大报告中明确指出：“当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素，丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。要坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力，使人民基本文化权益得到更好保障，使社会文化生活更加丰富多彩，使人民精神风貌更加昂扬向上。

”这不仅深刻阐明了兴起社会主义文化建设新高潮的重大现实意义和深远历史意义，更为新时期加强文化建设指明了方向和路径。

交通文化是社会主义先进文化的重要组成部分，是交通行业的灵魂，是实现交通又好又快发展的重要精神支柱。

交通运输是支撑经济良性发展，促进社会全面进步的基础性、先导性产业和服务性行业，服务是其本质属性。

基于这一认识，我们提出了“交通发展要服务国民经济和社会发展全局、服务社会主义新农村建设，服务人民群众安全便捷出行”，提出了“发展现代交通业，建设一个更安全、更通畅、更便捷、更经济、更可靠，更和谐的现代公路水路交通系统”。

从文化的角度看，这也正是我们基于交通运输的本质属性和交通行业的神圣使命所作出的价值选择，是交通文化的核心内涵，是引导交通事业科学发展的价值导向，也是贯彻落实党的十七大关于加强社会主义文化建设的具体体现。

交通部党组高度重视文化建设工作。

2006年全国交通工作会议明确提出：“努力建设具有鲜明行业特点和时代特征的交通文化，用文化和精神的力量凝聚全行业，使交通行业更加充满活力，不断开创交通事业发展的新局面。

”2006年6月26日召开的全国交通行业精神文明建设工作会议更加明确地提出：“加强交通文化建设，努力增强行业软实力”。

<<站文化>>

内容概要

我国正处在经济社会发展转型期和快速发展期。

交通行业不仅出现了经营主体多元化、管理体制多重化、经营方式市场化，公路交通运输站业也出现了从传统的基础产业和先导行业的基础上逐渐体现出明显的由第三产业向服务增值业特点转化的趋势。

基于这一变化趋势，认清国情、转变观念、明确指导思想和目标，建设富有时代性、民族性及行业特色的站文化，揭示站文化的本质与特色、层次与结构、建设的核心内容与基本方法，建立科学的建设评价指标体系与评价制度，建设富有时代性，民族性及行业特色的站文化，已成为我国交通文化建设面临的一些基本问题。

本书系统讨论了站文化的内涵、历史发展演变、我国现代站文化建设面临的形势与任务，系统介绍了站文化的价值理念、组织架构、物质文明和行为规范等基本问题，站文化建设的内容与方法，以及站文化建设的绩效评估等问题。

作者写作整部著作立意明确，针对性强，文图并茂，深入浅出，是一部能满足我国交通文化建设需要的科普通性读物。

它的出版将对我国公路交通文化建设，尤其是对公路交通运输站的文化建设具有重要的理论与实践指导意义。

<<站文化>>

书籍目录

总序导论前言第一章 站的种类和功能 一、站的类别 二、客运站的功能与类别 三、货运站的功能与类别第二章 站文化的内涵 一、站文化的概念与功能 二、站文化的作用和意义 三、站文化的构成要素 四、站文化的结构体系第三章 站文化发展的历史回顾 一、站的历史演变过程 二、站文化的源流及其演变 三、古驿站掠影第四章 站的发展环境与趋势 一、道路运输业发展环境与趋势 二、站的发展环境与趋势 三、站文化建设的环境 四、站文化的发展趋势第五章 站的价值理念 一、站的核心价值观 二、站的理念系统 三、站的时代精神第六章 站的组织架构 一、组织机制 二、站的制度体系第七章 站的物质文明 一、站的物质文化创造原则 二、站的形象 三、站的环境 四、站的设施设备第八章 站的行为规范 一、服务礼仪 二、服务行为 三、服务品牌 四、文化网络第九章 站文化建设的优秀成果 一、张家口市汽车客运总站 二、爱心始发站 三、邯郸汽车客运总站 四、沧州汽车客运总站 五、其他优秀成果第十章 站文化建设 一、站文化建设的任务 二、站文化建设的目标与内容 三、站文化建设的方案 四、保障机制第十一章 站文化建设的绩效评估 一、站文化建设效果测评与考核 二、形象建设的绩效考核

<<站文化>>

章节摘录

2.站的核心价值观站的核心价值观是站的主导价值意识，它是站在规划、设计、建设和运行管理活动中共同遵守的，被全体从业者和社会公众认同的，具有交通行业特色的价值观念。核心价值观是站生存的根本，是根据站的社会环境及方针政策、行业发展战略与实际状况、站的实际情况提炼出来的。

站的核心价值观始终以贯彻国家大政方针和交通行业价值观为准则，以适应时代需要为目的，以体现站的属性为特色。

其核心价值观概括起来是：以人为本、奉献爱心、构建和谐。

以人为本与和谐的理念既是治国方针也是交通行业的指导思想。

以人为本的站的核心价值观能够指导其他一切价值观，并且为其他价值观的实现提供思想指导和实施依据，是包容性和指导性最强的价值观。

和谐包括交通与社会的和谐、人与自然的和谐、人与人的和谐等各个方面。

3.核心价值观的作用 在日趋激烈的市场竞争中，品牌经营越来越受到重视。

进行CIS设计、举办各类活动等等，各行各业可谓解数尽使，试图以此受众青睐，打造竞争新优势，这些做法对提升品牌形象都有不容忽视的作用，却都忽视了一个最根本的问题，这就是核心价值观的塑造。

如果把品牌比作人的容貌气质的话，那么它只是各种要素综合的外在的表现。

体制架构是骨骼，运行机制是经络，人才队伍是血肉，而文化，特别是核心价值观则是精神魂魄。

没有核心价值观的品牌经营，会失掉灵魂。

核心价值观是站品牌长盛不衰的根基，站的持续、协调、健康发展离不开核心价值理念，持久的创造激情和动力也来自核心价值观。

美国兰德公司的专家们花了2年的时间，跟踪了50家世界大公司后发现，百年不衰的企业有一个共同特点，即他们不再以追求利润为唯一的目标，而是有超越利润的社会目标。

具体地说，他们都遵循三条共同的原则： （1）人的价值高于物的价值。

（2）共同价值高于个人价值。

（3）社会价值高于利润价值。

从中可见，具有超越于利润的社会目标，或者说具有超越于现实目的的价值追求的企业的核心价值观；奠定了企业百年长青的基业，使企业持续、永恒发展。

站的核心价值观既不能被混淆于特定企业文化或经营管理中的价值观，也不可以向财务收益和短期目标妥协。

站的核心价值观深深根植社会背景，行业环境和站的生产场所，它是持久地引领站进行一切生产活动的指导性原则。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>