# 试析企业如何践行“工匠精神”

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2024-07-26

*试析企业如何践行“工匠精神”“工匠”，一个充满传统色彩的词汇，各种手工匠人曾以精湛的技艺创造过无数奇迹。很多人认为工匠是一种机械重复的工作者，其实工匠有着更深远的意思，他们代表着敬业、坚定、踏实、精益求精的气质。“工匠精神”就是指工匠对自己...*

试析企业如何践行“工匠精神”

“工匠”，一个充满传统色彩的词汇，各种手工匠人曾以精湛的技艺创造过无数奇迹。很多人认为工匠是一种机械重复的工作者，其实工匠有着更深远的意思，他们代表着敬业、坚定、踏实、精益求精的气质。“工匠精神”就是指工匠对自己的产品精雕细琢、精益求精的精神理念。

欧洲、日本中小企业的平均寿命为12.5年，美国竞争相对激烈，中小企业的平均寿命也达8.2年。而在中国，中小企业平均寿命只有3.7年，其中小微企业还不到3年。中国企业数量众多，但生命周期短，能做强做大的企业只是少数。中国企业不乏实力雄厚者，能在全球叫响品牌的却是凤毛麟角。那么，为什么中国企业无法长寿?为什么中国企业无法创造世界美誉?原因之一就是：中国企业缺乏工匠精神。

工匠精神不单代表着一种新的生产理念，也是中国制造业的转型方向，从低端制造的泥淖中走出，淘汰落后重复产能，加强技术创新，其最终目的是“增品种、提品质、创品牌”，提升中国企业的整体水平与形象。但是，工匠精神并不是光喊喊口号就够了的，更关键的是，企业要将工匠精神付诸实践，“知行合一”，让工匠精神真正助力企业发展。要将工匠精神融入企业文化建设，一、把工匠精神融入企业文化

企业文化是基业长青的基石，能够传承上百年的工匠精神，其承载这一精神的就是企业文化。在那些具有工匠精神的企业，员工一进来就沐浴在做事严谨、精益求精的氛围中，做每一件事都是力求做到最好，实际上这就是一种企业文化。在这种文化的熏陶下，追求完美、拒绝平庸是自然而然的，不需要刻意要求。

因此，企业要践行工匠精神，首先需要将工匠精神融人企业文化建设，将其纳人企业文化核心理念，并通过多种方式，对员工进行宣传教育。通过企业文化，让员工树立“工匠意识”，把工匠精神内化为全体员工的精神品质，让员工有严谨、细致、专注、负责的工作态度以及对职业的认同感、责任感、荣誉感和使命感，让敬业执着、脚踏实地、精益求精成为企业价值追求，为工匠精神厚植土壤。

实际上，中国很多老字号企业的文化都体现着浓厚的工匠精神，比如，同仁堂那幅“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的对联，深人人心，让人敬佩。在华为内部，经常会有一些非常有趣的口号，比如“不让雷锋吃亏”、“烧不死的鸟是凤凰”、“板凳要坐十年冷”等等，都是在刚入职的“大队培训”(华为人职后的脱产企业文化培训)中就告诉员工，并在各类学习手册中出现，要求员工讨论学习思考。这些简单易懂朗朗上口的口号，告诉员工要杜绝浮躁、踏实干活。

当然，也有很多企业，在其车间、办公室里，还是可以看见这样的标语牌:“坚持追求完美—我们的核心价值观”、“生产没有质量的产品，等于创造无用的垃圾”等。希望越来越多的企业将这种工匠精神融人到产品文化、质量文化、生产文化、研发文化等企业文化的子文化里面要将工匠精神植入经营管理的各个环节，全面改进企业要以工匠精神为引领，将其融人生产经营的每一个环节，要真正投人人、财、物，让企业的生产、研发、技术、工艺等各方面的软硬件环境都能得到提升，不断吸纳前沿技术，创造出经得起时间检验的产品，打造品牌。

二、以工匠精神引领研发与创新

创新是工匠精神的重要内涵，对原有技术的创新与新技术的应用，将更好地满足客户需求、提升用户体验，为客户带来更高的价值。工匠精神不仅体现精工制作的理念和追求，更要积极吸收前沿技术，通过新技术的应用做出更好的产品，推动企业不断进取。

在工匠精神的引领下，研发与创新需要考虑是否愿意真正为客户带来价值，是否愿意在经受大量失败后仍孜孜不倦地坚持研发，是否愿意做成千上百个方案并优中选优，是否专注于一丝性能的提升，是否敢于推翻自己的辛勤劳动成果而追求新的高度，最终做出让消费者惊艳的产品。

此外，技术的传承与创新要讲究精雕细琢、精益求精，既要对原有好的技术进行传承，同时也要进行改良与创新，最终目的是为品质的提升，不断追求完美和极致，给用户带来更好的体验，这是对工匠精神的坚持。

华为坚持每年将10%以上的销售收人用于研发，获得的技术专利累计超过3.8万项，其产品销售到全球170多个国家和地区。华为“以客户为中心”的核心价值观，很好地阐述了工匠精神的内涵，是中国品质的最佳代言人。

格力是中国唯一一家掌握“变频压缩技术”的空调企业，8000多名研发人员都是董明珠从高校招进来一步一步培养起来的，对研发的投人，以及对掌控核心技术的执着，让格力的工匠精神也得以充分体现。

三、以工匠精神引领质量管理

质量管理需要质量文化引领与质量管理制度保障，需要进行思想建设与制度建设。质量文化要让企业上下形成共同的品质理念，在全员中形成追求极致品质的精神。质量制度以硬性要求，要强化提升产品质量标准，推动质量理念在各个环节的落地。在质量管理方面，华为有很多好的经验值得国内企业学习。

华为视品质为企业的生命，努力提升产品的品质和服务的品质，赢得了客户的信任，这也促成了华为今天的成功。华为不仅提倡以工匠精神来衡量产品，更构建了一套坚实的质量体系，用制度支撑“质量优先”的落地。“华为公司最宝贵的是

‘无生命的管理体系’，以规则、制度的确定性来应对不确定性。”任正非曾指出，华为最重要的基础是质量，要从以产品、工程为中心的质量管理，扩展到涵盖公司各个方面的大质量管理体系。质量管理极致追求“零缺陷”。为解决手机摄像头的质量缺陷，华为会投入数百万元人民币测试，为解决“荣耀”产品的小缺陷，曾关停生产线重新整改。

四、以工匠精神引领品牌建设

企业的发展需要品牌的推动，品牌的好坏决定企业能否在市场立足。品牌的竞争是产品品质的竞争，而工匠精神是品牌的内在价值。工匠精神就意味着品牌对客户在质量、体验、服务等方面做出的一个长期而持续的承诺。良好的品牌打造是基于对技术的不断突破创新和对产品品质的细致研究、提升，这是品牌工匠精神的集中体现。要为工匠精神构建保障机制，一是施行科学激励。

首先，组织机制的建设。工匠精神能否有效地落实，关键看组织机制是否秉承工匠精神的精神理念与要求进行设置。组织与机制的设置要重点考虑质量管理、研发与技术创新等职能的发挥，要求给“匠人”更多的责任与权力，要让各部门各司其职，从机制上保障全员把精力放到品质的提升与精益求精上。其次，制度的建设。工匠精神的本质是靠制度支撑起来的。某种程度上讲，工匠制度比工匠精神更重要，工匠精神更多是从精神层面影响人，工匠制度不只从精神上引领，更重要的是它指导我们怎么去做。第三，奖惩机制的建设。企业发展不能盲目鼓励竞争、简单以绩效定报酬，要让真正践行工匠精神的人得到应有的奖励。要强化技术人才激励机制，要高度重视一线劳动者的上升通道，使他们有充分的成就感、获得感和不断前进的目标动力。第四，培养机制的建设。当前许多企业并不缺技术，但缺真正有工匠精神的大师，培养一个大国工匠需要时间的积累，现在再不培养就会断层。因此，企业要建立一套科学的工匠培养机制，增加培训投人，遴选出一批“智造之星”、“技术劳模”，让工匠能够脱颖而出，成为企业里的明星，成为社会的明星，成为一种荣耀。

二是知行合一。

工匠精神落在个人层面，就是认真、敬业、钻研的精神。没有对职业的敬畏、对工作的执着、对品牌文化的负责态度，没有精益求精、追求完美的创新活力，就不可能在工作上有所突破，在创新领域推陈出新。企业要通过文化的引导和制度的保障，最终将工匠精神的践

行落实到每个员工的行动上。每个员工要深刻领悟工匠精神的要求，要不浮躁、不妥协、静心做事、踏实做人，每人都秉持这样的精神。如果每一位员工都能以工匠精神对待自己的工作，严格要求自己，对产品和服务精益求精，肯多花时间去钻研，艰苦奋斗，主动学习，及时更新知识，勇于创新，把自己的工作当成是雕琢一种艺术品，追求完美，乐在其中，那么每个员工都将成为自己工作上的专家型人才。

当今时代，企业践行工匠精神并不是要去从事手工手艺，而是如何将工匠精神融人到大生产、企业化的生产与管理实践中，推动生产供给品质的提升。当今时代的工匠精神需要更多的时代特征，例如互联网领域要求追求创新、缩短研发周期、更早地将产品推向用户、快速迭代。互联网思维要求的对产品的不断迭代，就是我们在不断追求精益、追求完美。

企业在工匠精神的实践过程中要结合所处行业的时代要求，在理解工匠精神的本质内涵的基础上与时俱进，找到适合行业、企业自身的工匠精神实现路径与方法，从而实现企业供给品质的提升、实现企业的基业长青。

有人说，过去的10年是商人的时代，而未来的10年，将是匠人的时代。未来的中国企业，最核心的问题不再是追求业务扩张，而是如何将自己打造成一个对产品和服务一直追求极致完美的“匠人”。每个工人、每名生产者、每个企业都将秉持这样的精神:摈弃那些投机取巧的思维和浮躁的心态，生产出“工匠产品”，打造响亮的中国品牌，实实在在地助推经济转型、产业升级，将那些看似空泛的精神口号落到实处，既做好产品，也赚到钱。

可喜的是，我们国家在40年的快速发展过程中，有很多类似华为、格力、腾讯等企业在用实际行动践行工匠精神，而且取得了优秀的成绩。相信随着供给侧改革的推进，会有越来越多的企业重视工匠精神、践行工匠精神，也会有越来越多的“工匠人才”，用更多的“工匠产品”征服世界，让中国企业真正走向世界。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找