

# 最新国企提成百分合理吗 国有企业抗疫 心得体会(精选8篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 国企提成百分合理吗篇一

2020年是一个充满挑战的一年，在全球范围内都受到了新冠疫情的严重冲击。作为国家经济发展的重要支柱，国有企业在疫情期间肩负着防控疫情、保障生产的重大责任。各个国有企业通过不断改进管理模式、加强协作，总结出了一系列抗疫心得，为其他企业提供了宝贵的经验。

### 第二段：提高意识，科学防控

面对疫情的威胁，国有企业第一时间就提高了疫情防控意识。他们科学评估疫情发展趋势，了解疫情特点，准确判断风险，制定应对措施。国有企业开始加强生产线上员工的防疫培训，提供口罩、消毒液等防疫物资，加强对员工的健康监测和防控措施，确保员工的安全和健康。此外，国有企业还加强与政府、医疗机构、科研院所等的合作，及时了解疫情动态，共同研究解决方案，形成了合力抗疫的态势。

### 第三段：转型升级，保障生产

面对疫情的冲击，国有企业积极转型升级，保障生产的持续进行。他们加快了数字化转型的步伐，推动工业智能化发展，提高生产效率和质量。同时，国有企业努力开拓新的市场，主动寻找替代供应链，确保生产与供应的畅通。在一些疫情

严重的地区，国有企业还积极履行社会责任，转产生防疫物资，支持疫情防控工作。这些举措使得国有企业在疫情期间不仅保持了正常生产，还实现了转型升级。

#### 第四段：员工稳定，人才保障

国有企业重视员工的稳定和人才保障，为员工提供了安全、稳定的工作环境。在疫情期间，国有企业加强了对员工的关怀，提供了心理辅导、健康保障和优秀员工的奖励。国有企业注重员工的培训和能力提升，通过网络平台组织线上培训和学习，提高员工的综合素质。此外，国有企业还采取一系列措施，留住人才，激励员工对企业保持忠诚和奉献。这些做法使得国有企业在疫情期间保持了良好的员工稳定性和人才储备。

#### 第五段：技术创新，积极作为

疫情期间，国有企业展现了积极作为和创新精神。他们不断探索新的技术应用，加强学习研究，推动科技创新，为疫情防控提供了有效的支持。各个国有企业通过自主研发和合作创新，开发出多款疫情防控产品和解决方案，为疫情期间的防控工作做出了重要贡献。同时，国有企业还积极参与社会捐赠和公益活动，为抗疫工作提供了有力的支持和帮助。

#### 结语：

国有企业抗疫心得体会，通过提高意识、科学防控，转型升级、保障生产，员工稳定、人才保障以及技术创新、积极作为等方面的努力，为疫情期间的抗疫工作提供了有力支持。这些经验和体会不仅为其他企业提供了借鉴，也在一定程度上推动了国有企业的发展和提升。我们有理由相信，在未来的挑战中，国有企业将继续发挥重要作用，为中国经济的稳定发展做出更大贡献。

## 国企提成百分合理吗篇二

时下，国有企业扭亏增盈工作已成为我国各级政府面临的一个老大难问题。国有企业改革几经周折，却难达到预期效果，其中症结何在呢？笔者认为，其中一个原因是由于国有企业员工的思想认识、企业的经营理念与市场经济不谐调。即缺乏一种良好的企业文化，推动企业的机制转换。

在计划经济条件下，国有企业按国家指令性或指导性计划进行生产、销售，由于各营销环节有国家计划的保障，因而国有企业员工形成一个固定的认识与拘泥的思维模式。而在市场经济条件下，原有的条条框框被打破，国有企业被推动市场的最前沿。因此，国有企业的原有生产模式，经营理念，员工的思想认识，就需要一种完全适应市场经济的企业文化即国有企业文化更新，替代。

国有企业化其基础应该是中国优秀的传统文化。中华文化有五千年的历史，是人类的一种本源文化，在漫长的岁月，各种思想、观点不断地经历着冲击，变革相互借鉴，沉淀出来的思想意识、文化体系反应了中华民族的聪明与智慧。以其主流儒家文化而言，不仅中国，在东亚其它国家，东南亚各国都有着巨大的影响，并形成了一个广泛的儒家文化圈。这些地区的许多著名企业，如松下公司、三星集团等，便是以儒家文化作为其企业文化的主体，造就企业与员工之间，员工与员工之间一种互相信任，互为依托，共同生存的关系，从而使企业在国际竞争能立于不败之地。儒家文化宣扬诚信，重义勤俭，所谓：“人而无信，不知其可也”，“见义不为，无勇也”，“言必信，行必果”，“君子险而不争，群而不党”，在我国，已经深深植根于人们内心，国有企业只有通过对这些理论重赋新义，将传统瑰宝，再植灵根，弘扬继承儒家文化精华，才能逐渐确立企业文化的根基。当然传统文化的其它分支文化，诸子百家，包括兵法、谋略等也应为企业文化有分别的吸收。商场与战场，现在，世界各国研究《老子》、《孙子兵法》、《三国》的热潮正方兴未艾，通

过研究将理论成果引入企业决策，“知其力，用其势”，以加强其竞争力。因此，国有企业文化建设要敢于突破原有认识模式，将一切有用的传统文化都继承过来，去粗存精，全面利用。

国有企业文化应坚持吸收国外著名成功企业的企业经营理念，做为企业文化建设的补充。因企而宜，洋为中用，只要对自己有用的，不妨拿来，文化的不断交流融合，将促进文化的进步。我们可以看到，一些西方的营销理念已被我国企业所接受。比如“顾客至上”、“产销统一”等，在西方企业文化中，“产品质量”与“销售服务”是企业营销的两个主要因素。企业遵循的原则就是为顾客提供最好质量的产品与最佳的服务，目前，社会上流行的“承诺服务”制度也正是我国服务窗口行业对此的内涵延伸。

国有企业文化建设分为两部分：员工管理文化和生产营销文化建设。员工管理文化是指企业对员工的日常工作和行为进行规范教育的主体文化。生产营销文化是指企业在生产活动和产品销售活动中应具有的继承与创新，传统与现代相结合的客体文化。

员工管理文化实质是员工的管理，即人的因素，也就是通过各种宣传，教育，引导员工树立企业与员工利益一致的思想，真正做到以企为家，从内心回应、遵守企业的各项规章制度。同时，教育引导员工树立正确的世界观、价值观与责任感。

生产营销文化实质是员工管理文化的延伸，即强调物的因素，主要体现企业生产出品质、质量优良的产品，并拥有自己的良好品牌，同时经营、销售手段有深深的文化内涵，既不喧众取宠，但又讲究策略，去赢得消费者的信赖。国有企业文化建设的两部分是密不可分的，两者有互相促进的作用，良好素质的员工可以生产出优质的产品，优质的产品透过品牌等行销战略产生最大的经济效益，促进员工的积极性，通过这种良性回圈，从而使企业不断壮大。

诚然，国有企业文化建设非一朝一夕可以完成。但拥有良好企业形象与优秀企业文化无疑将是企业的一笔巨大的无形财富。

## 加强企业文化建设 实现国有企业可持续发展

省属国有企业是关系国家安全和山西国民经济发展命脉，在我省煤炭、冶金、电力、化工、装备制造等重要行业和关键领域占支配地位的重要骨干企业。这些企业是我省国有企业的排头兵，在全面建设小康社会，发展壮大国有经济，发挥国有经济的控制力、影响力和带动力方面具有举足轻重的作用。

### 一、省属国有企业以文化建设促改革发展取得显著成效

近年来，省属国有企业认真贯彻“三个代表”重要思想和党的十六大精神，紧紧围绕企业可持续发展战略，改革管理体制，创新经营理念，积极应对经济全球化和激烈的市场竞争，在培育企业精神、推动制度创新、塑造企业形象等方面做出了积极的探索，取得了明显成效：一是以培育企业精神为核心，着力培育了“艰苦创业、勤俭办矿”的潞安石圪节精神、“自力更生、艰苦奋斗”的太钢李双良精神和“勇于奉献、争创一流”的大同煤矿精神，有效地激发了广大干部职工振兴企业、产业报国的激情，体现了国有企业艰苦奋斗、敬业爱国的主人翁意识和无私奉献的社会责任感，展现了我省工人阶级的崇高境界和精神风貌，为企业改革发展提供了不竭的动力；二是以创新经营理念为重点，各个企业精心提炼了具有现代气息和自身特色的文化理念，如：国际电力“选一个好的总经理、用好一个年薪制、确定一套考核指标”的“三个一”经营理念，阳煤集团“基础为本、科学严谨，程序为先、集约为细”的管理理念，同煤集团“做强同煤、造福员工”的发展理念，晋煤集团“创新、创业”的核心理念，漳山发电“舒心工作、舒心生活”的行为理念，大同齿轮集团“经营品牌、创造市场”的市场理念，以及太原煤气化、

山西焦煤、潞安集团等企业提炼的学习理念、质量理念、安全理念、营销理念，等等，极大地丰富了省属国有企业企业文化的内涵，成为助推企业改革发展的思想先导和精神动力；三是以加强制度建设为基础，省属企业大力推行阳泉煤业集团的“6s”行为养成和“rem”精细管理模式，把企业精神、经营理念等融于管理制度中，渗透到管理过程的每一个细节，建立和完善了系统规范的管理体系，实现了管理制度与文化理念的对接，有效地规范了企业管理，推进了管理升级，提升了管理水平；四是以导入企业识别系统为契机，不断优化和提升企业形象。据不完全统计，由省国资委监管的36家企业中，已有20多家按照现代企业管理要求导入了ci企业识别系统，通过优化企业形象，打造了企业品牌，增强了企业的美誉度和市场影响力，成为推进实施品牌战略的有效手段；五是以开展精神文明创建和创建学习型企业为载体，注重用社会主义思想道德规范和先进的科学文化知识武装员工，为企业和员工的共同发展增强了创新能力和发展实力；六是以挖掘与整合传统文化资源为基础，加强企业文化阵地建设，开展了形式多样的文化体育活动，营造了和谐发展的企业环境和健康向上、宽松和谐的文化氛围，极大地满足员工的精神文化需求，提高了员工对企业的归属感和自豪感，增强了企业的凝聚力；七是坚持以文化育人、典型引路为方式，培养了李双良、马六孩、叶晋庆、栗俊平、顾翠云等一大批国家级劳动模范，造就了一大批高层次的科技人才和懂经营、善管理的优秀经营管理者，培育了一支敢打硬仗、能打胜仗、勇于奉献的“四有”员工队伍，为我省企业的改革发展提供了人才保障和智力支持。

几年来，省属国有企业通过不断深化改革，加强企业文化建设，培育了核心竞争力和企业创新能力，提高了经济效益和管理水平。2005年，由省国资委监管的36户大型国有企业资产总量达到了2946亿元，实现销售收入1776亿元，增加工业产值476.85亿元，上缴税金252.34亿元，实现利润86.8亿元，涌现出了像太钢集团、山西焦化、国际电力、太原重工、晋城煤业、潞安矿业、杏花村汾酒等一批具有相当规模和市场

竞争实力的大公司和大集团。据今年国务院国资委公布的全国国有企业主要经济指标统计，我省在全国各省市的排位是总资产第6位，净资产第5位，销售收入和利润为第6位，与2004年省国资委成立时全省经营性资产和总资产排在第17位比，有了很大进步。

近年来，省属国有企业在企业文化建设方面做了大量的工作，取得了明显成效。但是，我们必须清醒地看到，省属国有企业的企业文化建设发展并不平衡，与国内外优秀企业相比，与我们面临的新形势、新任务和我们自身的需求相比，还存在比较大的差距，主要表现为：(1)认识程度还不高。一些领导干部对企业文化建设的重要性认识还不足，文化管理的意识还不强，自觉参与重视的程度还不够，还没有将其真正整合到企业发展战略中，列入企业管理的议事日程，作为一项提高企业核心竞争力的重要工作来抓；(2)务实程度还不够。目前，我省的企业文化建设还没有真正形成有效的领导体制和工作机制，缺乏总体规划，目标、措施还不明确，经费、人员仍需要进一步落实，企业文化建设政工化、部门化、项目化现象还比较突出，普遍缺乏统一的思想基础和全员参与的管理互动机制，合力不足，力度不够；(3)内容还缺乏特色。在企业文化建设的内容上，不少单位理念雷同，内容相近，共性成分多，个性成分少，缺乏各具特色的文化内涵和张扬个性的创新能力；(4)文化与管理脱节。一些单位就文化抓文化，企业文化建设的内容与企业使命、愿景目标、发展战略等不相适应，与员工的切身利益关系不大，缺乏人本性和企业意识，文化建设与生产经营融合度小，关联性差，存在经济工作与文化管理“两张皮”现象；(5)检查考核力度不够。对企业文化建设，多数单位倡导布置的多，检查考核的少，缺乏主要领导亲自抓的工作机制和主动参与的内在动力，普遍存在工作人员素质不高，企业文化建设雷声大、雨点小、应付差事等形式主义现象；(6)宣传不够到位。在企业文化建设方面，普遍存在宣传力度小、教育培训差、基本知识普及率低等方面的问题，不少员工甚至一些中高层管理人员对企业文化的认识仍然停留在“政治思想工作”加“文体活动”

的阶段，也有人把“企业文化”当作一些大同小异的标语、口号或企业标识，并没有真正体现出企业员工所追求的价值观、经营理念和企业精神等深厚内涵，也没有真正发挥其推动企业持续健康发展的强大力量。

## 二、加强企业文化建设是国有企业创新发展的战略选择

党的十六届四中全会《决定》明确指出：“党要带领人民推进中国特色社会主义伟大事业，必须大力发展社会主义文化。”这就非常突出地强调了文化建设的重要性。作为社会主义文化重要组成部分的企业文化，是激发和凝聚企业员工的归属感、积极性和创造性的强大思想基础，是实现企业持续健康发展的精神动力。在当前，随着经济全球化的日益加快，建设先进的企业文化具有十分重要的战略意义和现实意义。

一是国有企业深化改革的有力保障。以市场为导向、以产权制度为核心的国有企业改革，必然会促进企业的体制创新、技术创新和管理创新，而所有创新的基础，必须以理念创新为先导，促使员工解放思想观念、主动参与改革，以合理调整企业内外的各种利益格局、不断增强企业发展的内在动力、促进企业改革目标的顺利实现。

二是适应全球经济一体化的战略举措。目前，全球500强企业中我省榜上无名，进入中国500强的企业中，我省也仅有太钢集团、山西焦煤、山西建工、山西路桥、煤炭进出口、省煤运、潞安矿业、晋城煤业、同煤集团和阳泉煤业集团10户国有企业，这与我省在全国经济发展中占有的地位、发挥的作用很不相称，与山西新型能源和工业基地建设的发展需要很不适应。在经济全球化和完善社会主义市场经济体制的新形势下，国有企业面临着跨国公司和国内多种所有制企业的双重竞争压力，要实现可持续发展，就必须面向世界、面向未来、面向现代化，建设与世界接轨、与时俱进的先进企业文化。

三是促进企业可持续发展的重要保证。长期以来，党坚持对国有企业实行政治领导，不断加强企业思想政治工作和精神文明建设，形成了国有企业鲜明的政治优势。新形势下，加强企业文化建设，更有利于发挥这种政治优势，增强企业思想政治工作的针对性、主



动性和有效性，帮助员工树立与社会主义市场经济相适应的思想观念和经营理念，为国有企业全面、协调和可持续发展提供强大的精神动力、智力支持和思想保证。四是实现企业与员工和谐发展的重要途径。企业文化的核心是实施以人为本的管理，从本质上讲也是做人的工作的。建设先进的企业文化，可以营造一种良好的企业氛围和人才辈出的人文环境，促进有理想、有道德、有文化、有纪律的“四有”员工队伍建设和企业家队伍、经营管理者队伍、专业技术人才队伍等企业各类人才队伍的建设，实现员工与企业的互动双赢和和谐发展。

### 三、加强省属国有企业文化建设的几点思考

机遇与挑战同在，希望与困难并存。省属国有企业要在全球经济一体化的环境中做强做大、实现可持续发展，就必须紧紧抓住国有企业深化改革和国家实施中部崛起战略这个良好的发展机遇和有利时机，在深化经济体制改革、完善法人治理结构、转换经营机制和加速产业结构调整的过程中，进一步加强企业文化建设，着力培育企业核心竞争力。

(一)明确企业文化建设的指导思想和战略目标。企业文化建设，必须以“三个代表”重要思想和党的十六大精神为指导，牢固树立以人为本和全面、协调、可持续发展的科学发展观，在传承中华民族优秀文化和国有企业优良传统的基础上，吸收、借鉴国内外先进的管理理念，以爱国奉献为追求，以人本管理为核心，以学习创新为动力，坚持制度创新与观念创新相结合，着眼于内强素质、外塑形象，立足于文化强省、产业报国，力争用3-5年的时间，基本建立起适应世界经济发展趋势、遵循市场经济发展规律、具有鲜明时代特征和符合企业发展战略、体现员工根本利益、反映山西文化发展和企业特色的企业文化体系，培育企业核心竞争力，为发展壮大国有经济，全面推进山西新型能源和工业基地建设做出新的贡献。

(二)规范企业文化建设内容和体制机制。文化管理的核心就

是要为企业建立一套做人、处事的价值标准和行为规范，保证企业选正确的人、做正确的事，为企业提供发展动力和人才保证。加强省属国有企业文化建设，必须遵循文化管理的基本原理，扎实推进以下几方面的工作：一是在大力弘扬爱国主义、集体主义、社会主义精神的基础上，按照社会主义市场经济要求，精心提炼和培育具有鲜明时代特征的企业核心价值观与企业精神，构筑引领企业发展之魂；二是在概括和总结企业生产经营与管理实践的基础上，吸收优秀的文化成果与管理经验，确立与市场经济相适应的经营宗旨、管理哲学、发展战略、企业道德等理念体系，全面加强企业管理，推动企业沿着正确的方向健康发展；三是以人本管理为主线，寓文化理念于管理制度中，改革完善企业劳动、人事与收入分配制度，建立企业绩效考核制度与奖惩激励机制，整合企业制度，优化管理流程，开发人力资源，以科学的制度体系规范企业行为，以有效的制度创新提高企业管理水平；四是以塑造企业形象为目的，规范企业识别系统，加强企业文化设施建设，优化企业环境，打造企业品牌，增强企业的市场占有率和社会影响力，提升企业的知名度、信誉度和美誉度，树立企业良好的社会形象。

企业文化建设是一项系统的管理工程，需要企业各个部门的密切配合与通力合作，才能有效实施。在管理体制机制的建设上，应按照省国资委制定出台的《关于加强企业文化建设的指导意见》要求，成立与企业法人治理结构相适应的领导体制和工作机构，确定相对专业的工作人员，建立工作制度与考评激励机制，真正做到领导重视、人员落实、制度保证、经费保障，确保企业文化建设步入决策理性化、管理制度化、操作规范化的良性发展轨道。

(三)推进省属企业文化建设理论研究与实践创新。企业文化是一门系统性、实践性较强的综合管理科学。省企业文化研究会、省属企业文化建设工作机构与广大理论工作者，要以“三个代表”重要思想为指导，坚持科学发展观，紧密结合我省企业的产业特点和加快新型能源与工业基地建设的实

际，按照面向世界、面向未来、面向现代化和系统、科学、实用的原则，加强企业文化理论研究和实践探索。一是从解决企业面临的主要矛盾入手，围绕企业改革发展中的主要矛盾和突出问题，集中精力在企业发展战略、管理体制与企业兼并重组等一些重大问题上进行研究和探讨，制定省属国有企业企业文化建设与可持续发展战略；二是从企业文化建设的机制、内容上入手，总结成功经验，为我省企业文化建设提供一套科学、规范、具体、可操作的评价体系；三是从企业资产重组、体制变革和制度创新入手，加强对企业文化建设中带有全局性、前瞻性和战略性问题的研究，为省属企业文化建设提供理论支撑与经验指导，扎实推进国有企业文化建设在市场经济条件下的转型与再造，为省属国有企业可持续发展做出应有的贡献。

## 文化剖析：“三刀”砍向国企

应该说，在市场经济条件下，任何一家企业的成长、发展、壮大，都与其文化因素有关。尽管这些年来，中国市场环境在日臻完善，并逐步走向成熟，国有企业特别是大型国有企业集团经过一系列的持续改革，获得了迅猛的发展，但这多是以国家政策为主导所带来的规模效应，并非完全出自于企业自身的生存发展要求。客观地讲，经过二十多年市场经济的发展，国有企业从中看到了很多与计划经济完全不同的东西，体悟到了不少市场经济道理，也实施了不少与市场接轨的内部改革举措。从量上看，国有企业与二十多年前相比确实出现了巨大的变化，但从质上来看，国有企业仍然不像“企业”，这种现象可以从国有企业的文化建设进行深入剖析。

为什么国企不像“企”？我认为，企业文化是剖析国有企业的一把锋利的刀。我这把刀要砍三下，从外向里剥。第一刀砍向国企文化的表层，是有文化还是没文化；第二刀砍向国企文化的中层，是真文化还是假文化；第三刀砍向国企文化的核心层，是活文化还是死文化。下面，我就按这个顺序依次将刀砍下去，剖析情况慢慢听我道来。

## 第一刀：国企是有文化还是没文化。

几十年来，由于“先天”独有的基因，国有企业在中国经济格局中一直处于一种政策优势地位或者经济主导地位，经济上的雄厚助长了“国老大”的意识，在经济全球化、市场开放化的今天，这种意识一直还在滋长。这种滋长主要体现在企业文化建设上的一种“不甘示弱”的面子观念。

改革开放以来，特别是中国加入wto以来，跨国公司像洪水猛兽般涌入，国内民营企业像雨后春笋般迅速成长，竞争汇集到一个焦点上就是企业文化。那些具有百年文化底蕴的跨国公司以其独特的企业文化优势在中国市场上表现出一股强劲的势不可挡之势，而国内一批成长起来的民营企业更是站在巨人的肩膀上广泛吸取中外企业的文化优势，在市场竞争中绽放勃勃生机。

相比之下，我们的国有企业又怎样呢？正所谓“老大”难，难于上青天。这个难不是市场争夺的难，不是规模实力的难，也不是资源瓶颈的难，而是管理适应的难，是企业魅力的难，是形象品位的难，说到底，就是企业文化建设的难。不管怎样，“老大”还是老大，尽管企业文化不如人家，但企业面子还是要撑起来，表面上是为国家争光，为民族争气，可骨子里还是“官老大”的习气不肯在市场经济面前低一下头。于是乎，众多国有企业不得不关起门来做文化，回过头去找文化，群策群力补文化。

不可否认，任何企业都有自己的文化，国有企业亦不例外。绝大多数国有企业都是从计划经济时代走过来的，它们的文化存量都表现出共同的特征：那就是战争年代传承下来的革命文化，国家建设初期烙下的创业文化，“多快好省”建设社会主义的政治文化，为祖国建设添砖加瓦的奉献文化，等等。当然，在这些存量文化中蕴含着宝贵的至今还用得上而且需要大力弘扬的艰苦奋斗、开拓进取、敬业奉献的传统精神，但是与瞬息万变的市场竞争环境相比较，光有这些革命

精神还不够，如果仅以这点文化存量来论全球化、国际化、信息化，那只是杯水车薪，还只算万里长城的第一步。现在，对国有企业来说，要变革的东西，要学习的东西，实在太多了。

令人可喜的是，在市场经济大潮下，在经济全球化趋势下，现在越来越多的国有企业已经认识到企业文化的重要性。从目前情况看，大多数国有企业还不能完全适应市场竞争，官本位的思想比较浓厚，这也是可以理解的，因为从计划经济走入市场经济的时间毕竟只有这么长，国有企业的转轨变型和脱胎换骨还需要一个较长的缓冲过程。国有企业有文化，有自己积极的存量文化，而且值得深入地挖掘整理一下，但并不是说，我们有了这点文化底子就可以与人家走过百年时光的跨国公司论伯仲、比高低，现在我们真正要学的是百年老店的那种坚定执著精神，那种与“市”俱进精神，那种永无老气、充满青春活力的精神。不管我们的文化是寻根问祖找出来的，还是几个秀才整出来的，关键是我们的文化是不是符合企业战略的，是不是反映了企业做事处世的态度，是不是表现出企业里里外外的统一。如果以这些标准来评价当今国有企业的文化建设，我敢断言，能够合格的只怕为数寥寥。

我之所以用“有文化还是没文化”作为剖析国有企业的第一刀，就因为企业文化建设的目的是培育企业的核心竞争力，而核心竞争力是以遵循路径依赖为前提的，路径依赖是什么？就是特定市场、用户价值、企业历史和文化背景。这里暂且不论特定市场和用户价值，就从企业历史和文化背景来看，国有企业尽管有一些历史沉淀和文化基础，但并不足以构成企业的核心竞争力。人家麦当劳、可口可乐公开就讲，它们卖的是品牌，经营的是文化；现在我们的国有企业恐怕没有几家可以说，我们卖的也是品牌，经营的也是文化。为什么？在市场经济面前，国有企业缺的就是品牌，就是企业文化。

别看现在的国有企业上至国资委，下至一般的地方小国企，

企业文化建设搞得那么火热，搞得似乎有板有眼，但我总认为这是“虚火”，缺少持续燃烧的后劲，终究烧不了多久。根本原因就是我們不是因企制宜打造企业百年的核心动力，而是靠行政在推动企业文化运动。不少国企老总或多或少在不同场合表现出这样的言论，“现在企业都在搞企业文化，我们不搞不行啊！”“与国外企业交流，人家都有成套的企业文化，我们比不过人家。”“国资委这几年对企业文化建设抓得很紧，上面要求这样做的。”“咱们上市公司按求向股民披露情况，企业文化这块内容不能没有。”……如此等等，也反映了现在大多数国企的文化建设是被动的，是上面要求的，是被逼无赖的，而不是企业发自内心，主动去做的。

所以，我这第一刀剖析国有企业的结果是，国企既有文化，有自己的存量文化，又没有文化，没有适应市场经济的增量文化，没有真正发自企业内心、符合企业长远发展要求的个性文化。

第二刀：国企是真文化还是假文化。

如果说，我的第一刀是砍向国有企业文化建设的表层，那么，这第二刀是砍向国企文化建设的中层。或许，我的第一刀分析得并不客观，有国企不服气，“凭什么说我们没有文化”，那好，我这第二刀就是砍给那些不服气人们看的。你不是有文化吗？再砍一刀看看，你的文化到底是真文化还是假文化！

我认为，中国国有企业是善于做文化的高手。为什么这么说？我看很多国有企业为了响应市场、社会和上级主管部门的号召，正在加快企业文化建设的进程。有的企业确定企业价值观和核心理念，不会找词汇，就到处寻章摘句，就捡最漂亮、最时髦、最能煽动人心的话往自己企业脸上贴，有的为了避抄袭之嫌，就改头换面，换一种说法，有的就干脆将这个任务转包给社会上的咨询公司。一夜间，就能将企业文化的种种要素完全补上来，看起来还真有那么一回事。我曾问过一家国企的同行，说他们的企业文化做得很有特色，而且可以

与某某知名跨国公司媲美。这位同行暗地里给我吐露实情，说就是参照那家跨国公司的，我说你们企业也是很知名的，而且有自己的文化基础，为什么不按自己企业的路子来梳理文化，干嘛照搬别人？他说这样省时省力省钱，而且人家的文化已经市场检验了的，这样更具权威性。

还有一个例子，我在北京做企业文化的时候，一位在读研究生自称是某某知名企业文化教授的高足，听到某国有大型企业集团正在做企业文化建设纲要，就主动上门推销自己。为了证实自己的实力，他当场搬出厚厚的一个大部头，说是给河南某国有矿企业做的企业文化项目。这个部头看上去很气派，就像一本汉语大词典，我翻了翻，企业文化的内容比较全面，就是没有什么个性的东西，而且看得出，他们为这家企业做文化，并没有费多大工夫，因为里面的内容，无非是把这家企业已有的五花八门的制度、产品、技术、管理程序、形象识别等按时下流行的企业文化模子进行分门别类，然后再包装一下，内容看起来多，其实很简单，没什么特色。其中还有一个插曲，之前这个人来过我做文化的那家企业，当时还拿走了一份企业文化建设初稿，他这次来推销，领导一翻他带来的那个部头，竟然发现这家国有矿企业的企业文化纲要与他拿走的那份企业文化纲要初稿一模一样，而且没有改一个字，当时领导感到很惊讶，也很气愤，说：“你们做咨询的就这么拿我们的东西为他人作嫁衣！”

我举上面两个例子，也许只是几个特殊的案例，不能代表整个国有企业，但是，有一点可以证明，国有企业现在的企业文化来得都比较容易，甚至可以“不费吹灰之力”。俗话说：事非经过莫知难。企业文化建设不仅是企业一辈子的大事，也是企业几代甚至千秋万代的基业。国有企业的文化如果自身不经历一番阵痛，怎么会有真正属于企业自己的文化。像上述两个例子，虽然表面上看企业很重视，但那是负责任、极端草率的行为。人家跨国公司经历百年的文化积累和经营管理感悟，才有今天独特的企业个性和核心竞争力。我们看人家的企业文化往往表现出来的是最优秀的一面，说的本质

一点，就是只看到了跨国公司百年之后形成的企业文化模式，但不能体会到它百年磨练的艰难历程。当然，我们学习人家好的经验和做法，尽可以大胆实施“拿来主义”。可以肯定地说，现在这些跨国公司的经营管理成果是经过市场洗礼和适者生存不适者淘汰之后形成的企业文化结晶。国企如果能够站在巨人的肩膀上并为我所用，有助于我们迅速缩短与国外企业的经营管理差距。

我第一刀砍的是有文化还是没文化，从上述例子可以得知，应该多数国企都有自己可以搬得出而且可以登堂亮相的文化了，所以，为了进一步解剖有文化到底是什么样的文化，我不得不砍下第二刀，国企文化是真文化还是假文化。既然多数国企文化来得都比较容易，做得都比较痛快，正所谓来得容易去得快，这种作秀的文化终究不是企业自己的，终究维持不了多长时间，所以，我说是假文化，这个“假”并不完全是真假的意思，还有通假字的引申，就是借来的文化。

有的国企虽然有了自己真正意义上的文化，但是“说一套做一套”、言行不

一、制度不定、人治代替法治，有制不行，有章不循，我说这只是执行力不强造成的，只要循序渐进，逐步治理改善，终究会走上文化管理的轨道。所以，像这类国企文化不能一概而论真假，而是要看企业文化是否真正落地了。

第三刀：国企是活文化还是死文化。

前面两刀，完成了对国企文化两个命题，即有和无、真和假的剖析。现在，我要挥舞第三刀砍向国企文化最致命的核心层，剖析国有企业的文化是活文化还是死文化。

在我看来，所谓活文化，就是经得起时间和实践的检验，能够使企业充满活力，青春永驻，能够管今后几十年，甚至上百年的企业文化。活文化的主要特征是能够适应市场和环境



变化，具有开放性和竞争性，充满创新精神和变革思想，不但与时俱进，而且与“市”俱进。所谓死文化，从状态上讲，这种文化像死水一潭，没有活力，不能应对各种挑战，在一定的稳定环境中，这种文化也许可以暂时维持企业的生存，但是不能促进企业的成长和发展壮大，这种文化持续下去，只能加速企业的衰落，最终走向死亡。

当然，在目前的经济环境下，国有企业的生死还不能完全由市场说了算，市场顶多还只是判断国企生死的一个预警指标，国企的生杀予夺权力很大程度上还操持在政府手中。正如要对企业价值进行评估一样，企业价值到底多大，按照评估操作程序，肯定要剔除一些非正常因素，就是把那些有失公正和非常因素排除掉，最后再对企业本身的进行价值评估。我这第三刀砍下来，也不考虑政府对企业的行政左右权，完全从市场竞争的角度来判断国企文化到底适不适应环境变化的要求，到底是活文化还是死文化。

改革开放以来，特别是1990年代以来，人们对搞好国有企业倾注了太多的精力、智慧和辛劳，但结果并不令人乐观。现在人们说，国企最大的难题是改革，最大的弱点是缺乏竞争力，缺乏核心竞争力。

拿改革来说，改革开放进行了多少年，中国国有企业就进行了多少年的改革。大的产权制度改革姑且不谈，就现在国有企业普遍推行的分流改制、资产重组、剥离企业办社会职能等改革来说，效果并不很佳，由于国有企业自身承担着维持一方稳定的政治责任，有许多国企出现了走回头路的迹象。还有，企业内部管理上的改革，一旦遇到利益问题、人事问题，就会出现中梗阻，企业为了不影响全局的改革，总会在改革的局部问题上实施变通，尽量让当事人满意，从而导致改革走样、走形式的现象层出不穷。

国企改革是一场革命，但是真革命还是假革命，这是由国有企业的文化特征决定的。国有企业与国外企业竞争为什么缺

乏竞争力？我认为，主要是国有企业投入的成本和付出的成本太高，投入成本高是因为人员多、负担重，而且国企管理机构庞大，内部损耗太大，导致效率低，成本居高不下；付出成本高是因为每推行一项管理上的变革，总要经历一个由阻止到不适应到磨合再到低效率起步的艰难过程，其中付出的管理成本包括直接的和间接的都是巨大的，应该说，这个付出的管理成本，就是国有企业在变革过程中造成效益流失的一个特大黑洞，到目前为止，这个问题还没有引起政府部门的高度重视。国有企业改革难，说明国有企业本身的文化就缺乏适应性，企业文化本身就应该变革，或者再造，或者重塑。

谈到国企的创新问题，前不久，科技部副部长尚勇在第十届中国国际投资贸易洽谈会举办的有关论坛上说，全国规模以上企业开展科技活动的仅占25%，研究开发支出占企业销售收入的比重仅为0.56%，只有万分之三的企业拥有自主知识产权。“我国一些产业领域正在表现出一定程度的对外技术依赖，大到飞机、汽车、制造装备，小到服装、日化用品，国外品牌和国外技术主导的格局日益显现”。

在增强自主创新能力、建设创新型国家成为国家战略的当今，“只有万分之三的企业拥有自主知识产权”的现实，既表明我们企业特别是国有企业在自主创新方面与发达国家存在的差距，同时也说明国企的文化缺乏活力，因而不能培育出具有创新精神的企业文化氛围。胡锦涛总书记年初在全国科技大会上指出，“自主创新能力是国家竞争力的核心”，“在关系国民经济命脉和国家安全的关键领域，真正的核心技术、关键技术是买不来的，必须依靠自主创新”。国有企业作为中国自主创新的主战场，本身就承担着创新主力军的作用，但是国企要实现真正自主创新的行为，首先要从企业文化建设上激发活力。如果文化还是一潭死水，创新就没有动力。

总的来讲，我这第三刀砍出来的结果是，当前国有企业文化中“死”的成分居多，活力不大。只有当国有企业的核心竞争

力真正提升的时候，国企的企业文化才能是真正“活”了文化。

## 国企提成百分合理吗篇三

尊敬的单位领导：

您好！

在您如此繁忙的时候，给您写这份申请，提出辞职，实属不该，但我清楚地记得自己的理想和抱负，记得对自己的承诺，所以经过慎重的考虑我决定辞去现有的职务，离开贵单位。希望您在百忙之中能够审阅我的申请，并批准。

我的理念是做一切不可能的事，用实力来完成自己的梦想，现在的工作真的让我不能照顾自己，我希望领导准许我换一个工作环境。交接工作可能需要一段时间，但是我希望在20\_\_年11月初期能完成工作的交接，希望领导能理解。

在未离开单位岗位之前，请领导正常分配我的工作，我一定会尽自己的职，做好应该做的事。如果因为我的离职而给单位造成的不便，我只能深表歉意和遗憾。望领导批准我的申请，并请协助办理相关离职手续，在正式离开之前我会继续认真做好目前的每一项工作。

祝您身体健康，并且希望单位的事业能蓬勃发展。

此致

敬礼！

辞职人：本站

20\_\_年\_\_月\_\_日

看过国有企业辞职报告范文的人还看了：

1. 国企辞职报告范文大全

4. 通用辞职报告范文十篇

8. 有关于辞职范文

## 国企提成百分合理吗篇四

作为国有企业员工，我们都是见证了企业从诞生到成长，发展至今的历史和进程。在市场经济的推动下，企业经营、管理和制度不断更新和完善，现如今企业已走过了从开局混沌到逐步成长发展，从改革发展到创新创业的历程。而在二次创业的当下，我们作为国有企业员工，自然也应该为企业的二次创业做出应有的贡献。

### 第二段：认识二次创业的意义

在市场经济的大潮中，生存以及持续发展已经成为企业面对的一个基本挑战。在外部竞争不断加强的同时，国有企业也必须面对内部的问题，包括过渡期积累的历史遗留问题，制度不完备的弊端以及人才的流失等方面的问题。而在这样的一个时期中，企业在保持原来的发展步伐的同时，必须加快步伐，想方设法地发现新的优势点，将零散存在的资源有机地串联起来，进一步激发企业发展的动力，推动企业的升级换代。

### 第三段：如何推进二次创业

企业最大的优势在于团队管理，企业有了强大的人力资源优势，以及团队的高度团结性，加上流程的不断优化，可以更加快速地将优势转化为实际的利益。同时，针对现实问题，我们应该在制度、管理、技术等方面进行创新。比如，针对

企业管理的精益化、高效化，应该在员工培训与激励、优化流程管理、创新事业，广开资源，最大限度地调动企业的积极性，充分地发挥优势。

#### 第四段：如何共同成长

在这个过程中，企业与员工都必须共同成长。对于企业来说，需要更加注重培育人才，提高员工的综合素质、管理能力和领导力，让其共同适应市场、企业和社会的发展的需求。对于员工来说，要注重学习、积极进取、勇于钻研、勇于开拓等方面的素质的培养，使其逐步成长成为与企业一条心的人才，为企业的发展而共同奋斗。

#### 第五段：结语

二次创业是国有企业迎来新机遇的时刻，更是企业共同发展、共同成长的机会。在这个过程中，需要企业更加积极地创新与推进，团队更加团结地协作，员工更加努力地拼搏，共同推动企业更好地融入市场经济的时代潮流中。我们应该在创新发展的道路上不断探索和实践，推动企业二次创业的步伐进行得更加顺利、高效和快速。

## 国企提成百分合理吗篇五

作为国家经济命脉的国有企业，在经历了改革开放以来的风风雨雨之后，已经步入了一个新的时代。近些年来，国有企业开始了二次创业的征程。然而，在这一过程中，也面临着许多的困难和挑战。作为一名从业者，我亲身经历了这些过程并获得了一些心得体会。

### 一、把握机遇，开拓创新

国有企业的二次创业，必须把握机遇，开拓创新。在我从事的纺织行业，我们发现了绿色环保、智能生产和新型材料等

新兴市场。为了迎合市场需求，我们积极探索和开发公众喜爱的新型产品，积极引进和运用新技术、新材料，不断提高产品质量和竞争力，在竞争中立足、壮大。如今，我们的产品已经进入了国内外市场，开始了公司第二次跨越。

## 二、勇于担当，转型升级

国有企业在二次创业中，勇于担当，转型升级是必要的。去年疫情期间，我们公司利用自身优势生产口罩等医疗物资，积极支援国家疫情防控工作。这一点得到了国家政府和市场的高度认可，引起了各界的好评。在转型方面，我们拥有先进的技术和生产设备，在生产中积极推进智能化、自动化，并开发具有自己知识产权的新型材料和产品，实现了从单一的纺织品生产企业到高端纺织品制造企业的转型升级。

## 三、人才建设，打造核心竞争力

作为国有企业，在二次创业的过程中，人才建设是极其重要的一环。企业的核心竞争力在于人才，是企业的生命线。只有打造出一支高素质、高技能、高道德的人才队伍，才能在激烈的市场竞争中胜出。因此，我们积极引进和培养各类专业人才，为机构建设和超级团队打基础，提升企业管理水平，实现了多元化人才队伍的建设。

## 四、改革创新，解决瓶颈问题

国有企业在二次创业中，也面临着各种瓶颈问题。为此，需要进行改革创新，解决这些问题。在我们纺织企业，我们通过进一步深化国有企业改革，推进企业制度创新，健全规章制度，强化内部监管和外部影响，以解决企业生产、管理和市场等方面的瓶颈问题。这样做，既增强了企业的核心竞争力，又进一步强化了企业的运营能力。同时，对于此类问题，我们也下决心把它们变成市场化的机遇，使国有企业的发展更具活力和创新性。

## 五、社会回馈，履行企业社会责任

国有企业在二次创业过程中，必须注重社会回馈，履行企业社会责任。我们企业积极扶贫济困，推出就业计划，困难员工福利等计划，帮助合作商和员工解决各种问题。同时，我们也在体育、公益等方面积极回馈社会，帮助他们增强实力和自信心。这样做，不仅能够建立良好的企业形象，也能够提升员工的凝聚力和自豪感。

总之，国有企业的二次创业，需要把握机遇、勇于担当、人才建设、改革创新和履行企业社会责任。国有企业二次创业征程，还有很长的路要走，需要我们全体员工不断学习、不断更新，发扬团结协作、顽强拼搏的精神，更有冷静思考、勇挑重担的勇气和担当。只有这样，才能够促进企业与社会共同发展，实现企业与个人的双赢局面。

## 国企提成百分合理吗篇六

国有企业在对于员工进行薪酬管理方面跟私有企业有哪些本质的不同?国有企业的薪酬制度有哪些原则呢?以下是国有企业薪酬管理制度的范本，请参考。

### 第一章总则

第一条为落实□xxx国有企业负责人经营业绩考核与薪酬管理暂行办法》(以下简称《暂行办法》)，切实履行国有资产出资人职责，逐步建立起符合现代企业制度要求的激励约束机制，合理确定企业负责人和员工收入水平，调动企业负责人与员工的积极性、创造性，切实维护员工的合法权益，促进企业经济效益增长和实现国有资产保值增值，根据《公司法》、《企业国有资产监督管理暂行条例》等法律法规，结合我市实际，制定本规定。

第二条本规定适用于经市政府确定的，由成都市国有资产监

督管理委员会(以下简称市国资委)履行出资人职责的国有及国有控股企业(以下简称企业)。

第三条本规定所称企业负责人,指企业的董事长、党委书记、总经理和市国资委确定的其他负责人;所称员工,指除企业负责人以外的,与企业形成劳动关系的主体;所称薪酬,指按照相关法规和本规定,结合企业经营业绩考核结果及合同、经营责任书等法律文件所确定的,应由企业支付给企业负责人和企业员工的劳动报酬。

第四条企业薪酬管理应当遵循以下基本原则:

(一)贯彻执行国家、省、市的相关薪酬政策,按照法律法规和相关规定,规范薪酬管理;

(二)坚持激励与约束相结合,薪酬与风险、责任相一致,与经营业绩和劳动成果相挂钩。

(三)坚持绩效考核,效率优先、兼顾公平和企业薪酬水平增幅不高于企业效益增幅,企业负责人薪酬水平增幅不高于企业职工平均薪酬水平增幅,维护出资人的合法权益。

(四)坚持薪酬制度改革与相关改革配套进行,推进企业负责人收入分配和员工收入的市场化、货币化、规范化、透明化。

(五)建立薪酬预算体系、统一薪酬构成、控制薪酬总额,合理控制企业人工成本,提高企业竞争力,促进企业可持续发展。

## 第二章企业负责人薪酬的构成和确定办法

第五条企业负责人薪酬由基本年薪、绩效年薪和特别奖励三部分构成。



## 第六条薪酬的确定办法：

### (一)基本年薪

企业负责人的基本年薪是企业负责人年度的基本收入，主要根据企业经营规模、经营管理难度、经营环境、所承担的战略责任和所在地区企业平均工资、所在行业平均工资、本企业平均工资等因素综合确定。基薪每年核定一次。

分配系数：董事长、党委书记、总经理基本年薪为100%，副职基本年薪为70%-90%。

### (二)绩效年薪

绩效年薪与国有资本保值增值挂钩。主要考核指标为国有资本保值增值率、年度利润总额、净资产收益率和可持续发展能力；辅助指标为销售(营业)增长率、管理费用控制率、应收账款控制率等。主要指标为效益薪酬的计算依据，辅助指标为调整依据。企业完成市国资委下达的业绩考核指标或责任目标，其负责人可获得效益薪酬。考核指标随考核办法的调整而调整。

绩效年薪=绩效年薪基数×调节系数

其中：绩效年薪以基本年薪为基数；调节系数根据考核分数，在0-3倍之间进行确定。

当考核结果为e级时，其绩效年薪为0；

当考核结果为a级时，调节系数按 $2.5+0.5 \times (\text{考核分数}-\text{a级起点分数}) / (\text{满分}-\text{a级起点分数})$ 确定。其绩效年薪在2.5倍到3倍基数之间。

凡企业年度利润总额目标值低于上年度目标值与实际完成值

的平均值的，最终考核结果原则上不得进入a级。

### (三) 特别奖励

市国资委建立企业特别奖励制度，奖励对企业、行业和社会有特殊贡献的企业相关人员。具体奖励办法另行制定。

### (四) 确定薪酬的限制

#### 1、企业负责人岗位的分配系数差别限制

担任企业董事长、党委书记、总经理的薪酬系数为1，副职由企业根据其任职岗位、责任和贡献按法定代表人薪酬系数的0.6-0.9倍确定。

#### 2、企业负责人的薪酬与本企业职工薪酬的差别限制

企业负责人平均薪酬不高于本企业(含所属全资企业)职工平均工资的8倍。年薪兑现超过的部分，列入企业负责人经营业绩记录，作为离职后有突出贡献企业家特别奖励的参考依据。具体办法另行规定。

## 第三章 员工薪酬的构成

第七条企业员工薪酬，原则上由基本工资、补贴津贴和绩效工资(奖金)三部分构成，也可以根据其与企业签订的劳动合同另行确定。

第八条基本工资是指企业支付给员工的，金额相对固定的基本报酬。其标准主要根据职务、岗位、职称、学历、工龄等相关因素，参照社会及行业同等工资水平等综合确定。

第九条补贴津贴是指企业按照国家规定支付给员工的各项辅助性收入。

第十条绩效工资(奖金)是指企业根据经济效益和员工的劳动成果支付给员工的奖励性工资。

#### 第四章薪酬方案的制定和审批

第十一条企业根据自身经营特点，依照本规定确定的基本原则和薪酬构成要求，制订企业薪酬方案，并上报市国资委审批。

第十二条企业薪酬方案的主要内容，应当包括企业发展战略目标、企业收入分配原则、机构设置、人员编制、岗位设置、薪酬构成、各层级人员基本工资和补贴。

### 国企提成百分合理吗篇七

随着国有企业改革的深入推进，任职培训逐渐成为国有企业中不可或缺的一部分。作为一名参加国有企业任职培训的员工，我深感到这个过程对于我们个人和企业的发展都具有重要意义。下面我将从培训的目的、内容和方法、个人成长、企业发展以及未来展望五个方面，分享我在国有企业任职培训中的心得体会。

首先，国有企业的任职培训目的在于提高员工的综合素质。在培训过程中，我们接受了丰富的理论知识和实践经验的分享。这些内容涵盖了管理、技术、市场、法律等多个方面，使我们了解到全面发展的重要性，并激发了我们学习和进步的热情。通过任职培训，我们不仅能够从理论层面上理解企业的运作机制，还能通过实际操作来提高自己的实践能力。

其次，国有企业的任职培训内容丰富多样，具有很大的针对性。培训内容包括了新的管理理念、先进的技术和市场动态等，以满足现代企业发展的需求。例如，在管理方面，我们学习了先进的组织管理理论，了解了如何合理分配资源，提高效率。在技术方面，我们学习了新的生产技术和工艺，提

高了产品质量和竞争力。在市场方面，我们学习了市场营销策略和销售技巧，帮助企业更好地适应市场需求。这些内容让我们更加了解和掌握了企业发展所需的知识和技能。

第三，国有企业的任职培训过程中，我们个人得到了较大程度的成长。首先，我们的专业知识得到了提升。通过培训，我们了解到了最新的管理理念和技术。比如，在管理方面，我们学会了如何通过团队协作来提高效率；在技术方面，我们掌握了新的生产技术和工艺；在市场方面，我们学会了如何制定市场推广策略。其次，在实际操作中，我们的实践能力得到了锻炼。通过模拟实训和实际操作，我们能够更好地运用所学知识解决实际问题，提高自己的综合能力。

第四，国有企业的任职培训也为企业的发展提供了重要支持。通过培训，员工们能够更好地了解企业的运作机制和管理模式，增强企业的凝聚力和执行力。培训过程中，我们不仅了解到了公司的整体规划和发展战略，还能通过与其他员工的交流和合作，促进公司内部的信息共享和团队合作，提高企业的整体效能。通过培训，我们还能够更好地把握市场情况和变化，及时调整和优化产品结构和市场策略，提高企业的竞争力和市场占有率。

最后，国有企业的任职培训使我们对未来充满了展望。通过培训，我们积累到了丰富的知识和经验，为今后的发展打下了坚实的基础。同时，我们也树立了正确的职业目标和发展方向。任职培训让我们了解到了国有企业的巨大发展潜力和广阔前景，激发了我们投身国有企业事业的热情。在未来，我们将充分运用所学知识，不断提升个人能力，为国有企业的发展做出新的贡献。

总之，国有企业任职培训是一次宝贵的学习和成长机会。通过培训，我们不仅提升了综合素质，也为企业的发展提供了重要支持。同时，任职培训也使我们对未来充满了希望和展望。相信在不久的将来，我们将能够在国有企业的大舞台上

施展才华，取得更大的成就。

## 国企提成百分合理吗篇八

尊敬的z主任：

您好！

截止到今天，已然过去了四年。在这段时间，和很多优秀的人成为同事，让我受益匪浅，并且我相信在将来也一定会深深的影响我，我诚挚的感谢大家，感谢这个企业中的每一位，因为你们让我成长！工作近四年来，发现自己在工作、生活中，所学知识还有很多欠缺，已经不能适应社会发展的需要，因此渴望回到校园，继续深造。经过慎重考虑之后，特此提出申请：我自愿申请辞去在\_\_\_的一切职务，敬请批准。

在这里，特别感谢yyy(\_\_\_的上级单位)a主任□b主任□c主任在过去的工作、生活中给予的大力扶持与帮助。尤其感谢\_\_\_z主任在近二年来的关照、指导以及对我的信任和在人生道路上对我的指引。感谢所有给予过我帮助的同事们。

望领导批准我的申请，并请协助办理相关离职手续，在正式离开之前我将认真继续做好目前的每一项工作。

祝您身体健康，事业顺心。并祝yyy□\_\_\_事业蓬勃发展。

—

—

\_年\_月\_日