

2006-2020 年 中国企业文化建设发展规划纲要

中央编译出版社

2006—2020 年

中国企业文化建设发展规划纲要

(中国企业文化促进会颁布)

中央编译出版社

目 录

2006—2020 年中国企业文化建设

发展规划纲要·····	(1)
全国企业文化建设示范基地认定	
与管理办法·····	(40)
全国企业文化建设示范基地申报表·····	(43)
全国企业文化建设示范基地考核评定表·····	(46)
全国企业文化建设年度优秀单位与人物	
评价体系·····	(50)
全国企业文化建设年度达标单位申报表·····	(55)
全国企业文化建设年度先进单位申报表·····	(57)
全国企业文化建设年度优秀单位申报表·····	(59)
全国企业文化建设年度突出贡献人物申报表··	(62)

2006—2020 年 中国企业文化建设发展规划纲要

**中国企业文化促进会
2005 全国企业文化建设工作年会颁布
(2005 年 12 月 17 日 · 北京人民大会堂)**

文化建设是社会主义建设事业的一个重要方面。文化建设和经济建设、政治建设、社会建设、党的建设相辅相成，共同支撑我国社会主义现代化战略目标的实现，合力推进中华民族的伟大复兴。企业文化建设是社会主义文化建设的重要组成部分。没有企业文化的健康发展也就没有社会主义文化的兴盛，特别是 21 世纪是世界各国经济技术

快速发展和激烈竞争的世纪，也是文化制胜的世纪。所以，为了我国企业文化建设能在新世纪头 20 年的战略机遇期得以全面健康发展，我们根据党的十六大和十六届三中、四中、五中全会精神和社会主义市场经济中企业发展的规律，特制定本发展规划纲要。

一、加强中国企业文化建设的重要意义

企业文化是上世纪 80 年代西方企业管理理论和企业管理实践发展中的一个重要热点，并很快传入中国，迅速形成了一个企业文化理论研究和企业文化建设的高潮。这说明中国作为东方文明古国对企业文化理念具有很强的认同感，更说明社会主义市场经济发展和企业生产经营的迅速扩张，迫切需要企业文化建设的支撑。

就企业文化所涉及的领域而言，有广义和狭义之分。广义的企业文化通常是指企业物质文化、制度文化、精神文化、行为文化

和环境文化的综合与统一。狭义的企业文化，通常是指企业的精神文化，即企业在长期生产经营实践中逐渐形成的企业价值观、理念、愿景、精神、道德、习惯、风尚等的综合与统一。这里所说的企业文化，主要是指后者而言。在我国，企业文化经过大约 20 年的建设与发展，企业文化的理念已经在相当多的企业中得到传播，企业文化建设对于增强企业凝聚力、创新力和竞争力发挥了积极作用，对于广大员工的思想道德素质和专业技术能力的提高发挥了重要的促进作用，对于企业的体制改革和生产经营也产生了强大的推动作用。与此同时，在我国，也初步形成了一支企业文化建设与管理的人才队伍。到目前，谁也不能否认企业文化是一种不可轻视和不可替代的力量。但是，在国内外环境和企业内外条件都发生了迅速变化的形势下，我们的企业文化建设已显露出它的薄弱、粗浅和局限性。从整体上说，对企业文化重要性的认识与企业文化应有的战略地位不相适应，企业文化建设的进程与

经济社会发展的需求不相适应。这主要表现在以下一些方面：

（一） 企业文化建设的发展很不平衡

目前，我国企业文化建设水平呈现出高低不平的状况。大体说来，大企业、效益好的企业、股份制企业 and 发达地区的企业以及国有企业的企业文化建设相对好些，而小企业、效益差的企业、欠发达地区的企业以及小型港、台独资或合资企业、民（私）营企业的企业文化建设相对弱些。还有相当一部分小企业和边远地区的企业，企业建设工作尚未启动。

（二） 企业文化建设存在着某些形式主义现象

从目前我国已经表现出的企业文化来看，框架性的、概念化的停留在上层的居多，而深层次的、具体的、渗透到基层的还比较少。再有，各地区、各行业的企业文化在框架构建和理念设计上普遍地存在着相互雷同的现象，各企业的特色和个性还不明显，尤其是有部分企业的企业文化形成，往往不

是对生产经营实践中积淀起来的文化观念认真总结和不断升华的产物，不是自下而上和自上而下互促互动的结果，没有一个自内而外和自外而内互纳互补的过程，有的只是由“秀才+领导”少数人在上边闭门造车地“设计”出来的，带有搞“形式”、装“门面”、显“业绩”的色彩。

（三） 企业文化建设同改革、开放和市场经济发展的新形势、新要求不相适应

新形势下市场经济改革与发展的显著特征是实现规范化、制度化、法制化、国际化和建立诚信体系。而我们的企业文化建设还停留在建树“拼搏、求实、团结、向上”等一些理念层面上。

在市场竞争的推动下，企业组织与经营管理模式发生了显著变化：大量单体企业发展成为集团公司甚至跨国公司；国有和集体企业已由传统的管理体制逐步过渡到现代企业制度；不少企业由专业化经营演变为一业为主的混业经营；由内向型经营演变为外向型经营；管理模式由多级结构演变为扁平

结构；刚性组织和刚性管理向柔性组织和柔性管理过渡；企业发展由单纯依靠内部积累演变为依靠并购重组等低成本扩张的资本运营等等，而我们的企业文化建设，目前还缺乏“扩张理念”、“变革理念”、“效率理念”、“柔性组织理念”和“危机应变理念”等的培育。

由于社会生产力的发展和技术进步的推进，产业结构不断升级，现代服务业在国民经济中的比重不断提高；企业集群和产业集群的形成、中央商务区（CBD）的出现和总部经济以及临空经济等的产生，都表明投资规模结构、产业布局和产业组织方式正在发生变化。对此，我国目前的企业文化还缺乏应有的反映。

随着经济全球化的发展以及我国对外开放的扩大，国内市场国际化和国际竞争国内化，必然引起中外文化的撞击、磨擦和相互吸纳以及大量企业对跨文化管理的要求，而我们的企业文化建设在一定程度上还处于封闭状态，对外来文化还有陌生感，跨文

化管理对很多企业经营者来说，还是一个“新”概念。

进入新世纪后，在国内市场上，由长期的卖方市场进入买方市场，因而企业之间的竞争异常激烈；在国际市场上，由于亚洲金融危机和美国经济衰退所造成的冲击，以及新贸易保护主义的出现，国际间经济、贸易和金融磨擦与竞争日趋紧张，而我国的企业文化，还忽视培育国际化的经营理念和同国际资本的竞争精神，“核心竞争力”理念才开始普及，“自主品牌”意识也才开始倡导。

（四） 企业文化建设与新技术革命和高新技术产业发展的形势不相适应

信息技术、生命和生物技术、包括纳米在内的新材料技术已成为 21 世纪的主导技术，国内生产总值（GDP）中的科技贡献率日益提高、高新技术产业在工业总产值中的比重不断增加，我们已开始进入了以信息经济、网络经济为主要内容的知识经济时代；与此相适应的开发区经济、科技园区经济相继出现，研发活动和自主创新能力的培养越

来越受到重视；粗放型的增长方式正在向集约型增长方式转变，相应出现了“精益生产”模式；电子商务、网络营销、知识营销、全球营销的经营理念和业务操作已得到推广，而我们的企业文化内涵尚缺乏“自主创新技术”、“信息化”和“知识型管理”的成分，似乎还没有经过新的科技革命的洗礼。

（五） 企业文化建设同可持续发展的要求不相适应

随着人口的不断增加和经济规模的日益扩大，人和自然的矛盾越来越尖锐，为了人类社会的可持续发展，资源节约型和环境友好型社会正在加快建设；循环经济正在大力发展；环境保护和自然生态保护正在不断加强；绿色食品、绿色产品、绿色住宅、环保产业乃至绿色 GDP 的概念相继提出，有些地方正在建设生态区、生态县、生态市等，而在我们目前的企业文化建设中，“绿色文化”、“节约文化”以及“人与自然和谐相处”的理念还不强。

鉴于上述种种，我国企业文化建设亟待

普及、强化、升华和创新。加强先进企业文化建设，不论是对企业还是对社会、不论是对当前还是对未来都有着十分重要的意义：第一，加强企业文化建设，树立和强化“以人为本”理念，形成和发展先进的企业文化，是解放和发展文化生产力，实践邓小平理论和“三个代表”重要思想，贯彻落实科学发展观的有力举措。第二，加强企业文化建设，是加强理想信念教育和思想政治工作，在企业层次上提高党的建设、发挥党的先进作用的重要途径。第三，加强企业文化建设，有利于增强企业凝聚力，弘扬团结友爱精神，形成互助合作和健康向上的氛围，有效提高包括企业经营者在内的全体人员的素质，构建和谐企业，促进社会主义和谐社会的建设。第四，加强企业文化建设，有利于增强企业全体人员艰苦奋斗的精神，形成节约习惯和“节约为荣”的风尚，从而有利于发展循环经济以及建设节约型企业和节约型社会。第五，加强企业文化建设的过程，也是不断树立新理念、新思想和新的道德、风尚

的过程，这不仅有利于企业本身的发展，而且也有利于繁荣和发展社会主义先进文化。第六，加强企业文化建设，有利于树立与弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革与创新为核心的时代精神，深化企业各项改革，不断更新经营理念，弘扬开拓进取精神，增强包括核心竞争力在内的企业综合竞争力。第七，加强企业文化建设，有利于提升企业经营者和全体员工的道德水准，是实现企业诚信体系建设要求的重要支撑，也有利于社会主义精神文明的发展。第八，加强企业文化建设，有利于坚持马克思主义理论的创新和发展，同时也为马克思主义展现思想魅力和发挥指导作用提供一个平台；有利于加快形成学习型组织，促进学习型社会的建设。

总起来说，企业文化建设是企业管发展史上的一场文明变革。实践证明，成也文化，败也文化。一个缺乏优秀文化的企业必然是一个没有生命力的企业。加强企业文化建设不仅是企业与时俱进、开拓创新的必然

选择，也是全面建设小康社会、加速社会主义现代化建设进程的必然要求，因此，必须把加强企业文化建设，作为未来 15 年企业发展的一项重要战略任务。

二、企业文化建设的指导方针

坚持以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和三个代表重要思想为指导，全面贯彻科学发展观，从我国国情和企业文化建设的实际出发，继承和发扬我国优秀的传统文化和社会主义革命与建设中积累起来的先进文化成果，并认真学习和借鉴西方企业文化理论与实践的有用成分。在这一总原则下，未来 15 年的企业文化建设应遵循以下指导方针：

以人为本，铸造和谐；诚信为基，创新为魂；

打造特色，彰显个性；积极引导，逐步推进。

“以人为本，铸造和谐”

马克思主义认为，人民，只有人民，才是人类历史的主人。企业文化建设，既必须依靠人，又是为了人。只有坚持“以人为本”的理念，吸引企业全体员工都参与企业文化建设，才能真正形成有自己特色的企业文化。因为企业文化就体现在每个员工的意识和行动上。只有通过企业文化建设促使全体员工的素质提高了，才能保证企业不断发展、持续前进。

企业是由人组成的，但不是孤立的个人，而是一个群体，因此在企业内就有一个人际关系问题要处理好。这就要求每个企业都能成为一个和谐企业。党和国家提出要把我国建设成为一个社会主义和谐社会，这是关系到全局的重大历史任务。企业是社会的一个基层组织，构建和谐社会就应该从企业做起。应该通过企业文化建设，倡导“爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”的基本道德规范，正确处理领导者与被领导者之间、管理者与被管理者之间、

体力劳动者与脑力劳动者之间、不同工种之间，还有劳资之间以及企业与国家之间的关系，使企业真正成为一个人际关系良好的、团结友爱的和谐组织，积极支撑社会主义和谐社会的建设。

“诚信为基，创新为魂”

诚信是我国优秀传统文化的重要组成部分，也是企业经营与发展中赢得供应者和需求者以及整个社会的基本因素，失去了诚信也就失去了社会的信任，企业随之就会衰落。所以必须坚守诚信，以诚信为基。

创新是一个民族的灵魂，也是企业生产经营的不竭动力。只有持续创新，企业才能不断攀升，一步步地做强做大做优做精。创新不仅要持续，而且要全面，不仅包括技术创新，还包括理论创新、体制创新、管理创新、组织创新、文化创新。不仅要进行改进性的创新，特别是要把原始创新、集成创新和消化吸收再创新结合起来，努力掌握拥有自主知识产权的核心技术和关键技术。不能创新，企业就没有活力，就不能发展。所以，

企业文化必须有利于全面增强企业自主创新能力，以创新为魂。

“打造特色，彰显个性”

企业文化贵在有特色，有特色才有个性。有特色、有个性的企业文化，才是真正来源于本企业广大员工及其生产经营实践的文化。只有这种企业文化才能为广大员工所认同，从而才具有导向作用和不竭的活力；也只有这种企业文化，才能形成企业的竞争力，企业才会有持续的生命力。

当前，不少企业对企业文化的表述存在相互雷同的现象，这是一些企业在企业文化建设中，不注重潜移默化、日积月累的培育而急于求成的结果。它们企图通过照搬现成模式和简单模仿的办法，一蹴而就地短期内就“打造”出企业文化体系，并以此来“装扮”自己企业的形象，而这正是今后企业文化建设中必须坚决纠正和力求避免的。

不同企业的企业文化虽然各具特色、各有个性，但它们应该有一个共同任务，就是把自己的企业建设成为一个资源节约型、环