

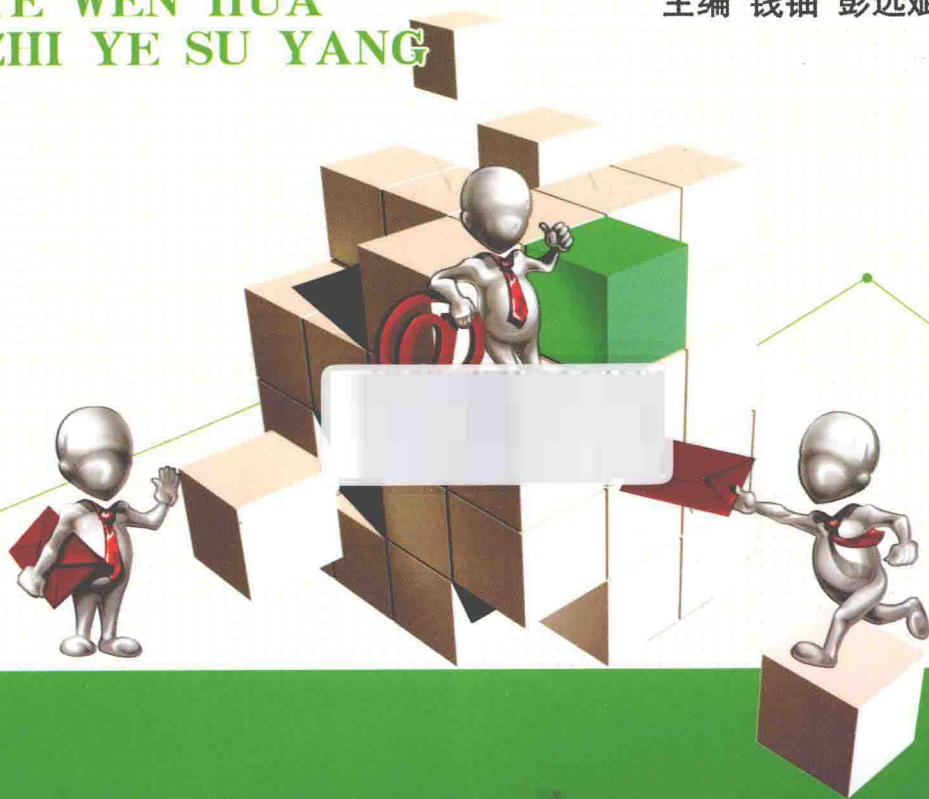


中等职业教育“十二五”规划教材

企业文化 · 职业素养

QI YE WEN HUA
ZHI YE SU YANG

主编 钱铀 彭远斌 高攀



航空工业出版社

中等职业教育“十二五”规划教材

企业文化·职业素养

主编 钱 铀 彭远斌 高 攀

航空工业出版社

北 京

内 容 提 要

本书从企业文化和职业素养入手,旨在将学生培养成一个合格的现代职业人。全书共9章内容,包括企业与企业文化、企业与职业素养、规范行为习惯、培养诚信品质、塑造敬业形象、增强责任意识、强化法纪观点、提升竞争能力、铸就团队精神。本书在编写过程中充分考虑了中职学生的心理特点及认知规律,设置了案例引导、分析思考、名人名言、知识链接、实践与训练等模块。

本书可作为中等职业学校的素质教育课教材,或中等职业学校经管类专业的企业文化课教材,同时也可供相关培训机构或企业内部培训使用。

图书在版编目(CIP)数据

企业文化·职业素养 / 钱轴, 彭远斌, 高攀主编

. -- 北京: 航空工业出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-5165-0437-6

I. ①企… II. ①钱… ②彭… ③高… III. ①企业文化—中等专业学校—教材②职业道德—中等专业学校—教材 IV. ①F270②B822.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第015785号

企业文化·职业素养 Qiye Wenhua · Zhiye Suyang

航空工业出版社出版发行

(北京市朝阳区北苑路2号院 100012)

发行部电话: 010-84936555 010-64978486

北京忠信印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经售

2014年1月第1版

2014年1月第1次印刷

开本: 787×1092

1/16

印张: 9.75

字数: 219千字

印数: 1—5000

定价: 28.00元

编者 的话

现代企业不仅对人才的职业能力和动手能力有明确要求,而且对人才的职业素质也有实质性要求。许多企业在招聘时明确提出职业素质的考评要求,甚至在面试时有意设置无提示的职场经验、职业素质隐形测试,以获取应聘者最真实的职业素质信息。

本书把现代企业的优秀文化融入中职人才培养全过程,实现校园文化和企业文化的有效融合,让学生在校期间就接受企业文化的熏陶,具备“职业人”所应有的素质。

本书特色

- ❖ **案例众多:** 在每节的开头都安排了一个与该节内容相关的案例和提问,目的是激发学生的学习兴趣,引导学生思考,以及加深学生对本节所讲的内容的体会。
- ❖ **案例精彩:** 本书安排的案例都是与现代企业文化和职业素养相关的经典案例。
- ❖ **精讲理论:** 每节都用“知识链接”的形式,精讲与现代企业文化和职业素养相关的基础知识。
- ❖ **训练丰富:** 每节都安排了“实践与训练”模块,包括“测测你的职业素养”、“测测你的敬业程度”、“团队游戏:泰坦尼克号”等训练或测试题,它们都是由知名培训专家精心设计,目的是让学生在训练、游戏和测试的乐趣中,潜移默化地养成良好的职业素养和团队精神等。
- ❖ **其他:** 本书还安排了分析思考、名人名言等模块。

本书内容提要

本书共9章,内容包括企业与企业文化、企业与职业素养、规范行为习惯、培养诚信品质、塑造敬业形象、增强责任意识、强化法纪观点、提升竞争能力、铸就团队精神。

本书适用范围

本书可作为中等职业学校的素质教育课教材,或中等职业学校经管类专业的企业文化课教材,同时也可供相关培训机构或企业内部培训使用。

本书作者队伍

本书由钱铀、彭远斌和高攀任主编,谭玲、钱钺和左静任副主编。在编写过程中,我们参考了大量的文献资料。在此,我们向参考过的文献的作者表示诚挚的谢意。由于编写时间仓促,编者水平有限,书中疏漏与不当之处在所难免,敬请广大读者批评指正。

编者

2013年12月

目 录

第一章 企业与企业文化	1
第一节 认识企业文化	1
第二节 企业文化促进企业发展	7
第三节 融入企业文化做合格员工	12
第二章 企业与职业素养	17
第一节 职业素养的内涵	17
第二节 职业素养成就未来	23
第三节 满足企业需求做优秀员工	26
第三章 规范行为习惯	33
第一节 认识行为习惯	33
第二节 习惯影响命运	38
第三节 养成良好习惯	44
第四章 培养诚信品质	51
第一节 认知诚信	51
第二节 诚信助人成功	58
第三节 言必行 行必果	63
第五章 塑造敬业形象	69
第一节 感悟敬业	69
第二节 敬业成就事业	75
第三节 传承敬业精神	80
第六章 增强责任意识	85
第一节 责任是一种精神力量	85
第二节 责任是事业的基石	90



第三节 敢担当才有大发展	95
第七章 强化法纪观点	102
第一节 走近法纪	102
第二节 法纪与你同行	107
第三节 遵纪守法	112
第八章 提升竞争能力	117
第一节 树立竞争意识	117
第二节 竞争催人奋进	123
第三节 增强竞争能力	127
第九章 铸就团队精神	132
第一节 团结与协作	132
第二节 团队凝聚力量	137
第三节 融入团队 实现自我	142

第一章 企业与企业文化

第一节 认识企业文化



东方汽轮机有限公司（以下简称东汽）所在地汉旺镇距 5·12 汶川大地震震中汶川直线距离仅 29 公里，是受损最严重的中央企业。地震发生时，仅仅 80 秒钟，东汽汉旺基地的各种厂房和生活住房有将近 1/3 垮塌、震毁，80% 的生产设施和机器设备严重受损。



受灾最重的叶片分厂，一栋四层办公楼塌陷成了三层，化为废墟的厂房依稀保留着宽大的轮廓。这里有 29 人遇难，仅技术组 19 人中就有 10 人失去了生命；车队失踪了 6 天，连人带货都消失了。地震时，东汽风电事业部 5 台风力发电机组的机舱在交货途中，刚刚行至汶川映秀，全部被埋。东汽直接损失达 50~60 亿元，间接损失在 100 亿元左右；东汽职工、家属及学校师生遇难 500 多人。

灾后 5 天，东汽组织相关专家对汉旺厂区受损设备进行评估，组织力量对关键设备检查、修复，争取尽快投入生产。东汽共有组机四分厂、铸铁车间和工业透平事业部 3 个生产单位，在原址加固的基础上，迅速投入生产；其余产能分散到德阳市 30 多个地方企业提供的空车间，以惊人的速度继续生产。2008 年东汽仍完成了当年计划指标的 90%。



思考：什么是企业屹立不倒的精神力量？

东汽发展壮大的历程，正是东汽的企业文化构建的伟大成就。从当年“一根麻绳闹革命”到年产过百亿的大型现代化企业，东汽人凭的是不怕牺牲、敢于胜利的高昂斗志；凭的是坚韧不拔、艰苦创业的优良作风；凭

的是自主创新、勇攀高峰的科学理念。面对灾难，不屈的东汽人“泰山压顶不弯腰”，心手相连、共赴灾难，谱写了一曲感天动地的英雄壮歌。这种“不怕牺牲、敢于胜利，坚韧不拔、艰苦创业，自主创新、勇攀高峰”的企业文化，既是民族精神，也是时代精神。



名人名言

企业文化，对外是一面旗帜，对内是一种向心力。

——清华紫光总裁 张本正



知识链接

一、什么是企业文化

企业文化是指企业在实践中逐步形成的，为全体员工所认同、遵守、带有本企业特色的价值观念、经营准则、经营作风、企业精神、道德规范、发展目标的总和。每个优秀的企业都有自己独特的企业文化，它是社会经济发展的产物，是现代企业的灵魂。在现代企业的经营中，企业间的竞争不再是以设备、资金、技术等为主要对象，而是以人中心、以人为本的管理理念和企业文化为主要对象。

企业文化是企业发展的灵魂，是企业管理的最高境界。先进的企业文化不仅是一种精神力量，更是一种蕴藏着巨大能量的先进生产力。许多优秀企业都将企业文化建设作为提高员工素质、凝聚员工力量、推动企业文明建设的系统工程。企业管理越来越注重以人为本、激发员工潜能的企业文化。

企业为员工提供施展技能、才华的舞台，如果没有企业提供的平台，再优秀的人才也可能被埋没。企业通过文化建设使全体员工形成一种强烈的价值认同感，通过企业文化的渗透，使员工爱岗敬业、遵章守纪，把生产、经营、管



理视为自身使命,把企业发展作为自身责任。同时,企业员工的自觉性也是企业发展取之不尽的源泉。

许多企业员工最看重的是薪资、福利等直接的工作回报。然而在职场中,除了收入外,认同企业环境和与企业发展的目标一致,才是员工融入企业的真正要素。在企业中,如果员工缺乏工作的热忱,唯一的工作动机只是通过工作获得薪水;而企业也没有制定相应严格的规章制度,员工就会无所适从。

员工如果没有荣誉感或责任感,只有敷衍了事的工作态度,企业就不可能具有很强的执行力。由此可以看出,企业文化的缺乏会产生许多不良的后果,良好而成功的企业文化可为企业注入活力,激发员工的热忱。

企业文化能创造出良好的环境,使每位员工都能感受到企业的价值和追求,从而自觉约束并规范自己的行为。企业用人文环境去陶冶员工的情操,提升员工的精神品位,严明团队纪律,增强员工的服从和执行意识,培养出员工良好的团队精神和良好的习惯。

因此,强有力的企业文化建设,必能提高企业的管理水平,必能凝聚人心,必能把个人价值观与企业的价值观融为一体,形成共同的价值取向。只有这样,才能提升企业的竞争能力。

二、企业文化的内涵和表现形式

企业文化从本质上看是一种产生于企业之中的文化现象,它的出现与现代企业管理在理论和实践中的发展密不可分。从管理的角度看,企业文化是为达到管理目标而应用的管理手段,因此,企业文化不仅具有文化现象的内容,还具有作为管理手段的内涵。

1) 企业文化是以企业管理主体意识为主导,追求和实现一定企业目的的文化形态,并不仅仅是企业内部所有人员的思想、观念等文化形态的大杂烩。从一定意义上说,企业文化就是企业管理的文化。

2) 企业文化是一种组织文化,有自己的共同目标、群体意识及与之相适应的组织机构和制度。企业文化所包含的价值观、行为准则等意识形态和物质形态均是企业群体共同认可的,与个体文化、民族文化、社会文化不同。

3) 企业文化是一种“经济文化”。企业文化是企业和企业员工在经营生产过程和管理活动中逐渐形成的,离开企业的经济活动,就不可能有企业文化的形成,更谈不上形成优秀的企业文化。

三、企业的功能

企业的功能不仅仅是以精神的、物质的、文化的手段满足员工物质和精神方面的需要,以提高企业的向心力和凝聚力,激发员工的积极性和创造精神,提高企业经济效益,而且还是企业在长期的经营活动中所形成的共同价值观念、行为准则、道德规范,以及体现企业精神的人际关系、规章制度、厂房、产品与服务等事项和物质因素的集合。

企业文化融汇了企业的经营理念、管理方式、价值观念、群体意识和道德规范等许多方面的内容。在市场经济条件下,企业面临严峻的挑战,国际竞争和国内竞争将更加激烈,这就要求企业必须具有与时俱进、开拓创新、勇于进取的竞争观念;要求员工树立终身学习、不断更新知识、主动完善自我的求知观念。

企业不仅要用经济的纽带来协调利益关系,更要用文化的纽带来调整员工的思想观念,把员工凝聚在企业周围,通过建立共同的价值观念、企业目标,使员工具有使命感和责任感,把自己的智慧和力量汇聚到企业的整体目标上,把个人的行为统一于企业行为的共同方向上,从而凝结成推动企业发展的巨大动力。总的来说,企业文化具有以下几项功能。

(一) 导向功能

企业文化能对企业整体和企业每个成员的价值取向及行为取向起引导作用,具体表现在两个方面:一是对企业成员个体的思想行为起导向作用;二是对企业整体的价值取向和行为起导向作用。这是因为,一个企业的企业文化一旦形成,它就建立起了自身系统的价值和规范标准,如果企业成员在价值和行为取向上与企业文化的系统标准产生悖逆现象,企业文化会将其纠正并将之引导到企业的价值观和规范标准上来。

（二）约束功能

企业文化对企业员工的思想、心理和行为具有约束和规范作用。企业文化的约束不是制度式的“硬”约束，而是一种“软”约束，这种约束产生于企业的文化氛围、群体行为准则和道德规范。群体意识、社会舆论、共同的习俗和风尚等精神文化内容会形成强大的影响力，使个体行为具有从众化的群体心理压力和动力，使企业成员产生心理共鸣，继而达到行为的自我控制。

（三）凝聚功能

企业文化的凝聚功能是指当一种价值观被企业员工共同认可后，它就会成为一种黏合剂，从各个方面把其成员聚合起来，从而产生一种巨大的向心力和凝聚力。

（四）激励功能

企业文化具有使企业成员从内心产生一种高昂情绪和奋发进取精神的效应。企业文化把尊重人作为中心内容，以对人的管理为中心。企业文化给员工多重需要的满足，并能对各种不合理的需要用它的“软”约束来调节。所以，积极向上的思想观念及行为准则会形成强烈的使命感、持久的驱动力，成为员工自我激励的一种动力。

（五）辐射功能

企业文化一旦形成较为固定的模式，它不仅会在企业内部发挥作用、对企业员工产生影响，而且也会通过各种渠道对社会产生影响。企业文化的传播对树立企业在公众中的形象很有帮助。优秀的企业文化对社会文化的发展有很大的影响。

（六）品牌功能

企业文化和企业经济实力是构成企业品牌形象的两大基本要素，它们是相辅相成的。企业品牌展示一个企业的形象，企业形象是企业经济实力和企业文化内涵的综合体现。评估一个企业的经济实力如何，主要看企业的规模、效益、资本积累、竞争力和市场占有率等。企业如果形成了一种与市场经济相适应的企业精神、发展战略、经营思想和管理理念，即企业文化，就能产生强大的团体向心力和凝聚力，能激发员工的积极性和创造精神，从而推动企业经济实力

持续发展。

因此,企业文化与企业的经济实力具有紧密关联性,无论是世界著名的跨国公司,如“微软”、“福特”、“通用电气”、“可口可乐”,还是国内知名的企业集团,如“海尔”、“华为”、“康佳”等,都具有独特的企业文化和强大的经济实力。可以说,品牌的价值是时间的积累,也是企业文化的积累,是企业长期经营与管理积累的价值所在。



实践与训练

参观访问企业

训练目的:

使学生了解该企业的企业文化,并通过与企业员工的谈话,深化对企业文化的认识。

训练组织:

- 1) 与将要访问企业沟通,获得企业访问权利,确定访问时间。
- 2) 组织学生,要求作访问记录。
- 3) 告知学生访问范围,不得干扰企业正常工作秩序,不得在访问中间及非规定内容。

训练考核:

学生任务表

参观/访问对象	需要观察了解的内容	学生收获与自我认识
企业生产车间	企业生产管理规章制度	
企业员工	企业员工对于企业文化的阐述	
企业人力资源管理人员	通过哪些具体事项来评价员工	
员工工作情况	工作情况与学生学习情况对比	
企业负责人	企业对员工的要求	

第二节 企业文化促进企业发展

运动文化塑造李宁



2008年8月8日23时55分，一位中年男子高举奥运火炬腾空而起。3分半钟令人窒息的奔跑之后，他在主火炬塔旁点燃引线，喷薄的火焰飞旋而上。他就是李宁，一位创立中国本土最大体育用品公司的成功企业家。

自1989年4月正式注册李宁牌商标后，李宁公司就一直致力于体育用品的开发和生产，也一直倡导以运动为核心的生活方式，让“崇尚运动”成为企业文化的核心内容，“诚信、激情、求胜、创新、协作都可以通过运动去培养”。在以运动为核心的企业文化熏陶下，李宁人表现得更加自信，并且能够不断地发掘潜能、超越自我。

李宁的运动文化还体现在面对强劲对手勇于亮剑、面对挫折永不放弃梦想。在无缘奥运赞助商之后，李宁通过赞助部分国内外参赛队的方式进入奥运会赛场。最为人称道的是其获得了中央电视台奥运频道服装独家赞助权，创造性地走出一条利用媒体平台参与奥运的捷径，取得了出色的宣传效果。一项调查显示，高达37.4%的被调查者认为李宁是北京奥运会的赞助商，而真正的奥运赞助商阿迪达斯的认知率只有22.87%。这也被哈佛商学院收录为经典案例。

在开幕式点火后的第一个交易日，香港上市的李宁公司股份在大盘整体下跌的情况下，却高开高涨、逆市上扬。



思考：企业文化如何促进整个企业的发展？

企业文化所散发出的深厚内涵，是指导企业和企业员工的精神信条。李宁人相信：人有无限潜能，而运动让人更加自信、敢于表现、不断发掘潜能、超越自我。因此，优秀的企业文化在日常工作中不知不觉散发出来的信息，足以让所有人感受到它的存在。拥有优秀的企业文化，企业才会在竞争的海洋里不失方向，才会凝聚所有人的力量，勇往直前。



名人名言

资源是会枯竭的，唯有文化生生不息。

——深圳华为企业标语



知识链接

在未来激烈的全球化市场竞争中，企业如想立于不败之地，企业文化将起着举足轻重的作用。世界各国企业的实践也充分证明了企业文化的重要作用。索尼、通用电气以及海尔等众多著名企业的成功，都是由于公司内部强有力的企业文化对企业竞争力的增强起到了决定性的作用。

一、企业文化可以提升企业竞争力

1) 企业文化是企业的黏合剂，可以把员工紧紧地黏合、团结在一起，使他们目的明确、协调一致。成功的企业文化，有助于提高员工队伍的凝聚力。

对于一个企业来说，核心是“人”，如果能够把许多人的力量集中起来，指向同一方向，那么这个企业就已经成功了一半。反之，一个企业拥有大量优秀甚至很杰出的人才，但没有一个统一的奋斗目标，每人的方向不同，努力也是徒劳。

员工的前途系于企业的前途，员工的利益来自于企业的发展和获利。企业如果是一条船，员工则是船上的水手。没有哪个水手愿意登上一条注定要沉没的船。同理，一家前途暗淡的公司既无法留住人才，更无法吸引人才。“大河有水小河满”，企业是大河，员工是小河，只有企业有着远大的前程，员工才能实现自身最大价值。

2) 企业文化是企业的“指南针”，对企业生存与发展起着导向作用。企业价值观与企业精神，能够为企业具有长远意义的、更大范围的正确方向，为企业在市场竞争中基本竞争战略和政策的制定提供依据。

企业的管理只有建立在企业文化这个根基上,才有管理的现代化。只有把尊重人、激励人、培养人作为管理的出发点和落脚点,才能使企业形成遵章守纪、明礼诚信、团结友爱、敬业奉献、健康向上、生机勃勃的内部氛围,企业的管理才具有更高的层次。

3) 企业文化所形成的企业内部的文化氛围和价值导向能够对员工起到精神激励的作用,能将员工的积极性、主动性和创造性调动并激发出来,从而提高各部门和员工的自主管理能力和自主经营能力。可以说,成功的企业文化有助于提高员工队伍的工作效率。

这是因为,一方面,良好的企业文化在企业内部营造了一个公平、信任、互助、关爱的良好工作氛围。当员工们在这样的环境里工作时,会表现出关心、热爱公司的热情和较强的奉献精神,会主动为公司出谋划策、排忧解难,会把自己看作公司里的真正一员,化压力为动力,努力提高效率,积极迎接挑战;同时,员工之间的有效沟通、互助互学可以最大限度地降低内耗,提高工作效率。

另一方面,良好的企业文化为员工提供了明确的职责规范和行为指南。企业内部员工来自五湖四海,每个人都会有自己的思想和观念。在工作过程中,如果按照各自不同的意见去行事,整个企业将呈现混乱不堪的局面。每个员工虽然都在努力工作,但是没有任何效果。这就好似有很多匹马拉的马车,没有统一的指挥,每匹马都有自己前进的方向,虽然每匹马都尽了力,可结果或者马车原地不动,或者举步维艰,甚至是倒退。只有统一规范、上下一致、齐心协力才能达到效率和效益的最大化。

4) 企业文化能够约束企业行为,使员工明确工作的意义和方法,提高员工的责任感和使命感。

5) 企业文化能够塑造企业良好的整体形象,树立信誉,扩大影响,是企业巨大的无形资产。

6) 企业文化能促使企业可持续发展。企业文化的本质体现在其核心价值观上,企业能否持续性地发展,关键在于企业所追求的核心价值观能否被延续与传承,若不重视企业文化就无法获得牵引企业不断向前发展的动力。

在现代企业中,文化决定理念,理念决定制度,制度决定技术,技术决定

产品。一个追求利润最大化的企业，想要具有良好的、持续的经济效益，就要不断扩大对本企业忠诚的客户群体，提高他们对本企业的信赖度，因此必须树立良好的企业形象。

也就是说，良好的经济效益来源于良好的企业形象，良好的企业形象则依赖于优秀的企业文化。拥有先进的企业文化是企业永续经营、可持续发展的动力源泉。企业文化是推动企业前进的原动力，是核心竞争力之一。

二、企业文化引领中国企业走向世界

在以创新为特征的新经济时代，企业间的竞争将更加激烈，中国企业正面临着前所未有的竞争压力，如何有效地提高中国企业的竞争力，使企业能够在激烈的竞争中生存发展，越来越成为所有企业都必须正视的重大课题。中国的企业需要自己的文化，没有文化的企业是走不远的，大规模的企业、现代化的企业更需要完整的文化建设。中国特色的企业呼唤具有个性的企业文化。

目前，我国世界级的知名企业和产品还很少，在打造独具特色、世界领先的企业文化方面也有很大差距。诚然，我们应该学习、借鉴世界上先进国家的先进经验，但不能照搬照抄，而应该在学习、借鉴中取舍，创造出适合我国国情、具有中国特色和力争世界领先的企业文化，打造出世界级的中国企业和名牌产品。

每个企业的发展，必定会经历不同的阶段，根据企业发展的不同阶段所面临的市场需求，企业文化也必须做出相应的调整，只有与时俱进的企业文化才有生命力。正因为这样，有的中国企业能成为全球知名企业，也有的企业却只能昙花一现。

许多中国企业在自身发展过程中，创立了具有时代特征和各具特色的企业文化。如中国知名企业海尔集团，在起步阶段，以真诚为用户的“不合格产品不能出厂”为管理理念；在发展阶段，又从提供优质产品到提供“一条龙”的优质服务，从一般的售后服务发展到为顾客售前的设计服务，从严格的制度管理到倡导员工人人参与的自主管理，从争行业领先到创世界名牌，不论是管理还是服务，海尔都步入到了世界一流企业的行列，成为世界 500 强。

当今中国，越来越多的企业走向世界、参与国际市场的激烈竞争。同时，大批国外企业进入中国市场，给许多中国企业的生存和发展带来了前所未有的竞争压力，中国企业必须与时俱进，加强企业文化建设，才能使企业具有更强的竞争力。

在 2009 年巴黎——达喀尔拉力赛上，中国车手卢宁军驾驶国产品牌奇瑞汽车出赛，这是世界顶尖的汽车拉力赛上首次出现中国汽车的身影。作为目前成长最迅速的中国自主汽车开发企业，奇瑞汽车在成立 7 个月之后就出口到 11 个国家和地区，打破了长期以来国产轿车出口为零的纪录。奇瑞公司凭借“用户第一，品质至上，真挚诚信，激情永驻，永远创业，追求卓越，马上行动，日清日高，以人为本，鼓励竞争”的企业文化精神，不断创造佳绩，成为全球最具竞争力的中国十大公司之一。

随着中国市场经济体系的逐步完善，越来越多的管理先进、文化进步、理念成熟的中国企业会在不久的将来从中国走向世界。



实践与训练

企业文化故事征集

组织学生开展企业文化故事征集活动。以身边的企业文化故事为素材，能够体现出公司的文化特色，可以通过视频短片、图片、故事等表现形式，要主题鲜明、描写生动、突出细节，一事一叙。收集后请学生进行总结。

训练目的：

- 1) 增进学生对企业文化的认知与了解。
- 2) 教导学生通过亲身实践进行知识融合。

训练组织：

- 1) 对学生进行某些企业文化内容的介绍，使学生了解取材范围。
- 2) 收集材料后要求学生对材料进行幻灯片（PowerPoint）制作，加以组织