

企业文化丛书

企业文化指南

时立军
主编

工人出版社

F27
226-c3

企业文化指南

主编 时立军

编著 时立军 解维俊 刘保富 孟宪常



工人出版社

企业文化指南

时立军 主编

工人出版社出版（北京安外六铺炕）

新华书店北京发行所发行

山东淄博印刷厂印刷

开本787×1092毫米 1/32 印张：8.5 字数：178千

1989年5月第1版 1989年5月第1次印刷

印数：1—10000册

ISBN 7-5008-0506-3/G·50 定价：3.35元

《企业文化丛书》编委会

顾问：袁宝华 朱厚泽

韩天石 汤一介

主 编：厉以宁

副主编：李纪芳 陆嘉玉 黄河涛

编 委：（以姓氏笔划为序）

王 耳 厉以宁 汤茂义

时立军 孙耀君 李纪芳

李建平 张振新 陆嘉玉

赵祖达 赵健杰 徐洪烈

姚秉彦 黄河涛 程 路

管益忻

序 言

朱厚泽

企业文化问题在我们的社会生活中引起广泛的注意，已经有一段时间了。这是八十年代在我国兴起的“文化热”的一个组成部分。由于我们的社会——无论城市和乡村，都正在以各种各样的形式，大大小小的不同企业，把人群吸纳和组织起来。而这些企业，正在成为不仅是经济生活，而且也是整个社会生活的一些基本细胞。因而，要使我们的社会充满生机和活力，恐怕首先就要在企业中，使广大职工，包括全体体力劳动者、脑力劳动者、企业经营者，心情舒畅，朝气蓬勃，能够具有充分的创造精神和前进的动力。在社会上，使企业能独立自主，迎击国内外市场的激烈竞争及生动活泼，具有充分的发展和应变能力。这也许是改造旧社会、建设新社会、重构社会组织的一项基础性工作。

现在，我们正面临着一个世纪即将结束，一个新世纪就要到来，人们都在对二十世纪这一百年从不同角度进行反思。在这一百年中，可不可以这样认为：前五十年，资本主义世界充满着危机、震荡、战争和各种各样的不安，这表现在三十年代的大危机、法西斯主义的兴起和两次世界大战。这种危机、震荡，也表现在一系列社会主义国家的建立。但是，从第二次世界大战以后，情况有了改变，矛盾仍然存

在，冲突仍在继续。可是，就总的情况看，世界范围的大战争没有出现，象三十年代那样席卷全球的大危机也没有出现。而人们在二次世界大战后，特别是那些取得了政治独立的发达国家和地区，面临着相同的国际环境和大体类似的内部发展条件，但由于各自采取了不同的发展战略，选择了不同的发展模式，建立了不同的体制，遵循着不同的发原则，四十年过去以后，各个国家和地区间的社会状况、经济发展和政治生活的差距十分显著地拉大了。

大概就是在这样一个背景下，主体性问题成了我国学术界和国际思想界认真研究的重大课题。从微观上讲，主体在认识过程中的作用，是哲学界关于认识论研究的热门话题之一；从客观上看，一个阶级，一个政党，一个领导集团，在社会发展进程中那些历史性转折的关头，究竟做出了什么样的选择，对于他的国家，他们地区的长远发展，会产生很大很大的影响。是不是思想界、学术界关于主体性研究所引起的这个“热”，与我们对这将近五十年世界发展进程的反思和对不同民族、国家和地区发展进程的横向比较有一点关系？我提出这一点，是想说明一个问题，即无论就一个小的企业来讲，还是就一个更大范围的一个国家、一个社会来讲，在我们面临着一个世纪就要过去的时候，是应该认真来思索一下我们所走过的道路，应该与不同的国家、不同的地区加以比较，从中吸取一些有益的东西。同时，我们也应该很好地放眼展望一下新的世纪，它将是一个什么样子？我们应该以一个什么样的面貌与姿态迎接它的到来？

面对着振兴经济和实现现代化的全球性浪潮，假如我们

中华民族、中国工人阶级不懂得，只有迅速从我们本民族、本阶级中培养千百万优秀的企业家，也就是经济战线上不同层次的指挥员，我们现代化的战略目标方能实现，那么，我们就不是一个完全觉悟了的民族，完全觉悟了的阶级。同样如果我们的企业家不能深刻地意识到他所追求的经济、技术目标，他在国内外市场上的宏图大略，从根本上说来，无非是我国人民实现民族复兴，实现现代化的共同意志的集中体现，因而无限信任人民的智慧和力量，全心全意地依靠、激励全体职工高度的主人翁责任感和创造精神，那么他的宏图大略就不可能实现，他就不可能成为一个优秀的企业家。因此，如何通过企业文化来增强企业家和广大职工、经营者和广大劳动者的共识，形成利益共同体、命运共同体，从而增强企业内部的凝聚力，如何通过企业文化在社会文化中的发展来促进社会各阶层和各利益群体的共识，从而增强整个社会的凝聚力，增强我们全民族的凝聚力，以便战胜困难，推进经济、政治体制改革，向现代化的目标奋进。我想，这可能是我们企业文化研究中的重要课题之一，也是我们发展企业文化的根本目的。

我希望，“企业文化丛书”的出版，能够推动企业文化问题的研究，在广泛开展的基础上更加深入，更加扎实，从而引导我们的企业增强自身发展的活力，促使我们的整个社会充满生机和活力。

目 录

企业文化概述

1、什么是文化？	3
2、什么是企业文化？企业文化包括哪些内容？	5
3、为什么企业能有自己独特的文化？	7
4、企业文化有什么作用？	9
5、企业文化通常分为哪些层次？	11
6、企业文化理论是怎样兴起的？	13
7、什么是“7—S”模型？	15
8、什么是“K理论”？	16
9、企业文化与社会文化有何关系？	17
10、家庭文化与企业文化是什么关系？	19
11、什么是社会主义企业文化？	20
12、什么是具有中国特色的企业文化？	22
13、当前我国企业文化建设的状况如何？	24
14、当前我国的企业文化有哪些基本特征？	25
15、为什么说建设企业文化有着历史的必然性 和现实的必要性？	28
16、为什么说建设企业文化是深化改革的必然 要求？	30

17、为什么说建设企业文化意味着管理思想的 现代化？	32
18、为什么说企业文化是一种现代化的管理方式？	34
19、为什么建设企业文化仍然离不开严格的 科学管理？	36
20、为什么说建设企业文化是焕发企业活力的 关键？	37
21、企业文化是否等同于精神文明？	39
22、企业文化与思想政治工作是什么关系？	41
23、企业文化与我国传统文化之间有什么关系？	42
24、在企业文化建设中如何吸收世界文化的精 华？	44
25、如何加强对企业文化的研究和探讨？	45

企业精神

26、什么是企业精神？	51
27、为什么说企业精神是企业文化的主体和核 心？	53
28、为什么要培育企业精神？	54
29、企业精神有哪些特征？	57
30、在企业精神的培育过程中应当掌握哪些原则？	59
31、企业精神的命名方法有哪些？	61
32、培育企业精神的基本方式有哪些？	63
33、企业精神与城市精神有什么关系？	66
34、为什么说班组意识是培育企业精神的基础？	68
35、怎样培养班组意识？	69

价值观和民主意识

36、什么是价值观？	73
37、价值观在企业文化建设中的意义和作用有 哪些？	75
38、怎样塑造企业优秀的价值观？	76
39、企业中的群体意识包括哪些内容？	78
40、在企业文化建设中怎样培养职工的民主意 识？	80
41、企业怎样实行民主管理？	82
42、如何创造一个使职工心情舒畅的心理环境？	84
43、在企业文化建设中怎样建设一个充满“人 情味”的氛围？	87
44、如何优化职工的心理结构？	90
45、怎样建立企业内最佳人际关系？	92
46、怎样提高企业全体职工的素质？	94

企业形象和企业伦理道德

47、什么是企业形象？	99
48、如何塑造良好的企业形象？	100
49、如何提高企业的知名度？	102
50、企业如何有效地开展广告宣传？	103
51、为什么说企业产品的外在形象也是企业文 化的表现形式？	105
52、怎样培养职工的质量意识？	107
53、什么是厂风？	109
54、如何发挥党风、民风在厂风建设中的作用？	110
55、什么是企业的伦理道德？伦理道德有什么 作用？	113

56、如何制定企业的道德规范？	115
-----------------------	-----

企业文化与企业文体活动

57、企业文化与通常的企业文体活动有哪些区别？	121
58、企业的文体活动主要有哪些？	122
59、企业开展文体活动的基本要求有哪些？	124
60、企业文体活动设施主要应当有哪些？	126
61、地方文化主管部门在企业文化建设中，主 要应做哪些工作？	128

企业文化的培育者

62、企业家在企业文化建设中的作用有哪些？	133
63、建设企业文化，企业家应具备哪些素质？	136
64、企业家精神的培育与企业文化建设有什么关系？	138
65、为什么建设企业文化离不开大量的思想政 治工作？	139
66、为什么建设企业文化离不开一支优秀的管 理干部队伍？	141
67、为什么建设企业文化离不开先进人物作 用的发挥？	143
68、怎样发现、培养、树立先进人物？	144
69、建设企业文化应树立怎样的人才观？	146
70、怎样看待职工群众在企业文化建设中的作 用？	148
71、工会在企业文化建设中应做哪些工作？	150
72、共青团组织在企业文化建设中应做哪些工 作？	152

73、科协在企业文化建设中应做哪些工作？	155
74、职工教育部门在企业文化建设中应做哪些 工作？	157
75、怎样发挥非正式群体在企业文化建设中的 作用？	159

企业文化建设

76、为什么必须从实际出发建设企业文化？	165
77、建设企业文化应当主要掌握哪些原则？	166
78、建设企业文化应当抓住哪些主要环节？	168
79、建设企业文化应当从哪些方面入手？	170
80、企业文化优劣的识别标志和方法有哪些？	171
81、企业如何编制企业文化的发展规划？	174
82、企业如何制定自己的经营战略？	176
83、建设企业文化企业要不要设立专门机构？	178
84、在企业文化建设中，如何做到近期目标与 长远目标的统一？	180
85、如何确定厂旗、厂徽？	182
86、企业如何举行升厂旗仪式？	184
87、如何确定厂歌？	186
88、设计、确定厂服应当掌握哪些主要原则？	188
89、企业怎样确定自己的口号？	191
90、如何确定企业的外观底色？	193
91、在企业文化建设中如何注意厂容厂貌建设？	194
92、“沙龙”在企业文化建设中有哪些作用？	196
93、企业怎样举办“沙龙”活动？	198
94、企业怎样制定自己的治厂方针？	200

95、什么情况下应当考虑企业文化的重塑？	202
96、如何重塑企业文化？	204
97、为什么建设企业文化切忌一阵风？	205
98、在“三资”企业中建设企业文化的重点和 要求有哪些？	207
99、乡镇企业建设企业文化应当注意哪些问题？	209
100、如何创建有中国特色的行业文化？	211

附 录

（一）国内外部分企业企业文化简介	215
（二）培育企业精神，塑造企业形象	236
（三）一项强化企业管理的效应工程——山东 新华制药厂企业文化建设调查	248
（四）塑造良好形象、建设企业文化	254

后 记

企业文化概述



1、什么是文化？

文化通常是指人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。有时特指精神财富，如科学、教育、文学、艺术、宗教、道德、法律等。

随着“文化热”的兴起，人们对文化内涵的研究逐步深化和具体化，关于“文化”的定义也逐渐增加，曾有人作过专门统计，发现国内外学者从各门学科、各个角度给“文化”下的定义竟有260种之多。但最常见的有两种定义方式，一是“总和法”，认为文化是人与自然、人与世界全部复杂关系种种表现形式的总和，或是人类创造的物质文明和精神文明成果的总和；二是“层次法”，认为文化分为物质的、制度的、心理的三个层次。

实际上，现实生活中人们对“文化”的理解呈现出很强的层次性。通过分类归并，我们对“文化”的定义可以依次排一个顺序如下：（1）学文化的“文化”，如人们通常用识字与否或识字多少来划分有无文化，根据上学时间来划定文化程度；（2）文化修养的“文化”，如人们通常把行为粗俗的人称为没有文化修养者，而把举止文雅的人称为有文

化的人；（3）文化部门主管的“文化”，这主要是指图书、文博、艺术等，是一种与教育、学术相区别的“文化”；（4）观念形态的“文化”，除了政治、经济、军事等，都可以称为文化，这种意义上的文化最为常见；（5）大文化“概念”的文化，它包括人类生活中全部的物质财富和精神财富。

无论从广义上来说，还是从狭义上讲，文化都是一种社会现象，是观念和物质手段的历史性积淀。例如，一个可以驾驶现代农业机械的农民的文化，显然要比只会驱使牛马、犁耙的农民的文化高出许多，因为他们所采用的观念的和物质的手段不同，前者是自动化机械和与之相适应的人类知识学识，后者是畜力和与之相适应的人类知识系统。同样，一个具有理论的多样性和预测的多面性的企业的文化显然要比只有单一理论和单一预测的企业文化高出许多。一个有着丰富的立法、司法、行政的稳定程序，有着全面的社会保障的法律操作体系的法治国家的文化，显然要比人存政举、人亡政息的人治国家的文化高出许多。

文化有自身的发展史，具有历史的连续性。它又是时代风貌的反映，具有时代性。各民族的文化都有自己的特点，因而也就具有民族性。文化还具有区域性，不同地区、部门的文化都带有自己的个性，企业文化就是一种小区文化，其区域性的特点十分明显。

文化受经济、政治的制约，它以经济为基础，以政治为灵魂。但它不是消极地依附于经济、政治，而是对经济、政治具有很大的反作用，这集中地表现在文化的先导性和主动