

企业文化建设简明读本

这本《企业文化建设简明读本》具有逻辑的准确性、系统性和表达方式的通俗化、大众化，因而也可称之为《大众企业文化建设简明读本》。本书不仅可以供电力企业的同志阅读，也可在更大范围内供其他企业的同志阅读。



中国电力出版社
www.cepp.com.cn

企业文化建设简明读本

主 编 张安乐

副主编 黄金珍 郭正杰

执笔人 郭正杰 徐耀强 成松柳



中国电力出版社
www.cepp.com.cn

图书在版编目 (CIP) 数据

企业文化建设简明读本/张安乐主编. -北京: 中国
电力出版社, 2001

(电力企业文化丛书)

ISBN 7-5083-0814-X

I. 企… II. 张… III. 企业文化-研究 IV.
F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 066828 号

中国电力出版社出版、发行

(北京三里河路 6 号 100044 <http://www.cepp.com.cn>)

三河实验小学印刷厂印刷

各地新华书店经售

*

2001 年 10 月第一版 2001 年 10 月北京第一次印刷

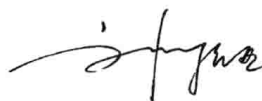
850 毫米 × 1168 毫米 32 开本 7.75 印张 160 千字

定价 16.00 元

版 权 专 有 翻 印 必 究

(本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换)

序 一



二十一世纪充满机遇与挑战。

放眼世界，经济全球化日益加快，科技革命迅猛发展，国际竞争更加激烈。我国已进入全面建设小康社会并加快推进社会主义现代化建设的新的发展阶段。电力企业要适应时代的要求，迎接市场的挑战，必须加快建设并成为学习创新型的企业。只有不断学习创新，才能赢得主动，开辟未来。

企业文化是企业的灵魂，是企业全体成员共同的价值观体系。企业文化作为现代管理理论、

管理思想、管理方式研究与实践的最新成果，是对传统企业管理模式的全面超越。它将深厚的人文精神融会到现代企业经营管理之中，从而创造企业活力与向心力。企业文化建设以尊重人在企业的主体地位为中心原则，以激发员工内在活力，开发员工动力源泉，提高员工全面素质，最大限度调动员工激情与智慧，推动企业全面发展为基本任务。建设企业文化是现代企业管理发展的必然要求。当今世界成功的企业无不得益于其优秀的企业文化。没有企业文化的全面提升，企业要保持持续、稳定、健康发展是不可能的。对于处在改革与发展重要时期的电力企业来说，了解企业文化，建设企业文化，具有重要的现实意义。

国家电力公司十分重视企业文化建设。高严总经理提出要面向世界建设具有时代特色的企业文化。总的看，公司系统企业文化建设有了一个良好的基础。展望未来，任重而道远。加强电力企业文化建设，必须以江泽民同志“三个代表”的重要思想为指导，坚持以人为本的管理思想，树立走向世界的战略眼光，继承艰苦奋斗的优良传统，发扬锐意开拓的创新精神，确立追求卓越的价值标准，构筑真诚服务的工作机制。同时，我们要不断学习、借鉴国内外优秀企业的管理经验，培植企业深厚的文化底蕴，用战略指导企业

发展，用文化推动企业成长。

国家电力公司思想政治工作办公室组织编写的《企业文化建设简明读本》，提供了一本简明扼要、深入浅出、全面系统的企业文化建设知识普及读物。希望电力企业的经营管理者、广大员工，都能认真学习、研读这本书，充分利用这本书。我相信，只要不断学习、勇于创新，电力企业文化建设一定会得到新的发展，国家电力公司在建设控股型、经营型、现代化、集团化的国际一流企业的道路上一定会取得新的成绩。

2001年9月5日

序 二

贾春峰

近几年来，国家电力公司领导很重视企业文化建设，这是我早就知道的。但没想到的是，在国家电力公司思想政治工作办公室的精心组织与大力支持下，几位作者在不长的时间里，居然撰写了《企业文化建设简明读本》这样一部具有重要实践意义与理论价值、具有独特风格和显著特色的企业文化力作。这部书，为我国企业文化建设异彩纷呈的理论与实践园地又增添了新的光彩和魅力。作者想基层企业之所想，实实在在地为企业做了一件大好事。

重视企业文化建设与理论研究，这是有远见的表现。因为国内外企业发展的实践越来越清楚地表明，企业文化对企业兴衰、企业经营业绩所起的作用越来越突出、越来越明显。哈佛商学院推出的《企业文化与经营业绩》一书第一章的标题就是“企业文化的力量”，其中讲到，“企业文化对企业长期经营业绩有着重大的作用”、“企业文化在下一个10年内很可能成为决定企业兴衰的关键因素”。应当说，决定企业命运、企业成败的因素是多方面的，而并非是单一的，但企业文化肯定是其中的一个因素、一个方面，而且是起重要作用的因素或方面。正因为如此，每当学术界的友人有了企业文化的新著问世时，我都是深感兴奋、愉快的。特别是在全社会、经济界、企业界就整体而论对企业文化建设尚缺乏应有重视的情况下，他们的探索、努力就显得更为难能可贵。而这次由电力系统同志呈现给广大读者的《企业文化建设简明读本》，更由于其独有的构思和特色，使我甚为称赞。

那么，这部书的显著特点或值得称道之处有哪些呢？

在我看来，至少有以下这样几点：

一是本书突出地体现了企业文化理论与企业文化建设实践的紧密结合。本书的创意、结构设

计颇具匠心，把全书内容分为三篇：理论篇、操作篇、启示篇，强化了务实性与可操作性的特色。这些年来，企业文化论著不少，大书不少，厚书不少，这些书都作出了不容忽视的贡献，特别是在理论体系的构建与一系列内容观点的阐发上，功不可没。但简明扼要、实用性的书还不多见。本书采用问答形式，既讲理论观点，又讲实用操作，还有操作过程中的实例个案借鉴，把理论性与可操作性统一起来，并且采取了简明读本的形式，这就极大地方便了企业的学习与建设实践。就企业文化著作的结构来说，本书是否具有开创性呢？我看是可以这样说的。

二是本书虽然十多万字，但却能以较小的篇幅，对企业文化给予全景性、透视性的描绘或阐释，使读者对企业文化有个整体性、立体性的把握。企业文化理论内容很丰富，涉及的方方面面很多，而通过作者的“浓缩”，应当说，在有限的较短的篇幅内，本书把企业文化的基本内容比较准确地系统地表达出来了。对于一部企业文化著作来说，理论上的准确性和系统性是极为重要的。不管表达方式如何多种多样，但其中所体现的理论观点必须是准确的、系统的和全面的。在这个问题上，本书作者表现了应当具备、值得肯定的理论功底。

三是本书从一个新的视觉对企业文化理论重新进行了归类 and 排列。这就是把企业文化分为界说、主体、载体三大板块。虽然个别条目的划分可能有不同分法，内容上也可再过细地加以斟酌，但本书这样做，能化繁为简，突出重点，层次分明，使人对企业文化一目了然，易于理解、易于把握。这就排除了那种故弄玄虚、在概念上兜圈子，越说越不知所云，总是让人不可捉摸的感觉。

四是本书虽然阐述的是一般的企业文化知识，或者说是企业文化的基本知识，但在内容上不乏新意。如在理论篇中，不仅讲企业文化的本质特征，而且还着力分析了企业文化的时代特征。在讲企业家素质时，不仅正面讲，而且还分析了目前存在的问题。操作篇不仅在条目设计上，而且在若干条目的说明上，更是充满许多新意。启示篇所选材料不仅比较广泛，而且有代表性。有国内的，也有国外的；有大企业，也有小企业；有知名度高的，也有知名度较低的企业。有的企业不大，知名度也不高，但在企业文化建设上并不因为企业小而借鉴作用就小；有的企业知名度较高，作者能从企业文化建设的某个角度重新加以剖析和提炼，这就使已有的经验又赋寓了新意、新内涵、新说明；等等。

五是本书具有较强的可读性。这首先表现在

全书的创意与写作，是面向广大基层企业，在讲解企业文化基本概念、基本理论的同时，更多的是注目于企业文化建设的实践。这其中包括许多操作性措施，也包括国内外不同企业文化实例的比较，还包括成功经验的总结与失败教训的剖析，等等。更应指出的是，基层企业的同志任务重，时间紧，工作千头万绪，能拿出时间来读书实属不易。而这本书采用简明读本的形式，就方便了基层企业同志“见缝插针”，有几分钟就能读上二三个问题。比如，会前会后、饭前饭后，甚至在差旅途中，带上这本不厚的小书，可以随时阅读几个问题。而这样，点点滴滴，入眼入脑，时间一久，必见成效。

这本《企业文化建设简明读本》具有理论的准确性、系统性和表达方式的通俗化、大众化，因而也可称之为《大众企业文化建设简明读本》。本书不仅可供电力企业的同志阅读，也可在更大范围内供其它行业的同志阅读。

应当指出，这本著作的推出，是同几位作者长期在电力系统工作，长期从事电力企业文化研究与建设实践，比较熟悉电力企业的现状和历史，了解企业、理解企业、关注企业，知道企业文化建设的进程、现状与需求，并且善于进行理论思考与归纳、概括是分不开的。阅读此书，人们能

感受到他们为基层企业服务的热忱、热情、热心与积极性洋溢在字里行间，跃然纸上。

还应当指出，这本书的推出，是同国家电力公司领导的指导、支持分不开的，也是同国家电力公司系统这些年来重视企业文化建设、推出一系列企业文化建设举措分不开的。比如，1999年7月，国家电力公司在黑龙江牡丹江第二发电厂召开了全系统企业文化建设经验交流会，公司领导到会作重要讲话；同年10月，正式下发了《国家电力公司关于企业文化建设的若干指导意见》；国家电力公司不仅把企业文化纳入双文明单位、创一流公司体系之中；并且经过进一步规范，正式列入《国家电力公司创建国际一流火力发电厂（供电企业）考核标准》之中；近年来，更是把企业文化建设正式列入国家电力公司整体发展战略，根据整体战略的要求，目前正在制定“十五”国家电力公司企业文化建设规划大纲，并在国家电力公司本部员工中开展了征集企业精神表述语活动。实践推动了理论思考。正是在这样的大背景下，在这些重大举措推出的情况下，国家电力公司还几次组织出国实际考察国外电力企业文化发展状况，并且编写出了《国外电力企业文化见闻》一书；举办了企业文化专题讲座和培训班。

我想，所有这些强化企业文化建设的举措和

活动，都表明了国家电力公司领导的远见卓识。而且通过这些实际措施，必将大大推动企业创建国际一流的活动，必将有效地开发企业文化力，提升企业形象力，增强企业内部凝聚力和外部竞争力。这本《企业文化建设简明读本》的出版，也一定会在这个创造性实践活动中作出自己的贡献，也一定会对基层企业文化建设有所推动和促进。

我希望，作者不要因这本书的出版而放松研究，而是在企业文化建设的实践基础上，不断总结基层企业的新创造、新经验，不断作出新的概括和提炼。企业文化理论同任何理论一样，需要创新，而且这个创新是永不间断和停顿的持续前进过程。不间断地把国内外企业特别是电力企业进行企业文化建设的新经验、新思路、新理念凝聚吸纳到自己的著作中来，那么这本书的内容就会随着时间的推移、随着实践的发展，不断地得到丰富、补充和拓展。我想，这是几位作者应该做的，也一定能够做好的。

2001年6月23日于北京宽街

目 录

序一/刘振亚

序二/贾春峰

理 论 篇

一、企业文化界说

定义·····	5
企业文化如何产生·····	6
企业文化是企业管理的自然进程·····	8
日本企业文化的主要特征·····	10
美国企业文化的主要特征·····	11

企业文化与企业管理	12
企业文化与思想政治工作	14
企业文化的本质特征	15
企业文化的时代特征	16
企业文化的主要功能	18
企业文化的主要内容	19
企业的文化结构	20
企业文化的类型	22
企业文化的三种现象	24

二、企业文化主体

定义	26
企业价值观	27
企业价值观是企业文化的核心	27
企业价值观的作用	28
成功企业价值观的共性	29
企业精神	30
企业精神的基本特征	31
现代中国企业要培育企业精神	32
企业经营哲学	33
企业经营哲学昭示了现代企业的历史使命	33
企业伦理	34
企业伦理主要功能	35
企业发展战略	36
企业发展战略的构成	37

没有企业民主就谈不上企业文化	38
企业经营理念	39
企业宗旨	40
企业道德	41
职业道德	42
企业风尚	43

三、企业文化载体

定义	45
企业环境在企业文化建设中的作用	46
共生英雄	47
情势英雄	48
企业仪式	49
企业中的非正式组织	50
文化网络	51
合理利用文化网络	52
企业形象	53
企业形象包含的内容	54
企业标识	55
营销文化	56
广告文化	57
现代企业家素质	58
中国企业家目前缺乏的五种精神	59
企业制度文化	60
现代企业管理制度的变化趋势	61

刚性制度与弹性制度文化	62
弹性管理	63
知识管理	64

操作篇

一、企业文化调查

定义	69
企业文化调查是企业文化建设的起点	70
企业文化调查的主要方法	71
企业文化调查的主要原则	72

二、企业文化分析

定义	74
企业文化的环境分析	75
企业文化的障碍分析	78
企业文化的优势分析	80

三、企业文化设计

定义	82
----------	----