

文化资本：

产业战略和企业管理

WENHUA ZIBEN
CHANYE ZHANLUE
HE QIYE GUANLI

刘新荣/著



国防科技大学出版社

文化资本：

产业战略和企业管理

刘新荣 著

国防科技大学出版社
湖南·长沙

图书在版编目(CIP)数据

文化资本:产业战略和企业管理/刘新荣著. —长沙:国防科技大学出版社,2007.12

ISBN 978 - 7 - 81099 - 463 - 7

I . 文… II . 刘… III . 企业文化—研究 IV . F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 180611 号

国防科技大学出版社出版发行

电话:(0731)4572640 邮政编码:410073

<http://www.gfkdcbs.com>

责任编辑:徐 飞 责任校对:文 慧

新华书店总店北京发行所经销

国防科技大学印刷厂印装

*

开本:850×1168 1/32 印张:8 字数:208 千

2007 年 12 月第 1 版第 1 次印刷 印数:1 - 1000 册

ISBN 978 - 7 - 81099 - 463 - 7

定价:18.00 元

序

新荣同志关于文化资本的专著就要出版了，托我作序。我问他“文化资本这个概念是你首次提出来的吧？”他认真地回复了：“不是！”并补充说，法国社会科学家布迪奥早就从社会哲学的角度提出并哲学地研究了“文化资本”。从新荣同志回答问题的方式和态度上，我感觉到了这本著作是写得很认真的，体现了我们一贯倡导的严谨的治学态度。就此一点，我以为此书成功了一半。

上网百度一下，讨论布迪奥“文化资本”哲学的文章还真不少，像新荣同志这样，从企业管理和经营学的视角、系统地研讨文化资本的文章一篇也没有找到。我很关注第一次，看重人们提出所谓新的思想、新的观点、新的理论框架是否属于学界的第一次。我也很清楚，网上没有找到并非意味着“不存在”，不足以证明新荣的这本书及其相关理论是第一次提出，但我还是认为这本书从新的视角提出了很多有研究价值的新思路、新观点、新方法。

用文化资本的思路试图解决企业管理和产业战略中相关问题，实质上走了一条基于管理之本又超乎管理之上、游乎管理之外又归乎管理之中的管理哲学新路——一条启蒙于布迪奥又力图超越布迪奥的研究中国文化特色之路。18年前法国布迪奥的《资本的形式》一文居然引出了中国湖南刘新荣《文化资本》一书，可见学海无国界，后浪推前浪。

书中关于人性的本质是善，善生和，和生美，美生道，道法自然；文化个性和谐是以家庭和企业为主体的生态圈深度和谐；

企业文化价值链和谐管理就是对非业主价值的均衡管理；文化资本的本质体现人性的价值，体现真善美的价值；文化资本链是劳动力链与实物资本链耦合的高级形态，是能创造利益的组织因素序列，是企业生命延续的动力机组，等等都是作者的新“说法”。

在这本管理哲学类的书中，作者还应用了拓扑空间概念、业主和非业主两个视角、数学模型方法以及健康养生文化经营管理等案例，深入浅出地诠释了管理哲学新思想和新观点。我以为，这是另一个大胆尝试，或者就是一个新亮点。

据作者介绍，在本书中，第一次提出企业文化资本化观点，也就是第一次将企业文化个性价值转化为文化资本上升到企业战略管理的高度，从经济学、管理科学的领域探索文化哲学规律；第一次提出了文化智商假设；第一次提出了文化资本链概念；第一次提出了文化资本当量管理；第一次提出了文化个性改进系数；第一次提出了文化流程再造；也是第一次构建了文化资本数理模型……

作者能说出这么多“第一”，也是难能可贵的。纵然在客观意义上未必全是“第一”，但在在我看来，总比那些标明为“著”，却全然不敢标示“我认为”“我提出了”“我得出了”……的“七拼八凑、东倒西歪”的东西要来得有价值得多！

记得作者年初在《中国工业经济》上发表《文化个性与企业价值研究》一文后复印送我，我在其最后一段文字后写了下面这句话，权作对这本书的总体印象——逻辑“秩序”井然！论著“文气”盎然！

朱有志

2007年12月19日

前 言

人类带着许多问题进入了 21 世纪。21 世纪或许是新的文明开端，或许是新的危机结束。一切都在变化中，没有什么可以摆脱变化的力量而孤独地永恒。

这是竞争的时代。竞争给每个人带来好处，也捎带着厄运；竞争给一部分组织带来生机，也给另一部分组织敲响丧钟。白热化的全球竞争背后，有一种微弱的声音在呼唤理性、人性和生态圈的泛道德，于是人们猜想：当竞争走向极端，就是非竞争价值回归的时代。

这是资本多元化的时代。金融资本以外，出现了人力资本、生态资本、信息资本、组织资本、社会资本、关系资本、知识资本、技术资本、时间资本。于是，资本多元化扩大了，经济活动中的利益分配冲突的多极化也就交织了。如此，和谐状态复杂起来。

这是文化大发展的时代。文化向生活挺进，出现了饮食文化、休闲文化、服饰文化、生态文化、民族文化；文化向产业进军，催生了文化旅游、文化休闲、文化产业、文化经济。当文化成为经济的文化时，文化就被赋予了创造经济价值的使命；当经济是文化的经济时，每一个经济单位就注定要承接社会价值的责任。

敞开国门，似乎听到了文化资本的脚步声。好莱坞的大片，日本的动漫画，法国的时装，各种境外文化以资本的方式输入中国。影响着一代人的思维模式、行为模式和生活方式。改变着经济组织的战略选择、管理理念和企业的经营方式。我们的民族及

其企业在变化中迎接新的曙光，也包括狂风大浪。这本书的作者期望与读者一起，在浪中追逐“文化资本”的踪迹。

中华民族文化要成为经济的文化资本。民族企业文化要成为走向世界的竞争优势。我们必须了解、把握这个文化的个性、特色和价值。不止于此，探索文化个性价值转换为文化资本的方式、途径、效率，塑造民族企业核心竞争力的基石，才是研究文化资本、营造文化资本、经营文化资本的特色和价值所在。

全书分上下两篇共七章。上篇文化个性包括三章内容，分别从文化的个性和谐、个性测评和个性管理等方面探索产业和企业文化的个性价值，阐述文化价值和谐方法，搭建战略管理框架。下篇文化资本包括四章内容，从概念到经营，从管理到流程，阐明了作者对“文化资本”的个性化诠释。

这本自称为“书”的目标读者群包括企业家和高层管理人员、管理教学和研究人員以及高校经济管理类的师生。两个春秋，炼成一书，自知其肤浅。抛砖引玉之作，错误遗漏之处，在所难免。敬请读者和各界人士批评指正。

刘新荣

2007年11月于湖南长沙

目 录

文化个性篇

1 文化个性和谐	(3)
1.1 个性价值内涵及辩证关系	(3)
1.1.1 文化是社会和谐的核心要素	(4)
1.1.2 文化的个性与共性相互依存	(5)
1.1.3 文化的价值是个性和谐价值	(6)
1.1.4 民族文化特色影响企业个性	(8)
1.2 文化和谐	(10)
1.2.1 文化和谐三个支点	(10)
1.2.2 文化和谐状态与大三元对立	(12)
1.2.3 和谐的文化随时需要应对不和谐因素 ...	(14)
1.2.4 生态和谐首先是文化生态与产业生态的 相互和谐	(16)
1.3 个性和谐与价值均衡	(19)
1.3.1 文化个性和谐是以家庭和企业为主体的 生态圈深度和谐	(19)

1.3.2	企业个性和谐与产业生态边界	(21)
1.3.3	价值和谐与价值均衡指数	(22)
1.3.4	和谐机制要古为今用	(24)
1.4	个性文化改进策略	(26)
1.4.1	资本剥削了谁	(26)
1.4.2	资本伤害与自醒	(28)
1.4.3	文明人的个性改进策略	(29)
	本章小结	(30)
	参考文献	(30)
2	文化个性测评	(32)
2.1	企业价值系统	(32)
2.1.1	企业价值系统概念	(32)
2.1.2	文化智商假设	(34)
2.1.3	文化个性假设	(36)
2.1.4	个性与群体智商的生态圈视角	(38)
2.2	文化空间维度的基本思想	(40)
2.2.1	拓扑空间的一般概念	(40)
2.2.2	文化个性的六维度创建	(43)
2.2.3	企业文化价值的三维度测评	(46)
2.2.4	组织文化量表研究述评	(49)
2.3	个性测评方法(数学模型)	(52)
2.3.1	文化资本模型	(52)
2.3.2	文化价值模型	(53)
2.3.3	文化决策模型	(54)
2.3.4	个性测评的指标体系构建	(55)

目 录

2.4 测评案例：旅游企业的文化个性实证解析	(58)
2.4.1 调研对象	(58)
2.4.2 材料与方法	(58)
2.4.3 结果分析	(59)
本章小结	(61)
参考文献	(62)
3 文化个性战略管理	(64)
3.1 文化个性的价值管理	(64)
3.1.1 组织文化的核心概念	(65)
3.1.2 文化价值管理	(67)
3.1.3 非业主价值管理	(71)
3.2 供应链价值管理	(75)
3.2.1 供应链和供应链管理的基本概念	(75)
3.2.2 供应链价值整合	(78)
3.2.3 一体化物流	(79)
3.2.4 第三方物流	(81)
3.3 文化个性价值的数量管理	(82)
3.3.1 SI 模型的管理理论	(82)
3.3.2 基于价值指数的竞争优势管理	(86)
3.4 全面预算管理中的 SI 战略	(91)
3.4.1 全面预算管理核心概念	(91)
3.4.2 全面预算管理的优势构成和困境	(96)
3.4.3 成本优势中的 SI 战略	(100)
本章小结	(102)
参考文献	(102)

文化资本篇

4 文化资本概论	(107)
4.1 企业战略文化	(108)
4.1.1 核心能力理论	(108)
4.1.2 价值链文化	(110)
4.1.3 战略资源学说	(111)
4.1.4 动态能力理论	(113)
4.2 文化资本战略	(114)
4.2.1 文化资本战略目标	(114)
4.2.2 文化资本战略重点	(116)
4.2.3 文化资本战略地图	(117)
4.2.4 文化资本战略落地	(118)
4.3 文化资本链	(120)
4.3.1 文化资本链概念	(120)
4.3.2 文化资本链的三大关系	(121)
4.3.3 文化资本链的结构	(123)
4.3.4 链效应	(125)
4.4 文化资本与产业集群	(126)
4.4.1 产业链的文化资本	(127)
4.4.2 产业集群的文化资本	(129)
4.4.3 文化资本与集群优势	(130)
4.4.4 文化资本与集群发展动力机制	(131)
本章小结	(134)

参考文献.....	(134)
5 文化资本经营	(136)
5.1 组织资本经营	(136)
5.1.1 组织资本的积累	(137)
5.1.2 专业化经营	(138)
5.1.3 规模化经营	(140)
5.1.4 范围化经营	(141)
5.1.5 模块化经营	(142)
5.1.6 网络化经营	(144)
5.2 人力资本经营	(146)
5.2.1 人力资本概念	(146)
5.2.2 人力资源类型	(147)
5.2.3 人力资本经营理念	(149)
5.2.4 人力资本经营工具	(152)
5.3 软资本经营	(154)
5.3.1 知识产权的保护和经营	(154)
5.3.2 业务模式的经营	(155)
5.3.3 制度资本经营	(157)
5.3.4 营销渠道经营	(159)
5.3.5 品牌信誉经营	(161)
5.4 生态资本经营	(162)
5.4.1 经营生态剩余	(163)
5.4.2 经营产业生态	(165)
5.4.3 经营循环资本	(168)
本章小结.....	(171)

参考文献	(171)
6 文化资本战略管理	(173)
6.1 文化资本当量管理	(173)
6.1.1 文化资本当量的概念和内涵	(174)
6.1.2 文化资本当量的积累途径和条件	(175)
6.1.3 文化资本当量的等级管理	(177)
6.2 文化资本指数管理	(179)
6.2.1 文化资本指数的概念和含义	(179)
6.2.2 文化资本指数分解	(181)
6.2.3 文化资本指数管理	(183)
6.2.4 产业链的文化资本指数	(184)
6.3 文化资本管理决策	(187)
6.3.1 托宾投资决策理论的启示	(188)
6.3.2 文化资本 Q_1 理论要点	(190)
6.3.3 企业文化管理及投资决策	(192)
6.3.4 文化产业投资战略与决策管理	(195)
6.4 文化资本和谐与创新管理	(196)
6.4.1 文化资本和谐理论框架	(197)
6.4.2 文化资本和谐管理	(199)
6.4.3 文化资本改进策略	(201)
6.4.4 企业文化资本创新管理	(204)
本章小结	(206)
参考文献	(207)

7 文化流程与组织再造.....	(208)
7.1 文化流程及流程再造理论概述	(208)
7.1.1 国内外研究现状	(209)
7.1.2 企业再造理论观点解读	(211)
7.1.3 流程再造的扩展含义	(212)
7.1.4 文化流程设计	(214)
7.2 业务流程的文化再造	(216)
7.2.1 关键业务流程再造与文化流程的关系 ...	(216)
7.2.2 文化流程匹配	(218)
7.2.3 文化创新与业务流程再造	(220)
7.3 组织文化及其再造	(223)
7.3.1 企业再造为什么要有组织变革	(223)
7.3.2 组织变革的冲突/文化模式	(225)
7.3.3 组织文化再造：进化或学习模式	(227)
7.3.4 组织文化再造：流程分析	(229)
7.4 企业价值系统能力再造	(231)
7.4.1 资源整合能力再造	(232)
7.4.2 整合营销能力再造	(235)
7.4.3 核心能力再造	(236)
本章小结.....	(239)
参考文献.....	(239)

文化个性篇

文化个性是指一种具体文化形式的特质。企业视角的文化个性是指企业经营管理行为中体现出的“价值观”特质以及从产品和服务中客户感知到的“非物化价值”特质的集合。特质构成个性价值^[1]，不同视角的个性价值体现不同的含义：从思想意识领域观察，文化个性存在哲学的、社会的和经济的价值；从企业视角察看，文化个性又存在经营性、管理性和体制性价值^[2]；从资本视角考察，文化个性包含六个维度的价值^[3]：思想资本的创意性（IC），软资本的经济性（IJ），组织资本的自主性（IZ），人力资本（包括智力资本）的协调性（IR），生态资本的和谐性（IH），以及时间资本的沉淀性（IT）。让我们从以下三个主题切入文化个性的讨论：个性和谐、个性价值测评和个性价值战略管理。

1 文化个性和谐

个性差异驱动着文化经济和文化社会的多元化发展。个性文化有一个共同的“人性”基础，人性的本质是“善”，善生和，和生美，美生道，道法自然。人性是文化审美的重要标准，而文化的魅力却在于个性，个性的意义在于和谐，和谐的就是美好的，美好的个性特质具有哲学的、社会的和经济的价值标杆（道）作用。

1.1 个性价值内涵及辩证关系

文化就像是“个性”的染缸，一切个性融合到一起就像文化的“太阳光”，今天的文化“太阳”有民族个性光束、产业个性光束、企业个性光束，明天或许加入网络个性、宇航个性、生态个性。

文化的共性和个性的关系就好比染缸和染料：共性是缸，个性是料。打烂了染缸，染料就会流散并快速风干；倾倒了染料，染缸就失去了继续作为染缸而存在的理由，只有不断地加入新的染料，染缸内才会保持新鲜，散发芬芳。