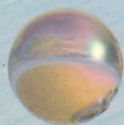


肖先治 聂秀丽 主编

迈向新世纪的 贵州企业文化



贵州人民出版社

中国企业文化建设案例

迈向新世纪

企业文化

中国企业文化建设案例

F270-53

13

迈向新世纪的贵州 企业文化

肖先治 聂秀丽 主编

贵州人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

迈向新世纪的贵州企业文化/肖先治,聂秀丽主编.

贵阳:贵州人民出版社,2000.8

ISBN 7-221-05206-9

I. 迈... II. ①肖...②聂... III. 企业文化-研究-

贵州-文集 IV. F279.277.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 44972 号

迈向新世纪的贵州企业文化

肖先治 聂秀丽 主编

责任编辑	罗嗣泽 彭建
封面设计	张彪
出版发行	贵州人民出版社
社址邮编	贵阳市中华北路 289 号(550001)
印刷	贵州新华激光照排印刷厂
开本	850×1168 毫米 1/32
字数	368 千字
印张	14.75 印张
版次	2000 年 9 月第 1 版 2000 年 9 月第 1 次印刷
印数	1—1000 册
书号	ISBN 7-221-05206-9/F·247
定价	28.00 元

序

企业文化是社会政治、经济、道德、文化等因素在企业的文化投影,它是企业在经营和管理中逐渐形成的,具有本企业特色的企业经营哲学、企业文化形态、企业道德规范、企业精神风尚、企业形象等的总和。它不仅蕴含于企业理念、行为及制度之中,而且凝聚于企业创造的财富之中。它作为一种新的思维方式和现实的管理力量,融汇于企业生产、经营和管理的各个环节,促使企业的经营管理思想和手段革新,推动企业的发展。随着信息社会化的发展和网络时代的巨大冲击,经济的发展与知识文化更加密切相关。市场竞争已成为一种涵盖知识和文化在内的诸多要素的综合较量。建设企业文化,对内可以通过一定的价值观念、企业精神、道德规范来协调企业内部各方面的力量,激发广大职工的积极性和创造性,增强企业的凝聚力和向心力,推动企业生产经营的发展;对外能够通过树立企业形象,展示企业信誉,提高企业产品和服务的文化含量,最大限度地满足顾客的需要,增强企业的市场竞争力。

在这千年更迭、世纪交替之际,面对当代经济全球化发展的趋势,面对知识经济初见端倪的新形势,面对各种思潮、观念激荡的新情况,面对市场竞争出现的各种新态势,企业文化作为有中国特色社会主义文化的一个有机组成部分,作为社会主义精神文明建设的一块重要阵地,作为思想政治工作的一项重要内容,怎样遵循江泽民同志提出的“三个代表”的重要思想,立足本国优秀传统文化,广泛吸纳世界各国的优秀文化,为企业文化注入丰厚的文化底蕴,建构 21 世纪的社会主义企业文化,需要决策者和企业家给予解答和定位。

当前,西部大开发战略正在全面实施。处在西部开发前沿的贵州企业,在面临着发展的历史机遇的同时,也面临着严峻的挑战。只有高度重视企业经济运行中的“人”的巨大潜能和文化知识因素,以丰厚的企业文化基础,规范企业管理,激发员工积极性,树立企业新形象,才能使企业充满活力,适应新的竞争环境。根据贵州的实际情况,由于各个企业所处的具体环境不同,拥有可利用的资源不同,产品的市场定位和服务对象不同;产业特点和行业的技术要求不同,在企业文化建设上就会产生区域特色、产业特色和多姿多彩的企业特色。建设各具特色的企业文化的过程,实质上就是企业创新品牌、树立形象、增强竞争力的过程。这对于企业在实施西部大开发战略中抢占发展的制高点,有着十分重要的意义。所有企业都要以强烈的主导意识、战略意识和创新意识,开展卓有成效的企业文化建设,真正形成群众满意、企业实用、社会认

可、独具特色的企业文化,在西部大开发中谋求更大的发展,为推动富民兴黔大业作出更大贡献。

由贵州省企业文化研究会肖先治、聂秀丽二位同志主编的《迈向新世纪的贵州企业文化》一书,从理论和实践两个方面反映了我省企业文化建设的状况及展望,对企业文化建设中的深层次问题进行了深入的研究,反映出我省企业文化研究的理论水平有了新的提高。我相信,通过该书的出版,必将促进每个从事企业工作的同志更加关心企业文化建设,促进全社会各行各业更加关注企业文化建设,促进各级领导干部加强对企业文化建设的领导和重视,为实施西部大开发,为 21 世纪贵州经济社会的腾飞作出实实在在的努力。



2000 年 10 月 9 日

目 录

序	王三运(1)
---------	----------

理 论 篇

简论知识经济与企业文化的关系	肖先治(3)
企业文化在未来经济发展中的地位和作用	聂秀丽(12)
思想政治工作与企业文化建设	赵松桓(17)
论现代企业制度下的企业文化建设	李 勇(21)
企业文化是企业生命核能的激活剂	熊明英(49)
企业改制, 重塑企业文化资源配置探讨 ... 包 威	徐海龙(56)
现代企业制度下的企业需要现代企业文化规范导向	肖世文(62)
发展服务产业 创建特色文化	刘舜青(72)
浅谈企业形象在市场竞争中的地位和作用	周兴华(80)
论企业文化表现层次及现实意义	邓匡林(86)
浅议企业文化与市场经济的关系	邓惠群(94)
加强乡镇企业文化建设, 重在“品质提升”	袁为学(100)
浅谈创建现代企业经营文化	吴成忠(106)
论面向 21 世纪的企业文化	肖先治(113)
从爱岗敬业的“建设”做起	向 程(124)
认识企业文化建设的特点, 构建具有时代特色的企业文化	杜兰惠(127)

谈企业文化建设的个性特色·····	祝俊瑜(132)
塑造红湖厂优秀企业文化的思考·····	周兴华(138)
浅论企业文化核心的作用和树立的途径·····	黄良(143)
塑造工会维护职能与企业形象战略 ·····	包威 谢国栋 徐海龙(151)
企业的战略经营方式与企业文化·····	杨文胜(162)
社会主义企业文化建设要坚持“古为今用”与“洋为中用” 相结合·····	俸起志(165)
现代民营企业的行政管理、传统道德与企业文化 ···	冉冉虎(173)
发挥企业中党的政治核心作用与加强企业文化建设之我见 ·····	谭标(177)
市场经济与企业文化·····	陶雨明(181)
加强企业文化·适应市场竞争·····	赵云来 李荣金(184)
试论现代企业制度中的企业文化建设·····	何毓敏(189)
工会工作适应知识经济发展要求的对策研究·····	包威(198)
浅谈知识经济时代企业的名牌发展战略·····	李青(207)
关于建立企业内部利益共同体的思考·····	陈少华(214)
论企业、社会职能分离 ——国有企业社会职能改革探究 ·····	张连贵(220)
金融文化对话 ——《贵州农村金融》副总编龙建勇答《贵州经济报》副总编邓国超问 ·····	(228)

实 践 篇

论新时期烟草企业加强职业道德建设的基本途径·····	陈迅(235)
企业价值观决定企业的兴衰 ——探讨市场经济条件下企业价值观的特征与作用 ·····	孙平方(243)

论贵液厂企业文化三维体系及发展新路

..... 易书亮 何 健(253)

论职业道德重在建设贵在养成..... 杨光青(267)

浅谈企业价值观和企业精神..... 易书亮 徐长林(277)

加强思想政治工作 促进企业文化建设

..... 贵州开磷集团政研会(286)

加强企业文化建设丰富思想政治工作是提高商业工作水平、

增进效益的保证..... 万文荣(293)

正确导向 转变观念

——浅谈推动我厂企业形象工程建设之我见 宋 刚(302)

建设企业安全文化,走安全、质量、效益型的发展路子

..... 陈建英 杨文胜(308)

影响企业文化特异性诸因素分析..... 孙平方(313)

抓企业文化建设 促工厂摆脱困境..... 黄连昌 李文科(320)

重视培育新时期的企业精神..... 吴 涛(326)

从发展、变化的轨迹来寻求企业文化的生长点 刘玉萍(334)

建设企业文化 提升企业形象 促进企业发展..... 徐建国(343)

企业文化建设要注重发挥宣传媒体作用..... 王 冰(352)

企业文化 企业战略 企业形象 企业精神..... 刘玉萍(358)

结合企业实际 建设独具特色的企业文化

——贵州航空发动机研究所企业文化建设实践及思考

..... 徐建国(369)

企业文化与企业品牌

——贵州山水旅行社企业文化初探 陈跃康(377)

企业文化及特困企业的企业文化建设刍议..... 肖世文(381)

从“大光现象”看民营企业的企业文化建设..... 李荣金(390)

贵州旅游企业应注重挖掘文化内涵

——新联大厦改造“西舍”的有益启示 冯 健(416)

努力探索新形势下企业文化建设的新路子·····	周昭文(420)
试论农发行企业文化建设·····	陈金石(432)
创建培育与市场经济相适应的银行企业文化·····	蒲康明(441)
塑造企业文化 促进企业发展·····	张泉水(447)
办好农行的事情关键在人	
——对加强新时期县级农行以人为本的企业文化建设的几点思考	
·····	石学昌(452)

理 论 篇

简论知识经济与企业文化的关系

肖先治

企业文化,目前正以崭新的面貌、强劲的动力出现在全球。应当说,企业文化理论已作为现代科学管理理论的重要组成部分,在世界各国的许多企业中扎下了根。企业文化对企业发展的巨大推动作用,已被企业家们所公认。可以预言,对于面向 21 世纪的企业来说,企业文化将成为管理的主流和驱动力。从某种意义上说,企业的竞争,实质上就是企业文化的竞争。因而,拓宽深化这一领域的研究,包括对知识经济与企业文化的关系等的研究,并且达到一定的升华,取得更多高质量的成果,对于我国企业的兴旺发达,无疑具有极大的现实意义。

一、知识经济的提出

在当今世界,伴随着科学技术特别是高科技日新月异的发展,在各个行业,越来越多地涌现出新产业、新技术、新产品。而且,从生产工艺、流程到营销,从产品质量到服务管理等方面,也越来越知识化、智能化、数字化。不少企业家也逐步认识到,要提高经济效益,增强企业竞争力,仅仅依赖固有的厂房、资产或者有形的资源是不行的,必须更多地依赖于知识及其创新。这已成为人们关注的一个热门话题。因此,经过一些专家的概括和总结,提出了知识经济的新概念。应当说,知识经济不仅对生产方式、经营管理,对生活方式、思维方式,以及教育、制定规划、领导决策都将产生深远和巨

大的影响,发挥不可低估的作用。正因为如此,知识经济正成为许多专家学者致力研究的重大课题。

诚然,知识经济也不是从天而降的。20世纪70年代中后期以来,随着电子计算机的发展及普及,在数字信息技术革命的推动下,世界经济逐渐发生质的变化。由于信息的巨大作用,因而逐步地影响和改变经济的性质,这就意味着,将孕育出一种新型经济。美国著名未来学家托夫勒在《第三次浪潮》一书中把它称之为“后工业经济”。进入80年代,奈斯比特在《大趋势》中把它称为“信息经济”。这样,人们又习惯地称之为进入了“信息时代”或“信息社会”。90年代初,联合国有关的研究机构又把它称为“知识经济”。这个概念的引入,比之“信息经济”,应该说是更为科学和更加准确,同时,也明确了这种新型经济的性质。世界经济合作与发展组织在其发表的《1996年科学、技术和产业展望》报告中,对知识经济作了全面、系统的阐述,并下了一个比较确切的定义:知识经济是指以知识(智力)资源的占有、配置、生产和使用(消费)为最重要因素的经济。知识经济是与农业经济、工业经济、旅游经济相对应的一个概念,用以指当今世界一种新类型的、富有生命力的、以智力为主要资源的经济。

知识经济虽然才刚刚兴起,但已经显示出强劲的生命力,使人们认识到世界正在发生剧变。这种变化是与电子技术为核心的新技术革命直接相关的,因而,是一场无声的革命。随着电子计算机、卫星通讯、遥感的广泛应用,信息的开发、贮存、传播有了进一步的发展,进而逐渐形成了在社会上占主导地位的信息产业。因此,在各国经济的发展中,都纷纷重视和充分利用各种各类信息,大量摄取和收集信息,特别是高、精、尖的科技情报。除此而外,生物遗传、生物工程和生命科技的迅猛发展,新能源的不断开发,人类对宇宙、海洋研究的不断拓展,所有这些,都清楚地表明,人们在努力奋斗,永无止境,不断地叩击着知识经济时代的大门,寻找经济稳步、

健康发展的增长点。而可持续发展,已成为世界绝大多数国家认同的发展战略和模式。

二、企业文化与知识经济的内在关系

面向 21 世纪的人类,正在思考什么呢?最为关注的,当然是人与地球的共存,或者说,是人类、自然与社会的协调发展。因此,生态、粮食和人口协调发展,成为人们极其关心的历史性课题。而在历史进程的长河中,随着经济增长与科技进步,思想文化领域也必将发生深刻的变化,社会文化价值的重构,将会受到高度重视。所以,企业文化又拓展了更多、更新、更为丰富的研究内容。就其与知识经济的内在关系而言,我认为有如下几个方面:

1. 企业文化理论的核心,与知识经济理论有异曲同工之处

企业文化理论的核心,是管理与人才。日本企业曾率先采用美国专家提出的“企业文化”理论,在企业管理中获得巨大效益。之后,美国的许多企业家才认识到企业文化是“报酬最丰厚的战略”,并纷纷仿效,亦获得显著的经济效益。可见,在市场经济的运行中,商品生产的文化附加值也越来越高,知识和科技的含量越来越大,以文化为主要内涵、以信息为主要手段的高附加值的服务型经济如雨后春笋般兴起。知识经济,由于是以知识(智力)资源为最重要因素的经济,因而把知识密集型产品作为经济增长的主渠道,这与企业文化理论在本质上(重视知识及文化素养)是相一致的,两者具有异曲同工之妙。况且,从当今世界各国经济发展的趋势来看,经济活动中,文化取向发挥的作用更为明显,经济与文化越加不可分割,所谓“文化搭台,经济唱戏”,就是这个道理。时至今日,两者之间更显趋于一体之势。文化不仅搭台,也开始“唱戏”。据有关资料,到 2001 年,全球高技术产业产值将高达 3.5 万亿~5 万亿美元,成为世界上第一大产业。美国经济增长中有 27% 来自高科技

通信和信息产业,而传统支柱产业建筑业只占 14%,汽车工业仅占 4%。俄罗斯将在 21 世纪初在航空航天、电子产品、信息和通信等领域率先打入世界科学密集型产品市场。企业文化理论和知识经济理论,在一定程度上,特别是在人才素质的提高、现代科学管理等方面,应该说都属于同一个科学体系,在理论上是相通和一致的。不同之处仅在于侧重点上的差异,但达到的目的,即促进新的经济增长点的形成,推动生产力的发展,则是一致的。

2. 知识经济越发展,企业文化越显示出特有的威力

世界各国在经历了数千年的农业经济时代、数百年的工业经济时代之后,现在又开始步入知识经济时代。高科技知识及其载体——人才,已成为发展经济的最重要的直接资源。美国比尔·盖茨的微软公司,工厂规模不大,也没有什么堆积如山的原料和产品库房,只有软盘及软盘中包含的知识,自 1975 年创办后,到 1997 年底,他已拥有 460 亿美元,连续 3 年成为世界首富。微软公司的例子证明:知识是创造财富的一种更为重要的资源。可以预言,随着知识经济的发展,企业文化将更加显示出巨大的威力和作用。这是因为,“文化是指知识、信仰、艺术、道德、制度、习俗以及包括作为社会成员的个人而获得的其他任何能力、习惯在内的一种综合体。”(泰勒《原始文化》)而企业文化所包含的内容,按比较一致的说法,包括企业物质文化(资金、设备、市场)、企业制度文化(纪律、规定、动作程序、分配原则)、企业智能文化(企业个性、企业形象、成员总体素质)等。抓好企业文化建设,达到强化管理、提高人员素质的目的,必然会大大促进知识经济的发展。例如美国可口可乐公司之所以长盛不衰,其成功的奥妙在于特殊的企业文化、拼搏精神和胜人一筹的经营战略。公司的总裁为自己确定的头等大事是管理。作为全球规模最大的跨国公司之一,各类员工多达 100 万人,这样大规模的跨国公司确是难于驾驭的,因此,必须加强管理,制度周密,特别是经营方面的管理更应严格化和科学化。而管