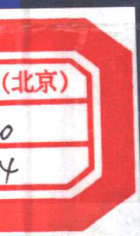


XIFANG QIYE WENHUA ZONGHENG

西方企业文化纵横

——当代企业管理思想

◎ 谭伟东 著



北京大学出版社

西方企业文化纵横

——当代企业管理思想

谭伟东

北京大学出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

西方企业文化纵横:当代企业管理思想/谭伟东著. —北京:北京大学出版社, 2001.8

ISBN 7-301-04869-6

I. 西… II. 谭 III. 企业文化-研究-西方国家 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 07791 号

书 名: 西方企业文化纵横

著作责任者: 谭伟东

责任编辑: 胡伟略

标准书号: ISBN 7-301-04869-6/F·0400

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn/cbs.htm>

电 话: 出版部 62752015 发行部 62754140 编辑部 62752032

电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

排 版 者: 北京大学出版社

印 刷 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

850 毫米×1168 毫米 32 开本 11.625 印张 290 千字

2001 年 8 月第一版 2001 年 8 月第一次印刷

定 价: 18.00 元

自序

一个经济学家,对现代西方企业文化津津乐道,似乎并不大合“规矩”。当代西方主流经济学,从微观到宏观,从区域经济学到国际经济学,等等,无不渗透着定量或计量研究,以至于诸如混沌理论、分歧理论、突变论、协同学等非线性、横断学科,博弈论、信息论、拓卜理论,更不必说像随机系数、混合模型、神经网络等最新出现的数理统计理论与方法,在经济学各个领域,甚至包括经济学说史研究长驱直入。笔者的博士论文就是运用了主要的当代非线性数学与方法论上的最新成果来研究以中国横式为基础的现代动态转型陷井理论。数量化、模型化是当今的大趋势、大潮流。然则,这是否意味着定性研究,概念、范畴、体系的建立与把握便毫无意义?须永远进入历史了哪?这实在是种误解。形成思潮后更是一种误导。理论、思想与科学的魅力永远不会只允定量方法去展示。方法与形式永远是要为内容服务。永远要服从于科学研究与理论推导之目的所需要。更不必说在所谓的后工业社会或信息社会里,高科技更需要高情感相辅佐。

现代西方企业文化,历经百年多之演进与变革,当然已走向高度成熟与完备。继政治文化、军事文化、一般商业文化、社区文化、校园文化之后,现代企业文化渐渐成为当代社会各种文化形态与思潮中具有举足轻重的社会文化分支。这不但是由于其所直接产出与控制的产品设计、制作与营销文化,直接影响着整个社会之消费与发展,不但是由于现代企业就业大军几乎是任何其他社会组织部门在规模上无法与之相比的。也不但是现代大型企业在管理与组织结构乃至领导艺术方面的长足发展,在社会组织管理以至领导潮流中发挥着越来越大的影响。更重要的是单是按人们平均就业 30

~40 年计算,一个人之绝大多数成年生命时期都是在企业文化氛围与环境中渡过的。而随着现代商品与市场经济的高度发达,即令一个科学工作者,文学艺术家,社会名流,由于在创业、集资、理财与管理等方面的需要,也会或多或少地受企业文化的影响。

事实上,企业文化包含着一个庞大、复杂的体系。其核心精神与内核同古往今来的全部组织文化、集团文化、团队文化、民族文化乃至国家文化并无二致。都是要追求成功、卓越,追求成长、发展,追求存续与发达,都必定包含着向上、趋善、公平、合理的价值准则,都推崇人类普适的奋发向上、努力拼搏、热爱挑战等等共同的理念与原则。企业文化的不同是要把所有这些人类共同推崇的价值观念与作为准则,溶入到现实可见的产品与组织创新之中,溶于成本控制与利润追逐之中,溶于市场开发与产出回报之中,溶于物质利益驱动与诱因和精神内在激励与鼓动之中。

在对现代西方企业文化作了一较为全面的表述与阐发后,能否更具体鲜明、生动地以现代西方发达国家,尤其是美国大公司的实际运作文化,将那些相对抽象的东西具体化,以便读者能有一个较为直接的提纲挈领的把握与体会,尤其是从其同我们自己较为熟知的大的社会文化环境之国际比较的角度,对现代西方企业文化作一番透视。这是本书最初稿中的主要弱点。

为弥补这一不足,作者应北大出版社社长彭松建先生的要求与建议,特此增补此一章,美国当代大公司运作文化实地观感。

作者是在北大燕园里,由一位青年学生逐步成长为青年经济学者。这其中有着许多原经济学系(现为经济学院与光华管理学院)原马列教研室的北大老、中年学者们的心血、厚爱与关怀。

燕园,我爱你,直到永远,永远!

谭伟东

2000 年 6 月于美国芝加哥

序

我的学生谭伟东同志,近日完成了他的新作——《西方企业文化纵横——当代企业管理思想》,来求序,我欣然应允。

企业文化,对中国大多读者说来,乍看起来甚为陌生、新奇。但细细推敲、回忆一下,并非如是。其实,从“两参、一改、三结合”的鞍钢宪法,到以铁人精神为代表的大庆精神;从旧中国大成纺织印染公司的“忠信笃敬”,到旧中国荣氏纺织工业集团的“和衷共济、力求进取”;从天津达仁堂制药厂“敢于拼搏争第一,勇于创新增效益;遵纪守法爱集体,振兴中药重信誉”,到江南造船厂的“坚持以国家利益为重,勇于探索,勇于拼搏,勇于挑重担,勇于赶超世界先进水平”。这些都足以表明,企业文化现象在我国早已有之,只不过是我們通常习惯于用企业思想政治工作等予以说明、解释,只不过是我們未能形成一种系统的、科学的规范体系和研究方法,只是我們未能从企业管理和管理科学的角度予以系统化、科学化。

现在,这本摆在读者面前的著作,正是力图完成这方面的工作。

早在谭伟东同志撰写他的《经济信息学导论》的有关章节时,他就时常到我处与我研讨有关创新与信息流转等章节的内容,也就涉及到了公司、企业的集团或团队文化。那个时候,他就多次表示希望能完成此稿后,专门就此进行一番深入研讨。我很是鼓励和支持他的这些想法,并尽我之所能在整理思想、把握体系、条理内容等方面给他以支持。果然,经过三年多的辛勤努力,这部新作

终于脱稿。我和作者一样感到喜悦。

我是搞经济思想、人口理论和管理科学的。但在我们进行经济科学与管理学说的深入探究时,时常会感到深入探索哲学与文化的必要,时常感到文化是整个社会科学研究链条中不可缺少的一个环节。近年来,我几度参加德国的法兰克福国际书展,访问、考察了几个发达国家与我之研究相关的现状与领域。期间的收获之一就是强烈地感受到了企业文化在当代企业管理方面的长足发展。

与此趋向相同,随着我国企业思想政治工作的不断强化和实践经验的总结与升华,随着振兴中华与搞活企业以及充分发挥企业职工主人翁精神等具体的深化企业改革等问题的提出,人们越来越注意到了企业文化的特殊地位与作用。

正是这一切促使我不时地敦促谭伟东同志尽快脱稿,早与读者见面。现在终于有了可以付诸出版问世的书稿了。

读罢全书稿,我认为作者的许多方面是值得称道的。

首先在于该作的新。不止是作者涉足了一全新领域,而且在体系、内容、观点、方法以至结构安排上都能看到作者的创新勇气与精神。这是青年后学的可贵学术品格。

其次在于此书的全。虽说我们只能在相对的而非绝对的意义
上作出这种评断,但统观全书,与国内的直至于国外的同类著作相比较,此作体系与内容涉猎上可谓全面而系统。翻开此书,读者就会看到,企业文化的方方面面向你涌来:从企业文化概述、企业文化系统之结构与功能,到企业文化起源与革命,企业文化之传播,从企业物质文化,到企业制度文化,从企业文化理念、价值取向、精神价值观,到企业文化符码、企业副文化与亚文化、企业文化工程,等等。

最后在于此书的活。应该说,作为一学科建设和理论体系要求,企业文化并不易于写成一部可以引人入胜的书。但作者通过

其大量生动、有趣的案例,旁征博引,加之内容与联想丰富,写得确实较为活泼。

现在,我把这部书推荐给从事企业管理、科学研究、教学学习的广大读者。相信会受到欢迎和好评。由于写作完成到出书又过了一段时间,国内外这方面的研究成果不少,相信作者会不断吸取营养,加强今后在企业文化方面的深入研究。

彭松建

1999年12月于燕园

目 录

自序	(1)
序	彭松建(1)
绪论	(1)
第一章 企业文化概要	(16)
一、企业文化定义	(16)
二、企业文化特点	(20)
三、企业文化分类	(24)
四、“企业文化热”析——兼西方论著评介	(29)
第二章 企业文化系统与模式	(38)
一、企业文化时空系统	(38)
二、企业文化社会系统	(42)
三、企业文化特质	(46)
四、企业文化整合	(48)
五、企业文化模式	(52)
第三章 企业文化结构与功能	(55)
一、鸟瞰与解剖企业文化结构	(55)
二、企业表层文化结构与深层文化结构	(60)
三、企业文化功能	(65)
四、企业文化教化功能	(68)
五、企业文化维系功能	(71)
六、企业文化“软件”功能	(75)
七、企业文化激励功能	(77)

八、企业文化阻抑功能	(80)
第四章 企业文化的起源、发展与革命	(82)
一、企业文化起源	(82)
二、企业文化积累	(85)
三、企业文化冲突	(88)
四、企业危机与价值革命	(95)
五、企业文化突变	(98)
六、企业文化悖论	(103)
第五章 企业文化传播	(106)
一、企业文化双重传递	(106)
二、企业文化的社会传播	(112)
三、企业文化制度性内传递通道	(114)
四、国际示范传递	(116)
第六章 企业物质文化	(120)
一、企业物质文化轨迹	(120)
二、企业产品文化	(128)
三、企业工具系统文化	(131)
四、企业管理手段文化	(135)
第七章 企业制度文化	(139)
一、企业制度文化演进原则	(139)
二、企业刚性制度文化与弹性制度文化	(142)
三、企业制度文化体系	(146)
第八章 企业文化“符码”	(162)
一、企业文化形式与形式文化	(162)
二、企业文化符码系统	(165)
三、企业仪式、习俗	(168)
四、企业文化超人	(174)

第九章 企业文化理念	(178)
一、创新理念	(178)
二、公共关系理念	(186)
三、人际关系理念	(192)
四、系统理念	(196)
五、权变理念	(198)
六、市场理念	(202)
七、资源与要素理念	(207)
八、决策理念	(212)
九、规划理念	(217)
十、营销理念	(220)
第十章 企业价值取向	(223)
一、企业经济价值取向	(223)
二、企业社会价值取向	(227)
三、企业政治价值取向	(231)
四、企业伦理价值取向	(233)
第十一章 企业文化核心	(238)
一、企业精神价值观	(238)
二、公司精神与企业魂	(245)
三、企业经营宗旨	(254)
四、企业家风范	(261)
第十二章 企业副文化与亚文化	(267)
一、多元文化共同体与多元集团文化	(267)
二、小群文化与亚文化	(271)
三、正式组织文化	(277)
四、非正式组织文化	(281)
第十三章 企业文化国际比较	(287)
一、东西方企业文化比较概要	(287)

二、中、日企业文化与美国企业文化比较	(295)
三、中国企业文化与日、美企业文化比较	(301)
四、东西方管理思想比较与互补	(306)
第十四章 企业文化工程	(314)
一、企业文化工程分类	(314)
二、企业文化工程特点	(324)
三、企业文化工程规划	(327)
四、企业文化工程程序	(330)
第十五章 美国当代大公司运作文化	(334)
一、团体精神与集体智慧	(334)
二、头脑风暴法	(336)
三、冲突与妥协	(338)
四、创新与标新立异	(340)
五、“挖墙角”	(342)
六、独断与独裁	(344)
七、组织结构重组或改革	(346)
八、员工培训	(347)
九、新技术、技能传播与推广	(348)
十、计划与预算可塑性	(349)
十一、工资与福利保密性	(351)
十二、“能上能下”	(352)
十三、坐直升飞机	(353)
十四、正面评价	(355)
十五、原谅与忘却	(356)
十六、能者多劳:搭便车与吃大锅饭	(357)

绪 论

企业文化似乎不是文化,也不是精神,但却充满着文化的精髓,散发着精神的魅力。

一、文化的迷离与精神的魅力

创世纪以来,人类生生不息,文化绵延不断。文化轨迹遍及我们星球的每一个角落、每一寸土地。文化理念、界定引来了无数智慧大师。文化学科引来了众多的科学拓荒者与科学大家。文化的运动吸引着、激荡着、裹挟了所有的人。

文化是一种现象、一种存在、一组学科。不论文化概念、理论、学科演进到何种程度,众说纷纭、莫衷一是,仁者见仁、智者见智是常态,各执己见是不可克服的。

不同的国家、民族对文化的感受、需求、创造、理解不同,因而对文化的界定也大为不同:

英国的一种经典定义(恐怕也是近代人类历史上第一个科学的定义)是:文化是一个复杂的总体,包括知识、信仰、艺术、法律、道德、风俗,以及人类所获得的才能和习惯。

美国的一种定义是:文化是群体的行为模式和生活方式,是一切人群可观察的特色。

还有:文化包括各种外界的和内隐的行为模式,它们借符号之使用而被学到或被传播,而且构成人类群体的出色成就,包括体现于人工制品中的成就;文化的基本核心包括传统观念,尤其是其价

值观念；文化体系虽可被认为是人类活动之产物，但也可被视为限制人类作进一步活动之因素。

印度的一种定义是：文化是决定社会成员的价值观、满意感、信仰、期望的环境影响的总和。

西班牙的一种定义是：文化是人们从后天获得的各种观念、价值的有机整体。

日本的一种定义是：文化即文明开化，泛指人类生活的一切内容。

中国近现代的一些定义是：文化乃是“人类生活的样法”（梁漱溟语。他把人类生活的样法分为精神生活、物质生活和社会生活三大类）；^①文化是人生发展的状况（蔡元培语。他列举出衣食住行、医疗卫生、政治、经济、道德、教育、科学等事）；^②“文化者，人类必能所开释出来之有价值的共业也”（梁启超语。他列举出朝代、种族、政治、法律、教育、交通、国际关系、饮食、服饰、宅居、考工、农事等）。^③

学科不同、角度不一、方法论各异、学说渊源不同，对文化的理解、把握、透视便不同：

历史学派常常把文化视为社会的遗产，或者看作是传统的行为方式的全部丛结；心理学派往往将文化视为个体心理在历史屏幕上的总投影，或者是看成满足个人心理动机所选择的行为模式；结构功能主义者强调文化是由诸种要素或文化特征构成的稳定体系；发生论者争辩说文化是社会互动及不同个人交互影响的产物；精神文化论者认定文化仅指文字、文学、思想、学术、教育、出版等

① 梁漱溟：《东西方文化及其哲学》，上海商务印书馆 1929 年版，第 53 页。

② 蔡元培：《何谓文化》，载《蔡元培美学文选》，北京大学出版社 1963 年版，第 113 页。

③ 梁启超：《什么是文化》，载《学灯》，1922 年 12 月 9 日。

事。此外,还有专以文学为文化者,以教育为文化者,以科学为文化者,以道德品格为文化者,等等。不同的定义有不同的含概面,不同的含概面隐喻着不同的学术倾向和理论偏好。一些人偏重和强调文化的观念作用,把文化定义为观念之流,或观念联结丛;另一些人则侧重和突显文化的社会规范的价值,把文化界定为不同人类群体的生活方式,或者共同遵守的行为模式。无怪乎,迄今为止,单只是稍稍规范和正式的文化定义就达二三百种之多。

不同的历史时代,不同的社会背景之下,人们的文化观是不同的。文化是随着历史的变化而不断演变的。

在西方,古希腊罗马时期,随着人们对社会生活、政治生活参与的增多,文化被理解为培养公民参加这些活动的品质与能力。到了欧洲中世纪,由于神学取得了绝对的统治地位,文化被“祭祀”等术语所取代,人们自身改造自然的能力让位于神的创造力。文艺复兴时期,思想解放运动打破了中世纪枷锁,人本主义思想家力倡人道,反对神道,鼓吹以古希腊罗马文化代替宗教神学文化,文化被用来说明人的形成和发展过程。18世纪启蒙运动时期,思想家、哲学家们开始把文化与教养联系了起来,“文化水平”、“文化程度”成了理性的表现。“他们把文化历史过程归结为人类理性的发展,用科学、艺术的成就来说明资产阶级社会秩序和政治设施的合乎理性,用资产阶级自我需求的‘自然’本性来说明文化的自然观念,并与原始民族的‘不开化’和‘野蛮’性对立起来。

在德国古典哲学家的著作中,文化则被视为处于人们社会规范以外的绝对精神领域;人类社会文化发展的真正存在和发展的目的和意义,就在于达到这种精神的绝对自由。因此,他们试图从道德领域(如康德)或美学领域(如席勒)及哲学领域(如黑格尔)来为德国资产阶级的社会发展寻找出路。不难看出,法国启蒙思想家和德国古典哲学家的文化观点,乃是当时资本主义社会发展需要,在社会哲学思想上的反映,它和后来社会学作为一门学科所讲

的文化概念是有着不同涵义的”。^①到了19世纪,随着社会学、人类学的发展,文化的社会学意义逐步得到明确,文化被作为一个中心概念首次提出,并得到了系统的表述,即我们在前边所引的由英国文化人类学家爱德华·泰勒所给出的第一个文化经典定义。这个定义虽然是描述性的,但却首次给文化一个整体性的概念,并为后人研究文化现象界定了一个基础范围。尽管如此,泰勒的文化定义毕竟把物质文化给遗漏了,于是后来的定义便在那个系列之首加上了实物。而进入本世纪中期,由于后工业社会、信息社会文化思潮的兴起,文化又再度成为理性、观念、思想、精神的集合,物质文化受到弱化。

所有这一切,仿佛都验证了文化学家罗威勒的这样一个说法:在这个世界上,没有别的东西比文化更难捉摸。文化是如此的扑朔迷离,文化是如此的光怪陆离,文化是如此的玄妙神奇。

文化几乎包罗万象,文化囊括了人类全部的财富和创造力。“进步的是文化,落后、鄙俗的也是文化”。^②真理是文化,谬误也是文化。但文化的主旨、文化的真谛都不在这里,文化的诱惑在于文化的精神魅力。

文化,作为各种层次的文化共同体的共同信仰、共同追求、共同创造、共同规范,具有强大的心理激发力、精神感召力、情感平衡力、能量诱放力……,所有这一切汇成了巨大的精神魅力,维系着、主导着、激励着所有层次的文化共同体,成为它们的引力中心、凝聚体系和动力源泉,成为它们的旗帜、指南。

文化超民族的、超国家的发展,文化的区域性、国际性发展,塑造出了超越国界、超越狭隘民族意识的全球精神与信念:诸如国际主义精神、世界主义、全球意识,塑造出了超越国界、超越民族的区

① 司马云杰:《文化社会学》,山东人民出版社1986年版,第8页。

② 同上,第10页。

域一体化精神和意识：诸如欧洲联盟意识、北美统一市场意识、环太平洋经济圈意识。说到由社会意识形态以及经济、政治文化的对峙所造成的两大体系各自超越民族和国家的合作，也是受制于社会制度与体制文化的强烈影响。

在一个民族、一个国家范围之内，文化的长期发展和不断积累，文化的历史沉淀，文化的传统洪流终将形成一种民族精神，形成一国之魂灵。这种精神、魂灵作为一个民族或国家最基本、最核心的精神支柱，在每个民族或国家的全部生活和历史过程中扮演一个十分重要的角色。看看古代中国文化传统下的中国精神，对此问题就会有一个明确的了解。在遍布全球的内陆式伦理社会中，中国古代文化具有最为彻底世俗伦理的形式。“礼教”文明是内陆防范型文化社会的典型产物。礼之根本功用在于防。这种社会文化所沉淀的必然是典型的防卫理想：“把各种见解和贤达之士内缩于宫庭；通过社会慈善的姿态来凝聚国内，而不以创造力开辟文明的领域，以外扩的热情到异地搜寻实力”。^① 这样一种共识与信念同由自然环境、农耕文明所要求的军事上的战略意图合拍，遂逐步成长出了一种更加明确的民族精神：长城精神。

正象《神话与民族精神》的作者所指出的那样：长城的精神与我们民族内心深处的精神相通，即防御思想。长城，不带进攻性质，完全着眼于防卫。在历史上，只要入侵的游牧势力一旦离开长城脚下，长城的军事价值就只剩下心理方面的了——它提供了一道抵御铁蹄践踏的心理“堤防”。

渐渐地，在民族的内心深处，便相应形成了“长城精神”。长城，不仅成为我们的物质象征，也成了我们的精神象征。“长城精神”的一般特点是：长于保守，拙于进取；注重防卫手段，缺乏出击精神；推重道德，轻视效率；安贫乐命，不冒风险……与欧洲航海民

① 谢选骏：《神话与民族精神》，山东文艺出版社 1986 年版，第 414—415 页。