

中国企业文化简论

陈寒鸣 周公望 编著

天津大学出版社

0-05

(津)新登字012号

中国企业文化简论

陈寒鸣 周公望 著

☆

天津大学出版社

(天津大学内)

天津市北方出版印刷公司印刷

☆

开本: 787×1092 毫米 $\frac{3}{16}$ 印张 7.125 字数 150千字

1992年11月第一版 1992年11月第一次印刷

印数 1—6100

ISBN 7-5618-0446-6/F·27

定价: 4.50元

企业文化新探索

——《中国企业文化简论》序

庞 卓 恒

作为陈寒鸣、周公望同志合著的《中国企业文化简论》（以下简称《简论》）的第一个读者，我深感荣幸。

四年多前，当陈寒鸣同志刚由一个自学成才的青年学者走上天津工会管理干部学院教学岗位时，我曾建议他充分利用自己特有的有利条件研究大众文化和企业文化，他欣然接受了我的这一建议。此后，每当我们见面，就免不了要讨论这方面的问题。不久，我把寒鸣同志介绍给天津管理干部学院前副院长、中国职工思想政治工作研究会特约研究员、天津思想政治工作研究会副会长杜亦平同志。亦平同志不仅对他进行了许多具体的指导，而且大力推荐，使寒鸣同志的企业文化研究课题在专家评审中获得通过，列入了天津市“七五”社会科学规划重点项目。《简论》就是这一项目的最终成果。

在此，我愿谈谈我的几点读后感。

书是作者的产儿。一本有特色的书，当然也就体现着作者特有的视角。《简论》正是这样一本体现了作者特有视角的书。寒鸣同志曾在企业工作过八年。在此期间，他一边工作，一边苦读研究，既拥有了比较丰富的社会主义企业生活的经验，又比较系统地钻研了中国思想史和中国文化史，在

许多学术刊物上发表了一系列引人注目的文章，成为一位富有成就的青年学者。担任天津工会管理干部学院教员后，他任教《中国文化史》课程之余，又结合教学、科研工作的需要，不断探索如何使精英文化与大众文化有机结合，系统研究企业文化。他广泛搜集、阅读了国内外有关企业文化的论著，还通过来自全国各地企业的工会干部学员以及从前结识的企业干部和工人朋友等多种渠道，做深入细致地调查研究，积累了大量理论资料 and 实际调查素材，为企业文化课题的研究和这本《简论》的撰著提供了比较坚实的基础。他的合作者周公望同志对中国历史有较为系统的研究，又做过二十多年的思想政治工作。近年，公望同志应聘在天津工会管理干部学院讲授企业文化，深受各方学员的欢迎。两位作者的这种社会经历和治学背景，很大程度上决定了《简论》的特色。

首先，正因为两位作者具有上述的社会实践生活经验，所以，他们的企业文化论著自然地具有了不同于出自经济学或管理学学者手笔的企业文化论著的特色：后者一般侧重于从企业管理视角立论，而《简论》则侧重于从文化——社会学的角度展开论述。在我看来，这两种视角本身并不具有高低优劣之分，也不是互相排斥的，而是互补的。也正因为如此，《简论》具有了它自己的特色和价值。而且，由于作者有较好的中国思想、文化史的功底，这使得《简论》的“文化”特色更为明显。

其次，《简论》鲜明地突出了企业文化的实践特性和大众特性，或者把这两者结合起来而称之为企业文化的大众实践特性。应该说，这是一个颇有新意的见解。作者把企业文化

定义为“企业在其生产经营实践活动中形成、发展起来的具有本企业特点的群体意识及由此产生的群体行为规范”（见《简论》前言和第二章）。这里说的“群体意识”，当然既包括企业管理者群体的意识和企业工人群体的意识，也包括管理者群体和工人群体共有的企业整体意识。在这里，群体性也就是大众性。作者据此而把企业文化归于大众文化的范畴，以区别于古今中外的“诸子百家”系统地表述出来的所谓精英文化或上层文化。作为大众文化的企业文化，其形成过程当然会受到精英文化或上层文化的影响，但它作为企业的群体意识及由此而产生的群体行为规范，必然主要地来源于企业的群体实践活动。《简论》第六章集中论述了企业文化的这一特性以及与之相关的其它特性，并在论述企业文化的内容、功能和形成诸章中，也从不同角度展示了这些特性。在具体展开这些论述时，作者大量引用中外企业实践活动中形成的企业文化的实例，其中有许多值得借鉴的积极因素，也有一些需要吸取的教训。这就使得《简论》的内容本身也具有鲜明的实践特性。从事企业实践工作者，在建设其企业文化过程中，无疑可以从《简论》中获得许多启示。

第三，企业文化作为一种文化现象，当然也和其他文化现象一样，在其形成和发展过程中，总是既要对传统文化有所继承和扬弃，也要对外域文化作有所选择的吸纳。《简论》第七、八两章着重论述了这些问题。其中，对民族文化传统与企业文化的关系，以及有选择地吸取外国企业文化以建设具有中国特色的社会主义企业文化问题，阐述了颇富新意的见解。对美、日企业文化的特点及其利弊得失的比较分析，尤有独到之处。在这些分析中，作者力图证明，无论是对传统文化

的继承和扬弃，还是对国外企业文化有选择的吸收，都必须以是否适合于企业的生产经营实践活动的发展需要为转移。可以说，这也是从另一角度论证了企业文化的实践特性。实际上，是否适应实践的需要，决定着文化的继承、更新和吸收的取向。这不仅是企业文化的发展规律，而且也是其他文化领域以至整个文化发展的共同规律。

此外，《简论》附录中还有二篇探讨乡镇企业和三资企业的企业文化文章。尽管篇幅简略，未能深入展开论析，但毕竟提出了足以引起人们充分重视的新课题。在深入学习邓小平同志南巡讲话的今天，读这两篇文章，更觉作者目光之敏锐。

总之，《简论》是一部有特色、有新意的著作。但是，新意正因其“新”，总难免有其不够成熟之处。书中所举众多实例未必都选用得当，有些论点还有待于在同行专家的研讨中，特别是在企业文化建设的实践中，经受检验和批评。而这种检验和批评本身，必大有助于推动企业文化这一新领域的理论研究和实践探索发展到更高水平。

一九九二年二月序于天津师范大学

前 言

八十年代中期以来，国内学术界文化讨论热潮兴起。老、中、青三代学者集中论辩中、西文化异同，研讨中国文化传统究竟有无现代价值，而以探寻中国社会与中国文化现代化之路为研究讨论的宗旨。这显然是很有意义的，有助于人们全面、科学地了解和认识中、西文化。然而，我们认为，文化研究不应仅仅集中在上层文化（即精英文化）领域，而应密切关注现实社会的大众文化。并且，现代化道路的选择，从实质上说，是由民众，尤其是作为现实社会生产生活主体的普通劳动民众的利益意愿决定的。如果仅仅是几许高雅之士囿于象牙塔中精研上层（精英）文化，坐而论道式地讨论什么现代化问题，而对现实社会生产生活实践活动及作为这活动的主体的普通劳动民众的文化心态、利益意愿等缺乏了解与研究，我们则很怀疑那种文化研讨究竟有多少实质性的现实意义。正是出于这样的思考，我们把研究视野日益投注于现实社会生活及大众文化。于是，便终于有了这本并不很成熟的《中国企业文化简论》。

作为一种理论，“企业文化”是80年代初才被正式提出来的。这是70年代美国企业界与管理学界迫于日本工业经济迅速发展及其对美国工业经济的挑战。而展开美、日企业管理模式比较研究的产物。在美国学者看来，日本工业经济所以能在本世纪60年代以后获得飞跃发展，乃是因为日本企业普

遍有着一种强有力的内在精神凝聚力。他们把这种推动企业并促使整个社会经济不断向前发展的精神凝聚力称为“企业文化”。并且，他们在“日本能，为什么我们不能”的思想驱使下，提出回到美国历史上创造出那些卓越公司的创业时期，依据自身的文化传统创建他们自己的强健的企业文化的目标。这一主张很快引起美国以至西欧诸发达国家企业界、管理学界人士的普遍回应，企业文化越来越为世人重视。其实，作为一种实践中客观存在着的文化现象，企业文化早已存在。它伴随着近代工业的存在与发展而产生、发展。无论人们是否自觉地意识到，企业文化都客观存在、发展于近现代企业的生产经营实践活动之中，并对这种活动发生着一定的影响。现在，以“文化制胜”作为企业生产经营实践的指导思想，已成为欧美、日本发达资本主义国家企业界、管理学界比较普遍的认识。

“企业文化”指的是企业在其生产经营实践活动中形成、发展起来的具有本企业特点的群体意识及由此而产生的群体行为规范。它包括企业哲学、企业精神、企业价值观、企业目标、企业道德、企业风尚等内容。企业文化作为一种文化现象，虽然总是有一定社会和阶级属性，但其并非欧美、日本等发达国家独有，更非资本主义经济制度的专利品。在我国，企业文化已约有半个多世纪的发展历程。19世纪70年代开始，在民族资本主义工业中就逐渐形成发展起以爱国主义精神，尊重科学、讲求实际、注重“人和”等为主要内容的企业文化。这种具有本国特色的企业文化，对我国民族资本主义工业的发展起了一定的推动作用。本世纪三四十年代，在革命根据地（解放区）中国共产党领导下的公营工

厂中，亦具有党培育以工人阶级为人民解放事业而献身为主要内容的企业精神，并以此为核心发展形成一种新型的“企业文化”。1949年，中华人民共和国成立以后，在社会主义公有制基础上，中国工人阶级更以马列主义、毛泽东思想为指导，创造发展起以企业精神为主体的社会主义“企业文化”。50、60年代，“爱厂如家”、“艰苦创业”、“勤俭办厂”等优秀的社会主义企业文化激励着广大职工为社会主义建设事业忘我工作，中国工人阶级为恢复国民经济、发展工业生产做出了举世瞩目的伟大贡献。当然，50年代中期开始逐渐形成的指导思想上的“左”的错误，尤其是十年“文化大革命”，更使社会主义企业文化建设出现变态或畸形的演变。但中共十一届三中全会结束了“左”的错误，确立了全党和全国人民工作重点的转移，又开始了经济体制与政治体制的改革，这些都为我国社会主义企业文化的建设和发展提供了广阔前景和内外动力，也使我国企业具有前所未有的生机和活力。80年代以来，我国的企业文化已初步形成新的发展格局，优秀而强劲的社会主义企业文化正在孕生、成长。总之，我国企业文化不仅已经历了较长发展时期，而且在其发展过程中，已积累下丰富而宝贵的经验，形成了自身的传统。

在社会主义现代化建设中，我们应该并且完全能够建设起与社会主义初级阶段相适应的、符合社会主义市场经济发展需要的、具有本民族特色的“企业文化”。我们认为，建设这种优秀的“企业文化”，应特别注重下列几点：其一，坚持马克思主义的指导，坚持社会主义方向。这是我国企业文化建设必须首先遵循的基本原则。我国的全民所有制

和集体所有制企业都是社会主义企业。我国的企业文化是在社会主义企业生产经营实践活动中逐渐形成发展起来的，是由我国工人阶级创造的。这决定了我国企业文化与资本主义企业文化有着本质区别。我们在企业文化建设中，应始终坚持以马列主义为指导，坚持工人阶级在企业文化中的主体地位，并且，应以社会主义和共产主义的集体观、价值观、人生观、职业道德观、效益观等为主要内容。这样的企业文化必然能够保证我国企业沿着社会主义方向不断前进。其二，从经济体制改革的总体战略要求着眼，立足于企业自身的制度改革和完善。这是我国社会主义企业文化建设中应该遵循的又一原则。我国社会主义经济是建立在公有制基础上的市场经济。我国的经济体制改革是社会主义经济制度的自我调整与自我完善。改革的核心问题，在于逐步建立起以市场为资源配置主要手段的经济运行体制。经济体制改革涉及到计划、财政、金融、外贸、物资、价格、流通等许多方面，而企业自身制度的改革则无疑是其中十分重要的方面之一。社会主义企业文化建设要从经济体制改革的总体战略要求着眼，要充分考虑到我国具体国情，要在企业自身改革与不断完善过程中进行。企业改革呼唤着优秀的“企业文化”，符合时代精神的企业文化也只有在企业改革实践中才能形成。其三，要以中华民族文化的优良传统为生存发展土壤，要以广阔的胸襟、开放的心智接纳国外企业培育优秀而强劲的企业文化的成功经验，站在现代世界的高度建设我国的社会主义企业文化。

我们认为，就共通性而言，我国社会主义企业文化至少应具备三方面内容：一是为社会作奉献的价值观。我国企业

是社会主义制度下的商品生产者和经营者，是为社会服务的。其生产经营的根本目的是要满足人民大众日益增长的物质生活与文化生活的需求。因此，我国社会主义企业文化应着力凸显为社会、为民众作奉献的价值观，并在此价值观指导下，正确处理国家、集体和职工个人三者之间的利益关系。二是主人翁意识。社会主义生产资料的公有制决定了职工群众是企业的主人，而不是受剥削、受压迫的雇佣劳动者。这是我国企业与资本主义企业的本质区别之一。要使我国企业始终坚持社会主义方向，就必须真正做到全心全意地依靠工人阶级，真正把职工群众视为企业的主人。这就涉及到落实职工群众主人翁权利的制度和行为等一系列问题。当然，成为职工群众中的一员并不意味着天然地具备了主人翁意识和作为主人翁必须具备的能力。这就需要有意识、有计划地自觉培育和训练，而自觉培育主人翁意识和职业道德，提高、增强主人翁能力，以及切实落实主人翁地位，正应成为我国社会主义企业文化的重要内容。三是艰苦奋斗精神。我国尚处于社会主义初级阶段，国力不强，民众生活亦不很富裕。并且，我国社会主义企业的历史还不长，生产力水平、工艺技术水平等都不很高。这就特别需要我们发扬艰苦奋斗精神。以艰苦奋斗精神治国、以艰苦奋斗精神办企业，这是我国社会发展，当然也是我国企业建设的必由之路。因此，我们应该并且必须把弘扬艰苦奋斗精神作为我国社会主义企业文化的重要内容。大量事实充分表明，凡在上述三方面做得比较好的，换言之，凡能够自觉围绕上述三方面内容培育、构建自身优秀文化的企业，都能生机勃勃，充满活力，取得比较理想的经济、社会效益。

尽管从实践上看,我国企业文化已经历了半个多世纪的发展时期,社会主义企业文化建设亦已走过四十余年的历史,但真正从理论上研究企业文化,探寻建设有中国特色的社会主义企业文化之路,则始于八十年代中叶。不过,由于企业文化建设适应着深化经济体制改革的需要,适应着加强企业科学管理的需要,适应着提高职工队伍素质;建设社会主义精神文明的需要。所以,对企业文化理论上的研讨一经开始,便立即引起企管界、经济学界及社会其他各界人士的高度重视。据不完全统计,仅1986年初到1989年底,国内各报刊发表了三三百篇左右有关企业文化文章,规模不等的企业文化理论研讨会多次召开。1989年还出版了几本企业文化论著(含外国学者著著作的中译本)。广东高等教育出版社正陆续推出《企业文化丛书》,在北京还成立了中国企业文化书院和中国企业文化研究会。这显然是十分喜人的局面,对我国社会主义企业文化建设必将起一定的推动作用。

从理论上讲,作为一门学科的企业文化是管理学与文化学的综合产物。因此,研究企业文化理论,撰写有关企业文化的论著,就大体可以依循两种思路:一种是着重从管理学角度出发来立论,意在阐述一种新的管理学方法;另一种思路是着重从文化——社会学的视角来立论,意在透过企业行为与企业管理的表象,揭示企业这一特定社区的文化的本质。我们所看到的中、外学者有关企业文化的论著,多属于第一种类型;我们这本《中国企业文化简论》则试图立足本国实际,采用第二种思路撰写而成。无论哪种方法,都应以大量事实为依据,谨慎地得到科学研究的结论,这是企业文化理论研究中应当遵循的方法原则。我们在这方面尽了最大努

力。当然，我们这种努力的结果如何，尚待读者诸君品评。

在我们的研究及本书撰写过程中，得到了天津师大历史系庞卓恒教授和中国职工政治思想研究会特约研究员杜亦平先生的热情关怀和指导。庞先生更为本书特赐佳序。我们谨向他们表示敬意！

天津市“七五”社会科学规划办公室亦对我们多有指导。天津大学出版社的高亚洲先生为本书出版付出了艰巨劳动。谨致衷心谢忱！

天津工会管理干部学院的领导和同事，特别是图书馆的同志，十分关心、支持着我们的研究、撰写工作，在此亦顺致感激！

目 录

第一章	企业文化溯源·····	(1)
第二章	企业文化的定义·····	(16)
第三章	企业文化的内容·····	(23)
第四章	企业的功能·····	(52)
第五章	企业文化的形成·····	(68)
第六章	企业文化的特性·····	(86)
第七章	民族文化传统与企业文化·····	(110)
第八章	外国文化与中国企业文化·····	(129)
第九章	企业文化的建设·····	(144)
附录一	文化研究与人类文化的发展趋向·····	(171)
附录二	文化的本质属性与中国的现代化·····	(178)
附录三	乡镇企业文化浅谈·····	(187)
附录四	三资企业文化初探·····	(196)
附录五	也谈思想政治工作和企业文化建设的关系·····	(204)

第一章 企业文化溯源

社会文化在不同的社会领域、不同的社会团体和不同的社会成员身上都有其具体的、特殊的表现形态。在企业这个团体中，社会文化就表现为企业文化。所以有人说，企业文化是人类文化之树的一个充满生机的枝条，人类文化就是它的根。这样看，中国的企业文化当然就是中国社会文化在中国企业中的特殊表现形态了。既然如此，研究企业文化，研究中国企业文化，就有必要先追溯一下“文化”这一概念。

从世界范围来看，“文化”这个词英语是 culture。溯其语源是出自拉丁文 culture，意为“耕作”。18世纪以后逐步演变为这样一些含义：个人的素质，思想方面的修养，社会的知识，艺术、学术作品的汇集，有时甚至引申为一定的社会生活的全部内容。1871年，英国的著名人类学、文化学专家泰勒在其名著《原始文化》一书中给文化下了一个比较权威的定义。泰勒认为，“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”。这一定义后来多为学者所引用。二十世纪以来，“文化”这一概念的含义又得到了多次的丰富、修正和提炼。

从中国来看，“文化”一词很早就见之于史籍。西汉的刘向在《说苑·指武》中说：“圣人之治天下也，先文德而

后武力。凡武之兴，为不服也，文化不改，然后加诛。夫下愚不移，纯德之所不能化，而后武力加焉。”不过，这里所说的“文化”还不是一个整体词，其中的“文”指文德，“化”指教化，即以文德来教化。以后，晋人束皙、南齐王融等在其诗文中都用过“文化”一词。如束皙的《补亡诗》中就有“文化内辑，武功外悠”之句。王融在《曲水诗序》中也说：“设神理以景俗，敷文化以柔远”。这时已把“文化”作为一个词来使用，其含义包括文治、教化、礼乐典章制度等。此后，在漫长的封建社会中，“文化”一词的含义没有很多的变化，只是融进了书本知识之意。

进入近代，随着西学东渐，“文化”的含义已不完全是中国古代所指的文治、教化、礼乐典章和书本知识，而是逐渐有了新的含义。从19世纪末至20世纪初，一些学者著作和报刊文章中来看，“文化”一词大约有以下几种含义：

一、与文明同义。如谭嗣同《赠梁莲涧先生序》：“瀕海有山焉，曰崖山。自宋以后颇著称于时。……惜为地球半圆而弧所隐，使削其弧而弦以径之，将直见文化早辟，几乎《春秋》之太平，《礼运》之大同。”又如《湘报》第92号《学会汇纂》：“泰西有文化之国，其战必守公法者，彼非乐于守之，恐自不守，将致人之仇，怒人之报复耳！……楚本蛮野，宋襄公以文化之国待之，故大败。”再如《浙江潮》第四期《浙风篇》：“吾中国国民，非一统于皇帝者乎？虽然二千年前文化未开焉。凡文化未开时之伍民，常被治于天然之感化力。”这些资料中所说的“文化”，都是与“野蛮”相对而言的。所谓“文化早辟”、“文化之国”、“文化未开”之“文化”均与“文明”同义。

二、包括精神和物质。如《江苏》第4期《中国民族之过去及未来》一文：“伏羲、神农之时，民智渐启，中国文明之滥觞，实始于斯时。燧人氏作大食，有巢氏作巢法，伏羲氏画八卦、教佃鱼、造书契、作甲历，神农氏艺五谷、制医药、立商廛，盖当时文化甲诸族。”作者论述的是中国文化的起源，涉及渔牧、农耕、交换、饮食、居住和文字、历法、医药等诸方面。这里所说的“文化”显然包括物质文化和精神文化。

三、仅指意识形态。如梁启超《论教育当定宗旨》说：“雅典人所自负者，欲全希腊文化之中心点集于其国也，故务使国民有高尚之理想，有严重之品格，有该博之科学。”又如《绣像小说》第3期所载《小说原理》一文说：“今值学界展宽，士大夫正日不暇给之时，不必再以小说耗其目力。唯妇女与粗人无书可读，欲求输入文化，除小说更无他途。”再如《新民丛报》第24号所载《支那教育问题》一文说：“其学术之程度，日本以吸取泰西之文化，程度较高。”上述几则资料中提到的“文化”，指的是理想、品德、学术、科学、文艺等，都属于意识形态范畴。

“五·四”运动以后，特别是新中国建立以来，人们对“文化”的含义有了更为全面和深刻的理解，各式各样的“文化”学科和“文化”著作如雨后春笋般地涌现。这说明人们要求建设新文化的迫切愿望，也说明文化研究方面的成就。

总的来看，近代以来，从国外到国内，尽管对“文化”这一概念的含义有过多种（有学者说有三百种之多）解释、阐述和定义，认识并不一致，但是仔细研究，其中许多仅是一些细微之差别。若就大的方面归纳一下，这些解释、