

▼主编：王忠本 / 刘德军 / 张守志

企业文化研究

企业文化研究

概览

QIYEWENHUAYANJIU

GAILAN

05

山东大学出版社

《企业文化研究》编委会

主 任 谭珂瑾
副主任 李玉岱 徐士俊
主 编 王忠本 刘德军 张守志
编 委 (以姓氏笔画为序)
王忠本 玄永栋 刘玉华
刘德军 孙善良 李玉岱
张守志 张海萍 查全和
徐士俊 解际荔 谭珂瑾

编者说明

我们奉献给读者的《企业文化研究》一书,包括《企业文化研究概览》、《中国轻工企业文化建设》、《中国传统文化与当代企业文化》三册。目的在于:反映80年代以来国内企业文化研究状况,展示中国轻工部分大中型企业文化建设成果,探讨中国传统文化与当代企业文化的关系,从而为中国轻工企业文化建设提供指导书、为学术界的研究者提供参考书。

编写《企业文化研究》一书,是1994年10月于山东曲阜召开的“中国轻工企业文化专业委员会成立大会”后确定的。经过半年多的努力,方才成书。本书由中国轻工企业文化专业委员会主任、山东省第一轻工业厅副厅长谭珂瑾同志任编委会主任,山东济宁永泰照明电器股份有限公司李玉岱总经理、济南啤酒集团总公司徐士俊总经理任编委会副主任,王忠本、刘德军、张守志任主编。

为支持本书的出版,中国轻工总会会长、中国轻工业职工思想政治工作研究会名誉会长于珍同志特为本书作序,并得到了山东大学出版社及有关厂家的大力支持,同时参阅、吸收了学术界大量研究成果,在此一并表示谢忱。

《企业文化研究》编委会

1995年6月

序 言

企业文化也是一门学问,它是以形成最佳的经营管理机制为目的,以人为管理主体,以企业精神的共识为核心,以群体行为为基础的企业管理学说。然而,囿于从“管理视角”看文化,当代企业文化理论又是对企业管理的全面超越,成为企业兴旺发达的关键。

自80年代以来,企业文化便成为国内学术界和企业界的热门课题,普遍认为它是企业动力之源。1994年10月,中国轻工业职工思想政治工作研究会企业文化专业委员会在山东曲阜正式成立,并开展了卓有成效的工作。即将出版的《企业文化研究》丛书,便是这个专业委员会奉献给广大读者的一份厚礼。

该丛书包括《企业文化研究概论》、《中国轻工企业文化建设》、《中国传统文化与当代企业文化》,近70万字。通读丛书,感到有如下三个突出特点:


第一,比较全面、系统地反映了中国国内学术界与企业界研究企业文化的余貌。《企业文化研究概论》一书分类就企业文化理论的产生与发展、企业文化的定义和内涵、企业文化的内容、企业文化的特征、企业文化的功能与作用、企业文化机制、企业精神、企业形象、企业哲学、企业价值观、企业道德、企业质量文化、企业管理与企业文化、企业制度与企业文化、企业家与企业文化、思想政治工作与企业文化、民族传统文化与企业文化、企业文化建设的指导思想与原则、企业文化建设的目标模式、企业文化建设的操作、企业文化比较研究等20余个专题进行了综述,另附有企业文化著作介绍与企业文化论著索引。它的实际价值在于:不仅能使人们知晓国内企业文化研究的现状,而且为企业进行企业文化建设提供了指导书,同时也为学术界进行企业文化研究提供了工具书。

第二,集中体现了中国轻工企业文化建设与研究的成果,特别是建设企业文化与促进中国轻工业发展的关系。在《中国轻工企业文化建设》一书中,不仅荟萃了山东泰山酿酒饮料(集团)股份有限

公司、山东曲阜三孔啤酒有限公司、杭州张小泉剪刀厂、万宝电器集团公司、沙市活力28(集团)股份有限公司等20余个轻工厂家企业文化建设的经验,而且发表了10篇比较有价值的探讨企业文化建设的理论文章。这些经验与论文,均是来自中国轻工企业文化建设的实践,对促进轻工经济发展有着重要的指导作用。

第三,深刻阐述了中国传统文化与当代企业文化之间的继承、扬弃关系。中国的民族传统文化,是一座博大精深的文化宝库。建设有中国特色的企业文化,离不开弘扬民族优秀传统文化,即民族传统文化是企业文化的摇篮,是企业文化的根。《中国传统文化与当代企业文化》一书分绪论、上篇、中篇、下篇四部分。该书在深刻阐发中国传统文化的内涵、特点、利弊评析、继承优秀传统文化与塑造当代企业文化等问题的基础上,较系统地论述了中国古代儒家、道家、法家、兵家等文化与当代企业文化的关系;中国近代地主阶级改革派、资产阶级改良派、资产阶级革命派的文化观及民族资本企业文化与当代企业文化的关系;新中国建设初期(五六十年代)中共主要领导者的文化观、五六十年代中国企业精神、企业管理与当代企业文化的关系,有重要的理论与现实价值。

总之,这套丛书的出版,是中轻政研会企业文化专业委员会所做的一件十分有意义的工作,相信它对推动我国轻工企业文化的研究和建设会有积极的指导作用的。希望企业文化专业委员会的同志们,在今后的研究与实践中,本着坚持四项基本原则与坚持改革开放相结合、“洋为中用”与“古为今用”相结合、理论与实践相结合、继承与创新相结合,这“四个结合”的指导原则,取得更大的研究成果,为促进中国轻工业经济发展做出更大的贡献。

中国轻工业总会会长 

1995年6月

目 录

企业文化理论的产生与发展	(1)
一、企业文化理论的产生	(1)
二、企业文化理论产生的背景和原因	(2)
三、企业文化理论在企业管理学发展过程中的历史地位	(4)
四、企业文化理论产生前的“企业文化管理”实践	(6)
五、企业文化理论的发展	(9)
六、企业文化理论在中国的传播和发展	(11)
企业文化的定义和内涵	(16)
一、企业文化的广义和狭义之分	(16)
二、企业文化是存在于企业中的一切文化现象	(17)
三、企业文化是一种精神文化	(19)
四、企业文化是一种管理文化	(21)
五、企业文化内涵的三层次说	(23)
六、企业文化是企业的群体意识	(25)
企业文化的内容	(28)
一、企业文化的基本内容	(28)
二、企业文化的层次结构	(30)
三、企业文化的组成要素	(33)
企业文化的特征	(38)
一、企业文化的一般特征	(38)
二、优秀企业文化的特征	(43)
三、中国企业文化的特征	(44)
企业文化的功能和作用	(48)
一、企业的功能	(48)
二、企业文化的作用	(54)

企业文化机制	(59)
一、企业文化的形成机制	(59)
二、企业文化发展的动力机制	(64)
三、企业文化建设机制	(65)
企业精神	(68)
一、企业精神的内涵	(68)
二、企业精神的特征与功能	(69)
三、企业精神与企业文化的关系	(71)
四、企业精神的培育	(72)
五、企业精神的具体表达方式	(75)
六、未来的市场竞争与企业精神	(75)
企业形象	(79)
一、企业形象的起源	(79)
二、企业形象的定义和内涵	(80)
三、企业形象的内容	(81)
四、企业形象的特征	(84)
五、企业形象的作用	(86)
六、塑造企业形象的原则和途径	(87)
企业哲学	(92)
一、关于企业主体性的探讨	(92)
二、企业的经营哲学	(97)
三、哲学思想在企业文化建设中的具体运用	(99)
企业价值观	(104)
一、企业价值观问题的由来	(104)
二、价值、价值观、企业价值观的含义	(105)
三、价值观是企业文化的核心	(111)
四、企业价值观与企业发展	(112)
五、企业价值观的塑造	(116)

企业道德	(121)
一、企业道德在企业文化中的地位	(121)
二、企业道德的特征	(123)
三、企业道德建设的基本原则	(124)
四、企业道德建设的意义	(126)
企业质量文化	(129)
一、质量文化的含义	(129)
二、企业质量文化的内容	(130)
三、质量文化的起源	(131)
四、质量文化的特点	(132)
五、质量文化的功能	(134)
六、企业质量文化建设的现实意义	(135)
七、企业质量文化的建设	(136)
企业管理与企业文化	(139)
一、企业文化属于管理学范畴	(139)
二、企业文化是管理理论的新发展	(140)
三、建设企业文化是加强和改进中国现代化 企业管理的重要任务	(141)
企业制度与企业文化	(146)
一、企业制度是企业文化的重要内容	(146)
二、企业制度的作用和特点	(147)
三、西方企业制度与企业文化	(148)
四、中国的企业制度改革与企业文化的兴起	(150)
企业家与企业文化	(153)
一、企业家是企业文化的倡导者和创造者	(153)
二、企业家对企业文化建设的影响	(155)
三、企业家的历史责任	(157)
四、企业家应有的现代形象	(158)

企业文化与思想政治工作·····	(160)
一、企业文化与思想政治工作的异同·····	(160)
二、企业文化与思想政治工作的关系·····	(164)
民族传统文化与企业文化·····	(172)
一、传统文化与优秀民族传统文化·····	(172)
二、民族传统文化对企业文化形成的影响·····	(174)
三、中国传统企业文化与现代企业文化·····	(178)
企业文化建设的指导思想和原则·····	(185)
一、企业文化建设的指导思想·····	(185)
二、企业文化建设的原则·····	(186)
企业文化建设的目标模式·····	(190)
一、企业文化模式与企业文化目标模式·····	(190)
二、中国企业文化模式·····	(191)
三、确定企业文化目标模式的依据或原则·····	(193)
四、中国企业文化建设的目标模式·····	(194)
企业文化建设的操作·····	(197)
一、关于建设有中国特色的社会主义企业文化·····	(197)
二、企业文化建设的程序·····	(200)
三、建设企业文化的方法·····	(203)
四、企业文化建设的途径和内容·····	(205)
五、企业文化建设的保证体系·····	(208)
六、企业文化建设的衡量标准·····	(211)
企业文化建设的现实意义·····	(214)
一、促进社会文化发展·····	(214)
二、促进企业改革的深化·····	(215)
三、实现企业现代化的途径·····	(216)
四、提高企业经济效益的新措施·····	(217)
五、促进精神文明建设·····	(219)

国内外企业文化比较研究·····	(221)
一、企业文化比较研究的原则·····	(221)
二、企业文化比较研究的方法·····	(221)
三、企业文化比较研究的内容·····	(222)
四、企业文化比较研究中应注意的问题·····	(228)
企业文化著作介绍·····	(230)
一、国内企业文化著作简介·····	(230)
二、国外企业文化著作概述·····	(239)
企业文化论著索引·····	(269)
一、论文索引·····	(269)
二、著作目录·····	(308)
艰苦奋斗兴大业	
济宁永泰照明电器股份有限公司简介·····	(312)
后记·····	(318)

企业文化理论的产生与发展

随着改革开放和社会主义市场经济的飞速发展，企业文化在我国悄然兴起。作为一种企业管理理论的新思潮，企业文化引起了广大企业管理工作者和学术界的普遍关注，尤其对“企业文化理论的产生、发展及其在中国的兴起”这一课题的研究异常活跃。本篇就国内学者对这一课题研究的主要问题作如下综述。

一、企业文化理论的产生

学术界一致认为，尽管早在资本主义发展初期，空想社会主义者就“认识到人在工业社会中的地位和作用”并在管理中作了有限的实践^①，20世纪30年代诞生的“行为科学管理”理论也曾对企业管理中以人为本的思想作了充分的论述，并在管理学领域里占了一席之地^②，而且作为一种自发的分散的实践，企业文化早已在一些国家、特别是日本的企业中应用并取得了很大成功^③，但作为一种完整的管理学理论体系，企业文化理论直到80年代初才诞生于美国^④。

1981年至1982年，美国企业管理理论界接连出版了四本影响极大的管理学论著，系统地提出了企业文化的概念，并对其内涵、实际操作及在日、美等国企业中成功的经验作了系统的阐述。这四本书是：美国著名美日比较管理学者威廉·大内的《理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》、美国哈佛大学教授特伦斯·迪尔和长期担任美国著名的麦金斯管理咨询公司顾问的阿伦·肯尼迪合著的《企业文化——企业生存的习俗和礼仪》、美国斯坦福大

学教授巴斯克和哈佛大学教授艾索思合著的《日本的管理艺术》和托马斯·彼得斯和小罗伯特·沃特曼合著的《寻找优势——美国最佳公司的经验教训》。王驰在《企业文化的兴起及其影响》一文中归纳了这四部论著在观点上和内容上的共同之处：第一，70年代以来美国经济的衰落原因部分应归结为管理不当，即忽视了人这一根本因素。第二，日本企业的成功在于其管理者通过在企业中建立一种充满信任与微妙性、亲密性的文化，最大限度地满足职工的成就感、责任感和自我发展的需求。第三，管理不只是一门学问，还应是一种“文化”，有它自己的价值观、信仰、工具和语言。第四，寻找企业经营的成功之道，建立最佳企业文化模式。认为这些著作标志着企业文化理论诞生的根据还在于这些著作在理论界和企业界都产生了巨大反响^⑤。虽然在70年代末一些在美日比较管理学研究中具有远见的学者已经改变了美国企业界对日本企业界取得的成就所抱的拒斥态度，肯定了日本企业有一套不同于美国的、成功的管理方法和管理经验（如年轻学者沃格尔的《日本第一，美国要吸取的教训》一书），但这些工作多半还限于“收集大量的关于日本企业经营方式的资料”这样的水平，只能算作80年代初“企业文化”思潮的思想准备阶段，直到这四部著作出版才“给美国以及世界的大众传播界带来极为强烈的反响”，其影响“深深植入了国际经济和企业各界人士之中”。

二、企业文化理论产生的背景和原因

（一）企业文化理论在美国产生的背景

学术界普遍认为，企业文化理论在美国产生的背景是日本经济奇迹般的发展给美国带来的冲击^⑥。理由是：第一，70年代的石油危机，严重打击了西方经济，即使是以高度繁荣称雄于世的美国也未能幸免，而毫无自然资源的日本在危机面前却能一枝独秀，其经济“以令人难以置信的速度和冲力向前发展”，并对美国和欧

洲经济造成了强烈的冲击，这种冲击“只有工业革命初期英国以其机织的廉价棉布冲击世界各地以至于千百万人失业的那个时候可以相比。”第二，令人震惊的是日本经济奇迹是在一片废墟上创造的^⑤。第二次世界大战后，日本丧失了一切海外殖民地，国民经济濒于瘫痪，人民生活无着。1954年，日本国民年平均收入20美元，工业生产只有美国的1/8。而到了1980年，日本的国民生产毛额（CNP）已占世界第三位，投资率和CNP增长率是美国的2倍，外销商品总值比内销多750亿美元。“这种经济的高速发展确实创造了本世纪经济繁荣的奇迹”。第三，更难能可贵的是这种经济奇迹是在石油危机的大背景下创造的^⑥。众所周知，日本几乎没有石油资源，其石油供应完全依赖进口，这样一个缺少资源的岛国，在石油危机的强烈冲击面前能排除严重的不利影响，维持极低的通货膨胀率和极高的劳动生产率，确实不能不引起人们高度的重视。

学者们一致认为，日本经济实力的飞速增长和日本企业深不可测的竞争力在美国引起强烈震动，促使美国企业界和企业管理学界不得不重新审视旧的管理学理论，并与日本成功的企业管理经验进行比较研究。正是这些研究导致了一个新的管理学理论——“企业文化理论”的诞生。

（二）企业文化理论在20世纪80年代产生的原因

学术界一致认为，“20世纪80年代兴起世界性的企业文化热，并产生了如此重大的影响”，“决不是偶然的”，这是世界各国企业在进入80年代后遇上一系列新问题所带来的必然结果^⑦。

1. 现代科学技术的迅猛发展，使得企业中劳动的性质和劳动力的构成发生了重大的变化。理由是过去企业中的劳动带有较大的体力劳动的性质，以体力劳动为主的工人（蓝领工人）占较大比重。但近年来，由于科学技术的发展，企业中体力劳动的成分减少了，脑力劳动和以从事脑力劳动为主的白领工人比例大大增

加。在企业劳动主要为体力劳动的情况下，用工时测量和外部督导的办法即可促使工人提高劳动生产率，也不必要求工人脑子好使和提倡工人在工作中运用自己的创造性思维，但现在企业劳动不再是简单重复的体力劳动，要提高劳动生产率就必须教会职工进行创造性劳动，鼓励职工的创造性思维，使职工不断学习，分享最新科技成果。这一变化对在现代企业中建设适应时代特点的企业文化提出了要求。

2. 企业劳动力构成的变化，使职工在需求上也发生了重大变化。物质性需要不再是唯一的需求，有时职工对精神上的自由和人格方面的自尊的需求比对金钱和物质报酬方面的需求大得多。这种变化使得过去行之有效的工资、奖金等物质刺激手段不能再起到原来的作用，而对职工精神需求的满足在调动职工积极性和创造性方面具有更为持久和稳定的作用。

3. 企业经营的大型化、集团化和国际化的趋势使企业间竞争日趋激烈，建设企业文化有利于增强企业的凝聚力和竞争力，显示企业自身的特点，使企业立于不败之地。

三、企业文化理论在企业管理学发展过程中的历史地位

丁望在《广州日报》上著文^①认为“西方的企业文化是西方企业管理发展的结果”。丁文将资本主义国家企业管理的发展历史分为三个阶段。第一阶段是资本主义原始积累时期，当时生产技术相当落后，增加财富主要靠增加劳动强度和延长劳动时间。第二阶段是所谓泰罗制。当时机械化程度有所提高，传送带开始出现，但这些机械仍只是“人的器官的延长”，泰罗制推行的标准化制度将工具、操作过程和工作环境都标准化了。第三个阶段就是企业文化阶段。

另有些观点也将西方企业管理理论的发展分为三个阶段，但对这三个阶段的分法和内容有不同见解。一种是将西方企业管理

理论的发展明确地分为三个阶段^①，即19世纪下半叶到20世纪30年代，以泰罗为代表的“传统科学管理”阶段；20世纪30年代，心理学家梅奥等人的“行为科学管理”阶段；20世纪80年代以来的企业文化管理阶段，并对这三个阶段中管理科学的内容和发展作了集中论述。这种观点认为，“从泰罗的‘传统科学管理’阶段开始，经过‘行为管理’、‘人性管理’阶段，直到‘企业文化管理’阶段，都是随着生产力的发展和科学技术的进步，从不见人、忽视人到逐渐重视人、发挥人在生产经营管理活动中的主导作用，实现以人为中心管理的历史进行过程”。

另一种观点分析了这三个不同阶段中管理学理论的差异与历史联系，有说服力地证明企业文化确是“企业管理理论”发展的新阶段^②。其理由是：第一，以泰罗倡导的“科学管理”为代表的“古典管理理论”，采取的是“理性管理模式”，即化复杂为简单，把难以捉摸、难以计算、不好控制的事情变为易于了解、便于计量、便于掌握的事情。第二，人际关系学派的主要观点是，职工是“社会人”，而不是泰罗所说的单纯追求高工资的“经济人”。他们除了追求经济收入之外，还有一种社会方面、心理方面的需求，追求友情、安全感、归宿感和尊严等。与以前的古典管理学理论相比，人际关系学派把企业中“人的因素”放到了最重要的地位，吸收了大量心理学、社会学、人类学成果，发展了一套测量和改进人的行为的方法，因而又被称为行为科学。第三，行为科学理论与企业文化理论仍有本质区别。理由是行为科学理论仍没有摆脱抽象人性论的旧框子，还“只是肯定人在生理和物质需求外还有心理和社会需求”，因而并没有从根本上解决“人是什么”的理论问题，未能把握“企业中人与人的关系的真实基础，人的行为和动机的根本规律”。其次，行为科学虽然设计了一些测量企业中职工行为的方法和改进职工行为的激励办法，但在70年代中期以前，行为科学并没有在它所提出的“以人为中心”的管理原理和

理论的基础上建构一个企业资本主义文化的发展战略和模型，还只停留在“提出一些个别性的方法和手段来提高士气，增强领导效率”，没能形成“企业全面的以人为中心的管理结构和战略”。

王进主编的《中国社会主义企业文化概论》一书中也认为，在企业文化理论出现之前，美国管理学界虽出现了一些新理论，但占主流的依然是泰罗的“科学管理”。

四、企业文化理论产生前的“企业文化管理”实践

（一）企业文化管理在日本的实践

关于企业文化的兴起，学术界普遍认为“源在美国，根在日本”^③。所谓“根在日本”主要是指企业文化管理方法在日本的实践和成功。王银忠在《企业文化的兴起和发展》一文中指出：企业文化管理“最早出现于日本”。理由是：第二次世界大战之后，日本企业界积极探索、走出困境，并从实践中终于认识到企业成功的根本在于人。基于这种认识，日本人“一方面从西方引进一整套科学技术和严格的管理制度、工作标准等控制手段，另一方面吸收中国古代军事辩证法和儒家文化的精华，吸取中国建设社会主义的有益经验如‘鞍钢宪法’思想政治工作等，结合日本民族的特点，在企业内部形成了一套‘以和为贵’的思想体系和以‘忠’为核心内容的价值体系，以及以‘拼命’、‘竞争’为表现形式的企业精神。”正是这种“融西方理性与东方灵性于一体的企业文化模式”，创造了日本战后经济发展的奇迹。

苏勇在《中青年经济论坛》上著文^④认为：日本在企业管理方面与传统的“科学管理”方法不同，更注重管理“软的一面，即尊重人，相信人的创造精神”，强调“非计划、非理性的情感因素”在企业管理中的重要作用，主张以此为基点协调和控制人的行为，在“规章”的硬约束之外形成一种更具有持久性和影响力的软约束。

有关论著还总结了日本企业文化管理的特点^④，将之归纳为：第一，强烈的群体意识。理由是日本企业文化作为日本文化的一种亚文化，继承了古代日本文化对人的认识，将人看作是群体的人，而不是单个个体。“群体具有崇高的意义，是高于个体的存在，而个体只是群体中一个很小的组成元素，必须归属于群体。”在这种原则下，群体利益受到极大的尊重，个人必须维护群体的和谐，按群体的要求统一行动，甚至作出自我牺牲。第二，从哲学高度把握企业管理。与美国的理性化管理注重“物”、“硬件”和科学管理不同，日本企业善于从哲学的高度把握企业管理，即更重视企业管理中的“软件”方面、精神因素方面，将管理看作一个整体，而不仅仅看作一种机械的“操作”。第三，重视人性发展。日本企业界普遍认为，一个好的企业，首先是优秀的工人、优秀的技术人员和优秀的管理人员组成的优秀集体。因此，它们注重对人的培养，分析人的个性，研究人的心理，尊重人的爱好，想方设法给职工以安全感、责任感、亲近感。在他们看来，人是企业最重要的资产，没有先进设备可以购买，没有资金可以借贷，但是如果如果没有愿意为企业效力的人才就什么事情也干不成了。

（二）日本企业文化兴起的原因

第一，日本企业文化是伴随着日本近代企业而形成的。理由是：明治维新以后，日本建立的国家经营的工业企业的管理权掌握在深受儒家思想影响的知识分子（多为过去的武士）手中，因此，日本企业的管理从一开始就蒙上了儒家思想的色彩。此外，日本的独具特色的经营模式还是“特定经济环境下合理选择的结果”。在明治后的一个时期里，守纪律、有技术的工人极其缺乏，这迫使企业在“如何获得这种工人并留住他们”上下功夫。因此“忠于公司的精神”，就成了日本企业获得成功的一个重要武器。第二，日本企业文化是在其传统民族文化基础上建构的。日本的传统民族文化最重要的成分就是中国古代传入的儒家思想，儒家思想中