

人类文化，统治吧。唯有这才是你的时代。

——瑞士 / 阿密埃尔《日记》

经济造就大半人生。对经济的爱是所有美德的根源。

——英 / 萧伯纳《为革命主义者的格言》

在人类中，秩序起着支配作用，这就证明了理性和道德最为强大。

——法 / 沃夫拿格《省察和格言》

老总圆梦

—— 企业文化漫谈

邵建胜 编著

江西人民出版社

老总圆梦

——企业文化漫谈

邵建胜 编著

江西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

老总圆梦:企业文化漫谈/邵建胜编著.—南昌:江西人民出版社,2006.10
ISBN 7-210-03480-3

I.老... II.邵... III.企业文化—研究
IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 120760 号

老总圆梦

邵建胜 编著

江西人民出版社出版发行

南昌市红星印刷厂印刷 新华书店经销

2006年10月第1版 2006年10月第1次印刷

开本:787毫米×1092毫米 1/16 印张:24.75

字数:280千 印数:1-3000册

ISBN 7-210-03480-3/F·576 定价:42.00元

江西人民出版社 地址:南昌市三经路47号附1号

邮政编码:330006 传真:6898827 电话:6898893(发行部)

E-mail:jxp-ph@tom.com web:jxp-ph.com

(赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换)

序

梅峰山下，芙蓉河畔，有一块几平方公里的狭长平原，这就是福建著名的侨乡——梅山。一支功勋卓著的炮兵部队，在这里驻守海防。30年前，我和邵建胜在这支部队朝夕相处，战备训练，工作、学习，那时的他，性格沉稳而好学，体格壮实而温柔，为人坦荡而幽默……他身上具有一种敢想敢拼的劲头，我很欣赏。

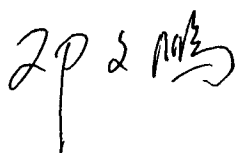
有一年部队举行夜间训练的“尖子”比赛，我问他想参加吗？他笑着点点头。往后一个多月的日日夜夜，他蒙着眼睛，在仓库里手摸、记忆、辨认，数千种汽车零件，手到即知，准确无误。比赛时夺得全师第一名。我再一次感受到他的常人难及的体能和执著坚毅的精神。

邵建胜是幸运的人。他的父母是山东人，工作在南昌铁路局。他生在南昌。铁路局的人来自五湖四海，这种交融文化养育了他的开放性格。20年“坚忍、执著、团队”的军旅生活，对他的影响极其明显。1995年他转业到了南昌铁路局，路局的领导“策之以其道，食之尽其材，鸣之通其意”，使邵建胜这

个有着梦想的人，又在商海里遨游了一番。

当然，机遇很重要，然而，机会总是青睐有准备的人。知识经济时代的到来，给企业以新的机遇、新的要求。经过军旅文化锤炼的邵建胜，也成熟了。在“天集”十年，不仅楼盘销售常旺不衰，楼盘品质受到各级领导赞赏，还主编《企业文化手册》《天集读本》《天集人之歌》，发表了一些颇有见地的论文。

看到邵建胜的“梦”在理性中一步步变为现实，异常兴奋。特别是这本《老总圆梦》的问世，收集的均是他平时的随笔和体会，在朴素的文笔中体现出了他的执著追求和对企业文化的真知灼见。尽管有许多不尽完美之处，但出自受军旅文化熏陶的老总业余之手，也属可喜可贺，也是我乐于为这本书的出版写些心里话的动因。

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zou Ping' (邹平), written in a cursive style.

二〇〇六年七月

前 言

与建胜同志相识，是在几年前的一次工作会议上。当时，他是南昌铁路天集房地产开发有限责任公司总经理，作为一个国有特大型企业的附属产业，企业的价值取向只是解决铁路员工住房难的问题。从这个意义上说，他所在的房地产公司不过是铁路局为职工办实事的一个部门。然而，经过几年的努力，这样一家房地产公司却以自己的产品在社会上引起极大反响，“曙光小区”先后被评为江西省、南昌市优质工程和优良示范小区，中国房地产协会推介为“普通商品房开发模式”；“玉河明珠”、“天集大厦”项目被南昌市消费者协会评为“名企名楼诚信共建单位”，尤其是“玉河明珠”楼盘中的节能型住宅，富有科技含量的外墙和屋面、窗户的处理，达到了隔音、隔热和空调节电成效。所有的这些成绩，使我对邵建胜有了一个认识，觉得他是一位有所追求，实实在在干事业的人。

尔后的几年，天集房产公司和邵建胜给我的信息量愈来愈多，先是被众多的媒体关注和报道，誉“天集”为南昌楼市的一匹“黑马”、一支“铁军”；接着，是他们自编的《企业文化

手册》《天集读本》和《天集人之歌》，《天集读本》共三册，分敬业篇、执著篇、思维篇、团队篇、忠诚篇、情感篇、理性篇、诚信篇、成功篇等九篇 108 个故事，并各附有 36 条警句、36 句格言、36 位名人名言，以期通过寓教于乐，使员工达到博览群书，启迪思维的效果；再以后，我又陆续拜读了他发表的题为《励精图治再跨越》和《试论打造“钢筋混凝土”企业中企业领导者定位为“水”的文化含量》等几篇论文，更令人觉得邵建胜思维细密，胸怀广阔。尤其是将企业领导者定位为“水”的那篇文章，立意新颖，寓意深刻，既包含了领导管理的跨度，又强调了联系群众的深度和掌握市场信息的广度。对于现代企业管理中企业领导者同职工群众的关系定位，我曾探讨多年。在现实社会的企业中，家长式、民主式、金字塔式莫衷一是，而且还各有特色和效果，孰是孰非难以断言。“爱民如子”、“职工群众是衣食父母”、“鱼水关系”等更是许多企业领导者的口头禅，而能这样做到已难能可贵，然而，让人总觉得企业领导者同职工群众不是一码事。将企业领导者定位为“水”，真有让人豁然开朗之感。

出于我的专业需要和对邵建胜同志的尊重，我要求他将几年来在企业文化建设中的感悟整理出来。他答应了，并且谦虚地说只能就企业文化谈一些粗浅的理解，不要涉及企业管理中许多专业管理门类，一则他本人的知识并没有那么广博和深入，二则可以避免长篇累牍而偏离企业文化这个主题。这，是很自然的事。

时间过去了将近一年，邵建胜将他整理的《老总圆梦》书稿给我。《老总圆梦》选用了 36 篇漫谈企业文化的文章，分上、中、下三篇。上篇为文化视角；中篇为经营随笔；下篇为管理窥要。为了不辜负朋友的信任，我阅读不下三遍，而且一

遍比一遍体会深刻、感触良多。

首先，是书名《老总圆梦》的贴切和巧妙。我相信，每个人都是有梦的，有对自己的设计和想象。德国伟大的科学家爱因斯坦在《关于科学》一书中说：“空想比知识重要”，法国拿破仑也曾说过：“人类受幻想支配”，有梦想才有追求，才有社会的进步。现代高科技的发展，在它未出现之前都是由梦想发源的，所以说，心有多大，舞台就有多大。作为企业的老总，要想圆满实现自己的梦想，本书中指出了一条明确的道路，致力于企业文化建设。

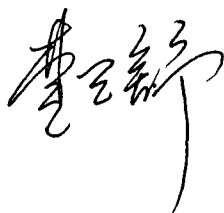
其次，《老总圆梦》一书中引用了大量中外名人名言，这些经典都像宝石一般嵌在文中，给文章平添厚重的文化和深刻的寓意，但也许有人会不以为然，生活在现代的人们，会认为这些是早已过时了的话语。但我更觉得作者如此行文，足见他的良苦用心，是匠心独到之处。儒家以“礼义廉耻”为国之“四维”，即撑起一个国家和民族的四根支柱。此举，有赖于我们生生不息的建设和强化。要知道，一旦所有的人都自觉服从礼仪规范，以义行天下、廉洁奉公、知耻后勇，世界上的一切事物都会好办得多，和谐社会也自然会建在其中了。中华民族的文化源远流长，博大精深，既是取之不尽、用之不竭的宝藏，又是赖以生存、赖以发展的基石。

第三，通过全书，似全是感悟社会、感悟文化、感悟经济、感悟人生之作，尤其是那近似于散文体的论文，让人备觉清新。说它们是些散文，却形散神不散，论点集中，并随着文章的展开抽丝剥茧现出了真章。说它们是些论文吧，却以散文的笔触旁征博引、引经据典，让人觉得异常亲切和实在。特别是那些关于“市场姓‘众’”、“企业领导者定位为‘水’”以及“老总像个举重运动员”等见解，是我过去未曾领略过的，

真令人有耳目一新之感。

我们今天的社会，已跨入知识经济时代。在这样一个特定的具有特色的时代中，民族文化、企业文化、农村文化以及相伴生的种种文化课题，都需要我们去发现、发掘乃至实践，这是历史赋予我们的责任。在这种时刻，邵建胜以“漫谈”开了先河，确实是一种令人欣慰的事。中国有句俚语：鼓不打不响，话不说不明。作为一个终生在文化事业中遨游的泳者，我诚挚地希望这样的“漫谈”会引发出更多的声音，以使我们所处的文明昌盛的时代有个更为崭新的面貌。

《老总圆梦》成书了，兴奋之余，写出了这样一点读后感。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes that form the characters '邵建胜'.

二〇〇六年七月

目 录

上篇:文化视角

“人类文化,统治吧。唯有这才是你的时代。”

——瑞士 / 阿密埃尔《日记》

文化的力量	3
感悟知识经济	13
企业价值取向	23
公众形象	36
营造信念	48
建设和谐环境	57
精神凝炼	68
眼睛·沙子·良心	77
只信可信之人	89
品牌的味道	100
荣与辱	110
儒商的崛起	119

中篇：经营随笔

“经济造就大半人生。对经济的爱是所有美德的根源。”

——英 / 萧伯纳《为革命主义者的格言》

市场姓什么	135
商战扫描	146
商机一二三	157
营销落地说	166
执著与毅力	176
催生“公众情人”	187
名牌就是民牌	199
举起沉重的杠铃	210
风险的精彩	219
经营差异说	229
一鳞半爪经济学	238
东风又一枝	247

下篇：管理窥要

“在人类中，秩序起着支配作用，这就证明了理性和道德最为强大。”

——法 / 沃夫拿格《省察和格言》

开发文化宝藏	259
管理场	269
领导者定位	279

用人之道及能级原理	291
人力资源孵化器	301
内部金字塔	311
团队面面观	320
信息与老总	330
赚钱与生命	341
管好目标	351
效益与效率	360
未来不是梦	370
 附: 我与企业文化 (代后记)	 380

上篇 文化视角

“人类文化，统治吧。唯有这才是你的时代。”

——瑞士 / 阿密埃尔《日记》

文化的力量

文化
视角

WHSJ

世界上有一种愈用愈强的能源，一种有形和无形的力量，那就是文化。

中华民族有着五千多年的悠久文化，为什么在经济上反而相对滞后呢？是因为自公元前 213 年秦始皇焚书坑儒以来，文化一次又一次备受摧残的缘故。甚至在 20 世纪中叶，还出现了“知识越多越反动”的提法。

我们该清醒了！

当前，我们正处在一个崭新的时代，所表现的基本特征是：以人为本的理念逐步树立、人们生活的品质不断提高、科

学技术的创新飞速发展、健康祥和的环境营造加速……在风起云涌的商品经济社会中，一切真善美的东西备受褒奖、一切假恶丑的东西遭到抨击。我们还可以发现一种现象，一些先知先觉的智者和部门正在竭力地从事着一项工作：一方面博采众长地汲取国外各民族先进的文化元素，另一方面又苦心孤诣地探索和传承中华民族优秀文化的精华，正在竭诚尽智地凝聚和合成着一种符合现代文明的、符合科技进步的、符合社会发展的、符合人文理念的新的文化，这种努力是值得尊崇的。因为作为意识形态的文化，是一定社会的政治和经济的反映，又作用于一定社会的政治和经济并对其产生巨大的影响。所有这一切，都应了那句话：“人类文化，统治吧。唯有这才是你的时代”（瑞士 / 阿密埃尔《日记》），无时无刻不在让人充满美好的憧憬。

“把握大气候，改造小环境”，具体对企业而言，该如何适应时代的潮流呢？有这么一句话：“没有文化的军队是愚蠢的军队”，顺着这样的逻辑并观察实际之后，我们甚至可以这样说：“没有文化的企业是盲动的企业。”

断然地说出这番话，也许会遭到人们反对和驳斥。他们也许会说，难道没有文化的人就办不成企业吗？我所熟知的某某、某某不是已经开办了企业吗？他们说的是事实，因为我的手头就有一份有趣的资料——1994年，有人统计的中国30位亿万富翁中，70%出身农民，只有小学文化程度。而某权威杂志社推出的1995年中国商界十大风云人物中，学历最高的也不过是大专。弹指一挥间，十年过去了，假如还有人饶有兴致地进行统计的话，一定会发现天翻地覆的变化，即：在经济大潮中崛起并屹立的企业，总是那些具有文化含量和科技含量的企业，即使企业领导者文化水平不高，他也会审时度势借助文

化将自己锻炼成为打文化牌的高手。这，恐怕就是文化的魅力和张力了。

企业在呼唤企业文化，它绝不是在推销自己，而是想唤醒人们的真知灼见；人们也在呼唤企业文化，因为它将是航海中的罗盘，能指引你到达梦想的彼岸。

所以，当我们兴办企业的时候，要有一个文化理念来确定企业的价值取向，并且伴随着整个企业的发展进程，不断加强企业文化建设。

一、企业文化的定义

关于企业文化的定义，目前尚无定论，综合我对企业文化的认知，我认为可以这样给它作一个简单的表述：

企业文化是企业中人文理念、价值取向、营销谋略、未来规划的全方位立体型体系的体要，它是企业发展的最根本的驱动力。

上述定义中，有两个关键词：“体要”和“驱动力”。为什么这样说呢？因为文化虽属于意识形态范畴，但又是社会物质财富和精神财富的总和，是一个极为具体而又高度抽象的综合型产物，而且常常借助特定的社会环境和社会事物表现出来，如：农耕文化、游牧文化、饮食文化、服饰文化等。但它又不是一种单纯的表现形式，纯外在的东西。它在不断发展和进步着，不断地丰富自己的内涵，在内涵的积淀之中产生新的文化而改进和完善社会环境与社会事物。

“体要”的意思是精要，具体而概括。《书·毕命》说：“政贵有恒，辞尚体要。”《文心雕龙·序志》中也说：“盖《周书》论辞，贵乎体要。”尽管指的是文学修辞，但具体对于