

GAOZHIIJIAOYU
CHANYEWENHUA
DUBEN

G 高职教育产业
文化读本

编 著 ◆ 马红麟



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

高职教育产业文化读本

马红麟 编著



中国水利水电出版社

www.waterpub.com.cn

• 北京 •

内 容 提 要

本书系统地探讨了计算机、电子、通信等三大类专业的产业文化,阐述了各专业所匹配的科技、产品、市场、消费、服务等体系的产业文化链,结合高职学生的学习、实训、实习、就业、职业成长的相关历程,阐明了产业文化教育能有效培养出高素质、满足产业需求的高职人才。

本书涵盖的主要内容有:高职院校产业文化教育的重要性;计算机产业文化概述;电子产业文化概述;通信产业文化概述;高职学生对产业文化的适应与融合。本书内容丰富,理论与实践相结合,引用了大量的优秀学生的成长成才实例,具有理论和实践价值,对培养现代企业所需的高素质技能人才具有一定的借鉴意义。

本书是一本培养相关专业产业文化素质的教材,适用于全国高职类院校产业文化教育领域,适合职业院校师生阅读,也可供一般大学生以及职业者参考。

图书在版编目(CIP)数据

高职教育产业文化读本 / 马红麟编著. — 北京 :
中国水利水电出版社, 2017.1
ISBN 978-7-5170-4875-6

I. ①高… II. ①马… III. ①工业文化—高等职业教
育—教材 IV. ①F4

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第273660号

责任编辑:杨庆川

封面设计:梁 燕

书 名	高职教育产业文化读本
作 者	马红麟 编著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (营销中心)、82562819 (万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	三河市佳星印务有限公司
规 格	184mm×260mm 16开本 10.25印张 203千字
版 次	2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷
定 价	45.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

当前,高职院校的校园文化缺乏职业教育应有的特色,与相关产业文化缺少应有的沟通,导致毕业生就业后不能适应相关产业的文化氛围,影响了学生自身的健康成长和行业的顺利发展。高职院校应通过各种不同途径,搭建各种有效平台,为在校学生提供相关产业文化的教育,对于大学生将来能够和谐融入产业文化氛围、顺利进入企业具有重要的现实意义。

美国教育家杜威说过,职业教育的重要意义在于改革传统的“读书学校”,学校自身须有社会生活所应有的种种条件,学校的学业需和校外的生活连贯一气。高等职业教育培养的是相关产业生产、管理和服务一线,管理和组织工程设计与实施的技术应用型人才,它与经济社会的各行各业有着必然的、紧密的联系。因此,高职学生在校期间应有意识地接触和了解相关产业的必要知识,高职院校也应积极引进产业文化教育进课堂,普及产业文化、开展产业文化教育,这有助于高职毕业生从校园环境向职场环境平稳过渡,有助于从学生到产业员工的角色转变。优秀的产业文化是产业核心竞争力的重要组成,更是产业可持续发展的动力源泉。高职培养的人才应认同产业环境、观念、精神等才能融入到企业中,才能满足产业对人才的需求,所以高职教育特色之一应具备校园文化与产业文化相对接融通。特别是在我国大力发展现代产业体系的今天,发展现代产业体系,着重点是改造和提升传统产业,培育战略性新兴产业,这对于我们的生产方式、劳动方式都是一场深刻的变革。文化是一切变革的先导,产业跨越发展,文化要先行。

随着社会知识经济的高速发展,产业领域对人才的职业素质要求越来越高。对职业素质的高要求,不仅体现在科学知识素质方面,更多的是体现在自身综合素质的全面可持续发展上,以适应产业的发展需求。职业教育不但要重视技术技能教育,更要加强全面的职业素质教育。

《高职教育产业文化读本》研究了职业者的成功范例,针对电子信息类产业文化的概述,阐述了电子信息类产业的发展与我们的工作生活的关系,指出了学生在职业院校期间应对产业文化进行必要的了解和适应,便于今后在职业成长期间与产业文化的融合发展。本书沿着产业文化发展等规律探讨了职业素质培养的内容和规律。换言之,本书将学生培养与产业文化联系起来,力图另辟路径,有效解决产业与校园文化有效对接,解决职业学校职业素质教育和自我培养问题。

本书在策划和撰写过程中,参考了很多学者的研究成果和论著,并得到“2015 年高职学生培养—教学改革立项与研究项目”的资助,借本书出版之际,在此表示诚挚的感谢。

作者

于北京电子科技职业学院

2016 年 6 月

目 录

前言

第一部分 高职院校产业文化教育

第一章 产业文化	1	一、构建融入产业文化教育的高职素质 教育模式	13
一、产业	2	二、产业文化教育融入素质教育模式的 注意事项	15
二、产业文化	3	三、完善校企合作模式	16
三、产业文化对产业的发展具有巨大 的推动作用	3	四、深层次地推进校企产学研合作	17
四、产业文化的内涵	4	第四章 高职院校产业文化教育的成效	25
第二章 产业文化教育对于职业学生成长的重要性	9	一、建立检验标准体系的重要性	25
一、中国产业文化教育现状	9	二、产业文化教育过程中的评价方式	26
二、产业文化教育的重要性	10	三、产业文化教育效果的最终检验方法	28
第三章 高职院校产业文化教育	13		

第二部分 计算机产业文化

第五章 计算机产业与我们的工作和生活	31	第六章 计算机产业的运转与流通	39
一、自动化生产	31	一、计算机行业产业链和企业类型	39
二、信息化管理	33	二、计算机产业的发展历程及发展态势	40
三、互联网应用和服务	34	三、信息行业组织与标准规范	45
四、媒体数字化	35	第七章 计算机产业文化特色	47
五、电子商务	36	一、计算机企业特色文化	47
六、教育信息化	37	二、典型计算机产业文化	49

第三部分 电子产业文化

第八章 电子产业与我们的工作和生活	58	一、电子产业的产业链与企业分类	63
一、电子产业成为带动经济增长的引擎	60	二、电子产品与生产经营	64
二、电子信息技术推动传统产业技术升级	61	三、电子产业发展态势	68
三、电子产业使劳动力结构出现巨变	61	第十章 电子产业文化特色	72
四、电子信息技术促进人类文明的进步	62	一、电子技术企业特色文化	72
第九章 电子产业的运转与流通	63	二、典型企业文化	74

第四部分 通信企业文化

第十一章 通信产业与我们的工作和生活····· 83	一、通信行业的产业链和企业分类····· 90
一、世界通信发展史····· 83	二、通信产业发展态势····· 91
二、中国通信发展史····· 86	第十三章 通信企业文化特色····· 97
三、通信发展史概述····· 87	一、通信技术企业特色文化····· 97
第十二章 通信产业的运转与流通····· 90	二、通信行业典型企业文化····· 101

第五部分 高职学生对产业文化的适应与融合

第十四章 信息产业的职业发展状况····· 112	一、高职毕业生在职业适应性方面存在的 主要问题····· 137
一、IT产业的主要职业分类和人才需求····· 112	二、高职毕业生应该具备的适应职业转变 的三大能力····· 138
二、IT行业的职业素质····· 118	三、提升高职毕业生就业后职场适应能力····· 139
第十五章 高职学生对产业文化的适应····· 122	第十七章 高职学生职业成长期间与产业文化 的融合····· 142
一、高职学生全方位适应产业文化····· 122	参考文献····· 156
二、高职学生培养企业文化适应能力 是时代要求····· 124	
第十六章 高职学生就业期间对产业 文化的适应····· 137	

第一部分 高职院校产业文化教育

产业文化教育能培养学生职业文化精神。职业文化精神的培养,是通过一种潜移默化、耳濡目染的方式,逐渐熏陶和感染的。通过让学生对产业文化逐步的理解,使学生可以更加热爱自己的专业、热爱将来的职业岗位、热爱自己的职业院校,并且坚定职业信念。通过产业文化的传播,可以提升学生团结合作、敬业爱岗等的职业素质,提高高职学生人才培养质量。

第一章 产业文化

高等职业教育培养的是面向工业生产、管理和服务第一线,领导和组织工程设计与实施的高级技术应用型人才,它与经济社会的各行各业有着天然的、密切的联系。高职毕业生不但懂得某一专业的基础理论与基本知识,更重要的是他们具有某一岗位群所需要的生产操作和组织能力,善于将技术意图或工程图纸转化为物质实体,并能在生产现场进行技术指导和组织管理,解决生产中的实际问题。高职毕业生还应善于处理、交流和使用信息,指导设备、工艺和产品的改进,是一种专业理论够用、生产技术操作熟练和组织能力强的复合型人才。美国教育家杜威说过,职业教育的重要意义在于改革传统的“读书学校”,高职院校自身须有产业或企业生活所应有的种种条件,学校的学业需和校外的生活连贯一气。因此,大学生在校期间应有意识地接触和了解相关产业的必要知识,职业院校应积极将产业文化教育融入到课堂,有助于大学毕业生从校园环境向职场环境平稳过渡,有助于从学生到产业员工的角色转变。特别是在我国大力发展现代产业体系的今天,发展现代产业体系,着重点是改造和提升传统产业,培育战略性新兴产业,这对于我们的生产方式、劳动方式都是一场深刻的变革。文化是一切变革的先导,产业跨越发展,文化要先行。高职院校普及产业文化、开展产业文化教育更有重要的现实意义。

产业文化教育融入到课堂,有助于大学毕业生从校园环境向职场环境平稳过渡,有助于从学生到产业员工的角色转变。

一、产业

在解释“产业文化”这个概念之前,我们首先要知道什么是产业。按照经济学理论,所谓产业,就是指具有某种同类属性的经济活动的集合或系统,即生产同一性质产品或劳务的集合体,也就是国民经济的各行各业。按大的分类,就是大的“集合体”。如社会生产有工业、农业、商业、文化、教育等产业部门。如果细分一点,就是小的“集合体”。例如,就工业产业部门而言,有炼钢、纺织、造船等产业部门;就农业部门来说,又有种植业、林业、畜牧业、渔业等产业部门。假如再细分一点,就有更小的“集合体”,比如,炼钢产业中又有轧钢、数控、电焊等岗位和工种,种植业又分水稻、小麦、高粱、玉米等粮食作物种植和油料、果树、蔬菜、药材、工业原料等经济作物种植。这些大大小小的产业部门,就是大大小小的“集合体”,每个小的“集合体”都必然属于相应的一个大的“集合体”。

产业“集合体”有一定的结构条件。就是说,作为一个产业部门有很多“基本单元”,这些“基本单元”根据一定的条件通过分工而构成一个产业部门。这些条件就是集合体诸元素之间存在的共同性,归纳起来有如下几点:

(1) 生产性。所谓生产性,就是创造财富的活动功能。马克思说,“一切生产都是个人在一定社会形式中并借这种社会形式而进行的对自然的占有。”创造社会财富就是这种占有。

(2) 商品性。商品性是指生产的产品和提供的劳务都不是自身消费的,而是用来交换的。商品性的社会性质不是无偿供给的消费品。

(3) 求利性。所谓求利性,就是通过生产产品和提供劳务获得尽可能多的经济收益,以实现劳动的价值,并实现产业的发展。

(4) 组织性。每个产业集合体的基本单元,都是有机组成的小集合,或者说是一个系统的子系统。生产社会化的规模越大,社会化的程度越高,这种集合体的内部构成有机性就越强,组织越严密。

从产业的概念中,我们可以分析出,产业是一个组织严密的生产系统,这个生产系统能够创造出为人类所需要的有价商品或各种服务,每个生产者都以获利为目的生产产品提供服务,整个生产系统以利益关系为纽带。

从一定层面上讲,在我国教育发展和改革的大潮中,随着经济的发展和科技成果的产业化,高等职业教育作为一种新型的高等教育就是为“产业”而生的,走出校门的高职毕业生都将汇入产业大军,成为大小“集合体”中的一分子,在生产一线或操作现场为社会创造利益,为社会经济总量的不断增长,为着广大人民物质和精神生活的不断改善而发挥实际的作用。

走出校门的高职毕业生都将汇入产业大军,成为产业中的一分子。

二、产业文化

综合经济界对这个概念的界定,我们将产业文化理解为产业员工在产业长期发展历程中经过凝炼与筛选而逐步形成的产业价值观念、行为方式及其精神状态。现代产业文化主要包括先进的企业文化、先进的行业文化、劳动者正确的工作价值观和行为规范,以及符合现代产业发展的制度和舆论环境。现代产业文化既有爱岗敬业、尊敬师长、谦虚自省、奉献企业、遵纪守法、责任意识、注重质量、团队合作、诚实守信等先进的工作价值观,也有现代产业科学的生产方式、合理的劳动组织和规范的管理流程等核心内容。简言之,现代产业文化的实质就是现代生产方式和工作方式,它的核心是尊重一切劳动,尊重一切产业者的现代工作价值观。

现代产业文化先进的工作价值观包含爱岗敬业、尊敬师长、谦虚自省、奉献企业、遵纪守法、责任意识、注重质量、团队合作、诚实守信等职业素质。

三、产业文化对产业的发展具有巨大的推动作用

经济活动就是经济、文化的一体化运作,经济的发展离不开文化的强大支持。在当前经济全球化和竞争动态化的时代,经济对文化的依赖性更加凸显。因此,一个企业要寻求长远发展,必须充分考量产业文化的不可估量的作用,而健康、优秀的产业文化对于企业的生产力和竞争力的提升乃至可持续性发展作用巨大。

产业文化对产业发展的促进作用具体表现在以下几个方面。

(1) 导向作用。产业文化就像一支无形的指挥棒,引导行业、企业和员工遵从符合产业发展的方向与方法去做事。产业文化的导向功能具体表现在以下两个方面:一是思想行为的导向作用,主要对产业中的领导、员工等个体的思想行为起导向作用;二是对产业整体的价值取向和行为起导向作用。因为产业构建属于自身系统的核心价值和行为规范时,产业文化才形成并不断导向核心价值,如果产业劳动大军在价值和行为取向上与产业文化的系统标准相悖离,产业文化会将其纠正过来,并把个人目标引导到产业发展的愿景上来,从而成就行业稳固而持久的发展生命力。

(2) 激励作用。优秀的产业文化具有使企业员工从内心产生一种正能量情绪和奋发进取精神的效应。这是文化的效应所致,一是产业文化中积极向上的思想观念及行为准则会形成强烈的使命感、持久的驱动力,成为企业员工自我激励的一把标尺;二是产业文化把尊重人作为中心内容,以人的管理为中心,给员工多重需要的满足,使每个员工都能感到自己存在的价值,这种自我价值的满足也可形成强大的精神激励。这种文化激励不仅可以调动员工的主动性和创造性,激发潜能,还可以提升员工生活幸福感及体面劳动体验。

(3) 凝聚作用。现代产业文化既有遵纪守法、责任至上、注重质量、团队合作、诚实守信等先进的工作价值观,又有科学的生产方式、合理的劳动组织和规范的管理流程等核心内容,作为一种长期积淀形成的价值观念,产业文化潜移默化被员工认同,它就会成为一种粘合剂,形成强大的向心力,使员工将个人的命运与行业的成败发展息息相关起来,能够使产业员工万众一心,步调一致,增强企业、行业的整体执行力及蓬勃发展能力。

(4) 辐射作用。大量产业文化显示,产业文化已经超越了管理范畴,成为一种不可复制的竞争文化。产业文化一旦形成较为固定的模式,它不仅会在产业内部发挥作用,而且也会通过各种渠道(网络、媒体、交往、经营活动等)对他人和社会产生影响。优秀的产业文化对社会文化的发展有很大的影响,产业文化所具备的独特的文化底蕴,也会使其他相关产业不断效仿,乃至对整个社会产生一种辐射、熏陶作用。

优秀的产业文化会对整个社会产生一种辐射、熏陶作用。

四、产业文化的内涵

每个产业都有区别于其他产业的独特文化。由于产业间所具有的特性差异,产业文化均烙有其明显的“个性色彩”。汽车产业文化彰显出它是工业化生产方式的典型代表,是改变现代人类生活方式的强大推手,是促进现代社会运转方式的有力诱因,它还涵盖了人类对环保、节能从无知到觉醒的过程。对建筑产业来说,传统的建筑产业文化符合中国传统的礼制文化和等级观念;现代建筑产业文化则表现出了发展可持续化、技术进步化、产业管理综合化、产业工人新型化的时代特征。中国特色石油和化工产业文化,则具有“军事组织文化”“政治灵魂文化”和“英雄主义文化”的三大基本特征,因而孕育了大庆精神、铁人精神。以算盘为象征符号的中国商业文化,产生了晋商、徽商、潮商、浙商等著名商帮,晋商的“信义为先”,浙商的“舍得”“敢闯”,潮商的“精明”“爱拼”……都为自己、为社会创造了辉煌的物质文化与精神文化。我们在本书中要重点阐述的信息产业文化,其特征也是很显明的:着重强调客户至上、给市场提供完整的产品服务、持续创新和改进、解决问题、团队合作、有效沟通和利用现有资源和条件把事情做成并不断创新开拓。

不同的文化传统影响着不同的产业选择。以浙江产业文化为例,经济学者张仁寿认为,温州的商业文化、宁波的码头文化、绍兴的染缸文化、永康的工匠文化等传统,就与改革开放后温州人善于经商、宁波人致力于发展工商实业、绍兴人从事纺织业和永康人喜欢搞五金加工业一脉相承。浙江各地的产业文化特质,今天仍然可以划分为不同的区域:以温州(台州)为代表的商业文化,以宁波为代表的工商文化,以衢州(丽水)为代表的农业文化,以杭州为代表的休闲文化等。温州人有着对市场机会的敏锐观察力和果断决策力,善于把握商机;而杭州

人则热衷于享受休闲文化,创业的冲动和追求金钱的动力稍显不足,因此这里的区域文化传统倒是有利于发展休闲旅游产业和现代服务业。

区域文化由于当地老百姓的长期劳动积累,形成了不同区域的产业文化传统,并深刻影响到改革开放以后各地的产业选择及其发展成效。仍以浙江为例。历史上,浙江各地就有一些发达的手工业和小工业基础,能工巧匠众多,这些都为浙江从农业文明更快转向工业文明积累了劳动技能,创造了重要的发展条件。温州人制皮鞋自唐代以来就成传统;东阳的建筑企业闻名全国与东阳木工、泥工、油漆工等传统工艺积累有关;浦江的水晶产业也显然受其书画传统影响;义乌市场的崛起可以追溯到长期的“鸡毛换糖”历史。上个世纪80年代,在交通极其不便的苍南宜山镇形成全国最大的再生腈纶纺织品产销基地,当时许多人对此不解。其实,宜山本来就有纺织业的历史传统,明代中叶这里的手工纺织已十分发达,明清时几乎家家户户置备手摇纺车和老式织布机。曾以山歌、道情、花鼓、渔鼓、鼓词等多种说唱形式在浙南地区广为流传的《高机与吴三春》的传说,描写的就是苍南县织绸高手高机与龙泉刺绣能手吴三春坚贞不渝的爱情故事。

经济学家认为,浙江区域文化之所以具有如此强大的生命力,还与作为经济活动主体的浙江人喜欢流动迁移有关。浙江特别是浙东一带的百姓喜欢跑码头、闯天下、四海为家,少有安土重迁的观念束缚。在这种流动中,浙江大规模的劳动力输出和频繁流动,就像是一所培养浙江企业家的“综合性社会大学”,对提高浙江的人力资本积累产生了全面而积极的影响。而随着浙江人走遍全国,他们不仅为其他地区带去了资本、技术和管理经验,创造了大量就业机会,也向其他地区传播了发展市场经济的价值观念。可以说,浙江人的区域文化传统对于我国市场经济发展也作出了重要贡献。

随着社会的发展,区域文化、产业文化间的流动已跨越国界,汇成了经济全球化的大潮。全球视野下的产业融合,为我国产业文化不断注入新的内涵。

放眼全球,不同的文化背景和不同的产业发展程度,形成了中外不同的产业管理思维、模式及管理特点,中外同一产业之间的文化也存在差异。国家不同,文化背景也不尽相同,其中的文化差异体现在方方面面。比如我们中国人日常打招呼习惯于问:“你吃饭了吗?”如果你跟一些说英语的国家的人这样说,他们会认为你是想请他们吃饭。英语国家的人打招呼通常以兴趣爱好为话题,聊聊天气、健康状况、交通、体育等等。“君子不言利”,这是中国儒教的道德箴言,而在美国,言利的正是“君子”。在美国企业家和从业人员中,“互利互惠”被看作是人际交往的良好道德和情操,是正当的谋生目标。

不同的文化背景和不同的产业发展程度,形成了中外不同的产业管理思维、模式及管理特点,中外同一产业之间的文化也存在差异。

文化与民族是分不开的,文化是民族的,一定的文化总是一定民族的文化。产业文化也是一个国家民族文化的组成部分,所以一个国家产业文化的特点实际上就反映了这个国家民族文化的特点。下面我们仅对能代表东西方民族文化特点的几个国家和地区的产业文化和管理特点作一些简要介绍。

1. 欧洲国家的产业文化模式与管理特点

欧洲文化受基督教影响较深。基督教信仰上帝,认为上帝是仁慈的,上帝要求人与人之间互爱、包容。受这一观念的影响,欧洲文化崇尚个人的价值观,强调个人高层次的需求。欧洲人还注重理性和科学,强调逻辑推理和理性的分析。

虽然欧洲产业文化的精神基础是相同的,但由于各个国家民族文化的不同,欧洲各个国家的产业文化也是有差别的。

法国人最突出的特点是民族主义,浪漫、傲慢、势利、充满优越感,因此他们的企业管理表现出封闭守旧的观念。

英国人世袭观念强,一直把地主贵族视为社会的上层,企业经营者处于较低的社会等级。英国的企业家比较讲究社会地位和等级差异,他们不是用优异的管理业绩来证明自己的社会价值,而是千方百计要跻身上层社会,因此在企业经营中存在墨守成规,缺乏冒险精神。

德国人官僚意识比较浓,组织纪律性强,勤奋刻苦。因此,德国的企业管理中,决策机构庞大、决策集体化,保证工人参加管理,往往要花较多的时间论证,但决策质量高。企业执行层划分严格,各部门负责只有一个主管,不设副职。职工参预企业管理广泛而正规,许多法律都保障了职工参与企业管理的权力。

意大利崇尚自由,以自我为中心,在企业管理上显得组织纪律差,企业组织的结构化程度低。但由于意大利和绝大多数的企业属于中小企业,组织松散对企业生机的影响并不突出。

2. 美国的产业文化模式与管理特点

美国是一个多民族的移民国家,这决定了美国民族文化的个人主义特点。美国的产业文化以个人主义为核心,但这种个人主义不是一般概念上的自私,而是强调个人的独立性、能动性、个性和个人成就。在这种个人主义思想的支配下,美国的企业管理、行业管理都以个人的能力为基础,鼓励职工个人奋斗,实行个人负责、个人决策。因此,在美国各个产业中个人英雄主义比较突出,许多产业常常把创业者或对产业做出巨大贡献的人推崇为英雄。产业组织或企业对员工的评价也是基于能力主义原则,加薪和提职也只看能力和工作业绩,不考虑年龄、资历和学历等因素。这种以个人主义为特点的产业文化缺乏共同的价值观念,产业的价值目标和个人的价值目标有时是不一致的,企业以严密的组织结构、严格的规章制度来管理员工,以追求企业目标的实现,但员工仅把企业看成是实现个人目标和自我价值的场所和手段。

3. 日本的产业文化模式与管理特点

日本是个单民族的国家, 社会结构长期稳定统一, 思想观念具有很强的共同性。同时, 日本民族受中国儒家伦理思想的影响, 看重“和”“信”“诚”等伦理观念, 高度重视人际关系的处理。这些都决定了日本产业文化以“和亲一致”的团队精神为其特点。“和”堪称日本企业的行动指南。

在注重团队精神的日本企业里, 上下一致地维护和谐, 互相谦让, 强调合作, 反对个人主义和内部竞争。共同的价值观念使企业目标和个人目标高度一致和统一。一个企业就像一个家庭, 成员和睦相处, 上级关心下级, 权利和责任划分并不那么明确, 集体决策, 取得一致意见后才作出决定, 一旦出了问题不归咎个人责任, 而是各作自我批评。企业对职工终身雇用, 实行年功序列工资制。

日本虽然是一个单一民族的岛国, 但并不封闭守旧, 它革新精神强, 大量吸收西方文化中重视科学技术和理性管理的优秀因子, 并与传统文化结合起来, 形成了巨大的生产力及生产效率。

4. 中国产业文化的现状

新中国成立以前, 受外国资本和封建官僚买办控制, 产业劳动者处于被残酷剥削和压迫之中, 没有自由、没有平等, 有的只是愤怒和抗争。在旧中国, 产业文化只在民族资本主义企业中才存在, 它是由老一代的民族企业家所倡导的。被毛泽东誉为“不可忘记的人”的卢作孚先生, 曾倡导过“民生精神”就体现了当时中国产业文化。卢作孚先生是民生轮船公司的创始人, 于1925年创办了“民生实业股份有限公司”, 10年以后垄断川江航运, 成为民国时期最大的民营航运公司, 而他创立的“民生精神”正是民生公司走向成功的关键。民生精神的核心是对劳资关系的恰当处理。对于工人来说, 民生就是一个仁慈的大家长, 既有慈母的爱护, 也有严父的管教。民生的工资和福利水平远远高于其他企业, 进了民生的门就意味着登上了幸福生活的快车。工人们感觉到在民生工作, 并不仅仅是养家糊口, 更与改造中国的宏伟目标紧密相连, 而这就是他们生活的意义和价值。民生让他们成为历史的一部分, 而不是可怜的劳力乃至弃儿。

新中国成立以后, 国有企业是中国经济的主体, 产业文化的形成与发展也如同整个国家的经济建设一样, 经历了一番曲折。在传统计划经济体制下, 企业生产什么、生产多少、销售多少都由政府发出指令, 这种高度集权的管理模式对产业文化建设既有积极的一面, 也存在着消极影响。积极的一面是有利于体现社会主义的“集中力量办大事”, 形成国家利益至上的大集体观念和艰苦奋斗精神, 如上世纪五六十年代出现的“鞍钢宪法”“大庆精神”就是这种观念和精神的代表; 消极的一面是, 这种集权管理模式强化了“官本位”的腐旧观念, 管理活动行政化, 产业工人的积极性未能充分调动发挥, 民主管理的监督约束机制显得软弱无力, 特别

是在极“左”思潮的干预下，全国“以阶级斗争为纲”，一切工作包括经济活动也是“政治挂帅”，严重阻碍了产业文化的进步与发展。实行经济体制改革以后，我国由计划经济转换为社会主义市场经济，中国产业文化建设的环境开始好转，特别是现代企业制度的建立，为建立有中国民族特色的产业文化创造了有利的政治、法律环境，产业文化建设也取得了明显成效。

总之，产业文化是我们认识和理解现代产业的一把钥匙。中国是一个历史悠久的文明国家，中国的传统文化内涵丰富，如何利用传统文化中的积极因素建立有中国特色的企业文化，是我们应该继续下大气力去做的。虽然我国历史悠久，文化深厚，但工业化历史进程比较短，产业文化底蕴相对薄弱，很有必要补上产业文化教育这重要的一课，尤其是对职业教育而言，更要率先补上这一课。我国在相当长的历史时期里都是一个社会经济落后的农业大国，真正意义上的工业化是从1949年才开始的，直到1953年才在总路线中首次提出了“实现社会主义工业化”的目标。这与西方国家从18世纪中期就开始的工业化进程相比，我们是大大落后了。而在经济全球化、市场化、信息化的背景下，我国奋起直追，物质的工业化又呈现跨越发展，本就薄弱的产业文化更显欠缺，具体表现为企业产业文化底蕴不足、劳动者产业文化素养不高、社会产业文化氛围不浓。提高全民族的产业文化素养特别是全体劳动者的产业文化素养，是我国一项重要而急迫的任务。

我国企业产业文化的底蕴不足，劳动者产业文化素养不高，所以提高全民族的产业文化素养特别是全体劳动者的产业文化素养，是我国一项重要而急迫的任务。

第二章 产业文化教育对于职业学生成长的重要性

一、中国产业文化教育现状

早在 2004 年 4 月 2 日,教育部关于《以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》(教育部[2004]1号文件)中明确指出:“高等职业院校要主动适应经济社会发展需要,以就业为导向确定办学目标,找准学校在区域经济和行业发展中的位置,加大人才培养模式的改革力度,坚持培养实践能力强,具有良好职业道德的高技能人才。”时至今日,高技能人才的缺乏仍然掣肘着各行各业的发展,高素质技能人才的输出仍然是职业院校的“短板”。

发展实体经济,需要建设一支数量宏大的、具有职业素质和专业技术的劳动者大军。但当前我国高技能人才总量短缺,结构不合理,领军人才匮乏。有关数据表明,我国高素质高技能人才缺口严重。根据中国劳动力市场信息中心公布的 2011 年第四季度各类技术等级的岗位空缺与求职人数的比例来看,高级技工、技师和高级技师岗位空缺与求职人数比例最大,分别为 2.56、1.97 和 2.68。全国政协委员、上海罗蒙西服公司总经理金建华以上海服装业为例,直指高技能人才缺乏问题,“现在招工很难,青年人都不愿意当技术工人,上海能量体裁衣的全能型师傅很难找得到,更没有国际级的裁缝师。”全国政协委员吴幼英也表示了自己的担忧:“我们对高级技工的需求还有很大缺口,久而久之,制造业也会受到影响,导致恶性循环。”一项数据表明,作为国民经济基础性产业的制造业,缺工率高达 46.3%,有 61.2%的制造业企业表示 2010 年遇到应聘人员减少的情况,57.3%的制造业企业表示应聘者技能水平低。找不到合适的工人,影响了我国经济转型升级和实体经济发展壮大。

进入 21 世纪以来,国家先后出台了《国务院关于大力发展职业教育的规定》等在内的一系列职业教育政策,培养了一批具有较高技能、较高素质的劳动者。但由于社会上对职业教育的认识普遍存在误区,许多家长抱着望子成龙的心态,希望对子女考上大学,将来能当白领,不愿报考职业学校,致使许多职业教育院校生源不足,发展艰难。结果是,一方面大学毕业生就业形势严峻,很多毕业生找不到工作;但另一方面,大型工业企业的一线熟练技术工人却非常缺乏,导致大学生不得不去做技术工人的工作,教育人才的培养方向 and 市场需求产生严重偏离,造成资源浪费。

此外,产业文化教育在高职教育中严重缺失也是阻碍高技能人才涌现的一大主要原因。职业教育是就业预备教育,产业文化教育本应贯穿于校园文化的方方面面,然而,我们的校园

文化仍然缺乏职业教育应有的特色,与产业文化缺少沟通,导致毕业生在就业岗位不能适应产业的文化环境,既影响学生自身的职业规划,也阻碍了行业的健康发展。大多数高职院校虽开展了校企合作,但结合的紧密度及融合度不够,尚未达到产业文化的层面,比如请业内人士开讲座,让学生进入企业进行短期的实习,但往往事倍功半,教育与企业的需要总是无法融为一体。有的院校也做了许多工作,但只图表面,陷入了产业文化教育口号化、活动化、表象化的误区,对培养高素质、技能型人才的举措还远远不够,可谓隔靴搔痒。

用人单位希望“即到即用”,尽量缩短或不要对新员工的培训期,毕业生也希望上岗后能尽快适应企业文化氛围,成为企业的一员。因此,高职院校必须打造适合高职特征的、能满足现实需要的、切实有效的产业文化教育,提高人才培养质量,使学校培养的毕业生能够“适销对路”,满足产业发展对人才结构的多元需求。

高职院校只有进行切实有效的产业文化教育,才能提高人才培养质量,使毕业生能够“适销对路”,满足产业发展对人才结构的多元需求。

二、产业文化教育的重要性

前教育部部长袁贵仁曾指出,所谓教书育人、管理育人、服务育人、环境育人,说到底都是文化育人。鲁昕副部长也多次在职业教育相关会议上提出:“要做到产业文化进教育、工业文化进校园、企业文化进课堂。”这些要求为职业院校开展现代产业文化教育指明了方向。

充分的、切实有效的产业文化教育,对职业学生的成才、成人起着重要的熏陶作用,甚至影响着他们未来的职业生涯及发展。

高职教育为企业的生产、经营、服务一线培养技术应用性人才,毕业生对岗位综合要求有较强的适应能力是高职教育的特色之一。高职院校毕业生在择业就业时,不仅关注所在企业的待遇、工作环境,也更加关注企业文化层面的诸多问题。事实上,毕业生在与企业发生各种纠纷和冲突时,越来越多地是因为价值观念、思维和文化的差异,更多的矛盾缘于毕业生无法适应企业的制度规范、价值观念、企业约束等,这恰恰是不适应产业文化的表现。

一项来自11所高职院校应往届毕业生的调查显示,83%的高职毕业生认为高职校园文化与企业文化之间“差异较大”,认为“差异不大”或“没有差异”的分别只占11%和2%。44%的高职毕业生认为学校管理环境比企业环境更舒适。以至于目前仍有相当数量的高职毕业生并不能很快适应岗位的要求,甚至对用人单位产生种种抱怨;同时,也有不少企业管理者反映高职毕业生与企业氛围格格不入,难以融入新的环境。毕业生与用人单位之间的磨合阵痛已成为当前的一大社会话题。产生这一现象的原因虽是多方面的,但高职毕业生对产业文化缺乏认同是重要原因之一。

现实告诉我们,如何让产业文化融入校园文化,让现代大学生了解、认识、理解、认同产业文化,及时提高自身综合素养更好地适应产业文化,是与专业技能培养同样重要的课题。如何在职业院校使学生仿佛置身在浓厚的产业教育氛围里,学会与人交流,提高与人合作的能力,树立职业意识,毕业之后尽快在企业的环境里找准自己的位置,很好地发挥自己的专业技能,这是高职教育的人才培养目标所在,同时更是学生零距离就业、融入企业的需求。

高职教育的人才培养目标所在是使学生提高与人合作的能力,树立职业意识,尽快在企业的环境里找准自己的位置,很好地发挥自己的专业技能。

1. 产业文化教育是职业学生的必修课

高校尤其是高职院校人才培养的重要指导思想是以“就业为导向”。以就业为导向,不仅要培养学生适应职业专业需要的知识、技术、技能,也需要培养学生适应企业管理制度的约束、规范,具备产业要求的能力和素质。也就意味着,高职学生在学好文化知识和职业技能的同时,必须具备认同并适应产业文化,具备产业文化的素质。职业学生学习并认识产业文化应当作为必修课。

学习产业文化的方式很多,一方面,高校可以通过社会实践、校企合作的途径引导大学生学习产业文化,另一方面大学生可以积极阅读一些自己比较感兴趣,尤其是有就业意向产业的文化书籍,同时职业院校应将产业文化教育纳入人才培养方案中,成为学生在校学习的必修课程。比如,当我们有兴趣到华为应聘时,就必须先了解IT产业技术生命周期短、技术更新快的生产特征,以及重视创新能力、鼓励学习、注重知识管理等文化特征,再了解华为“垫子文化”的由来和为人艰苦奋斗,自强不息的追求,从而了解华为“狼性文化”的精神实质;如果你对一汽大众公司感兴趣,就必须先了解汽车产业的科技文化、生产文化、企业管理文化,继而去理解一汽大众公司所奉行的“学习、进取、合作、创新”的企业精神,以及“追求卓越品质,真诚面向用户”的企业理念。只有了解和认同产业文化、企业文化,才能真正地将个人的发展融入企业的发展之中。

2. 适应产业文化是职业学生就业的基础

选择一份适合自己并有发展的职业是职业学生最关注的问题。然而,工作有发展并能适合自己的,不仅仅涵盖工资待遇问题,还有个人兴趣爱好和企业岗位需求的差异、个人价值观和企业共同价值观的差异,个人习惯和企业要求的差异等都是要综合自身条件考虑的内容。当今社会发展,人们生活水平不断提高使得就业观念不断转变,公司管理制度、工作环境、工作氛围、人际关系、个人发展环境、文化氛围等越来越成为职业学生择业时关注的重点。因此,能否适应产业文化已成为职业学生就业择业不可回避的问题。

中华英才网曾对北京大学、清华大学、复旦大学、武汉大学、西安电子科技大学在内的