

# 中小企业文化生态的 聚合与嬗变

ZHONGXIAO QIYE WENHUA SHENGTAI DE JUHE YU SHANBIAN

李少惠 著



中国社会科学出版社

# 中小企业文化生态的 聚合与嬗变

ZHONGXIAO QIYE WENHUA SHENGTAI DE JUHE YU SHANBIAN

李少惠 著



中国社会科学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中小企业文化生态的聚合与嬗变/李少惠著. —北京: 中国社会科学出版社, 2008. 3

ISBN 978-7-5004-6678-9

I. 中… II. 李… III. 中小企业-企业文化-研究 IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 001942 号

责任编辑 郭晓鸿 (guoxiaohong149@163.com)

责任校对 韩天炜

封面设计 福瑞来书装

版式设计 戴 宽

---

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029453 传 真 010—84017153

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 华审印刷厂 装 订 广增装订厂

版 次 2008 年 3 月第 1 版 印 次 2008 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16

印 张 17.75 插 页 2

字 数 330 千字

定 价 32.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

---

## 作者简介

李少惠，1964年10月生，哲学硕士，兰州大学管理学院副教授，硕士生导师。曾由国家留学基金委选派赴荷兰Erasmus大学作访问学者。荣获甘肃省“555”创新人才工程入选第二层次人员。主要研究领域有中国传统管理思想、企业文化、行政文化与行政发展。主持和参与多项省部级社会科学研究项目，已出版论著两部，发表论文四十余篇，部分科研成果获得甘肃省社会科学成果奖、甘肃省高校社会科学优秀成果奖等奖项。

---

# 目 录

|                          |        |
|--------------------------|--------|
| 导 论 .....                | ( 1 )  |
| 第一节 经济发展的文化维度 .....      | ( 2 )  |
| 第二节 基于文化生态学的研究理路 .....   | ( 4 )  |
| 第三节 关系阐释和重构的理论体系 .....   | ( 6 )  |
| 第一章 新经济条件下的文化向度 .....    | ( 9 )  |
| 第一节 文化：一个长期争论的概念 .....   | ( 9 )  |
| 一 文化：包容广泛的社会历史范畴 .....   | ( 9 )  |
| 二 文化是内在的观念和规则系统 .....    | ( 13 ) |
| 第二节 文化的特性 .....          | ( 15 ) |
| 一 文化是一个社会历史范畴 .....      | ( 15 ) |
| 二 文化的社会性 .....           | ( 16 ) |
| 三 文化的历史继承性 .....         | ( 17 ) |
| 四 文化的地域性 .....           | ( 18 ) |
| 第三节 文化的社会功能 .....        | ( 20 ) |
| 一 文化发展推动着人类文明的进程 .....   | ( 20 ) |
| 二 文化发展促进着人的全面发展 .....    | ( 21 ) |
| 三 文化维护着社会的有序状态 .....     | ( 22 ) |
| 四 文化促进着社会生产力发展 .....     | ( 24 ) |
| 五 文化成为“软实力”的重要源泉 .....   | ( 28 ) |
| 第四节 经济与文化 .....          | ( 29 ) |
| 一 经济与文化的关系 .....         | ( 29 ) |
| 二 经济的文化诠释 .....          | ( 31 ) |
| 第五节 发展观：文化发展的认识论基础 ..... | ( 33 ) |
| 一 传统发展观与文化发展 .....       | ( 33 ) |

|            |                               |             |
|------------|-------------------------------|-------------|
| 二          | 可持续发展：人类文明的新觉醒 .....          | (37)        |
| 三          | 文化：可持续发展的灵魂 .....             | (40)        |
| 第六节        | 知识经济时代的文化发展 .....             | (42)        |
| 一          | 知识经济的文化底蕴 .....               | (42)        |
| 二          | 知识经济时代的文化力 .....              | (45)        |
| <b>第二章</b> | <b>中小企业的文化生态 .....</b>        | <b>(48)</b> |
| 第一节        | 中小企业的范畴及理论 .....              | (48)        |
| 一          | 中小企业的界定 .....                 | (48)        |
| 二          | 中小企业存在的理论追述与考证 .....          | (52)        |
| 第二节        | 新经济条件下中小企业的战略地位 .....         | (59)        |
| 一          | 工业化：大企业的张扬与中小企业的消沉 .....      | (59)        |
| 二          | “隐形冠军”：对中小企业的再认识 .....        | (60)        |
| 三          | 新时期中小企业的地位及作用的重新确立 .....      | (62)        |
| 第三节        | 中小企业发展的内部环境 .....             | (69)        |
| 一          | 企业制度 .....                    | (69)        |
| 二          | 人力资源 .....                    | (72)        |
| 三          | 企业资产 .....                    | (74)        |
| 四          | 信息技术 .....                    | (75)        |
| 五          | 企业文化 .....                    | (77)        |
| 第四节        | 中小企业发展的外部环境 .....             | (78)        |
| 一          | 自然环境 .....                    | (79)        |
| 二          | 经济环境 .....                    | (80)        |
| 三          | 社会环境 .....                    | (82)        |
| 第五节        | 中小企业发展的文化环境 .....             | (87)        |
| 第六节        | 知识社会企业发展环境的变迁 .....           | (90)        |
| <b>第三章</b> | <b>地域文化：中小企业成长的文化土壤 .....</b> | <b>(96)</b> |
| 第一节        | 地域文化的生成及其特征 .....             | (96)        |
| 一          | 地域文化的含义 .....                 | (96)        |
| 二          | 地域文化的生成及游移 .....              | (98)        |
| 三          | 地域人文环境的特性 .....               | (105)       |

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 第二节 地域文化的历史传统·····            | (110) |
| 一 传统文化的特征·····                | (110) |
| 二 传统文化的基本精神·····              | (113) |
| 三 传统文化的人文价值·····              | (116) |
| 第三节 地域文化：经济社会协调发展的重要变量·····   | (117) |
| 一 不同的地域文化形成不同的社会经济心理·····     | (117) |
| 二 不同的地域文化形成不同的经济发展模式·····     | (118) |
| 三 不同的地域文化形成不同的经济发展格局·····     | (119) |
| <br>第四章 企业文化：中小企业发展的战略思维····· | (123) |
| 第一节 企业文化：从现象到理论·····          | (123) |
| 一 企业文化是一种微观文化现象·····          | (123) |
| 二 企业文化是一种新型的管理方式·····         | (125) |
| 三 企业文化是一种新的管理理论·····          | (126) |
| 第二节 企业文化：企业发展的驱动力·····        | (128) |
| 一 企业文化与企业发展·····              | (128) |
| 二 企业文化价值的多维关联分析·····          | (133) |
| 第三节 中小企业文化生成的社会文化土壤·····      | (139) |
| 一 民族传统文化·····                 | (139) |
| 二 地域文化·····                   | (143) |
| 三 时代商业价值·····                 | (145) |
| 第四节 我国中小企业文化的形态·····          | (148) |
| 一 中小企业文化的现实形态·····            | (149) |
| 二 我国中小企业文化的缺陷·····            | (152) |
| 三 中小企业文化缺陷的成因·····            | (156) |
| 第五节 中小企业文化培育与创新·····          | (159) |
| 一 知识经济时代中小企业文化建设的向度·····      | (160) |
| 二 中小企业文化建设的路径·····            | (166) |
| 三 企业家与中小企业文化建设·····           | (168) |
| 四 传统文化与中小企业文化建设·····          | (170) |
| 五 地域文化与中小企业文化建设·····          | (173) |

|                                            |       |
|--------------------------------------------|-------|
| <b>第五章 集群文化：中小企业及集群成长的变量</b> .....         | (175) |
| <b>第一节 中小企业发展中的集群模式</b> .....              | (175) |
| 一 企业集群的含义.....                             | (176) |
| 二 企业集群的特征.....                             | (177) |
| 三 企业集群（群落）与中小企业发展.....                     | (180) |
| <b>第二节 中小企业集群发展</b> .....                  | (183) |
| 一 中小企业集群的形成诱因.....                         | (183) |
| 二 中小企业集群发展的基础条件.....                       | (191) |
| 三 地域文化与企业集群发展——浙豫两省企业集群发展的对比<br>分析及启示..... | (205) |
| <b>第三节 中小企业的集群文化</b> .....                 | (208) |
| 一 企业集群文化的含义及特点.....                        | (208) |
| 二 集群文化与集群发展.....                           | (211) |
| 三 企业集群文化的典范.....                           | (221) |
| <b>第四节 多维交汇的企业集群文化</b> .....               | (224) |
| 一 传统文化与集群文化.....                           | (224) |
| 二 地域文化与集群文化.....                           | (226) |
| 三 产业文化与集群文化.....                           | (231) |
| 四 企业文化与集群文化.....                           | (236) |
| <br><b>第六章 地域文化背景下的中小企业发展——以甘肃为例</b> ..... | (240) |
| <b>第一节 甘肃地域文化透析</b> .....                  | (240) |
| 一 甘肃地域文化的缘起及历史演进.....                      | (240) |
| 二 多重文化形态中的甘肃地域文化.....                      | (242) |
| 三 甘肃地域文化背景下的社会心理特征.....                    | (243) |
| <b>第二节 甘肃中小企业文化发展</b> .....                | (246) |
| 一 甘肃中小企业发展概况.....                          | (246) |
| 二 甘肃中小企业文化的特征.....                         | (247) |
| <b>第三节 甘肃地域文化对中小企业发展的制约</b> .....          | (248) |
| 一 文化中消极因素对企业家的阻滞.....                      | (249) |
| 二 中小企业要素组合的制度约束.....                       | (253) |
| 三 地域文化中的官本位与人力资源错配.....                    | (255) |



---

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 四 管制型文化下企业运行的外部费用 .....      | (258) |
| 第四节 甘肃中小企业的文化发展思路 .....      | (261) |
| 一 挖掘地域文化中的积极因素 .....         | (261) |
| 二 加强对企业文化要素的甄选与凝合 .....      | (263) |
| 三 深化企业家队伍的建设 .....           | (264) |
| 四 发展企业文化建设的工作机构 .....        | (264) |
| 五 制定以隐形冠军和网络组织为导向的文化战略 ..... | (265) |
| 第五节 结语 .....                 | (266) |
| 参考文献 .....                   | (269) |
| 后记 .....                     | (273) |

## 导 论

各国经济发展的实践业已证明，一国或地区经济的发展取决于该国或地区企业群体的整体素质。企业文化作为推动企业自身发展的精神动力源泉，近年来，这一领域的研究在欧美发达国家异军突起，并由此推动了企业文化理论的产生。中小企业是整个社会经济系统中不可或缺的一个重要组成部分，是欧美各国重要的经济支柱；近年来受到了理论界和企业界人士的广泛关注，他们多从中小企业的人力资源、企业模式、融资问题及政策扶持、外部发展环境等方面加以论述，对中小企业文化塑造的关注则不多，有关地域文化的概念更是主要见诸于世界各国对各种文化体系历史的研究中。美国学者安娜李·萨克森尼安的《地区优势：硅谷和 128 地区的文化与竞争》将硅谷的创业文化视为中小企业集群形成并带动经济发展的一个重要因素，从侧面论及地区特有文化与中小企业发展的关系。西班牙学者佩罗塔在《重商主义经济学》一书中则分析了西班牙社会各阶层的经济行为、价值取向对当地经济发展的抑制，从反面论述了文化因素对经济社会发展的阻滞作用。此外，西方学者还从宏观上对经济与文化的关系作了许多精湛的论述，如法国发展经济学家 F. 佩鲁在《新发展观》一书中提出文化在经济增长中起着关键作用，文化是决定经济减缓或加速增长及检验增长是否合理的基础。简言之，西方理论界在阐明经济增长动力时，充分肯定了文化对区域发展的巨大作用。

随着我国市场经济的发展，国内学术界对企业文化的研究也呈现出方兴未艾的势头，尤其在中小企业已成长为市场经济的生力军时，越来越多的人开始重视中小企业文化体系的建设及其功用。近几年来，又有学者致力于对区域经济发展与地域文化特色的研究，不仅从区域经济的角度进行探析，而且逐渐深入到文化的层面，强调文化在区域经济发展中的作用。浙江大学的学者们对浙江地域文化在温州模式中的作用研究，以及广东学者对岭南文化与珠江三角洲

地区经济发展的研究，正昭示着这一领域研究发展的新动向。在国内外相关领域研究的基础上，通过不断的探索、凝练和创新，我们逐步形成了自己的研究思路，提出研究地域文化的创新与中小企业文化发展及这两者之间的互动关系的课题。从目前国内该项目相关领域的研究现状来看，学者们关注较多的是大中型国有企业或跨国企业的文化建设，对中小企业文化建设的研究还很薄弱，即便有所论及，也多是套用企业文化建设的一般模式，未能将中小企业文化建设的研究置于地域文化根源视角下进行，而有关地域文化与企业文化，特别是西北欠发达地区中小企业文化与地域文化关系及创新互动作用的研究更是未见论及。

## 第一节 经济发展的文化维度

经济与文化是互动的两个范畴，是人类社会活动的两个主要方面。从文化人类学意义上来说，人类的一切经济活动同时也都是文化活动，都具有文化意义。经济与文化的关系本质上是一种共生互动的关系。在现实生活中，人们很难把经济活动和文化活动截然分开。可以说，几乎所有的经济活动都是按一定的文化运行的。在现代经济中，文化已成为经济的灵魂，成为经济发展中隐含的深层动力。我国地域辽阔，长期以来由于受自然条件、生态环境、经济条件、社会政治和文化环境、科技水平以及民族、宗教等多种因素的不同影响，形成了不同的经济文化区，使我国的经济文化具有地域性的特点，区域经济文化的协调发展成为中国进一步发展的突出问题。一般来说，发达的区域经济在客观上需要拥有与之相适应的先进的地域文化，而先进的地域文化也必然会提高人们在观念、意识等文化层面的素质，有力地推进区域经济的健康、持续发展，从而形成区域经济与文化的良性循环。地域文化与区域经济的关系极为密切，区域经济的发展对地域文化的成长与发展起着支撑作用；不同的区域经济孕育出不同的地域文化；而地域文化环境对区域经济的发展产生着巨大的反作用，各具特色的地域经济总是体现出不同类型地域文化的影响。

区域经济的发展决定着地域文化的发展。一定的地域文化是由特定的地域经济状况和发展过程决定的。区域经济是地域文化发展的基础，它决定着地域文化的发展水平及文化发展的结构、类型等。譬如，吴文化的兴盛源于该地区

经济的繁荣。在古代,“赋出天下,而江南居十九”;在当代,以苏南为依托,江苏经济的规模和增长势头在全国多方领先。自古以来,吴经济根深叶茂,农丰工盛,由此造就了兴旺发达的区域文化,其深厚的文化底蕴和文化模式在全国居于领先地位,尤其是进入近代,江南地区更是人文荟萃。由此我们不难得出一个命题:没有扎实的经济基础,就不会有繁荣的文化事业。区域经济是区域文化不可缺少的基础,区域经济建设为区域文化发展提供着物质条件和基础保证。

当然,区域文化的发展也有其相对的独立性,除了受经济因素的制约以外,还受历史积淀、传统演化等多种因素的影响。比如,今天的关中、西安地区,经济发展水平虽不如东南沿海地区,但其科教实力、文化繁盛程度仍在全国居于领先地位。清代“晋商”名震天下,但山西的重商轻文也是远近闻名。雍正皇帝就曾感叹:“山右大约商贾居首,其次者犹肯力农,再次者谋入营伍,最下者方令读书。”改革开放以来,广东在我国经济发展中一路领跑,但广东文化却呈现着一种二元并存的格局,即经济上的相对开放与意识形态上的相对封闭同时并存。这种二元并存的格局,弱化了经济对文化发展的决定作用,使当地的文化明显地滞后于经济的发展。广东文化与“长三角”地区的文化相比,明显带有浓厚的封建色彩。在广东的市郊和农村,作为封建文化和封建家族制标志的“祠堂”和“宗谱”依然非常普遍,这些早已为现代文明所摒弃的东西,却依然存在并禁锢着许多人的思想和行为。

地域文化对区域经济的发展具有反作用。21世纪,经济和文化出现一体化的趋势,文化力日趋成为区域发展的一种强大的内在驱动力,对整个经济与社会发展起到越来越重要的作用。新制度经济学认为,意识形态和文化观念在降低交易成本、促进经济发展、维护社会稳定等方面具有积极作用。毛泽东在《新民主主义论》一文中指出:“一定的文化是一定社会的政治和经济的反映,又给予伟大影响和作用于一定社会的政治和经济。”地域文化对区域经济的影响是显而易见的。

一方面,文化水平影响着经济发展,先进的文化造就发达的经济,落后的文化只能伴随着贫困的经济。目前,我国最重要的经济增长区之一的长江三角洲,其经济增长中历史传统、科技人文等地域文化因素即是一个重要方面。自宋朝以来,随着中国经济重心的南移,该地区即成为中国经济最为富庶、文化最为昌盛的地方,明末清初的中国资本主义萌芽也最早出现在这一地区;就民众素质而言,该地区民众的文化水平普遍较高,商品意识浓厚,积累了经营工

商业的传统和经验，这些文化因素都促成了改革开放以来该地区经济的起飞。

另一方面，不同的地域文化类型，使文化观念主导下的区域经济呈现出不同的特点。齐鲁文化、吴越文化、三晋文化、岭南文化、巴蜀文化、闽南文化、游牧文化等各不相同，与之相适应的区域经济发展也呈现出不同的类型和特点。以吴文化为例，从文化与经济的关系来看，吴文化是主张发展经济、改善民生、贡献国家和好学兴教、尊崇科学的文化，以吴文化为背景，江南和苏南在经济发展中形成了独特的经济特征，其典型代表为“苏南模式”。“苏南模式”不仅是一种经济模式，还是一种文化模式，因为经济模式总是由人创造的，不同地域民众不同的文化传统（包括价值观、劳动技能、教育水平和实践经验等）深深地影响着区域经济的发展模式，使区域经济透射着浓郁的文化气息。

“文化是一个国家、民族的灵魂和精神支柱，是经济发展的先导，是经济繁荣和社会进步的动力和源泉。”中国城市科学研究院赵洪利先生的这一论述再次深刻地揭示了经济与文化的互动关系以及经济发展中文化因素的重要作用。在经济快速发展的今天，深入研究文化并挖掘富有特色的地域文化，其意义显得尤为重大。

## 第二节 基于文化生态学的研究理路

文化生态学这一概念是美国朱利安·斯图尔德提出来的。但生态学的思想可追溯到达尔文的“适者生存”的生物进化论思想，达尔文曾用生物适应环境的进化论思想论述过人类的由来和发展。其后，以拉策尔为代表的文化地理学派、以格雷布内尔为代表的文化圈派等都从地理环境方面论述过人类文化的创造；其他像现代进化论者、文化相对主义者等，也都从不同民族环境中论述过文化模式、文化类型的形成。

文化生态学是从人类生存的整个自然环境和社会环境中的各种因素交互作用来研究文化产生、发展、变异规律的一种学说。文化生态学认为，人类是一定环境总生命网的一部分，并与物种群的生成体构成一个生物层的亚社会层，这个层次通常被称为群落。如果在这个总生命网中引进超有机体的文化因素，那么，在生物层之上就建立起了一个文化层。这两个层次之间相互影响、相互

作用，在生态上有一种共存关系。这种共存关系不仅影响着人类一般的生存和发展，也影响着人类社会文化的创造活动。

文化生态学虽然以生物学的概念作为工具性方法去分析、研究文化现象，但它并没有从遗传学上推导文化特征或文化模式，而是将文化置于整个环境来研究其产生、发展、变异过程，即人如何适应环境而创造了某种特征的文化，这些文化现象又是如何适应环境变迁而不断向前发展的。文化生态学认为，人虽然是总生命网的一部分，但人是社会化了的动物，在本质上是受文化活动影响的。因此，人并不是仅仅以有机体的本质进入生命舞台的，而是带着文化的因素出现的。文化的因素既影响总生命网，也受总生命网的影响。一些文化特征受自然环境的影响，但这种依存关系又是受文化自身因素影响的，如风俗、道德、宗教、信仰、知识等一系列的特殊目标和价值取向，它们与自然环境的关系则是间接的。这里，文化与环境的关系表现为各种因素的交互作用，表现为极其复杂的安排。正因为文化生态学极为注意文化发展的各种复杂变量的关系，所以它在研究方法上与 19 世纪的简单文化进化论和“环境决定论”是不同的；同时，由于它着重研究人类文化行为，研究环境适应的不同区域的文化特征，而不是生命网本身，所以它与一般的人类生态学和社会生态学也是不同的，尽管人类生态学家和社会生态学家在调查研究中也注意到了文化现象，但后者毕竟还没有成为他们研究的主要目标。

文化生态学在寻求用各种环境因素的交互作用来解释不同区域文化特征方面具有独到的见解。如果我们把人类的活动看做社会的主体，把人类的文化创造划分为科学技术（包括经验、知识等）、经济体制、社会组织 and 价值观（包括风俗、道德、宗教、哲学等）四个层次，依据它们与自然环境关系的密切程度，可以构造出文化生态系统的结构模式。与自然环境最近、最直接的是科学技术一类的智能文化；其次是经济机制、社会组织一类的规范文化；最远的是价值观念，自然环境虽然对它有影响，但影响比较弱，而且往往是通过科学技术、经济体制、社会组织等中间变量来发挥作用的。但反过来考察，对人类的社会化影响最近、最直接的却是价值观念，即风俗、道德、宗教、哲学等观念形态的精神文化，它表现为强度相关；其次是社会组织、经济体制；最远的是自然环境，它对人类社会化的影响则是通过经济体制、社会组织、价值观念等中间变项实现的。

综上所述，文化生态系统，是指影响文化产生、发展的自然环境、科学技术、经济体制、社会组织及价值观念等变量构成的完整体系。它不只研究自然

生态,而且研究文化与上述各种变量的共存关系。中小企业植根于地域文化深厚的土壤中,相对于大型企业而言,中小企业与地域文化的联系更为密切,深受地域文化的影响。因此,要深入研究中小企业文化的地域特征并实现企业文化的创新,就必须从文化生态学的视角,借助文化生态学的分析理路从自然环境、科学技术、经济体制和社会组织等方面系统考察地域文化生态的历史演进,揭示中小企业文化形成的社会历史因素,特别是地域文化因素。在此基础上,研究中小企业文化生态各要素之间的互动关系,并以此为中小企业文化发展和创新探寻可能的路径,优化中小企业的文化生态,建立企业与环境之间“友好”、“融洽”的关系。

### 第三节 关系阐释和重构的理论体系

本书以经济与文化的一体化发展趋势为研究背景,立足于我国中小企业发展相对滞后这一现状,对中小企业的文化态势进行了理论研究和实证考察,提出以企业文化创新推进中小企业发展的思路。基于此,本书通过对中小企业文化的多维分析,揭示了中小企业文化的现实特征及形成的生态根源,重点探究了地域文化对中小企业及其集群发展的重大影响,并对中小企业文化与地域文化的关系进行了较为系统的理论研究,探寻了有效推动地域文化创新的路径。具体而言,本书的内容体系主要从以下几方面展开:

#### (一) 中小企业及其集群发展

中小企业作为企业群体中的绝大多数,构成了经济体系的基础。随着中小企业“质的飞跃”,中小企业作为整体具备了与大企业相抗衡的能力,成为经济体系中与大企业同等重要的一极,使生产社会化同时向集中和分散两个方向并行展开。在业务上相互联系的一群中小企业,在特定空间地理位置上的集中,就构成了中小企业集群。美国的“硅谷”、好莱坞娱乐城,意大利的中小企业群落都是举世闻名的企业集群。在强调跨国公司、综合商社、企业集团等大型企业规模经济优势的今天,中小企业的集群发展成为提升中小企业整体素质、推动区域中小企业整体发展的有效模式。因此,本书不仅关注中小企业的个体成长,更关注中小企业的群体发展。

## （二）地域文化的提出及透析

从文化人类学的意义来说,人类的一切经济活动同时也是文化活动,都具有文化意义。经济与文化的关系本质上是一种共生互动的关系。地域文化与经济的互动构成了地域文化形态的特殊性,它在很大程度上决定了不同地域的生存景观。作为一种文化现象,地域文化除了在社会结构、功能形态、社区发展等社会领域发挥作用,也在诸如企业成长、产业形成与发展等区域经济发展中起着重要的作用,地域文化的这种重要功能正是本书研究的动机和价值起点。沿着这一方向,本书对地域文化的演进进行了分析,并对我国中小企业文化特性的地域文化根源进行深入剖析。

## （三）中小企业发展的文化向度

文化是一种社会现象,企业是社会的经济细胞,企业文化作为一种微观组织文化,是在企业发展中经过领导人的倡导和全体员工的认同、实践和创新而形成的企业价值观念、信仰追求、道德规范、行为准则、经营特色、管理风格等。现代企业的运营与管理不仅受到“看不见的手”——价值规律的制约,同样也受到“无形之手”——文化规律的影响。在知识经济时代,企业的高效运营和竞争力越来越倚重于文化因素。因此,关注中小企业发展中文化因素的功效率和中小企业的文化发展是本书的逻辑基点。

为全面阐述中小企业文化的体系结构及发展路向,我们将通过多层次、多视角的分析,来研究中小企业文化的根植来源、基本内容与影响因素,揭示中小企业文化与传统文化、地域文化及企业集群文化的相互关系。

企业的发展根植于社会文化的沃土中,中小企业及其集群发展离不开民族传统文化的传承和支撑。不同的国度和民族不同的历史背景、文化制度、价值观念和思维方式等因素,决定了该国度和民族企业文化的主体方向。因此,企业在任何时候都应该重视传承和开发历史文化资源,这是中小企业发展壮大并走向世界的文化内驱力。

地域文化反映了一个地区特定的人文历史境遇,也构成了该地区基本的人文特色。由于地域文化缓慢的渗透性,其始终潜移默化地影响着地方发展主体(包括政府、企业等各类组织及民众),并通过发展主体的组织整合功能,影响社会经济发展的各个环节,构成了区域发展的底色和背景。特定的地域文化是中小企业形成与发展的摇篮,也构筑了企业文化的底蕴,地域文化对中小企业集群成长和企业文化的发展都产生着深远的影响。

中小企业的集群成长必然使其在长期的生产经营实践逐步积淀下一些较为



稳定的特征,发展和集聚成为独特的文化,并随着文化的传承逐渐进入集群和群内成员的“灵魂深处”凝结成一种“集体潜意识”。这种带有明显文化特征的“集体潜意识”,无形之中“约定”着集群成员的思维认识、价值观念、取向以及生活和行为方式等。优秀的企业集群文化渗透到集群内的企业中,促使群内企业形成并维系一种健康的竞合关系,并对群内企业的文化建设输入积极的文化元素,推动中小企业自身的文化创新。企业文化作为集群文化的微观构成,企业文化的创新与发展也必然会推动集群文化发展与变迁。集群文化是地域文化不可分割的组成部分,也是地域文化与企业文化的“介质”,优秀的集群文化必然会带动地域文化的发展。因此,企业文化、集群文化与地域文化是相互交融、相互制约、共同繁荣的互动关系。

上述对中小企业文化体系的理论研究将指引本书的研究向着一个更为重要的方向深入,即对地域文化与中小企业文化互动关系的研究,这也是本书的重点所在。这一部分的研究可分为两个层次,其一是地域文化对中小企业文化发展的重要影响。这种影响首先是地域文化作为企业文化发展的环境因素,地域文化将通过产业发展的协同效应发挥作用,对区域中小企业的文化发展和中小企业的聚集、区域企业集群的发展产生深远影响。另一方面中小企业文化,尤其是企业集群的整体文化会反作用于地域文化,推动地域文化的创新与发展。可见,地域文化与中小企业文化发展存在着必然的、内在的互动、融合与嬗变关系。

#### (四) 文化的重构与发展

传统文化是渊源于中国传统社会的自然、经济、政治等的环境,并在此基础上产生的、在今天的现实生活中仍起作用的价值观念和思维方式,它们已深深地积淀为民族的心理意识。传统文化及根植于其中的地域文化作为中小企业发展的“软环境”,与中小企业发展的互动与融合对于两者的协同发展具有重要的理论意义,要实现这两者的协同发展,就必须对中小企业的文化发展进行战略规划,以此来促进地域文化的现代化进程。同时,也必须通过地域文化的解构与重建来打破中小企业文化发展的“瓶颈”,并将它作为中小企业发展的“软环境”进行优化和培育。在这一过程中,传统文化与现代科学技术、现代制度文化和现代精神文化不断地结合和发展,在一定意义上,这既是文化上的创新、文化上的变迁,同时也是传统文化自其发端以来的继续和发展。