

加入 **WTO** 后
中国企业文化建设

马树林 编著

红旗出版社

加入 WTO 后 中国企业文化建设

马树林 编著

红旗出版社

图书在版编目(CIP)数据

加入 WTO 后中国企业文化建设/马树林编著.

—北京:红旗出版社,2002.8

ISBN 7-5051-0728-3

I. 加…

II. 马…

III. 企业文化-研究-中国

IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 056748 号

加入 WTO 后中国企业文化建设

马树林 编著

责任编辑:王雅飞 封面设计:王新乐

红旗出版社出版发行

邮政编码:100727 地址:北京市沙滩北街 2 号

EMAIL:hqcbs@publica.bj.cninfo.net

编辑部:64037144 发行部:64037154

印刷:廊坊市百花印刷有限公司

2002 年 8 月北京第 1 版 2002 年 8 月河北第 1 次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:10.3125 字数:240 千字

印数:1—6000 册

ISBN 7-5051-0728-3/Z·187

定价:28.00 元

本书献给：

那些热心于用企业文化打造中国
企业未来的人们

新的政治力量，新的经济力量，新的文化力量，都是中国的革命力量。

——毛泽东

愚蠢没有文化的企业，在国际市场上将面临灭顶之灾。

——邓小平

中国共产党始终代表中国先进文化的前进方向。

——江泽民

前 言

江泽民同志关于“三个代表”重要思想中，“中国共产党始终代表中国先进文化的前进方向”的思想，其中，也包括中国先进企业文化的前进方向。在 20 世纪末，当世界人们还没有迈入 21 世纪门槛的时候，西方的一位哲人就曾预见性地指出：“文化是明天的经济。”在谈到文化的作用时，我国一位著名的经济学家曾讲过这样四句话：社会进步的基础是企业，企业发展的关键是改革，改革深化的方向是自主，自主经营的依靠是文化。从这四句话中，我们可以看出文化对企业和国家的支撑作用。企业文化自 20 世纪 70 年代末、80 年代初诞生以来，就受到了国内外企业界、管理界的重视。现在，世界上很多国家特别是西方一些经济比较发达的国家都很重视企业文化建设。实行文化管理，已经成为国内外企业的一种世界性的潮流，使企业经营越来越成为一种文化经营。从经济管理学发展的视角看，经验管理早已过时，泰罗的科学管理有些也将和正将进入历史博物馆，惟有与 21 世纪知识经济相对接的企业文化管理正像喷薄欲出的一轮朝日，升起在经济全球化的地平线上，愈来愈显示出它的勃勃生机与活力。美国企业文化专家 H·沙因说：“企业不了解文化怎样发挥作用，正像研究物理学与生物学而不懂地球引力和大气压力一样的荒唐可笑。”美国哈佛商学院 1992 年出版的《企业文化与经营业绩》一书讲：“过去看一个公司的业绩仅仅看账目，而现在更多的要看公司的文化及产生的凝聚力，这是公司能否持久发展的关键。”另一位美国著名的经济管理学家劳伦·米勒认为：“未来将

是全球竞争的时代，这种时代成功的公司，将是采用企业文化的企业。”德国慕尼黑大学教授 E·海能认为：现代企业领导人的任务是随着时代的进步“将不可避免地传统的机构观点下的领导活动转移到思想上的领导责任和领导行动。领导者必须传递对组织目标起补充作用的、特定的企业文化。领导者不仅是贯彻个人意志的过程，而且同样是实现有关企业的价值观念和行为准则的过程。”对于文化的重要性，我国三代领导人都有过论述。毛泽东同志早在 1940 年的《新民主主义论》一书中，就把新民主主义文化同政治、经济一起作为国家三大纲领提了出来。他说：“新的政治力量，新的经济力量，新的文化力量，都是中国的革命力量。”邓小平同志从我国加入 WTO 和经济全球化的趋势出发，也曾科学地、预见性地指出：愚蠢没有文化的企业，可能在国际上面临灭顶之灾。江泽民同志在 2000 年更是把文化放在我们党始终坚持的“三个代表”的高度来认识。对于企业文化，他在 1994 年 2 月视察太原铁路分局时要求，每个铁路员工都要用人民铁路为人民的宗旨，塑造自己的企业形象。塑造企业形象，实际就是进行企业文化建设。在江泽民同志讲话以后，一个塑造良好的企业形象的热潮在我国铁路系统蓬勃兴起。现在，从中国的海尔、北京中关村科技园，如联想、清华同方、清华紫光、北大方正、四通、用友、时代、和利时等一些企业和高新技术产业，可以看到和预见到加入 WTO 后中国企业文化建设蓬勃发展的状况和趋势。如果我们把 20 世纪 80 年代初作为企业文化建设在我国兴起的第一次浪潮的话，那么，随着我国加入 WTO 和经济全球化，在我国很快将迎来企业文化建设的第二次浪潮。而且，这一浪潮的到来将是全国性的、不可抗拒的。2001 年 11 月我国加入 WTO，既为我国经济发展带来了机遇，也为我国经济发展带来了挑战。从近期看，挑战大于机遇；而从我国经济的长

远发展看，机遇大于挑战。对于这次我国经济发展这一千载难逢的历史机遇，我们一定要抓住不放，再不能错过。党的十一届三中全会以后，邓小平同志以他的卓越的远见和无比的毅力，把中华民族带上了一个新的方向，赶上了全球化的列车，中国经济实力得以迅速增长，中国的现代化开始加速启动。现在随着我国加入 WTO，国内国际环境对我们的经济发展都比较有利，今天的“中国正面临着独一无二的发展机会”，这一点就连西方一些发达国家也不怀疑。2000 年的《日本经济新闻》一个封面就曾这样写着：“当你觉醒的时候，一个历史的巨人站在你的面前，这个巨人就是中国。”据美国近年一项全球性调查结果显示：中国经济将在 2025 年超过日本经济，成为世界三大“经济强国”之一。可以这样说，中国的崛起已举世共识。今天，谁也没有力量能够阻挡中国前进的脚步和崛起的强劲势头。我们决不能让历史的机遇与我们的民族再擦肩而过，我们再不能重犯 20 世纪使民族发展机遇一再丧失的历史错误。我们要抓住这一千载难逢的历史机遇，而不能再错过这一历史的机遇；我们不能满足于自己的今天，更要看到竞争更加激烈的明天。加入 WTO 以后，有着同一血脉的海内外的中华民族的儿女们，有志使我国的生产力有一个快速的发展，让东方巨龙腾飞于天际，托起中华民族复兴的伟大事业。在当今世界，中国的经济发展崛起的动力主要靠什么？就是靠江泽民同志“三个代表”思想的指导，靠“中国共产党始终代表中国先进文化的前进方向”在企业的落实，即企业文化建设。“文化管理将是提升生产力的关键”（彼得·德鲁克语）。发展先进的社会生产力，企业文化是灵魂。离开了先进的企业文化，就谈不上先进的生产力。加入 WTO 后，强有力的企业文化最终将成为企业取之不尽、用之不竭的精神动力。企业文化管理是与加入 WTO、经济全球化相适应的一种开放式、扁平式的管理，

是以人为中心，适应和培养员工的全面发展，使人的个性能够得到张扬，最彻底地解放人、释放人的潜能的管理，是与人性相适合的、民主式的管理。这种管理是与我国加入 WTO、经济全球化的需要相吻合的，是与 21 世纪的知识经济相吻合的，是与信息网络经济相吻合的。因此，处在加入 WTO 后的中国企业特别需要这种管理来增强企业的核心竞争力。本书的任务，就是从用企业文化打造中国企业未来、实现中华民族伟大复兴的愿望出发，把企业文化建设放在我国加入 WTO、经济全球化和知识经济的大背景下来进行考察的。目前的一些企业文化书籍，绝大部分都是就企业文化建设的某一个具体问题或某一个侧面进行研究和探讨的，这样的研究和探讨好处是容易写得比较有深度，对问题分析、回答得比较具体和深刻。但从自己所从事的企业文化理论和建设的研究，特别是从最近企业调研看，现在对我国更多的企业来说，急迫需要的是企业文化建设在实践中到底具体应该怎么运作；对中国加入 WTO 后企业文化建设发展趋势怎样，企业文化建设到底怎么搞。本书就是从上述两个情况出发，从我国加入 WTO 后企业文化建设中遇到的几个基本问题入手，如当前我国企业文化建设的现状、加入 WTO 后中国企业文化建设的发展趋势、搞好企业文化建设的关键是什么、加入 WTO 后企业文化蓬勃发展的历史必然性、什么是有中国特色的社会主义企业文化、建设有中国特色的社会主义企业文化要掌握哪些基本观点和原则、作为一个企业到底应该怎样进行企业文化建设等问题，进行了比较认真的研究和探索，试图从理论和实践的结合上做出回答。在该书中，除就有关加入 WTO 后有中国特色的社会主义企业文化的理论进行一般探索外，重点探索了加入 WTO 后企业文化如何“建设”的问题。这里要说明的是，此书不敢有多大奢望，不想使之成为加入 WTO 后我国企业文化建设的指南，而只

是想结合自己近 10 年的工作实践——包括任《中外企业文化》杂志副主编和从事企业文化理论和建设研究的实践，以及对企业文化理论和建设研究的执著和情有独钟，从加入 WTO 的背景出发，就如何进行企业文化建设，为我国广大企业提供国内外一些著名企业的成功思路 and 做法；也不想使之成为企业家、企业决策层、经营者和管理者决战商海的秘密武器，而只想为他们在越来越激烈的国内外市场竞争中提供一些成功的案例、经验和启示；更不想成为企业文化理论工作者和宣传工作者的必读的书籍，而只想为他们走上讲台，进行企业文化理论的研究和宣传，提供一些素材和资料。本书对中外企业文化理论相互借鉴，各取所长；对中外企业文化建设经验相结合，优势互补；对中外企业文化案例兼收并蓄，为我所用。力求以加入 WTO 的新视角和经济全球化的经营理念统领全书，努力运用中外现代企业管理理论并紧密结合国内外企业文化建设的实践，对我国加入 WTO 后的企业文化建设进行一些前瞻性的探索，力求做到思维创新、观念创新、写法创新；视野开阔、案例精选、内容丰富、鲜明生动。本书所提新的观点、新的见解，有些是作者的研究成果（如，《21 世纪我国企业文化建设的发展趋势》、《关键是企业领导人的现代化》等不少研究成果曾在《经济日报》、《中外企业文化》、《企业文化》、《思想政治工作研究》、《中国特色社会主义研究》等多家报刊上发表，在全国企业文化优秀论文评选中获奖），但也有不少是站在当今时代企业文化的前沿，在浩如烟海的中外企业文化理论和建设中采撷的“花”，目的是解索加入 WTO 后我国经济发展腾飞的动力之源——“加入 WTO 后中国企业文化建设”这一大课题。如果您热心于企业文化的研究与建设，请您不妨用闲暇的时间翻上几页，我想虽然它是引玉之砖，但它也可能使您会从中受到一点启发。因为它毕竟是作者花了不少心血力图站在中国

◆ 加入 WTO 后中国企业文化建设 ◆

和世界企业文化建设的前沿，专门研究加入 WTO 后中国企业文化建设发展走势的书，是一本广泛涉猎中外企业文化建设经验和很多著名企业案例的书，是一本具有企业文化理论和建设新观点的书，也可能是对中国企业文化建设有一定促进作用的书。当然，作者也不讳言，由于我国加入 WTO 的时间很短，再加上作者的企业管理理论水平有限，以及时间的仓促等，这本书肯定也存在不少问题。为此，恭请专家、学者和广大读者不吝赐教。



马树林 经济专业本科,北京市人。1964年参加工作以来,一直从事新闻、宣传和理论等工作。近十年来,先后任《北京企业文化》编辑部主任、《中外企业文化》杂志社副主编,北京市企业文化协会研究部主任、理事等。曾参与30册《北京市思想道德建设创新实践丛书》和12册《北京市经济改革发展创新实践丛书》的编辑出版;参与主编《北京成功企业领导人访谈录》、《攻谋胜略》等企业文化书籍。在人民日报、经济日报、《思想政治工作研究》、《中外企业文化》等报刊发表文章600余篇。“科技进步是思想政治工作的动力”被《中国改革丛书》编纂委员会评为一等奖,“21世纪我国企业文化建设的发展趋势”文章获《思想政治工作研究》举办的株州电信杯二等奖,并被许多家报刊刊登和网络转载。近十年来,在北京、全国各地讲授企业文化课100余场,颇受广大听众的欢迎,曾获北京市“灵山杯”奖。

本书从加入WTO的视角出发，以经济全球化为背景，在分析中国企业文化建设现状的基础上，紧紧抓住加入WTO后中国企业文化建设中遇到的几个基本问题，如加入WTO后中国企业文化建设的发展趋势、企业文化建设的关键、企业文化进一步蓬勃发展的必然性、企业文化理论、企业文化建设的作用，特别是对加入WTO后企业文化建设到底如何运作等问题，从理论和实践的结合上进行了前瞻性的探索。本书对中外企业文化理论相互借鉴，各取所长，启发性强；中外企业文化建设经验荟萃一体，优势互补，借鉴性强；中外企业文化案例兼收并蓄，内容丰富，可读性强。努力用全新的视角和全新的经营理念统领全书，做到思维创新、观念创新、经验创新。无论是对企业经营者和广大员工，还是热心于企业文化理论和建设宣传的同志，以及热心于企业文化理论研究的专家、学者，都有一定的参考价值。

目 录

一、当前我国企业文化建设的现状及分析	(1)
(一) 中国“海尔”文化“引领风骚”	(8)
(二) 高新技术产业盛开“创新之花”	(10)
(三) 民营企业文化已成“犄角之势”	(16)
(四) 中外合资企业文化“独树一帜”	(17)
二、加入 WTO 后中国企业文化建设的 发展趋势	(23)
(一) 管理方式理念化	(24)
(二) 管理手段信息化	(26)
(三) 人才争夺本土化	(28)
(四) 学习型组织普遍化	(30)
(五) 文化管理“合金”化	(32)
三、企业文化建设的关键是企业主要领导人素质的 现代化	(36)
(一) 企业领导人素质现代化的紧迫性	(37)
(二) 企业领导人素质现代化的主要标准	(41)
(三) 企业领导人素质现代化的主要途径	(49)

四、加入 WTO 后中国企业文化蓬勃发展的

- 历史必然性** (53)
- (一) 人才争夺本土化, 使“以物为中心”的硬性管理
必然转到“以人为本”的软性管理上来 (55)
- (二) 员工需求高层化, 使泰罗“经济人”的管理必然
转到“价值实现”的文化管理上来 (56)
- (三) 员工知识化, 使“时间和动作研究”的管理必然
转到“理念”管理上来 (58)
- (四) 服务个性化, 使泰罗的“外部控制”的方法必然
转到服务创新上来 (60)
- (五) 经济全球化, 使“金字塔”内部管理必然转到
“CI”管理上来 (61)

五、国外企业文化与有中国特色的社会主义

- 企业文化理论** (64)
- (一) 现代西方企业文化理论的由来 (65)
- (二) 西方企业文化理论的基本观点 (76)
- (三) 日本企业文化建设的主要特点 (80)
- (四) 中国特色企业文化理论的内涵 (87)
- (五) 有中国特色企业文化建设的基本观点 (89)

六、加入 WTO 后企业文化建设对企业发展的

- 决定性意义** (93)
- (一) 能够把企业员工集聚在同一旗帜之下 (94)
- (二) 能够提升企业员工的整体素质 (95)
- (三) 能够为企业带来巨大的经营业绩 (96)

- (四) 能够使企业适应经济全球化的管理…………… (98)
- (五) 能够激活国有企业的“休克鱼”…………… (98)

七、加入 WTO 后中国企业文化建设的运作…………… (100)

- (一) 坚持以人为本, 搞好人力资源开发…………… (101)
- (二) 讲求经营之道, 把握市场竞争规律…………… (153)
- (三) 培育企业精神, 铸造企业之魂…………… (199)
- (四) 塑造企业形象, 打造国际市场竞争利器…………… (221)

八、加入 WTO 后中国企业文化建设的标准…………… (249)

- (一) 看企业主要领导者素质是否现代化…………… (249)
- (二) 看企业是否成为“学习型组织”…………… (250)
- (三) 看企业是否具有现代经营理念…………… (252)
- (四) 看企业是否坚持以人为本管理…………… (253)
- (五) 看企业是否树立良好企业形象…………… (254)
- (六) 看企业是否实现了网络管理…………… (255)

附录:

管理借鉴篇

为微软点燃信仰

- 微软中国总经理高群耀访谈录…………… (257)

海尔为什么要搞物流…………… 张瑞敏 (260)

北京同仁堂的文化观…………… 金永年 (264)

德——贯穿田华集团公司发展的一根红线

- 田华集团公司顾问、著名电影表演

艺术家田华访谈录…………… 马树林 (274)

◆ 加入 WTO 后中国企业文化建设 ◆

理念借鉴篇

国内外著名大公司的经营理念····· (286)

中、日、(西)欧、美文化差异表 ····· (307)

参考资料····· (309)

后记····· (310)