

西英 编著

CORPORATE CULTURE

新经济时代的 企业文化



同济大学出版社

新经济时代的企业文化

张迺英 编著

同济大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新经济时代的企业文化/张迺英编著. —上海:同济大学出版社, 2003. 3

ISBN 7-5608-2348-3

I. 新… II. 张… III. 企业文化—研究
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 088239 号

新经济时代的企业文化

张迺英 编著

责任编辑 李凤仙 责任校对 徐 栩 封面设计 潘向葵

出 版
发 行

同济大学出版社

(上海四平路 1239 号 邮编 200092 电话 021-65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 同济大学印刷厂印刷

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 7

字 数 203000

印 数 1—2000

版 次 2003 年 3 月第 1 版

2003 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-5608-2348-3/F·249

定 价 15.00 元

本书若有印装质量问题, 请向本社发行部调换

前 言

人类社会进入到 21 世纪,此刻,世界正发生着前所未有的重大转折。这一重大转折在经济领域中主要表现为:由于新经济在发达国家的兴起以及对发展中国家的影响,引发了全球经济的根本性变化,从而导致了作为社会经济的重要运作体——企业将面临着从结构、制度到观念的改变。

新经济的到来,对现有企业的管理模式及其经营方式产生了极大的影响,尤其是对企业的经营思想、企业的价值观念、企业精神、企业形象以及企业行为规范等所组成的企业文化提出了强有力的挑战。

曾经风靡发达国家的企业文化,在 20 世纪 80 年代中国实行改革开放后传入,在中国的企业界和企业管理研究领域曾掀起过一阵热潮。在这一过程中,中国企业文化的不研究与应用确实对改革开放后的企业有着不可低估的作用。但也不可否认,由于人们过多地顾及改革开放后企业在硬件上和模式上的转型而忽视了企业文化的因素,未将其置在企业经营战略的高度去认识,从而使相当一些企业在激烈的市场竞争中,由于其固有的企业文化与市场的不适应性而被淘汰出局,在这些被淘汰的企业中,不乏有曾作为中国经济的龙头企业,也有在中国曾红及大半世纪的名牌企业。如果说,中国的改革开放对企业是一次机会和挑战的话,那么,这种挑战已随着新经济的到来和中国进入 WTO 而变得更加严峻。

中国要在世界市场中占有一席之地,在新经济时代经得起考验,就必须依赖于企业这一社会经济的承担者,而企业又必须依赖于其生存和发展的灵魂和精神支柱——企业文化。中国企业的管理者应该重视新经济时代企业文化的建设,及时有效地将企业文

化融入到其经营战略中去,将会对现有企业的经营和管理带来一些益处。本书所要研究和探讨的问题是新经济时代企业文化对企业的生存和发展到底起到何种作用?

随着美国经济的持续下滑,尤其是“9·11”事件后,表现在纳斯达克指数的跌落、许多公司大幅度裁员等,理论界也随之出现了“新经济冬天来临了”等观点,提出了各种各样的问题,如到底有没有新经济?新经济究竟是什么?新经济究竟新在何处?等等。可以肯定,这些问题的讨论是非常有意义的,但讨论应注意到这样两个问题:其一,美国经济神话的基础是什么?其二,美国经济由其顶峰下滑的原因是否是新经济?由于本书的意图并不是一本阐述新经济的专著,而欲透过全球经济的波折这样一个大背景来阐释企业文化对企业生存和发展的重要性。所以,对全球经济、特别是美国经济的现状引发的疑问,笔者无意专门进行阐述,因此,在此前言中只简单表述本人对以上两个问题的某些看法。

首先,任何社会经济现象的产生都有其根源性,新经济也不例外。对于新经济出现的原因有各种各样的解释。虽然美国新经济与美国政府在经济改革和宏观调控方面的成就是分不开的,或与最近十年来经济全球化不断加强联系在一起,但宏观调控和经济全球化的根源却是全球信息技术的发展。人类信息技术的发展其实质是科学技术的又一次腾飞,因而,其对社会经济的影响是极其深刻而又久远的。其次,我们不能从美国经济的下滑、纳指的下跌和裁员等现象中去捕风捉影,并将其归结为是新经济的过错。曾经在20世纪90年代前期,世界IT业所面临的困难要比现在大得多,但那场危机的根源是新老技术的交替,对于未来技术的趋向在当时是很难预料的。现在新老技术的交替又展现在我们面前,旧技术体系正受到新技术体系的挑战。所以,新经济的前途并没有暗淡,可能会有些曲折。但不管其道路是如何的曲折,有一点是肯定的,那就是它使人类的经济和生活发生史无前例的变化,这在以前是很难想象的。

本书将从以下八个方面对这一问题进行论述:第一,新经济的挑战;第二,新经济时代企业文化开发的意义;第三,知识管理与新企业文化;第四,新经济时代的企业文化;第五,塑造新时代的企业形象;第六,企业文化与企业经营业绩的关系;第七,企业文化的地域差异;第八,新经济时代中国民营企业文化的建设。

本书是作者继《公共关系学》后,由同济大学出版社出版的第二部著作。十分感谢同济大学出版社为本书的正式出版所付出的努力。同时,在编撰本书的过程中,作者有幸参阅了一些专家、学者有关企业文化理论方面的论著,正是由于他们的研究成果,使得本书的内容得以丰富,在此一并表示感谢。

由于作者的水平限制,尚有许多不足之处,敬请谅解指正。

作者

2002年10月

目 录

第一章 新经济的挑战 (1)

一、新经济与知识经济 (1)

(一) 新经济、知识经济和网络经济的关系 (1)

(二) 知识的作用 (2)

(三) 知识经济的涵义、特征 (4)

二、新经济与网络经济 (11)

(一) 网络经济 (11)

(二) 网络经济的特征 (12)

三、新经济对中国经济的挑战 (12)

(一) 中国经济的现状 (13)

(二) 中国如何迎接挑战 (20)

(三) 当前中国如何发展新经济 (25)

四、新经济将使中国企业发生全面改观 (26)

(一) 中国企业落后的原因 (27)

(二) 中国企业将跟上新经济时代的步伐 (30)

第二章 新经济时代企业文化开发的意义 ... (32)

一、新经济对当代企业的影响和挑战 (32)

(一) 企业管理的变革 (33)

(二) 新经济对传统企业管理的影响 (40)

(三) 新经济对当代中国企业管理者的要求 (41)

二、新经济时代企业为何要注重文化力的开发	··· (43)
(一) 文化的经济性	····· (43)
(二) 对企业文化力量的重新估计	····· (51)
(三) 开发企业文化对现代中国企业的意义	····· (52)
三、新经济时代企业管理者角色的转换与新观念的塑造	····· (57)
(一) 时代呼唤现代企业家	····· (57)
(二) 企业家与企业文化建设	····· (61)
 第三章 知识管理与新企业文化	····· (68)
一、企业知识管理的概念和内容	····· (68)
(一) “企业知识管理”概念提出的原因	····· (68)
(二) 企业知识管理	····· (72)
二、企业知识管理的实施	····· (79)
(一) 如何进行知识管理	····· (79)
(二) 美国加州政府的 CIO	····· (90)
三、创建知识管理时代的企业文化	····· (92)
(一) 企业文化管理的兴起与发展	····· (92)
(二) 知识管理对传统企业文化的冲击和影响	····· (95)
(三) 开创新经济时代的企业文化	····· (97)
 第四章 新经济时代的企业文化	····· (98)
一、新经济时代企业文化新概念	····· (98)
(一) 简说企业文化	····· (99)
(二) 企业文化的含义	····· (102)
(三) 新经济时代企业文化的构成要素	····· (104)

二、企业价值观——新经济时代企业文化之核心	
.....	(105)
(一) 企业价值观的时代特征	(105)
(二) 企业价值观体系	(107)
(三) 塑造企业共享价值观的意义	(107)
三、企业精神——新经济时代企业文化之灵魂	
.....	(108)
(一) 企业精神的含义	(108)
(二) 企业精神与企业价值观的关系	(108)
(三) 企业精神的培育和表达	(109)
四、企业形象——新经济时代企业文化之表现力	
.....	(111)
(一) 企业形象概说	(111)
(二) 企业形象的主要特征	(112)
(三) 企业形象的构成要素	(113)
(四) 良好企业形象在企业管理中的重要作用和意义	
.....	(114)

第五章 塑造新时代的企业形象——CI 策划

..... (120)

一、塑造新时代企业形象的步骤和途径	(120)
(一) 塑造企业形象的步骤	(121)
(二) 塑造企业形象的途径	(124)
二、CI 策划在新时代塑造企业形象的运用	(127)
(一) CI 策划的内涵与沿革	(127)
(二) 新时代企业理念识别(MI)策划	(129)
(三) 新时代企业行为识别(BI)策划	(138)
(四) 新时代企业视觉识别(VI)策划	(149)

三、现代企业 CI 的战略实施	(156)
(一) CI 战略的实施	(156)
(二) CI 策划案例	(157)

第六章 新经济时代企业文化与企业经营业绩的关系..... (160)

一、优秀的企业文化有助于推动企业经营业绩	(160)
(一) 企业文化与企业经营业绩关系的必然性	(160)
(二) 企业文化——世界 500 强跨国经营、资产扩张 的先锋队	(162)
二、不同的企业文化类型对企业经营业绩的影响	(163)
(一) 阿伦·肯尼迪、特伦斯·迪尔划分企业文化 类型的理论	(163)
(二) 约翰·科特关于企业文化与经营业绩关系的理论	(172)

第七章 企业文化的地域差异 (191) |

一、美国企业文化透析	(191)
(一) 美国社会的文化特点	(191)
(二) 美国文化在企业管理思想中的变化	(193)
(三) 美国企业文化的特点	(194)
二、日本企业文化透析	(195)
(一) 日本社会的文化特点	(196)
(二) 日本企业文化的特点	(197)
三、欧洲企业文化透析	(198)

(一) 富有哲理精神和人文主义的统一	(198)
(二) 管理理论与宗教文化的交融	(198)
(三) 强烈的理性主义和逻辑主义精神	(199)
(四) 管理文化中的民主性	(199)

第八章 新经济时代中国民营企业文化的

建设..... (200)

一、中国民营企业的现状 (200)

二、中国民营企业文化建设的必要性和迫切性 (201)

三、中国民营企业文化建设现状 (202)

(一) 企业文化建设由自然性向自觉性过渡趋势 (202)

(二) 塑造个性鲜明、信誉良好的企业形象 (203)

(三) 崇尚和遵循以人为本的企业价值观,充分开发 人力资源 (204)

(四) 企业内刊有效传播企业文化 (205)

(五) 传统家族式的管理模式逐渐被科学的管理模式 所替代 (205)

(六) 企业精神的提炼和概括更加富有个性和可操作性, 并蕴涵企业与社会的关键性 (205)

(七) “学习型组织”的企业文化将代表民营企业文化 发展的方向 (206)

四、中国民营企业文化建设中亟待加强的几个 方面 (207)

(一) 民营企业文化建设应系统化、全面化 (207)

(二) 民营企业的制度文化要跟上企业的发展 (208)

(三) 民营企业文化应该由自然发展向主动建设转变 (208)

(四) 重视民营企业家在企业文化建设中的作用	(208)
五、中国民营企业文化建设的方法	(209)
(一) 与中国的先进文化相结合,建设有中国特色 的民营企业文化	(209)
(二) 推进民营企业文化建设,形式要多样化,内容要 深入化	(210)
(三) 民营企业文化建设中,员工的教育和培训是根本	(210)

参考文献	(211)
------------	-------

第一章 新经济的挑战

新经济的兴起,为人类在新的实践中注入了新的生机和活力。但它同时也对当代中国社会的经济,尤其是作为社会经济的细胞——中国企业,提出了强有力的挑战。

一、新经济与知识经济

在阐述新经济与知识经济关系之前,我们首先应该对新经济、知识经济、网络经济之间的关系进行论述,因为随着新经济的来临,很多人在使用新经济、知识经济或网络经济时,有不同的倾向,如:将新经济等同于知识经济;将新经济等同于网络经济;将知识经济等同于网络经济;或用电子商务经济来涵盖新经济,等等。

(一) 新经济、知识经济和网络经济的关系

起源于美国的新经济不仅改变了经济增长的轨迹,而且也对传统的经济增长理论提出了挑战。

对于新经济这个概念,很多人对其有不同的解释。有的人认为,新经济就是与旧经济相对立的;也有的人认为,新经济就是知识经济,只不过美国人讲的是新经济,而欧洲人讲的是知识经济,两国人的说法是等同的。

其实,仅从新经济的表现形式来说,新经济确实是相对于旧经济而言的。但是,从其表现的内容来讲,新经济是一种以信息技术

为基础、知识要素来驱动、以网络经济为核心内容的经济。因此，可以这样说，知识经济和网络经济的有机结合构成了新经济。而知识经济和网络经济有一个共同的特点，就是高效。商品知识化提高了生产效率，市场网络化则提高了交易效率。知识要素特性主要决定生产的高效性，不管是信息技术产品还是生物技术产品，其核心都是高新技术(知识)产品，并通过高新技术(知识)而获得高附加值和重复使用的可能。由于网络具有跨越地域和快速传播的特性，使得交易成本降低而效率提高。知识经济和网络经济的相互联系又表现在知识经济的发展促进了信息产业和网络市场的形成，因为知识经济的一个重要特征就是创新；而网络经济的发展又为知识经济的发展提供了创新平台和交易手段，反过来又促进了知识经济的发展。

(二) 知识的作用

仅从字面上进行理解，知识经济就是以知识为前提的经济。这种观点似乎有将人类以前的发展与知识相隔离的嫌疑。其实不然。因为任何社会的发展都离不开人类的知识，只不过当今人类对知识的作用的认识提高到一个新的层面。

我们应当承认，当今世界工业经济已转向以现代科学技术为核心的、建立在知识信息的生产、存储、使用和消费之上的经济。这种经济可以称为知识经济。在知识经济中，知识已成为经济增长的主要动力，它把以增加物质财富为主要目的的工业经济提高到以知识价值为经济增长和发展之主要源泉的经济，使社会领域各方面都发生了巨大的变化，尤其使企业中传统的经营管理意识产生了动摇。知识正成为真正的资本与财富。

“知识”本来是哲学范畴中的一个概念。《辞海》对“知识”的解释为：知识是人类认识的成果或结晶，它包括经验知识和理论知识。经验知识是知识的初级形态，系统的科学理论是知识的高级形态。知识一般可分为自然科学知识、社会科学知识和思维科学知识。人的知识、包括属于知识范畴的才能，是后天在社会实践中

形成的,是对现实的反映。知识可以物化为某种劳动产品的形式,并成为人类共同的精神财富。同时,知识将随着社会实践、科学技术的发展而发展。

对“知识”的深入研究,或者由于知识本身的属性,使我们能够依据社会发展的经验,将“知识”同社会的经济联系在一起加以研究。

经济学范畴的“知识”是指那些能够带来新价值和产品的知识。经济学范畴的“知识”已经不是一般意义上的知识,而是具有深刻经济理论含义的知识。自从英国哲学家培根提出“知识就是力量”以来,知识对于社会发展的重要性是有识之士所认同的。但“知识”本身并不能作为生产力为人们所用,它必须通过物化的形式,即必须借助于劳动力对包括劳动力本身在内的生产资料进行创造性的知识劳动时,知识的作用才能够被显现出来,知识的经济价值就会被体现出来。所以,以研究“知识资本”著称的美国学者斯图尔特在美国《财富》双周刊上的一篇文章的标题就是“知识,增殖的商品”。美国管理学权威彼德·德鲁克认为:“在现代经济中,知识正成为真正的资本与首要的财富。”

过去,我们都熟悉汽车大王福特、石油大王洛克菲勒等等,然而当今时代风云人物榜上频频亮相的则是微软公司总裁比尔·盖茨、英特尔公司总裁安迪·格罗夫、康柏公司总裁埃克哈德·佩夫、IBM公司总裁路易斯·格斯纳特和网景公司主管马克·安迪森等等。比尔·盖茨的成功与传统繁荣工业经济时代的巨子的成功和发家迥然不同。如果说,洛克菲勒、卡内基的成功靠的是资源和财富的话,那么比尔·盖茨的成功则主要靠的是软盘和软件中包含的高科技知识。正是由于知识生产力是促进现代世界经济增长的最重要因素,才孕育了以通用电器公司、国际商用机器公司、英特尔公司和微软公司为代表的现代“知识企业”。

在知识经济中,知识的传播和运用将是经济增长的重要推动力量。知识要素不仅仅渗透于劳动者、劳动资料和劳动对象,还使

其使用价值成为劳动过程诸要素中必不可少的内容。无论在生产领域还是非生产领域,从事生产劳动和非生产劳动,都会发现知识巨大的杠杆作用。

知识就是力量,在新经济时代得到了充分的体现。据经济合作与发展组织,简称经合组织的一项调查估计,在发达国家,以知识为基础的行业的产值已占国内生产总值的一半以上。随着全球经济一体化趋势的不断增强,知识对经济增长的贡献率将还会提高。

(三) 知识经济的涵义、特征

自 20 世纪 90 年代初,联合国经贸组织提出“以知识为基础的经济”以来,“知识经济”这个概念就成为一个全球性的热门话题。有关知识经济的书籍和各种文献不断涌现,甚至连国家首脑也都表现出对知识经济的极大热情和关注。美国前总统克林顿在 1997 年的几次演讲中都提到“知识经济”概念,认为美国目前出现的新经济就是知识经济,其主要动力是信息技术革命和商业全球化浪潮;1998 年 5 月 4 日,江泽民主席在北京大学百年校庆的庆祝会上讲道:“当今世界科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国力竞争日趋激烈。”中国科学技术协会主席、中科院院士周光召教授在接受《东方经济》记者采访时说:“人类社会的知识经济时代正在来临。”

知识经济具有如此的魅力,它影响或正在改变着人类社会的经济、人们的生活方式,它无所不在、无所不有。可是,知识经济对人类社会经济、人们生活方式的影响具体到什么程度?尤其是对承担当今中国经济重任的中国企业有何影响?这些都是我们将要解决的问题。要解决这些问题,首先要弄清楚这样一个问题:什么是知识经济?

1. 什么是知识经济?

作为新经济的一个重要组成部分,知识经济形态是继农业经济时代、工业经济时代之后人类社会的新形态,它是以知识为基础

的经济,它直接依赖于知识的创新、传播和应用。

在农业社会中,农业是最主要的产业,土地成了最主要的经济资源。生产力水平低下,生产工具简陋,交通运输工具原始,当时的人们对自然环境的依赖性很强,在环境面前几乎束手无策,虽有手工业的发展,但就其规模和对社会的贡献率来讲还处于社会经济的从属地位。广大的人民群众生活在贫困之中,既无力抵御自然灾害,又被迫固定在一块土地上,因而,用“鸡犬之声相闻,老死不相往来”来形容当时的农业经济时代的状况是最恰当不过了的。

在工业社会里,工业是最主要的产业,而与工业有关的各类物质及产品则构成了最主要的经济资源。由于科学技术的不断发展,生产力水平不断提高,人们从依赖自然环境转化为改造自然环境,从而使经济资源所包含的内容不断丰富。工业革命使机器设备代替了农业经济时代的手工工具,交通工具也由汽车、飞机、火车和轮船代替了马车等,科学技术的进步推动了生产力的巨大发展,劳动生产率有了很大的提高。工业革命使商业和生产劳动分离,产品成为可交换的商品,交换的形式也日趋复杂。工业经济的发展促进了统一的大市场的形成,而市场的发展又反过来推动了工业经济的进一步发展。广大人民群众的生活比起农业社会时代的人们要提高很多,抗拒自然灾害的能力有了很大的增加,但由于生产发展的不平衡,又导致了贫富分化的现象。

在知识经济中,围绕知识而组织起来的生产与服务行业则构成了最主要的产业,知识这种非物质存在成了最主要的经济资源。这种经济资源与以往传统意义上的经济资源不同,传统的理论认为:生产的分布取决于这样两大因素——天然的自然资源和要素比例(相对丰富的资金和劳动力),这一理论使人们清楚地知道:土质好,气候、降雨量适宜的地方将专门用来发展农业生产;石油蕴藏丰富的地方用来开采和提供石油;资金雄厚的国家(人均占有资金量大)生产资金密集型产品;劳动力丰富的国家(人均占有资金量少)发展生产劳动密集型产品。然而,这一传统的经济学理论正