

“领导变革之父”约翰·P. 科特系列 珍藏版

企业文化与绩效

CORPORATE CULTURE AND PERFORMANCE

[美]

约翰·P. 科特
(John P. Kotter)

[美]

詹姆斯·L. 赫斯克特
(James L. Heskett) — 著

王红 — 译

两位顶尖管理大师企业文化研究
扛鼎之作

哈佛商学院企业文化改革的
“经典教科书”

陈春花、郑毓煌作序力荐

企业文化与绩效

CORPORATE CULTURE AND PERFORMANCE

[美]

约翰·P. 科特

(John P. Kotter)

[美]

詹姆斯·L. 赫斯克特

(James L. Heskett) — 著

王红 — 译

图书在版编目（CIP）数据

企业文化与绩效 / (美) 约翰·P. 科特, (美) 詹姆斯·L. 赫斯克特著; 王红译. -- 北京: 中信出版社, 2019.6
书名原文: CORPORATE CULTURE AND PERFORMANCE
ISBN 978-7-5217-0558-4

I. ①企… II. ①约… ②詹… ③王… III. ①企业文化—关系—企业绩效—研究 IV. ①F272.05 ②F272.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第087986号

Corporate Culture and Performance by John P. Kotter
Original English Language edition Copyright © 1992 by Kotter Associates, Inc. and James L. Heskett
Simplified Chinese translation copyright © 2019 by CITIC Press Corporation
ALL RIGHTS RESERVED
Published by arrangement with the original publisher, Free Press, a Division of Simon & Schuster, Inc.

本书仅限中国大陆地区发行销售

企业文化与绩效

著者: [美] 约翰·P. 科特 [美] 詹姆斯·L. 赫斯克特
译者: 王红

出版发行: 中信出版集团股份有限公司
(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承印者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开本: 880mm × 1230mm 1/32	印张: 7.25	字数: 147千字
版次: 2019年6月第1版	印次: 2019年6月第1次印刷	
京权图字: 01-2009-2017	广告经营许可证: 京朝工商广字第8087号	
书号: ISBN 978-7-5217-0558-4		
定价: 68.00元		

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

推荐序 1 时代精神与自我驱动

陈春花

北京大学王宽诚讲席教授，北京大学国家发展研究院BIMBA商学院院长

科特是一位重要的管理思想家，他区分了“领导”和“管理”的概念，强调领导者的基本职能在于倡导改革之风。他也研究了企业文化与业绩的关系，揭示出具有灵活适应性的企业文化能显著促进长期经营业绩。他还持续关注领导力的发展，不仅仅明确提出了新商业环境下领导力要素的内涵，更是基于变化的视角，探讨了领导者变革的力量来源及行动指导。在今天来看，科特提出的观点仍然令人印象深刻，发人深省。这套丛书（《新规则》《领导力要素》《变革的力量》《企业文化与绩效》）会从不同的视角给读者带来收获。我重新阅读这4本书的时候，较之早期阅读又有了全新的收获。

一、领导者需要洞察时代特点

科特展开这些研究的阶段，全球化正处于萌芽发展之中。科特敏锐地察觉到全球化给商业模式带来的巨大变革，分析了MBA（工商管理硕士）毕业生的职业发展历程，总结出了他们的职业生涯成功的关键要素。

科特提出，方兴未艾的全球化使得充满活力和适应性的中小企业蓬勃发展，这些中小企业不仅远远抛下了传统大型企业，而且影响了富有进取心的管理者们的职业发展。

以《新规则》书中列出的研究数据为例。1974年，这一届哈佛商学院MBA毕业生中的36%去了大型或超大型组织就职。到1983年，还留在大型或超大型组织的人仅占31%。到1991年，则只剩下23%。另一方面，同一个时期，在小型或超小型企业就职的哈佛商学院MBA毕业生从28%上升到43%，最后达到62%，其中很多是创业型企业。

科特认为，全球化既提供了大量的机会，也带来了巨大的风险。在这个时代，要成为一个职业上的成功者，一条重要的准则就是：不要依靠惯性，因为旧的模式、道路和经验在新的环境下是无效的。

当下，21世纪也已过去将近20年，时代特征又迎来了巨变。曾经所向披靡的全球化，正在引起全球性的反思，甚至出现了一些极端化的应激反应。怎样才能更有效地让资源在全球范围共享和分配？怎样才能形成一个互补共赢的全球化共同体，而不是国

家与资本的盘剥与霸凌？这是全球化进程中的休整吗？商业模式会有怎样的调整？中国商业的未来会怎样？这些都是留待我们去观察和领悟的课题。

二、变革是大型企业的必选之路

科特对大企业和官僚主义素无好感，而他的研究中，MBA学生们用他们的职业生涯支持了科特的观点。美国运通旅游有关服务公司（American Express Travel Related Services）、大西洋化工公司（ARCO）、康尼格拉食品公司（ConAgra）、数字设备公司（Digital Equipment Corporation）、肯德基公司（KFC）、柯达公司（Kodak）、玫琳凯化妆品公司（Mary Kay Cosmetics）、NCR公司（全球关系管理技术解决方案供应商）、百事可乐公司（Pepsi-Cola）、宝洁公司（P&G）、斯堪的纳维亚航空公司（SAS）等大量公司的案例也支持了科特的观点。

科特认为，在变化的时代里，中小企业能够更加迅速地做出反应并逐步取得更大的成功。速度和灵活性在竞争日益加剧的世界中将会获胜。因此，他奉劝职场人士要摆脱官僚化的大企业，走向小企业。大企业在应对变化迅速的市场时容易陷入官僚化，而在中小企业的发展中做出贡献的员工往往会获得更高的满意度和收入。当然，如果我们的商业氛围和舆论能够转变传统的对宏大和稳定的崇拜，更加关注和欣赏中小企业和创业企业，人们可能会更容易接受和适应时代的变化。

那么，对于大型企业，变革的方向和目标在哪里呢？毫无疑问，大型企业必须设法转变成一个灵活与具有适应性的组织，既有小企业快捷的运营效率，又保留大企业的资源优势。方向就是减少管理层级、官僚主义、内向关注和办公室政治，路径就是企业改组、削减成本、流程再造，当然，最根本也最难的是企业文化的改变。

三、领导者需要保持自我驱动力

科特从研究中得到的启示是，成功的企业家都具有强烈的竞争驱动力和领导力，他们独立、勤奋、自主、敢于冒险、喜欢控制感，他们更向往权力、被认可、威信和成长，并且很少向往安逸。

那些害怕竞争的人、想要安全感的人、渴望稳定的人，最终往往像岩石在水里一样，不断下沉。无论是现在还是将来，高标准和对成功的渴望都是必不可少的。

管理是用于应对复杂性的，因为现代管理程序在很大程度上产生于 20 世纪大型组织的发展，领导力则是相对于变革而言的。当今剧烈变动的外部环境使变革日益成为维系企业生存、增强企业竞争力的必要条件。有更多的变革，就会要求更强有力的领导，这也意味着领导者必须保有自我驱动的力量，以应对复杂多变的环境。

四、管理研究总是伴随着鲜活的管理实践

科特的研究总是从真实的管理实践和商业环境出发，去寻找

其中的核心变量及规律性，从而得出能够再回归到管理现实的答案。就如他在《新规则》一书中所写的那样，他花了20年的时间跟踪研究115名1974届的哈佛商学院MBA毕业生的工作情况，最后写了这本书。这种依赖于真实的观察所呈现出的研究方式，非常值得我们学习。《领导力要素》一书中的领导力观点和支撑数据源自科特于20世纪70年代所完成的大量实地调研以及为撰写本书而专门开展的4个研究项目。《变革的力量》是一项管理行为研究的成果，该研究始于科特的一篇博士论文，内容是关于大都市市长的管理方式的，这项研究始于1986年8月，到1989年年底结束。《企业文化与绩效》一书以生动的案例证实了企业文化的存在及其力量，以实证的方法证实了企业文化与业绩的相关性，并详细阐述了3种类型的企业文化，充分说明了进行企业文化改革的必要性，还提出了许多有效的措施。该书堪称一部深刻理解企业文化与企业业绩关系的经典教科书。

在我最初决定展开组织与文化研究时，约翰·科特的《企业文化与绩效》给了我很大的启发和帮助。我借用科特的企业文化力量指数对广东省多个高新技术企业展开了深入的探讨，这让我有机会更有效地理解企业文化所具有的独特功效。也因此，科特的其他著作就列入了我的必读书目，这也是我很愿意推荐这套丛书的原因。

2019年3月12日·朗润园

推荐序 2 面对变革时代，如何才能获得成功

郑毓煌

清华大学经济管理学院博士生导师

春节之前，收到中信出版集团的邮件，邀请我为领导变革之父、哈佛商学院终身教授约翰·科特的《新规则》《领导力要素》《变革的力量》《企业文化与绩效》系列丛书写序，我欣然答应了，原因只有一个：我希望这套优秀作品能够惠泽更多中国人，特别是中国的企业家、创业者和职场人士。

在今天的中国，社会对商业知识和智慧的需求正在急剧扩大，迫切需要我们在浩瀚书海之中甄别真正优秀的商业著作，以汲取营养。然而，令人遗憾的是，真正优秀的商业著作太少了，市面上充斥的畅销著作大都是“鸡血”或“鸡汤”，缺乏严谨的理论体系和实证研究支持。

与市面上的那些所谓畅销著作不同，这套作品均出自科特教授严谨的实证研究，这也再一次印证了哈佛商学院的地位。哈

佛商学院无疑是全球最著名的商学院，而它百年来的极高知名度正是源于学院中的优秀的商业思想领袖，包括竞争战略之父迈克尔·波特（Michael Porter）、颠覆式创新之父克里斯坦森（Christensen）、领导变革之父科特等。

那么，科特教授的这一系列丛书到底有哪些值得学习的地方？在《新规则》这本书里，科特教授在近 20 年的时间里观察了 115 名哈佛商学院 MBA 毕业生的职业路径，并从他们的人生经历中总结出我们应该如何在快速变化的全球化竞争市场中拥抱变化并找到适合个人发展的新规则。他的研究有很多反常规的发现。例如“小公司，大机会”——在同一届哈佛商学院 MBA 毕业生中，那些选择小创业公司的毕业生，最后其收入往往高于那些选择大公司的毕业生。

在今天的中国，科特教授的这些发现也具有重要的启示意义。例如，很多年轻人往往面临体制内工作（政府、国企、事业单位等）和体制外工作（民营企业、外资企业等）的两难选择。又如，即使都是体制外的工作，年轻人也往往面临去大公司还是去中小企业的两难选择。家长们往往都反对他们选择非传统的职业路径。然而，科特教授的这些发现告诉我们，传统的职业路径或许并非最佳选择。面对今天的时代变革，每一个职场人都应该更加勇敢地去拥抱非传统的职业路径。很多年轻人往往抱怨自己出生的年代太晚以至于错过很多机会，却不知其实每一个时代都有大量机会，关键在于你是否能勇敢地做出选择。

在《领导力要素》这本著作中，科特教授指出，由于商业环境发生了重大变化，领导力在今天的变革时代被赋予了新的意义，其重要性显著提升。领导力不再是首席执行官（CEO）或极少数高层管理者的绝对领域，而是拓展为几乎所有管理者都应该具备的一种重要能力。在《变革的力量》一书中，科特教授进一步阐释了领导与管理的不同，并提出领导和管理都是非常重要的，那种认为领导“好”而管理“坏”的观点是明显错误的；同时他也阐述了企业家应该如何打造自己在领导和管理两个维度上的能力的问题。最后，在《企业文化与绩效》一书中，科特教授以实证的方法证实了企业文化与业绩的相关性，并详细阐述了不同类型的企业文化，以及如何打造企业文化。可以说，这3本书是企业家和创业者们打造领导力和企业文化不可多得的参考书！

很多中国企业家在阅读国外商学院教授的著作时，难免有这样的疑虑：这些结论在中国也适用吗？事实上，思想无国界，管理和人性往往都是相通的。作为清华大学博导、营创学院院长，我在过去的十几年里也接触了大量中国企业家和企业高管。我发现，他们的成功有其共同的规律。那么，成功的共同规律是什么呢？接下来我就和大家分享我在营创EMBA（高级管理人员工商管理硕士）开学典礼上曾经分享的6个要点。

第一，眼界和视野。所谓“读万卷书，行万里路”，眼界和视野特别重要，而且很多事情不是从书本上能学到的。2019年1月，我邀请哥伦比亚大学商学院著名教授席娜·艾扬格（Sheena

Lyengar) 为营创EMBA授课。企业家学员们见到她的第一眼就被震撼了,因为没有人想到,她居然是一位盲人。然而,虽然她眼睛看不见,但她不仅成了哥伦比亚大学商学院教授,而且还被《金融时报》(Financial Times) 评为和竞争战略之父迈克尔·波特等齐名的全球 50 大管理思想家之一。很多企业家在听完这次课程之后都说:“艾扬格教授眼睛看不见都能取得那样大的成就,我现在面临的一点儿困难又算什么?” 是的,多接触伟大的人,你才能激励自己去变得更伟大。

第二,胆识和勇气。光有眼界和视野还不够,还要有胆量。王健林来清华大学演讲时说过:“什么清华北大,不如胆子大。”这句话其实很有道理。2017 年 11 月,我在清华大学主持了清华学生创业协会 20 周年的纪念活动。参会的十余位校友的公司市值合起来超过 3000 亿元,包括美团、中文在线、百合网、清科集团等。以美团为例,大家看到了王兴的成功,但是大家可能想不到,王兴是在美国读博士时辍学回国创业的。而百合网的联合创始人慕岩也是在美国读博士时辍学回国创业的。所以要成功,一定要有胆识和勇气。

第三,能力和智慧。有了眼界和视野,也有了胆识和勇气,成功还需要能力和智慧。没有人生下来或大学毕业之后就知道怎么进行企业管理,所以企业家和创业者都需要终身学习,以习得能力和智慧。学习的方式包括读书、面对面学习等多种形式,其中读书更多是用以开拓思维和学习知识,而要提高能力则更需要

面对面地学习，甚至最好有老师手把手地指导，再加上自己的实战演练。只学不练的话，很难真正提高能力。

第四，连接和资源。有句话是这样说的：“你是谁不重要，重要的是你和谁在一起。”其实，不论在国内还是国外，人脉和圈子都非常重要。不论是哈佛商学院还是清华大学，最吸引人的除了优秀的教授，还有校友之间的连接和资源。在今天的互联网和社交媒体时代，线下连接更加显得珍贵和不可替代。在学校里形成的师生关系和同学关系是最自然、最真诚的关系，企业家们要多投入时间进行线下连接。真正的友谊和合作从来不是线上加个微信就能拥有的。

第五，努力和坚持。努力和坚持是成功的必要条件。在创业路上，每个人都会遇到困难，谁也不可能一帆风顺。遇到困难时，如果坚持，就有可能克服困难并获得成功；而如果放弃，则只能承认失败。再以清华校友、美团创始人王兴的成功为例，王兴也是经历了校内网、饭否网等多次创业失败，才有了今天美团的成功。

第六，理想和使命。努力和坚持很累，很多时候你会坚持不下去。那么，是什么让企业家和创业者坚持下去的呢？伟大的理想和使命。我从2017年创办营创学院以来，也面临过很多困难。很多人不相信我可以打造一所“人人都上得起的哈佛商学院”。然而，正是“教育改变命运，我们改变教育”这一理想和“打造一所人人都上得起的哈佛商学院”这一使命，才让我一直坚持下来。

今天，营创线下EMBA已有超过1500位企业家学员，并且在北京和深圳都实现了本地开班，真正做到了“用1%的学费，上拥有全球顶级商学院师资的线下EMBA课程”。同时，通过和中信出版集团的合作，我们推出了“用1%的学费，上拥有全球顶级商学院师资的线上EMBA课程”项目并获得了成千上万职场人士的欢迎。此外，由营创读书会和中信出版集团一起推出的“与原创作者一起读书”的公益项目，已有近百位大咖作者分享原创著作的音视频，向全国人民公益开放。

今天，中信出版集团即将出版的哈佛商学院科特教授的这一系列丛书无疑是商业知识和智慧中的明珠。这4本书在哈佛商学院MBA学生中备受欢迎。我相信，这一系列丛书会带给成千上万读者优秀的商业知识和智慧，更会进一步将看起来遥不可及的顶级商学院教育带给成千上万的读者。而这，正是中信出版集团、营创学院和我本人共同努力的目标。

2019年3月5日

前 言

本书源于两个不同的方向：从科特的视角来看，关于管理者行动的研究已有 20 年，近期该研究聚焦在领导力的主题。¹ 其中有两次提到，但未深入讨论过组织文化的主题。² 从赫斯克特的视角来看，管理学的研究有更长的历史，最近，领导力成为哈佛大学 MBA 专业管理学的必修课程。³

1987 年夏，我们开始合作。在 4 年多的时间里，我们进行了 4 项研究，目标是确定在企业文化和长期经济绩效之间是否存在一种联系。如果有，我们就要明确这种联系的本质，还要探索这种联系是否能增强企业的绩效。

所有的研究都得到了哈佛大学商学院部门研究的资助。此外，有 40 家企业帮助我们收集数据，有许多有识之士对本文的初稿提出了宝贵意见。这些人包括路易斯·巴恩斯（Louis Barnes）、迈克尔·比尔（Michael Beer）、理查德·博亚特兹（Richard Boyatzis）、杰伊·康格（Jay Conger）、特里·迪尔（Terry Deal）、南希·迪

尔曼 (Nancy Dearman)、丹尼尔·丹尼森 (Daniel Denison)、罗伯特·艾克斯 (Robert Eccles)、拉塞尔·艾森斯塔特 (Russell Eisenstat)、约翰·加巴罗 (John Gabarro)、琳达·希尔 (Linda Hill)、托德·吉克 (Todd Jick)、茱莉·约翰逊 (Julie Johnson)、拉尔夫·基尔曼 (Ralph Kilmann)、罗伯特·兰布里克斯 (Robert Lambrix)、保罗·劳伦斯 (Paul Lawrence)、杰伊·洛希 (Jay Lorsch)、马尔·索尔特 (Mal Salter)、埃德加·沙因 (Edgar Schein)、莱昂纳多·施莱辛格 (Leonard SchleSinger)、戴维·托马斯 (David Thomas)、沃伦·威廉 (Warren Wilhelm) 和迈克尔·温斯顿 (Michael Winston)。感谢以上有识之士的帮助，连同罗斯玛丽·布里格姆 (Rosemary Brigham) 和卡罗林·萨尔蒂尔 (Carolyn Saltiel) 这些同事对原稿的改进和支持，以及詹姆斯·里赫 (James Leahey)、安德鲁·西加尔 (Andrew Segal) 和南希·罗斯巴德 (Nancy Rothbard) 研究助理的工作。所有这些支持和帮助使得本书得以出版。

目 录

推荐序 1 时代精神与自我驱动 V

推荐序 2 面对变革时代，如何才能获得成功 XI

前 言 XVII

1

关于文化：企业文化的 4 点贡献

第一章 文化的力量 003

早期关于企业文化的书籍的基本思路都是正确的，而这本书有以下 4 点贡献：第一，企业文化在企业长期的经济绩效中具有重要的影响。第二，企业文化在 10 年内可能会成为决定企业兴衰的关键因素。第三，理性和高效的组织中，对企业业绩存在负面作用的企业文化也经常存在。第四，企业文化不易改变，但它们可以转化为有利于业绩增长的企业文化。