

|马|克|思|主|义|与|现|时|代|研|究|丛|书|

XIANDAI QIYE ZHI HUN



现代企业之魂

——唯物辩证法与企业文化创新研究

霍福广 段淳林等 著

人 民 出 版 社

马 克 思 主 义 与 现 时 代 研 究 丛 书

现代企业之魂

——唯物辩证法与企业文化创新研究

霍福广 段淳林等 著

人 民 出 版 社

作者简介

霍福广博士，男，1954年生，山东青州人。现任华南理工大学政治与公共管理学院首席教授、副院长。主要研究方向：马克思主义哲学在当代的发展，涉及科技与社会发展、创新理论（企业文化与企业战略）等理论和实践问题。曾先后主持科研项目20多项，其中国家社会科学基金项目“中美创新机制比较研究”，已经于2004年由人民出版社出版。目前已经出版哲学、经济学方面的研究专著5部，发表学术论文32篇，在学术界产生了较大的影响。

段淳林副教授，女，现任华南理工大学新闻与传播学院品牌传播系主任、品牌研究所副所长。主要研究方向：企业文化与品牌传播。曾主持或参与10余项课题，其中最具代表性的有“广东昭信集团企业文化塑造工程”、“中国南方电网企业文化建设工程”、“广州市煤气公司企业文化建设工程”和香港生产力促进局委托项目“粤港企业品牌竞争力与国际化研究”等。公开发表科研论文近30篇，公开出版《公共关系学》、《政府公共关系》、《中国行政组织文化》等著作。

序

本书以唯物辩证法为指导探讨企业文化创新问题,是一次大胆的、有益的尝试。唯物辩证法是我们认识社会、改造社会的科学世界观和方法论,因此,中国特色企业文化建设与创新只有以唯物辩证法为指导,才能沿着正确的方向进行。对企业文化问题的研究可以多角度进行,譬如,我们可以从经济学、社会学、文化学、管理学等找到不同的切入点,对企业文化进行研究。多学科的介绍有助于对企业文化问题本身作多侧面的理解。本书在探讨现代企业文化创新的理论和实践问题时,则侧重于哲学层面的思考,特别注意运用唯物辩证法这一科学的世界观和方法论,从而使企业文化创新问题的研究有了一些新的进展。这对于拓展马克思主义哲学研究的新领域,对于丰富马克思主义哲学的具体内容,对于深入研究企业文化,都具有重要的理论价值和实践意义。

企业作为一个经济实体,它为何要进行企业文化和创新?企业文化与企业经济效益之间到底存在着怎样的内在联系?本书立足于哲学的高度,从知识经济时代企业发展的实际情况出发,通过各种关系交互作用复杂情况的深入具体分析,比较系统地回答了这些问题。本书对企业文化与企业经济效

益关系的理解是唯物的,又是辩证的。为了正确理解企业文化与企业经济效益之间的关系,本书对文化与经济之间的关系进行了深入剖析,这有助于从更大的范围和更高的层面上说明企业文化与企业经济效益之间的辩证关系。

首先,文化与经济在社会结构中属于不同的层次。经济是人们改造自然以满足自身物质需要的活动及其结果。经济活动实质上是人们的物质生产和交往活动,是决定其他一切活动的始源性活动。马克思指出:“人们为了能够‘创造历史’,必须能够生活。但是为了生活,首先就需要吃喝住穿以及其他一些东西。因此第一个历史活动就是生产满足这些需要的资料,即生产物质生活本身。”^①经济关系是人们在物质生产中所形成的最深层基础关系,它规定着人们的地位和相互利益关系。经济是一个社会的物质因素,属于社会存在的范畴。文化则属于社会意识的范畴,是一个社会的精神因素。文化是人类社会实践中创造的精神成果,它是对社会存在的反映。任何文化产品都是主体对外部世界进行思维加工的结果。文化的核心是世界观和价值观,文化的进化是通过思想斗争、观念转变来推动的,它的功能主要是靠说理和思想内容的真实性、科学性以及强烈的说服力、感染力来实现的。

其次,文化与经济又存在着不可分割的内在联系。在社会结构中,文化与经济虽然属于不同的层次,但是,二者之间又是相互贯通、相互依赖、相互促进的。一方面,文化与经济之间有

① 《马克思恩格斯选集》第1卷,第79页,人民出版社中文第2版。

一座由此及彼的“桥梁”。经济决定文化,又受文化的制约;文化源于经济,又反作用于经济,促进经济的发展。作为人类实践活动的一种精神成果,那些反映了社会进步客观规律和历史发展总趋势的先进文化,一旦为群众所掌握,就会变成强大的物质力量。企业文化如果使全体企业员工形成了反映企业发展客观要求的共同的价值观,并且使这种共同价值观变成他们共同的行为方式,也会产生不可估量的企业效益。企业文化创新必然引起企业经济增长方式的创新和增长速度的提高。另一方面,在知识经济条件下,文化与经济相融合的趋势越来越明显。历史地看,人们在物质生产劳动中创造经济价值的同时,也满足自己对于真、善、美的爱好与追求,从而创造了文化。社会生产力的进步使物质生产与精神生产出现了分工,文化活动逐渐从物质生产领域分离出来。随着知识经济时代的到来,文化与经济又在新的起点上紧密相结合,文化本身已经成为经济的一个组成部分。“文化力”是人类的本质创造力,也是一种新兴的生产力。在知识经济时代,人类的“文化力”取得了突出的地位,标志着人类的本质力量实现了根本性的提升,从而使得工业经济时代人类本质的异化现象得到了很大程度上的克服,把人类从被自然奴役的压力下解放出来,重新确立了人的主体地位。也就是说,进入信息社会,新经济的涌现,新的历史条件下大大凸显了文化在经济和社会发展中的直接的越来越大的推动力。这既是人的本质力量空前显现的时代标志,也为这种本质力量的进一步张扬创造了条件。法国学者F. 佩鲁曾说,在经济增长过程中,文化因素起着关键的作用,它是决定减缓或加速增长以及检验增长是否合理的基础,

“企图把共同的经济目标同他们的文化环境分开,最终会以失败告终”。^① 企业文化通过提高企业的经营管理水平和人的素质,可以大大降低管理成本,提升企业的经济效益。在知识经济条件下,企业文化已成为企业提高经济效益的关键所在。本书在对诸多问题的分析过程中,坚持唯物辩证法与当代人类实践活动相结合,注重调查研究,致力于观点和材料的统一,在每一个问题的论述之后又附以相关的案例,读来颇受启迪。可以说,理论与实际相结合是本书的一个重要特点。从书中对一些问题的研究中,作者的论述和所发挥的某些见解,可以说具有理论创新意义。

在知识经济时代,人类实践活动过程中文化力量的提升是人类文明高度发展的重要标志。在现代社会,文化通过人的文化素质、科技知识水平和劳动工具的先进水平、管理水平表现出来,使文化与经济之间的联系达到了历史上从未有过的紧密程度。在一定意义上可以说,没有文化就没有生产力。随着社会生产力的不断发展,人们的物质生产已达到较高水平,单纯依靠物质资源推动生产力发展的空间已经变得越来越小。从另一个角度来看,经过人类文明的不断积累,人类文化力得到大大提升,文化为生产力的继续发展注入了新的活力。恩格斯说过:“政治、法、哲学、文学、艺术等的发展是以经济发展为基础的。但是,它们又都相互作用并对经济基础发生作用,并非只有经济状况才是原因,才是积极的,而其余一切都不过是消极的结果。这是在归根到底总是得到实现的经济必然性的基

① [法]F. 佩鲁:《新发展观》,第165—166页,华夏出版社1987年版。

础上的互相作用。”^①以唯物辩证法为指导的企业文化创新,适应了知识经济时代的要求。企业文化对企业经济效益的巨大作用,是社会文化与经济相互作用的现代形式和集中表现。所谓企业文化创新,就是企业为了适应新的环境,把新的经营理念、价值观、企业精神和形象等要素重新组合之后,引入企业文化体系并使之具有新功能的创造性过程。企业文化创新就是企业为了自身长期存在,以文化力作用于生产经营,不断提升企业现实生产能力以获得最大经济效益的过程。本书在其研究问题的过程中表现出作者对唯物辩证法的深刻理解和运用能力,这在目前的理论研究和实际工作中,是值得提倡的。

唯物史观认为,“社会生活在本质上是实践的”。^②因此,我们应该从现实的企业实践活动中研究和发现企业文化的本质和发展规律,从而实现对企业文化的创新与发展。企业文化是企业长期经营实践活动的凝结与升华,是企业物质生活生产方式在精神领域的反映和集中体现,它源于企业的物质生活,受企业的物质生活所决定,同时,它又反作用于企业的物质生活,对企业的经济效益产生巨大影响。马克思指出:“要研究精神生产和物质生产之间的联系,首先必须把这种物质生产本身不是当作一般范畴来考察,而是从一定的历史的形式来考察。例如,与资本主义生产方式相适应的精神生产,就和与中世纪生产方式相适应的精神生产不同。”^③本书作者霍福广教授、段淳林教授等立足于时代高度,结合我国企业文化创新的实际,

① 《马克思恩格斯选集》第4卷,第732页,人民出版社中文第2版。

② 《马克思恩格斯选集》第1卷,第18页,人民出版社中文第2版。

③ 《马克思恩格斯全集》第26卷I,第296页,人民出版社中文第1版。

以《现代企业之魂》为题探讨企业创新的哲学奥妙,无疑是有重大意义的。我希望有更多运用唯物辩证法研究当代重大问题的成果出现,也希望本书作者在研究企业文化创新的过程中,坚持从企业经营管理的实践出发,构建出更为完善的中国特色企业文化体系。

中国社会科学院研究员 **赵凤岐**

2005年12月18日于北京

目 录

序	(1)
第一章 导论	(1)
一、唯物辩证法对企业文化创新的指导作用	(1)
(一)关于唯物辩证法的理解	(1)
(二)唯物辩证法对企业文化创新的指导作用	(5)
二、现代企业文化创新在管理理论发展中的演化	(6)
(一)古典管理理论中的企业文化思想	(7)
(二)行为科学管理理论中的企业文化思想	(10)
(三)管理丛林阶段的企业文化思想	(11)
(四)现代企业文化理论的产生与发展	(13)
(五)国内外企业文化理论研究现状辩证分析	(18)
三、现代企业文化创新的意义	(22)
(一)创新及其时代价值	(22)
(二)现代企业文化创新的意义分析	(25)
【案例】I 成也企业文化 败也企业文化	(27)
【案例】II 奥美公司的企业文化	(29)
第二章 企业文化创新唯物论	(33)
一、物质世界——人类文化——企业文化	(34)

(一) 物质世界的“人化”	(34)
(二) 人类文化	(38)
(三) 文化与企业文化	(49)
二、企业文化发展的历史必然性	(59)
(一) 企业管理的发展与企业文化产生的一致性	(59)
(二) 社会经济发展与企业文化创新	(63)
三、企业文化创新的经济效益观	(68)
(一) 企业文化创新的现实基础分析	(68)
(二) 企业经济效益与企业文化创新的辩证关系	(72)
(三) 我国企业文化创新的针对性和实效性	(79)
【案例】I 创新:IBM 重振雄风	(83)
【案例】II 英特尔:创新是这样产生的	(85)
第三章 企业文化创新辩证论	(88)
一、企业文化创新的历史特点	(88)
(一) 知识经济与企业文化创新	(89)
(二) 中国加入 WTO 与中国企业文化创新	(93)
(三) 中国经济体制改革与企业文化创新	(96)
(四) 企业自身变革与企业文化创新	(97)
二、企业文化与经济的矛盾运动	(108)
(一) 经济造就企业文化	(108)
(二) 企业文化促进社会经济	(109)
(三) 企业文化与经济发展的统一	(112)
三、企业文化创新的战略思考	(113)
(一) 企业文化创新战略的形成	(113)
(二) 企业文化创新战略的基本内容	(114)
(三) 企业文化创新与企业可持续发展	(121)

(四) 企业文化创新的发展趋势	(123)
【案例】I 双鹤药业:消除企业文化“冲突”	(127)
【案例】II 北汽福田:“热情创新永不止步”	(128)
第四章 企业文化创新系统论	(130)
一、企业文化创新环境系统	(131)
(一) 现代企业文化创新的社会“大环境”	(131)
(二) 现代企业文化创新的行业“小环境”	(141)
(三) 现代企业文化创新的企业“内环境”	(143)
二、中国企业文化系统创新取向	(145)
(一) 以唯物辩证法为指导的中国特色企业文化 理念	(146)
(二) 与思想政治工作结合的中国特色企业形象	(148)
(三) 融东、西企业文化精髓的创新源泉	(151)
三、中国特色企业文化系统结构	(152)
(一) 战略性企业文化	(152)
(二) 经营管理性企业文化	(154)
(三) 体制性企业文化	(154)
【案例】I 中国联通的企业文化体系	(155)
【案例】II 微软如何创新?	(157)
第五章 企业文化创新动力论	(159)
一、企业文化创新动力源泉	(160)
(一) 企业提高经济效益的需要是企业文化创新的 根本动力	(160)
(二) 利益激励是企业文化创新的直接动力	(161)
(三) 技术和质量是企业文化创新的深层动力	(164)

二、企业文化创新动力的构成	(166)
(一)外部动力	(166)
(二)内部动力	(169)
【案例】I 西安杨森:文化是魂	(179)
【案例】II 海尔:以技术创新求质量	(183)
第六章 企业文化创新机制论	(186)
一、企业文化创新的外部机制	(187)
(一)企业文化创新的哲学文化基础	(187)
(二)企业文化创新的社会存在基础	(192)
(三)企业文化创新的科学技术基础	(196)
二、企业文化创新的内部机制	(197)
(一)内部激励机制	(197)
(二)内部竞争机制	(202)
(三)内部评价机制	(204)
【案例】 摩托罗拉公司的企业文化创新机制	(207)
第七章 企业文化创新特色论	(212)
一、企业文化创新的历史特色	(212)
(一)企业文化创新的“理论探索”时期	(212)
(二)“全方位”企业文化创新时期	(215)
二、企业文化创新的地域特色	(218)
(一)发达国家企业文化创新的特色	(218)
(二)中国特色企业文化创新	(225)
三、企业文化创新的企业特色	(228)
(一)不同企业文化创新各具特色	(228)
(二)企业不同发展阶段有其特色	(230)

【案例】 海尔企业文化创新的特色	(234)
第八章 企业文化创新与理论体系重构	(239)
一、不断创新的企业文化构成	(240)
(一) 创新的企业价值观	(240)
(二) 不断变革的企业精神	(245)
(三) 富于个性的企业家精神	(248)
(四) 逐步提升的企业形象	(252)
二、当代企业文化创新的重点	(254)
(一) 确立“创新”的企业经营理念	(254)
(二) 形成企业“创新文化”的环境	(257)
(三) 在东、西文化融合基础上的创新	(260)
(四) 加大对企业文化创新的投入	(262)
三、企业文化创新和理论体系重构过程中应注意的 几个问题	(262)
(一) 把“个性化”建设放在首位	(262)
(二) 避免出现“从众行为”和“走过场”	(263)
(三) 利用非正式组织的力量	(264)
【案例】 惠普企业文化的构建	(264)
参考文献	(269)
后记	(272)

第一章 导 论

【导语】我们把一本研究现代企业文化创新的专著定名为“现代企业之魂”，不仅是因为企业文化本身是现代企业的精神支柱，是一个企业的灵魂之所在，而且更重要的是我们把辩证思维用于指导现代企业文化创新，使现代企业文化创新有了一种科学的世界观和方法论。本章对唯物辩证法的理解是阅读和理解本书内容的哲学基础，没有对唯物辩证法的全面深刻理解，阅读本书就会遇到困难。本章关于唯物辩证法对现代企业文化创新的指导作用的论述，对于现代企业文化创新在管理理论发展中的历史地位的分析，都可以帮助我们更加深刻地认识和把握企业文化理论的发展脉络和在唯物辩证法指导下进行现代企业文化创新的重要意义。

一、唯物辩证法对企业文化创新的指导作用

(一)关于唯物辩证法的理解

本书所理解的唯物辩证法与一般的马克思主义哲学原理教

科书中所讲的唯物辩证法有所不同：在马克思主义哲学原理教科书中是从狭义上来理解唯物辩证法的，唯物辩证法与辩证唯物论、辩证唯物主义认识论、唯物主义历史观是并列的关系，唯物辩证法只是马克思主义哲学原理的一个组成部分；本书则从广义上来理解唯物辩证法，它涵盖了整个马克思主义哲学的基本原理。

根据唯物辩证法的世界观和方法论去认识世界和改造世界，我们会获得更多的智慧，就会在各方面展示出更多的聪明才智。唯物辩证法认为，我们所处的世界不是神创造的，也不是任何人所创造的，它本质上是一个客观存在、不依人的意志为转移的、处在不断运动中的物质世界。这就要求我们用唯物主义的观点看问题，要坚持实事求是的思想路线。什么是实事求是？毛泽东曾对实事求是作了通俗易懂的解释：“实事”就是客观存在着的一切事物，“是”就是客观事物的内部联系，即规律性，“求”就是我们去研究。我们要从国内外、省内外、县内外、区内外实际情况出发，从其中引出其固有的而不是臆造的规律性，即找出周围事变的内部联系，作为我们行动的向导。而要做到这样，就须不凭主观想像，不凭一时的热情，不凭死的书本，而凭客观存在的事实，详细地占有材料，在马克思列宁主义一般原理的指导下，从这些材料中引出正确的结论。这种结论，不是甲乙丙丁的现象罗列，也不是夸夸其谈的滥调文章，而是科学的结论。^① 实事求是是做好任何事情的基本原则，是企业文化中永恒的理念。“唯有实事求是靠得住，唯有全心全意为人民服务有前途”，山东省青州卷烟厂党委书记、

① 参见毛泽东：《改造我们的学习》，载《毛泽东选集》第3卷，第801页，人民出版社1991年版。

厂长蔚严春如是说。^① 这位厂长把“背靠马列,面向群众,攻无不克,战无不胜”作为该厂的政治理念,形成了企业的“政治力”;以这种政治理念为指导形成了自身的红色企业文化,建成了具有青州卷烟厂特色的“红色文化,绿色产品,和谐群体”^②。这种具有特色的企业文化使这个企业经济效益不断攀升。青州卷烟厂蔚严春厂长深有体会地说:“谈起理论来,千万不要离开实际;讲起实际的时候,千万不能忘了理论。它们就是箭和靶的关系。”^③ 实事求是,理论联系实际,就是唯物辩证法的基本原则。唯物辩证法要求我们必须按照事物的本来面目去认识世界、改造世界,而当我们按照事物的本来面目去认识世界、改造世界的时候,我们就必须辩证地思考,就必须运用唯物辩证的思维方法去分析问题、解决问题。

唯物辩证法包括客观辩证法和主观辩证法。客观辩证法认为客观事物具有普遍联系和永恒发展的本性。事物之间最根本的联系是对立面之间又对立又统一的联系,即对立统一规律。在现实世界中,质与量、质变与量变、肯定与否定、现象和本质、原因和结果、内容和形式、必然性和偶然性、可能性和现实性、认识与实践、生产力与生产关系、经济基础与上层建筑等都是客观存在着的对立统一关系,都遵循着对立统一规律,因此,列宁说,对立统一规律是唯物辩证法的实质与核心。矛盾的普遍性和特殊性的关系是共性和个性的关系,这是矛盾问题的精髓。只有深刻理解矛盾的普

① 参见蔚严春:《坚持党的领导,强化人本管理,建设社会主义和谐企业》,载青州卷烟厂厂报《星光》2005-5-31。

② 注:国家烟草专卖局发展中式卷烟的显著特点是“两低一高”,即低焦油、低危害、高香气。青州卷烟厂产品降焦、减害已经走在行业前列,主导品牌“八喜”平均焦油量12毫克/支。

③ 参见蔚严春:《在构建社会主义和谐社会理论研讨会闭幕式上的讲话》,载青州卷烟厂厂报《星光》2005-5-31。