

21世纪中国企业文化

实践与探索丛书

丛书主编 / 华 锐

航运旗舰



中国远洋运输(集团)总公司

主 编 / 陆俊山



企业管理出版社

EMPH

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国远洋海运集团

航运旗舰



中国远洋海运集团

中国远洋海运集团

中国远洋海运集团

COSCO 航运旗舰

陆俊山 主编

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

航运旗舰/陆俊山主编. —北京:企业管理出版社,
2003. 11

ISBN 7-80197-150-7

I. 航... II. 陆... III. 远洋运输-运输企业-概
况-中国 IV. F552.61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 111950 号

21 世纪中国企业文化实践与探索丛书

书 名: COSCO 航运旗舰

丛书作者: 华 锐 主编

本书作者: 陆俊山 主编

责任编辑: 双 喜

书 号: ISBN 7-80197-150-7/F·151

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮 编: 100044

网 址: <http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428487

电子信箱: 80147@sina.com emph1979@yahoo.com

印 刷: 文昌印刷装订厂

经 销: 新华书店

规 格: 880 毫米×1230 毫米 32 开本 11.25 印张 2150 千字

版 次: 2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印 数: 3000 册

定 价: 30 元

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

開拓創新艱苦奮鬥
發展遠洋運輸事業

江澤民

二〇〇二年五月
九日 於遠洋大廈

COSCO



▲ 温家宝总理在美国港口接见中远船员



▲ 魏家福总裁（左一）登船看望船员

▼ 张富生书记（前排右一）慰问员工



驶向世界白

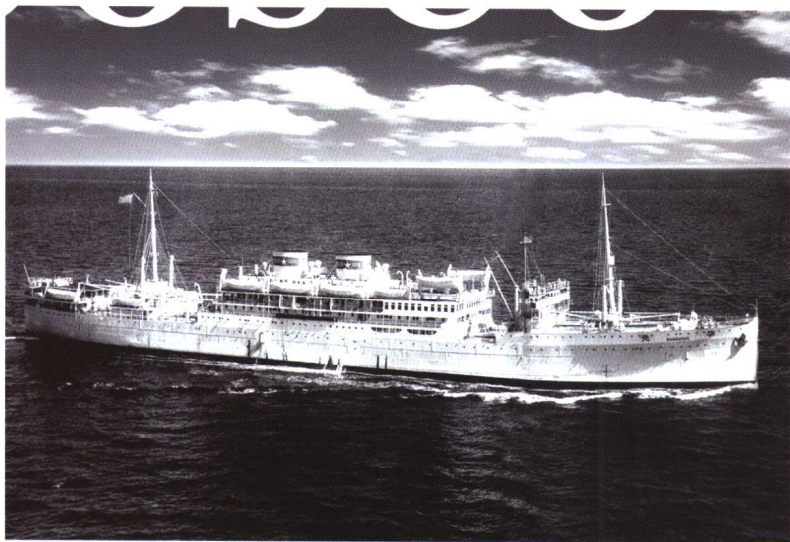
(中远全球)



的民族巨轮

航线示意图)





▲ 光华轮—中远第一条远洋船



▲ “亚洲第一船” 中远泰安口轮



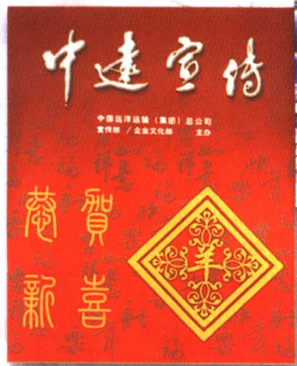
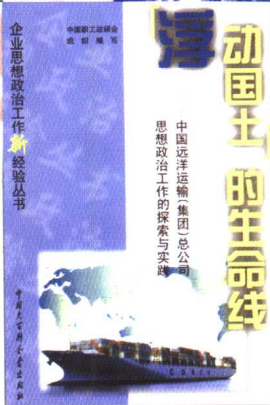
▲ 中远第六代集装箱船舶—COSCO SHENZHEN 轮



▲ 中远 30 万吨级油轮—远荣湖



中远文化



《21 世纪中国企业文化实践与探索丛书》编委会

顾 问:张大中 张同舟 沈恒泽

主 任:孟凡驰

副主任:尹援平 华 锐

主 编:华 锐

副主编:田晓犁 高香雪

编 委:(按姓氏笔画排序)

闫桂森 李世华 李 燕 李万来

吴建明 谷里虹 陆俊山 范业忠

钟祥斌 贺德龙 聂秀丽 耿兆林

徐文中 高立胜 静德纯 黎 群

《COSCO 航运旗舰》编委会

主 任:魏家福 张富生

副 主 任:王富田 李云鹏

主 编:陆俊山

编 写 人 员:吕鲁凯 袁鲁盾 章晓彤

李 满 李海洋 施泽彪

吴少波 罗 虎 赵中博

姚亚平 赵小淮 周祥勇

马洪进 邬 纓

丛书总序

张大中

中国经济的增长和综合国力的提高,是中国企业大发展的真实写照。企业文化以其特有的方式,极大地激发了企业的创造精神,增强了企业的活力,促进了企业的持续发展。面对世界经济一体化、知识化、网络化的迅猛发展和中国加入 WTO 后面临的新形势,在知识经济条件下,我国的企业文化正以她特有的内涵与魅力,展示着中国企业的辉煌与风采。越来越多的有识之士认识到:企业文化建设已成为企业发展的内在要求,是新形势下加强和改进思想政治工作的有效载体,是改善企业管理、提高管理职能的理论指导,也是全面提高企业员工和企业整体素质及推进企业创新的力量源泉,更是增强企业凝聚力与竞争力,确保企业生存和发展的基本战略。知识经济为中国企业文化的发展与繁荣注入了新的活力;企业文化则进一步丰富了知识经济的内容。建设优秀的企业文化已成为有战略眼光的企业及企业家的必然选择。

企业文化在一定意义上说就是企业家的文化,企业发展的成败在很大程度上取决于企业家的文化成熟度。因此,必须加速强化我国企业家队伍的文化意识,使他们充分认识文化力在现代企业管理中的地位。美国学者谢恩说:“在公司开创和早期发展阶段,公司文化的主要信念来自公司的创始人和他的文化观念”,“公司文化最初的创造起源于领导的行为,同样,公司

文化是由于领导的作用而增强,并变得根深蒂固”。企业家的文化观念、思维方式、经营思想等每时每刻都对企业员工的文化观念和行为起着潜移默化的影响作用,对企业的创建和发展起着指导作用,不管企业领导者是否认识到这一点,事实都是如此。美国企业文化专家阿伦·肯尼迪和特伦斯·迪尔指出,企业管理者如果忽略了文化对公司成功的作用,或者他们自己在塑造文化中的应有的作用,那么他们就可能没有看到他们公司最终取得成功的一项关键因素。企业行政主管人员的最终成功在很大程度上取决于他对公司文化的确切理解以及他磨炼和塑造文化使之适应市场变化的能力。企业家是企业文化的倡导者,是企业文化的人格化体现,是企业文化变革的组织者,企业家在企业文化建设中的地位要求他必须具备三种意识和能力。

2

一是敏锐的文化洞察意识和能力。企业文化普遍存在于企业各项工作之中,企业家要善于通过企业大量的经营管理活动和员工行为等表面现象,洞察其背后的文化本质,才能理解企业行为及其产生的原因,从而标本兼治地管理企业,不从文化方面分析企业现状,就无从把握和分析现代企业中很多难以理解的现象。

二是深刻的文化感受意识和能力。企业家洞察到了本企业的文化,还要深刻地理解它、感受它、分析它的特点,准确地引导它的发展。有些企业在实践中创造了进步文化,可是长期不重视研究文化意义,没有自觉地把握它的发展,适时地升华它,而是本能地无意识地应用文化的力量,致使优秀企业文化不能积淀成为企业文明,不能发挥其促进企业发展的作用。有的企业长期处于困境之中,企业家苦心孤诣地只是从资金、市场、政策等方面寻找客观原因,而不能从分析改变企业劣质文化做起,因而也必然不能从根本上改变企业面貌。事实上,文化是一种深

奥的现象,它非常复杂而且不易了解,但是企业家还应深入地感受它,因为当确切理解了企业文化时,企业中很多难以理解和看上去不合理的现象就会豁然开朗。反之,企业家不了解自己的文化而要管理企业,就像物理学家不懂得地球引力和大气压力一样荒唐可笑。

三是须臾不可离的文化整合意识和能力。企业文化整合的目的在于使全体员工对企业主导文化高度认同。现代企业家当前所要干的头等重要的事情是创造和管理自己的文化,领导者最重要的才能是影响文化的能力。如果有必要把领导理论中的“文化管理”区别开来,我们必须认识到在企业领导理论中,文化管理职能居中心地位。当然,文化整合决不意味着泯灭个性特色,而是在鲜明正确的主导文化指导下,充分培养具有本企业特点,发挥每个员工独特创造智慧的企业文化。中国企业文化研究会,始终坚持中国企业文化建设的正确方向,坚持把世界企业文化建设的先进经验与中国企业文化建设的实际相结合,坚持把为企业服务、提高企业凝聚力和竞争力放在第一位。面临新世纪、新形势,中国企业文化研究会有责任、有义务总结交流中国企业文化经验,弘扬中国社会主义企业文化传统,为此,专门编写了这套《21世纪中国企业文化实践与探索丛书(以下简称丛书)》,塑造21世纪中国企业的优秀企业文化,并以此作为学习贯彻“三个代表”重要思想的积极实践。《丛书》所选择的企业既有在国民经济中起骨干作用的大型国企,又有自我发展、不断创新的民营企业;既有股份制企业,又有中外合资企业。不仅展示了中华民族文化的独特魅力,还体现了党的思想政治工作在新形势下的发展创新,更推出了中国优秀文化与美国、欧洲、日本等先进文化相结合的典范。这些企业虽然形成和发展的历史不同,所属产业的性质、任务不同,所处的地理环境和社