

农村金融 企业化



周荣才

著

弘扬中华文化

建设企业文化

增强文化力

提高竞争力

发展生产力

东南大学出版社

增强文化力 提高竞争力 发展生产力

农村金融 企业化



周荣才◎著

东南大学出版社
· 南京 ·

F83
2

图书在版编目(CIP)数据

农村金融企业文化 / 周荣才著. — 南京: 东南大学出版社, 2011. 11

ISBN 978 - 7 - 5641 - 3057 - 2

I. ①农… II. ①周… III. ①农村金融—金融企业—企业文化—研究—中国 IV. ①F832. 35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 218357 号

东南大学出版社出版发行

(南京市四牌楼 2 号 邮编: 210096)

出版人: 江建中

网 址: <http://www.seupress.com>

电子邮件: press@seupress.com

全国各地新华书店经销 江苏凤凰扬州鑫华印刷有限公司印刷

开本: 652mm×960mm 1/16 印张: 31 字数: 350 千

2011 年 11 月第 1 版 2011 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5641 - 3057 - 2

定价: 48.00 元

若有印装质量问题, 请同读者服务部联系。电话: 025-83792328

书名更改说明

《农信文化》于 2008 年 5 月第 1 版、2008 年 10 月第 2 版、2009 年 6 月第 3 次印刷,承蒙读者支持,受到一致好评。

银行属于“经营信用”的金融企业。中国农村“经营信用”的金融企业,简称农信企业。农信企业的企业文化——农信文化,就是农村金融企业的企业文化。为了能与更多企业文化建设者一起讨论,尊重热心读者的建议,现将《农信文化》更名为《农村金融企业文化》。更名后书中文字有所修改,但为表述方便,仍然沿用“农信企业”、“农信团队”、“农信文化”等习惯语言,敬请读者谅解。

企业文化建设,需要交流讨论。《农村金融企业文化》在交流讨论中,祈求继续得到农村金融企业读者、中小企业朋友、社会各界专家的更多指教!

2011 年 7 月 1 日

前 言

建设先进的企业文化,是支撑企业全面发展、文明进步的核心力量。

中国农村信用社已经走过 60 年的风雨历程,通过近 10 年的深化改革,加快形成县级(市、区级,下同)法人单位的农村信用社联合社、农村合作银行、农村商业银行(可以统称“农信企业”)。为了尽快真正成为符合现代金融企业标准的有特色的地方现代银行,持续实现又好又快的科学发展,迫切需要加强建设自己的企业文化——农信文化。那么,对于如何进一步认识文化、企业文化、农信文化体系、农信文化建设、农信文化建设目标、农信文化建设成果评价等一系列问题,尚有必要抓紧展开充分讨论。本书试就相关方面提出一些建议,大家在讨论中权当参考,以求共同努力加快提升农信文化建设的实际水平,更好地保障农信企业科学发展、农信团队和谐进步。同时,也请其他企业的朋友参与讨论,促进文化交流,实现共同进步。

中国特色社会主义先进文化的大发展、大繁荣,开创了中国企业文化建设的新局面。应当深信,农信文化在我国企业文化建设新高潮中、在社会主义新农村的大地上,花朵锦簇,果实丰硕。

读《农信文化》有感

不久前，一位朋友给我送来这本书。读完之后颇有感触。

《农信文化》的作者，是一位长期从事金融工作、已经从岗位上退下来的老同志。人啊，到了这个年岁，常常会有一种心态，总觉得有许多话想说，有不少事想讲。尤其作为一个过来之人，特别想和现在仍在岗位上工作的同志们好好的交心、沟通、切磋，希望他们能够把工作干得更好，贡献更大。

这千头万绪，该怎么说呢？非常有意思的是，这么一位在人们通常观念中和文化好像没有多大关系的人，却选择了从文化的高度和角度来说，而且联系现实生活，说得实实在在，讲得实心实意。这是他从自己的实践中提炼出来的心得、心语，读起来易懂、可信、实用。这本书的价值还在于它体现了作者的文化自觉和普及大众文化的宝贵热情，使读者与作者共享文化的芳香。

文化，不是玄而又玄的，不是高不可攀的。它就在我们每个人的身边，就在我们每个人的心中。我们要做文化的有心人，并善于把文化变成“力”。文化一旦形成“力”，它的作用和功效是无边的、无形的、无极的。因此，发掘、弘扬“文化力”是时代赋予我们的使命。诚然这不是一时之事，也不是

一人之事，而是全民族的大事。我想，如果能有更多的人像这本书的作者周荣才同志那样，对文化能有如此的认识、思考、理解和运用，一个文化力的大解放、大提升、大发展的喜人局面，就会展现在我们眼前，文化力就会成为推动人类文明进步和经济发展的巨大推动力。

据说，这本书是在单位和领导同志的鼓励和支持下写成的，这些领导同志如此重视文化研究和文化工作，实属难能可贵。

高占祥

2008年9月21日于北京

（高占祥同志曾任文化部常务副部长、中国文联党组书记等职，现任全国政协常委、中华民族文化促进会主席、中国名人工委主席等职。先后创作出版了诗集、歌词集、论文集、绘画集、摄影集等著作77部，近期出版的《文化力》是继《人生宝典》之后的又一部力作。）

序

企业文化是企业生存发展之“根”、之“魂”，也可以说是企业的“精”、“气”、“神”，用现代一点的话讲，是一种战略性的软体资源，一种独特而不可复制的软实力。在促进企业成功发展的诸多要素中，有许多东西是可以在短期内加以弥补、改造甚至超越的，唯独不能的是企业文化。企业文化在现代企业发展中的功能和作用已越来越重要与突出。实践一再证明，缺乏良好企业文化的支撑和引领，这个企业就不可能有强大的内动力和旺盛的生命力。企业文化底蕴越深厚，企业成长的潜力就越大，可持续发展的底气就越足，参与竞争的优势就越明显。这也是当今各个领域包括银行业为什么如此重视企业文化研究和建设的根本原因所在。

中国农村信用社从 1952 年建社到现在，走过了半个多世纪的风雨历程，也逐步积淀和形成了具有自身特点的企业文化。特别是 20 世纪 80 年代，企业文化作为一种管理思想和管理理论从西方引进以后，农村信用社的企业文化建设得到了越来越广泛的关注和重视，认识不断深化，探索与实践不断推进，取得了丰硕成果，积累了宝贵经验。但是，也应该看到，相对于其他银行业金融机构，农村信用社的企业文化建设还刚刚起步，还有许多问题亟待进一步研究解决。随着

目 录

前 言 /1

第一章 文化 /1

第一节 理解文化 /1

一、文化定义 /1

二、文化与文明 /5

第二节 民族文化 /5

一、中华民族文化 /6

二、兄弟民族文化 /8

第三节 社会文化 /9

一、社会文化 /10

二、地域文化 /15

第四节 跨国文化 /16

第五节 学习文化 /21

第二章 企业文化 /23

第一节 企业 /23

一、企业,是法人,区别于自然人 /23

二、企业,是市场主体 /23

三、企业,是生产力的和合实体 /24

四、企业,是生产关系的和谐实体 /25

五、企业,是双重属性的和谐实体 /26

第二节 企业文化定义 /29

第三节 企业文化历程 /30

社会主义新农村建设的全面推进,农村金融体制改革的不断深化,加强农村信用社企业文化建设,对推动农村信用社更好适应新形势新任务的要求,更好实现自身持续稳健发展,更好为农村经济社会发展提供有力的金融支持,显得更为重要和紧迫。

周荣才同志以对农信事业的深厚感情,历时两年多,撰写了《农信文化》一书。在总结过去实践的基础上,引进先进文化理念,对农信文化的内涵、发展现状、潮流和趋势,以及加强农信文化建设的举措,进行了认真的思考和积极的探索,提出了许多独到的见解,是迄今为止研究农信文化较为系统的专著之一。我相信,这本书一定能对我国农信文化建设提供有益的借鉴和启发,并在更大范围和更深层次上引发对农信文化建设的关注和讨论。

企业文化是一个不断建设、传承、发展的过程。农信文化建设是一项新的课题,也是一个永恒的任务。伴随着农信文化建设的推进,我国农信事业发展也必将开辟新的境界,为建设社会主义新农村、为全面建设小康社会提供强大的金融支持,作出新的更大贡献。

蒋定之

2008年3月22日于北京

(蒋定之同志系中国银行业监督管理委员会

委员会党委副书记、副主席)

三、服务文化/172

四、信贷文化/210

五、会计文化/261

六、安全文化/288

七、制度文化/308

第三节 形象部分——品牌文化/331

一、实力/332

二、形象/334

三、品牌/345

第五章 建设农信文化/369

第一节 领导表率/371

一、坚持文化信念/372

二、坚持率先垂范/393

第二节 全员参与/420

一、记住身份/425

二、规范行为/441

三、加强学习/447

第三节 组织领导/463

一、采集资源/463

二、搭建平台/467

三、加强领导/473

后 语/480

第四节 企业文化体系 / 34

一、纲领部分——精神文化 / 35

二、主体部分——行为文化 / 41

三、形象部分——品牌文化 / 43

第五节 企业文化资源 / 47

一、按照“贴近”原则,吸收文化资源 / 47

二、按照“贴紧”原则,采集典型资源 / 49

三、按照“贴实”原则,挖掘经历资源 / 50

第六节 企业文化建设 / 51

第三章 农信企业 / 55

第一节 农信企业历程 / 55

第二节 农信企业特征 / 58

一、一般企业的特征 / 58

二、金融企业的特征 / 59

三、鲜明个性的特征 / 59

第三节 农信企业使命 / 61

一、以科学发展观建立农信企业的企业哲学 / 63

二、以科学发展观实现农信企业先进生产力 / 65

三、以科学发展观培育农信企业的先进文化 / 68

第四章 农信文化 / 72

第一节 纲领部分——精神文化 / 74

一、农信企业理念——农信文化的精髓 / 74

二、农信企业精神——农信文化的灵魂 / 81

三、农信企业愿景——农信文化的使命 / 87

第二节 主体部分——行为文化 / 91

一、机制文化 / 99

二、人本文化 / 118

第一章 文 化

我们意在探讨企业文化建设,企业文化必然涉及文化,文化是企业文化的基因,不能撇开文化去谈企业文化,这是一道绕不过的门槛。基层实务工作者,应当站在实务工作的层面,就文化作些必要的讨论。

第一节 理 解 文 化

提起文化,实在奇妙!人们似乎十分熟悉,但是对其如何定义,据细心的学者说,目前已有 200 余种,可谓百家争鸣,百花齐放。这一现象,正是说明文化的丰富性、多样性,只要从不同角度、不同层面切入,都有一片广阔天地。

1

一、文化定义

劳动创造人类,人类在劳动中创造文化。根据这一起源性认识,我们认同中国汉语词典的简明定义:文化,是指人类在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

认同这一定义,不单是对定义表述简明扼要、易懂好记

2 2 的接受,关键是对“总和”的几点文化性领悟。总和,不是指物质财富与精神财富量的简单统计与叠加,而是指物质财富与精神财富质的高度凝结与升华,总体反映人类创造物质财富与精神财富的过程以及内在的关系,故而称其为文化。它的本质内涵主要有以下几点:

第一,总和——总体和合,反映文化的有机整体。物质财富是因相关要件的和合,如若分离,就没有物质财富。精神财富亦是如此。物质财富与精神财富的和合,产生巨大力量,就能更好地创造物质财富与精神财富,如若分离,本质上看就会失去物质财富与精神财富,现象上看容易分成“两瓣子”、“两张皮”,不能形成合力。举个简单例子:一把斧子,是由铁质斧头与木质斧柄两种异质要件和合而成,创造了斧子这一物质财富,如若两者分离,也就不成斧子,失去了斧子这一物质财富。人们在创造斧子这一物质财富时,需要精神财富的支撑,认识铁的性质、如何加工成斧头,认识木头性质、如何加工成斧柄,斧头与斧柄如何和合形成斧子整体等等,这一套构思、设计就是精神财富。可见,精神财富也是由相异要素和合而成的。离开创造斧子的精神财富,也就没有斧子这一物质财富;离开斧子这一物质财富,也就没有相关斧子的精神财富。因此,物质财富与精神财富的总体和合,是文化,是文化的有机整体。人们特别是基层实务工作者研讨文化,不宜将其内在的、有机的和合体人为拆开,形成散离状态;不宜硬把原本清晰、简单的概念搞得模糊、复杂起来,造成自我思想上、行为上的混乱。人类各种活动都是为了创造物质财富与精神财富。人间的一切财富都是由有关相异元素的整体和合创造的,唯有实现整体和合,才能创造丰富的物质财富与厚实的精神财富。这一文化之道,中国古代人已

经十分明白,中国现代人应该更加清楚。应当懂得,经济社会因有和合文化,才能创造财富,才能科学发展。

第二,总和——总体和谐,反映文化的本质特征。物质财富与精神财富的关系是辩证统一的关系。文化即是人类创造物质财富与精神财富的总体和谐,创造精神财富必须以物质财富为基础并适应创造物质财富的需要,创造物质财富必须接受精神财富的导向并规范创造物质财富的行为,彼此协调、顺畅,互为条件、目的,形成文化的和谐整体。仍以斧子为例:斧头是铁质的,用什么样的铁块打造什么形状的斧头,斧柄是木质的,用什么样的木材制造什么形状的斧柄,斧头与斧柄如何和合,其中就有结构、组装和谐问题,实现总体和谐,使用方便顺手,劈、削、锤、砸功能全面,斧子这一物质财富的价值就高。高质量的斧子,既体现了斧子这一物质财富相关要件之间的和谐,又体现了制造斧子的精神财富相关要素之间的和谐,两大财富相互的总体和谐,就是“斧子文化”。文化的和谐整体包括:物质财富内部各种优质要件之间的和谐,创造高质量的物质财富;精神财富内部各种优良要素之间的和谐,创造高品质的精神财富;物质财富与精神财富之间的和谐,创造巨大的文化力量。文化的总体和谐,支撑人类社会的进步。应当懂得,经济社会因有和谐文化,才能持续优化,才能文明进步。

第三,总和——总体和合不是消极的和合,而是积极的和合;总体和谐不是被动的和谐,而是主动的和谐,反映文化的强大活力。人类在创造自己的物质财富与精神财富的过程中,随着历史的发展、时代的进步、环境的变化、条件的不同,在原有的和合、和谐中必然出现不和合、不和谐的因素,有些因素有时还会带来尖锐的矛盾、激烈的冲突。文化就是

坚持与时俱进,在动态中积极主动地追求新的和合、新的和谐,不断修正或搭建物质财富的、精神财富的、物质财富与精神财富的新的“和合机体”,实现优化的“和谐结构”。一次预见性的和合就是一次改革;一次超前性的和谐就是一次创新。文化始终处在自觉整合、协调、提升的无穷过程之中,这种高度自觉,就是文化具有强大活力的所在。正是这种文化自觉的强大活力,每次实施和合、和谐的修正或搭建,因其具体对象不同、复杂程度不同,所用方式、方法也就不同,从而构成人类文化丰富多彩、惊心动魄、波澜壮阔的历史画卷。应当懂得,经济社会因有文化自觉,才会内生动力,才会改革创新。

第四,总和——总体和合不是为了和合而和合,总体和谐不是为了和谐而和谐,而是为了实现具体的、明确的、坚定的进取目标,反映文化的先进方向。纵观人类历史发展过程,每一阶段都有具体的、明确的、坚定的奋斗目标,每一目标的实现,既是文化的力量,又是文化的提升。文化就是顺应客观规律引领人类朝着先进方向,不断赢得胜利,不断获得成功。先进文化始终站在时代前沿呼唤人类朝着共同的理想目标锲而不舍、坚韧不拔直至不怕牺牲、前仆后继地拼搏奋进。翻开历史清晰可见,每个时代都有一批为了实现民族兴盛、国家富强的目标而义无反顾、奉献终生的仁人志士、英雄豪杰,他们是那个时代先进文化的杰出代表。在杰出代表的身边,还有千千万万的无名英雄形成的社会群体,他们是代表先进文化的基本力量,为着共同目标而奋斗、而牺牲。应当懂得,经济社会因有先进文化,才会志向高远,才会自强不息。

上述文化定义以及对定义的简约诠释,属于广义文化的

概念。狭义文化是指意识形态,以及与之相适应的制度和组织等。人们日常生活中泛指的文化,属于一般知识,如“学习成绩”、“文化程度”等。我们应该力求全面理解文化的本质,才能真正提高“文化水平”。人类创造文化,文化哺育人类。人受文化的长期滋养,形成自己的价值取向、生活方式、行为习惯。一个人的价值取向、生活方式、行为习惯,可以透露这个人的文化素养。理解这些,对于基层实务工作者提高思想认识、规范各种行为是实用的,也是必要的。

二、文化与文明

讨论文化,自然联系文明。文明与文化具有相同的一面,都要反映人类创造物质财富与精神财富的成果。文明与文化也有区别的一面,文明反映的是物质财富与精神财富的实际状态,是对一定状态的程度评价;文化反映的是创造物质财富与精神财富的动态过程。由此可见,文明要靠文化来建设、来提升,文化要由文明来体现、来检测。从大处看,一个社会的文明,要靠这个社会的文化建设,这个社会的文明程度,可以检测这个社会的文化建设是否先进。从中处看,一个企业的文明,要靠这个企业的文化建设,这个企业的文明程度,可以检测这个企业的文化建设是否先进。从小处看,一个人的言行是否文明,要靠这个人的文化修炼,有了厚实的文化功底,既能成为一名文明社会的文明人,又能为建设文明社会作出应有贡献。

第二节 民族文化

民族,是指人类在历史发展过程中,因受自然、地理等客