

QI YE WEN HUA

市场经济与企业文化

-05

武汉出版社

97
F270-05
95
2

目 录



序	1
---------	---

理 论 篇

第一章 企业管理与文化	5
第一节 社会大文化与管理亚文化	5
第二节 传统文化与管理	8
第三节 现代西方管理理论的足迹	17
第二章 企业文化系统	25
第一节 企业文化的内涵	25
第二节 企业文化的要素	28
第三节 企业文化的结构与功能	36
第三章 市场经济与企业文化	43
第一节 国外企业文化	43
第二节 中国特色的企业文化	52
第三节 社会主义市场经济 对企业文化的挑战	57
第四章 CI战略—现代企业形象塑造	63
第一节 CI战略	63
第二节 企业形象的分类与评价	72
第三节 企业形象的塑造艺术	78
第五章 现代企业制度与制度文化建设	88
第一节 企业制度与企业制度文化	88



C 385412

第二节 企业制度的变革与企业文化的进化	94
第三节 现代企业制度规范建设	100
第六章 企业经营的文化战略	108
第一节 信息战略	108
第二节 市场营销战略	114
第三节 公关战略	120
第七章 现代企业精神塑造	129
第一节 现代企业精神培育	129
第二节 企业精神塑造的艺术	139
第三节 企业文化与企业家	147

实 践 篇

独具特色的武商文化	153
质量优先的武钢文化	160
争科技领先 创管理一流	171
坚持以人为中心管理 推动企业不断发展	178
全面导入CI 再塑企业形象	187
企业文化建设与经营战略优化	193
“义”“利”关系的重组	201
弘扬榜样精神 争创一流银行	209
营造文化氛围 促进企业发展	216
企业文化与班组建设	224
后 记	232

序

管理在本质上是一种文化，随着社会化大生产的出现，首先在西欧产生了较为系统的经济管理思想，管理科学的产生和迅猛发展是本世纪一个明显的文化特征。

企业文化理论是80年代初期在对当代管理理论和文化学理论综合研究和探索中逐步酝酿提出的一种新的管理理论。它的根在日本，发祥地在美国。它是伴随着科学技术的迅速发展、生产过程现代化和社会化水平不断提高，市场竞争日趋激烈的产物。其明显特征是：重视人的因素，把提高人的素质作为发展生产的重要条件；重视围绕企业目标、企业发展战略，培养企业精神、企业价值观念和道德意识；重视企业物质环境和精神环境的建设；重视职工以企业为家的责任感和归属感，形成企业强大的凝聚力，使企业发挥整体优势，以创造最佳的经济效益和社会效益。简言之，企业文化是以人为中心的新的管理思潮。

企业文化理论于80年代中期传入我国，在改革开放的大环境下，我国的企业面临着由传统的产品经济模式向市场经济体制的转化。改革开放的大潮冲击着传统管理文化，如何弘扬中华民族传统文化的精华，吸取西方企业文化的合理成分，逐渐培育具有中国文化特色的社会主义企业文化，这是管理理论和实践需要解决的重大课题。正是在这种背景下，西方企业文化理论受到我国理论界和企业界的关注。从引进介绍西方的企业文化到中西企业文化的对比研究，以及在企业管理活动中的实践探索，使企业文化建设在我国的企业管理和市场经济发展中日益发挥着重要的作用。

江泽民同志在“十四大”所作的报告论述了建设有中国特色的社会主义理论的主要内容，明确提出“我国经济体制改革的目标是

建立社会主义市场经济体制”。在精神文明建设方面，提出“搞好社区文化、村镇文化、企业文化、校园文化的建设”。这对建设有中国特色的社会主义企业文化提出了明确的方向，也是全党和全社会抓紧建设企业文化的千载难逢的好机会。我国的企业文化建设将进入发展的新时期，推进并加速企业改革步伐，顺利进入市场，促进社会主义市场经济的发展，这是当前企业文化应研究的主题。

我们要建立的社会主义市场经济体制，就是要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用，使经济活动遵循价值规律的要求，适应供求关系的变化；通过价格杠杆和竞争机制的功能，把资源配置到较好的环节中去，并给企业以压力和动力，实现优胜劣汰；运用市场对各种经济信号反应比较灵敏的优点，促进生产和需求的及时协调。建立社会主义市场经济体制的中心环节是转换国有企业的经营机制，把企业推向市场，使企业成为市场竞争的主体。企业的生产发展就是要靠市场盈利，不适应市场，企业只有被淘汰。企业文化理论是在市场经济最发达的国家中创立和发展起来的，目前西方企业又纷纷导入了CI战略。这些新的管理思潮最能适应市场经济的运行。我们在建立现代企业制度的过程中更要注重学习和借鉴。

我国人民有勤劳、节俭、集体主义等美德，我们党历来把加强思想政治工作作为政治优势，也有这方面的好传统，我们的企业曾创建过“两参一改三结合”的管理经验，“三老四严”的企业精神深入人心。改革开放以来，解放思想，更新观念，我们又出现了一批具有中国特色的优秀的企业文化建设的典型，我们应该而且可能创造出有别于西方文化而且内涵更加丰富、更加符合我国国情、效率更高的社会主义企业管理模式。

《市场经济与企业文化》一书，是1994年全市资助的一项科研课题的研究成果。本书的基本特点，一是历史与逻辑的统一。它追寻着人类管理理论的足迹，又探讨了市场经济条件下企业文化建设面临的一系列新课题。二是系统性。它用系统分析法剖析了企业文

化的要素、结构、特征、功能以及企业与市场经济环境等各方面的关系。三是可操作性。该书针对我国企业的现实状况，探索了企业文化在中国的实践和操作，因而具有较强的实用性。本书的问世必将对市场经济条件下企业文化建设的理论研究和实际工作起到积极的推动作用。

杨 振 兴

1995年5月

第一章 企业管理与文化

管理在本质上是一种文化,随着社会化大生产的出现,首先在西欧产生了较为系统的经济管理思想。管理科学的产生和迅猛发展是本世纪一个明显的文化特征。瑞士经济学家肯德说:“19世纪是工业世纪,20世纪则作为管理世纪而载入史册。”

管理文化既有继承性,不同民族又彼此借鉴。这就要求我们不仅要尊重我国一切优秀的管理文化遗产,善于发掘出现代管理可以继承的东西,又要认真地学习和借鉴现代资本主义各国的先进管理理论和实践。科学是没有国界的,人类文明的成果,是全人类的宝贵财富。

第一节 社会大文化与管理亚文化

一、文化的含义

当今世界,许多学科、许多学者都在研究文化现象,对于文化的界定众说纷纭,多达160多种。文化有广义和狭义之分,按照马克思的观点或对文化作广义理解,文化就是“人化”,即人的本质的对象化。马克思认为,人之高出于动物,在于他们不是坐等自然的恩赐而是能通过实践向自然索取。换言之,人能按照自身的需要通过实践去能动地改造自然、改造社会和自身,不断创造一个适合人的生存和发展的人文环境,这就是自然的“人化”过程或创造文化的过程。因此,凡是由人所创造或被打上人类意志印记的一切,包括各类器物、组织、制度和意识形式都属于文化范畴。

十九世纪后半叶的英国人类学家E.泰勒对文化曾下过经典性的定义:“文化或文明,就是人作为某个社会的成员所获得的知

识、信仰、艺术、道德、法律、习惯等一切能力或习性的总体。”

我国《辞海》(1979年)对文化的解释是：“从广义来说，指人类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。从狭义来说，指社会的意识形态，以及与之相适应的制度和组织机构。”

文化的狭义理解有两种，一种是相对社会经济、政治而言的文化，即毛泽东所说的意识形态的文化。意识形态的文化是指反映一定经济和政治的精神产品或社会意识，它既包括构成上层建筑的各种社会意识形态如宗教、道德、艺术、政治法律思想、哲学等等；也包括各种科学技术。另一种专指文学艺术。此外，体育、杂技、卫生也应列入文化范围。

管理也是人类文化之一种。从广义角度来界定的文化属于社会大文化，管理文化是其中类型之一，我们可以把管理文化称之为亚文化。它主要受社会经济、政治、文化传统的影响，又是由人类创造、世代相传并随着时代而不断变化的。

二、文化与管理

文化同管理之间是相互渗透、相互制约、相互影响的关系。

1、文化离不开管理

管理作为广义文化之一，对其它文化有渗透、制约和影响作用。即管理对社会生产和其它需要协作的社会团体活动所发挥的预测、计划、组织、指挥、调控等功能。

古埃及的金字塔，罗马的斗兽场，中国的万里长城、大运河、都江堰等举世闻名的浩大工程，如果没有相当的工程管理水平，仅仅靠人力和技术，人数众多的工匠和劳力是难以施展各自的才能的。据说，修筑埃及某金字塔每天得动用20万奴隶。要将这么多奴隶组织起来投入修建工程，显然离不开严密的劳动管理。长城嘉裕关一段为土城，据史料记载，为使夯土结实，负责长城修建的监工曾用钢锥扎城检查其质量，凡钢锥可扎入的土城被认为不合格，必须推倒重来，直到“针插不入”方算成功。二千年前中国古代水利学家、秦昭王时的蜀郡太守李冰在都江堰工程的设计上就采取了系统

工程原理，他设计的鱼咀分水、飞沙堰分洪、宝瓶口引水，使都江堰具有运输、防灾、灌溉等多种功能，千百年来造福于民，蕴含了中国古代人民的智慧和创造力。

今天，随着科学技术的飞跃发展和生产社会化程度的空前提高，代表当代文化成果的一些现代工程，如航天工程、海洋开发工程、海峡隧道工程、人造生态环境工程、核电工程等，更使人们叹服。这些现代工程，一方面集中反映了当今世界科技文化水平的空前提高，另一方面也证明着当代管理水平之高。如果没有现代管理，如果不通过现代管理将不同行业、不同专业、不同地区以至不同国家的相关人才组织起来，对其无比复杂的工程建设进行严格的计划、指挥、协调、控制，那么这类工程就根本无法进行。在这种意义上，可以说没有管理就没有文化，文化离不开管理。

2、管理也离不开文化

文化对管理的影响制约作用表现在如下方面：

其一，器物文化是管理不可缺少的物质条件。器物文化即人类精神产品物化，包括各类物质产品。很明显，任何管理都有它的物质载体和一定的物质管理手段。企业的厂房设备、商业的建筑设计，各种先进的管理工具如现代的通讯设备、计算机等等都是一定社会文化进步的产物。

其二，制度文化决定着管理的根本性质。管理具有两重性，即管理的技术性和管理的社会性。技术性包括管理的科学决策程序、计划的制定方法、合理的组织原则、有效的指挥艺术和严密的调控机制等，它遵循着效率原则，属于管理的自然本质。管理的社会性是指管理在受生产关系制约下的各类社会属性，包括管理者的社会地位或所属的阶级的阶级性、管理者的价值观念和价值取向、管理关系和社会性质以及管理所产生的社会意义等，它属于管理的社会本质。管理的两重属性需要确立管理体制，这种体制表现为一种制度文化，所谓管理制度文化，是比管理制度更广泛、更根本的管理文化，它从根本上取决于当时根本经济制度的性质和要求，而又受

政治法律制度的保护和干扰。

其三，观念文化对管理也有控制作用。管理是人对人的管理，而人们之间，其追求、爱好、理想、目的等价值观念又存在着差别甚至对立。这就需要有团体的价值共识，以形成凝聚力。因此，观念文化对组织成员进行思想控制是管理的又一种职能。

其四，科技、教育、卫生、文体体育活动等物质文化，是提高管理水平和强化管理效应必不可少的条件。现代企业竞争离不开管理，但管理效应的提高已经不再是通过野蛮的方式取得，而是取决于人的素质的高低。因此，现代企业要提高管理水平和竞争力，越来越依赖于科技、教育、文化水平的提高。也就是说，现代的管理不能就事论事，管理不能仅仅着眼于对现存的人、财、物的组织和调配，而应特别注意开发人的体能和智能，提高组织成员的文化素质。

管理与文化互相依赖和制约的辩证关系，使我们研究企业文化的视角要同时瞄准管理的现代化和文化的现代化。

第二节 传统文化与管理

管理既是一种文化现象，就离不开传统文化。传统文化包括思想观念、哲学、典章制度、语言文字、文学艺术、科学技术、管理、风俗、习惯等方面，即使衣食住行中也渗透着传统文化。传统文化既包括中国的也包括外来的传统文化。我们在建设社会主义现代化的今天，要弘扬中华民族优秀的传统文化，又要吸收外来先进的管理文化。无论是继承传统文化，还是吸收外来文化，都要加以改造，使其适合我国现代化的发展。

一、传统文化对管理的影响

1、传统的民族精神是企业成功的凝聚力

鲁迅先生曾深刻地指出：“惟有民魂是值得宝贵的，惟有他发扬起来，中国才有真进步。”旧中国的民族工业顶住了帝国主义和

封建势力的压力，实业救国闯出了一批优秀的企业和企业家。新中国成立初期王铁人提出的“宁可少活二十年，也要拿下大油田”的气概正是我国民族精神的写照。传统民族精神是一种巨大的持久的向心力和凝聚力，管理者若注重发扬民族精神，就可以强化团体观念和激励组织成员的工作热情。日本企业管理成功的秘诀之一，就在于企业家们历来重视培养日本传统的“家族精神。”韩国近20年来经济发展的奇迹引起世界称赞，这与韩国人发挥民族精神影响力分不开，他们喊出了“南韩第一”的口号以鼓励国民奋斗，对政府官员和国民提出了“不坐外国车，不抽外国烟”的口号，以激励民族精神。

2、传统文化对人们思维定势的影响

传统文化包含着一种巨大的心理惯性，这种心理惯性以不同的方式不自觉地支配着人们的精神生活，形成人们的思维定势。

一则幽默故事说：以大象为题令人命题作文，德国人定的是《论大象的思维》，法国人写的是《大象的情爱》，俄国人写的是《俄罗斯的大象是世界上最伟大的大象》，中国的题目则是《大象的伦常》即大象的伦理道德。另一则幽默故事说：一幢各族杂居的大楼失火，犹太人首先背出的钱袋，法国人立即抢救情人，中国人则奋不顾身地寻觅老母。

这两则故事自然只能当作谈资，决不可生搬硬套，但这些笑料毕竟大略勾勒出上述民族的一些特色：德意志民族重哲学思辩、法兰西民族重情爱、犹太人重金钱、俄国人的大俄罗斯民族自豪感、中国人的重伦理。这就是由民族性格积淀成的思维定势。当然，民族性格不是一成不变的，而是随着生活条件的变化而变化的。

在跨国公司里，往往有多民族的人在一起工作，也常发生一些观念冲突的事。在意大利的阿城，该城工会曾向法院起诉，状告企业里的日本人工作太卖劲，认为他们这样的干法，不符合意大利人的习惯，妨碍了他们的生活。在西方人的眼里日本人是只会工作的“蜜蜂。”因此这就有一个企业文化的融合问题。因此，高明的管

理，就应当了解、利用以致设法改变组织成员的思维定势，这样才能知人善任。

3、了解不同民族的消费习惯和心理对管理经营有重要作用

有这么一件耐人寻味的事。一些日本人组团访问中国，中国方面热情欢迎客人，但是日本方面首先感到惊奇的是，只是团长一人被请进高级轿车里，随行的团员则不管三七二十一全被塞进面包车。这是因为汉民族社会有一种非常重视团体首长的源远流长的组织文化。然而，这种做法对于已习惯战后的平等主义，把团长看做不过是给团体跑前跑后的高级听差的日本人来说，这一习俗是颇为奇怪的。

不仅日本人，在民主环境中成长的美国人，对此也怀有与日本人同样的感触。据说美国某访华团，团员按照轮班制每天轮流做团长，从而轮流坐轿车。这样一来，却惹恼了中国方面，认为这是有意嘲讽中国的崇上思想，甚至有人说“不愿意跟这样吊儿郎当的团体打交道。”这说明民族间文化要素的差别是比较大的

就连宴会的方式也因各国、各文化圈而异。日本人饭后一定要大家一起停下筷子，否则心情就不舒畅，而中国人则认为餐桌吃的杯盘狼藉才算尽意。中国人的酒宴以丰盛吃不完为风光，西方国家以恰到好处为宜，剩下的店主备有带回的包袋，让人“吃不了兜着走”。

了解不同地区和民族的习俗和生活方式，对经营活动很重要。比如企业在预测市场需求、确定生产目标的时候，除去要考虑原料、技术、成本、利润等情况，还必须了解消费者的生活习惯和方式，以及不同的行为文化。

二、中国传统文化与管理

中华民族优秀的传统文化，是中华民族几千年文明史所创造的宝贵财富。它经历时代变迁，人间沧桑，始终活在一代又一代人的心中，并以其雄伟、博大、深沉、辉煌的魅力，影响着人们的思想和行为。它是东亚文明的体现，其管理思想中闪烁着中国古典文化的

光辉。

1、儒学对东亚现代化的影响

中国传统文化中儒道佛对中国社会发展起了重要的作用，其中儒家文化是中国传统文化的主流。日本企业界高层决策人物普遍对中国古典文化有相当的基础和认识。他们的钟爱与熟读的中国古籍有《论语》、《资治通鉴》、《菜根谭》、《三国志》、《孙子兵法》等。他们认为，中国古典文化充满了智慧，从中可以学到许多当代企业领导者应具备的待人处世的准则。日本著名学者树山孚指出：“日本式的企业管理的诀窍恰恰是擅于激动，而这种诀窍中有不少是渊源于中国古典思想的。在现代经营管理的问题上，我们日本都可以求教于中国的古典文化，从中受到启迪和教育。”

中国古典文化中的许多原则被日本企业经营者巧妙地运用到企业管理中。如松下公司决策人物自称，其公司所采取的既有宏观统筹控制，又有微观灵活机动的组织管理体制，就是依据中国古典文化中的“为政以德，譬如北辰，其所而众星拱之”的原则建立的。他们认为，现代企业组织结构的上下级关系就像北极星与众星的关系一样，形成一种“拱辰”之势，管理才有效力。此外，中国古典文化中“和为贵”的概念和思想，对日本企业经营者也产生了很大的影响。日本企业界人士认为，一个企业只有具有和谐、和睦、团结与合作的气氛和环境，才能在此基础上发挥每个员工的技能和才智，从而追求和达到企业的最高目标。中国的古典文化对日本的影响是不可低估的，难怪日本称日本的管理是“《论语》加算盘。”

新加坡现内阁资政李光耀对儒家思想一直有着浓厚的兴趣，因而被选为国际儒学联合会名誉理事长。他在北京国际儒学联合会成立仪式的致词中说，“从治理新加坡的经验，特别是1959年到1969年那段艰辛的日子，使我深深的相信，要不是新加坡大部分的人民，都受过儒家价值观的熏陶，我们是无法克服那些困难和挫折的。新加坡的人民有群体凝聚力，能够以务实的态度，来看待治理国家和解决社会问题。”并说：“我相信，一个社会如果能够保留它的核心价

价值观，特别是具体概括在五伦内的价值观，将能促进家人与家人之间、家庭与家庭之间，以及家庭与政府之间，良好有序的关系。这些关系的基本含义和重要性，并没有随着时代而改变，工业化和科技发展，并没有使它们与时代脱节。”新加坡华人占总人口的76%，华族文化注重五伦，也就是：父子有亲，君臣有义，夫妇有别，长幼有序，朋友有信。他们接受中国的传统道德，而不接受美国人那种极度的个人主义。其结果使新加坡成了最富的华人国家。

在最近举行的纪念孔子诞辰2545周年的学术研讨会上，来自20多个国家和地区的数百位专家和社会贤达，就儒学思想在现代社会的作用，特别是对东亚现代化的贡献，进行了热烈的讨论。韩国成均馆大学教授安炳周博士认为，儒家思想是东亚经济发展的源动力，对韩国的现代化和经济发展是起促进作用的。儒家思想对防止随现代化的发展而产生的私欲、利己主义等不良倾向和社会思想的堕落可以起一定作用。他认为儒家思想对韩国影响最大的一是重视教育，二是团体主义、团队精神所产生的凝聚力。

从东亚各国来看，儒家倡导的敬业乐群的品格，是能够适应和促进这些国家现代化进程的。但是儒教文化本质上是维护封建秩序的，它是阻碍近代资本主义产生的精神因素，这也是中国在近代落伍的主要原因。近代资本主义之所以未能在中国产生，其根源就在于儒家伦理的价值体系。

东亚吸收的儒学并非儒家理论的全本，而是经过融合、创造和转化了的东西。不是儒家文化产生和发展了资本主义，而是日本和“四小龙”在已经实现或基本实现现代化之后，对它们全盘西化以后所出现的道德危机的补编救弊。是在接受西方近代文明的同时，又以东方中国传统的儒学为治理西方社会病的一剂良方。如新加坡社会通过共识而达成的五个中心价值(又叫五大原则)基本是儒家伦理在当代社会的体现。这五大原则是：一、社会国家高于个人；二、家庭是社会组织的基础；三、社会、国家对个人的尊重；四、协调而不是抗争是解决冲突的正常途径；五、种族与种族、宗教与宗教、语

言与语言的和谐。

中国在走向现代化的过程中，对儒家资源的吸取具有迫切性，我们当前加强爱国主义精神教育，其中有很多是儒家文化的优良传统。但是对传统文化又不能生搬硬套，急功近利，只能采取历史的辩证的态度，对传统文化进行自我更新，从而推动社会主义市场经济的发展的社会主义精神文明建设。

2、传统文化与中国管理

在中国企业管理中，传统文化的影响是不可低估的，其主要影响如下：

第一，人伦思想与以人为中心的管理。

对人本身的重视是中国儒学的一个重要特点。孔子曰：“未能事人、焉人事鬼”，“敬鬼神而远之”，以及“厩焚，问人，勿问马”的记载都表明从儒家先师孔子那里就开始了对人的重视。虽然儒家文化是从“人与天地万物为一体”的整体角度来看待世界的，但在这个世界图案中，人居于中心的位置。儒家深信价值之源在于内心，这与“见物不见人”的早期资本主义管理思想恰成鲜明对比。

第二，增强企业战略观念，完善企业战略艺术。

《孙子兵法》中的一些原则是值得借鉴的。比如“知己知彼，百战不殆”。前提就是要充分掌握信息，这与现代社会经济发展的要求是一致的。孙子提出了知己知彼的“较理七计”：郡主孰有道（哪个领导者掌握道理，更有智慧）？将孰有能（哪些部门的官有才能）？天地孰得（谁的环境形势更有利）？法令孰行（谁的法令和制度更能贯彻）？兵众孰强（谁的队伍最强干）？士卒孰炼（谁的兵士更炼达）？赏罚孰明（谁的赏罚更分明）？这七种比较不仅是古代打仗，也是今日企业竞争重要的方面。又如：“未战先算”是指掌握了充分信息后，重要的是统筹定计。孙子说：“多算胜，少算不胜，况于无算乎？”再如，“奇变权谋”。孙子强调出人意料，技高一筹的方略，如“人无我有、人有我转、人好我转”等等也是十分有效的经

营战略。

第三，传统文化中有有效的领导艺术和素质。

如，“智信仁勇为，不可失之一偏”。企业家要有丰富的知识，多样的才能，特别是决策的能力、组织用人能力、协调和沟通能力、不断创新能力。又如，“以道为心，为将重法”。在决定企业经营战略的诸因素中“道”是首位的，“将”是次位的，道制约将，将服从道，政治修养是重要的条件。还有“贵有自知之明，求适不求一”。等等，都是很好的领导艺术。

第四，协调人际关系。

古人关于“信”、“诚”、“德”、“善”、“和”等观念都是着眼于人际关系的，特别是“和为贵”的观念。“和谐高于一切”的人际关系准则，在现代管理中的作用得到了证实。

传统文化中的丰富管理思想还有很多方法需要去研究和发掘，这将是企业文化建设的重要任务。

3、传统文化的继承、转化和改造

中国的传统文化绵延五千年，这足以证明其有优秀传统，但15世纪以来，中国的科学文化也确实落伍了，这又证明其有缺点。中国传统文化中还有消极的不利于现代化的一面，主要表现在：

第一，泛伦理化，重义轻利。传统文化否定人们追求物质利益的合理性，所谓“君子喻于义，小人喻于利”，“存天理，灭人欲”，这种观念是不利于商品经济发展的。

第二，平均主义思想。“不患寡而患不均”这一思想在中国社会影响深远，历来农民起义都以“均”作为主要目标。这也是“大锅饭”难以破除的思想渊源。

第三，中庸观念。传统文化追求一种心理平衡，不偏不倚，企图不打破本来存在的秩序和格局。这就抑制了追求变革的心理。

第四，重群体意识，轻个人创新。维护封建的等级制度，讲君臣大义，“克己复礼为仁”，强调服从秩序，忽视和否定个体意识，不敢为天下先，不鼓励创新和开拓。