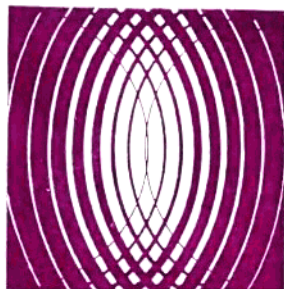


QI YE WEN HUA JIAN MING ZHI SHI

企业文化 简明知识

青岛市职工思想
政治工作研究会 编写



青岛出版社

0-05

目 录

领导同志谈企业文化.....	(1)
----------------	-------

第一部分 企业文化概述

1.文化.....	(3)
2.文化的分类.....	(4)
3.企业文化.....	(4)
4.企业文化与社会文化.....	(5)
5.企业文化理论的形成.....	(6)
6.企业文化的基本特征.....	(7)
7.社会主义企业文化特征.....	(8)
8. I 理论.....	(9)
9. K理论.....	(10)
10. 11C理论.....	(11)
11. 7—S模型.....	(11)
12. 企业哲学	(13)
13. 企业道德	(14)
14. 企业民主.....	(15)
15. 企业风气	(16)
16. 企业制度	(17)
17. 企业目标	(18)
18. 企业素质.....	(19)

19.英雄人物·····	(20)
20.仪式·····	(20)
21.文化网·····	(21)
22.企业文化活动·····	(21)
23.企业文化载体·····	(22)
24.企业文化的功能·····	(23)
25.我国企业文化兴起的背景·····	(26)
26.当前我国企业文化建设的状况·····	(27)
27.建设企业文化的历史必然性和现实必要性·····	(28)
28.建设企业文化是深化改革的必然要求·····	(29)
29.研究和建设企业文化的现实意义·····	(31)
30.企业文化是一种现代化的管理方式·····	(33)
31.建设企业文化是焕发企业潜力的关键·····	(34)
32.建设企业文化意味着管理思想的5个转变·····	(35)
33.建设具有本企业特色的企业文化·····	(36)

第二部分 企业价值观与企业精神

1.价值·····	(39)
2.价值观·····	(40)
3.企业价值观·····	(40)
4.企业价值观和企业文化的关系·····	(41)
5.企业价值观与企业精神的关系·····	(41)
6.企业的基本价值观·····	(43)
7.企业经营管理价值观·····	(43)
8.企业经营管理价值观的演变·····	(44)
9.企业价值观的基本特征·····	(44)

10. 社会主义价值观的共性与个性·····	(45)
11. 企业 价值观的作用·····	(46)
12. 企业价值观的塑造·····	(49)
13. 塑造企业价值观的重要意义·····	(51)
14. 企业价值观的确立原则·····	(53)
15. 企业 价值观确立步骤·····	(55)
16. 企业价 值 观的确立方法·····	(57)
17. 企业价值观的贯彻方法 ·····	(58)
18. 企业 价值观的影响因素 ·····	(61)
19. 企业精神的内涵·····	(62)
20. 企业 精神与企业文化的关系·····	(64)
21. 企业精神 的基本特征·····	(65)
22. 近代中国 民族资本企业的企业精神·····	(67)
23. 革命 根据地的企业精神·····	(70)
24. 50—60年代社会主义企业的企业精神·····	(72)
25. 当前社会主义企业精神建设发展趋势·····	(75)
26. 企业精神的个性化·····	(78)
27. 企业精神个性化的方法 ·····	(79)
28. 企业 精神树立的一般程序·····	(81)
29. 企业精神 培育的一般方法·····	(83)
30. 企业精神与行业精神·····	(86)
31. 企业 精神 与班组意识·····	(87)

第三部分 企业环境与企业形象

1. 企业环境·····	(90)
2. 企业内部环境和外部环境的关系·····	(90)

3. 企业最佳环境的特点·····	(92)
4. 企业环境在企业文化建设中的地位和作用·····	(92)
5. 美化企业内部环境的必要性及途径·····	(93)
6. 创造一个“人尽其才，各展所长”的环境·····	(95)
7. 创造企业最佳环境的途径·····	(96)
8. 企业形象·····	(97)
9. 企业形象在企业发展中的作用·····	(98)
10. 企业形象在企业文化建设中的地位和作用·····	(99)
11. 企业外部形象和内部形象·····	(100)
12. 企业形象与企业素质的关系·····	(101)
13. 企业形象与企业职工素质的关系·····	(102)

第四部分 企业文化与企业思想政治工作 及其它方面的关系

1. 企业文化与企业思想政治工作的相同点·····	(104)
2. 企业文化与企业思想政治工作的不同点·····	(105)
3. 借鉴企业文化理论要抓住两个重点·····	(106)
4. 借鉴企业文化理论应坚持的原则·····	(107)
5. 企业文化与传统文化的关系·····	(109)
6. 企业文化建设与精神文明建设的 关系·····	(111)
7. 企业文化与科学管理的 关系·····	(112)
8. 企业文化与行为科学管理理论的 关系·····	(113)
9. 企业文化建设与企业领导者的 关系·····	(115)
10. 企业文化与企业党的建设的关系·····	(116)
11. 企业文化建设与生产经营的关系·····	(118)
12. 企业文化与企业文化活动的关系·····	(119)

第五部分 企业文化建设

1. 建设企业文化必须从实际出发…………… (121)
2. 企业文化建设的目标…………… (121)
3. 企业文化建设内容确定的原则…………… (122)
4. 企业文化建设的步骤…………… (123)
5. 如何编制企业文化发展规划…………… (123)
6. 如何制定自己的经营战略…………… (124)
7. 企业文化建设应从抓企业精神入手…………… (125)
8. 完善企业民主是企业文化建设的重要保证…………… (125)
9. 企业怎样制定自己的治厂方针…………… (126)
10. 企业怎样确定自己的口号…………… (126)
11. 如何确定厂旗、厂徽、厂歌…………… (127)
12. 设计确定厂服应掌握哪些主要原则…………… (128)
13. 在企业文化建设中如何注意厂容厂貌建设…………… (128)
14. 怎样建立企业内最佳人际关系…………… (130)
15. 如何创造一个使职工心情舒畅的心理环境…………… (131)
16. 在企业文化建设中怎样营造一个充满
“人情味”的氛围…………… (133)
17. 如何塑造良好的企业形象…………… (134)
18. 如何提高企业的知名度…………… (135)
19. 企业如何有效地开展广告宣传…………… (136)
20. 如何搞好厂风建设…………… (137)
21. 如何制定企业的道德规范…………… (138)
22. 怎样开展企业文体活动…………… (139)
23. 企业家在企业文化建设中的地位和作用…………… (140)

24. 企业领导应具备的素质和应有的形象·····	(141)
25. 建设企业文化必须有一支优秀的管理干部队伍·····	(142)
26. 建设企业文化离不开先进人物作用的发挥·····	(143)
27. 要善于发现、培养和树立先进典型·····	(144)
28. 企业教育在企业文化建设中的作用·····	(145)
29. 工会在企业文化建设中的作用·····	(146)
30. 共青团在企业文化建设中的作用·····	(147)
31. 科协在企业文化建设中的作用·····	(147)
32. 企业文化建设的机构设置·····	(148)
33. 如何在班组中开展企业文化建设·····	(148)
34. 企业文化的重塑和再造·····	(149)
35. 如何认识企业文化建设的长期性·····	(150)
36. 当前企业文化建设应注意的几个问题·····	(151)

第六部分 企业文化建设实例

青钢“过河卒”精神的形成

·····青岛钢铁总公司	总 经 理 杨积立 党委书记 肖玉璋	(153)
--------------	-----------------------	---------

前哨精神的提炼及其培育实践

·····青岛前哨机械厂厂长	蔡维中	(158)
----------------	-----	---------

塑造科学的企业价值观 树立良好的企业形象

·····青岛电冰箱总厂		(163)
--------------	--	---------

正确处理企业文化建设中的几个关系

·····四方机厂党委书记	李常顺	(168)
---------------	-----	---------

培育班组精神 促进企业文化建设

·····青岛捷能动力集团公司党委书记	徐建宏	(173)
---------------------	-----	---------

严格的企业管理 宽松的企业文化	
.....	青岛华钟制药有限公司 (178)
青纺机械厂企业文化模式雏形构思	
.....	青岛纺织机械厂 (185)
加强企业道德建设 促进企业发展	
.....	青岛染料厂 (188)
浅谈企业美化	
.....	青岛电视机总厂 师青田 (192)

第七部分 日本美国企业文化简介

1. 日本企业文化的溯源与现状.....	(197)
2. 日本企业文化的理论基础——“和”	(198)
3. 日本企业文化的特点.....	(200)
4. 日本企业文化的群体效能.....	(202)
5. 日本企业文化的内涵.....	(203)
6. 日本的几个企业文化简介.....	(207)
7. 美国企业文化的基本模式.....	(209)
8. 美国企业文化的特点.....	(211)
9. 美国新型企业文化的8种基本价值观.....	(213)
10. 美国管理学家对企业文化要素的认识.....	(214)
11. 日美企业文化比较.....	(218)
后 记	(217)

领导同志谈企业文化

搞好社区文化、村镇文化、企业文化、校园文化的建设，……把精神文明建设落实到城乡基层。

江泽民：在中国共产党第十四次全国代表大会上的报告

近几年社会上出现了许多新的文化现象，社区文化、企业文化、校园文化、家庭文化的兴起越来越受到广大群众的欢迎。

李瑞环：在中国职工思想政治工作研究会第六次年会上的讲话

企业文化、校园文化、军营文化、社区文化、乡村文化等文化活动，都是经济发展、社会进步、文化提高的表现，都是大得人心的。

李瑞环：同出席全国精神文明建设活动工作会议的代表座谈时的讲话

建设企业文化，提高职工素质，发展商品生产，繁荣民族经济。

袁宝华：为《企业文化》杂志创刊题词

现在证明这个题目抓得对，“十四大”报告也写上了要搞好企业文化，有这么个宏大题目和宏大志愿……因为这个事情关系很大，大题目要做大文章，大题目小文章就不值得

做，大题小做划不来，小题大做是另外一回事。现在是大题目要大做，大做要扎扎实实地做，不是形式主义，要扎扎实实地开展起来，确实对国家和企业建设，而且对中华民族做出贡献。

郑必坚：在中国企业文化研究会第二次会员代表大会上的讲话

我们企业文化、企业精神能否提高到一个新水平，上新台阶，关系到中华民族的振兴和中华民族的精神，这是现代化必不可少的其中应有之义。

郑必坚：在中国企业文化研究会第二次会员代表大会上的讲话

发展企业文化，振奋企业精神。

姜春云：为《山东企业文化》题词

企业的生存和发展，仅仅靠经济体制改革，单纯地靠技术、靠资金、靠管理是不够的，它还必须要靠精神文明，靠发挥人的智慧和潜能，也就是说，必须加强包括共同的价值观念、道德规范、生活态度、企业发展战略等内容在内的企业文化建设，才能使企业更具有凝聚力、战斗力，才能不断地取得更好的经济效益和社会效益。

赵志浩：在山东省企业文化学会成立大会上的讲话

第一部分 企业文化概述

1. 文化

文化通常是指人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。有时特指精神财富，如科学、教育、文学、艺术、宗教、道德、法律等。

关于“文化”的定义，有人曾作过专门统计，发现国内外学者从各门学科、各个角度给“文化”下的定义竟有 260 种之多。但最常见的有两种定义方式：一是“总和法”，认为文化是人与自然、人与世界全部复杂关系种种表现形式的总和，或是人类创造的物质文明和精神文明成果的总和；二是“层次法”，认为文化分为物质的、制度的、心理的 3 个层次。

实际上，现实生活中人们对“文化”的理解呈现出很强的层次性。通过分类归并，我们对“文化”的定义可以依次排一个顺序如下：（1）学文化的“文化”，如人们通常用识字与否或识字多少来划分有无文化，根据上学时间来划定文化程度；（2）文化修养的“文化”，如人们通常把行为粗俗的人称为没有文化修养者，而把举止文雅的人称为有文化的人；（3）文化部门主管的“文化”，这主要是指图书、文博、艺术等，是一种与教育、学术相区别的文化；（4）观念形态的“文化”，除了政治、经济、军事等，都可以称为文化，这种意义上的文化最为常见；（5）大文化“概念”的文化，它包括人类生活中全部的物质财富

和精神财富。

企业文化概念中的“文化”，是指大文化概念的文化，不是文化知识的“文化”，也不是指开展文体活动中的“文化”。

2. 文化的分类

用科学方法来划分，可以按照各种文化样式的功能、表现形式和作用对象的不同，把文化划分成各种类型。按文化的细类加以划分，可以分为科学文化、学术文化、民俗文化、艺术文化、饮食文化、服饰文化、企业文化等等；按文化的性质加以区分，则可大致分为政治文化、军事文化、经济文化、城市文化、校园文化、社区文化、企业文化、农村文化等等。以上各种文化都是整个社会文化的一个组成部分，是社会文化的亚文化。

3. 企业文化

企业文化是整个社会文化中的“亚文化”或“次文化”。企业文化在国外也有人称之为“公司文化”、“组织文化”、“社团文化”。企业文化是处于一定经济社会文化背景下的企业，在长期生产经营过程中逐步形成和发育起来的日趋稳定的独特的企业价值观，企业精神、行为规范、道德准则、生活信念，企业风俗、习惯、传统等，以及在此基础上生成的企业经营意识、经营指导思想、经营战略等。一般说，企业文化由“内隐文化”和“外显文化”两部分组成：“内隐文化”是指企业的价值观念、历史传统、道德标准、行为规范、企业目标、企业精神等方面的内容；“外显文化”是指企业的厂房、设备、技术、商标、产品、服务，企业外部形象、组织体制、规章制度，以及文化教育、体育

娱乐设施和各种活动等等。企业的外显文化是内隐文化的外在反映。

4. 企业文化与社会文化

企业文化同农村文化、牧区文化、学校文化等一样，是社会文化的子系统，也可称为社会文化的亚文化。企业文化的这种属性，决定了它一方面必须遵循社会所共同遵守的信仰、准则、习惯以及规则和规范；另一方面，由于企业和社会存在着明显的利益差别，企业文化又有许多明显不同于社会的价值观念和行为准则。

从总的情况来看，企业文化受到社会文化的指导和制约。更确切地说，企业文化是社会文化影响和渗透的结果，是社会文化的具体体现。社会文化的这种指导和制约作用表现在3个方面：一是社会文化为企业文化建设提供了基本的框架和基本准则。二是社会文化为企业文化提供了丰富的养分，充实了企业文化的内容。三是社会文化的发展会带动企业文化的发展。

从企业文化方面来看，虽然企业文化是社会文化的具体体现，但这种具体体现并不仅仅是社会文化的简单延伸，而且是社会文化的创造和发展。一是企业文化丰富和充实了社会文化，特别是丰富和充实了社会文化中的经济部分。社会是人与人之间各种关系的总和，范围很广泛，不仅有经济的，也有政治的、法律的、道德的等许多方面的关系。由于社会的范围很广，决定了社会文化具有高度抽象、概括的特点，它不可能对某个具体领域的文化现象进行细致的描述。而企业是一个经济实体，它的主要活动是经济活动，这就决定了企业文化建设必须紧紧围绕商品经济活动这个中心来进行，

这也就等于把社会文化在经济领域具体化了。比如企业文化把商品观念、竞争观念、质量观念、时间观念、效益观念等作为自己的基本价值取向，并且可以在此基础上继续细分下去，而社会文化却无法达到这种具体细致的程度。二是企业文化具有很强的创造性，可以带动社会文化的发展。

5. 企业文化理论的形成

企业文化理论的提出是在日、美企业经营管理的比较，特别是企业管理基本模式的比较研究中实现的。企业文化理论最早由美国学者在80年代初正式提出。美国在对日本战后经济迅速崛起的研究中发现，日本的企业在经营管理的实践中，不仅重视人力、物力、财力等“有形的”经营资源以及战略、结构、制度等“硬性”的目标和管理，而且更为重视经营信条、企业家精神、信息能力、人才开发能力等“无形的经营资源”以及人际关系、含蓄的控制等“软性”的管理。这些“无形的经营资源”和“软性”管理恰恰是日本企业成功、经济崛起的至关重要的因素。在美国，真正经营得成功的、能够在激烈的市场竞争中站稳脚跟的企业，在经营实践中也都有意无意地与日本的成功企业一样，重视“无形的经营资源”和“软性”的管理。这个研究结果改变了美国人传统的思考方式，他们终于认识到：在经营得最成功的企业里，居第一位的并不是严格的规章制度、利润制度或利润指标，更不是计算机或任何一种管理工具、方法和手段，甚至也不是科学技术，而是以往所忽略的那些与人的创造、革新潜力所密切相关的“文化”因素。这一重大的发现，标志着西方企业管理理论从见物不见人、忽视人到重视人、发挥人在生产经营中主体作用的根本历史性转变，标志着企业

文化理论的诞生。

6. 企业文化的基本特征

企业文化基本特征主要有以下几个方面：

（1）具体性。正如不同事物各有其特殊性一样，企业文化在各个企业的具体表现也是丰富多采，各具特色的。可以说，各个企业几乎没有完全相同的企业文化。企业在长期的生产经营和管理活动中，由于历史环境、思维方式、价值观念、行业特点、生产经营规模、企业性质、企业传统、企业素质等企业内外部和主客观条件的不同，逐步形成了具有不同企业个性特点的企业文化。

（2）时代性。企业文化作为管理科学的最新成果，是在一定的历史文化、现代科学技术和现代意识影响下形成和发展起来的。因此，它不能不受到当时当地政治、经济形势发展变化的影响，不可能不带有时代的特征。本世纪80年代的企业文化，不可能产生在本世纪初的泰勒时代。在日本等发达的资本主义国家，企业文化的产生，主要是由于现代科技的发展使生产力诸因素发生了变化。从事脑力劳动者的人数超过了从事体力劳动者的人数，想再用皮鞭加饥饿的方法、运用泰勒制的管理方法去调动劳动者积极性的时代已经过去了。于是，有利于调动劳动者积极性的企业文化也就应运而生。

（3）发展性。企业文化是在生产经营和管理活动中长期培育形成和不断充实发展起来的。每一个企业的企业文化都有自己的发展历史。正是这种历史上逐渐形成的优秀的企业文化传统，成了企业不断发展的驱动力。譬如，我国鞍钢在50年代产生的“孟泰精神”，大庆油田在60年代产生的“铁

人精神”，这些企业文化之魂，曾经激励和鼓舞了一代又一代的企业职工。尽管几十年来企业内外环境发生了各种变化，但这种优秀企业文化的传统却一直延续、继承下来，并且在新的历史条件下不断发扬光大。

（4）综合性。企业文化是在管理科学、行为科学、社会学、心理学、公共关系学等学科的基础上进行综合研究的成果。构成企业文化的诸因素是相互依赖、相互联系、相互作用的一个有机整体。

（5）人文性。企业文化理论十分强调人的社会性，强调以人为中心，强调人的价值观念在企业中的重要地位。企业文化提倡群体精神、集体主义，提倡建立亲密、友善、互助、信任、上下亲和的关系。企业文化注重职工的自尊、自我实现等高层次的心理需求，并把以上这些带有“人文”色彩的信念、价值观等巧妙地注入职工的心灵深处，在企业中形成一种和睦相处、和衷共济的人际环境。

（6）传播性。企业是先进生产力集中的地方，是社会和城市的经济支柱。一方面，企业通过其经济活动，为社会创造物质财富；另一方面，又以自己特有的企业文化向企业外部辐射，影响其他企业和整个社会。这种传播和影响主要表现在：企业通过自己的良好形象、价值观念、发展目标、职业道德、企业精神、厂容厂貌等有形的力量影响市民的心理，激发人们的精神，引导和促进全社会先进意识的形成，对全社会的精神文明建设起促进和推动作用。

7. 社会主义企业文化特征

一般认为，社会主义企业文化具有五个特征：（1）体现社会主义生产资料以公有制为主体的性质的特征，应当具

有国家、企业、职工三者利益根本一致的观念。(2)吸收中华民族文化的优秀成份,体现出中华民族的特性。(3)体现企业经营管理要以人为中心的思想,要明确劳动者是企业进行生产经营活动的主体,肯定企业职工的人格和自身价值,尊重和维护职工的平等地位、尊严和权利。在此基础上形成企业职工正确的共同价值观。(4)浸透着创新精神,诱发、引导企业职工发挥创新潜能,培养企业职工的创新意识,鼓励他们的创新动机和创新行为。(5)有着广博的包容性,对外部世界实行全方位开放。开放中吸收外部世界的各种精神养分,以滋补自己的文化细胞。同时,又具有排泄毒素之功能,能将废物和毒素及时排出,以保持社会主义企业文化的优秀本质。

8. Z理论

美籍日本学者威廉·大内在《Z理论》一书中提出,日本的管理模式属于J型,是一种接近理想的企业模式,而美国的管理模式存在着两种类型:A型和Z型。A型模式实际上是一种人际关系淡漠的模式,Z型却是一种接近J型的企业模式。值得注意的是,大内所说的Z型模式的字母Z,是英文字母中的最后一个,而A型中的A是英文字母中的第一个。他实际上暗示着企业模式是一个从A到Z的不断完善的渐进过程(中间包括J型)。因此,他的结论是,美国企业模式的发展方向是从A到Z。不过他认为Z模式和Z理论的核心是Z型文化,也就是Z理论文化价值观。他认为Z型文化一般应包括以下几方面:(1)长期雇佣、信任及亲密的人际关系;(2)职工属于企业整体的信念(即团队精神);(3)人道化的工作条件;(4)职工心情愉