

文化力论

姚玉忠 韩启超 王士航 主编

文化艺术出版社

编委会主任:	刘颖南	苏松群	傅 刚	
编委会副主任:	苗 祥	柴勇军	姚玉忠	杜金弘
编 委:	王士航	李善平	玄志春	林道根
	韩启超	崔永泰	张永庆	贾光珠
	孙东富	沈润清	李宝海	郁成林
	马树清	王力忠	魏华文	段大威
	程万春	杜献民	谭树存	夏恩栋
	梁有智	王太安	张 军	孟宪民
主 编:	姚玉忠	韩启超	王士航	
副 主 编:	张永庆	崔永泰	张 军	

文化力论

目 录

代序

建设优秀企业文化 增加市场经济文化含量

.....钟清杰 (1)

一、“文化力”：市场经济发展的内在驱动力

.....贾春峰 黄文良 (12)

1. 为什么提出发展“文化力”
2. “文化力”的涵义是什么
3. “文化力”：企业竞争制胜的关键因素

二、文化也是生产力.....李义平 (21)

1. 文化何以是生产力
2. 自然经济的文化特征
3. 市场经济的文化特征
4. 文化力的成因

三、文化：企业的迷惘与回归.....徐文启 刘玉禄 (28)

1. 民族文化是企业凝聚之点

2. 科学文化是企业动力之源

3. 企业文化是管理之本

四、培育优秀的企业文化……………王万增 鲁维智(35)

1. 企业文化的内涵及作用

2. 培育优秀企业文化的必然性

3. 如何培育优秀企业文化

五、企业文化需适应市场经济的变革……………袁礼周(44)

1. 市场经济需要企业文化

2. 市场经济需要更新文化观念

六、企业文化的哲学思辨……………王顺齐(52)

1. 正确处理历史与现实的辩证关系

2. 正确处理宏观与微观的辩证关系

3. 正确处理个体与群体的辩证关系

4. 正确处理硬件与软件的辩证关系

5. 正确处理定性与定量的辩证关系

七、企业职工教育面临现代文化的挑战……………张兴义(59)

1. 文化时代的悄然兴起

2. 现代文化的挑战

3. 迎接新挑战

八、找好结合点 建设新型的企业文化……………苏武英(70)

1. 认识文化力

2. 培育企业精神
3. 塑造企业形象
4. 重视以人为本

九、建设企业文化 推动企业发展

……………中共冀东水泥厂委员会（78）

1. 以人为本提高企业整体素质
2. 培育有中国特色的企业精神
3. 树立良好的企业形象
4. 建立企业哲学 推动企业发展

十、适应现代企业制度探索和实践有特色的企业文化

……………王太安（87）

1. 提高市场经济条件下加强企业文化建设的认识
2. 抓重点 抓基础 抓特色 有针对性地开展企业文化建设活动
3. 企业文化建设中的几点体会

十一、建设现代企业制度的重要内容……………成建勋（97）

1. 现代企业的领导应自觉树立创建企业文化的意识
2. 企业文化建设是现代企业管理的重要内容
3. 企业文化建设是培育企业精神 调动职工积极性的有效途径

十二、内练素质 外塑形象……………沈润清（102）

1. 加强社会主义企业文化建设势在必行

2. 加强企业文化建设必须把握其内涵
3. 开展企业文化建设需处理好几个关系

十三、建设核工业企业文化的构想与实践

..... 于英民 (111)

1. 弘扬主旋律 振奋企业之魂
2. 突出主题歌 抓好企业之道
3. 展示好风貌 塑造企业之形
4. 营造好环境 优化企业之围

十四、培育企业精神 促进企业发展

..... 中共唐山机车车辆厂委员会 (118)

1. 提炼企业精神是企业求发展的需要
2. 以培育“四有”职工队伍为主线辐射企业精神
3. 培育企业精神之花 结出生产经营硕果

十五、培育企业精神 育化价值观念

..... 郁成林 张 华 曹文明 (125)

1. 培育企业精神 形成群体价值体系 树立自强
奉献 爱国爱厂爱岗的创业精神
2. 育化个体价值观念 培养职工敬业爱岗 团结
协作的主人翁精神 最大限度地开发和释放人
的智能和潜力
3. 强化企业经营文化教育 培养职工强烈的市场
意识和社会责任意识
4. 重视职工培训 努力提高职工技术文化素质

5. 努力抓好物质环境建设 为职工提供良好的文化生活条件

十六、适应市场经济需要 培育启新“龙马精神”

……………马树青 高树森 (135)

1. 广泛发动员工提炼有启新特色的企业精神
2. 开展经常性宣传倡导活动 使“龙马精神”深入人心
3. 运用多种激励手段 引导员工把“龙马精神”化为自觉行动

十七、加强企业文化建设 推进华美快速发展

……………张瑞芬 齐红珊 (141)

1. 把企业文化建设纳入重要议事日程
2. 突出重点在塑造企业形象上下功夫
3. 总结经验不断攀登更上一层楼

十八、建设有清盐特色的企业文化

……………张永庆 徐树行 (154)

1. 培育独具特色的企业精神
2. 确立企业发展目标 树立共同的价值观念
3. 提高职工队伍素质 塑造良好的企业形象

十九、结合供电企业特点 搞好企业文化建设

……………周久海 王力忠 秦翠茹 (167)

1. 以现代管理为契机 增强企业文化建设的意识
2. 以企业精神为核心 加大企业文化建设的力度

3. 以优化环境为重点 营造企业文化建设的氛围
4. 以多种载体为手段 丰富企业文化建设的内涵

二十、思想政治工作与企业文化合理嫁接

..... 李玉侠 (177)

1. 思想政治工作与企业文化嫁接势在必行
2. 思想政治工作与企业文化要从理论 内容
方法上嫁接
3. 思想政治工作与企业文化嫁接后的特点

二十一、企业文化应与企业思想政治工作融合

..... 邓先明 (183)

二十二、加强企业思想政治工作的根本途径

..... 启 超 (188)

1. 市场经济需要改进企业思想政治工作
2. 市场经济需要加强企业思想政治工作
3. 市场经济需要创新企业思想政治工作

二十三、建立现代企业制度中导入CI战略的思考

..... 郑利文 (194)

1. CI战略与企业形象
2. 建立现代企业制度 导入CI战略的必要性与可行性
3. 建立现代企业制度 应如何导入CI战略
4. 建立现代企业制度 导入CI战略应注意的几个问题

二十四、导入CI战略把握市场竞争的主动权

………… 魏华文 朱振东 伊 钢 李竹林 (199)

1. 两个文明建设为导入CI战略提供了基础保证
2. 坚持四个结合 实现高标准设计
3. 塑造企业形象 增强企业活力

二十五、努力建设有物产特色的企业文化

………… 段大威 (208)

1. 提倡敢为人先 塑造企业形象
2. 树立超前意识 强化企业形象
3. 导入CI战略 完善企业形象
4. 培育以人为本的企业文化

二十六、塑造企业形象是企业生存之宝…… 郭 明 (217)

二十七、在塑造企业形象中 对宣传思想工作的新要求

………… 仇 明 (222)

1. 宣传思想工作必须加强
2. 宣传思想工作必须贴近经济
3. 宣传思想工作必须讲究实效

二十八、坚持从实际出发 建设好企业文化

………… 梁有智 (225)

1. 弘扬企业精神 抓好第二次创业教育
2. 建设企业文化 重在企业形象建设
3. 建设企业文化 坚持以人为本

4. 开展活动 增强凝聚力 发挥潜移默化的作用

二十九、我们是怎样建设冶金企业文化的

..... 贾宪珠 刘素兰 (232)

1. 领导重视 思想上位
2. 层层发动 反复工作
3. 突出重点 培育精神
4. 提高素质 适应市场

三十、加强商业文化建设 促进企业高速发展

..... 程万春 张志勤 (238)

1. 认识运用商业文化是商业发展的需要
2. 以物质为基础 不断进行企业“硬文化”建设
3. 以精神为动力 不断加强企业“软文化”建设
4. 坚持“以人为本”培育企业之魂
5. 开展丰富多彩文化活动 为企业发展营造良好的内部氛围和外部环境

三十一、建设商业文化 创造商厦辉煌

..... 张伯光 杜献民 陈铁华 (245)

1. 提高对商业文化认识 增强商业文化建设的自觉性
2. 围绕商厦企业精神 全面加强商业文化建设
3. 强化商业习俗和仪式 形成浓烈的商业文化氛围
4. 培育商业文化网络 加强文化沟通与传播

三十二、文化街的文化氛围与文化街经营

..... 吴少平 (255)

1. 文化街的文史荟集
2. 文化街经营的文化特征
3. 文化街经营的文化前景

三十三、谈企业经营管理文化..... 张 军 (261)

1. 认识经营文化管理科学 以获取最佳的经济效益
2. 吸收先进的企业管理经验 使企业跨上现代文化管理的新台阶
3. 加强企业经营文化建设 提高企业家文化管理的素质

三十四、建设企业伦理文化的探索与实践

..... 喜 平 (269)

1. 讲道德 明伦理
2. 讲实践 见行动
3. 讲自为 自觉能动
4. 养成文明习惯

三十五、塑造唐山新形象 促进唐山大开放

..... 启 超 (276)

1. 举办体育盛会有利于树立唐山城市新形象
2. 举办体育盛会有利于树立唐山经济新形象
3. 举办体育盛会有利于树立唐山开放新形象

代 序

建设优秀企业文化 增加市场经济文化含量

钟清杰

党的十四届三中全会《决议》中明确提出：“企业要按照市场经济的要求，加强企业文化建设，培育优良的职业道德，树立敬业爱厂，遵法守纪，开拓创新的精神。”这为我们建设企业文化指明了方向，提供了理论依据。针对唐山企业的实际情况，要把建设优秀企业文化与发展唐山大文化、树立唐山“美亮活”新形象结合起来，在认识和实践应重点抓好以下3个问题：

一、建设优秀企业文化增加经济中的“文化含量”

现代经济是企业经济。企业文化建设得好，经济文化的发展才有基础，大文化的格局才能实现。从调查中大家感到，企业文化的概念尚无定论，什么是企业文化？从实践应用角度来讲，企业文化是企业生产经营实践活动中所形成的观念形态及与之相适应的机构、制度等载体的总和。主要由企业经营哲学、企业精神和企业形象等内容组成。有什么样的企业，必然有什么样的企业文化。用通俗的话说，就是厂容、厂貌、厂风、厂纪、厂歌、产品等软硬件的总和。建设优秀的企业文化，是企业生存发展的必由之路。

1. 这是由现代经济特点决定的 现代经济摆脱了资本最初积累时的残酷掠夺竞争状态，已经发展成为融技术、经济、文化、艺术等知识为一体的文明经济。这种经济以经济文化化的形式表现出来，具体地说，它是在社会主义市场经济中发展起来的一种商业文化化和文化商业化相结合的特殊形态。商业文化化是指商品生产和流通过程体现的精神文化，目的是引起生产经营者和消费者的心态反应。文化商业化是指文化、娱乐、教育、科技活动受市场经济环境影响，利用各种途径直接获取利益，相应地引起社会心态变化。这种经济与文化相互契合、相互支持、共同繁荣的新时代，必将会随着一代有文化的新经济人的出现尽早到来。这种新的经济文化，是在社会主义市场经济的伟大实践中诞生的。与伟大的革命战争孕育出不朽的革命文化一样，这种新的经济文化，在宣传、推动经济发展中起更大的促进作用。唐山是以能源建材为主的、劳动密集型工业基地，过去之所以能雄风一度，也是靠有开滦、唐钢、启新、机车、陶瓷等在国内技术、装备、管理堪称一流的“文化含量”高的企业支撑起来的。发展慢了就要落后。冀东水泥厂、唐钢、电厂、唐山陶瓷之所以还能一枝独秀，可以说还是他们的技术文化含量高所致。实践证明，经济和文化是不可分割的。经济对文化有决定作用，没有经济的发展，文化就成了无源之水。但是就经济抓经济，忽视文化的含量，落后的文化都会束缚、制约经济的发展。高品位的文化才能给经济发展以强大的精神动力和智力支持。

2. 这是现代企业制度建设的需要 建立现代企业制度，是社会主义市场经济发展的客观需求和必然趋势。现代

企业制度产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学，作为企业将成为市场竞争的主体。企业实行自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束，改变以往不仅生产经营靠上级计划安排，而且精神文明工作也要靠上级具体布置的状况。企业由依赖型向自主型的转变，企业领导对企业落实“两手抓”方针的认识程度、支持态度、措施力度，直接影响全面提高企业素质。有人担心建立现代企业制度后，党群工作没有位置了，没有作用了。这种观点是偏激的。可以肯定地说，现代企业制度的建立，使党团工作的内容、方式、方法、特点发生新的变化。任何时候制度都不是万能的，现代企业制度也不是决定企业生存发展的法宝，要搞好现代企业，关键还是靠企业领导者两个文明一起抓。邓小平同志指出：

“不加强精神文明建设，物质文明的建设也要受破坏，走弯路。”市场经济的发展不是无主体的运动。市场经济的发展决不仅仅是一种新的经济制度确立和完善过程，而且还是一个适应与引导市场经济和新的精神理念生成的过程。这种精神在不同的企业，是不同的企业精神；在不同的地区，是不同的地区文化，发展唐山大文化的客观性也在这里。

3. 这是文化特点决定的 从调查中发现，企业和文艺、体育界联姻越来越密切，请表演艺术家、名画家、体坛明星、历史名人、赞助歌剧院的不少，以县区企业为多。市场经济离不开文化的原因，是因为文化有自身独特的优势。文化产品区别于物质产品的特点之一，是它的沟通性。文化产品一旦进入市场，就是在产品的制造者与消费者之间建立了一种交流或沟通关系。人们在享受物质产品时，通常并不关心或不特别关心产品的制造者，而在享受文化产品时，就非

常注意它的制造者。所以文化产品的消费过程，可以说是艺术家与观众之间的沟通过程，因而对文化产品来说，艺术家与观众之间的关系是十分重要的，这种关系是一种服务与被服务的关系。这种观念就是现代的文化营销观念。文化艺术、新闻等部门要学会掌握这门本领，利用自己的优势发掘更多更好的文化产品，满足人们精神生活的需要，也就是多为企业搭起文化之台，演活经济之戏。同时，文化产业部门也需在市场经济中不断发展壮大自己，观念要有新转变，除了要从行政取向转到市场取向以外，还要从艺术取向转到观众取向，大力发展文化企业、文化产品，文化经济也要培育文化企业家。再有，文化带有情感性和美学特点，这也是人们喜闻乐见的原因。文化价值开始影响到人们的生产和消费决策。随着人们生活水平的不断提高，人们的价值观念、审美情趣、情感心理发生了很大变化。如果说人们过去购买商品主要是以实用为标准的话，那么现在不少人主要是追求商品的文化品位。一些能够传递某种情感或能够“打动人心”的富有文化趣味的商品往往捷足先登、独占鳌头。曹雪芹家酒的成功经验，也就是他们利用艺术之桥沟通市场的良好结果。从大多数企业产品宣传广告也可以看出，厂家充分利用文化优势，文字讲究诗意化，画面讲究卡通化，这样做的目的，有助于全方位、多层次、多角度塑造企业的整体形象，强化市场占位和消费者购物心理行为，当然这也是企业综合实力和产品知名度的体现。所以企业家们千方百计利用文艺、体育等吸引人的活动场所，争取成为自己企业产品推销的舞台。

几年的实践，人们开始认识到：市场经济不是吃喝经

济，不是回扣经济，更不是伪劣经济，这些问题的存在不是市场经济的必然产物，是由于我国市场经济刚起步，在新旧体制转换的“磨合期”一时是难免的。从长远发展看，市场经济是最高级、最复杂、最丰富的经济形式。我们需要的是以大文化为背景，以高文化为灵魂的社会主义市场经济。市场经济与文化素质的契合，物质文明与精神文明并重是现代经济社会的必然趋势。实践再次证明：企业经济能不能成功，很大程度取决于它的文化形象，企业家能否达到很高的档次，也取决于他的文化修养；地域经济发展的快慢，也取决于文化氛围。地区的经济要有自己的特色，企业要有自己的名牌，企业家要有自己的个性，而特色、名牌、个性这些都是物化的文化。

二、建设优秀企业文化 增加管理中的“文化含量”

管理出效益。管理水平高低是衡量企业家能力大小的标志。管理不只是靠权力、制度和经济杠杆，更主要的是靠思想、威信和水平。企业文化是管理科学，是一门新兴的以人为本的文化管理。所谓“文化管理”，就是要求管理者改变传统的理性管理观念，把工作重心转向大文化的建设和管理。具体表现在：一方面以人为本，一切着眼于人的情感、需求、活动、积极性、创造性的激发上；另一方面以生产经营为中心，把文化内涵贯穿始终。很多企业提出，要以生产经营为中心，以提高职工队伍素质为重点，以获取最大效益为目的，建设具有本企业特色的企业文化。

1. 树立正确的经营哲学思想和发展战略目标 调查中一些厂长（经理）认为：企业文化的重要内容之一，是要求

企业运用正确的经营哲学确定发展目标。这是内练功力的基本内容，从一定意义上说，市场竞争也是谋略竞争。国内外成功的企业家都非常重视这方面的修养和实践。市场充满矛盾，买卖就是哲学。企业家应是化解矛盾的能人。可以说凡是成功的企业都是运用哲学指导的结果。豪门集团总经理陈世增把一个濒临倒闭的小化肥厂，发展到今天在国内外有相当影响的集团公司，美国总统克林顿在白宫接见了。他靠的就是坚持唯物辩证法，扬长避短，抓住机遇，创造优势的经营哲学思想，他总结的《厂长的哲学思考》，就是豪门文化的重要内容。因此，在企业文化建设中，要求厂长（经理）首先要有正确的经营观。作为市场经济舞台主角的企业家要时刻保持清醒的头脑，敏锐的判断力，在企业生产经营中树立正确的经营观、战略观、创业观、风险观，才能使企业在竞争中立于不败之地。矛盾与困境每个企业都不可避免。企业除了有效地处理与市场上的矛盾外，在内部还存在着任务高峰与低谷，资金紧缺与投入量大、劳动付出与职工收入等矛盾。冀东水泥厂领导说得好：新兴企业也有老化时，要防止老化，就要摆正计划与市场、内涵挖潜与外延扩大再生产、物质文明建设与精神文明建设等关系。正如孙子兵法所说：兵无常势，水无常形。谁能掌握企业的经营哲学，掌握市场经济辩证法，审时度势，及时调整和确定发展战略目标，谁就是胜者。其次要有正确的用人观。企业有顺境和逆境是相对的，可以互相转化的，而转化的决定因素是人不是物。百货大楼经理解仁义感慨地说：我们的职工有这样一句话：你把我当人看，我给你当牛干；你把我当牛看，我把自己当人看。所以我们一定要尊重人、关心人、理解