



姜学敏主编

企業美學

企业形象策划之魂

中國社會出版社

序

编辑出版企业美学论文集，是1995年山东省企业文化学会的一项重要任务。

我认为，在建立和发展社会主义市场经济过程中，一个企业，特别是大中型企业，在力所能及的条件下，给予企业文化和社会科学的研究与开发一定的支持，既是企业对社会的一种义务和贡献，也是企业自身发展的需要。近几年来，齐鲁石化公司和《企业文化》编辑部的领导同志，在大力支持企业文化理论研究与传播、企业文化建设经验交流与推广的同时，又积极倡导和热情扶持企业美学这门新学科的研究工作。他们在全国率先召开了企业美学理论座谈会，组建了企业美学课题组，在《企业文化》杂志上开辟了“企业美学”专栏等。现在，他们又把大家研究的部分成果选编成册，由中国社会出版社出版发行。这是明智而可贵的举措，是对山东企业文化事业的又一贡献。

《企业美学——企业形象策划之魂》一书的问世，对于企业美学这门新学科的建立，对于企业文化建设的丰富和深化，对于企业竞争力和凝聚力的提高，都将发挥积极的促进作用。当然，由于研究企业美学是一项开创性的艰苦工作，而且开始研究时间不长，书中所收论文，都还存在着这样或那样的不足之处，这也是很自然的。我希望各位作者继续深入研究与探索，也希望会有越来越多的理论工作者和企业家，研究企业美学，应用企业美学，使企业美学及其实践成为企业发展之魂，盈利之源。

大家都知道，发达国家的商品经济产生了并且受益于“技术美学”；今日中国社会主义市场经济的建立和发展，呼唤着企业美学的诞生和不断完善。我深信，企业美学一定能在中华大地上开花结果。

张瑞凤

1995年3月13日

于济南

前 言

专题研究与探讨关于创建美好企业(美好主体、美好产品、美好环境的和谐统一)的论文集——《企业美学》一书问世了。在此,将有关的几个问题,向广大读者加以说明。

一、编辑出版此书的目的有二:第一是抛砖引玉,促进企业美学这门为社会主义市场经济所急需的学科的建立和发展;第二,加强企业文化研究与建设,促进企业物质文明和精神文明建设协调发展,全面提高企业的经济效益、社会效益和环境效益,增强企业活力。

二、本书之所以取名为“企业美学”,是因为论文都从不同角度、不同侧面论述了有关企业美学的一些重要问题。何谓企业美学?这是一个有待研究和探讨

的重要课题。时至今日,在我国所有辞书(包括已翻译成中文的外国辞书)中,还没有这个条目,也没有企业美学方面的专著问世。因此,企业美学的研究与开发,是摆在我国理论界、企业界面前的一项意义深远的重要任务。为此,1991年下半年,《企业文化》杂志社在我国率先成立了企业美学课题组。尔后,又在《企业文化》杂志上开辟了“企业美学”专栏。本书的作者,有的就是企业美学课题的成员。他们的文章,曾先后在《企业文化》杂志上发表过。他们认为,所谓企业美学,就是关于创建美好企业的一门新兴科学。或者说,企业美学是研究如何“按照美的规律来建造”美好企业的一门新兴科学。它的基本内容是:

(一)企业的美好主体(个体和群体、领导和职工);(二)企业的美好产品(物质产品、精神产品和服务);(三)企业的美好环境;(四)美好主体、美好产品、美好环境之间的辩证关系。在他们看来,企业美学是一门应用美学,是美学的一个分支;是“技术美学”的继承、丰富和发展;是“五讲四美”活动的继续深入和理论升华;是企业文化学的重要内容和最高层次。

三、论文的作者，有山东大学、山东艺术学院、山东社会科学院、山东建筑工程学院、苏州大学、南京大学、南开大学的专家、教授和研究生；有齐鲁石化公司、青岛电视机厂、山东龙口发电厂、京莆精机总公司、山东莱芜煤机厂、菏泽印刷厂的企业家、高层管理人员和宣教文化工作者。这些作者的共同特点是，适应社会主义市场经济和加强企业思想工作的实际需要，在热心于企业文化研究或建设过程中，积极倡导、研究和探索企业美学这门新学科。

四、本书共收入 53 篇论文，各篇论文之间没有必然联系。因此，文章先后顺序的编排，既不按作者职务的高低、年龄的大小，也不按文章的重要程度；而是遵循两个原则：（一）以论文写作或发表的时间先后为序；（二）同一作者的文章按时间顺序编排在一起。

编 者

1995 年 2 月 10 日于

齐鲁石化公司

目 录

序.....	张瑞凤(1)
前言.....	(1)
深入开展“树形象,创一流”活动	姜学敏(1)
树形象创一流育人治本.....	孙守美(5)
在美的开拓中建设企业文化.....	郑舜英(9)
中国企业文化在发展	耿兆林(17)
企业形象简论	耿兆林(22)
中国需要企业美学	耿兆林(25)
企业美学定义初探	耿兆林(30)
美育与企业活力	耿兆林(36)
论主体美	耿兆林(41)
弘扬真善美	耿兆林(47)
关于企业美学的初步思考	常卫东 陈锡林(49)
企业美学的多维透视	章建敏(56)
企业美学论	陈秀娟(61)

论美好企业是主体美、环境美、产品美

的和谐统一	陈秀娟(68)
略论企业美学的几个问题	孙静琴(73)
企业品牌与企业美学	孙静琴(78)
企业主体美的自觉设计	
——对企业美学的一种经验性描述	孙静琴(84)
CI——中国企业界的新课题	荆雷(88)
论企业外感形象的审美设计与宣传	吕维霞(100)
企业形象美的物质载体——产品和服务	吕维霞(105)
企业文化氛围的审美塑造	吕维霞(114)
企业美略论	张林涛(126)
企业的艺术与艺术化的企业	张林涛(131)
审美的差异与企业的对策	张林涛(137)
创建美好的企业环境(一)	张林涛(141)
创建美好的企业环境(二)	张林涛(146)
广告语言美学略谈	张林涛(151)
上帝在想什么?	
——略论消费者审美心理	闫训立(156)
散论商品美	张国洪(161)
主体美及其塑造	张国洪(167)
广告与企业美学	焦冬梅 徐金彬(172)
企业美学中的主体美	焦冬梅(178)
论现代企业的主体美	沈丽(182)
今天的文化就是明天的经济	
——漫谈企业员工素质的提高	马庆娟(187)

略谈企业美化·····	师清田(194)
略论企业环境美·····	李红莉(199)
塑造美好的产品形象·····	王 莉(203)
试论产品设计美与生活美的关系·····	王培智 张惠华(209)
旅游是精神愉悦,身体保健,景观特点 · 和经济能力四者的统一·····	王培智 张惠华(215)
对企业公关的美学思考·····	邢玉红(223)
润物细无声 ——谈企业管理中的人情美·····	张敬梅(229)
商品美学与营销·····	晁毓虹(235)
试论广告设计美·····	晁毓虹(240)
广告艺术,妙在迂回·····	刘 群(245)
企业形象美与品牌设计·····	王海燕(251)
如何将美的机制引入企业管理·····	纪红波(257)
和谐与广告的声韵美·····	徐金彬(263)
商标名称的美学设计·····	徐金彬(271)
适应市场经济发展 塑造美好企业形象·····	崔 鑫(277)
形象设计——企业公关之魂·····	李兰芬 严国新(282)
价值观是企业文化的核心和灵魂·····	杨大显(289)
浅谈企业形象的塑造与传播·····	史福生(291)
提高主体素质,促进企业全面发展 ——齐鲁石化公司开展主题系列教育的实践和经验 ·····	齐鲁石化公司党委宣传部(298)
后记·····	(308)

深入开展“树形象， 创一流”活动

姜学敏

从企业的实际出发，决定 1991 年在全公司统一开展“树形象，创一流”的主题系列教育实践活动。

开展这项活动的目的在于巩固和深化去年开展的“三大系列”教育实践活动（在党员中开展的“国家有困难，党员挑重担”活动，在团员中开展的“团员标准教育”活动，在广大职工中开展的“用工人阶级形象塑造自我”活动）的成果，把职工队伍的思想作风建设引向深入，进一步提高职工队伍素质，调动全员的积极性，保证公司两个文明建设任务的全面完成。

为使这项教育活动达到预期目的，取得满意效果，全力抓好以下三个重要环节和措施。

（一）深入进行坚定社会主义信念的教育，树形象，创一流。

进行社会主义信念的教育，增强广大职工的社会主义主人翁意识，是“树形象，创一流”活动的重要环节。认真组织干

部、党员系统地学习《关于社会主义若干问题学习纲要》，提高干部、党员的思想素质和理论水平。厂级干部，从三月份起，在公司党校分期分批进行脱产轮训，每期两周；其他干部和党员，按照公司党委宣传部的安排，由各单位具体组织。其中，科级干部原则上脱产轮训。学习中，要引导大家抓住带有根本性的问题，联系思想实际，力求从理论和实践的结合上弄懂弄通，努力改造世界观、人生观。把学习《纲要》同学习中央的方政策和《马克思主义哲学》结合起来，同学习毛泽东、邓小平同志有关著作和刘少奇同志的《论共产党员的修养》结合起来，同指导做好工作结合起来，使干部、党员从理论上、思想上消除关于社会主义问题的一些困惑和疑虑，进一步坚定社会主义信念，争创一流工作。

把正在开展的“基本国情、基本路线”教育引向深入。在认真总结 1990 年轮训的基础上，全面完成青工“双基”轮训任务。注意分层次、有针对性地抓好教育质量，增强培训效果。以坚定社会主义信念为主题，把“双基”教育同石化“行业情”、“企业情”的教育结合起来，同革命传统教育结合起来，紧密联系青工的思想实际，把思想认识上的热点和难点，作为教育重点，着重解决青年职工对基本国情和党的历史知之甚少，对社会主义和党的领导信念不够坚定的问题。

(二)发挥党工团组织各自的优势，分层次、有特点地树形象，创一流。

党组织在广大党员中以“学党史，促党建，增党性”的教育为重点，树立工人阶级先进分子的形象。1991 年是建党七十

周年。学党史，着重掌握三个方面的内容：一是中国革命和建设的光辉历程。二是党的历史上的重要事件。三是党的优良传统和作风的形成发展。促党建，着重抓好党建理论与实践的结合，解决好加强党的建设的重要性；坚持党的工人阶级先锋队性质、党的领导地位和作用；在执政和改革开放条件下，坚持党的宗旨，加强党同人民群众的密切联系；正确理解和执行党的民主集中制原则，加强党的各级领导班子和党员队伍建设，坚持马克思主义的世界观和方法论等问题，推进公司党的建设上新台阶。增党性，就是通过教育，使广大党员提高觉悟，牢固树立共产主义理想，坚定社会主义信念；牢记党的宗旨，立足本职，树立新时期共产党员形象。通过“学促增”，在生产建设等各项工作中，发挥模范先锋作用，带领群众创一流业绩。

工会组织在广大职工中以“学标准，增强主人翁意识”的教育为重点，树社会主义企业主人的形象。引导职工围绕主人翁意识有没有，主人翁责任感强不强，主人翁作用好不好，对照学习齐鲁石化“三爱三高三有”（热爱中国共产党，热爱社会主义祖国，热爱本职岗位；高度的政治觉悟，高度的主人翁责任感，高度的组织纪律性；有道德、有本领、有作为）的职工形象标准，并结合半年一次的“企业十佳主人”的评选，在社会主义劳动竞赛中创一流。

共青团组织在广大团员中以“增强团员意识，立志岗位成才”的教育为重点，树先进青年的形象，把“爱党，爱国，爱岗位”的教育和共青团光荣传统教育突出出来，围绕在装置达标中创建“青年文明岗”和在本职岗位上成才奉献以及突击急难险重任务创一流。

(三)加强领导,统一协调,深入地树形象,创一流。

“树形象,创一流”是全方位、多层次的教育实践活动。党组织负责对活动的统一领导,制定活动方案,组织检查考核。党委宣传部门牵头协调党工团的活动,避免重复活动,减轻基层负担。突出重点,注重实践。每个基层单位和每个职工都结合自身的任务,有针对性地制定“树形象、创一流”的目标和措施。把活动立足于基层,具体工作落实到基层,产生的效果体现到基层,与学燕化、学先进结合起来,实行典型引路,加强分类指导。各级各行各业,都通过树学自己的典型,推进活动深入开展。

“树形象,创一流”主题系列活动,是弘扬齐鲁石化精神的重要措施。要大力宣传“团结勤奋,争创一流”的齐鲁石化精神,把党员、团员、职工通过活动焕发出来的热情和积极性引导到围绕质量、品种、效益“创一流”上来。同时与公司各单位之间开展的“争创一流”竞赛结合起来,进一步修订完善竞赛内容和考核评比办法,把“树形象,创一流”活动不断引向深入,进而以卓有成效的工作,争当石化行业的排头兵。

(作者为齐鲁石化公司党委书记)

树形象创一流育人治本

孙守美

企业的主体是职工,职工队伍的素质决定着企业的命运。企业的党组织和各级领导者能否紧紧把握育人治本这一治厂之道,努力培养造就一支过硬的职工队伍,是关系企业兴衰之关键。近几年来,我们以提高职工队伍素质为目标,认真抓了职工队伍的建设。本文谈谈我们的体会和下步构思。

一、“育人治本”是企业发展的关键

人是生产力诸要素中最活跃的因素,充分发挥人的潜能,是增强企业活力的希望所在,是治厂之本。近年来,我们坚持治厂先治本的原则,从培养有理想、有道德、有文化、有纪律的职工队伍入手,在育人治本上下功夫,先后开展了“国家、企业有困难,党员带头挑重担”的党员先锋模范作用的教育,“以一级企业主人形象塑造自我”的主人翁意识教育,“树立人生航标,立志岗位成才”的团员标准教育(简称三大系列主题教育活动),促进了党群、干群关系的进一步密切,广大职工群众的主人翁意识进一步增强,党员队伍、职工队伍特别是青年工人

的精神面貌发生了显著变化,思想道德素质和技术素质得到了提高。广大党员在各项工作中带头挑重担,出现了党员与党员、干部与干部和群众与群众比着干的竞赛局面。由于我们抓住了育人这个企业治本的关键,促进了企业两个文明建设的发展,在1989年底首批跨入国家一级企业行列之后,1990年又克服了重重困难,全面超额完成了全年生产计划,经济效益创历史最好水平,在五种主要产品全部获省、部优的基础上,尿素产品首次荣获本年度国内同类产品中国唯一的国优金质奖;1990年厂被山东省授予“全省五年普法工作先进单位”、全省“培养四有职工队伍先进集体”、“山东省党员活动室建设先进单位”等荣誉称号,以及齐鲁石化公司“端正党风先进单位”、“塑造自我”教育活动竞赛评比第一名、“团员标准教育先进单位”、“创安活动先进单位”、“红旗团委”、“争创一流先进单位”等荣誉称号。

二、“树形象”是企业育人治本的主题

企业应当有其自身的鲜明的形象。树立什么样的企业形象以及怎么树,是我们不断探讨的课题。1991年我们确立了以“树形象,创一流,我为一级企业添光彩”为本企业育人治本的主题。多年来,培育形成了“敢于攀登,艰苦创业,求实高效,文明好学”的企业自身形象。去年我们开展了“以一级企业主人形象塑造自我”主题教育三大系列实践活动,今年“树形象创一流,我为一级企业添光彩”则是这一主题系列的深化和延伸。搞好这一主题教育,注重抓好以下几点:

抓基层,刻样板,进一步树立团体形象。形象即“样子”,形

象贵在塑。企业形象是激励全体职工艰苦创业、求实奋进的力量源泉，又是企业内各个基层单位精神的集合。去年我们树立了丁辛醇车间为本厂各单位学习的集体典型，提出了“远学炼厂北加氢，近学本厂丁辛醇”的要求，取得了显著成效，丁辛醇车间成为全公司第一个率先实现月、季和年度达标的生产单位，成为我厂各基层车间学习的样板。鉴于此，我们要在过去开展“车间精神”大讨论的基础上，倡导各个车间、科室弘扬各自多年来形成的好传统、好作风，凝炼出具有本单位鲜明特色的团体精神。同时，把思想政治教育进一步落实到基层、班组和岗位，注重企业整体中的细胞建设，进一步刻划和树立班组、工段以及不同类型岗位的学习样板，使其有向上的感召力和强劲的凝聚力，激励各单位为保持一级企业的荣誉，向着创特级企业努力。

抓典型，带队伍，精雕细刻出不同层次的主人形象。

几年来我们已树立了一批扬名全国、山东省、中石化系统、齐鲁公司和本厂的先进个人典型，他们的共性是爱厂、爱岗、爱本职，为企业发展做出了无私的奉献，体现出了国家一级企业主人的风采。这些典型人物都有着自己不同的闪光点，都扎根在基层，生活在群众之中，为职工群众所信赖。我们要进一步培养、推崇树立不同行业的工人及党员、干部、技术人员等学习榜样，通过抓典型，带队伍，掀起比学赶帮超的热潮，让广大职工在活动中不断自我教育、自我塑造和自我提高。

三、“树形象”的落脚点放在创一流

围绕“树形象、创一流，我为一级企业添光彩”这一全年思

想政治教育的主题,把教育实践活动的落脚点放在创一流上,目标是“有奖必创,事争第一”。一个企业创不出一流业绩,那么这个企业的形象将黯然无光;一个人如果没有争第一的信念,那将永远站不到前排。创先争优,是适应职工内在要求和现代心理变化趋势的思想政治教育的好形式,引导和鼓励各基层单位和职工个人,树立敢于争当齐鲁公司、山东省、中石化系统乃至全国的先进单位和英模的雄心,确立创先争优的具体目标和切实可行的措施,付诸扎扎实实的实践,争当行业排头兵。创一流,为一级企业添光彩,首要的是紧紧以生产为中心,围绕装置生产达标、现场管理、安全生产、质量、效益、节能降耗及环保等环节,练好企业管理的“内功”。一是深入开展学大庆、学燕化、学标兵、学先进活动,用榜样的力量促进队伍建设。二是充分发挥“三个作用”,即通过树形象,发挥党员的先锋模范作用、青年工人的突击队和生力军作用、全体职工的主人翁作用。以“三爱”(爱党、爱国、爱岗位)、“三高”(高度的政治觉悟、高度的主人翁责任感、高度的组织纪律性)、“三有”(有道德、有本领、有作为)的齐鲁石化职工形象来规范自己的言行,在不同的岗位上创出一流的业绩。三是积极开展好职工合理化建议的活动,发动职工人人献计献策,尽职尽责,争创一流,多做贡献。

按照“树形象,创一流,我为一级企业添光彩”教育实践活动的总体构思,我们将继续以育人为治厂之道,抓好治本教育,把思想政治工作深化到生产过程中去,以职工队伍思想、政治、纪律、道德和技术素质的达标,来确保生产装置的全面达标,为争创国家特级企业奠定坚实的基础。

(作者为齐鲁石化第二化肥厂党委书记)