

21世纪高等院校通识教育规划教材



IT企业文化

邱仲潘 叶文强 傅剑波 朱智杰 编著



清华大学出版社

21世纪高等院校通识教育规划教材

教育部推荐

IT企业文化

邱仲潘 叶文强 傅剑波 朱智杰 编著

清华大学出版社

内 容 简 介

本书是全国高校第一本为信息企业编写的企业文化教材,是第一部针对互联网时代的企业文化教材。本书根据企业生态系统的分析,抽取与企业文化息息相关的六要素,自成一体,易于掌握。本书从文化的核心概念出发,深入浅出地介绍了企业文化的六要素和 IT 企业的行业特点、发展趋势与文化特质,介绍了企业文化的建设方法和评价方法,逻辑性强、体系完整、易学易用,不仅适合信息类学生,也适合管理类、经济类和其他专业的学生,还可以作为企业管理咨询人员的参考用书。学习这本书之后,你不仅可以手持利器评判企业文化的优劣,具有对一流企业品头评足的高度,可以脚踏实地、一步一步建立高效的企业文化,还可以掌握一套简便易行的天分、情绪分析方法,了解自己、了解身边人,便于统一价值观、提高沟通合作效率。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

IT 企业文化 / 邱仲潘等编著. --北京:清华大学出版社, 2015

21 世纪高等院校通识教育规划教材

ISBN 978-7-302-38732-9

I. ①I… II. ①邱… III. ①IT 产业—企业文化 IV. ①F49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 284258 号

责任编辑:白立军 薛 阳

封面设计:傅瑞学

责任校对:李建庄

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:16.75

字 数:364 千字

版 次:2015 年 3 月第 1 版

印 次:2015 年 3 月第 1 次印刷

印 数:1~2000

定 价:35.00 元

产品编号:059293-01



一、课程缘起

IT 企业文化课程,最初是为信息类本科生准备的,希望他们掌握信息类企业的文化特质,尽快融入团队,发挥自己的专业特长;希望他们自己创立企业时能够有意识培育积极向上的企业文化,凝聚人心、赢得客户,茁壮成长。这本书的 IT 产品文化、IT 发展趋势和案例部分,信息与网络的色彩比较明显,其余大部分内容也适合其他企业。经过几番讲座、沙龙和课程教学,我们觉得即使 IT 产品文化与 IT 发展趋势部分,也是大部分企业的企业家和员工感兴趣的,因为我们处在信息时代,信息化是传统行业的变革之道,IT 产品已经应用于我们工作、生活的方方面面,其发展趋势也必然牵动着各行各业、千家万户,本书列举的华为、阿里巴巴、富士康、苹果是当前万众瞩目的明星企业,它们的企业文化也是每个有心人都感兴趣的。

企业文化的核心是文化,文化就是以一定形式表现人类的智慧,便于传承下去。关于企业文化,我写过一首藏头诗:企求生动力,业界有行情。文聚万年智,化入全员心。意思是企业文化必须凝聚整个行业的智慧、产品的智慧,深入人心,才能化作企业利润的滚滚来源。我们按照企业生态系统的结构,把企业文化分解为六要素,并且用一副对联加以概括:产品为根使命为本愿景指方向,精神是魂理念是魄价值引航程。产品包括商品与服务,是企业文化的底蕴;产品文化就是社会记住的企业产品形象。使命是企业在大分工里面的定位,是企业的“道”,是企业存在的理由,是企业得道多助

的依据。愿景是动力的来源，是上下一心认可的奋斗目标。企业精神是企业上下认可的内在形象，是全体员工内化于心的响亮口号，是解决争端、战胜困难的内在动力。理念是方法论，是诀窍；价值观是上级指导和考核下属的尺子，是上上下下遇到分叉路口的选择标准。抓住这些要素，就能很容易分析一个企业的企业文化是不是科学有效，很容易找到其改进方向，很容易帮助其建立新的企业文化系统。

过去，很多企业把企业文化当做涂脂抹粉的工作，把企业文化理解为老板文化，结果因为强化了老板的价值观，增加了与员工价值观的差距，致使更多优秀人才流失，这是值得我们引以为戒的。我们的企业文化战略高度，是企业上上下下协调价值观的结果，是企业利润的有效保障。祝读者通过阅读这本书受益，祝同学们通过这门课受益。

二、本书的知识体系概述

第一章文化概论：从智慧、形式、传承三个方面定义文化，为建立对企业文化的认识打下基础。

第二章企业文化的逻辑框架：提出六要素的企业文化核心要素，阐述企业文化内在的逻辑关系，建立企业文化的真确感，使各层次概念纳入科学范畴。

第三章 IT 产品文化：认识 IT 在文化中的特殊地位，体会本课程的行业外社会意义；体会产品文化在企业文化中的基础地位，为理解 IT 企业文化提供背景。

第四章企业文化评价：学会评价企业文化的方法，从而能够全方位地思考企业文化的相关问题。

第五章 IT 企业文化案例分析：对国内外著名的企业文化做案例分析，真确感受文化在企业生存发展中的客观作用。

第六章企业文化建设：介绍企业文化的提炼升华实战经验与方法，指引改进的思路。提供应用范围的框架，使所学知识由虚变实。

第七章企业文化与个人职业发展：就企业文化的价值观这一重要因素做心理学成因分析，并分析其对个人的影响，认识个人与企业文化的切身关联性，拉近文化与个人的距离。

第八章 IT 行业的未来：分析 IT 行业的发展趋势，为从事 IT 行业提供企业



定位的思路,认识文化对战略的先导作用,使文化学习提升到俯视未来的战略高度。

三、本课程的学习方法

坚持科学精神,从规律性认识企业文化。

按概念、逻辑、验证的次序进行学习,不可急躁而忽视掌握概念的重要性。

本书以IT各专业的大学生和研究生为对象进行设计,同时兼顾对其他学员的适用性。由于IT已经深入社会的各个领域,因而IT的文化不仅仅具有行业意义,而且具有普遍的社会意义,除了企业文化的逻辑关系外,行业状况也是重要的知识点。

文化认同对于个人职业发展具有重要的影响,因而应该站在切身利害关系的角度来学习本课程的内容,这样会有更好的收获。

编 者

2014年12月

第一章 文化概论	1
第一节 文化的定义	2
一、文化概念的来源	2
二、文化的词义	5
三、文化的定义	7
第二节 文化的智慧内涵	9
一、什么是智慧	9
二、智慧的形成过程与境界的分类	11
三、文化“形式”与“内容”	12
四、文化的传承和失落	13
第三节 文化的形式	15
一、做器物以传世	16
二、文字与符号	25
三、习俗与契约	33
第四节 文化的传承	41
一、人类文明	41
二、中华文化	47
第二章 企业文化的逻辑框架	51
第一节 企业文化的概念	52
一、企业文化概念的传承	52
二、企业文化的定义	53
三、企业一成立就有企业文化	54

第二节 企业文化核心六要素	55
一、产品文化	55
二、企业使命	59
三、企业价值观	63
四、企业精神	66
五、企业愿景	71
六、理念体系	74
七、企业文化诸要素之间的关系	76
第三节 企业文化的作用	78
一、企业文化解决企业可持续发展问题	78
二、企业文化是企业利润的唯一来源	80
三、企业文化是制定企业发展战略的前提	81
四、企业文化六要素的基本作用	82
第三章 IT产品文化	85
第一节 信息技术发展历程	86
一、语言、文字与印刷术	87
二、电报、电话与电视	92
三、计算机与互联网	97
第二节 IT文化的传承	101
一、通信文化沉淀	101
二、现代信息技术文明	105
三、信息技术对人类生活的影响	108
第四章 企业文化评价	112
第一节 企业文化模型	113
一、丹尼森企业文化建设模型	113
二、企业文化建设四层次模型	114
三、智慧传承企业文化模型	117
四、三种企业文化模型的比较	118



第二节 企业文化评价体系	119
一、《福建企业文化评价体系》介绍	119
二、上海市企业文化建设评估体系介绍	121
三、智慧传承企业文化评价模型	123
四、企业文化评价案例	130
第五章 IT企业文化案例分析	134
第一节 华为的企业文化	134
一、企业简介	134
二、企业文化	135
三、华为文化观	141
第二节 富士康的企业文化	142
一、企业简介	142
二、企业文化	143
三、企业文化的疑问和改进	146
第三节 苹果公司的企业文化	149
一、企业简介	149
二、企业文化	150
三、中外企业文化的关注点差异	153
第四节 阿里巴巴的企业文化	155
一、企业简介	155
二、企业文化	156
三、马云其人	158
第六章 企业文化建设	160
第一节 企业智慧的提炼升华	161
一、企业文化调研	161
二、智慧内涵的提炼	166
三、企业智慧的升华	180
第二节 企业文化形式的建设	184



一、心理契约	184
二、行为习惯	188
三、表现符号	194
第三节 企业文化的传承建设	201
一、历史记载	201
二、传播活动	206
三、传播效果	210
第四节 企业文化的落地	213
一、企业文化的培训	213
二、企业文化的落地管理	216
三、企业文化的应用	222
第七章 企业文化与个人职业发展	226
第一节 个性与价值观的关系	227
一、认识个性	227
二、天赋与事业境界的追求	230
三、情绪与价值观的关系	231
四、如何判断天赋与情绪模式	232
第二节 职业选择与岗位适应	233
一、职业选择	234
二、岗位适应	235
三、超越自我,融入群体	236
第八章 IT行业的未来	238
第一节 网络改变人生	238
一、网络对人的改造	239
二、网络对社会的影响	245
第二节 IT的发展趋势	248
一、量子通信	248
二、宇宙通信	251
三、信息的创造力	253



第一章

文化概论

【本章的知识框架】

文化	以一定的形式传承智慧	中西方对文化的理解，文化特征，纹理，以文教化
智慧	认识事物的思维境界	智慧的形成、智慧的三种境界，形式与内容，传承与失落
形式	器物、符号、习俗	功能、艺术与美学、象征，记载、符号、商标与 CIS、道德、惯例与潜规则、制度
传承	人类文明、中华文化	宗教、国际惯例、公序良俗，家文化、孝文化、感恩文化

【本章的学习要点】

1. “文”的字义由来。
2. 文化的定义。
3. 智慧的三种境界。
4. 器物文化。
5. “美”的类型。
6. 潜规则。
7. 国际惯例。
8. 孝文化。

【本章的学习要求】

知己知彼，百战不殆。想要有文化，首先要知道什么是文化，然后要知道哪些属于文化的范畴、实际表现在哪些方面。

讲概念，是有些烦人。文化人常给人一种“咬文嚼字”的印象。概念是对事物的抽象，如果不咬文嚼字，这概念可能就会不精确。应用不精确的概念去建立

逻辑就会有偏向,再到实践中去指导认识事物就模糊了、没把握了。差之毫厘,谬以千里。只有精确定义了概念,才能建立正确的逻辑。

本章内容,从增广见闻、累积修养的目的出发,收集了国内外相关资料,作为比较之用,应当本着珍惜的心态,体会文明的进程,以此建立对文化的领悟。

第一节 文化的定义

一、文化概念的来源

文化(culture)是一个非常广泛的概念,给它下一个严格和精确的定义是一件非常困难的事情。不少哲学家、社会学家、人类学家、历史学家和语言学家一直努力,试图从各自学科的角度来界定文化的概念。据统计,有关“文化”的各种不同定义至少有两百多种。

词源“文化”一词在西方来源于拉丁文 culture,原义是指农耕及对植物的培育。在古希腊古罗马时期,文化被理解为人们参加社会生活和政治生活的品质和能力。自 15 世纪以后,逐渐引申使用,把对人的品德和能力的培养也称为文化。

欧洲中世纪时,文化也为“祭祀”一类的术语所代替。文艺复兴和启蒙运动之后,文化成为与“野蛮”、“不开化”对立的观念。作为文化研究领域里所指的文化则是广泛意义上的大文化。比较权威并系统归纳起来的定义源于《大英百科全书》引用的美国著名文化学专家克罗伯和克拉克洪的《文化:一个概念定义的考评》一书,这本书共收集了 166 条文化的定义(162 条为英文定义)。这些定义分别由世界上著名的人类学家、社会学家、心理分析学家、哲学家、化学家、生物学家、经济学家、地理学家和政治学家所界定。在该书中,两位学者把所收集的 162 条有关文化的定义分成七组,并在每一组定义后,予以了综述的评判,这对理解每一组定义起到了导向作用。

(一) 西方学者对文化的定义

先来看看外国朋友是怎么理解文化的。下面比较四位著名的人类学家(图 1-1)对文化的定义(表 1-1)。总体上,西方学者强调的是文化的普遍社会含义、群体价值观与行为的可区别特征。

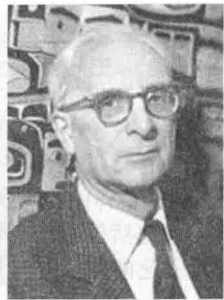




B.K.马林诺夫斯基



A.R.拉德克利夫-布朗



C.列维-斯特劳斯



A.L.克罗伯

图 1-1 四位西方人类学家

表 1-1 西方人类学家对文化的定义比较表

著名专家学者	主要观点	理解要点
英国人类学家 B.K. 马林诺夫斯基, 20 世纪 30 年代著 《文化论》一书	认为“文化是指那一群传统的器物,货品,技术,思想,习惯及价值而言的,这概念包容着及调节着一切社会科学。我们亦将见,社会组织除非视做文化的一部分,实是无法了解的。”他还进一步把文化分为物质的和精神的,即所谓“已改造的环境和已变更的人类有机体”两种主要成分	(1) 社会组织也视为文化的一部分。 (2) 相当于“文明”,涵盖了物质和精神
英国人类学家 A. R. 拉德克利夫-布朗,用结构功能的观点来研究文化	文化是一定的社会群体或社会阶级与他人的接触交往中学得的思想、感觉和活动的方式。 他强调,文化只有在社会结构发挥功能时才能显现出来,如果离开社会结构体系,就观察不到文化。 例如,父与子、买者与卖者、统治者与被统治者的关系,只有在他们交往时才能显示出一定的文化	(1) 文化的社会属性。 (2) 没有社会结构,也许还有文化,但只能流淌在血液中,无法显示。反之,有了社会结构,也必然显示出文化特征。比如一个中国人到国外生活,他传承的中华文化就显示不出来,只能流淌在血液中
法国人类学家 C. 列维-斯特劳斯, 从行为规范和模式的角度给文化下定义	文化是一组行为模式,在一定时期流行于一群人之中,并易于与其他人群之行为模式相区别,且显示出清楚的不连续性	(1) 这里的关键词是“行为模式”。 (2) 它可以区别人群“风格”。比如你是厦大的,另一个人是科大的或浙大的

续表

著名专家学者	主要观点	理解要点
美国文化人类学家 A. L. 克罗伯和 K. 科拉克洪, 在 1952 年发表的《文化: 一个概念定义的考评》分析考察了一百多种文化定义	文化存在于各种内隐的和外显的模式之中, 借助符号的运用得以学习与传播, 并构成人类群体的特殊成就。这些成就包括他们制造物品的各种具体式样, 文化的基本要素是传统(通过历史衍生和由选择得到的)思想观念和价值, 其中尤以价值观最为重要	(1) 强调了价值观。 (2) 有一个名词叫“普世价值观”, 也就是使用于全人类的价值观。这在我国与国之间有很多争议, 也是很多战争的深层次原因

除表 1-1 之外, 英国人类学家 R. 弗思在其 1951 年出版的《社会组织要素》一书中指出, 文化就是社会。英国人类学家 E. B. 泰勒于 1871 年出版了《原始文化》一书, 指出: 文化或文明是一个复杂的整体, 它包括知识、信仰、艺术、伦理道德、法律、风俗和作为一个社会成员的人通过学习而获得的任何其他能力和习惯。这些都是影响较大的文化定义。

(二) 国人对文化的定义

相比之下, 历史上国人对文化的理解更显朴素。总体上国人对文化的理解(图 1-2)更强调以文教化的传承, 同时也体现了对“文质彬彬”的艺术性文化追求。

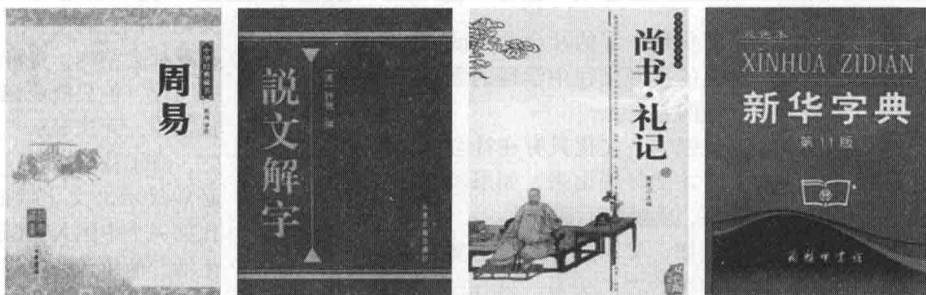


图 1-2 国人对文化的理解

汉字是象形文字, 字本取材于事物本身, 对于复合成词的概念, 我们有一个最基础的方法去理解, 就是拆字, 一个词可以拆开字单独理解, 一个字也可以拆开其组成来理解。文化一词, 我们同样要分开“文”和“化”两部分, 然后再理解“文化”。

二、文化的词义

(一) “文” 的含义

上古人对“文”的理解见表 1-2。

表 1-2 古人对“文”的理解

《易·系辞下》	物相杂，故曰文
《礼记·乐记》	五色成文而不乱。“礼减而进，以进为文”
《说文解字》	文，错画也，象交叉
《尚书·序》	伏羲画八卦，造书契，由是文籍生焉
《尚书·舜典》	经纬天地曰文
《论语·雍也》	质胜文则野，文胜质则史，文质彬彬，然后君子

据专家考证，“文化”是中国语言系统中古已有之的词汇。“文”的本义，指各色交错的纹理（图 1-3）。在此基础上，“文”又有若干引申义。

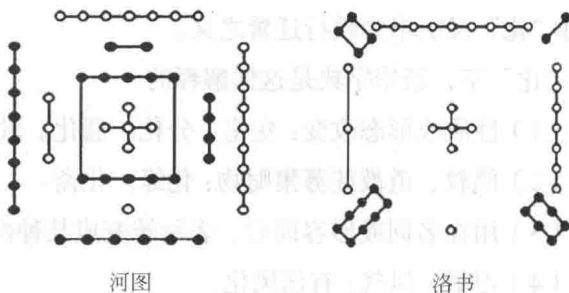


图 1-3 河图洛书

- 其一，为包括语言文字内的各种象征符号，进而具体化为文物典籍、礼乐制度。
- 其二，由伦理之说导出彩画、装饰、人为修养之义，与“质”、“实”对称。
- 其三，在前两层意义之上，更导出美、善、德行之义。

从这些记载中可以看出文的含义：

文首先是纹理，把各种纹理收集记录下来就有“文籍”。从文籍中选出喜爱的属于“文质彬彬”，进而有了善和美的公序良俗、伦理道德。

关于“文”一字，新华字典是这样解释的。

(1) 事物错综所造成的纹理或形象: 灿若文锦。

(2) 刺画花纹: 文身。

(3) 记录语言的符号: 文字。文盲。以文害辞。

(4) 用文字记下来以及与之有关的: 文凭。文艺。文体。文典。文苑。文献。文采。

(5) 人类劳动成果的总结: 文化。文物。

(6) 自然界的某些现象: 天文。水文。

(7) 旧时指礼节仪式: 虚文。繁文缛节(过多的礼节仪式)。

.....

(二) “化” 的含义

本义为改易、生成、造化, 如《庄子·逍遥游》: “化而为鸟, 其名曰鹏”。《易·系辞下》: “男女构精, 万物化生”。《黄帝内经·素问》: “化不可代, 时不可违”。《礼记·中庸》: “可以赞天地之化育” 等。归纳以上诸说, “化” 指事物形态或性质的改变, 同时“化” 又引申为教行迁善之义。

“化” 字, 新华字典是这样解释的。

(1) 性质或形态改变: 变化。分化。僵化。教化。熔化。融化。潜移默化。

(2) 佛教、道教徒募集财物: 化缘。化斋。

(3) 用在名词或形容词后, 表示转变成某种性质或状态: 丑化。绿化。

(4) 习俗, 风气: 有伤风化。

(5) 特指“化学”: 化工。化纤。化肥。

化, 古字为“匕”, 会意。甲骨文, 从二人, 象二人相倒背之形, 一正一反, 以示变化。本义: 变化, 改变。

综上所述, “化” 其实很好理解, 就是变化、改变的意思。

(三) “文化” 的词义

“文” 与“化” 并联使用, 较早见之于战国末年儒生编辑的《易·贲卦·象传》: (刚柔交错), 天文也。文明以止, 人文也。观乎天文, 以察时变; 观乎人文, 以化成天下。

这段话里的“文”, 即从纹理之义演化而来。日月往来交错文饰于天, 即“天



文”，亦即天道自然规律。同样，“人文”，指人伦社会规律，即社会生活中人与人之间纵横交织的关系，如君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友，构成复杂网络，具有纹理表象。这段话说，治国者须观察天文，以明了时序之变化，又须观察人文，使天下之人均能遵从文明礼仪，行为止其所当止。在这里，“人文”与“化成天下”紧密联系，“以文教化”的思想已十分明确。

道家有句话很有名：道法自然。人文社会，我们也可以这样理解，即模仿客观世界中存在的纹理，比如天文、树木的结构，来设计和构建人类社会的组织形态。然后又依据事物的变化规律来设计和构建人际的规则。这就能理解社会结构与文化的相通。

西汉以后，“文”与“化”方合成一个整词，如“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武之兴，为不服也。文化不改，然后加诛”（《说苑·指武》），“文化内辑，武功外悠”（《文选·补之诗》）。这里的“文化”，或与天造地设的自然对举，或与无教化的“质朴”、“野蛮”对举。因此，在汉语系统中：“文化”的本义就是“以文教化”，也就是用“文”来改变人的思想。

它表示对人的性情的陶冶、品德的教养，属精神领域之范畴。随着时间流变和空间的差异，现在“文化”已成为一个内涵丰富、外延宽广的多维概念，成为众多学科探究、阐发、争鸣的对象。

“文化不改，然后加诛”。有句俗语叫“入乡随俗”，不能随俗会如何呢？加诛，也就是杀掉了事。文化是社会，文化不改也就不能融入社会。比如一个人到了企业，不能融入企业文化，怎么办呢？加诛，杀了当然是不会，已经文明了，但是可以辞退。

三、文化的定义

（一）文化的特征

在前面的内容中我们比较全面地学习了过去人们对于文化概念的思考。内涵很丰富，这些学习是必要的，兼听则明，可以帮助我们打开思路。通过对各种文化定义的总结，文化具有以下特征。

- 普世性：世界文化的崇高理想自古以来一直使文化有可能超越边界和国界。
- 群体性：各民族文化各具特色，相互竞争又不可替代，失去群体，文化就

