

企业文化与 企业安全教程

杨少龙 主编

企业文化与企业安全教程

主 编 杨少龙

副主编 王劲璘 姚 强 施真珍

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书是为满足教育部卓越工程师培养计划的需求而编写的。全书从整体框架、逻辑结构的设计,到内容的撰写,都有许多创新和突破。全书共十一章,分为上下两篇。上篇:企业文化篇,共六章,主要介绍企业文化的形成与发展、基本理论以及四层次企业文化的主要内容及建设途径。下篇:企业安全篇,共五章,主要就企业安全的基本理论、涉及的相关领域、存在的问题及企业安全建设的措施与方法做了较全面系统的阐述。本书紧跟时代脉搏、与时俱进,充分体现五大发展理念的内涵,充分展现卓越工程师培养的新趋势、新要求、新成果。

本书既可作为普通高等院校的教学用书,也可作为其他层次和类别学校的教学参考书,还可作为政府有关职能部门、企事业单位进行有关培训的教材。

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

企业文化与企业安全教程 / 杨少龙主编. —北京:北京理工大学出版社, 2017. 8
ISBN 978 - 7 - 5682 - 4788 - 7

I. ①企… II. ①杨… III. ①企业文化 - 高等学校 - 教材②企业安全 - 高等学校 - 教材 IV. ①F272 - 05②X931

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 213175 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 /

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 13.25

字 数 / 313 千字

版 次 / 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 49.80 元

责任编辑 / 梁铜华

文案编辑 / 袁 慧

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

卓越工程师培养计划是教育部根据我国教育发展的新趋势和面临的新问题，为不断提高理工类专业学生的综合素质和实践能力而推行的人才培养计划。昆明理工大学作为教育部选定的卓越工程师培养计划的实施单位之一，几年来，已按该计划的要求扎实推进各项工作，并在人才培养、课程建设、教材建设等方面，进行了改革创新和探索，取得了许多阶段性成果。在此过程中我们意识到，卓越工程师的培养离不开企业，关注企业、关心企业、服务企业，促进我国企业全面健康发展，是我国卓越工程师培养中非常重要的内容。为此，我们在教学计划中开设了“企业文化与企业安全”课程，并编写了本书，以利于我校和其他高校更好地开展这方面的教育教学，不断提高卓越工程师的培养质量。

企业是国家经济建设的主战场、主阵地，一个国家的经济发展水平在很大程度上取决于企业的发展水平。因此，办好各级各类企业，不断增强企业的综合实力和竞争力，对国家的发展具有举足轻重的作用。而要办好任何一家企业，企业文化与企业安全都是非常重要的两大核心问题。现在大家都有一种认识：三流企业靠产品，二流企业靠管理，一流企业靠文化，充分说明了企业文化对企业建设与发展的的重要性。而企业安全是企业生存与发展的基础，没有企业安全，企业发展就没有保障。可见这两大问题在企业建设和发展中的关键作用。改革开放以来，我国的经济建设取得了举世瞩目的成就，现在已是全世界第二大经济体，在此过程中，我国的企业做出了巨大贡献，同时也取得了跨越式发展，核心竞争力显著增强。但我们也应清醒地看到，我们的许多企业在发展中还面临着诸多问题，特别是在企业文化和企业安全建设方面还有许多不足，在很大程度上制约了企业的发展。因此，在卓越工程师培养中，大力加强企业文化与企业安全教育，在当前来说显得尤为重要。

本书聚焦企业建设中的两大核心问题：企业文化与企业安全，从整体框架设计、逻辑结构到具体内容的撰写，都有创新和突破。全书共十一章，分为上下两篇。上篇：企业文化篇，共六章，主要介绍企业文化的形成与发展、企业文化的基本理论、企业精神文化、企业制度文化、企业行为文化、企业物质文化的主要内容及建设途径。下篇：企业安全篇，共五章，主要介绍企业安全与建设、企业生产安全、企业环保安全、企业保障性安全、企业职工安全的主要内容和建设措施。本书立足时代前沿、与时俱进，充分体现当前企业建设发展的新趋势以及对卓越工程师培养的新要求。本书在编写过程中博采众长，借鉴已有相关教材和

文献的成果，在综合的基础上进行了创新，在此，对有关著作的作者表示衷心的感谢！

本书编写组成员以昆明理工大学为主体，近两年来，大家通力合作，反复讨论，反复锤炼，反复修改，几易其稿，终于完成了书稿。本书凝聚着每位成员的辛勤劳动和汗水，是集体智慧的结晶。成员具体分工如下：

第一章	杨少龙	昆明理工大学
第二章	施真珍	昆明理工大学
第三章	王 威	昆明理工大学
第四章	朱立嘉	昆明理工大学
第五章	孟春梅、施真珍	昆明理工大学
第六章	姚 强	昆明理工大学
第七章	王劲璘	昆明理工大学
第八章	孙 锐	昆明冶金高等专科学校
第九章	卢 英	昆明理工大学
第十章	李 粲	昆明理工大学
第十一章	王道春	昆明理工大学

主编和副主编除了完成自己所承担的章节撰写外，还负责全书架构的确定和统稿、定稿工作。这里需要特别说明的是，昆明理工大学的胥留德教授和李耀平教授在本书的写作过程中，从一开始的提纲讨论到写作过程中的内容修改，一直都给予编写组成员精心的指导和帮助，本书的完成凝结着他们的智慧和心血，在此，特向胥留德教授、李耀平教授表示最诚挚的感谢！此外，昆明理工大学社会科学学院的研究生周灵、罗丹妮、杨璇、夏曼、刘桦枰、陈乔思等几位同学，参与了本书部分章节的资料收集和整理；北京理工大学出版社的刘永兵编辑、袁慧编辑在本书的编审过程中认真严谨、精益求精、一丝不苟，付出了许多辛劳；昆明理工大学教务处、社会科学学院、城市学院对本书的出版给予了大力支持和资助，在此，我们一并致以深深的谢意！

诚然，由于时间关系以及我们的知识水平所限，本书在许多方面还存在不足，尚待完善，恳请读者朋友不吝赐教，以便我们今后不断充实、修改和完善。

编 者

2017年4月19日

上篇 企业文化

第一章 企业文化的形成与发展	(3)
第一节 企业文化的产生	(3)
一、企业概述	(3)
二、企业文化的诞生	(7)
第二节 企业文化的发展	(9)
一、国外企业文化的发展	(10)
二、中国企业文化的形成与发展	(11)
第三节 中外企业文化的比较与融通	(12)
一、中外企业文化的比较	(12)
二、中外企业文化的差异	(19)
三、中外企业文化的融通	(21)
第二章 企业文化的基本理论	(24)
第一节 文化与企业文化	(24)
一、文化的含义	(24)
二、企业文化的含义	(26)
三、文化和企业的关系	(28)
第二节 企业文化的结构和特征	(28)
一、企业的文化结构	(29)
二、企业文化的特征	(32)
第三节 企业的功能和文化的作用	(35)
一、企业的功能	(35)

二、企业文化的作用	(37)
第三章 企业精神文化	(40)
第一节 企业精神文化概述	(40)
一、企业精神文化的内涵	(40)
二、企业精神文化的特点	(41)
三、企业精神文化的地位和作用	(42)
第二节 企业精神文化的主要内容	(43)
一、企业精神	(43)
二、企业哲学	(43)
三、企业核心价值观	(44)
四、企业伦理	(45)
五、企业经营理念	(46)
六、企业愿景	(46)
第三节 企业精神文化建设	(47)
一、企业精神的塑造	(47)
二、企业哲学的提炼	(49)
三、企业核心价值观的培育	(51)
四、企业伦理的建构	(52)
五、企业经营理念的确立	(54)
六、企业愿景的规划	(55)
第四章 企业制度文化	(56)
第一节 企业制度文化概述	(56)
一、企业制度文化的含义	(56)
二、企业制度文化的特点	(57)
三、企业制度文化的地位和作用	(58)
第二节 企业制度文化的主要内容	(59)
一、企业领导体制	(60)
二、企业组织结构	(63)
三、企业管理制度	(65)
第三节 企业制度文化建设	(67)
一、企业制度文化建设的途径	(67)
二、企业制度文化创新	(69)
第五章 企业行为文化	(73)
第一节 企业行为文化概述	(73)
一、企业行为文化的含义	(73)
二、企业行为文化的特点	(74)

三、企业行为文化的地位和作用	(74)
第二节 企业行为文化的内容	(75)
一、企业整体行为文化	(75)
二、企业人行为文化	(76)
第三节 企业行为文化建设	(83)
一、企业行为文化建设的方式与方法	(83)
二、企业行为文化建设的具体途径	(85)
第六章 企业物质文化	(88)
第一节 企业物质文化概述	(88)
一、企业物质文化的含义	(88)
二、企业物质文化的特点	(89)
三、企业物质文化的地位和作用	(90)
第二节 企业物质文化的主要内容	(91)
一、企业视觉识别系统 (VI 系统)	(91)
二、企业物质环境	(92)
三、企业产品及其造型包装	(93)
四、企业文化传播系统	(95)
第三节 企业物质文化建设	(97)
一、企业视觉识别系统 (VI 系统) 设计	(97)
二、企业物质环境建设	(101)
三、企业产品的造型设计	(103)
四、企业文化传播系统建设	(104)

下篇 企业安全

第七章 企业安全与建设	(109)
第一节 企业安全概述	(109)
一、企业安全的含义	(109)
二、企业安全的特点	(111)
三、企业安全的地位和作用	(112)
四、企业安全面临的问题	(113)
第二节 企业安全建设的主要内容	(115)
一、企业安全观念	(115)
二、企业安全文化	(116)
三、企业安全制度	(116)
四、企业安全管理模式	(117)

五、企业安全载体	(118)
第三节 企业安全建设的途径	(118)
一、构建安全文化	(118)
二、开展安全教育	(120)
三、加强安全管理	(123)
四、加大安全投入	(125)
第八章 企业生产安全	(128)
第一节 企业生产安全概述	(128)
一、企业生产安全的含义	(128)
二、企业生产安全的特点	(129)
三、企业生产安全的地位和作用	(130)
第二节 企业生产安全的主要内容	(131)
一、企业选址安全	(131)
二、企业建厂施工安全	(134)
三、企业生产操作安全	(136)
四、企业产品质量安全	(138)
第三节 加强企业安全生产的措施	(141)
一、加强企业选址安全的措施	(141)
二、加强企业建厂施工安全的措施	(142)
三、加强企业生产操作安全的措施	(143)
四、加强企业产品质量安全的措施	(145)
第九章 企业环保安全	(148)
第一节 企业环保安全概述	(148)
一、企业环保安全的含义	(148)
二、企业环保安全的特点	(149)
三、企业环保安全的地位和作用	(150)
第二节 企业环保安全存在的问题	(152)
一、企业发展理念偏差，导致环保意识不强	(152)
二、资源开发过度、利用不足，导致生态恶化	(153)
三、“三废”排放超标，导致环境污染	(154)
四、环保技术落后，导致资源浪费	(155)
五、环保监管不力，导致安全问题	(156)
第三节 企业环保安全的措施	(157)
一、树立新的环保理念	(157)
二、资源的综合开发与生态修复	(158)
三、资源的综合利用与三废治理	(159)

四、重视环保技术开发	(161)
五、加强环保制度体系建设	(163)
第十章 企业保障性安全	(165)
第一节 企业保障性安全概述	(165)
一、企业保障性安全的含义	(165)
二、企业保障性安全的特点	(165)
三、企业保障性安全的地位和作用	(166)
第二节 企业保障性安全的主要内容	(166)
一、企业资源安全	(167)
二、企业技术安全	(168)
三、企业信息安全	(169)
四、企业市场安全	(170)
第三节 加强企业保障性安全的措施	(171)
一、加强企业资源安全的措施	(171)
二、加强企业技术安全的措施	(173)
三、加强企业信息安全的措施	(174)
四、加强企业市场安全的措施	(176)
第十一章 企业职工安全	(180)
第一节 企业职工安全概述	(180)
一、企业职工安全的含义	(180)
二、企业职工安全的特点	(181)
三、企业职工安全的地位和作用	(182)
第二节 企业职工安全的主要内容	(183)
一、企业职工心理安全	(183)
二、企业职工人身安全	(186)
三、企业职工健康安全	(189)
第三节 加强企业职工安全的措施	(190)
一、营造良好环境，减轻心理压力	(191)
二、加强监管及设施建设，严防安全事故	(192)
三、重视劳保投入，关心职工健康	(194)
参考文献	(197)



上篇 企业文化

企业文化的形成与发展

企业文化的形成与发展几乎与企业的诞生和发展相伴而行。企业作为生产要素的集合、社会化大生产的经济组织，本身就有着对价值目标、价值理念、价值实践的追求，有自身特有的文化内涵。但企业文化是从 20 世纪 80 年代后才作为一种独立的文化形态登上历史的舞台。本章从企业的产生入手，进而阐述企业文化的产生和发展趋势。通过比较中外企业文化，了解和创造与时俱进的企业文化，为企业的持续蓬勃发展提供精神动力和智力支持。

第一节 企业文化的产生

企业是企业文化的主体和载体，要研究企业文化，就必须从认识企业开始。企业不是与生俱来的，是伴随着以社会大分工为基础、劳动协作为特征的工业社会化大生产的出现而产生的。

一、企业概述

(一) 企业的产生

从企业产生的历史渊源来看，企业是个历史概念。企业是社会发展的产物，是劳动分工发展的产物，是生产力发展到一定水平的产物，是商品经济飞速发展的产物。

在人类的历史长河中，从原始社会一直到封建社会，长期占统治地位的是自给自足的自然经济，社会生产和消费是直接统一的。以家庭为主的经济单位，或是以手工劳动为基础的作坊，这种以个体劳动为特征的经济活动，是不可能形成相互协作的企业组织形式的。直到 18 世纪工业革命前后，随着生产的社会化、规模化、自动化、机械化、专业化，作为社会基本经济单位的企业，才开始大量出现。当社会生产力进一步发展后，现代企业开始逐步出现。到了现代社会，企业已经成为一种普遍存在的经济组织形式，以至于每个人每天都要与各种各样的企业发生直接或间接的联系。

企业产生的历史过程大致如下：个体手工业（企业产生之前的生产组织形式）→手工业作坊（企业的萌芽）→商人雇主制（一种短暂的过渡形态）→手工业工场（真正意义上的企业形态）→工厂（工业革命之后出现的新的企业形态）→公司和跨国公司（企业的高级形态）。以工业企业为例，它是在手工作坊的基础上，慢慢形成一种松散的生产联合体，再逐步发展为手工业工场，最后才发展为以现代机器技术为基础的工厂制度，即现代工业企业。

最早探讨企业起源的是英国著名经济学家罗纳德·哈里·科斯（Ronald H. Coase），他在1937年发表了《论企业的性质》一文，旨在探讨企业的起源。他认为企业成本是由生产成本和交易成本两部分组成的，即：

$$\text{企业成本} = \text{生产成本} + \text{交易成本}$$

生产成本由原材料、辅助材料、能耗、低值易耗品、固定资本折旧、贷款利息、工资、管理费用等组成。

交易成本由交易费用决定，交易费用是指在交换商品和劳务的过程中所支付的费用，包括：缔结交换契约的费用；获得买卖动态经济情报的费用；用于通信、运输、仓储、营销的费用；制定市场经营规则的费用。

企业要追求利润最大化，就必须降低成本，而降低成本的方法除了控制企业生产成本外，最主要的就是降低交易成本，即降低交易费用。在这个意义上可以说，企业是“生产要素的集合”，是把分散的土地、资本、劳动力、技术、信息、企业家才能等生产要素集合起来，进行社会化生产经营的协作组织。

（二）企业的含义

“企业”一词是外来语，最早是在清末变法之际，从日本移植过来的，而日本又是在明治维新以后，在引进西方企业制度的过程中，通过翻译而来的。英语中与“企业”相对应的词是“enterprise”，它由两部分组成，即“enter”和“prise”：前者具有“获得、开始享有”的含义，可以引申为“盈利、收益”；后者有“撬起、撑起”的意思，可以引申为“杠杆、工具”。两个部分结合在一起，表示“营利的工具”。日本在引进该词时，将其意译为“企业”，从字面上看，“企”表示企图，“业”表示事业，企业顾名思义是企图事业，专用于商业领域，表示企图冒险从事某项能够获取利润的事业。企业作为一种社会组织，是“应用资本赚取利润的经济组织实体”。

如今，不同的理论对“企业”有不同的定义。

《新帕尔格雷夫经济学大辞典》中的解释为：企业在大多数论述厂商理论的著作中，至少是不明言的假定，接受考察的是从事制造、加工或者采掘业的资本主义性质的厂商（它可以是股份公司，也可以不是股份公司）。企业与厂商是等价的。

美国《现代经济词典》中的解释为：企业是设在一定地点、拥有一个或一个以上雇员的工厂、商店或办事机构。

《中国企业管理百科全书》中的解释为：企业是从事生产、流通等经济活动，为满足社会需要并获取利润而进行自主经营、实行独立核算，且具有法人资格的基本经济单位。

2007年3月17日通过的《中华人民共和国企业所得税法》中的第一条是这样规定的：“在中华人民共和国境内，企业和其他取得收入的组织（以下统称企业）为企业所得税的纳

税人，依照本法的规定缴纳企业所得税。个人独资企业、合伙企业不适用本法。”

从上面的解释和法律条文可以看出：首先，企业是一种社会组织；其次，企业从事生产经营活动，也就是能够给社会提供服务或产品；最后，企业以取得收入为目的，即以营利为目的。

传统经济学一直把企业定义为“营利性经济组织”，认为企业一般是以营利为目的，运用各种生产要素（土地、资本、劳动力、技术、信息和企业家才能等），向市场提供商品或服务，进行自主经营、实行独立核算、自负盈亏的具有法人资格的社会经济组织。经济学理论认为，企业本质上是“一种资源配置的机制”，其能够实现整个社会经济资源的优化配置，降低整个社会的“交易成本”。直接一点说，企业就是一个以赚钱为目的的机器。因此，衡量一个企业的好坏，往往只以盈利多少为唯一标准。事实证明，只把企业视为赚钱工具的观点是狭隘的。无论是从社会学的角度，还是从文化学的角度来看，企业除了具有追求利润的物质属性外，还有精神与文化属性。人是有思想、有感情、有愿景、有追求的，企业作为由人组成的生命复合体，也是有思想、有感情、有愿景、有追求的。企业存在的目的不仅是实现利益最大化，而且是生产快乐、创造幸福、实现人的全面发展。因此，要想使企业更具竞争力、获得长期稳定的发展，就必须注重企业精神文化的创造和积累。

综合以上种种，我们对企业这一概念的基本理解是：企业是实行自主经营、自负盈亏、利用社会资源从事生产和经营活动的、具有独立法人资格的经济组织，它同时具有物质属性和精神文化属性。

（三）企业的种类

企业作为社会生产的一种基本组织形式，随着社会分工的逐步深化和市场经济的不断发展，其形态也日益多样化，出现了各种各样的企业类型。

关于企业种类的确定一般有两个标准，即学理标准和法定标准。学理标准是根据企业的客观情况以及企业的法定标准对企业类型所做的理论上的解释与分类，这种分类没有法律上的约束力和强制性，但对企业法的制定与实施有着指导和参考作用；法定标准是根据法律确认和划分企业类型，这种分类具有法律的约束力和强制性，但因企业的类型不同，所以法律对不同种类企业规定的具体内容与程序上的要求也有很大区别。

企业法定分类的基本形态主要是独资企业、合伙企业和公司。法律对这三种企业划分的内涵，即企业的资本构成、企业的责任形式和企业在法律上的地位，做了基本概括。从我国的立法实践来看，基本上按所有制形式划分企业类型。随着社会主义市场经济体制的逐步建立、企业改革的进一步深化，我国也将把独资企业、合伙企业和公司作为我国企业的基本法定分类。目前，我国已颁布《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国合伙企业法》和《中华人民共和国独资企业法》。

国际上通常把企业分为三类：

1. 个人业主制企业

个人业主制企业，即独资企业。特征是产权主体单元化，两权合一，即个人投资、自主经营，所有权与经营权统一，投资者对企业债务承担无限责任。

2. 合伙制企业

合伙制企业的特征是产权主体有限多元化，两权合一。合伙制企业是由两个或两个以上

的个人共同投资经营的企业，投资者共担风险、共负盈亏，承担连带无限责任。

3. 公司制企业

公司制企业的特征是产权主体多元化，两权分离。公司制企业是由若干自然人或法人投资组建的企业，所有权与经营权分离，投资者根据出资额承担有限责任，公司法人也只以其全部资产对其债务承担有限责任。公司制企业的主要代表形式是有限责任公司和股份有限公司。

此外，也可以按照经济类型对企业进行分类。《中华人民共和国宪法》和有关法律规定的，我国目前有国有经济、集体所有制经济、私营经济、联营经济、股份制经济、涉外经济（包括外商投资、中外合资及港、澳、台投资经济）等经济类型。相应地，我国企业立法的模式也是按经济类型来安排的，从而形成了按经济类型来确定企业法定种类的特殊情况，包括国有企业、集体所有制企业、私营企业、股份制企业、联营企业、外商投资企业、股份合作企业，以及港、澳、台经济等。

还有其他不同的分类：按照企业规模的大小，分为大型企业、中型企业和小型企业；按照企业的组织形式，分为单一企业和联合企业；按照企业的经营内容，分为工业企业、农业企业、商业企业、农工商联合企业、交通运输企业、建筑安装企业、金融企业、旅游企业、物资企业、邮电企业等。

（四）现代企业制度

现代企业制度是一个内涵丰富、外延广泛的概念，有广义和狭义之分：广义的现代企业制度指涉及现代企业组建、运营、管理一系列行为和关系的制度体系；狭义的现代企业制度指现代市场经济的企业组织制度。目前，我们所讲的建立现代企业制度，多是针对前者而言的。

现代企业制度是以完善的法人制度为基础，以产权制度为核心，以有限责任为特征，以公司形态为代表的企业组织形式。从本质看，其基本内容包括三个方面：现代企业产权制度，即公司法人产权制度；现代企业组织制度，即公司组织制度；现代企业管理制度，即公司管理制度。

党的十四届三中全会把现代企业制度的基本特征概括为“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”十六个字。十五届四中全会再次强调建立和完善现代企业制度，是我国企业改革的方向，深刻阐明了现代企业制度基本特征的丰富内涵。

“产权清晰”是指：①财产所有权与法人财产权（即占有、使用、处置和获得收益等权利）界限清晰；②产权主体多元化；③产权能够流动。

“权责明确”是指合理区分和确定企业所有者、经营者和劳动者的权利和责任。由于所有者、经营者、劳动者在企业中的地位 and 作用是不同的，因此他们的权利和责任也是不同的。

“政企分开”是指政府行政管理职能、宏观和行业管理职能与企业经营职能分开。包括：①政府应把原来与政府职能合一的企业经营职能还给企业；②企业应将原来承担的社会职能交还给政府和社会。

“管理科学”是指企业管理的各个方面，如质量管理、生产管理、供应管理、销售管理、研究开发管理、人事管理等方面的科学化。

二、企业文化的诞生

企业是近现代工业化、社会化的产物，其本身就包含着丰富的文化内涵。但企业文化是20世纪80年代后才作为一种独立的文化形态出现的。最早可追溯到美国和日本企业的比较研究，美国的一些研究者发现两国企业最大的差异表现在企业文化上，于是引起了人们的广泛关注。

（一）企业文化诞生的背景

1. 战后日本的快速发展引起人们的广泛关注

在第二次世界大战中，日本不仅使东亚、东南亚各国遭受了严重的创伤，作为战败国，其自身也遭到了严重破坏。除了东京未受损外，日本的多座城市都遭到了美军轰炸机的轰炸，仅遭到破坏的建筑物就达250万处，200多万人因战争而死亡。当时的日本到处是一片废墟，交通瘫痪，生产设备毁坏，国民经济处于崩溃状态。当时的美国远东军司令麦克阿瑟曾经断言，日本至少要50年才能赶上世界潮流，他说：“如果美国文化是一个成年人，那么日本文化只不过是一个年方12岁的孩童而已。”然而，日本只用了20多年的时间，就成了世界举足轻重的经济强国，到1980年，日本的国民生产总值跃居世界第三位，以前所未有的速度实现了经济腾飞。这一现象引起了人们的广泛关注和思考。

2. 美国在石油危机的冲击下失去竞争优势

第二次世界大战以后，美国的经济在一段时期内获得了令人瞩目的发展，但到了20世纪70年代初期，在石油危机的冲击下，美国的经济丧失了竞争优势，而日本的经济却顺利地抵御了石油危机的冲击，保持了持续高速增长的势头。在日本和美国经济的增长速度开始出现差距时，人们认为，日本经济的高速增长，主要归功于高效率的工厂和设备，而美国还在被一些陈旧、效率不高的工厂和设备所拖累。但是，后来他们发现，日本的工厂和设备自第二次世界大战后的建设高潮以来，也已经老化了，美国也在更新他们的老工厂、老设备。虽然两国在工厂和设备的新旧程度方面已经缩小了差距，但生产率的差距却仍然在扩大，所以这个说法不具有说服力。随着贸易竞争的日益激烈，许多美国学者把目光转向了日本。他们远渡重洋来到日本，探究日本经济快速发展的奥秘，寻找美国企业摆脱经济困境的“灵丹妙药”。

3. 日本企业获得快速发展的原因在于企业文化优势

经过一批批美国学者对日本进行的周密调查，他们终于从日本企业管理的“软件”中破译了日本企业成功的“密码”。日本丰田汽车公司的创始人之一藤泽武夫曾经说过：“日本和美国的管理方式有95%都是相同的，不同的只有5%，而这5%恰恰是日本经济取得突飞猛进发展的真正原因。美国和日本企业在竞争中一胜一败的主要原因就在这5%里面，美国和日本企业管理的主要区别也在这5%里面。美国学者根据对日本的调查研究写了许多著作，重点不是研究日本企业的技术和设备，也不是研究日本企业管理的硬件，而是研究企业管理的软件——企业文化。由此自20世纪80年代，美国掀起了企业文化研究的热潮，取得了一批研究成果。

（二）企业文化诞生的四部奠基之作

企业文化理论的诞生以四部著作为标志，它们为企业文化理论体系的形成奠定了基础，