

传播

COMMUNICATION
ATTITUDE

态度

现代化企业的主流价值观

一个年轻人用时5年 以德治企的财富传奇

陶华强◎著



破解企业致胜密码
传授精英运营秘籍

中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

●全国政协副主席、中国文化创意产业之父

厉无畏 亲自作序

●中国民营企业国际合作发展促进会执行主席

张维新

●著名财经主持人、零点研究咨询集团董事长

袁岳

东方卫视首席新闻评论员

骆新

中国十大杰出旅游策划人

贾云峰

联袂推荐

传播

破解企业致胜密码

传授精英运营秘籍

现代化企业的主流价值观

陶华强◎著

太心肝

一个年轻人用时5年 以德治企的财富传奇



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

传播态度——现代化企业的主流价值观/陶华强著

北京: 中国经济出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0190 - 0

I. ①传… II. ②陶… III. ①企业管理—通俗读物 IV. ①F270 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 177916 号

责任编辑 聂无逸

责任印制 常 毅

封面设计 清水工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 13.5

字 数 220 千字

版 次 2011 年 1 月第 1 版

印 次 2011 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0190 - 0/F · 8518

定 价 35.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

序

创意传播企业主流价值观

恰逢十七届五中全会顺利闭幕,中国即将迎来第十二个五年规划,接下来的五年是充满机遇与挑战的五年,也是具有重要意义的五年。

回顾即将过去的这第十一个五年,中国社会经历了翻天覆地的变化,尤其是中国经济从艰难险阻中走出来,在挫折与探索中成长,在各行业内逐步呈现出不错的发展势头。

可是时代的变迁牵动了经济发展的命脉,面对历史,我们要勤于反思,如何在新时代的形势中继续保持我们良好发展的势头。

经济转型已是大势所趋,而如今,我们仔细思索中国经济发展的前世今生,很多人和我一样强烈地感到,经济发展要保持充足的发展动力,就要不断变革不断创新,在寻求产业升级的思考中,实践科技创新和文化创意。

当下的时代,正是一个创意时代。

未来的时代,更将是一个创意起着决定性意义的时代。

在全球化趋势不断加强,国际间竞争日趋激烈的今天,创意产业已经不仅仅是一个发展的理念,也是有着巨大经济效益和社会效益的直接现实。

创意经济引发的热浪正以前所未有的传播速度影响着中国各地的经济发展方式,改变着传统的经营模式,也革新着人们的观念和思维方式。

创意产业脱胎于文化产业又超越文化产业,是经济发展模式的一种创新。它强调解放文化生产力,并融入各行各业实现价值创新,从而促进产业创新和产业结构的优化,实现区域综合竞争力的提升和经济发展方式的转变。

创意产业正日益成为驱动社会经济全面发展的新引擎,这对正处于面临国际、国内双重挑战的中国经济来说,具有重要的战略意义。

我希望中国的企业能逐步确立这样的共识:要把文化、技术、产品和服务有机结合起来,不仅能为人们提供文化含量较高的产品和服务,满足人们的精神需求,从而有效刺激内需,形成新的消费市场,更重要的是还可以与其他产业融合发展,促进产业创新和结构优化,有效地推动经济发展方式的转变,这是对当下产业升级的要求。

我很欣喜我们的“十二五”规划中,确立了经济转型中科技创新的重要性,也确立了扩大内需的重要性,在这个过程中,创意时代中创意的成色将更足。

企业如何面对这个全新的创意时代?如何在创意时代中紧跟主流价值观?

每一个企业都需要文化,但是每个企业的文化却并不相同,正是这些各式各样的文化,构成了这个社会文化,也正是这些文化,为企业在创意时代中的生存与发展营造了良好氛围。

相较而言,创意产品的传播显得容易,传播企业的态度传播则比较困难。因为创意产品的传播因为技术的发展而逐渐多元和简便,态度的传播则更多地依赖于企业持续不断地积极发展并积极与外界交流寻求和谐,新技术对于态度的传播并没有太强的促进作用。

不得不说,在中国提出“传播态度”的概念和理论,这也是一个巨大创新。一个企业要从竞争激烈的市场经济中脱颖而出甚至做大做强,这对企业而言并不容易,企业首先要与市场和谐,甚至与社会和谐,更重要的是要不满足于现阶段的和谐,而积极寻求创新。资源有限,创意无限,冲破资源的硬性约束,用创意把文化资源转变为经营资本,引领经济增长方式向软驱动方式转变,找到可持续发展的企业核心动力。

企业要如何产业升级的时代需求中实现自身的发展呢?

陶华强用他的实践给出了最好的答案:企业态度。

从逆境中创业,从逆境中求生存,从逆境中寻发展,这样的态度也是当今中国企业的主流价值观。

陶华强用自己独到的眼光和出色的管理能力,逐步确立了自己企业的

态度,并逐渐传播出去,获得了来自企业内部和外部的广泛认可。

最后,我想向所有发展中的企业的领导者说,发展的动力掌握在自己手里,勤于思考善于创新,塑造企业的态度,并以此团结员工,打动客户,回报社会,这种态度便是企业发展动力的源泉。

是为序。

全国政协副主席

厉无畏

2010.11.12

前言

态度来源于价值观

态度决定命运——你一定听过这句话。当我反思我的创业经历,我想要告诉即将创业以及正在为了理想奋斗的年轻人们的,就是这句话。

今年刚好是宝松创业第15年。15年来,我和我的团队一起克服了各种各样的困难,从最初的困境重重到现在取得一些成绩,每一次进步都是企业态度融合与传播的升华。

我越来越强烈地感到,企业要发展壮大,一定要坚持一些内在的东西,这个东西可能是道德,可能是理想,也可能是信心,把这些内在的东西融汇在一起,便是企业的态度。可以说,企业的成功就在于不断输出共同的企业态度。然而,成功首先应该是一种坚持——精诚所至,金石为开。

我们宝松的企业态度,简单概括起来就是:我们对社会、对客户、对员工、对关心和帮助我们的很多人,都始终保持着一个良好的心态,一个良好的界面。这种包含着良知、良心、善心、善根的真挚情感,作为最基本最朴素的道理和人文精神在公司内部得到普遍认同,并在管理层面转化成公司的理想、理念、价值取向、制度。

态度是外化的,价值观是内在的。无论你身处什么行业,从事什么工作,你首先要树立正确的价值观。从某种意义上说,态度其实不重要,因为态度是表露出来的,是外在的。但是在无法感知对方内心的情况下,态度的互动是我们了解对方的唯一方法。

企业态度是个人态度之间融合与矛盾的产物,对我们每个人来说,自己的价值观与态度是尤其重要的。然而无论是企业还是个人,其价值观都会

逐渐变化,这个过程你可能没有感受到,但是你一定会有发现自己态度的转变。对朋友、对家人、对自己乃至对人生,你有了全新的认识,你的经验与人生尝试逐渐积淀成了价值观,就反映在你的态度上。

这种潜移默化的过程,无法避免,却很危险,因为你常常无意间落入一个经验的误区,形成一个不正确的本位价值观。个人无法与企业和谐,企业无法与市场和谐、与社会和谐,都是这种错误本位价值观的恶果。

一定有些年轻人觉得我在危言耸听。不要盲目乐观,每个人纠正错误的时间只有10天,你错过这10天,错误就变成了习惯。

在本书的开篇,我想要问所有人四个问题:

1. 你有自己的态度吗?

实际上,有很多职位大多数人都可以胜任,而能为自己的工作表现增加砝码的也就只有态度了。

每一个人,首先要有自己的态度——这是一个意义广泛的命题,无论行业、无论身份、无论年龄、无论性别,都是适用的。

我认识很多成功的创业者,他们做大做强企业的第一步,是要培养优秀的员工、优秀的团队。创业者应该如同导演,每一个企业都是一部电视剧,要做的第一件事就是找到好的演员加入;第二件事是把你的理念告诉演员,让他能够融入剧情;第三件事是让素不相识的演员们形成默契,把剧情还原为生活;第四件事才是一集一集地拍下去。

个人—员工—团队—企业,这个过程是个人融入企业的过程。其中尤其重要的是个人变成员工的过程,为什么呢?

没有自己态度的人,只能称之为“个人”,他虽然进入了企业,但他实际上还只是一个社会个体,而没有成为企业的一个组成部分。我认为企业形成态度的基础一定是员工的态度,我们培训新员工的目的,只不过是让这些还游离在企业共同态度之外的社会个体,逐渐与企业的态度互相碰撞,形成一个与企业态度和谐的个人态度。这是一个充满矛盾与变化的融合期,个人感受到了企业的既成态度,企业也因为员工极具个人特色又积极融入的态度而发生悄然的进步,逐渐形成一个不断进步的良性循环。

这一切默默发生的化学反应,其最初的反应物必须是个人的态度,没有态度就没有灵魂,也就谈不上精神上的互动,更谈不上良性循环。

众所周知,除了少数天才,大多数人的禀赋相差无几。那么,是什么在铸造我们个人的独特?

答案是“态度”。

2. 你的价值观是什么?

价值观的缺失是一件很可怕的事。如果连最基本的好与坏都无法分辨,又如何能朝着一个正确的方向前进。

从2001年开始,我们每周两次免费给敬老院送点心,每次180个,两次即360个,十年来是17万余个。我一直坚持做这件事儿,而且将随着宝松的发展持续不断地长期坚持下去!

后来,敬老院的陈秀娟院长对我说:“做好事,一个月、两个月能做得到,一年二年就难了,像宝松十年如一日敬老助老,这不是一般人所能坚持的。宝松这样极富爱心,怎么可能不做强做大呢?”

这件事儿做了10年,但是我知道,在我的企业里还是有人会说:“这和我们有什么关系?”

我为什么要帮助老人,而且一做就是10年?

虽然我的出发点是做善事,帮助老人,回报社会。但是,就是在这个过程中,也帮助企业树立了自己正确的价值观,形成企业的态度,并以企业的态度去影响企业里的每一个人,让他们在潜移默化中,逐渐形成他们个人的价值观,并融入企业的态度,由“个人”变成“员工”,并形成“团队”。

如果一个企业是良性发展的,那么企业中的每个个体都有相对统一的价值观,也就是说,我们对于事物的判断,有一个共同的基点。

从广义上说,主流价值观直接作用于人们的日常生活实践,拒绝社会的同时也就拒绝了主流价值观。价值规范是一种行为准则,或是一种导向群体共同价值的规则体系,需要你进入这个群体,去逐渐纠正完善你的价值观,直至与主流价值观融合。

3. 企业也有价值观？

大概很多人没有想过这个问题，这并不奇怪。

企业是由人组成，个体的价值观在这里摩擦碰撞，产生了一个群体的价值观。从广义上说，企业也只是社会的一个部分，企业的价值观也只是社会价值观的一个部分。

也就是说，个体依据其所属的群体，分化成不同的价值观，这个群体可大可小。企业也是一个群体，当很多员工在这个群体里交流融合，就会逐渐形成以企业为单位的群体价值观。

企业赞同什么？企业内部人们信仰什么？这都是企业价值观要回答的问题。

企业价值观对于企业在竞争上的成功至关重要。事实上，价值观驱动着企业的商业前途。一个良好的、有助于公司持续成功的企业价值观的建立是艰难的。要将它管理好，执行好，让它成为真正意义上驱动人们行为的动力，则需要企业的领导者及其管理团队做出艰难的努力。

企业价值观是企业员工所共同持有的，是支持员工精神的主要价值观。企业价值观是艰苦努力的结果，是把所有员工联系在一起的纽带，是企业生存发展的内在动力，是企业行为规范制度的基础。

我认为，要在企业里树立一个正确的价值观，就需要长久地培养一个主流价值观，并逐渐影响每一个员工，最终形成企业的态度。

一个没有主流价值观的企业，也是一个没有灵魂的企业。海尔公司把价值观体现为“真诚到永远”，IBM 提出“最佳服务精神”，把为顾客提供世界上第一流的服务作为最高的价值信念等。

4. 企业态度来源于价值观？

这个问题相对简单，因为企业与人其实有很多共性，甚至可以说，企业只不过是一个衍生意义上的“人”。

不同的文化，不同的环境，形成了不同的态度，每个人与他人的差异性

就体现在全然不同的态度上。你要学会被环境影响,但是不被环境利用,要有对于方向的充分掌控力。

周遭的环境或多或少地改变了我们的态度,尤其是当员工进入企业后,能否对企业态度有认同感,这对于企业态度的塑造有很大关系。

企业态度是很多个体的组合,个人是基础,企业是由很多人组成,在很多个体态度的碰撞中融合,并不是简单的相加而形成企业态度,而是互动互补互助的融合。要逐渐形成企业态度,实现 $1 + 1 > 2$ 的效益。

企业态度作为一种组织心理状态,是企业对其内外部经济、人文等环境因素中某一对象所持有的认知、评价及其相应行为的倾向,是在长期的积累过程中为适应环境、调整价值取向而逐步形成的。

换言之,企业态度是企业价值观的外化表现。

企业态度具有特定的生成机理,它是企业动态的心理内聚,也是企业心理特征的行为外展。企业态度具有逐步递进性和共存兼容性,企业价值观的建立为企业态度的整体调适提供了标杆与基础。

序 创意传播企业主流价值观 / 1

前言 态度来源于价值观 / 1

第一章 什么是企业态度 / 1

第一节 探寻态度形成的源头 / 4

第二节 企业态度概念解析 / 18

第三节 企业态度特性解析 / 29

高端访谈:对话袁岳——谁决定了你的态度?(零点研究咨询集团董事长、第一财经《头脑风暴》主持人) / 36

第二章 企业态度的应用 / 45

第一节 企业态度应用的正面效应 / 48

第二节 企业态度应用的负面效应 / 57

第三节 办法总比困难多 / 74

高端访谈:对话骆新——你的态度因何而不同?(上海市政协常委、上海十大杰出青年、东方卫视首席新闻评论员) / 84

第三章 企业态度的传播 / 93

第一节 态度是一种“传染病” / 96

第二节 领导者态度的传播作用 / 120

第三节 企业文化的团队传播力 / 129

高端访谈:对话贾云峰——态度的传播效应(中国十大杰出旅游策划人、德安杰环球顾问集团总裁、北京大学客座研究员) / 139

第四章 企业态度的社会效应 / 149

第一节 企业立于社会的基础 / 153

第二节 社会影响力源于和谐 / 163

第三节 好企业强大在哪里? / 172

高端访谈:对话余惕君——商道即人道(上海铭源集团董事、常务副总裁) / 183

后记 我们共同的理想和未来 / 192

跋 共同价值观创造财富(中国民营企业国际促进会

执行主席 张维新) / 196

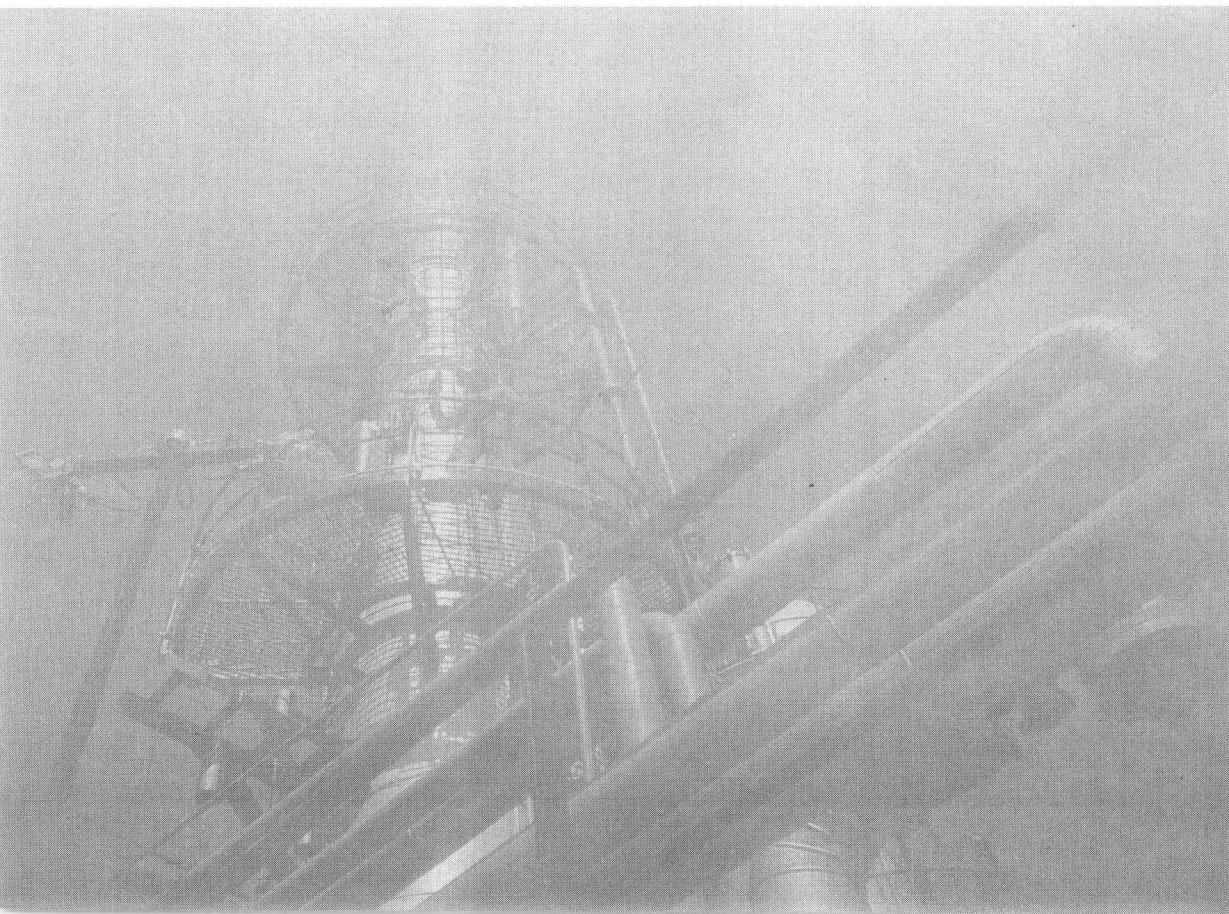
附录 我眼中的宝松 / 198

CHAPTER 1



／第一章／

什么是企业态度



『本章提示』

你想知道太平洋建设集团创始人上庭前的表现吗？

你想知道查尔斯王子的同学为何流落街头吗？

你想知道著名销售员法兰克·派特的成功秘诀吗？

你想知道为什么你不能坚持每天甩手 300 下吗？

寓言

一个新出厂的小闹钟，向已经工作多年的老闹钟甲、乙讨教工作经验，其中甲说：年轻人，你知道我们的工作有多繁重吗？我们一年要走 3150 万步。小闹钟听后，非常担心自己的能力不能胜任这么艰巨的任务。而乙则说：别怕！年轻人，其实我们的工作非常简单，我们只要每一秒钟走好每一步。小闹钟听后，信心很足，认为自己有能力做好这份工作。结果一年下来，小闹钟出色地完成了自己的工作。

世上无难事，只怕用心人。工作完成的好坏，取决于人的态度。态度决定一切，要认真真做好每一步。

奠定了当代企业价值观的商业思想家罗曼·文森特·皮尔，是我最推崇的一位商业思想家。

他每周的广播节目《生活的艺术》在 NBC 上连续播放了 54 年时间，他每个月要给大约 75 万人布道，他创办的杂志《标杆》发行量达 450 万册，是与宗教相关的杂志中发行量最大的。他的一生被好莱坞拍成了一部著名影片《一生》。

可以说，皮尔的一生是他不断传播态度的一生，他影响了无数的人，这其中就包括里根总统。当然，最让我们获益良多的，是他的著名人生指南读

物《态度决定一切》。

罗曼·文森特·皮尔说过：“逆境要么使人变得更加伟大，要么使人变得非常渺小。困难从来不会让人保持原样。世上只有一个人可以开创快乐、富有、健康的人生——那就是你自己。”

皮尔的话，实际上只是在教会我们一件事情：自己才是改变自己的关键，但是，自己改变自己的关键是什么呢？是态度。

态度是世界上最神奇的力量，它栖息于思想深处，左右着我们的思维和判断，控制着我们的情感与行动。一个人的生活状态、人生方向完全受控于其生存态度的牵引。用什么样的态度对待生活，就有什么样的生活现实。积极的态度可以使我们到达人生的顶峰，尽享成功的快乐和美好，消极的态度使我们一生陷于困难与不幸之中。态度影响我们的事业、生活、人际关系等，决定我们的人生成败，态度决定一切。

第一节 探寻态度形成的源头

20 世纪 80 年代，改革的浪潮席卷着各式各样的外来文化冲击着我们的传统价值观，很多人顿时迷失在这些新鲜玩意儿的熏陶里，在中国大改革大发展的氛围里，很多不良的价值观开始滋生，大量中国人逐渐无法自拔地成为了拜金与唯利是图思想的牺牲品，随着时代的发展，我们的经济建设取得了不俗的成绩，但是我们为了经济而落下的思想病根却一时难以根除。于是，中国社会的主流价值观为很多人诟病，这种舆论的力量也让很多年轻人无所适从。

我认为一些不良的社会现象和社会行为在阻碍我们的视野，我们的社会主流价值观其实远没有很多人想的那么坏，只是没有看到，没有感受到。

我为什么做这样的判断？