

中国企业文化案例库系列丛书
全国企业文化管理师培训指定教材

金思宇 张鸿钧 主编

中国特色

企业文化建设

ZHONGGUO TESE QIYE WENHUA 案例
JIANSHE ANLI

第一卷

↑
↑
↑
↑
↑
↑
↑
↑
↑
↑



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

全国企业文化管理师培训指定教材

中国企业文化案例库系列丛书

中国特色企业文化建设案例 (第一卷)

主编 金思宇 张鸿钧

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国特色企业文化建设案例. 第一卷/金思宇,张鸿钧主编. —北京:中国经济出版社,
2005. 7

ISBN 7-5017-7161-8

I. 中... II. ①金... ②张... III. ①企业文化-案例-中国 IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 087151 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 孙 岩(电话:010-68359418)

责任印制: 常 毅

封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市华润印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 33.75

字 数: 613 千字

版 次: 2005 年 7 月第 1 版

印 次: 2005 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 6000 册

书 号: ISBN 7-5017-7161-8/F·5747

定 价: 50.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225

68353507

68341876

68341879

68353624

全国企业文化管理师培训指定教材

中国企业文化案例库系列丛书

中国特色企业文化建设案例

(第一卷)

展示企业文化之旅 把握最新文化理念
分享专家权威思想 启迪企业健康成长

编辑委员会

顾问:周铁农 第九、第十届全国政协副主席
程思远 第八、第九届全国人大常委会副委员长、中国企业文化促进会荣誉会长
布赫 第九届全国人大常委会副委员长
铁木尔·达瓦买提 第九届全国人大常委会副委员长
万国权 第八、第九届全国政协副主席
名誉主任:程湘清 全国人大研究室原主任、中国企业文化促进会名誉会长
主任:张光照 中国企业文化促进会会长兼秘书长
副主任:郭丽伶 中国企业文化促进会副会长兼常务秘书长
特邀专家编委(以姓氏笔划为序):
王成荣 王学秀 邓荣霖 石志夫 李桂荣 齐善鸿
邹广文 张德 金思宇
主编:金思宇 张鸿钧
责任编辑:孙岩

领导题词：

加强企业文化建设
发展企业文化事业
程思远

全国企业文化管理师
职业培训

大力发展企业文化
纪

周洪名

二〇〇五年二月六日

企業建設先進
姜春雲
二〇〇二年
五月

序

企业文化是企业微观意识形态和行为方式的总和,包含企业核心价值观、企业经营管理理念、企业精神、企业形象和企业传统等内容。企业文化是现代企业最具战略性的管理思想与管理方法,是直接影响企业核心竞争力、决定企业兴衰的关键因素。我国传统企业文化源远流长,西方发达国家现代企业文化理念于 20 世纪 80 年代引入我国。目前,融合中外先进管理思想、具有中国特色的企业文化在我国企业中已得到长足发展,涌现出大庆、胜利、江苏电力、中国冶金建设、一汽、国电、东航、青啤、海信、同创中铁大桥局等一批企业文化建设先进企业。但是,从总体看我国企业文化建设发展不平衡。有些企业领导者由于个人职业素质和能力等多方面的限制,只注重资金、技术、市场等企业经营管理的实际工作,不重视企业文化建设,认为企业文化建设花了钱却不能产生直接的经济效益。在经营方面,不惜巨资作广告宣传企业外在形象,却忽略了企业文化的建设,忽视了人员素质的继续培训与提高,而企业文化建设专业人才队伍稀缺,远不能满足增强企业竞争力的需要,亟待加大培训工作力度。

面对经济全球化的新形势,企业文化建设方兴未艾,越来越受到企业界和全社会的普遍重视。塑造优秀的企业文化,对企业的制度、技术和管理等进行创新,已成为各企业今后几年工作的重点。

众多成功企业的经验表明,优秀的企业文化在企业发展乃至国家经济发展中的功能主要表现在:(1)有利于提高产品的文化含量,充分满足消费者的物质和精神需求。国民经济的迅速发展和物质生活水平的不断提高,使人民的消费需求日益多样化,只有那些文化含量高、品质优良的产品,才能引起人们购物的欲望,满足他们生活和生理上的需求。(2)有利于企业利用国内国际两种资源和开拓国内国际两种市场。加入 WTO 后,我国经济逐步纳入全球化的格局,我们与国外企业的生产、技术经验的交流越来越密切。怎样才能使处于不同民族文化传统和不同社会制度背景以及具有不同思维方式和价值观念的中外员工,共同遵守国际通行的活动准则,既竞争又合作呢?塑造优秀的企业文化,特别是进行跨文化管理将有利于中外员工在观念上相容、心理上相通,使我国企业在充分利用国内资源开拓国内市场的基础上,进一步利用国外资源,逐步进入国际市场。(3)有利于提高企业的综合竞争力。企业的综合竞争力表现为企业科研、技

术、产品、人才、营销等各方面优势的综合,而文化力是企业综合竞争力的重要组成部分,它对企业的技术力、经济力起着导向和促进作用,对员工的行为也起着引导、凝聚、规范和激励作用。企业只有在文化力、技术力和经济力的相互促进与共同提高中,才能不断提升综合竞争力,取得持续健康有序的发展。

当前推动新时期中国企业文化建设的意义主要有以下几点:

1. 建设先进企业文化是实践“三个代表”重要思想的有力举措。

中国企业文化建设的目标应该以“三个代表”重要思想为指导,坚持按照“先进文化的前进方向”的要求,努力培育和发展与现代企业制度相适应的具有中国特色的社会主义企业文化。在企业文化建设过程中,如果忽视这一重要目标,就会失去正确方向。加快企业文化建设的过程,就是广泛吸收我国传统企业文化精华,学习借鉴国外先进企业文化经验,探索中国特色企业文化的过程,也是在企业中传播和实践先进文化的过程。

2. 建设先进企业文化是落实科学发展观的重要保障。

科学发展观的核心就是要以人为本、均衡发展,不要只追求片面的经济增长速度,同时要注意与环境和社会的协调以及企业的可持续发展,企业的终极使命,不是单纯追求经济效益,更重要的是提高人民群众的生活质量和促进社会文明。传统管理强调“物”的因素多,企业文化也重视企业中的“物”的因素,但更重视企业活的因素,即人的因素,认为人是生产力中最活跃的因素,强调“以人中心”。因此,企业文化建设要达到的对“人”的塑造,强调人是整体的全部意义上的人,是自由的、自主的、全面发展的。要创建先进文化,就必须着眼于人的能力和素养的提高,企业在从事物质生产的同时,更要注重培养高素质、拥有良好的文明修养的人。只有这样,才能实现企业与社会和自然环境的协调发展。

3. 建设先进的企业文化,是构建和谐社会,在企业层次上提高党的五项执政能力的重要举措。

第一、通过企业文化建设,进一步完善企业的愿景目标、经营理念,特别是加强诚信建设,实行客户导向的经营,才能不断提高“驾驭社会主义市场经济的能力”。

第二、通过企业文化建设,进一步完善企业内部的民主参与制度,进一步激发员工当家做主的热情,才能不断提高“发展社会主义民主政治的能力”。

第三、通过企业文化建设,进一步提高党的思想政治工作与经营管理工作的密切结合,发扬我们的优良传统,吸收发达国家的先进经验,才能不断提高“建设社会主义先进文化的能力”。

第四、通过企业文化建设,在物质层次、感情层次和价值观层次上,全面增强企业凝聚力,在企业内部形成团结、温馨、和谐、进取的文化氛围,才能不断提高“构建社会主义

和谐社会的能力”。

第五、通过企业文化建设,树立全球化的战略眼光和经营思路,推动中国企业的国际化经营步伐,用跨文化管理整合不同民族和地域的人力资源,形成统一的经营合力,才能不断提高“应对国际局势和处理国际事务的能力”。

4. 建设先进企业文化是深化企业系列改革的基本对策。

我国深化经济体制改革的一个重要障碍,就是企业在旧的计划经济体制下形成的旧理念、旧习惯、旧作风即旧的企业管理方式。要由单纯的利润系统发展到全面的事业和文化系统。企业不仅是一个由资金、技术、组织结构和人员组成的经济系统,而且是一个由价值观、信念、原则、企业哲学和企业精神等要素组成的文化系统。因此,要注重共同的意识、共同的理想、共同的价值观的形成,重视企业内的行为规范以及企业形象在企业中的作用。管理既是一门科学,又是一门艺术。管理不仅是约束人,更重要的是造就人,良好的组织氛围、管理人员以身作则、员工的民主参与、更多的关心和尊重等等都是管理的核心命题。创新是企业文化的灵魂。因此,社会观念更新、文化更新,是推动经济体制改革的必由之路,建设现代先进企业制度必须与建设现代先进企业文化同步进行。

5. 建设先进企业文化是增强企业综合竞争力的必备条件。

随着经济全球化和市场经济的进程,现代企业的竞争优势,已经由传统的资源优势、技术优势等,向企业整体优势即全面的包括物质、精神、文化优势发展,企业的资源、技术等优势只有与企业的思想与精神、文化方面的优势相结合,才是系统的、整体的优势,也才会形成真正的竞争优势。先进的企业文化体现了高尚的社会目标和经济目标、高品位的价值观、高效率的管理理念以及高境界的企业精神的完美统一,这些都是提高企业管理水平、增强企业竞争力的核心内容。只有具有优秀的先进企业文化,企业才能实现快速、稳健、长期的发展,才能铸造长盛不衰的品牌,才能使企业之树长青。

6. 建设先进企业文化是加快企业诚信建设的重要支撑。

20世纪80年代的第一次企业文化建设热潮,除了对内增加企业凝聚力和对外树立企业形象外,主要适应党和国家以经济建设为中心的方针,开始了从计划经济体制向市场经济体制的转轨,这一时期的企业文化建设有力地带动和激发了企业的经济效益增长。但同时也带来了一些企业惟利是图、不讲诚信、不守规则的无序竞争。如今从国家发展和经济发展的战略高度看待我们正在经历的第三次企业文化建设高潮,我们将通过文化再造与变革,创建诚信企业和诚信社会,实现社会经济秩序由无序向有序的转变。诚信是企业文化的基石。加快企业文化建设,可以促使企业讲诚信、守规则,创建诚信企业和诚信社会,规范市场经济秩序,显著提高我国经济增长的质量和效益。

社会实践告诉我们:成也文化、败也文化。综上所述,加强企业文化建设不仅是企业与时俱进、开拓创新的必然选择,同时也是市场经济发展的必然结果。因此促进我国企业文化建设,已成为当前和今后一个时期的一项重要战略任务,应当站在落实“三个代表”重要思想和科学发展观的高度,为构建和谐小康社会,加快中国企业文化建设事业的前进步伐,应做好以下五个方面的工作:

1. 加强组织领导,强化自律管理。企业文化建设是企业管理的重要思想和方法,各级领导应给予高度重视,将其列入议事日程。当前,在指导中国企业文化建设方面,需要关注这样一些要素:(1)吸收我国民族文化中的精华部分;(2)吸收中国近代民族资本主义工商业的管理思想;(3)吸收国外现代管理理论中的优秀部分;(4)吸收我国半个世纪以来社会主义建设的优秀管理经验;(5)借鉴发达国家优秀企业企业文化建设的成功经验。在此基础上,创建具有中国特色的社会主义企业文化理论框架,进一步丰富企业文化的内容。要完成这一光荣而艰巨的任务,应该大力加强全国企业文化建设的统一指导和协调,加强行业管理和自律。中国企业文化促进会要肩负起组织、协调、规划、推动全国企业文化建设的历史使命,进一步强化全国企业文化事业管理机构的权威地位,并制定出一系列有关培训、考核、评价、认证等企业文化建设方面的管理规定。

2. 搞好三个结合,完善企业文化体系。一是企业文化建设要与现代企业制度建设结合起来,形成企业文化建设的制度环境和机制;二是企业文化建设要与企业诚信体系建设结合起来,达到加强社会公德、提高企业诚信、个人职业道德建设相互促进的目的;三是企业文化建设要与加强企业管理结合起来,达到增强企业凝聚力和竞争力的目的。开展对中国企业文化建设现状和经验的调查研究,包括这样一些内容:(1)企业及企业文化发展环境的分析;(2)不同行业企业的调查与分析;(3)不同区域企业的分析;(4)不同企业内在素质的分析。在充分调查研究的基础上,撰写并发布《中国企业文化建设白皮书》或者《中国企业文化建设纲要》,总结中国企业文化建设经验,指导中国的企业文化建设。认真总结研究我国民族企业文化的特色,吸收国外现代管理理论中的精华,建立具有中国特色的企业文化模式,形成具有中国特色的企业文化体系。

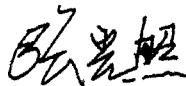
3. 强化培训、评价及相关认证工作。进一步开展对企业文化专门人才的培训工作,培养各种层次的企业文化管理人员,并以资格考试方式逐步确定下来。制定出一套严格完整的评价考核标准。同时,定期进行中国企业文化建设或地域、行业的企业文化建设、调研和考察活动,并适时作出相关评价。通过组织企业文化专家整理的实践案例,对那些企业文化建设取得较大成就的企业进行创建、考察和评价,在全国范围内确定一些优秀企业文化建设单位作为“企业文化建设示范基地”以发挥以点带面、共同提高的效果。

4. 加强对企业文化建设的舆论宣传工作。在中国企业文化建设的宣传方面,要确立一个基本目标,即通过企业文化建设的传递与辐射作用,加强社会公德建设、企业诚信建设、个人职业道德建设。在具体的宣传内容上,要把握现代人价值取向的变化趋势,将企业文化建设的方向由政治导向型转变为经济主导型,由非自主型转向自主性,由非制度型转向制度规范型的企业文化,强化具有现代价值的人生观、和谐观、义利观和均衡观,建立有效的企业文化模式。充分发挥新闻舆论作用,大力宣传企业文化建设。大力宣传企业文化建设先进单位的实践案例和典型经验,使全国企业学有榜样、赶有先进,杜绝形式主义,促进企业文化建设工作扎实有序地开展。

5. 加强全社会宏观文化环境的建设。以企业文化建设为突破口,将企业文化建设理念向机关文化、校园文化、社区文化、村镇文化、家庭文化等延伸,以实现建立诚信社会和文明社会的远大目标。

我们一定坚持为企业服务,为经济发展服务的方向;继续坚持创新是企业文化的灵魂、诚信是企业文化的基石办会宗旨。在有关领导的支持与厚爱下,进一步做好培训工作,努力培养出更多更好的CCO首席文化官是我们义不容辞的责任,为迎接先进企业文化更加繁荣美好的明天而努力奋斗。

再次衷心感谢为全国企业文化管理师培训教材出版发行做出贡献的各位领导、专家、教授、学者、各行各业的企业文化管理者。



2005年6月于北京

前 言

20 多年前,在欧美国家的一些大企业集团诞生了“首席文化官”,通常叫做 CCO(CHIEF CULTURE OFFICER),而在我国提出企业要设立 CCO 这个职位也就是近两年的事情。大家不会忘记,2003 年 7 月,中国企业文化促进会在人民大会堂率先推出了全国“注册企业文化管理师”职业培训认证项目,至今已在北京、上海、天津、大连等地举办企业文化管理师培训班 30 多期,培训学员 2000 多人。2004 年 10 月,北京大学举办了“首届企业文化官培训班”。今年 3 月,国家劳动和社会保障部正式宣布将“企业文化师”作为新的职业,中央电视台新闻联播节目专门作了报道,这标志着企业文化培训师将纳入政府职业培训项目,从而使这个“新生儿”有了合法的“出生证”。应当说,中国企业文化促进会特别是培训中心在这方面做了积极的尝试和艰苦的工作,也得到了众多国内知名企业文化专家和中国就业培训技术指导中心的大力支持,赢得了众多不同所有制企业的好评。在我看来,“首席文化官”的设立是时代发展的需要,是企业管理升级的需要,是企业实施“走出去”战略的需要。世界 500 强企业中,几乎都设有相应的 CCO 或企业文化管理经理。而目前我国大多数企业在这方面相当滞后,企业文化建设呼唤更多的注册企业文化管理师,并在中国企业文化建设过程中发挥重要的作用。当务之急是要在建立现代企业制度的框架下,尽快建立和优化企业文化管理师的运行机制,完善和规范企业文化管理师培训认证体系,充分体现“科学性、公正性、权威性和可操作性”。中国企业文化促进会将出台《关于全国企业文化师培训认证体系》,开创了企业文化建设职业培训认证的先河,具有重要的历史意义和现实的指导意义。我相信,在劳动部、国资委等相关部门的支持下,经过大家的共同努力,一定能与企业共同打造出一批又一批符合中国国情的具有职业认证资格的 CCO,实现中国企业文化的国际化和国际企业文化的中国化“两化”的对接。

毫无疑问,中国在新亚洲以至全球经济格局中所扮演的角色越来越重要,足以让中国这条巨龙吸引众多跨国公司的眼球。诚如胡锦涛主席在2005年北京《财富》全球论坛开幕式上所指出的那样,“在经济全球化趋势深入发展的条件下,中国及亚洲的发展正在成为世界经济发展新的推动力量,世界经济发展也将给中国及亚洲发展带来新的重要机遇。”作为世界最高规格的经济论坛,《财富》论坛已经第三次踏入中国国门,并把“中国因素”作为论坛的主题,这不仅显示了中国经济发展对世界的重要性,而且表明了世界希望从中国20多年来取得的举世瞩目的成就中寻找中国快速发展的轨迹和未来发展的方向,发现中国经济中所蕴藏的巨大的商机。有位哲人说过,“机会总是留给有准备头脑的人”,对中国企业来说也是如此。《财富》全球论坛可以给我们一个全球性视角,让我们以理性的态度思考更深层次的问题,比如经济增长与社会和谐发展、制度建设与精神文化重建,等等。经过多年来的实践和案例研究,我得出了这样一个结论:中国企业要同世界知名企业相互合作、同台竞技,建设具有中国特色的企业文化并以此来提升企业的核心竞争力是企业实现科学发展和财富增长的力量之源,也是企业在全球经济一体化进程中始终保持竞争优势的制胜之道。

最近,国务院国资委出台了《关于加强中央企业企业文化建设的指导意见》(国资发宣传[2005]62号),这不仅表明了国资委已将加强中央企业的企业文化建设摆上了重要日程,而且表明国资委既重视从经济上搞活并增强中央企业的硬实力,又重视从文化上激活和提升企业文化的软实力,极具战略远见和实践意义。先进的企业文化是企业持续发展的精神支柱和动力源泉,是企业核心竞争力的重要组成部分。我们要从实践“三个代表”重要思想,建设先进的企业文化,是加强党的执政能力建设,大力发展社会主义先进文化、构建社会主义和谐社会的重要组成部分;是企业深化改革、加快发展、做强做大的迫切需要;是发挥党的政治优势、建设高素质员工队伍、促进人的全面发展的必然选择;是企业提高管理水平、增强凝聚力和打造核心竞争力的战略举措等几个方面来充分认识企业文化建设的重要性和紧迫性。

21世纪是知识经济时代。从一定意义上说,当今市场的竞争是产品的竞争、品牌的竞争、人才的竞争,更是学习力的竞争、文化力的竞争、执行力的

竞争。我认为,目前,现代企业管理的变革和发展呈现出八大趋势:一是知识和人才成为企业最重要的资源;二是学习是现代组织的生命之源,学习型组织是未来成功企业的模式;三是机构扁平化、信息网络化、操作流程化的管理是提高企业执行力的重要方式和手段;四是具有前瞻性的全球战略是企业与国际跨国公司决战成败的关键;五是以人为本、团队合作、诚信经营、不断创新是企业经营管理永恒的主题;六是灵敏快速的市场应变能力和抗风险能力是新时代对企业的要求;七是优秀的企业文化是企业核心竞争力的重要组成部分,文化管理是管理的最高境界,企业在重组并购过程中更加注重文化的融合和跨文化管理;八是企业在追求经济效益和企业价值最大化的同时,更加注重相关利益群体的利益最大化和社会责任。

学习是现代社会和组织生命之源。建立学习型组织是时代的要求、客观的需要。依我看来,所谓学习型组织,是指通过培养弥漫于整个组织的学习气氛、充分发挥员工的创造性思维能力而建立起来的一种有机的、高度柔性的、扁平的、符合人性的、能持续发展的组织。谁能迅速提高自己的学习力,谁就赢得了发展的主动和领先的优势,未来的成功者将是那些比竞争对手学习得更快的企业和个人。企业领导人“总是文化的活水源头”,他们是企业文化建设的主要倡导者、布道者,在企业文化建设中发挥着关键作用。而企业文化师在企业文化建设中起着重要的策划者、组织者、执行者的作用,是塑造企业灵魂的工程师。在建设学习型组织、创建企业文化过程中,中国国电集团、中国南车集团等企业通过创建学习型领导班子来推动学习型企业的创建,以领导班子的创新学习带动企业员工的创新学习,以创新学习推动管理变革,以管理变革推进企业流程再造,以企业流程再造促进企业改革发展。他们从团队学习和系统思考入手,以观念的植入为先导,以企业管理为载体,以组织学习为开端,以五项修炼为途径,以提高学习能力、改善心智模式和思维方式为重点,分阶段、分层次开展创建活动,形成了一种新的“学习+激励”的文化管理模式,为实现企业做强做大的战略目标提供了智力支持和良好的工作环境,取得了较好的经济效益和社会效益。

纵观世界成功企业的发展历程,尽管其成长途径千差万别,主营业务各不相同,但都有一个共同的特点,那就是具有优秀的企业文化,很强的学习力

和创新精神。它们经过长期的积累和不懈的努力,形成了自己的核心能力。研究表明,学习和创新是建立并不断强化企业核心能力的根本途径。中国企业要培育自己的核心竞争力,必须十分重视学习人类社会发展的新知识、新文化、新成果,高度重视技术创新、管理创新和制度创新。随着我国改革开放的进一步扩大,并且进入了加入世贸组织的后过渡期,中国企业要与国内外企业同台竞技,必须认清形势,转变观念,抓住机遇,开拓创新,以世界眼光和科学的发展观制定符合企业实际的发展战略和规划,树立以人为本、和谐发展、工作学习化、学习工作化等理念,内强素质,外树形象,依靠创新形成自己的核心竞争力、依靠核心竞争力塑造知名品牌、依靠知名品牌提升自己的竞争优势和无形资产,努力构建具有时代特征而又各具特色的企业文化体系。

为了展示和分享中国企业文化优秀成果,更好地做好全国企业文化管理师的培训工作,中国企业文化促进会将陆续推出中国企业文化案例库系列丛书,作为全国企业文化管理师培训指定教材。现在奉献给读者的是我们最新组编的《中国特色企业文化建设案例》(第一卷),该书收集了石油、化工、电力、航空、建筑、电信、交通、冶金、轻工、医药、金融等18个行业53家优秀企业的企业文化建设案例,诚邀北京大学、清华大学、中国人民大学、南开大学等高等院校的经济管理学教授和国内知名企业文化专家作为专家编委分别作出点评,旨在触摸中国企业文化前沿,“展示企业文化之旅,把握最新文化理念,分享专家权威思想,启迪企业健康成长”。衷心感谢全国政协副主席周铁农、第九届全国人大副委员长布赫、铁木尔·达瓦买提出任本书顾问,感谢周铁农、程思远、姜春云等党和国家领导同志的亲笔题词,感谢中国企业文化促进会名誉会长程湘清、会长张光照、副会长郭丽伶的大力支持,感谢中国企业文化促进会副秘书长兼培训中心主任张鸿钧和她领导的团队胡春玫、周瑜、陈利、李泰、蔡波妮、单晓燕、刘云飞以及东风汽车公司的许志远等为此书付出的辛勤劳动,感谢中国经济出版社总编室主任孙岩的支持帮助。

特别要感谢的是中国企业文化促进会会长张光照在百忙中欣然为本书作序。全书由中国企业文化管理师认证委员会评定委员、中国企业文化促进会特邀研究员、新加坡华新世纪企业管理研究院客座教授金思宇负责统稿和审定,并为“专家点评”和部分企业案例拟定了标题。由于时间仓促和编者

水平有限,难免有不妥之处,敬请批评指正。

“人类因梦想而伟大,企业因文化而繁荣。”我坚信,世界经济正在为中国企业家提供更广阔的舞台和新的发展空间,中国的企业文化建设必将成为和谐中国的伟大向心力,中国企业文化管理师必将成为企业文化凝聚力、促进企业可持续发展的中坚力量!



2005年6月6日于北京