

责任编辑 蒋秀英 董晋睿

封面设计 刘桂湘

责任校对 都本伟

中国企业文化建设丛书②

企业之魂

张毅 史彤彪 著

*

辽宁大学出版社出版 (沈阳市崇山中路66号)

辽宁省新华书店发行 沈阳新华印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 1/32 印张: 6.25 插页: 2 字数: 150千

1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷

印数: 1—10,000

*

ISBN 7-5610-1069-9

F·177 定价: 3.30元

(辽)第9号

《中国企业文化建设》丛书

总 序

袁宝华

与世界日益发展的现代化生产、管理相适应，不少发达的国家对企业文化的研究正逐步走向深入。近几年来，在我国企业改革的不断深化中，企业文化建设也成了热门话题，不少部门的领导、企业人员同专家、学者一道，开始了对这个问题的探讨和研究。这是时代与社会变革的必然要求，也是当今文化建设提出的崭新课题。

在企业文化的探讨和建设过程中，固然不应排斥对国外企业文化的某些研究成果的借鉴与吸取；因为借鉴和吸取可以开扩视野，活跃思路，掌握多种研究方法。然而，更为重要的，还是要从中国企业的历史和现状出发，探索并总结出我国社会主义企业的特殊规律、发展轨迹以及对企业文化建设的特殊要求。本着这个目的，我赞成编辑出版《中国企业文化建设》系列丛书。希望丛书对中国企业文化建设的探讨，既立足于中国的国情，又切合中国企业活动的内在规律，从而提出符合社会主义中国企业精神的真知灼见。

什么是企业文化？国内外的专家、学者说法不一。有的说它是渗透于企业一切活动之中，又涵容企业物质财富与精神财富之总和的精神支柱，即企业的灵魂。也有的说它是影响并制约着企业生存、竞争与发展的价值观念、行为准则和道德规范等文化形态。这是从不同的角度探讨企业与文化关系的理论界定，还可以深入加以

研究。但有一点却是必须明确并切实加以解决的，那就是我们应该建设什么样的企业文化？形成什么样的企业精神？塑造什么样的现代企业的人的形象？如果企业文化建设忽视了企业赖以生存、发展的精神支柱，忽视了企业人员的主人翁地位及其思想文化素质的要求；那么，企业文化的建设就只能停留在一般文化学的层次，而没有深入到企业生产、管理、经营、服务与文化学相结合的层次之中。

尤其应该加以强调的，就是我们所要建设的企业文化，是以社会主义初级阶段的经济、政治、文化为基础，以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导，以共产主义为理想目标，因而贯穿于企业流动中的各个方面（如组织结构、管理方法、激励机制、人际关系等）的文化要素，也必然形成有别于发达的资本主义国家的特殊内涵。比如大家所熟悉的“大庆精神”，就包孕着具有中国企业文化特色的宝贵经验。在六十年代艰苦的石油会战中，光靠企业的行政法规与纪律约束是无法解决人的积极性和创造潜力的充分发挥的。而重视人的作用，发扬工人阶级的硬骨头精神，正是在承认个体价值基础上弘扬工人阶级的集体价值的社会主义价值观念。大庆正是凭藉这种企业精神而坚持高标准、严要求，并进而在实践中形成过硬作风和光荣传统的。其次，大庆人的科技文化素质的不断提高，也是重视企业文化建设，使之成为企业发展的内动力的重要方面。从油田会战一开始，他们就以对科学技术的实事求是态度，博采世界众家之长，对多种方案进行对比、优选、优化；同时抓紧职业技术教育，开展技术比赛，始终把提高职工的文化技术素质摆在战略位置上，一刻也没有放松。大庆企业发展的高水平，离不开科技的高水平和人员素质的高水

平。这正是企业文化建设必须紧紧抓住的又一关键环节。社会主义企业中人的政治觉悟一旦与高度的科技文化素质相融合，就将创造出人间奇迹。“大庆经验”对建设中国企业文化的意义和价值正在于此。

诚然，在改革、开放的历史新时期，企业发展与企业文化建设所面临的新情况，并非“大庆经验”所能完全包涵，“大庆经验”也仍需要继续丰富和完善；但是，这些宝贵经验却启示和引导我们去创造更具现代化管理水平和效益的新经验；中国企业文化建设也亟需在这种生机勃勃的社会主义现代化进程中，作出富有理论价值和实际意义的创造和贡献。

这不仅是我个人的衷心希望，也是当今企业改革对企业文化的热切期待！

《中国企业文化建设》丛书

导 言

近几年来，伴随着我国社会主义企业的改革与发展，作为当代管理理论、管理科学与文化学理论、行为科学相交汇的企业文化，越来越成为企业管理、经营、服务及员工素质朝着现代化目标迈进的内驱力，从而日益成为企业内部精神文明建设的热门话题。

尽管如此，但人们对于这门交叉的边缘学科毕竟是陌生的，对于它的内涵和精神实质尚处于探讨与研究之中；尤其是这门学科的一般特性及其与我国文化传统和社会主义建设经验相结合而形成的特质，究竟在哪些方面有别于西方和东瀛日本的企业文化，更需切实地予以研讨。这里，既有理论与方法上的问题，也有必要对企业的道路与建设经验进行考察和总结。

正是为了在理论、方法和建设中国特色的社会主义企业文化方面，提供较系统的学科知识和较翔实的中国企业文化的研究成果，《中国企业文化建设》系列丛书才应运而生。我们认为，企业文化在八十年代中国改革、开放大潮涌动之际的勃发，标志着当代中国企业进入了一个新的发展时期。企业建设的走向，已从技术中心、制度中心、产品中心、利润中心转到文化中心上来。这一战略性的转移，预示着企业的存在、发展形态及其理论、观念，将发生划时代的变革。编撰《中国企业文化建设》系列丛书的指导思想，不仅旨在于对变革时代企业文化建设的基本理论方法加以宏观地探索和系统

地论述；而且着眼中国国情和社会主义企业建设经验的理论概括，在对比西方和东瀛日本企业文化的基础上，揭示中国企业文化的特质，为建设具有中国特色的社会主义企业文化勾勒出基本蓝图，阐明相关的范畴、概念，提出具有实践价值的理论观点。

从这一宗旨出发，丛书将首先向读者昭示：企业文化是企业管理学和企业文化学交汇与综合的边缘学科，对它的探讨与研究，必然切入企业建设的内在素质及当代科学文化的深层意识之中。当今企业的变革、发展证明，当代的管理科学、管理理论只能从不同侧面揭示企业运行的规律，而要全方位窥测并深入阐明企业变革、发展的动因，则须呼唤企业文化的出现。企业文化把企业视为以经济为目的的社会群体，即一个有生命的有机体，一种具有历史继承性和鲜明时代特征的动态过程；这样，企业文化首先所涉及的就是特定时代的价值观念、行为规范等精神文化范畴在企业中的意义与功能，以及企业文化的本体结构在不同国家、民族的现实土壤中凝成的独特形态和内涵。

与此相联系，企业文化必然把人与企业的关系，视为文化建设的核心予以突出研究。人既是企业的主体，又是企业发展的活力和生机的源泉。企业文化建设的各个方面，最终都要归结到全体从业人员的思想文化素质的提高上来。如果忽视人的素质的提高，文化建设就徒具形式而失却其内在灵魂！

其次，丛书将进一步论述作为企业文化之根本的企业精神，探求如何创建具有中国特色的企业精神。这是企业文化内涵的核心部分，也是富有现实感和实践意义的研究课题。当今企业的生存、竞争与发展充分说明，企业的兴旺发达，固然离不开当代科学技术、科学管理

与经营艺术；然而，人的因素，精神的力量更是不容忽视的。企业要在竞争中求得生存与发展，就必须在社会主义现代化目标的鼓舞下，形成统一协调、励精图治的理想追求、价值取向和严密的行为规范，并通过这些把职工凝聚成革新进取的整体力量，从而在企业的内部和外部，树立起以文化制胜为特征的精神风貌。

为此，丛书将进而阐明企业精神的文化意义与哲学蕴涵，揭示管理功能、经营艺术与企业家、从业人员的精神素质、智慧、才能及由此形成经营战略、活动方式的内在联系。尤其必须结合民族的文化精神和社会主义企业发展的精神支柱（如“大庆精神”、“孟泰精神”等），不断丰富、完善社会主义企业精神的时代特征与崭新要求。例如，新型的社会主义企业精神的培育，一方面离不开以马克思主义为指导的当代哲学、文化意识的熏陶；同时，企业精神作为企业文化的凝聚功能和动力功能的集中体现，又总是以不断完善、优化的人际关系为其传动机制。这样，就不仅需要探索企业家文化人格的塑造问题，不同层次管理人员与经营人员的文化形象与精神气质问题，而且还需研究科技人员、班组工人及其他从业人员的文化特征与角色心理等问题。通过探讨与研究，使人们懂得如何塑造自身的人格、心理，以适应当今企业向前发展的潮流；尤其懂得不同层次、不同角色从业人员精神素质的优化，总是在传统文化心理与当代意识心理的撞击与契合中实现的。

再次，企业规范、职业道德等问题，也是企业文化研究必须着力解决的重要课题。因为现代文明的发展越来越使个人通向事业和成功之路的纽带，紧紧地系结在具有科学文化内涵的企业规范与职业道德等意识形态上面。尤其是我国的社会主义企业，以公有制为基础，以

社会主义价值观为基本行为准则，因此为社会主义贡献和为人民群众服务的宗旨，制约着企业的经营、管理与服务，既要顾及国家、集体、个人三者的利益，又要讲求盈利和满足人民群众不断增长的物质和精神的要求，以便把企业办成社会主义物质文明与精神文明的重要基地。这方面的探索与研究，包括企业的社会责任与从业人员的义务和权利，以及产品生产、企业管理、经营销售中的一系列职业道德和行为规范的提高与完善。唯有从理论与实践的结合上切实解决问题，具有中国特色的社会主义企业的独特光彩才能真正焕发出来。

当然，社会主义企业独特光彩的充分焕发，还包括一个更内在的文化科学素质问题，这就是企业与美的深层关系。因为实践一再表明，无论是企业的奋斗目标，企业的组织与行为规范，还是企业的主人及其活动环境，都贯穿着社会主义的审美理想和审美追求，同时要求所有从业人员也必须具有相应的美的素质和美的精神风貌。丛书将围绕这个课题，深入论述提高企业的美的素质，是建设有中国特色的社会主义企业的重要内容；遵循“美的规律”，是优化社会主义企业的科学文化水平的重要条件；而提高人的美的素质，则是获得社会主义企业现代化目标的根本保证。

总之，《中国企业文化建设》丛书涉及的内容较为广泛，但又是有机联系的三个部分。第一辑的系列着重企业文化的基本理论、方法的全面论述，探讨建设中国特色的社会主义企业精神的特质与内涵；第二辑的系列主要总结、评析具有企业文化建设特色的先进企业单位的经验和体会；第三辑的系列是关于国外企业文化理论与经验的译介与分析。

中国企业家协会会长、中国职工思想政治工作研究

会会长、中国人民大学校长袁宝华先生出任本系列丛书顾问，对丛书编撰工作给予指导和支持，这是我们的荣幸。

感谢辽宁大学出版社编辑部同志们的热情鼓励、支持与悉心指导。这套系列丛书第一辑各册的陆续编撰并付梓出版和建设社会主义文化的责任感、使命感，激励着我们继续努力完成第二辑、第三辑的编撰任务。

陈传才 杜元明

一九九〇年四月初于北京

前 言：

现代工业文明之魂

任何一个真正地秉受了现代文明熏陶的人都不得不承认：部类齐全的工业及其产品已经成为我们整个时代的主角，并锐不可当地充满着人生存于其中的大大小小的空间。我们已经真正地进入了现代工业文明的阶段，这不仅仅以工业对当代社会的占领为标志，更富有特征的一点也许在于，成千上万的在工厂和企业做工的人们构成了整个社会的一支强大的力量，他们或多或少地把工业文明的某种气氛带给整个社会。

当每一个现代工业文明的受益者几乎不经意地享用着各式各样的新产品而由衷地首肯当代工业的高速发展的时候，当广大的企业家与企业工人为人们这种首肯而沾沾自喜、无得意的时候，所有的这些人也许都没有意识到，是一种什么样的力量使现代工业得到如此充分的发展，他们更想象不到，这种神奇的力量就来自我们的生活本身，简言之，这种力量就是特定的文化精神，一种健康而充满奋进精神的价值取向。远在工业文明到来的农业社会中，文化使人懂得坚守确定的价值取向与伦常道德的重要意义，从而构成人类社会进步的一种精神上的尺规，保持着人类前行的稳健步伐。如今，当现代工业文明猛然间地降临人类社会之中的时候，文化再一次弘扬起精神指归的大旗，出奇制胜地为人类一个新的文明时代的立足点拨着航线。文化，更确切地说是文化精神，当之无愧地构成现代工业文明之魂。

西方现代著名社会学家马克斯·韦伯在其杰作《新教伦

理与资本主义精神》中认为，资本主义工业文明能够得以充分地发生发展的最重要动力不在于某几项科学发明，而在于经过宗教改革以后的新教强调克己律身、发奋工作的伦理精神，正是这种文化精神使得西方近代的人们极力克制住了各种享受的欲望，没有把农业文明的积累用来进行无度的消费，而是投入到资本主义工业的生产与再生产中，为人类生存创造出了大批的物质财富，同时也使得现代工业文明的精神深入人心。

庞大的现代工业文明主要是由一种文化精神推动而发展起来的，这也许初看起来使人感到不可思议，然而事实确实如此。

进入二十世纪以来，作为现代工业文明主要原动力的那种新教伦理精神也许不再有往日的光彩和重要的地位，因为当代文明正朝着多极化的方向发展，没有什么能够一劳永逸、持之久远。然而，“文化制胜”对于现代工业文明来说，仍然是一条依旧有着强大的生命力的真理，这种“生命力”式的意义不是表现在某种占统治地位的一元性的文化精神支撑着的整个时代，而是表现在作为现代工业的“分子”的企业要想取得巨大的成功，必须也有自己明确的、全体企业家与企业人员均恪守的价值取向和某种精神信条，也即须有自己的“企业精神”。

所谓“企业精神”，简单地说就是一个企业为了能在激烈的竞争中立于不败之地，必须拥有一种全体企业人员共同遵循的价值取向与伦理方面的信条，以及共同的行为规范。

为什么一个从事工业产品的制造或提供某种服务的企业必须要有自己独特的企业精神呢？说来道理也很简单，因为在一个企业中，起主导作用的是人，是企业家与企业人员，企业的领导与被领导者。既然是人在企业中占据着主导性的地位，因而企业家与企业人员创造性的潜力的挖掘及其工作

积极性的发挥，就对企业的盛衰有着举足轻重的影响作用。为了能够使企业人员的潜力与工作积极性能够最充分地发挥出来，整个企业内部必须有一种统一协调而积极向上的精神、有一种共同遵守的价值取向与行为规范，并通过这些把全体企业人员的注意力都集中在一起，使他们凝成一股整体的力量，共同为企业的盛衰命运担忧与排难。

现代企业有一个很大的特点即非常注意“创牌子”、“闯名气”，这是企业发展走向成熟化、进一步文明化的一个重要标志。同一种产品往往有众多的企业在同时生产和制造，并且还有很多商店在销售；在同一个国家或同一城市往往有许多饭店等服务性企业，所有这些企业为了能够使自己的产品赢得广大消费者的青睐，并保持长期的畅销态势，无不在企业产品的质量与声誉上大做文章。做这种“文章”的一个很重要的方面就是在企业内外特别是在整个社会中，使企业本身能够树立起一个富有生机与魅力的精神风貌，也就是使企业有一种良好的企业精神。

企业精神的形成和培养与特定民族的文化精神和时代环境有着比较密切的关系。

企业精神集中体现在企业的价值观上，企业的价值观充分代表着企业中人的价值观和行为规范，人的价值观和行为规范的形成又与某种特定的社会文化的熏陶密切相关。从根本上说，企业精神是社会文化影响、渗透的结果。它既源于社会文化又充分反映这一文化特征。

日本各著名大企业都有自己独特的企业精神，其内容虽然不尽相同，但有一点都是相同的，即都有一种奋起向前，勇于进击的劲头，有一种全体人员为了企业某项共同目标、为了企业能够取得更大的成功而统一于一种精神之下的劲头。这一点与日本的民族精神有着渊源联系。

我们当今要创建富有中国特色的企业精神必须结合我国

民族文化的特点，汲取精华，去其糟粕，使我国民族文化中勤劳、勇敢、质朴、善良等优良传统在企业精神中得到发扬光大，使我国民族文化中重义气、崇气节、颂正直、贵信实、求和气等良好的道德心理特征在企业精神中得到补充和完善，使我国民族文化的特色在企业管理中得到灵活有效的运用并加以大力地提倡。

企业精神的形成及其在企业中发挥巨大的作用，与时代环境也有着密切的关系。这主要体现在两个方面：一是企业精神的产生和内容受到一定时代的政治形势与政治体制的制约，反映着时代精神的某一个侧面。五十年代在中国大地享有声誉的“孟泰精神”，六十年代的“大庆精神”，都深刻地反映了时代的特点和风貌，反映了它所产生的政治背景。另一方面，经济环境也促进了企业精神的形成。随着经济的繁荣发展，生产水平的提高，市场竞争日趋激烈，为企业提出了新的要求，要求企业调整管理方法，把调动人的积极性和提高劳动生产率有机地结合起来，形成企业的内聚力。这种内聚力能使企业在激烈竞争中产生求生存、求发展的新意识、新目标和新精神。因而，它要求企业的思想教育和激励方式更生动、更具体、更能激发职工团结合作，亲密无间地发挥积极性和创造性，形成一股强大的企业精神动力。

企业精神在相同的社会环境中，会有不同的内容，有不同的企业形象和企业意识，这些差异的不同是由企业内部条件的不同造成的，即是企业的内在因素影响着企业精神的形成。这些内在因素有以下几个方面。

首先，是企业家的水平与素质。随着商品经济的发展和经济管理的完善，在社会上造就了一支企业家队伍。企业家精神和企业家行为是形成企业精神的重要条件。如果一个企业领导者不具备企业家精神，没有相应的市场观念、竞争观

念、效率观念、机会观念、信息观念、人才观念和开拓进取精神，企业精神就无法创造。因为企业的领导者在职工中代表着一种权威，企业职工在行为上自觉或不自觉地受到领导者思想意识和行为方式的影响，领导者的行为对职工产生仿效效应从而影响企业精神。由于企业领导行为的不同，会产生不同的企业精神。企业领导者越是管理方面的专家，越能显出独特的风格，企业精神也就越具有特色。

其次，职业特点。职业特点会促成职工形成相似的职业习惯和职工心理。企业职工在相互交往中具有共同的感受，易于找到共同的语言，在这种因职业而形成的共同感受的基础上，创造企业精神，使职工从企业精神中求得更大的共同意识，使企业目标和个体目标相一致，组织目标与群体目标相吻合，共同努力去完成企业目标。职业特点在一定程度上也影响着职工对本企业的评价，从而影响到职工的内聚性。如果企业职工对自己的职业评价较好，满足程度高，对企业就容易产生感情，内聚力就强。

再次，是企业人员（职工）的素质。职工是企业的主人，是企业精神的创造者、接受者和传播者。企业精神和宗旨要在职工接受以后才能化为行为。企业中存在着不同类型的个体，个体具有不同的年龄、性别、爱好、知识素养和心理意识。因此，创造什么样的企业精神都要考虑和依据企业内人员的平均素质水平和人员结构特征，要充分体现出企业精神的客观适应性，才能为企业目标的完成起到推动作用。

最后，是企业的物质基础。企业的物质基础包括企业的规模、产品、资金、设备、技术、工艺方法等内容。不同的物质基础，导致了企业在建立组织机构和人员结构、制定经营策略和管理制度、选择经营方式和经营品种方面都不尽相同，最终会间接地对企业的作风、宗旨、目标和形象产生影响，这种企业物质基础的差异，必然影响企业精神的塑造。

企业精神是企业经营管理总系统中的“软”系统，是一种无形的资产。用企业精神来协调和调控人的行为，既能充分发挥每一个职工的自主性和创造性，又能使他们的行为自觉地趋向一致，构成团结和谐的整体。因此，它是一种无形而有效的管理方式，是企业的精神支柱，因而有人誉之为企业之魂。企业精神在管理中具有以下几个重要的作用。

一、实现自我控制。企业精神作为企业主体成员所共有的价值观念体系，对职工的行为可以起到控制调节作用。在企业中，控制行为偏差的方式分为内化控制和外在控制两种。外在控制是通过制度化的管理系统来进行控制，即通过计划、指挥、监督及明确的责权利关系来确定人的行为规范，这是企业社会化大生产条件下，作为一个分工协作严密的经济组织所必须具有的正式控制机能。但是，这种控制方式对被管理者来说始终会感到是一种外在的强制，从而存在诱发某些人产生抵触行为的可能。而内化控制就是通过企业全体人员共有的价值观念来进行自我控制。一种价值观念一旦被成功地内化了，就会使人产生“理应如此”的感觉。这是一种以尊重个人感情为基础的无形的非正式控制，它能使企业的目标转化为人们的自觉行动，实现个人目标与企业目标的高度一致，使群体产生最大的协同力。这种内化控制方式就是企业精神。

二、增强内聚力。企业精神的作用还表现在它从思想上增强企业的内聚力。在企业活动中，职工与企业形成一定的相互依存关系，因而产生对企业的某种群体意识。这种意识能使个人的行为、思想、感情与企业整体统一起来，产生一种合力，使企业内部组织一体化，朝一个共同的目标努力。正确地评价职工对企业的贡献，把企业职工的奋斗精神、可贵品格挖掘和提炼出来，形成企业精神，进行宣传和强化，可以把职工爱岗位、关心企业的自发意识转化为自觉意识，

促使职工钻研本职业务，维护集体利益，增强职工的责任感和荣誉感。

三、目标激励。目标是企业价值观念的具体化。为实现企业目标，每个职工都应遵循一定的行为准则，明确自己在企业中的地位和作用。提倡和培养符合时代特征的时代精神，提出合理的企业奋斗目标，有利于激发职工的主人翁责任感，激励职工立足本职，展望未来，积极进取，建功立业。

企业是一个相对独立的社会群体，企业精神作为一种社会意识形态，既决定于一定的经济条件，又具有相对独立性和稳定性，因而它影响或反作用于企业的经济工作。企业精神不可能自发地产生，而要通过艰苦细致的工作，在长期的实践中去引导、培养和建设。

企业精神是整个企业中最富有魅力、最具有鼓动性意义的无形的价值因素，它使得整个企业充满了活力与朝气，并激活了广大职工身上所蕴藏的各种潜能，所有的在企业中工作的人，都为这种精神所感召乃至痴迷，把它作为自己工作进程当中不可或缺的精神力量。因而，企业精神不仅仅是现代企业之魂，从更广泛的范围上说，它也是整个现代工业文明之魂。

在现代社会中，仅仅靠企业内部的物质条件和技术力量已经不能完全地保障企业在激烈的竞争中保持不败的地位，没有一种核心的价值观念和行为规范作有力的支撑，再先进的机器和技术也可能发挥不出其应有的作用来，因为整个企业人员的积极性、主动性和创造性如果没有被调动起来的话，就很难企望企业全体人员上下一心地凝成一股力量共同为企业腾飞尽心尽力。

日本松下、东芝、日立等著名大企业成功的主要秘诀不在于他们技术力量的雄厚，而在于他们都有自己独特的企业

精神作支撑。企业精神首先是企业家的精神，这些大企业的领导者们均以自己在长期的实业生涯中所总结出来的经验和教训作为自己的企业职工所遵奉的信条、所共同维系的价值观念。这些企业家们都聪明地敏感到了这样一个问题：在人情味渐趋淡薄的现代社会中，在现代文明诸价值观念纷纷崩塌的时代里，明确地树立起一种强有力的、充满蓬勃生机的价值观念让企业职工们去遵奉，便可以调动起这些人的积极性，调动了企业中的关键——人的因素，其余的问题就容易解决了。中国那句古话“人心齐，泰山移”，谈的正是这个道理。

从某种角度上说，企业精神有些类似于军队中的将令，也即由企业领导者发出的精神上的戒令，象调遣军队一样把全体职工的创造性和一切能量均激发出来，发挥集团统一作战的优势。企业竞争也是一场无形的战争，没有这样的将令很难设想能在战争中取胜。

本书将就企业精神的内涵、作用及中西国度不同等方面的研究，为我国企业怎样建立自己独特的企业精神提供理论上的依据。