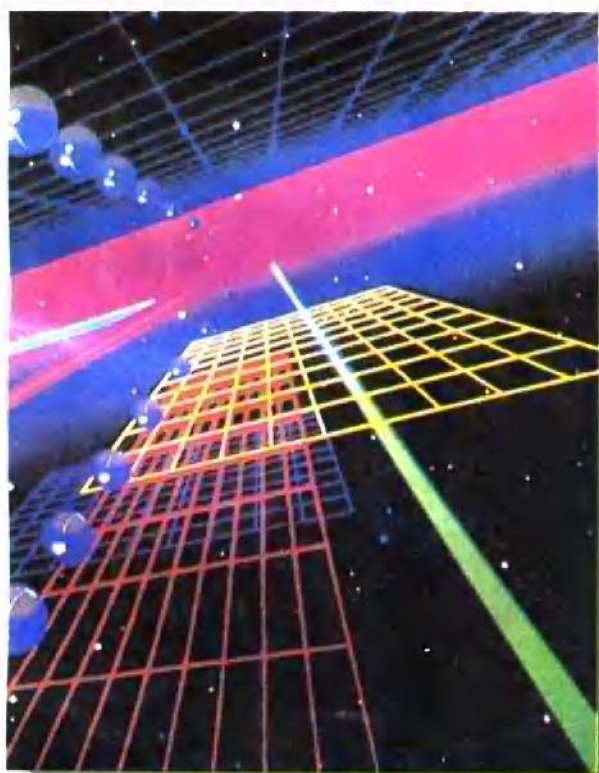


中国企业文化的 系统研究

● 苏 勇 著



复旦大学出版社

本书出版由上海市马克思主义学术著作出版基金资助

中国企业文化的系统研究

苏 勇 著

复旦大学出版社

责任编辑 陈玉兰

责任校对 马金宝

中国企业文化的系统研究

苏 勇 著

出 版 复旦大学出版社

(上海国权路 579 号 邮政编码 200433)

发 行 新华书店上海发行所

印 刷 复旦大学印刷厂

开 本 850×1168 1/32

印 张 10.25

字 数 210 000

版 次 1996 年 9 月第 1 版 1996 年 9 月第 1 次印刷

印 数 1—2 000

书 号 ISBN7-309-01711-0/F·393

定 价 15.00 元

本版图书如有印订质量问题,请向承印厂调换。

序

苏东水

自 70 年代末、80 年代初以来,一种新的企业管理理论——企业文化,日益引起了人们的关注。这一理论的产生,是由于美国管理学界从日本的经济崛起中受到很大震动和启示,他们放下“金元帝国”的架子,虚心研究了日本的企业管理模式后提出的。企业文化理论认为,在企业这样一种经济组织的运作中,存在着大量的非经济因素,亦即文化因素。作为一个卓越的管理者,应该不仅仅限于采用经济的手段和技术性的措施来实施企业管理,而应清醒地认识到建立一种优秀企业文化的重要性,注重用种种文化的手段来建立一种全新的管理模式。例如用优秀的价值观来指导员工的行为,用独具特色的经营理念来弘扬企业的宗旨,用良好的行为规范来保持企业的运行秩序,用全新的企业形象来提高企业的知名度和拓展市场,提高市场占有率等等。诚如美国两位管理学者在《寻求优势》一书中所指出的那样:“一个伟大的组织能够长久生存下来,最主要的条件并非结构形式或管理技能,而是我们称之为信念的那种精神力量,以及这种信念对于组织全体成员所具有的感召力。”

企业文化理论一问世,便受到中外企业管理学界的广泛重视,有人甚至誉之为“引起了管理学界的一场革命。”之所以会如此,是因为作为一种新的管理理论,企业文化为管理者开拓出一片新的视野,使人们从一个崭新的角度来重新思考:我们应该如何管理企业?企业中最重要东西到底是什么?对此,企业文化理论作出了自己的回答,而不少中外成功企业用自己的管理实践为企业文化理论提供了令人信服的论据。

苏勇同志是我国最早研究企业文化的学者之一。早在八十年代中期,他就以敏锐的学术眼光,注意到了这一在国际管理学界引起震动的新理论,并随即对它进行了深入研究。1987年,他出版了有关企业文化的第一本著作,比较系统和全面地介绍了企业文化这样一种崭新的管理理论,并对这种理论提出了自己的见解。这本书被认为是我国第一本系统介绍和分析企业文化理论的著作。从此之后,他便一发而不可收,在企业文化研究及其相关领域中不断辛勤耕耘着,并陆续有成果问世,其成果受到国内企业界、管理学界的瞩目,也受到于光远先生等著名学者的赞扬。他在国内的高等院校中第一个系统地开设出企业文化的专业课程,并应邀至全国各地100多家学术单位和大中型企业讲课,传授企业文化知识,并为企业进行管理诊断和进行企业文化建设方面的指导。

1991年,苏勇同志考取了我主持的复旦大学工业经济专业在职博士研究生。学习期间,他征得我的同意,继续把企业文化作为主要研究方向,比较系统地涉猎了古今中外的管理学等方面著作,为自己的学术研究奠定了

更扎实的基础。他又较好地发挥出自己原来文化学方面的功底,注重从文化和经济的双向作用和融通中进一步更深刻地研究企业文化,因此立意也就更高,学术视野也更开阔。现在摆在读者面前的,就是苏勇同志经修改充实后的博士论文。这篇论文在答辩时,受到全国16位著名经济学家和管理学家的充分肯定。著名经济学家于光远先生认为:该书是他所见到的有关企业文化论述方面较好的一本著作,比较全面、系统地论述了有关企业文化理论本身及其应用。我国著名管理学家潘承烈先生也认为:这本书具有全面性、系统性、学术性等特点,对中国的企业文化研究具有较高价值。还有一些学者认为,本书中所列专章论述的“中国三资企业文化”、“企业文化与社区文化”等内容具有相当的新意,涉及了当前中国这些学术领域的具体情况,提出了有独到见解的观点。

在我看来,本书比苏勇同志以前的企业文化论著不仅更加全面,而且也更具有深度。除了对企业文化本身四个层次的分析之外,书中有关经济与文化相互作用的分析,有关企业形象建设的探讨,以及前面提到过的有关三资企业文化建设和企业文化与社区文化等方面的论述,在其他一些企业文化著作中都很少或甚至根本没有提及。因此苏勇同志在1994年去日本作“中国企业文化”的学术报告中论及这方面内容时,也引起了日本不少学者的兴趣。作为一篇博士论文,能够具有这样的广度和深度,这不仅得益于苏勇同志平时的学术积累,也是他孜孜不倦,努力探求的结果。

当今时代是经济飞速发展的时代。在每一个国家的

经济发展中,企业几乎都发挥着支柱的作用。企业管理这一学术领域还有待于更深的开掘。我希望苏勇同志在企业文化及其相关领域中继续努力探索和研究,为我国企业改革的完善和社会主义市场经济的发展作出新的贡献。

目 录

序	苏东水 1
---------	-------

上 篇 理论研究

第一章 天下物无独必有对——文化与经济	3
第一节 多彩与多元的世界	3
第二节 天下有二——文化与经济的相互渗透	4
第三节 审时度势——管理是一种文化	12
第二章 正本清源——企业文化理论兴起的背景	19
第一节 循名而责实——什么是企业文化	19
第二节 追根寻源——企业文化兴起的理论背景	26
第三节 智者善谋,不如当时——企业文化理论产生的 时代背景	43
第四节 顺乎天而应乎人——作为管理第四阶段的 企业文化	48
第三章 事莫明于有效——企业的功能与作用	56
第一节 势不同而理同——企业文化理论与现象	56
第二节 任其事必图其效——企业文化在企业经营中的 作用	59
第三节 大厦之成,非一木之材——企业文化与企业管	

理其他方面的关系	64
第四章 古往今来——中国传统文化与企业文化	78
第一节 事有古而可质于今——什么是中国传统文化 ...	78
第二节 以往知来——传统文化对当代社会的影响	82
第三节 揆古察今——中国传统文化对企业文化的 影响	84

中 篇 实 践 论 述

第五章 智者之为——中国近代企业家的思考和实践	93
第一节 穆藕初——以人才为事业之灵魂	94
第二节 卢作孚——“民生精神”无所不在	98
第三节 宋裴卿——以精神训练职工	104
第四节 知行合一——中国近代民族企业的企业文化 活动	107
第六章 相时而动——中国企业界,理论界对于企业文化的 认识	110
第一节 原因何在——引起重视的根源	110
第二节 一波三折——中国企业文化发展回顾	114
第七章 行德则兴——企业价值系统与精神文化	119
第一节 百行以德为首——企业价值观念	119
第二节 有德不可敌——企业精神	129
第三节 以德为本——企业道德	138

第八章 法立于上、教弘于下——企业结构与制度文化	149
第一节 上行下效——领导体制与决策方式	149
第二节 择之以才、待之以礼——劳动工资制度中的 文化	155
第三节 但愿苍生俱饱暖——福利制度与企业办社会	159
第四节 同声相应,同气相求——中国企业中的非正式 组织	161
第五节 视时而立仪——中国企业制度文化分析	162
第九章 行者文之根——企业行为文化	165
第一节 行不违道——共创企业文化	165
第二节 似是无形却有形——行为规范的作用	169
第三节 英雄人物——行为文化的楷模	171
第四节 似曾相识——行为科学与行为文化比较	175
第五节 潜移默化——建设行为文化	177
第十章 寓无形于有形——企业的物质文化	181
第一节 人之所能者,治万物也	181
第二节 境遇化情——企业容貌与劳动环境	182
第三节 物有常数——企业文化视野中的产品	186
第十一章 魅力何来——企业文化与企业形象	191
第一节 企业形象——企业的魅力所在	191
第二节 积微成著——CIS 在中国	202
第三节 君子爱财、取之有道——营销中的文化	212

下 篇 发 展 探 索

第十二章 双向融通——企业文化与社区文化·····	219
第一节 异曲同工——企业文化与社区文化作用论·····	219
第二节 孰优孰劣——企业文化与社区文化融通的 两种模式·····	223
第三节 相对独立、互为补充——企业文化与社区文化 融通的较好方式·····	225
第四节 同舟共济——企业文化与社区文化的 协调发展·····	228
第十三章 卓有建树——中国三资企业文化·····	232
第一节 差别何在——三资企业文化建设特点·····	232
第二节 由表及里——三资企业文化建设分析·····	237
第三节 尺有所短——三资企业文化建设待完善之处··	241
第十四章 瑕瑜互见——中日美企业文化比较·····	244
第一节 各有千秋——中日美文化模式比较·····	244
第二节 取长补短——中日美企业文化比较·····	250
第十五章 治国有常——市场经济与企业文化·····	261
第一节 利民为本——市场经济特点·····	261
第二节 乘势而动——当前是建设企业文化的 最有利时机·····	263
第三节 富国有道——现代企业与现代企业文化·····	267

第十六章 任重而道远——当前企业文化建设的思考·····	271
第一节 春意盎然——中国企业文化现状描述·····	271
第二节 自成一家——中国企业文化特征分析·····	275
第三节 循序渐进——中国企业文化建设的操作步骤··	277
第十七章 前途辉煌——结论与展望·····	284
附录一 案例 行为与形象——红花超市公司	
的形象塑造 ·····	288
附录二 调查报告 上海职工眼中的职业道德 ·····	296
主要参考文献·····	304
后记·····	306

上 篇 理 论 研 究

第一章 天下物无独必有对

——文化与经济

第一节 多彩与多元的世界

当今世界,从科学技术到社会经济,正在发生一系列深刻的变革。随着新科学、新技术的不断涌现,新生事物层出不穷。信息的大量涌现和迅速传递,使得整个社会出现了信息社会的特征。各种知识相互交叉、相互影响、相互渗透,使社会科学和自然科学在原有的学科之外,又出现了许多边缘学科和交叉学科。现代科学正处于高度分化与高度综合发展的时代。事实上,现代科学研究中任何一个方向都展示出了深入探究的广泛可能性,每一课题都可能发展成一个广阔的研究领域,都可能构造出一个或多个相对独立的学科。应当说,这是人们认识能力发达的结果,是人们对世界透析深化的一种象征。而在学科的分化过程中正包含着内容的丰富,涉及领域的扩大和多学科的综合过程。当代每一个重大课题的研究,都不可能不涉及到多学科的内容,不可能不需要多方面的合作与配合,综合早已成为当代科学发展态势的基本特征之一。任何事物都呈现出一种多元的态势,精神与物质相互影

响,经济和文化相互渗透,这种纷繁复杂的世界,也使得与物质形态相适应的理论园地呈现出欣欣向荣的景象。

与此同时,世界各国和地区之间的发展不平衡进一步加剧。美国地位相对下降,日本明显提高,西欧依旧滞后。1989年,日本一国的国民生产总值已经等于西欧三大国——原西德、法国和英国之和,相当于美国的60%,而亚洲新兴工业国家和地区的进展令人瞩目,被称为亚洲“四小龙”的新加坡、韩国、台湾、香港等国家和地区经济的起飞,引起了世界各国的广泛关注,并引发了“儒家伦理与东亚工业社会发展关系”的新课题。儒家文化的价值通过同处儒家文化圈的亚洲四小龙的腾飞事实,重新被人们所注意、所认识。而今,被称为亚洲“新四小龙”的东盟四国(菲律宾、马来西亚、泰国、印度尼西亚),近年经济增长尤为迅速,也引起了经济界人士的重视。整个世界形势每天都在发生前所未有的变化。而这种变化的每一个方面,都绝非单一作用所致。经济与政治交织在一起,文化与经济也互相渗透,我们从世界上发生的几乎每一个事件中,都能发现这种综合影响的结果,这种世界变化的综合性特点从来没有像今天这样明显。

第二节 天下有二——文化与经济的相互渗透

人,总是按照自己的意志来支配实践活动。自从我们的祖先作为人开始生活以来,人类就一直不断地改变着自然环境,以求使其更符合人类自身的要求。而作为一种具备文明意识和文明要求的生物,人类除了依靠实践活

动来维持自己的生存和改造周围的环境以外,总是企图把简单的生存活动上升到一种至真、至善、至美的境界。这种升华过程的两端便维系着经济和文化。人类的每一项实践活动,既是一种经济性的、求得物质生存的活动,同时又是在进行一种文化创造和文化积累。经济和文化二者不可分割,并在人类社会发展的各个层次互相渗透、互相影响和互相作用。

文化是一个应用十分频繁和广泛,但是却很难明确表述的概念。曾经有人指出:在当今世界,如果用电子计算机对那些处于首要显著地位的词语或概念加以统计,同时定出其中最优先者,那么“文化”一词将占据头等地位。

“文化”一词虽然简单,其涵义却相当复杂。由于研究者各自所处的地位和观察的角度不同,对文化概念的感受和体会也不同。1952年美国文化人类学家克鲁伯(A. L. Kroeber)和克拉克洪(C. Kluckhohn)写过一本《文化,关于概念和定义的检讨》的书,据他们当时统计,从1871年到1951年这80年间,关于文化的定义就有164种之多。而从1951年迄今又已40多年过去了,关于文化的定义至今早就超过了200种。

“文化”一词,在中国古代本指“以文教化”,与武力征服相对应,即所谓“文治武功”。《周易》“贲”卦《象传》曰:“观乎人文,以化成天下”,可看作“文化”的原始提法。孔颖达在《周易正义》中解释道:“观乎人文以化成天下,言圣人观察人文,则诗书礼乐之谓,当法此教而化成天下也。”这一解释已经有将文化从一般中抽象出来,从观念