

市场经济与企业文化

'93 中国企业文化节
企业文化建设研讨会优秀论文选

中国工人出版社

(京)新登字 145 号

图书在版编目 (CIP) 数据

市场经济与企业文化/《市场经济与企业文化》编委会
编。—北京:中国工人出版社,1994.7

ISBN 7-5008-1645-6 (精装)

ISBN 7-5008-1624-3 (平装)

I. 市… II. 市… III. 市场经济-企业文化-文集

IV. F 270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 06608 号(精装)
(94)第 06609 号(平装)

出版发行:	中国工人出版社 (北京鼓楼大街)
印刷:	北京通县京华印刷厂
版次:	1994 年 6 月第一版 1994 年 6 月第一次印刷
开本:	850×1168 毫米 1/32
字数:	351 千字
印张:	13.5
印数:	4000(平) 1000(精)
定价:	9.80 元(平) 16.80 元(精)

目 录

文化·企业·企业文化

——在'93 中国企业文化节企业文化建设

研讨会上的发言(代序) 韩天石 (1)

在'93 中国企业文化节企业文化建设

研讨会闭幕式上的讲话 张大中 (4)

为建设有中国特色的社会主义企业文化而奋斗

——在'93 中国企业文化节企业文化建设

研讨会上的发言 高占祥 (10)

搞好企业文化建设 提高企业整体素质 陆 云 (15)

要培育新的企业文化 王淑芬 (29)

加强企业文化建设是建立现代企业

制度的思想基础 吴本星 (31)

适应市场经济 建设企业文化

企业文化在走向市场中的作用 康廷生 (34)

适应市场经济

建设企业文化 贵州黎阳航空发动机公司 (40)

面向市场经济 建设老窖文化 谢家发 张桂芳 (51)

适应国有商业银行需要 加快企业文化

建设步伐 程守关 陈荣友 叶 青 (59)

建设广钢命运共同体 中共广州钢铁厂委员会 (67)

各具特色的企业文化

努力创建“质量优先”

的武钢文化…………… 武汉钢铁（集团）公司（76）
建设具有长炼特色的企业文化…………… 湖南长岭炼油化工厂（87）
锦江模式——锦江集团宾馆文化

的标志…………… 上海市锦江（集团）公司（95）
塑造有特色的企业文化 创造世界一流企业 …… 李惠娟（101）
建设具有“北奥”特色的企业文化 …………… 郭仲山（109）
文化线——铁路企业文化建设的有效载体 …………… 张国珍（116）
建设“五位一体”的企业文化 …………… 袁德富（122）
建设具有石油行业特色

的企业文化 …………… 华北石油第二钻井工程公司（130）
创建独具特色

的治水文化 …………… 中国水利水电长江葛洲坝工程局（134）
职工思想政治工作研究会
淄水企业文化的特色 …… 中共淄博市自来水公司委员会（139）
紧扣电的特点开展企业文化建设 …………… 连云港供电局（146）
勇于实践 建设有特色的企业文化 …………… 闫月新（152）

企业精神

论首钢精神 …………… 首钢精神文明研究所（157）
深入开展企业文化工作 不断推进

两个文明建设 …………… 中共秦皇岛港务局委员会（165）
培育齐鲁石化精神 推动企业

全面发展 …………… 中共齐鲁石化公司委员会（173）
抓住行业特点 建设“北煤”精神 …… 邓志荣 黄德陶（181）
培养企业精神是企业发展的根本性举措 …………… 王立刚（188）

激励创造

企业文化的精核 陕西精密合金股份有限公司 (195)

培育企业精神 铸造企业形象 上海石油化工总厂 (199)

试谈企业精神的提炼

及培育 水城钢铁公司职工思想政治工作研究会 (205)

创建大兴安岭

精神 中共内蒙古大兴安岭林业管理局委员会 (209)

培育和发扬地热精神 李明根 罗永忠 (216)

找准突破口

培育企业精神 洛玻集团公司企业文化研究所 (222)

围绕优质服务 培育企业精神 杨惠秋 (228)

铸双沟精神 树名酒形象 中共江苏双沟酒厂委员会 (234)

培育天虹精神 参与市场竞争 彭卓南 韦宝泉 (237)

全心全意依靠工人阶级 建设有中国特色的企业文化

四通文化的核心是尊重人 马明柱 (241)

全心全意依靠工人阶级 建设有

中国特色的企业文化 中共济南卷烟厂委员会 (246)

建设以人为本的企业文化 田茂 (253)

加强以人为本的企业文化建设

推动企业全面发展 中共扬州发电厂委员会 (262)

企业文化建设是一项系统工程

系统理论在企业文化建设中的运用 ... 天津达仁堂制药厂 (270)

企业文化建设是宏大的系统工程 长城特殊钢公司 (276)

运用系统工程 塑造企业文化 刘 怡 陈美玲 (285)

于远景上规划 于现实中培育

..... 上海轮胎橡胶(集团)股份有限公司载重轮胎厂 (292)

企业文化建设操作性探索

- 东风汽车公司企业文化建设纪实 高明祥 (298)
- 建设企业文化的探索与实践 赵维新 (305)
- 科龙文化与实践 钟建龙 (313)
- 企业文化建设的主要途径 天津市轧钢三厂 (321)
- 加强企业文化建设 改进和丰富
- 企业思想政治工作 董书发 吕泽玲 (327)
- 把培育企业价值观作为核心来抓 李治秋 (336)
- 抓好三个环节 注重四个强化 全面推进
- 企业文化建设 太原煤炭气化总公司 (347)
- 研究培育企业文化重在规范激励职工
- 积极性的驱动机制 刘庆章 (354)
- 寻求企业文化与思想政治工作的最佳结合点 吴海峰 (363)
- 建设企业文化是改进思想政治工作的成功之路 ... 张建国 (368)
- 加强企业文化建设
- 促进两个文明的发展 中共天津化工厂委员会 (373)
- 发挥企业文化功能 促进企业发展 刘福存 谭 杰 (381)
- 论企业文化建设在企业思想政治
- 工作中的作用 中共河北宣化化肥厂委员会 (389)
- 树立弘扬企业精神、加强企业文化
- 建设的几点体会 高恩庭 杨志卫 (396)
- 在实践中不断探索企业文化
- 建设之路 中共南通第三棉纺织厂委员会 (403)
- 走社会主义企业文化建设之路
- 加快企业发展步伐 李国华 (411)
- 论农村文化的历史性转移 陶水平 (418)

文化·企业·企业文化

——在'93 中国企业文化节

企业文化建设研讨会上的发言（代序）

韩天石

这次中国企业文化建设研讨会开得很好，从论文和发言中看，在理论上和实践上都有新的发展，可喜可贺！

一些同志希望对什么是企业文化有一个为大家所认同的说法，下一个定义。看来还需要一段时间，因为这不仅是一个理论问题，更是一个实践问题。这次研讨会交来的论文和发言对企业文化的认识就不尽相同，也不必强求一致。

文化是什么？据说就有二百六七十种说法，但这并不妨碍文化的发展，而且很有好处。一般的说法如《辞海》所说：广义的是指“人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。”狭义的是指“社会意识形态，以及与之相适应的制度和组织机构。”我们是取其前者，因为：一是人类的文明和历史时代是通过人类创造的物质成果为代表或反映的，如石器时代、青铜器时代……原子时代、计算机时代……二是企业既创造物质成果，又创造精神成果，二者是分不开的，但企业主要是创造物质成果，而商业、交通业等也要通过物质来实现服务的。

企业就是要把生产要素很好地配置起来，把人和物很好地结合起来，不断提高生产率，创造出优良的产品和服务，来满足人们、消费者、也就是市场的需要，从而赢得良好的经济效益和信誉（潜在的经济效益）。一位德国专家认为统帅企业的“纲”是

“市场占有率”。所以说企业存亡的关键是占有市场。

企业文化是自从有企业就有了的，这是就文化的一般意义来说的。我们现在所说的企业文化是借鉴美国 80 年代初总结东西方企业的管理经验创造出“企业文化”这门现代管理科学的。因此它不仅具有文化的一般功能，而且是一门现代企业管理科学，是管理文化，是一种理论和方法，也是社会新文化的生长点和重要支柱。企业文化既然是一门企业管理科学，它就不可能把管人和管物分开，要把物质和精神（所谓硬件资源和软件资源）很好地结合起来。但它更重视人，人的精神、意识形态的因素。职工是企业的主体，“以人为本”。它重视人的管理，重视提高职工的全面素质，最大限度地发挥他们的积极性、创造性和潜能，通过广大职工去对企业进行管理、参与管理。然而它并不轻视对物的管理和严格的科学管理制度。企业文化管理科学是从西方“古典”管理理论、行为科学管理理论等与东方的哲学和管理经验经过扬弃发展而来的，泰勒、约法尔、韦伯等人曾为企业的发展和提高生产率作出过重大贡献，对现代企业管理仍有重要意义，如重视提高生产率和效益等。

中国企业文化是以邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论为指导，根据中国企业的情况，继承发扬中国优秀传统文化和管理经验，并吸收外国的企业文化管理科学的理论和方法，所建立的有中国特色的社会主义企业文化的管理体系、理论和方法。我们应在党的群众路线和紧紧依靠工人阶级的方针指导下，发挥企业文化的功能和作用。在中国优秀传统文化和伦理观念中，企业历来重视人、人的群体精神、情义和道德。企业应创造条件，使职工享有应有的权利、应得的利益，增强职工的责任感、使命感，在祥和友谊的气氛中，愉快积极地工作，实现企业和国家的战略目标，在工作中发挥个人作用和实现个人价值。在实现共同的目标、价值观中建立起道德规范、行为准则和具有深厚情义的人际关系，这样就可以形成强劲的凝聚力和坚韧、创新的企业精神，树

立良好的企业形象。

对职工的物质需求和精神需求，也应两手抓、两手都要硬。对职工的物质利益必须十分重视，使之不断改善，特别是在劳动还是谋生手段的时期更要重视。只讲“精神挂帅”是不行的；但只讲“重奖重罚”、“金钱挂帅”，不讲思想道德、不讲情义也是不行的。人是有理智和感情的，在一定条件下思想和感情起着神奇的作用。只一手抓，不仅是错误的，而且是注定要失败的。因此加强和改进思想政治工作绝对是必要的，可为提高职工的思想政治素质、实现企业的价值和目标做出很大的贡献。

企业所追求的，说到底就是高效益和长远发展（也就是长远效益）。从市场上来说，就是前面所提到的“市场占有率”。要做到这一点就要培养出一支富有开拓革新精神、善于管理、懂技术、有良好的综合素质、特别能战斗的领导班子和职工队伍；从物质利益和精神需求上调动他们的积极性和创造精神；制定适合市场需求的企业发展战略；坚韧不拔地贯彻企业精神，实现企业目标；提高产品质量和效益，降低成本，生产对路和领先的产品；讲究道德和信用，做好服务，树立良好的企业形象，提高企业和产品知名度；不断改变经营策略，提高文化含量和附加值，提高行销艺术等。总之，要把企业搞活，最终实现企业长远的高效益。

企业文化建设就是首先从管理经营一长串链条中找出最薄弱环节，根据所谓“木桶理论”着力改善或更换某一薄弱环节，同时要紧紧抓住新机遇。企业文化建设就是要不断完善和建立自己的子系统，使自己日臻完善和更新，形成各具特色的企业文化。

希望我们的理论工作者和企业家在更广泛的范围、不同的角度和各个侧面进行深入的研究和实践，不断总结自己的和吸收外来的新经验，提出新问题，进行深入探讨，以期企业文化能够建立在坚实的现代科学和深厚的优秀文化的基础之上，取得新的发展，并成为新的社会文化的重要支柱。

（中国企业文化研究会供稿）

在'93 中国企业文化节 企业文化建设研讨会闭幕式上的讲话

张大中

同志们，我们这次会议是在党的十四大提出建立市场经济体制的背景下召开的，是在全国深化改革和加快企业转换经营机制步伐的新形势下召开的。此次研讨会是'93 中国企业文化节的重要组成部分。会议听取了高占祥同志的报告，围绕在建立市场经济体制中如何建设企业文化问题深入进行讨论。武汉钢铁公司、东风汽车公司、四通集团公司、上海锦江集团、深圳中华自行车集团股份有限公司、泸州老窖酒厂等十四个单位的同志在大会踊跃发言，几十位与会代表在小组发了言，还有两位专家在会上作了学术报告。会议开得很好，达到了会前提出的展示企业文化建设成果，交流经验，提高认识，增强信心，推动适应市场经济发展的企业文化建设的目的。

这次会议有两个明显特色：一是参加人员面广，国有企业、三资企业、乡镇企业，各行各业都有代表参加。二是紧紧围绕如何适应发展市场经济，讨论企业文化建设问题。从大会发言和材料看，企业文化建设在向前发展，企业文化理论探讨也在逐步深化。这次大会反映了中国企业文化建设现阶段的水平，反映和总结了很多好经验。各企业在企业文化建设中作了大量艰苦工作，推动了企业管理，提高了企业的经济效益和社会效益。

郑必坚同志在中国企业文化研究会第二次会员代表大会上讲过，十四大精神的核心是建立充满生机的社会主义，搞活大中型

国有企业是根本问题。有充满活力的企业，才能有充满活力的社会。加强企业文化建设，搞活企业是个大题目，要大题大作。

我们的企业文化和探讨走过了这样的历程，开始主要是介绍外国企业文化，后来提出建设有中国特色的企业文化，当前更进一步明确了要建设社会主义市场经济条件下的企业文化。这说明企业文化建设的实践和理论研究正在逐步深入。为了更好地进行企业文化建设，我提出以下几个问题，与大家共同探讨。

一、什么是企业文化。要给企业文化下个很精辟明确的定义，条件可能还不完全具备，但要进行这项工作，就要有个提法。然后再在实践中不断深化和求得共识。

企业文化是一种新的现代企业管理理论。是以人的管理为中心，把职工积极性充分地调动起来，科学地组织起来，以提高企业的经济效益和社会效益为目的的整体管理方式。企业文化活动是企业文化的一个组成部分，但不是企业文化的主体。把企业文化看成微观意识形态，看成文化现象，看成企业精神文明、物质文明的综合，即企业精神、企业价值观、企业伦理观念的综合，这些是企业文化的核心部分，但不是企业文化的全局。

二、什么是企业文化的基本特征。企业文化既然是一种管理思想和管理方式，它不是同企业管理相结合的问题，不是附加在管理中的；它本身就是管理思想、管理方式的选择，是用什么思想、方式管理企业的问题。管理方式是多种多样的，有师傅型、能人型、作坊型管理，有泰罗制管理、行为科学管理，有我国实际实行过的行政式管理、运动式管理，企业文化管理也是一种管理方式的选择。

企业文化管理有以下几个基本特征。

1. 以人为主体的。传统企业管理的理论与实践将管理的重点放在物的管理上，把人作为活的机器和物的从属物，作为单纯的管理对象。企业文化管理的理论与实践，把管理的重点转向人，把人的素质的提高，人的自觉的积极性，作为企业效率增长的持久

的源泉。企业文化理论认为，人既是管理的对象，又是管理的主体；既是“经济人”，又是“社会人”、“文化人”。强调尊重人，关心人，理解人，爱护人。尊重职工的参与意识，吸引职工参与管理，关心职工的物质和精神需求，培养职工对企业的“归属感”和“拥有感”。培养职工对企业的主体意识，破除“人身依附”、“雇佣”等观念，使职工与企业共命运，为实现企业的目标而工作，并感到自己所从事的工作有意义。企业文化理论提出以人为本为主体，比起传统的西方企业管理学说，是一个重大的突破。企业文化理论的倡导以及根据这一理论采取的具体措施，虽然无法从根本上解决无产阶级和资产阶级之间的冲突，但在一定条件下缓解了劳资矛盾，增强了企业的凝聚力，从而提高了企业的效率和效益。

2. 以价值观为核心。把优良的文化传统和先进的管理思想传递给企业的每一个职工，以文化为引导，用企业的最高目标统一职工的行动，形成企业精神和企业共同的价值观。价值观是企业评判事物和指导行为的基本信念和基本尺度，它可以促使每个职工都懂得为什么工作，应当怎样工作。企业精神和企业价值观成为一种无形的力量，激励职工的劳动热情，约束职工的行为，从而引导他们献身于自己的工作，创造优异的成果。

3. 以文化为引导。企业管理是由若干要素组成的一个整体，是一个系统工程。西方传统的企业管理结构强调组织形式、规章制度和手段等硬要素，忽视人员、作风、企业精神等软要素；强调经济手段，忽视文化手段。因而不能形成合理的管理结构，不能实现管理功能的整体优化。企业文化理论，则突出以文化为引导，把企业精神和价值观置于企业管理诸要素中的核心地位，对其他要素起导向和粘合作用，把理性管理和非理性管理结合起来，把管理中的“硬件”和“软件”结合起来，形成企业的整体管理优势。在严格的管理中，注入人情味，建立合作、信任、友爱、团结、奋进的文化心理环境，共同为实现企业目标努力工作。

4. 以规章制度为保证。企业文化理论对西方传统的管理理论，

不是简单的否定，而是扬弃。企业文化是在吸收了包括科学管理、行为科学管理和现代一切管理理论精华的基础上形成的企业整体管理思想和方式。企业文化理论认为，现代化的大企业固然需要通过精神和文化等“软管理”去强化职工的自我约束，但是从不否定通过科学合理的规章制度这种“硬管理”去强化职工的外部约束的必要性。只有把这两者有机结合起来，形成良好的约束机制，企业文化才能有强有力的保证，才能更好地规范职工的群体行为，不断增强企业的凝聚力。

5. 突出鲜明的个性。企业个性是一个企业有别于其他企业的经营管理特色。鲜明的个性是企业竞争的需要。一个企业要在市场竞争中立于不败之地，就要在产品、服务和经营方式上独树一帜，形成自己的独特风格，以满足顾客的需要，从而占领市场。这就是为什么杰出的企业家不遗余力地创造名牌产品，千方百计地开展独特的高质量服务的原因所在。企业个性一般表现在产品、服务、经营方式等表层文化上，但是这些显露在外的表层文化的个性都是由企业精神和企业价值观的个性决定的。一个缺乏鲜明个性的企业，它的经营管理就会流于一般化，当然也谈不上是一个有竞争力的企业。

以人为主体的管理方式，对西方来讲是一个大转变。西方企业管理长期把人看成奴隶，当成劳动工具，见物不见人。因此进行这种转变很困难，转变得好的也只是一部分成功的企业。我国在历史上就有重视人的传统，儒家哲学就讲：“仁者爱人”，“己所不欲，勿施于人”，“己欲立而立人，己欲达而达人”，等等。当然，儒家讲的是如何“使民”的问题。我们在长期的革命斗争中，把人看成历史的创造者，历史的主人，把对人的重视提到一个新的高度。毛主席说过，世间一切事物中，人是第一可宝贵的。在共产党领导下，只要有了人，什么人间奇迹也可以创造出来。在现代化建设中，我们应该发扬这个传统，把以人为主体的思想渗入到现代企业管理之中，使之具体化、规范化。

三、如何进一步推进企业文化建设，谈几点意见供大家参考。

1. 建设企业文化是在企业管理方面落实建设有中国特色的社会主义的一个重大课题。党的十四大提出，用中国特色的社会主义理论武装全党。我们既要掌握有中国特色的社会主义理论的精神实质，又要联系实际，提出贯彻落实的措施，才能使理论真正成为实际工作的指南，才能有的放矢推动工作的前进。用有中国特色的社会主义理论为指针，具体分析企业管理思想和管理体制的情况和问题，破除那些旧思想、旧体制，建立新思想、新体制，探索适应市场经济发展的有中国特色的社会主义的企业文化，提高企业的整体素质，使企业充满生机和活力，就是在企业管理方面落实有中国特色的社会主义理论的实际行动，这是一项开创性的事业，是为社会主义打基础的事业。

2. 企业文化建设要从企业的实际出发，在广为实践的基础上提高。我们需要借鉴西方企业文化的有益经验，更需要总结我们历史的和当前的实践经验，并把两者很好地结合起来，使之上升为理论，形成我国独具特色的社会主义的企业文化。也只有密切结合实践、能为企业创造良好效益的企业文化，才能在企业中生根、开花、结果。我国企业文化建设近几年来虽然取得了很大进展和成效，但总体上还处于探索阶段，对于企业文化这一新课题，仍需广为实践，不断探索，不断总结，使之真正成为提高企业经营管理水平和发展市场经济的推动力量。

3. 企业文化建设是一项庞大的系统工程，要有一个总体构想和规划。企业文化建设是包括企业目标、经营方针、发展战略、企业精神、企业价值观、道德规范、行为准则等内容的一项庞大的系统工程。要让这一切为全体职工所认同，逐渐成为一种自觉的群体认识、群体行为，不仅需要有一个总设计、总规划和实施办法，更需要作长期的坚持不懈的努力。因此，企业文化建设不能急功近利，要有战略眼光和长远打算，最好能做到长计划、短安排。也就是有的企业提出的“于远景上规划，于现实中培育”。有

些企业已经这样做了，确定了明确的企业目标和发展战略，塑造、培育了企业精神和价值观，并把它渗入到企业生产、经营、管理、销售的各个环节，取得了良好的效益。

4. 建设企业文化要同转换企业经营机制、建立现代企业制度、推动市场经济的发展紧密结合。一是要抓好企业内部配套改革，建立企业的竞争机制、激励机制和约束机制；二是要制定出适合企业特点、适应国内外市场竞争的经营战略；三是要大力开发人才资源，全面提高企业职工的整体素质；四是要加强和改进思想政治工作，发扬我们思想政治工作的优良传统。企业思想政治工作是现代企业管理的重要组成部分。不仅国有企业需要，乡镇企业、三资企业、私营企业也需要。在现代化建设中，要发挥思想政治工作的优良传统，思想政治工作者应成为管理的内行，运用企业文化将思想政治工作渗入到生产、经营、经销的各个环节中去。

5. 企业党政领导者在企业文化建设中有特别重要的作用。企业目标的制定和实施，企业价值观的培育，都是由企业党政领导者深入思考，分析企业的外部环境和企业自身的特点，研究和确定的。在某种意义上讲，企业党政主要领导者是本企业的企业文化的塑造者，企业文化建设成效的高低是由企业领导者的素质决定的，企业党政主要领导人积极倡导、组织实施、身体力行，是企业文化建设成功的关键。因此，我们要造就一批有现代化头脑，适应社会主义市场经济要求的企业家。党政工团齐抓共管，建立自上而下的组织保障体系，也是加强企业文化建设的重要措施。发扬党、团员的模范带头作用，发扬党的思想政治工作的优良传统，是我们社会主义企业文化建设有别于西方企业文化的优势。

同志们，这次企业文化建设研讨会取得了圆满成功。希望今后加强联系，经常切磋、探讨、交流，把我国企业文化建设事业推向一个新的阶段。

（中国企业文化研究会供稿）

为建设有中国特色的 社会主义企业文化而奋斗

——在'93 中国企业文化节
企业文化建设研讨会上的发言

高占祥

企业文化是随着企业的产生而产生，随着企业的发展而发展的，其历史渊源久远。但企业文化理论的提出，其时间不长。本世纪 80 年代初，企业文化理论兴起于美国，随之在日本等一些经济发达国家逐步兴起。我们的近邻日本，很重视企业文化建设。当代引人注目的经济奇迹之一是日本从二战的废墟中崛起。日本著名学者明和太郎在其所著《经济和文化》一书中分析其原因时指出：“第二次世界大战以后，文化立国论在日本十分盛行。那时城市变成一片废墟，工厂受到破坏，人们连饭都吃不上，对于无论如何也要生存下去的日本来说，只有把希望寄托于文化。日本既无资本，又无资源，只有不花钱的文化。文化立国论者大都不否定经济，几乎都主张以经济繁荣为背景来推进文化立国。”前些年，有许多代表团考察日本经济，在探讨日本企业成功之路时，不少经济学家、企业家都不约而同地发现对企业经营管理起重要作用的新因素，即企业文化。

我国的企业文化，也是随着企业的产生而产生的。社会主义企业文化可以说自从生产资料所有制的社会主义改造基本完成，我国确立社会主义基本制度之后，就有了社会主义企业文化。但

在过去相当长的时期里，企业文化的地位和重要性没有得到充分认识和引起足够的重视，企业文化因此没有得到应有的发展。近些年特别是 80 年代中期以来，我国一些理论家、企业家开始研究企业文化理论并将这一理论自觉地应用到企业实践中去。经过实践和探索，可以说在理论和实践两个方面都取得了可喜成绩，迎来了企业文化建设的春天。企业文化不仅仅只是一些理论工作者的研究对象和课题，更重要的是越来越多的企业和企业家，注重企业文化建设，涌现了一大批企业文化建设的先进典型。它们根据本企业的实际，培育了各具特色的企业文化，为企业职工素质的提高，为市场经济条件下加强企业管理开辟了一条新路。企业文化建设的成绩还表现在理论研究方面形成了一支有一定研究能力和一定规模的研究队伍。他们通过举办各种学术活动，传授企业文化知识，提高了企业文化的地位，张扬了企业文化的意义，开了风气之先，其功不可没。在组织建设方面，是中国企业文化研究会成立以来做了大量工作。随着研究的深入和广泛的实践，人们对企业文化理论研究重要性的认识逐步提高，在全国各地都相继成立了企业文化研究机构。更令人高兴和鼓舞的是党中央〔1992〕9 号文件和江泽民总书记在党的十四大报告中都提出要加强企业文化建设，使企业文化建设进入了一个新阶段。

企业文化是社会文化体系中一个有机的组成部分，它是民族文化和现代意识在企业内的综合反映和表现。也可以说，企业文化是在民族文化和现代意识影响下形成的具有企业特点的群体意识，以及这种群体意识产生的行为规范。企业文化的内涵非常丰富，它大体包括以提高企业家和管理者工作水平为目的的经营文化、制度文化和管理文化；包括以提高职工业务素质为目的的智能文化、教育文化和科技文化；包括以提高职工思想道德素质为目的的伦理道德文化和精神文化；包括以满足职工文化需求为目的的娱乐文化、以及企业与文艺团体联姻开展的互利的文化活动。企业文化的精髓是提高人的文化素质、重视人的社会价值、尊重