

中国哲学

ZHONGGUO ZHEXUE DE QIYE WENHUA

◆ 黎贤钛 著

的企业文化

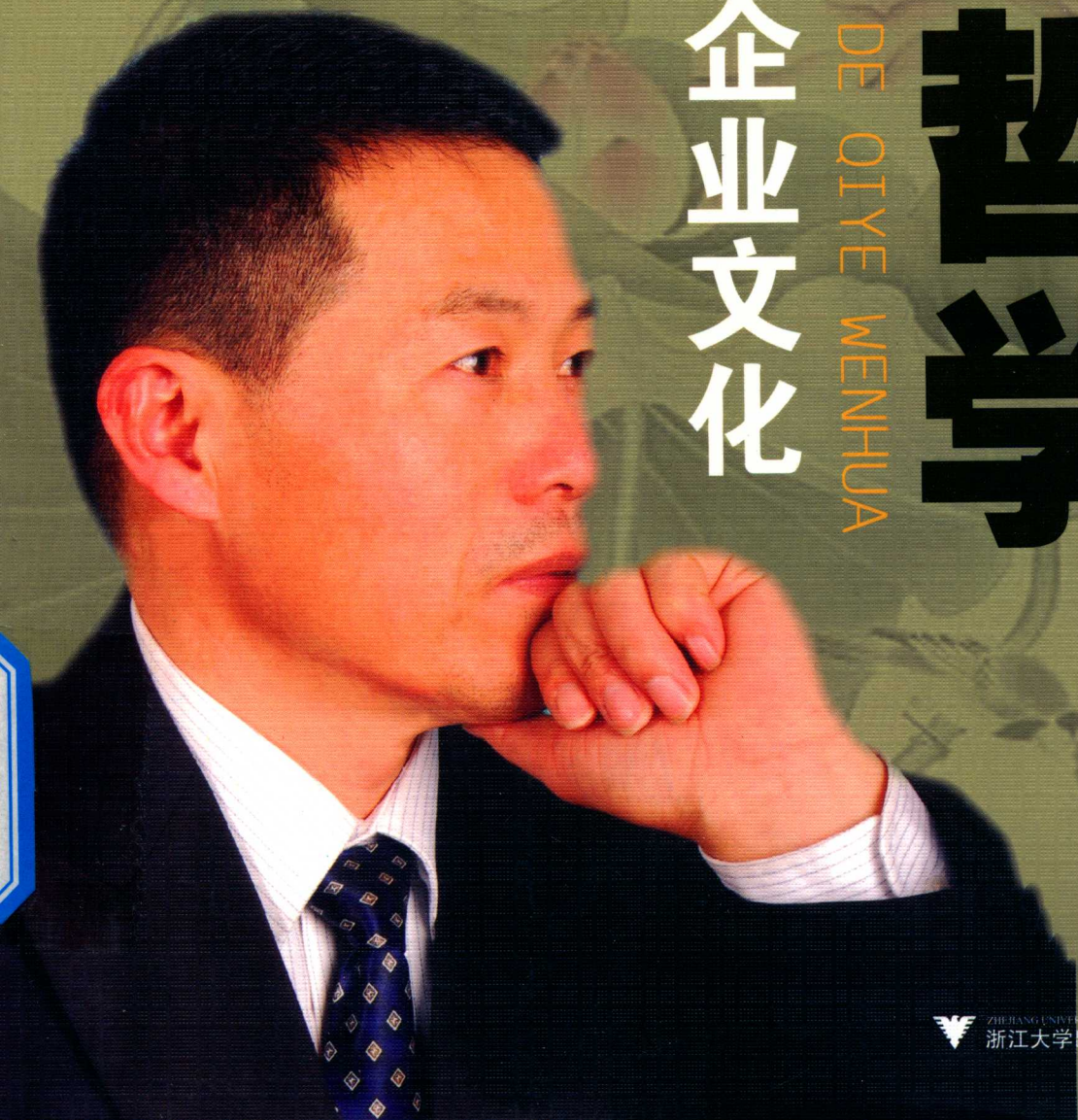
道出于自然平和

德始于谦和大度

慈出于博爱真诚

善源于感恩包容

福生于快乐满足



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

ZHONGGUO ZHIXUE DE QIYE WENHUA

中国哲学

的企业文化

◆ 黎贤铤 著

中共贵州省委党校图书馆	
总号	
书号	F-279.23 186 1-2



图书在版编目 (CIP) 数据

中国哲学的企业文化 / 黎贤钦著. —杭州:浙江大学出版社, 2013. 2

ISBN 978-7-308-11161-4

I. ①中… II. ①黎… III. ①企业文化—研究—中国
IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 029479 号

中国哲学的企业文化

黎贤钦 著

责任编辑 张作梅

封面设计 张作梅

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 杭州中大图文设计有限公司

印刷 杭州丰源印刷有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 19

字数 243 千

版印次 2013 年 2 月第 1 版 2013 年 2 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-308-11161-4

定价 52.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

序言

INTRODUCTION 1

企业管理通常包含两个方面,即管事务和管人心。古典和科学管理理论把重点放在对“事”与“物”的管理上,追求产量,强调生产标准化、技术标准化,物料、仓库、工具标准化,甚至把人等同机械流程也标准化,忽视了“人”的主动性和创造性,致使人对工作产生了厌倦情绪,失去了进步的激情。

20 世纪 50 年代,随着“行为科学”的兴起,企业界开始认识到一切事物都是靠人去做,一切产品都是靠人进行,一切组织目标都需要人来实现,于是把管理重点逐步转移到人的行为上来,管理科学便开始由以“事物”为中心的管理发展到以“人”为本的管理。由靠监督与纪律的管理发展到学习培训、行为引导的管理,即独裁式管理发展到参与式管理。

新中国成立后的三十年,以国营为主导,计划经营,工人阶级(员工)是企业的主人,过于民主,特别强调思想,树立个人先进模范作用,让大家都去学习先进,追求积极分子,结果发展缓慢,效益低。改革开放

后三十年,民营经济快速发展并逐步占主导地位,员工(工人阶级)一下子由“企业主人”成为打工者,企业主过于独裁,一切由老板说了算,缺乏战略决策的磋商,缺乏尊重人性,缺少企业文化创建,由此很多民营企业寿命短,昙花一现。

20世纪80年代后,日本兴起企业文化,美国研究企业文化,德国、亚洲四小龙倡导企业文化,我国开始认识企业文化。懂得企业文化是管理“人心”的筹码,研究人在不同时期“人生观、价值观、世界观”的不同来衡量自己,人会在不同阶段,不同环境来实现“马斯洛的五层次理论”中的需求。

21世纪来,中国企业界才大力推广宣传企业文化,对“管人”的实践包括了员工满意度、人才竞争战略、关键人才管理、企业主形象管理、企业道德和伦理等,强调安全、环保、健康、文化的管理。尽管企业开始注意采用激励和诱导的方式来调动人的正能量品德、主动性和创造性,但忽略了人的社会关系和感情因素的作用,割断了传统文化和现代文化的传承。

纵观管理实践,任何企业文化选择都离不开传统社会与时代文化的土壤。中国五千年的薪火相传,铸就了源远流长的文化传统,留下了饱蕴思想精髓和价值追求的灿烂遗产。现在似乎存在关系不顺,效率不高,管理不力,布局不优,机遇不灵,在挑战与竞争中暴露中国文化发展的困境。表面看是落后的管理模式不适应时代的发展要求,实质上,是传统体制机制窒息文化的活力。简言之,市场经济只能极大地释放

人民群众的积极性,解放生产力,而文化具体意识形态属性的敏感领域更需要引导部署、倡导繁荣。

实践证明,哪里有改革开放,哪里就有新的发展,哪里就有新的局面。长期以来,人们有一种根深蒂固的想法,认为文化事关意识形态安全,担心文化进入市场后会改变社会的性质,弱化政权对文化的领导,引起思想混乱,观点不一。近代史告诉我们,一个民族只有文化体现出比物质和资本更强大的力量,才能造就更大的文明进步;一个国家,只有经济发展体现文化的品格,才能进入更高的发展阶段;一个企业只有健全适合自身的企业文化,才能拥有高效的团队执行力。

任何适应性、合适性都是哲学的范畴。中国哲学从千年中华文化的历史脉络谈起,可谓文脉泱泱;自伏契之至先秦诸子,汉唐气象,宋明风韵走入近代,从乾隆时代“训诂考据”,走向道咸年间“通经致用”,到现代毛泽东的“矛盾论”,改革开放时期邓小平物质文明和精神文明“两手抓,两手都要硬”。这些通经达变,不仅治国有方,用于企业文化建设更是小巫见大巫,如用中国哲学中的“道家文化、儒家文化、佛家文化、兵家文化”应用于现代企业管理文化建设中就是大智慧。本专著对中国哲学理论的提炼应用于企业文化中,观点明确,实用性强。

总之,本书深入系统地探究了现代企业文化发展中的哲学问题,阐释了企业文化的世界观,企业价值观和幸福企业家的人生哲学。本书作者作为我的非

常优秀的学生之一，品学兼优，文理兼通，勤奋好学，奉献社会，有较深的理论思考和丰富的实践经验，并且已经取得了丰硕的研究成果。我认为这是一本好书，我也相信这本书能够给读者朋友们一些有益的经验借鉴和思考启迪。

黄恒学

北京大学教授 政府管理学院

公共管理系主任 博士生导师

序言

INTRODUCTION 2

我在中央民族大学担任儒释道三教关系的研究和教学多年,道出于自然平和,德始于谦和大度,慈出于博爱真诚,善源于感恩包容,福生于快乐满足,对中国哲学文化颇有体会。但论及企业管理理论和企业文化学术方面,总觉得在世界及国内有影响力的皆是以西方学说为主流,中国式企业管理理论的提出是近几十年的事情。纵观历史,中国社会一直是自给自足的小农经济占主导地位的社会,商品经济和工业经济的发展居于次要地位,所以造成了近代工业经济相对滞后,民营经济做不大、做不长这种状况。当今时代,中国在世界五百强企业中所占的比例也与我们的政治地位是不相称的。随着中国经济的崛起,哲学要研究、文化要创新,文化强民族强已成共识。为此,中国哲学与现代企业管理的结合研究成为学术界的热门话题。该著作就是在这样的文化背景下出现的。

我认为,该著作的理论贡献主要表现在以下方面:

其一,该书分十一章,从企业文化的哲学视野、企

企业文化的基本内涵、企业文化的哲学观、易学中的企业文化、儒学中的企业文化、道学中的企业文化、佛学中的企业文化、先秦诸子中的企业文化、企业文化与管理哲学、中国哲学在企业文化中的实践、企业文化哲学观的拓展等方面,全方位地探讨了中国哲学与企业文化的关系。以往的探讨中国哲学与企业文化关系的著作,多是从某一个方面或领域进行研究论述,比如儒学或佛学与企业文化的关系等等;该书从立体的视野全面考察中国哲学与企业文化的关系,将中国哲学与企业文化的正负能量内在联系,作了一个系统的梳理和条分缕析地分析研究,确实有高屋建瓴、总揽全局的文化意义;也展现了作者宽阔的学术视野和深厚的文化功底。

其二,该书有很多创新的学术观点和见解。比如作者深入阐释了企业文化的结构,包括精神、制度、行为和物质四个层面,逻辑严密,分析透彻,读后令人耳目一新;作者还分析了东西方企业管理理念上的差异实质是东西方哲学思维方式、价值观和历史文化的差异,这些分析是发现了隐藏在表象背后的规律和本质,可谓一语中的、入木三分;作者对成功的企业家应具备政治素质、个性品质、身心素质和能力素质等的分析,应具有战略性思维、创新性思维和系统性思维的评判,阐述了企业的规模、长远取决于企业家的胸怀和眼光,也令人信服,在现代企业管理中具有很强的指导意义。

其三,该书最大的特点和创新点是作者本身就是

从事企业管理二十余年的企业家,浙江尔格科技有限公司创始人,国家行业标准起草者,拥有工程技术发明专利多项,已将中国哲学在本企业文化中实践多年,并取得了很大成绩,为此,能够结合自己的实践经验分析中国哲学与企业文化的结合点。这一点尤其难能可贵,与其在书斋中只会纸上谈兵的学者的感受是迥异其趣的。这也是本书最值得一读的闪光之处。全书既有理论上的分析与归纳、中外企业管理与文化结合的案例剖析与对比,又有作者本人的切身感受,可谓理论与实践高度完美的结合。

作者在2008年曾出版《国学思想与现代表理》一书,也为本书的推出起了准备和铺垫作用。可以说,这部著作是上一部论著的延伸和发展,堪称中国哲学与企业文化研究的姊妹篇。

了解作者是个酷爱学习的人,还曾出版过《电力变压器冷却系统设计》和《变压器油泵实用技术》等理工类专著,却对电力行业、铁道行业冷却设备也有很高的造诣,所以在本书中,引用了大量的数据表格说明其学术观点,给人以资料丰富翔实之感;又引用了很多诗词歌赋,增强了内容的可读性,其中的“思路决定出路,理念决定方向”等话语给人留下了深刻印象。

总之,这是一部十分值得一读的著作。我愿意向读者推荐此书!

谢路军

中央民族大学教授

前言

PREFACE

文化是人们自觉形成一种理念的生活习惯以及所制造财富的行为,是物质和精神的总和,包括人们的思想意识、价值理念和生活方式等,一个国家的发展需要文化和民族精神。一个企业的可持续发展同样需要一种精神和文化来指导自己的运行,给企业以准确的“定位”。企业文化主要包含了经营哲学、价值理念、企业精神、企业道德、团队意识、企业形象、制度、行为、使命等基本内涵和功能,它是企业生存的理由和判断企业真伪善恶的标准。企业文化要解答的是:我们企业从哪里来?为何存在?我们肩负的责任是什么?向去何处?我们怎样做才能使企业可持续发展,员工有幸福感?

历史对文化核心理念,有了详细的描述,特别是近代史,东、西方文化异军突出,直接影响企业文化建设。古之有“大学之道,在明明德,在亲民,在止于至善。知止而后定,定而后能静,静而后能安,安而后能虑,虑而后能得。物有本末,事有始终。知所先后,则近道矣”(《大学》)。其意为大学之目的,在于显明高尚的品德,在于使人们革除旧习,在于达到善的最

高境界。一个人在知道所要达到的境界,才能有明确的志向;才能心静,心静才能安稳,安稳才能思虑,思虑才能达到善的最高境界。为此,西方学者对中国古代文化赞叹不已!

1699年德国哲学家莱布尼茨(Gottfried Wilhelm Leibniz,1646—1716)在《中国新事物》中所言:中国的治国之道强于西方,而西方自然科学高于中国,他建议西方传教士们在向中国传授自然科学的同时,要把中国的治国之道传回西方。这代表了17世纪一代启蒙思想家对中国哲学、道德、文化的憧憬和向往。中国的17世纪和18世纪正是所谓“康乾盛世”,陈国藩观点是中国封建社会后的鼎盛时期,是发扬了中国儒释道哲学文化。而此时自然科学研究几乎处于低迷时期。

卢梭(Jean-Jacques Rousseau,1712—1778)的《民约论》,奠定了现代民主社会的思想基础,提倡科学理性、工业革命、资本主义、市场经济,推翻了专制制度,西方国家从17世纪开始兴起。中国有让西方启蒙思想家赞叹不已的治国之道,却因封建专制政治制度使中国一步一步地落后了。如果把专制与管理分开,博大精深的中国哲学文化及其孕育的管理之道,仍然可以成为现代社会发展的主要力量。中国哲学文化传统及其管理之道,并不因为中国在近代史中政治体制上的败落后,而丧失其内在的价值。

马克斯·韦伯(Max Weber,1884—1920)提出“新教伦理与资本主义发展关系”问题,他认为在西方

资本主义经济的发展中,没有宗教改革所赋予个人的终极权威,其发展是有限的。于是西方发展凭借个人的理性,科学的知识、宗教的信念,从而设计出一套管理方法,其实就是提倡资本主义企业文化,推动和控制社会经济的发展。与此相反,中国的管理理念是凭借对个人的反省与思考,提倡集体主义,突出人的社会价值,结合人的情感需求,运用共同的价值观念和社会责任感去实现管理并推动社会发展。这是东西方管理理念上的差异,实质是东西方文化之差异,哲学思维方式价值观和历史文化的差异。

20 世纪后半叶,东西方两种管理思想体系风云迭起,东方标志就是由日本和东亚四小龙(韩国、新加坡以及中国台湾和香港地区)这些具有中国哲学文化背景的国家 and 地区,在经济上取得的巨大成功,使得西方管理学界对源远流长的东方管理之道不得不刮目相看。中国儒家思想强调的是“和、仁、礼、仪”,而日本文化主张“和、信、诚”,其内涵是爱人、和谐、互助、团结、合作这些都是日本企业管理范畴和行动指南,更是日本高效团队精神的基础,使得企业实行自主管理和全员参与,集体决策和共同负责,人与人之间上下沟通,找到人生的归宿,达到美满的境界。

21 世纪以来,企业文化创建成为各国企业最时髦的话题,普遍认为终极竞争力是由文化组成的。《后现代企业管理》中预言,如果能够在文化竞争中胜出,企业乃是世界一流。国家和民族的文化不同,致使一个国家和民族都形成不同的竞争力,公司的命运

往往同民族的文化联系起来,民族文化强劲是企业立足于世界的根本。

综观各国竞争力的特征:美国人做得最大,跨国经营,一不小心就成为世界 500 强。德国人做得最精致,品质世界一流,德国人不需要加强管理,只需要制定出一套标准,员工就会一丝不苟地遵守执行。日本成本做得最低,日本的节约是发自内心的,自觉的,认为节约就是利润,持续改进,不断完善,降低成本正是日本文化的力量。印度是高速创新,其创新能力世界一流,最能体现创新的是 IT 行业,班加罗被称为印度的“硅谷”,集聚高科技企业 4500 家,有 11 万 IT 外包员工,成为全球第五大信息科技中心。犹太人重于创造发明,创新经营,商业模式傲立潮头。对此,我们众多仁人志士学者就一直思考如何以中国哲学文化为基础,结合东西方两大管理思想体系的长处,创建出具有中国特色的企业文化,它既能够包含西方管理科学的精神,又能够吸取中国管理哲学的智慧,洞察当代西方管理科学在中国管理的局限性,从而提出一条新的企业文化创建之道。这种新的企业文化之道较有代表性的就是将“儒、释、道”文化应用于企业管理。

中国哲学,特别是《易经》哲学,“一阴一阳之谓道”,阐明了开放性、包容性和创造性,可以容纳古今中外一切有价值的管理文化和哲学思想。佛学禅师有云:禅者之所以为禅,在于心如大海,与人为善,天天都是好日子;佛家讲因果,认为眼前的一切都是过去种因所结下的果,这种“心明眼亮”的理念,对人生

价值具有积极的推动作用。儒家在主张人性善的基础上提出了“以人为本”与“和与贵”的思想，“仁”是儒家学说的内核和灵魂，孔子说“仁者爱人”，是管理艺术人本精神的集中显现，“礼者，人道之极也”，礼仪是行为规范，也是管理艺术的外在表现。《中庸》指出：“中庸之为德也，其至矣乎。”《礼记·杂记下》说：“张而不弛，文武弗能也；弛而不张，文武弗为也；一张一弛，文武之道也。”《荀子·不苟》中说：“与时屈伸，柔从若蒲苇，非慑怯也；刚强猛毅，靡所不信，非骄暴也。以义变应，知当曲直故也。”《诗》曰：“左之左之，君子宜之；右之右之，君子有之。”此言“君子能以义屈信变应故也”。这些文化道出修身之法。

西方的管理具有理性的权威，科学的基础，但缺乏人性的灵活，从个人主义的角度切入，社会的协合力明显不足；日本的管理显然注意人与人之间的协调，但过分压抑了个人的活力和独创性，同样缺少灵活性和包容性。本书就是对管理问题进行了长期哲学思考的结果，既重哲学思辨，又重管理理论和企业文化的创建，实际上二者是相互联系，互为通用的。哲学为文化体现，是管理文化的最高形式，而管理文化又为哲学之用。我们一直认为：用理论来指导实践，又用实践来完善理论，并将二者相互论证得以发展。

黎贤钦

二〇一二年九月二十二日

于沙柳笔架山麓外黎

目 录

CONTENTS

第一章 企业文化的哲学视野 / 001

第一节 中国哲学的起源 / 003

第二节 企业文化在变化中永恒 / 009

第三节 不同国度企业文化的困惑 / 014

第四节 企业文化与哲学 / 021

第二章 企业文化的基本内涵 / 027

第一节 企业管理与文化 / 029

第二节 企业文化的沿革 / 032

第三节 企业文化的结构 / 038

第四节 企业文化的特征与功能 / 045

第 三 章 企业文化的哲学观 / 053

第一节 人的价值取向 / 055

第二节 文化内涵和差异 / 061

第三节 中国传统文化 / 069

第四节 正确审视企业文化 / 077

第 四 章 中国哲学的易学文化 / 083

第一节 易学文化概述 / 085

第二节 易学文化对企业文化的作用 / 088

第三节 易学的变易之道 / 093

第四节 易学的大义文化 / 096

第 五 章 中国哲学的儒文化 / 103

第一节 儒文化概述 / 105

第二节 儒文化对企业文化的作用 / 108

第三节 儒家的中庸之道 / 114

第四节 儒家思想与企业文化 / 120

第 六 章 中国哲学的道文化 / 127

第一节 道家文化概述 / 129

第二节 道家文化对企业文化的作用 / 134

第三节 道家文化与企业文化的响应 / 140

第四节 道家哲学与企业家人生 / 143