



示范校重点专业建设成果教材  
职业教育技能型实用人才培养系列规划教材

# 城市公共交通 企业文化

CHENGSHI GONGGONG JIAOTONG  
QIYE WENHUA

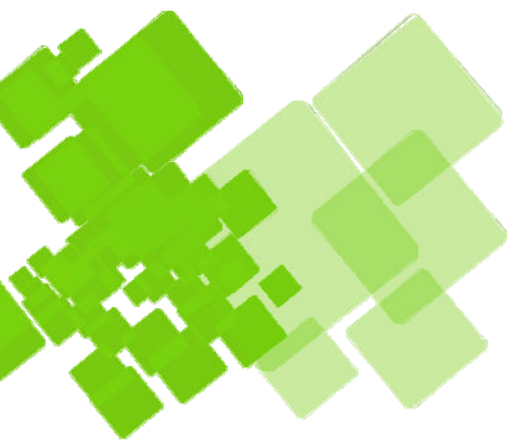


主 编 ● 钟晓芬 蔡咏梅 帅 林  
副主编 ● 吴 鹏 张芸聆  
主 审 ● 李 广



西安交通大学出版社

示范校重点专业建设成果教材  
职业教育技能型实用人才培养系列规划教材



CHENGSHI GONGGONG JIAOTONG

# 城市公共交通 企业文化

QIYE WENHUA

---

主 编 钟晓芬 蔡咏梅 帅 林  
副主编 吴 鹏 张芸聆  
主 审 李 广

西南交通大学出版社  
· 成 都 ·

-----  
图书在版编目 ( C I P ) 数据

城市公共交通企业文化 / 钟晓芬, 蔡咏梅, 帅林主编. —成都: 西南交通大学出版社, 2018.10  
示范校重点专业建设成果教材 职业教育技能型实用  
人才培养系列规划教材  
ISBN 978-7-5643-6509-7

I. ①城... II. ①钟... ②蔡... ③帅... III. ①城市交  
通 - 交通运输企业 - 企业文化 - 职业教育 - 教材 IV.  
①F570.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 ( 2018 ) 第 239152 号  
-----

示范校重点专业建设成果教材  
职业教育技能型实用人才培养系列规划教材

**城市公共交通企业文化**

主编 钟晓芬 蔡咏梅 帅林

---

责任编辑 邱一平  
封面设计 何东琳设计工作室

---

出版发行 西南交通大学出版社  
( 四川省成都市二环路北一段 111 号  
西南交通大学创新大厦 21 楼 )

邮政编码 610031  
发行部电话 028-87600564 028-87600533  
网址 <http://www.xnjdcbs.com>  
印刷 四川煤田地质制图印刷厂

---

成品尺寸 185 mm × 260 mm  
印张 11.5  
字数 244 千  
版次 2018 年 10 月第 1 版  
印次 2018 年 10 月第 1 次  
定价 44.00 元  
书号 ISBN 978-7-5643-6509-7

课件咨询电话: 028-87600533  
图书如有印装质量问题 本社负责退换  
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

# 市级中职示范校重点专业建设 教材编写委员会

主任 李 灿 彭 超

副主任 钟晓芬 田跃红

委员 (以姓氏拼音排序)

蔡 继 陈茂贤 蔡咏梅 邓文杰 戴 鑫 邓 宇  
何 川 何加龙 何 鹏 黄永波 姜 雪 蒋 勇  
匡 鹏 康元博 林 波 李 广 罗宏亮 刘 君  
李进才 李施其 罗 潇 李小燕 李 怡 刘永平  
彭月秋 庞远智 邱川鄂 任金花 冉原野 孙 静  
苏 峻 孙纪胜 帅 林 涂 波 谭 忱 唐艳红  
唐 炽 温承钦 吴 刚 王 焦 汪 亮 吴 鹏  
王 谦 蔚衍娟 谢文静 夏晓波 肖应刚 杨昌玉  
尹红安 袁 佳 杨 杰 杨炎锋 郑才敏 郑国秀  
周海涛 赵甲进 张 余 张云川 张芸聆 周益权  
张 睿



## 总 序

近 5 年来，国家先后颁布了《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发〔2014〕19 号）、《国家教育事业发展“十三五”规划》（国发〔2017〕4 号）、《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》（国办发〔2017〕95 号），重庆市为贯彻落实国家颁布的相关政策文件，特制定了《重庆市人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》（渝府发〔2015〕17 号）等政策文件，大力推进职业教育改革发展。

为积极响应国家政策，更好地适应重庆经济转型和产业结构调整的需要，2014 年，重庆市教委、市人力社保局、市财政局决定实施市级中等职业教育改革发展示范学校建设计划，2014—2016 年，在全市范围内重点支持建设不超过 30 所市级中等职业教育改革发展示范学校。项目学校通过人才培养模式改革、专业课程体系建设、校企合作、师资队伍建设等，促进学校改革创新、内涵发展，成为全市中等职业学校改革创新的示范、提高质量的示范、办出特色的示范，在中等职业教育改革发展中发挥引领骨干和辐射作用，为经济社会发展培养高素质劳动者和高技能人才。

2016 年 8 月，重庆市公共交通技工学校成功申报为市级中职示范校项目建设学校。经过两年的建设，在课程改革和教材建设上取得了可喜成绩，为进一步总结经验，固化成果，特组织骨干教师编写了 20 余门系列优质课程配套教材，并交由西南交通大学出版社审核出版。

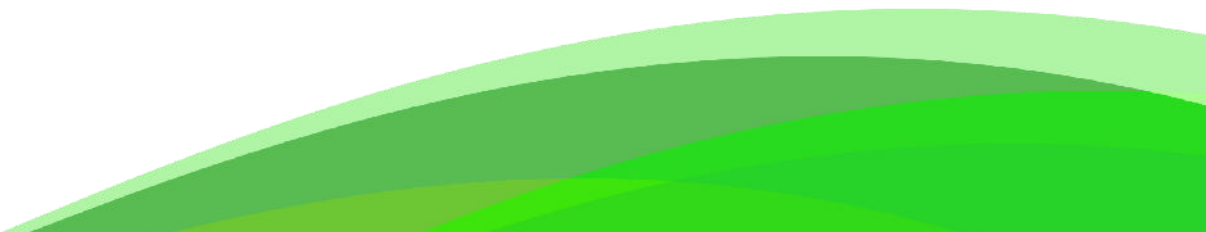
本系列教材是在相关企业专家的悉心指导以及参与下完成的。教材以强化学生职业能力和培养综合素质为主线，以工作过程为导向，以典型工作任务和生产项目为载体，立足行业岗位要求，参照相关职业资格标准和行业技术标准，遵循中职学生成长规律、中职教育规律和行业生产规律进行开发建设。教材按

照项目导向、任务驱动、模拟情境等教学模式要求，构建学习任务单元，注重学生可持续发展能力、创新能力、综合技术能力的培养，具有典型的工学结合特征。

本系列教材是重庆市公共交通技工学校不断深化教学改革的结果，更是市级中职示范校建设的一项重要成果，其中凝聚了各位编审人员的大量心血与智慧，也凝聚了众多行业专家的智慧。同时，在编写过程中得到了有关兄弟院校的大力支持，在此一并表示诚挚感谢！希望该系列教材的出版能有助于促进中职相关专业人才培养质量的提高，能为交通运输类职业院校的教材建设起到积极的引领和示范作用。本系列教材涉及专业面广，加之编者对现代职业教育理念的学习和认知仍需不断地改进和提高，书中难免存在不妥之处，恳请专家、同行不吝赐教，以促使我们不断提高教材编写的质量和水平。

李 灿

2018年5月





## PREFACE

为深入贯彻《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》(国发〔2014〕19号)和全国职业教育工作会议精神,加强优质职教资源建设,根据重庆市委、市政府《关于大力发展职业技术教育的决定》(渝委发〔2012〕11号)有关要求,重庆市教委、重庆市人力资源和社会保障局、重庆市财政局自2014年启动重庆市市级中等职业教育改革发展示范学校建设工作。2016年8月18日,重庆市公共交通技工学校被立项成为重庆市第三批市级中等职业教育改革发展示范学校建设单位。

本书是重庆市公共交通技工学校示范校重点建设专业——汽车驾驶专业的建设成果之一。本书总结了学校众多教师多年的专业教学经验,结合行业企业对客运汽车驾驶员的特殊要求,以学生就业为导向,以能力为本位,符合汽车驾驶专业教学改革精神,能够适应客运企业对驾驶技能型人才的要求。本书是在重庆市公共交通技工学校《汽车驾驶专业人才培养方案》和《汽车驾驶专业课程体系》的框架下,依据《城市公共交通企业文化课程标准》编写的,本书具有以下特色:

1. 本书结合国内外最新的相关研究成果,以知识适度够用为原则,将学科知识和行业发展需要有机地结合。
2. 既注重培养学生对基础理论知识的理解与掌握,同时又重视提高学生分析问题、解决问题的能力。
3. 本书以典型的实际案例为载体,文字简洁,通俗易懂,图文并茂,容易培养学生的学习兴趣,提高学习效果。

本书主要内容包括:企业文化理论的形成与发展、企业文化的基本原理、企业文化的内容体系、建设企业文化的基本程序和方法、建设企业文化的主体、企业形象设计、重庆公共交通企业文化等。

本书的编写得到了重庆市公共交通控股（集团）有限公司的大力支持，在此表示诚挚感谢！同时，编写过程中参考了大量的书籍、论文等文献资料，并引用了一些研究成果，在此对这些专家和学者表示深深的谢意。由于工作疏忽或者其他转载的原因，有一些引证参考资料未列明出处，若有此情况，在此表达十分的歉意。

本书由重庆市公共交通技工学校钟晓芬、蔡咏梅、帅林担任主编，吴鹏、张芸聆担任副主编，由于编者水平有限，书中难免有不当之处，敬请广大读者提出意见和建议，以便再版时完善。

**编者**

2018年5月



## CONTENTS

第一章	企业文化的形成与发展	1
第一节	认知“文化”	1
第二节	企业文化的形成	5
第三节	企业文化的发展	13
第四节	国内外企业文化特征比较	19
第二章	企业文化的基本原理	28
第一节	企业文化的内涵及特征	28
第二节	企业文化的类型和模式	34
第三节	企业文化的基本功能和价值	38
第四节	企业文化理论的基石	43
第三章	企业文化的内容体系	57
第一节	企业价值观	57
第二节	企业精神	65
第三节	企业伦理道德	75
第四节	企业形象	78
第四章	建设企业文化的基本程序和方法	85
第一节	建设企业文化的基本原则	85
第二节	建设企业文化的基本程序	90
第三节	企业文化建设的基本方式与方法	94
第四节	企业文化的保证体系	99
第五章	建设企业文化的主体	110
第一节	企业员工与企业文化	110
第二节	企业楷模与企业文化	114
第三节	企业家与企业文化	118

第六章	企业形象设计	131
第一节	企业文化与企业形象识别系统	131
第二节	企业理念识别系统设计	134
第三节	企业行为识别系统设计	140
第四节	企业视觉识别系统设计	147
第七章	重庆公共交通企业文化	155
第一节	重庆公交企业文化的形成	155
第二节	重庆公交理念系统 (MI)	160
第三节	重庆公交行为系统 (BI)	162
第四节	重庆公交视觉识别系统 (VI)	169
	参考文献	173

# 第一章

## 企业文化的形成与发展



重点掌握：国内外企业文化的不同特点。

掌握：企业文化在国内、国外的发展历程。

一般了解：企业文化形成的时代背景、实践基础和诞生标志。

企业文化是 20 世纪 80 年代从管理科学丛林中分化出来的一门新学科，是不断创新的知识体系，开篇的这一部分，主要论述企业文化形成的时代背景和实践基础，介绍企业文化在国内外的的发展历程及国内外企业文化的不同特征。

### 第一节 认知“文化”

#### 一、文化的含义

文化是社会发展到一定阶段的产物，在我国自古就有。先是“文”与“化”的复合词，“文”指修饰，“化”指变化，后来才合二为一，一起使用。“文化”的本意是经过人的修饰使事物发生变化，西汉刘向在《说苑·指武》中有这样的表述：“圣人之治天下，先文德而后武力，凡武之兴，为不服也，文化不改，然后加诛”。这里的文化是指文德和教化。

在西方，“文化”一词源于拉丁文“cultura”“colo”等词，指栽培、培养、照顾等。通俗地讲，“文化”是指通过人工劳作，将自然界的野生动植物加以驯化和培养，



使之成为符合人类需要的品种，后来，还包括个人的技能、人格、品德和心灵的修炼，人际关系的培养等。

到了近现代，不同的学者对文化赋予了不同的含义，可以说是众说纷纭。归纳起来，大致有以下三种解释：

(1) 著名人类学者泰勒提出了文化的定义，即文化就是由作为社会成员的人所获得的，包括知识、信念、艺术、道德法则、法律、风俗以及其他能力和习惯的复杂整体。

(2) 《苏联大百科全书》对文化进行了广义和狭义的区别。广义的文化是指在一定的历史发展水平下，人们进行生活和活动的类型和形式，以及人们所创造的物质和精神财富。狭义的文化仅指人们的精神生活领域。

(3) 《辞海》一直沿用广义与狭义的文化定义。从广义上讲，文化是指人类在社会历史实践中所创造的物质财富和精神财富的总和；从狭义上讲，文化是指社会的意识形态以及与之相适应的制度和组织机构。

总之，文化的定义多种多样。我们认为，文化是指人类在社会历史实践中所创造的物质财富和精神财富的总和，包括一系列习俗、规范和准则的总和。文化起着规范、导向和推动人及社会发展的作用。

## 二、文化的起源

中国古代文化著作多是经世致用的，对此问题虽有所论及，也多归于“圣人”，而不愿意追根究底。如《周礼·冬官·考工记》谈到物质文化创造时说：“百工之事，皆圣人之所作也。炼金以为刃，凝土以为器，作车以行陆，作舟以行水，此皆圣人之所作也。”中国古人虽然也相信神，也创造过丰富多彩的神话、传说，但是中国古代一直没有形成占统治地位的神学，而社会文化意识的核心乃是祖宗思想，即认祖宗而不信上帝。

中国古籍中关于文化起源问题的说法多与氏族祖先的功德联系起来。例如《周易》说伏羲氏“结绳而为网罟”；黄帝、尧、舜“垂衣裳”“剥木为舟，刻木为楫”“服牛乘马，引重致远”“断木为杙，掘地为臼”“弦木为弧，剡为木矢”。《山海经》又说：“淫梁生番禺，是始为舟”“莫仲生吉光，吉光始以木为车”。说法虽然不一，但显然都将文化的创造归功于部落首领。不仅物质文化的创造被认为是部落首领的功劳，精神文化创造同样也是如此。例如，八卦是伏羲氏“仰观天象，俯察地法”创造的，医学知识是神农“尝百草之滋味，水泉之甘苦”创造的等。

在古代希腊罗马时期，由于神学占据统治地位，所以文化的起源也多被归于神造。柏拉图认为，世界万物都是神、造物主注视着永恒不变的模型创造出来的。精神文化也来源于“神示”。柏拉图的“神示”说到罗马时期被普罗提诺发展为“流溢”说，即



新柏拉图主义。这种学说认为，宇宙存在着最高的精神实体（太一），从中流出“理性”，流出“世界灵魂”，文化则是灵魂概念的统合表现。到中世纪，圣·奥古斯丁又用新柏拉图主义论证基督教义，把文化创造看成是上帝的意志。奥古斯丁的《上帝之城》就是“神意”说的代表作。他所说的文化，即宗教文化，上帝创造的文化。

### 三、文化的基本要素

社会学家们一般认为，文化由六种基本要素构成：

- （1）信仰，是关于世界如何运转的观念。
- （2）价值观，是道德评价的标准。
- （3）规范和法令，是行为的指导方针。
- （4）符号，观念和价值观的表征。
- （5）技术。
- （6）语言。

### 四、文化的分类

斯特恩根据文化的结构和范畴把文化分为广义和狭义两种概念。广义的文化即大写的文化，狭义的文化即小写的文化。

汉科特·汉默里把文化分为信息文化、行为文化和成就文化。信息文化指一般受教育本族语者所掌握的关于社会、地理、历史等知识；行为文化指人的生活方式、实际行为、态度、价值等，它是成功交际最重要的因素；成就文化是指艺术和文学成就，它是传统的文化概念。

### 五、文化的层次

因为文化具有的多样性和复杂性，很难赋予文化一个准确、清晰的分类标准。因此，这些对文化的划分，只是从某一个角度来分析的，它是一种尝试。

对文化的结构解剖，有两分说，即分为物质文化和精神文化；有三层次说，即分为物质、制度、精神三层次；有四层次说，即分为物质、制度、风俗习惯、思想与价值。有六大子系统说，即物质、社会关系、精神、艺术、语言符号、风俗习惯等。

文化有两种，一种是生产文化，一种是精神文化。科技文化是生产文化，生活思想文化是精神文化。任何文化都为生活所用，任何一种文化都包含了一种生活生存的理论方式和理念认识。



至于对文化的结构，不同的说法也很多。一般把它分为下列几个层次：物态文化、制度文化、行为文化、心态文化。

物态文化层是人类的物质生产活动方式和产品的总和，是可触知的具体实在的事物，如衣、食、住、行。

制度文化层是人类在社会实践中建立的规范自身行为和调节相互关系的准则。

行为文化层是人际交往中约定俗成的礼俗、民俗、习惯和风俗，它是一种社会的、集体的行为。

心态文化是人们的社会心理和意识形态，包括人们的价值观念、审美情趣、思维方式以及由此而产生的文学艺术作品。这是文化的核心，也是文化的精华部分。

有些人类学家将文化分为三个层次：高级文化，包括哲学、文学、艺术、宗教等；大众文化，指习俗、仪式以及包括衣食住行、人际关系各方面的生活方式；深层文化，主要指价值观的美丑定义，时间取向、生活节奏、解决问题的方式以及与性别、阶层、职业、亲属关系相关的个人角色。高级文化和大众文化均根植于深层文化，而深层文化的某一概念又以一种习俗或生活方式反映在大众文化中，以一种艺术形式或文学主题反映在高级文化中。

广义的文化包括四个层次：一是物态文化层，由物化的知识力量构成，它是人的物质生产活动及其产品的总和，是可感知的、具有物质实体的文化事物；二是制度文化层，由人类在社会实践中建立的各种社会规范构成，包括社会经济制度、婚姻制度、家族制度、政治法律制度、家族、民族、国家、经济、政治、宗教社团、教育、科技、艺术组织等；三是行为文化层，以民风民俗形态出现，表现在日常起居动作之中，具有鲜明的民族、地域特色；四是心态文化层，由人类社会实践和意识活动中经过长期孕育而形成的价值观念、审美情趣、思维方式等构成，是文化的核心部分。心态文化层可细分为社会心理和社会意识形态两个层次。

## 六、文化的作用

人类由于共同生活的需要才创造出文化，文化在它所涵盖的范围内和不同的层面发挥着主要的功能和作用：

（1）整合。文化的整合功能是指它对于协调群体成员的行动所发挥的作用，就像蚂蚁过江。社会群体中不同的成员都是独特的行动者，他们基于自己的需要，根据对情景的判断和理解采取行动。文化是他们之间沟通的中介，如果他们能够共享文化，那么他们就能够有效地沟通，消除隔阂、促成合作。

（2）导向。文化的导向功能是指文化可以为人们的行动提供方向和可供选择的方式。通过共享文化，行动者可以知道自己的何种行为在对方看来是适宜的、可以引起积极回应的，并倾向于选择有效的行动，这就是文化对行为的导向作用。



(3) 维持秩序。文化是人们以往共同生活经验的积累,是人们通过比较和选择认为是合理并被普遍接受的东西。某种文化的形成和确立,就意味着某种价值观和行为规范的被认可和被遵从,这也意味着某种秩序的形成。而且只要这种文化在起作用,那么由这种文化所确立的社会秩序就会被维持下去,这就是文化维持社会秩序的功能。

(4) 传续。从世代的角度看,如果文化能向新的世代流传,即下一代也认同、共享上一代的文化,那么,文化就有了传续功能。

中国文化是中华民族在长期历史发展中的伟大创造物,是整个民族智慧和创造力的结晶。数千年来,它不但在中国历史上大放光彩,惠及炎黄子孙,而且在汉代开辟“丝绸之路”以后,影响了西方世界的历史与文化,传播与影响广泛且深远。

## 第二节 企业文化的形成

### 一、企业文化形成的历史背景

#### (一) 企业文化的产生

第二次世界大战结束后,企业管理实践发生了许多新的变化。随着科学技术的迅猛发展,企业生产条件得到极大改善,脑力劳动比例扩大且逐渐成为决定生产率的主导力量,劳动者的主体意识日益觉醒。同时,由于市场范围的不断扩大,以及市场竞争的日益激烈,传统的基于“经济人”假设、强调严密控制为主的管理方式受到越来越多的挑战。正如美国管理大师彼得·德鲁克曾呼吁的:“现在商学院所传授的、教科书里所描绘的、总经理们所认同的管理学已经过时了”。而强调企业中“软”因素的作用,以人为中心的新的管理模式逐渐成形。尤其是日本经济奇迹的启示更使得这种管理模式受到全世界的瞩目。

#### 1. 日本经济奇迹的启示

日本是第二次世界大战的战败国,但日本经济却在战后短短 30 年左右的时间里迅速崛起,一跃成为世界第二大经济强国。贴着“日本制造”的工业品在 20 世纪七八十年代以迅猛之势影响着全球几乎所有的市场,改变了世界经济竞争的大格局。当时,日本在汽车生产方面胜过了美国和德国,在摩托车方面令英国黯然失色,在手表、照相机和光学仪器生产方面超过了传统强国德国和瑞士,在钢铁生产、造船、电子产品方面结束了美国的统治地位。日本经济崛起的原因何在?

从宏观的角度看,日本经济成功无疑与日本政府强有力的工业政策,重视技术引进和产品出口,重视教育投入有直接关系。但从微观角度分析,日本经济增长源于企业的活力和竞争力,这种活力和竞争力依赖于独特的管理模式。美国的一些经济学



家和管理学家在深入考察后发现，在日本企业获得成功的多种因素中，排在第一位的既不是企业的规章制度、组织形式，更不是资金、设备和科学技术，而是独特的“组织风土”，即企业文化。日本企业界普遍认为，管理的关键是企业通过对员工的教育和领导者的身体力行，树立起大家共同遵循的信念、目标和价值观，培育出全体员工同心协力、共赴目标的“企业精神”。由于这种“企业精神”是管理中的“软”因素，与社会文化有着密切的联系，但又不是整个社会文化，而仅仅是一个企业的传统风貌的“亚文化”或“微观文化”，因此被称为“企业文化”。在日本企业的影响下，世界范围掀起了第一次企业文化热潮。

### 2. 美国经验的总结和实践的发展

美国受到来自日本经济成功的启示，对自身的管理模式进行了反省与经验总结。20世纪70年代后的美国，虽然仍然是世界经济中心之一，但是相对实力下降。日本人的成就使美国人震惊，他们不得不放下架子，开始认真研究和学习日本的企业管理经验，并反思美国企业的成败得失。企业文化研究领域的四本早期经典著作：威廉·大内的《Z理论——美国企业界如何迎接日本的挑战》、理查德·帕斯卡尔和安东尼·阿索斯的《日本企业管理艺术》、特雷斯·迪尔和阿伦·肯尼迪的《企业文化——现代企业的精神支柱》和托马斯·彼得斯和小罗伯特·沃特曼的《成功之路——美国最佳管理企业的经验》都是在这个时期出版的。美国人通过对日本管理经验的研究，得出了以下几条重要的结论。

(1) 美国的生产率和经济发展缓慢，其重要的原因在于：美国的管理不重视人的作用，企业文化没有搞好。相反，日本的生产率提高和经济发展速度之所以能在资本主义世界中排名第一，在于日本的管理重视人的作用，企业文化搞得好。

(2) 企业价值观是企业文化核心内容之一，日本的集体主义价值观比美国的个人主义价值观更优越。这是因为，生活中的一切重要的事情都是由于协力或集体力量做出的。因此，企图把成果归于个人的功劳都是毫无根据的。

(3) 企业文化建设的经验具有普遍意义，日本的管理方法虽然不能照搬照抄，但却值得美国学习借鉴。比如美国通用汽车公司别克汽车装配厂的实践就是一个有力的证明。该厂原是全公司效率和质量最低的工厂之一，后来以近似日本的管理方式重新设计了管理体制，结果不到两年，该厂的效率和质量就在全公司范围内上升为第一位。

在经验借鉴的基础上，美国的很多企业改变了原有的管理方式，通过不断地实践创新，使得文化管理这种新的模式逐渐走向成熟。其中的经典代表就是通用电气公司（GE）的文化管理。

杰克·韦尔奇曾在通用电气公司（GE）担任董事长兼首席执行官长达20年，他用自己的管理实践为人们诠释了一种全新的企业管理和领导艺术——文化管理。韦尔奇在1981年上任时，GE的股票在此前的10年间贬值了50%。他首先实施“三环”