

企业文化简明手册

中国企业文化研究会 编

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业文化简明手册/中国企业文化研究会编. - 北京:
企业管理出版社, 2002.10

ISBN 7-80147-780-4

I. 企… II. 中… III. 企业文化 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 085637 号

本书作者: 华 锐 主编

责任编辑: 田晓犁

书 号: ISBN 7-80147-780-4/F·778

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮 编: 100044

网 址: <http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com emph1979@yahoo.com

印 刷: 北京雁南印刷厂

经 销: 新华书店

规 格: 130 毫米×185 毫米 32 开本 5 印张

版 次: 2002 年 10 第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

印 数: 10000 册

定 价: 12.80 元

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

个人资料

姓名_____

单位_____

地址_____

邮编_____

电话_____

传真_____

E-mail_____

企业文化简明手册

主 编：华 锐

副 主 编：张旭昶 若 云

编写人员：(按姓氏笔画)

王晓南 孔德珍 张丙合

岳晓娜 穆 冬

前 言

当你打开这本小册子的时候，是否想过有这些可能？

- 把企业文化请下“神坛”，走入企业中去，不再让人神不可测；

- 把企业文化的研究成果“还文化于企业”，贴近企业实际，为企业服务，不再故弄玄虚；

- 把企业文化化繁为简，深入简出，通俗易懂，不再长篇大论，让人百思不得其解；

- 把企业文化打造成一种企业员工容易理解把握、便于操作的有利武器，不再是好看不好用的“银样镗枪头”。

- 把企业文化的理论探讨、成功案例、专业组织、图书杂志、体会心得、思考创新等设计成一个完整的系统，便于人们从整体上借鉴、把握，操作方便，不再单打一，用起来缺东少西。

这本小册子就是实现上述可能的一种尝试。

在这本小册子里，我们注重强调理论联系企业实际，文字简明扼要，选择企业最需要的，既讲理论，更注重实际操作；我们力求突出以较小篇幅，对企业文化全景进行准确、系统、全面的描绘和阐述，具有整体性、立体性和透视性；我们集中体现企业文化的重点，使其一目了然，易于学习，易于理解，易于把握；我们刻意创新企业文化图书形式，集理论学习、案例研究、社团咨询、媒介载体、新书推荐、读

书思考、心得体会以及效率手册等功能融为一体，读者不仅与书可以互动，在平时工作中还非常实用。

这仅仅是一次小小的尝试，有待于实践的检验，更期待于读者的指导帮助。我们相信，随着企业文化理论研究的不断深入，随着企业文化实践的不断发 展，这本小册子也一定会不断丰富、补充、拓展和创新。

目 录

企业文化

- 什么是企业文化 /2
- 企业文化的兴起和标志 /3
- 企业文化的发展和成熟 /4
- 中国企业文化的兴起 /5

企业文化的主要内容

- 企业目标 /7
- 企业哲学 /8
- 企业价值观 /9
- 企业精神 /10
- 企业道德 /11
- 企业制度 /12
- 企业文化活动 /13
- 企业环境 /14
- 企业形象 /15
- 企业创新 /16

企业文化的本质和特征

- 企业文化的本质 /18

企业文化的特征 /19

- * 社会性 /19
- * 民族性 /20
- * 融合性 /20
- * 人本性 /20
- * 过程性 /21
- * 渗透性 /21
- * 自觉性 /21
- * 实践性 /22
- * 传统性 /22
- * 创造性 /22

企业文化的结构

结构的基础部分 /24

结构的主体部分 /25

结构的外在部分 /26

企业文化的载体

主体载体 /28

组织载体 /29

制度载体 /30

物质载体 /31

企业文化的功能

企业经营的指导功能 /33

企业发展的推动功能 /34

企业管理的改善功能	/35
企业意识的导向功能	/36
企业主体的凝聚功能	/37
员工士气的激励功能	/38
思想行为的约束功能	/39
人际关系的润滑功能	/40
两个文明的促进功能	/41
服务社会的感应功能	/42

企业文化模式

抵羊牌模式	/44
铁人精神模式	/45
全聚德模式	/46

企业文化模式塑造的基本程序

提出问题，统一思想	/48
组织力量，调查研究	/49
设计规划，论证实验	/50
严密组织，传播执行	/51
注重实效，评估调整	/52
确立模式，巩固发展	/53

企业文化模式塑造的基本原则

人为中心	/55
自我塑造	/56
重在领导	/57

- 突出特色 /58
- 科学求实 /59
- 追求卓越 /60
- 面向时代 /61
- 努力创新 /62

企业文化模式塑造的基本方法

- 领导牵引法 /64
- 更新观念法 /65
- 突出中心法 /66
- 优化载体法 /67
- 稳定结构法 /68
- 训练培养法 /69
- 民主驱动法 /70
- 目标管理法 /71
- 职责挂钩法 /72
- 轻重缓急法 /73
- 机构作用法 /74
- 优势发挥法 /75

企业文化的误区

- 无用论 /77
- 万能论 /77
- 装筐论 /78
- 领导论 /78
- 政工论 /79

标签论	/79
速成论	/80
难办论	/80
补强论	/81
典雅论	/81
模仿论	/82
娱乐论	/82

企业文化先进模式精选

首钢集团	/84
海尔集团	/85
联想集团	/86
小天鹅集团	/87
东风汽车公司	/88
黄台电厂	/89
大庆炼化公司	/90
沈飞集团公司	/91
西安杨森	/92
双鹤药业	/93
中国新时代集团	/94
大连三洋制冷	/95
长安汽车(集团)	/96
元宝山发电厂	/97
北京城建集团	/98
平安保险公司	/99
唐山机务段	/100

龙电集团 · /101

附件

- 中国企业文化研究会简介 /103
- 各省市企业文化研究会索引 /105
- 中国企业文化网 /107
- 《企业文化》杂志 /108
- 《中外企业文化》杂志 /109
- 企业文化新书导航 /110
- 企业文化读后感 /115
- 企业文化的总结与设计 /117
- 企业文化大事记 /119
- 企业文化妙语选摘 /121
- 记事页 /123
- 通讯录 /131
- 国内电话区号及邮编 /139
- 2003 ~ 2005 年历 /142



企业文化

企业文化是 21 世纪企业的现实要求和必须的追求；

企业文化是企业新思想、新观念的最好体现；

企业文化是增强企业活力，创企业最高经济效益的必然之需；

企业文化是发挥员工积极性、智慧和创造力的最佳选择；

企业文化是全面提高企业员工和企业整体素质，发掘力量的源泉；

企业文化是增强企业凝聚力和竞争力，确保企业生存和发展的根本战略；

企业文化是企业主体精神、团体精神、个体精神的最佳塑造机制；

企业文化是营造企业和谐的氛围、优良的环境，使企业生机勃勃的保证。



什么是企业文化

我们知道，劳动创造了人类，人类通过劳动创造了文化。文化与人类共生，是人类存在和历史发展的表现。企业文化如同文化一样，存在于一定劳动活动之中。文化作用于企业生产经营活动，就形成了企业文化。可以说，有企业就有企业文化。

企业文化，是指在一定社会历史条件下，企业在物质生产过程中形成的具有本企业特色的文化观念、文化形式和行为模式，以及与之相适应的制度和组织机构，体现了企业及其成员的价值准则、经营哲学、精神道德、行为规范、共同信念及凝聚力。

2

瞬间
思考





企业文化的兴起和标志

说起企业文化的由来，其历史可谓源远流长。但是作为一种有意识的企业实践，则起始于第二次世界大战后的日本；作为一种企业管理理论体系，则创建于20世纪80年代初的美国。

1981年到1982年，美国企业管理理论界接连出版了四本畅销书：美国著名美日比较管理学者威廉·大内的《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》；美国史丹佛大学教授巴斯克和美国哈佛大学教授艾索斯合著的《日本的管理艺术》；美国企业管理咨询顾问托马斯·彼得斯和小罗伯·沃特曼合著的《寻找优势——美国最佳公司的经验教训》；美国著名的麦金赛管理咨询公司顾问阿伦·肯尼迪和特伦斯·迪尔合著的《企业文化——企业生活中的礼仪》。这四本书的出版，标志着80年代风靡全球的“企业文化”新潮的兴起。

3



瞬间
思考





企业文化的发展和成熟

1985年，波浪汹涌的“企业文化”再掀新的热潮。其标志是四本更具影响力的书的出版：莫尔·刘易斯等人的《组织文化》；基尔曼·萨克斯顿的《赢得公司文化的控制》；谢恩的《组织文化与领导》；托马斯·彼得斯的《赢得优势——领导艺术的较量》。

这四本书的出版，标志着企业文化的发展以及不断成熟，加强了企业文化理论的针对性，不再限于从企业文化来讨论企业文化，而是从组织文化的一般原理和过程来讨论企业文化问题，使企业文化研究方面的新成果迅速地被推广和应用。

4

瞬间
思考





中国企业文化的兴起

作为一种独立的、观念形态上的文化，中国企业文化的历史可以追溯到企业最初的组织形式——手工作坊或手工工场中去。这是因为企业文化伴随着小商品经济的产生而萌芽，并随着经济的不断发展而发展。中国正式提出“企业文化”这一概念是在 1986 年。而真正推动企业文化建设在中国兴起的根本原因，还在于改革开放和社会主义市场经济体制的逐步建立，使企业文化成为企业进入市场经济和自身发展的内在要求。

1993 年中国共产党第十四届三中全会通过的《关于建立社会主义市场经济体制的若干问题的决定》中明确提出：“加强企业文化建设，培育优良的职业道德，树立敬业爱厂、遵法守信、开拓创新的精神。”标志着中国企业文化进入重要发展阶段。而随着江泽民同志“三个代表”重要思想的提出和实践，为企业文化建设注入了新的强大动力，使中国的企业文化建设在新世纪掀起了一个新的高潮。

5



瞬间
思考

