

## 企业文化理论的产生与发展

随着改革开放和社会主义市场经济的飞速发展，企业文化在我国悄然兴起。作为一种企业管理理论的新思潮，企业文化引起了广大企业管理工作者和学术界的普遍关注，尤其对“企业文化理论的产生、发展及其在中国的兴起”这一课题的研究异常活跃。本篇就国内学者对这一课题研究的主要问题作如下综述。

### 一、企业文化理论的产生

学术界一致认为，尽管早在资本主义发展初期，空想社会主义者就“认识到人在工业社会中的地位和作用”并在管理中作了有限的实践<sup>①</sup>。20世纪30年代诞生的“行为科学管理”理论也曾对企业管理中以人为本的思想作了充分的论述，并在管理学领域里占了一席之地<sup>②</sup>，而且作为一种自发的分散的实践，企业文化早已在一些国家、特别是日本的企业中应用并取得了很大成功<sup>③</sup>，但作为一种完整的管理学理论体系，企业文化理论直到80年代初才诞生于美国<sup>④</sup>。

1981年至1982年，美国企业管理理论界接连出版了四本影响极大的管理学论著，系统地提出了企业文化的概念，并对其内涵、实际操作及在日、美等国企业中成功的经验作了系统的阐述。这四本书是：美国著名美日比较管理学者威廉·大内的《理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》、美国哈佛大学教授特伦斯·迪尔和长期担任美国著名的麦金斯管理咨询公司顾问的阿伦·肯尼迪合著的《企业文化——企业生存的习俗和礼仪》、美国斯坦福大

学教授巴斯克和哈佛大学教授艾索思合著的《日本的管理艺术》和托马斯·彼得斯和小罗伯特·沃特曼合著的《寻找优势——美国最佳公司的经验教训》。王驰在《企业文化的兴起及其影响》一文中归纳了这四部论著在观点上和内容上的共同之处：第一，70年代以来美国经济的衰落原因部分应归结为管理不当，即忽视了人这一根本因素。第二，日本企业的成功在于其管理者通过在企业中建立一种充满信任与微妙性、亲密性的文化，最大限度地满足职工的成就感、责任感和自我发展的需求。第三，管理不只是一门学问，还应是一种“文化”，有它自己的价值观、信仰、工具和语言。第四，寻找企业经营的成功之道，建立最佳企业文化模式。认为这些著作标志着企业文化理论诞生的根据还在于这些著作在理论界和企业界都产生了巨大反响<sup>⑤</sup>。虽然在70年代末一些在美日比较管理学研究中具有远见的学者已经改变了美国企业界对日本企业界取得的成就所抱的拒斥态度，肯定了日本企业有一套不同于美国的、成功的管理方法和管理经验（如年轻学者沃格尔的《日本第一，美国要吸取的教训》一书），但这些工作多半还限于“收集大量的关于日本企业经营方式的资料”这样的水平，只能算作80年代初“企业文化”思潮的思想准备阶段，直到这四部著作出版才“给美国以及世界的大众传播界带来极为强烈的反响”，其影响“深深植入了国际经济和企业各界人士之中”。

## 二、企业文化理论产生的背景和原因

### （一）企业文化理论在美国产生的背景

学术界普遍认为，企业文化理论在美国产生的背景是日本经济奇迹般的发展给美国带来的冲击<sup>⑥</sup>。理由是：第一，70年代的石油危机，严重打击了西方经济，即使是以高度繁荣称雄于世的美国也未能幸免，而毫无自然资源的日本在危机面前却能一枝独秀，其经济“以令人难以置信的速度和冲力向前发展”，并对美国和欧

洲经济造成了强烈的冲击，这种冲击“只有工业革命初期英国以其机织的廉价棉布冲击世界各地以至于千百万人失业的那个时候可以相比。”第二，令人震惊的是日本经济奇迹是在一片废墟上创造的<sup>⑦</sup>。第二次世界大战后，日本丧失了一切海外殖民地，国民经济濒于瘫痪，人民生活无着。1954年，日本国民年平均收入20美元，工业生产只有美国的1/8。而到了1980年，日本的国民生产毛额（GNP）已占世界第三位，投资率和GNP增长率是美国的2倍，外销商品总值比内销多750亿美元。“这种经济的高速发展确实创造了本世纪经济繁荣的奇迹”。第三，更难得可贵的是这种经济奇迹是在石油危机的大背景下创造的<sup>⑧</sup>。众所周知，日本几乎没有石油资源，其石油供应完全依赖进口，这样一个缺少资源的岛国，在石油危机的强烈冲击面前能排除严重的不利影响，维持极低的通货膨胀率和极高的劳动生产率，确实不能不引起人们高度的重视。

学者们一致认为，日本经济实力的飞速增长和日本企业深不可测的竞争力在美国引起强烈震动，促使美国企业界和企业管理学界不得不重新审视旧的管理学理论，并与日本成功的企业管理经验进行比较研究。正是这些研究导致了一个新的管理学理论——“企业文化理论”的诞生。

## （二）企业文化理论在20世纪80年代产生的原因

学术界一致认为，“20世纪80年代兴起世界性的企业文化热，并产生了如此重大的影响”，决不是偶然的”这是世界各国企业在进入80年代后遇上一系列新问题所带来的必然结果<sup>⑨</sup>。

1. 现代科学技术的迅猛发展，使得企业中劳动的性质和劳动力的构成发生了重大的变化。理由是过去企业中的劳动带有较大的体力劳动的性质，以体力劳动为主的工人（蓝领工人）占较大比重。但近年来，由于科学技术的发展，企业中体力劳动的成分减少了，脑力劳动和以从事脑力劳动为主的白领工人比例大大增

加。在企业劳动主要为体力劳动的情况下，用工时测量和外部督导的办法即可促使工人提高劳动生产率，也不必要求工人脑子好使和提倡工人在工作中运用自己的创造性思维，但现在企业劳动不再是简单重复的体力劳动，要提高劳动生产率就必须教会职工进行创造性劳动，鼓励职工的创造性思维，使职工不断学习，分享最新科技成果。这一变化对在现代企业中建设适应时代特点的企业文化提出了要求。

2. 企业劳动力构成的变化，使职工在需求上也发生了重大变化。物质性需要不再是唯一的需求，有时职工对精神上的自由和人格方面的自尊的需求比对金钱和物质报酬方面的需求大得多。这种变化使得过去行之有效的工资、奖金等物质刺激手段不能再起到原来的作用，而对职工精神需求的满足在调动职工积极性和创造性方面具有更为持久和稳定的作用。

3. 企业经营的大型化、集团化和国际化的趋势使企业间竞争日趋激烈，建设企业文化有利于增强企业的凝聚力和竞争力，显示企业自身的特点，使企业立于不败之地。

### 三、企业文化理论在企业管理学发展过程中的历史地位

丁望在《广州日报》上著文<sup>⑩</sup>认为“西方的企业文化是西方企业管理发展的结果”。丁文将资本主义国家企业管理的发展历史分为三个阶段。第一阶段是资本主义原始积累时期，当时生产技术相当落后，增加财富主要靠增加劳动强度和延长劳动时间。第二阶段是所谓泰罗制。当时机械化程度有所提高，传送带开始出现，但这些机械仍只是“人的器官的延长”，泰罗制推行的标准化制度将工具、操作过程和工作环境都标准化了。第三个阶段就是企业文化阶段。

另有些观点也将西方企业管理理论的发展分为三个阶段，但对这三个阶段的分法和内容有不同见解。一种是将西方企业管理

理论的发展明确地分为三个阶段<sup>①</sup>，即 19 世纪下半叶到 20 世纪 30 年代，以泰罗为代表的“传统科学管理”阶段；20 世纪 30 年代，心理学家梅奥等人的“行为科学管理”阶段；20 世纪 80 年代以来的企业文化管理阶段，并对这三个阶段中管理科学的内容和发展作了集中论述。这种观点认为，“从泰罗的‘传统科学管理’阶段开始，经过‘行为管理’、‘人性管理’阶段，直到‘企业文化管理’阶段，都是随着生产力的发展和科学技术的进步，从不见人、忽视人到逐渐重视人、发挥人在生产经营管理活动中的主导作用，实现以人为中心管理的历史进行过程”。

另一种观点分析了这三个不同阶段中管理学理论的差异与历史联系，有说服力地证明企业文化确是“企业管理理论”发展的新阶段<sup>②</sup>。其理由是：第一，以泰罗倡导的“科学管理”为代表的“古典管理理论”，采取的是“理性管理模式”，即化复杂为简单，把难以捉摸、难以计算、不好控制的事情变为易于了解、便于计量、便于掌握的事情。第二，人际关系学派的主要观点是，职工是“社会人”而不是泰罗所说的单纯追求高工资的“经济人”。他们除了追求经济收入之外，还有一种社会方面、心理方面的需求，追求友情、安全感、归宿感和尊严等。与以前的古典管理学理论相比，人际关系学派把企业中“人的因素”放到了最重要的地位，吸收了大量心理学、社会学、人类学成果，发展了一套测量和改进人的行为的方法，因而又被称为行为科学。第三，行为科学理论与企业文化理论仍有本质区别。理由是行为科学理论仍没有摆脱抽象人性论的旧框子，还“只是肯定人在生理和物质需求外还有心理和社会需求”，因而并没有从根本上解决“人是什么”的理论问题，未能把握“企业中人与人的关系的真实基础，人的行为和动机的根本规律”。其次，行为科学虽然设计了一些测量企业中职工行为的方法和改进职工行为的激励办法，但在 70 年代中期以前，行为科学并没有在它所提出的“以人为中心”的管理原理和

理论的基础上建构一个企业资本主义文化的发展战略和模型，还只停留在“提出一些个别性的方法和手段来提高士气，增强领导效率”，没能形成“企业全面的以人为中心的管理结构和战略”。

王进主编的《中国社会主义企业文化概论》一书中也认为，在企业文化理论出现之前，美国管理学界虽出现了一些新理论，但占主流的依然是泰罗的“科学管理”。

#### 四、企业文化理论产生前的“企业文化管理”实践

##### （一）企业文化管理在日本的实践

关于企业文化的兴起，学术界普遍认为“源在美国，根在日本”<sup>④</sup>。所谓“根在日本”主要是指企业文化管理方法在日本的实践和成功。王银忠在《企业文化的兴起和发展》一文中指出：企业文化管理“最早出现于日本”。理由是：第二次世界大战之后，日本企业界积极探索、走出困境，并从实践中终于认识到企业成功的根本在于人。基于这种认识，日本人“一方面从西方引进一整套科学技术和严格的管理制度、工作标准等控制手段，另一方面吸收中国古代军事辩证法和儒家文化的精华，吸取中国建设社会主义的有益经验如‘鞍钢宪法’思想政治工作等，结合日本民族的特点，在企业内部形成了一套‘以和为贵’的思想体系和以‘忠’为核心内容的价值体系以及以‘拼命’、‘竞争’为表现形式的企业精神。”正是这种“融西方理性与东方灵性于一体的企业文化模式”，创造了日本战后经济发展的奇迹。

苏勇在《中青年经济论坛》上著文<sup>⑤</sup>认为：日本在企业管理方面与传统的“科学管理”方法不同，更注重管理“软的一面，即尊重人，相信人的创造精神”，强调“非计划、非理性的情感因素”在企业管理中的重要作用，主张以此为基点协调和控制人的行为，在“规章”的硬约束之外形成一种更具有持久性和影响力的软约束。

有关论著还总结了日本企业文化管理的特点<sup>⑧</sup>，将之归纳为：第一，强烈的群体意识。理由是日本企业文化作为日本文化的一种亚文化，继承了古代日本文化对人的认识，将人看作是群体的人，而不是单个体。“群体具有崇高的意义，是高于个体的存在，而个体只是群体中一个很小的组成元素，必须归属于群体。”在这种原则下，群体利益受到极大的尊重，个人必须维护群体的和谐，按群体的要求统一行动，甚至作出自我牺牲。第二，从哲学高度把握企业管理。与美国的理性化管理注重“物”、“硬件”和科学管理不同，日本企业善于从哲学的高度把握企业管理，即更重视企业管理中的“软件”方面、精神因素方面，将管理看作一个整体，而不仅仅看作一种机械的“操作”。第三，重视人性发展。日本企业界普遍认为，一个好的企业，首先是优秀的工人、优秀的技术人员和优秀的管理人员组成的优秀集体。因此，它们注重对人的培养，分析人的个性，研究人的心理，尊重人的爱好，想方设法给职工以安全感、责任感、亲近感。在他们看来，人是企业最重要的资产，没有先进设备可以购买，没有资金可以借贷，但是如果没有愿意为企业效力的人才就什么事情也干不成了。

## （二）日本企业文化兴起的原因

第一，日本企业文化是伴随着日本近代企业而形成的。理由是：明治维新以后，日本建立的国家经营的工业企业的管理权掌握在深受儒家思想影响的知识分子（多为过去的武士）手中，因此，日本企业的管理从一开始就蒙上了儒家思想的色彩。此外，日本的独具特色的经营模式还是“特定经济环境下合理选择的结果”。在明治后的一个时期里，守纪律、有技术的工人极其缺乏，这迫使企业在“如何获得这种工人并留住他们”上下功夫。因此“忠于公司的精神”就成了日本企业获得成功的一个重要武器。第二，日本企业文化是在其传统民族文化基础上建构的。日本的传统民族文化最重要的成分就是中国古代传入的儒家思想，儒家思想中

“忠”的思想在日本受到了高度重视，成为强化团体意识的重要工具。这种强调献身精神的传统文化对日本企业文化的建立有着重要影响。第三，日本企业文化的形成还与地理环境有关。理由是处于欧亚大陆东端的日本，四面环海，山多地少，自然条件恶劣，使其国民始终有一种“危机意识”；而作为一个岛国上的海洋民族，日本民族富于好奇和进取精神，同时具备征服困难，摆脱困境的勇气。日本岛国的开放性使日本民族少有城府之见，在遇到外来文化挑战时没有“自我中心”的偏见。在古代，他们不遗余力地学习先进的中国文化，明治时期日本人在面临一种陌生而强大的文明时，又无所畏惧地放弃了长期形成的习惯，引进了西方文明。正是这种勇气和学习精神使日本企业能将东西文化中的优秀因素融合起来，创造了企业化管理这一模式<sup>⑧</sup>。

### （三）中国传统企业文化

很多学者认为，企业文化在世界范围内的发展，与我国早期民族工商业企业中有自发的企业化管理实践，和我国建国后五六十年代中提倡社会主义企业精神的管理经验，有着一定的历史联系<sup>⑨</sup>。他们举例论述指出：早在 30 年代我国的一些民族资本家、工业家如民生公司的卢作孚、东亚公司的宁裴卿、上海的荣氏兄弟等，都曾有意识地在企业中培植适合各自特点的企业文化，并取得很大成功。如卢作孚就“十分注重文化意识在管理中的作用，注重培养和塑造优秀的企业文化氛围”，“鼓励企业和职工双向参与”，并将公司的口号“公司问题，职工来解决；职工问题，公司来解决”印在轮船的床单和茶杯上，培养职工逐步树立与公司共存共荣的团体意识。

新中国成立后特别是 50 年代和 60 年代，我国在企业管理方面有许多新创造。其特点是重视对人的软管理，创造了如以“自力更生，艰苦创业”为创办企业的指导思想，“两参一改三结合”的鞍钢宪法、“孟泰精神”、“铁人精神”、“大庆精神”等成为社

会主义企业建设的精神支柱。一种观点认为日本企业界在创造性地进行企业文化管理的时候，在一定程度上借鉴了上述中国企业管理的经验。

《中国社会主义企业文化概论》一书系统地分析了中国传统文化的发展过程，指出它经历了这样几个过程：第一是简单商品经济条件下的企业文化萌芽——作坊文化。理由是我国的企业文化发端于简单商品经济条件下的手工作坊时期，这一时期，管理、经营活动因其生产过程的简单和经营范围的狭小而处于从属地位。因此，作坊文化主要表现在生产者对自己劳动产品的认同上：人们用自己的姓名、家业名来称谓自己的劳动产品，如“张小泉剪刀”、“景德镇瓷器”等，这是一种朦胧的以质量和信誉求得企业生存的价值取向，也是我国民族重伦理、重道德的传统文化在小商品生产中的反映。第二是近代民族资本主义工业发展时期。19世纪70年代中国民族资本主义工业兴起，在半殖民地半封建社会的历史条件下，中国民族工业一产生就处于既依赖外国资本主义又不断同帝国主义侵略和压迫作斗争的情形之中。民族工业在夹缝中求生存的特定历史条件，使这一时期的企业文化表现为强烈的自强、自主和爱国图强的民族意识。第三是社会主义建设初期的企业文化的更新。社会主义新中国的建立，彻底改变了人民在国家、企业中的地位和作用。在新形势下，传统企业文化得以更新。这一时期，以企业职工“参政议政”、“对企业实行民主管理、科学管理”、“自力更生、艰苦奋斗”和“集体主义精神”为企业文化的主要内容。它既是社会制度根本变革的必然结果，又是对民族资本主义企业文化的扬弃。

## 五、企业文化理论的发展

### （一）三阶段发展说

一些观点认为，美国企业文化理论的兴起和发展经历了三个

不同阶段。时立军编著的《企业文化指南》一书认为，企业文化理论的发展可分为 70 年代末的“认识和觉醒”阶段、80 年代初“深入具体研究和学习日本企业管理”的阶段和 80 年代中期“强调改革、研究建设公司文化”的第三阶段。来耀勤等编著的《建设现代企业文化》一书中也同意上述分法，并将这三个阶段称为：美国企业文化理论的萌发时期、初步发展时期和深化时期。该书认为，第一时期以美国人对日本管理文化的极大关注和对美国传统管理理论及方法的否定为标志。第二时期和第三时期则进入企业文化理论的创立和完善时期。

## （二）企业文化”的第二次热潮说

有的学者认为，继 80 年代初美国管理学学术界创立“企业文化”理论，掀起第一次“企业文化”热潮之后，“1985 年又出现了‘企业文化’的第二次热潮”<sup>③</sup>。理由是：80 年代初的“企业文化热”只限于从理论上批判以往管理中的“纯理性主义”；“对以往的理论 and 实践多少带有狂妄和傲慢的态度”，缺少科学上的严谨性和理论深度，因而受到一些理论界人士的批评。这些批评中重要的一点就是责备“企业文化理论”过分注重对旧有理论的否定，而对自己所倡导的管理方法未能提出多少理论上的新东西。针对这一状况，坚持企业文化概念的管理学工作者，做了细致的研究工作，从组织文化学方面寻找到了企业文化理论的理论基础，开始从组织文化的一般原理和控制过程来讨论企业文化问题。作者列举了这一时期几部重要的企业文化理论专著，它们是莫尔·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》。作者还归纳了第二次企业文化热潮的新特点，认为：其一，它解决了企业文化研究的学科归属问题。理由是它回答了理论界关于企业文化理论缺少坚实的理论根据。其二，它加强了企业文化理论的针对性。理由是第一次热潮中企业

文化理论著作的重点放在揭示美、日企业文化的差别和寻找日本成功的原因及为什么要建设企业文化的论述上。而这第二次浪潮的理论新著则更重视如何成功地建设企业文化，把重点放在如何选择管理哲学和管理艺术上，并将其直接用于增加领导效能，这是大多数读者——厂长经理、企业管理工作者最为关心的内容。其三，企业文化理论研究的新成果被迅速地推广和传播开来，应用于企业职工培训和干部教育之中。其表现是：组织文化方面的教材成为一些大中型企业中高级管理干部进修的重要课题，企业文化管理方面的专家为企业举办的各种规模的企业文化讲座受到热烈欢迎，久盛不衰。很多企业在接受企业文化这一新热潮的影响后，纷纷邀请管理专家或管理咨询公司对自己的企业作“企业文化诊断”，制定“企业文化发展战略”。

## 六、企业文化理论在中国的传播和发展

### （一）企业文化理论在中国的传播

美国企业文化的热潮迅速引起了改革开放中的中国企业界和理论界的高度重视。学术界普遍认为，企业文化理论是1986年传入我国的<sup>①</sup>。关于企业文化理论在中国传播的过程，一种观点认为企业文化理论首先在改革开放的前沿——深圳特区的一些企业中得到响应<sup>②</sup>，随后这些以“效益文化”为主题的企业文化迅速在沿海地区的“一些有远见的企业家”，在继承我国企业管理和思想政治工作的优良传统的基础上，把流行在美国、日本一些国家的“企业文化概念、内容和一些做法”引进来，根据各个企业的特点进行了试验，并取得了成功，因此很快在许多企业推广开来<sup>③</sup>。

企业文化的兴起也引起了我国理论界的重视<sup>④</sup>。首先，理论界翻译介绍了一系列美国企业文化理论专著，其迅速和热烈程度不同寻常。如美国托马斯·彼得斯和小罗伯特·沃特曼合著的《寻找优势》，被翻译、介绍给中国读者，竟一下子出了七个不同版本。

理论界许多专家也把研究工作重点转移到企业文化理论的介绍和研究上来，企业文化协会、学会等群众性研究团体如雨后春笋。继广东省成立了企业文化研究会后，大连、北京、山东、上海等省市也先后成立了相应的研究团体，并“初步推出了一批理论成果”<sup>③</sup>。在北京还成立了中国企业文化研究会，这标志着中国企业文化理论研究形成了热潮。

## （二）台湾省的企业文化研究概况

特别值得一提的是王进在他编著的《中国社会主义企业文化概念》一书中以一章的篇幅综述了我国台湾省的企业文化研究概况和理论成果，指出，我国台湾省的企业文化研究“颇受各界瞩目”、“居于世界前列”。理由是，台湾的企业文化研究起步较早，始于1981年。“随着企业文化研究的广泛开展，一大批颇有见地的研究成果相继问世。”“在吸取外国先进管理经验的基础上，对‘中国式管理’进行了深入研究。而且台湾的企业文化研究“不是停留在空泛的理论研究和概念争论上，而是十分注重企业文化建设的实践研究，注重塑造各个企业独具特色的企业文化”，其中对“中国式管理”的探讨尤为引人注目。

作者也指出了台湾的企业文化研究的局限性，如“过分主张以儒家思想为中心”；“只注意学习西方的管理方法，而不大重视学习西方的管理理论”；在研究方法上，“尚停留在典籍研究、个案研究和复验研究上，创造性研究较少”等。作者还总结了台湾的企业文化研究和建设值得我们借鉴的几个特点：“对国外的管理理论和方法反应敏捷”<sup>④</sup>；“对国外书籍译介及时，资料丰富”<sup>⑤</sup>；“社会各界普遍重视”<sup>⑥</sup>；“动员全社会的力量共同努力”<sup>⑦</sup>；对‘中国式管理’的探讨极具特点，意义重大”。

## （三）企业文化在中国兴起的背景和原因

关于企业文化在中国兴起的背景。一种观点认为企业文化理论在中国迅速传播与80年代前后中国的社会发展状况有关<sup>⑧</sup>，理

由是：第一，“文化大革命”的十年间，我国传统企业文化被完全政治化了<sup>④</sup>。表现在：“企业的基本信念、价值观念、经营哲学、思维和行为方式都带有浓厚的政治、行政色彩，政治评价标准成了衡量企业行为的最高准则”，甚至连企业组织也变成了行政组织。这些做法随着文革的结束而宣告破产，受到人们的普遍唾弃。这为后来企业文化摆脱“左”的束缚，走上健康发展之路奠定了基础。第二，“文革”结束了闭关锁国的政策，“当我们终于开始睁开眼睛看世界，首先感觉到的是技术和管理的落后，”于是各种先进技术和生产线、西方的管理学理论相继被引入国内。同时，对文革中“左”的一套做法的唾弃很容易地使我们忽视了企业管理中的文化因素。在经过了10年不成熟的摸索，尝过了这种偏差带来的苦果之后，企业界终于发现“管理并不是一种纯经济行为，企业管理最重要的是人的管理，因此，必然涉及到大量的文化因素”<sup>⑤</sup>。第三，企业文化之所以受到重视，与我国近几年的“文化研究热”有关。80年代以来，我国社会尤其是理论界出现了一股“文化研究热”，人们“从整个民族文化和社会文化的高度对中国政治、经济进行全面的反思”<sup>⑥</sup>。随着问题的展开和研究的深入，关注的中心已从传统文化向当代文化过渡，从文化总体反思向社区文化、企业文化等具体文化研究过渡”。作为这种研究的重要分支，“企业文化理论”必然受到普遍关注。第四，企业文化理论出现之时，正值我国大开国门、经济体系逐渐与世界经济体系并轨的重要历史时期，美国、日本出现的这种“企业文化热”不可避免地对我国产生影响<sup>⑦</sup>。

关于“企业文化理论”在我国受到普遍关注的原因。学者们一致认为，除了世界各国兴起“企业文化热”所共有的原因外，还有我国特殊的情况和原因<sup>⑧</sup>。王驰在《企业文化的兴起及其影响》一文中指出了以下四种原因。第一，建设有中国特色的社会主义这一总任务，促使人们寻求中国式现代化的途径和方式，促使人

们注意和探讨企业文化问题。第二，经济体制改革的深入，也使人们重视企业的文化问题。第三，对尊重人、充分发挥人们的潜能和积极性这一认识的深入和普及，也促使人们重视企业文化问题。第四，重视企业文化是在企业中实现物质文明建设和精神文明建设相结合的必然结果。占永东等在《企业文化的起因和发展》一文中指出了另外一些原因：第一，由 70 年代进入 80 年代，世界企业管理的中心主题由“经营战略”向“企业文化”转移，我国企业界也面临这一转移。第二，当今时代，市场经济的发展使产品比过去要丰富得多。生产和消费都被注入了文化因素，消费者挑选的余地很大，他们不再单纯地满足于对产品使用价值的利用，更热衷于用文化的眼光对企业产品进行审视和裁判。第三，对计划体制的改革成了企业文化的一种催化剂。第四，中国传统文化内部存在的糟粕妨碍着社会经济的发展。要发展生产力，推动社会经济走向进步，就不能不清算“反生产性行为”的文化，建立起合理的文化氛围。企业文化正是这种“合理文化氛围”的重要组成部分。

（王淑丽）

注：

邓碧秀：《企业文化：现代管理的新浪潮》，《经济体制改革》1989 年第 6 期。

⑪何丁荫：《企业文化——以人为本的企业管理》，《企业家与信息》1992 年第 5 期。

⑧⑨⑫⑬王 驰：《企业文化的兴起及其影响》，《湖南师范大学社会科学学报》1991 年第 1 期。

⑮⑯⑰⑱王进：《中国社会主义企业文化概论》，中国劳动出版社 1991 年 4 月版。

⑥⑦⑩陈忙耕：《关于企业文化的几个问题》，《中青年经济论坛》1989 年第 6 期。

⑩⑰丁望：《企业文化的背景与前景》，《广州日报》1989年1月6日。

⑬⑭⑳苏勇：《论企业文化及其在中国的实践》，《复旦学报》（社科版）1989年第3期。

㉑贺爱忠等：《关于我国企业文化建设的社会学思考》，《商业管理纵横》1990年第1期。

㉒㉓占永东等：《企业文化的起因和发展》，《企业经济》1990年第7期。

㉔㉕王银忠：《企业文化的兴起和发展》，《企业文化》1990年第2期。

㉖㉗苏勇：《建设中国企业文化的三点思考》，《社会科学研究》1989年第5期。

## 企业文化的定义和内涵

企业文化的定义及内涵，是研究企业文化碰到的首要问题。国内学者在这个问题的探讨上可谓仁者见仁，智者见智，归纳起来大致有以下几种观点。

### 一、企业文化的广义和狭义之分

有的学者认为企业文化有广义和狭义之分<sup>①</sup>。其理由 企业文化是从属于社会文化的一种亚文化，要明确企业文化的内涵，首先就必须了解文化概念本身的具体内容。《辞海》对文化的释义是：“从广义来说，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。从狭义来说，指社会的意识形态，以及与之相适应的制度和组织机构。”既然文化有广义和狭义之分，那么严格地讲，企业文化也应有广义企业文化和狭义企业文化之别。

持这种观点的人，把广义的文化分成三个组成部分，即物质文化、制度文化和精神文化。所谓物质文化，泛指人类创造的一切实体性的文化成果，诸如工具、建筑、机器、设备、产品、用具、文物、服饰、工艺品等有形有象、真实可感的东西。所谓制度文化是指各种规范性的文化成果，诸如礼仪、习俗、组织机构、活动程序、典章制度、国体政体、管理法规、法律条文和法律程序等等，虽无形无象，却真实存在并对人们的行为产生制约和引导的东西。所谓精神文化，泛指人类精神活动及其全部成果，包括哲学、艺术、宗教、科学、文学、美术、音乐以及形成这些文化成果的社会心理、实践经验、民族精神和时代精神等。精神文

化是物质文化通过制度文化在人类意识中的反映。狭义的文化主要指精神文化。

与此相对应，广义的企业文化指的是企业作为一个社会经济组织和文化群体所创造的一切物质财富和精神财富的总和。它同样可以分为表现在厂区环境、厂房、机器、设备、产品等中间的企业物质文化，表现在企业制度、管理法规、规章制度、操作规程、工艺流程、作业程序、劳动纪律、职业道德规范等中间的企业制度文化和表现在企业思想政治工作、企业精神、治厂方针、生产经营哲学、厂风厂纪、职工文化素养、思想水准和心理等中间的企业精神文化三部分。狭义的企业文化指精神文化。

在相同的观点中，也有文章只把广义的企业文化分成两部分，即一个企业的物质文化（有形的“显文化”或“硬文化”），还有一个企业的精神文化（无形的“隐文化”或“软文化”<sup>②</sup>）。至于它们包含的内容，则与三分法大致相同。

虽然这类观点把企业文化分成广义和狭义的两种，但它们大多认为，我们通常讲的企业文化是指狭义的企业文化<sup>③</sup>即企业在发展过程中逐步形成的具有本企业特色的思想意识、价值观念、行为习惯、心理因素的总和。它包括一个企业独特的指导思想、发展战略、宗旨信念、经营哲学和管理特色；包括特有的企业传统、作风、道德规范和伦理关系，以及企业约定俗成的厂规厂法、企业公约等。

## 二、企业文化是存在于企业中的一切文化现象

有的学者认为，企业文化是以种种具体形式存在于企业中的一切文化现象，即企业物质文化与精神文化的总和<sup>④</sup>。这一种理解，事实上等同于第一种观点的广义企业文化。至于具体阐述，有几种不同的表达方式。

其一，认为企业文化是企业内部全部物质现象和精神现象的