

<<企业素质与文化基因>>

图书基本信息

书名：<<企业素质与文化基因>>

13位ISBN编号：9787509500804

10位ISBN编号：750950080X

出版时间：2007-7

出版时间：中国财政经济出版社

作者：保荣本，贺德龙，庞天仪 著

页数：233

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<企业素质与文化基因>>

内容概要

《企业素质与文化基因》一书，提出了“三性和谐”的素质观，用基因的定义之锤，一层层敲开了“核心竞争力——素质——理念——价值元素——认识模式与心理品质”的外壳，对包含着主流价值观、普适价值观和企业公民价值观的常见元素进行了梳理和品评，还初步探索了元素之间的组合效应和操作方法。

希望这些知识能有助于企业员工重建认知结构和心理结构，从根苗上优化人文素质，进而增强企业核心竞争力和更有效地担负起企业的社会责任。

· 企业组织有生命，文化基因是内核。

基因是理念的内核，理念是素质的内核，素质是核心竞争力的内核。

<<企业素质与文化基因>>

作者简介

庞天仪 研究员，中国企业文化研究会副理事长、中国兵器装备集团公司企业文化研究中心执行理事长，曾担任厂长、援外专家组长、中国神剑学会兵器分会理事长、兵器工业部副部长。

. 贺德龙 研究员，中国企业文化研究会理事、特邀研究员、中国兵器装备集团公司企业文化研究中心副理事长兼秘书长，曾任兵器工业部办公厅副主任、机电工业部经济技术政策研究所所长、机电日报社社长、中国报业协会副主席、中国神剑学会兵器分会副理事长兼秘书长。

.. 保荣本 高级工程师，中国企业文化研究会特邀研究员，曾任兵器工业部二零八研究所、兵器工业经济研究所、机电工业部经济技术政策研究所、中国兵器装备集团公司企业文化研究中心研究室主任。

<<企业素质与文化基因>>

书籍目录

第一章 企业素质和理念解构第一节 企业的生命特征第二节 企业文化素质第三节 经营管理理念
第四节 文化逻辑第二章 企业文化基因第一节 联想：生物基因文化基因第二节 定义：从修辞格
式到学术范畴第三节 价值元素的品性第四节 价值元素的源流第三章 价值元素化学第一节 价值
元素网第二节 价值元素的组合第三节 解读基因编码第四节 设计元素组合第五节 企业文化基因
的“四化”效应第四章 企业文化基因进化第一节 企业基因进化的主要动因第二节 竞争与合作关
系的进化第三节 路径选择理性的进化第四节 自我实现与超越自我悟性的进化第五章 企业文化基
因退化第一节 基因结构缺陷第二节 利益定位不当第三节 应激失调第四节 视力障碍第五节 营
养不良第六章 企业文化基因分殊化第一节 结构分殊：企业文化特色的成因第二节 基因重组：企
业文化特色构建第三节 7种因素：企业文化个性第四节 检索企业文化类型的编码第七章 企业文
化基因融合化第一节 企业文化整合的实务第二节 文化基因的重组——解构和重构第三节 基因重
组实务之一：沟通交流第四节 基因重组实务之二：团队学习第五节 基因重组实务之三：企业教化
第六节 基因重组实务之四：化解冲突第八章 基因工程问答基本概念现状评估工程设计企业教化文
化资源领导者人文素养参考文献后记

<<企业素质与文化基因>>

章节摘录

序 一 紫竹的《企业素质与文化基因》是一项值得称道的创新。

中国企业文化建设的深入发展期待着理论上的突破。

中国企业文化研究会自成立以来，一直致力于创建中国特色的社会主义企业文化理论体系和实践方法。

为了推进理论创新，我们的学术委员会多次研讨，提出了一系列关于深化研究的指导意见。

本书作者紫竹的三个成员，则以实际行动做出了有力的回应。

提高企业的人文素质是增强中国企业竞争力的重要环节。

本书提出的“三性”素质观，全面而深刻地概括了企业素质的三个价值向度，活性、良性与变异性，三者缺一不可，再多也不必。

这三个座标的确立为企业文化素质评价方法的发展奠定了理论基础。

中国企业的文化资源应当是多元化的，既有以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论为核心的主流文化，又有以普适价值观为核心的人类文化，既有中华传统文化，又有现代公民文化。

这些资源应该通过优化组合形成理想的“合金”结构，使企业素质表现出健康向上、持续进步的状态。

因此，我们提出了研究企业文化的内在结构、运行机制及文化基因的指导意见。

这本书专门讨论了对价值元素进行优化组合的“化学”反应，又深入讨论了基因的进化、退化、分殊化和融合化。

无论如何，我们对这种潜心钻研、勇于探索的求知精神，应该给予嘉许。

作者认为，经营管理理念的本质是有序化的信息，若干种价值元素的排列组合决定理念的性状。

每一个理念，都有相应的编码长链。

在这个长链当中又有一个称为基因的片段，如果把它移植到另外某个企业，它就会把自己携带的遗传信息转移给这个企业，使这个企业的素质性状发生相应改变。

因此，人们就可以运用基因工程的方法来改变素质“三性”与基因“四化”。

我认为，这是方法论的创新，对企业文化的操作具有指导意义。

企业文化建设的内核是“以文化人”，即提高成员的人文素质，进而培育造就一支“四有”职工队伍。

紫竹的文化逻辑框图指出，价值观的变化必须由相关情理要素的变化来推动，必须遵循相应的物理、法理、伦理和心理，必须具备相应的人文土壤和社会氛围条件。

而这三个必须，正是我们开展党建、思想政治工作与精神文明建设都应当掌握的基本要领。

深入基本理论研究，开展理论创新，进而更有成效地把企业文化落在实处，一直是我们学界、业界和政界的共同向往。

这些年来，优秀的成果也不断涌现。

今天，紫竹捧出的素质观、基因说，特别是关于操作基因“四化”的基因工程60问，让我们在前进的道路上又迈出了坚实的一步，可喜、可贺，故为此序。

中国企业文化研究会 常务副理事长 2007年7月 序 二 目前，就全国而言

，我国理论界、政府和企业组织，对企业文化的认知和实践水平还是不平衡的。

有些企业运用企业文化理论，不仅取得了人文教育的成果，在管理理论的发展和管理方法的改革方面也取得了丰富的经验。

但是，还有相当多的企业文化建设工作刚刚开始，有的企业对企业文化的理解还处在启蒙阶段。

从综合情况来看，我国企业文化建设仍是初级阶段。

从时代背景来看，我们已进入以知识经济、信息经济为特征的智慧集约化时代，人的主体意识空前提高，人的文化自觉日益明显。

人是文化产物，文化是人类独有的财富，以文化人式的管理，才是最有效果的管理。

我国企业在实践中认识到传统管理之于现代社会的不适应，认识到传统的教育形式力不从心，也充分感知到企业文化在企业发展和管理中的现实功效。

<<企业素质与文化基因>>

但是，在理论的认识上还缺乏广度和深度，在实践方法上还需深入探索。

企业文化是将文化理论和规律运用于经营管理之中，以人的素质提高为基本途径，以培育企业核心理念及外显形式为手段的管理理论、管理思想、管理方式。

因此文化学和管理学理论的结合，是企业文化理论研究的重点之一。

文化如何在管理中发挥作用，管理如果上升到文化的层次，企业如何实现文化管理，仍是需要深入研究的问题。

紫竹同志撰写的《企业素质与文化基因》，就是在企业文化理论研究方面的有益探索。

本书的重点，是从活性、良性与变异性研究企业素质问题，从进化、退化、分殊化与融合化研究企业文化基因问题。

这是很有价值的理论研究工作。

书中运用中外大量企业文化案例阐述观点，既有逻辑推演也有实证方法，定性分析与定量分析相结合，在企业文化基因研究方面具有开先河的作用。

企业生存发展有无基因？

文化是否为企业基因？

企业文化基因能否重组？

文化基因在企业发展中具有何种作用？

这是企业文化研究者一直在思考的问题。

企业组织不只是物理意义上的机械组织，而是有生命周期的生命有机体，它有生老病死，也有喜怒哀乐，这些生物特征需要用心去体验，需要从特殊角度去观察和把握。

既是生命有机体，就有基因存在。

企业文化决定着企业健康水平，制约着企业战略抉择，引导着企业经营管理的宗旨和方针，体现着企业各项工作的价值排序，它流淌于企业血脉之中，这不正是企业发展的基因吗？

任何生物间的近亲繁殖，其基因组合都可能产生畸形后代，长此以往不过几世，就可能自我消亡。

所以，要讲多元重组，要倡导杂交，要讲多元包容，唯其如此才能使生物个体和具有生命特征的组织繁衍不息。

因为，形式上“杂交”的实质是基因的重组。

大学里防止师徒之间过分姻亲嫡传，科研单位防止近亲繁殖，一个民族发展的开放兼收并蓄，都是这个道理。

因此我们对于上述文化基因问题的回应当然是肯定的。

关于企业文化基因的概念，并非近期自国人始，20世纪90年代西方发达国家企业文化研究的学者们就多有著述。

如美国PRICE WATERHOUSE公司编写的《21世纪CEO的经营理念》中就论述到，对大多数首席执行官来说，企业文化是影响改革的主要因素，文化是价值观和信念的体现，这些又决定公司的决策类型，指导公司行动，并影响个人行为。

在大多数组织中，文化是行为的支柱，就像是隐藏在细胞核中的基因密码，文化决定着组织决策的形成。

命题虽有定论，但是缺乏详尽分析立论。

《企业素质与文化基因》的研究，意义也正在于此。

本书中提出的观点，有益于提升企业文化实践水平，有益于倡导企业文化理论深入研究的风气。

书中的逻辑推演过程及结论的科学性尚有待理论和实践的检验，有些命题的内容还有待深入研究，但是，毕竟走出了可喜的一步。

故为之序。

中国企业文化研究会 执行副理事长 秘书长 2007年7月 序 三 以优秀的企业文化武装人、鼓舞人、塑造人，既是我们构建社会主义和谐社会的重要要求，也是我们打造企业核心竞争力的重要内容。

兵器工业作为国家高科技战略性产业，集团公司作为国家直接掌控的战略性团队，传承于人民兵器工业76年血与火的奋斗历程，创新于建设有国际竞争力大公司和高科技现代化兵器工业的拼搏实践，用

<<企业素质与文化基因>>

“创新与科技、拼搏与奉献”的兵器文化塑造一支把生命献给党和兵器事业的高素质职工队伍，对于我们建设现代化国防，实现全面协调可持续和又好又快发展，具有十分重要的意义。

企业文化的中心是人，是企业的员工。

传承与创新的核心是使全体员工由“经济人”转变为“和谐人”——即马克思所说的自由全面发展的人。

他们既具有旺盛的活力又具有良好的道德情操和创新应变的坚强意志。

拥有这样一支队伍的企业必定具有强大的核心竞争力。

全面提升领导者人文素质是企业人文重建的关键。

一个好的企业领导者，必须德才兼备，全面发展。

对他们来说，专业知识、决策技巧是智，而判断力与意志力是慧，具备高智慧，才能做成事，成好事。

《企业素质与文化基因》一书指出了情理要素影响价值观形成的文化逻辑，从理论上论证了领导者必须优化认识模式和情商的道理。

书中又用大量篇幅阐述了企业文化基因进化、退化、分殊化和融合化的历史与现状，这些信息都是有益于他们提升认识水平和改善心理品质的。

先进的经营发展理念必须内化于广大员工的心田，企业才会收获丰硕成果。

所谓“内化”，就是人们对价值元素自觉地进行选择和排列组合。

本书作者把这种行为作为“基因工程”来对待，分专题系统地讨论了企业文化现状评估、工程设计、企业教化、文化资源运筹和领导者人文素质提升等操作性问题。

毛主席说过，“不解决桥和船的问题，过河就是一句空话”。

本书的作者曾经对集团公司旗下凌云和华安两个企业的文化重塑进行过深入的观察思考，结合兵器工业改革发展和文化建设的实践，对新时期企业文化建设理论进行丰富和创新，为国有重骨干企业建设优秀企业文化的理论和实践之间搭起了桥、造好了船，他们这种积极态度和求是精神是值得肯定的。

“紫竹”是兵工战线上有突出贡献的三位老战士。

他们退而不休，老骥伏枥，一直关心兵器事业的发展，志愿投身企业文化研究。

《企业素质与文化基因》是他们十年研究心得的结晶。

人民兵器工业是新中国国防科技工业的“摇篮”，有着辉煌发展历程和优良的文化积淀。

特别是党的十一届三中全会以来，兵器人在改革开放的伟大变革中，经历了由“计划人”转变为“经济人”再转变为“和谐人”的心路历程，谱写了一曲又一曲辉煌的赞歌，开始进入了建设有国际竞争力大公司和高科技现代化兵器工业的新阶段。

本书的创新成果之所以萌生于人民兵器的文化的沃土，看来并不是偶然的。

中国兵器工业集团公司序 四 山东省滨州市愉悦家纺有限公司是国内规模最大的综合印染企业之一。

多年来，我们既抓硬实力发展，又抓软实力建设，在激烈的市场竞争中不断胜出，已经成功上市，并且连续8年荣获全国印染行业协会的“十佳企业”称号。

2006年，又获得全国“五一”劳动奖章的殊荣。

我们认为，经营管理的成功理念很多，如果要高度提炼，“愉悦”二字就是我们成功的基因。

这两个字可以展开成两句话：“用令消费者赏心悦目的产品赢得效益” “用令职工心悦诚服的管理赢得效率” 品牌的亲合力和员工的战斗力都是人们发自内心的力量，对企业经营而言，就是文化资本。

一个企业的竞争实力，如果由经济资本、文化资本和社会资本来支撑，它就能愈挫愈勇、长盛不衰。

印染产品与消费者的接触最直接、最密切、最经常，质优价廉是他们的物质需求，而更高层次的需要是精神上的满足。

所以，我们还要在“拨响顾客心弦，引领时尚潮流”方面狠下功夫。

为此，企业员工又必须以“用户至上，亲情如水”的态度做好各方面的事情，才能使企业的产品真正做到让消费者赏心悦目。

我们把“愉悦”二字嵌入公司名号，就是为了时常拨响能够使消费者、劳动者、管理者、投资者

<<企业素质与文化基因>>

和其他关系人发生心灵共振的这根心弦。

“和”字源于“龠”，本意指一种笙，如果各个竹管发出来的声音很和谐，音色就很美妙。我们追求的“愉悦”，就是一种和谐的经营管理境界。

2005年初，庞天仪、贺德龙和保荣本来滨州考察，受我们委托，于2006年完成了为我们量身定做的《品牌战略》和《企业文化纲领》。

把公司命名为“愉悦”的决心，是我们自己的文化思考与专家咨询研究相互启发相互促进的成果。

现在，看到他们的专著《企业素质与文化基因》，觉得他们把感性的东西又进行了理论升华。

其中，关于企业素质必须具备活性、良性和变异性的理论概括，为素质建设指出了科学的方向，关于基因进化、退化、分殊化和融合化的论述，是企业开展人文素质教育，也是领导干部进行自我修养的一面镜子，至于基因工程问答，更是企业文化建设工作的有效工具。

我对这本书的出版表示祝贺。

愉悦家纺有限公司总经理 2007年7月。

党组书记 总经理 2007年7月 第一章 企业素质和理念解构第一节 企业的生命特征

企业是社会经济机体中的细胞，它会生长、衰老、生病、死亡、生育、变异……它的生命活动会产生社会效应也接受社会环境和自然环境的影响。

企业的生命力体现为三种力量。

活力，感知外部信息，获取生存资源、维持体内新陈代谢、进行遗传和变异的能力，在经营活动中集中地表现为市场竞争力。

控制力，控制自我，协调群己，适应环境，产生良好社会效应的能力。

变异力，在繁殖中进行不完全复制的能力。

研究宇宙生命体、探索生物起源的科学家弗利·贝达说：“我认为定义是否是生物体的唯一标准就是不完全复制。

也就是说，这一实体能够复制自己，但是复制品和自己不完全一样。

因为完全复制不可能带来进化。

例如，石英晶体能够复制出和自己一模一样的结晶，但是从地球诞生至今这一重复复制没有任何变化，因此它们只能限定在原有固定形态，而不完全复制能通过变异得到各种特性，通过适者生存的法则而最终使有利的变异来支配体自身和体系，从而带来了实体的变化，通过不断的进化历程成为更为复杂的生命体。

”一个企业在分化、合并或重组时，经营管理理念都会发生不完全复制。

好的变异会使企业兴盛，不好的变异会使企业衰退。

上述三种力量的文化形态，就是文化素质方面的活性、良性和变异性。

要全面地评价一个企业的文化素质，应该取三个价值向度：活性、良性和变异性。

活性的特征是利益定位及目标选择积极进取，资源视野开阔，发展路径灵活，行动果敢，意志顽强；与活性相对应的另外一极是惰性，以守成、封闭、稳妥，安定为特征。

良性的特征是良好的社会效应，它的另外一极是恶性。

变异性的特征是能够感知环境的变化并能对自身的文化结构进行相应调整，通过不完全复制保持或者改善自身对环境的适应能力，它的另一极是僵硬、痼性。

后记 我们著书立说属于有感而鸣，旨在为中国企业今天的人文重建摇旗呐喊。

论工业实践，我们这3个人总年龄220多岁了，阅历不可谓不多，但是，论人文学养，我们的根基却绝对不敢言深。

想要揭开某些深层次的奥秘，就只能靠勤学多思，一点一滴采集百花之蜜，老老实实做学问。

因此，我们今天在交出这份答卷的时候，就有了“十年磨一剑”的感觉。

如果我们这份答卷还有一些价值，那我们首先还应当感谢帮助过我们的方方面面。

他们是：多年来给我们提供了研究咨询机会的部门和单位——国家发改委、国防科工委、中国兵器工业集团公司及旗下企业事业单位、中国兵器装备集团公司及旗下的企业事业单位、中国新时代集团公司、山东省滨州、烟台、诸诚等地的企业；在学术上给予我们指导和帮助的中国企业文化研究会；为本书创作直接提供了资助的中国光华基金会、鲁北化工集团、中国兵器工业集团公司；

<<企业素质与文化基因>>

本书撰写过程中参阅引用过的著作及传媒信息； 中国企业文化研究会常务副理事长张大中抱病为本书撰写了序言，执行副理长兼秘书长孟凡驰审阅全书并作序，给予了严肃的学术评价。为本书作序的老总马之庚是我们的“娘家人”，他对这项生长于军工沃土的成果格外关爱，自在情理之中。

另一位作序的老总刘曰兴，是与我们有过愉快合作的好朋友。

我们愿意通过这本书的交流，成为更多企业家的诤友。

这里特别鸣谢晋阳、查德荣、庞维中和保霁虹等四位活跃在企业第一线的中青年管理者，他们对书中的内容提供了宝贵的意见和建议，增强了本书的新意和实用性。

总而言之，这是凝聚了许许多多人心血的一项集体劳动成果。

但是，由于作者的水平有限，书中肯定存着不少谬误和疏漏，为了使我们的学问能够进步，我们诚恳希望读者不吝批评指正。

作者2007年7月

<<企业素质与文化基因>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>