

# 离开中华优秀传统文化 去打造企业文化无异于舍本逐末

张培合

多年来,许多企业家都在大谈企业文化,而且在不同场所标榜自己的企业文化建设工作有多么好,自己的企业有多么强大,自己的企业文化有多么优秀。

可是,没有过几年这些企业社会上已经逐渐没落;有些企业已销声匿迹;有些企业家也家破人亡、妻离子散;甚至还有一部分企业家和企业高管,因为违法犯罪而锒铛入狱;有些企业家已经跑路;有些已潜逃国外……

## 许多企业家不懂企业文化

经过认真分析研究这些失败企业的案例不难看出,许多企业家根本不懂何为企业文化,就他们的所作所为和做派,他们甚至连企业家也称不上,充其量也就是一个暴发户或者土豪。他们塑造企业文化,或者建设企业文化仅仅停留在嘴上,在企业文化建设上大搞形式主义,有些把企业文化只挂在墙上而永远没有落地,更谈不上落实在行动中。

有些企业家口头上说如何重视企业文化建设工作,而心里根本就没有当回事;许多企业家只知道拼命地聚敛财富,盲目地扩张规模,却不知道让参与企业建设和经营的全员享受企业发展的成果;有些企业家秉持霸道的经营管理作风,缺乏基本的“仁、义、礼、智、信、温、良、恭、俭、让”的品行和修养,他自己和亲属大肆挥霍,过着灯红酒绿、纸醉金迷、声色犬马的生活,而员工却过着清贫苦难的日子。

更为恶劣的是他们视员工和部下如奴婢,连起码的尊重也谈不上,这样的企业家外强而中干,必然走向死胡同;有些企业家靠投机钻营牟到了暴利,就以为他真的成了企业家,于是满足于现状、不思进取、抱残守缺、墨守成规,还想继续把投机钻营的盈利模式如法炮制下去,其结果可想而知。

有些企业家确实靠辛勤努力、聪敏才智创造了辉煌的业绩,也为社会做出了一定的贡献,可随着企业的发展,他慢慢地陷入了自我陶醉妄自尊大不可自拔,崇尚皇权思想,亲小人远贤良,而且管不住自己盲目扩张的欲望,终于断送了自己的企业,也让自己从天堂堕入了地狱;有些企业家藐视企业战略的制定,靠拍脑门决策,根本不讲科学决策和民主决策,把别人好的意见当儿戏,而且特喜欢听信假话和空话,也喜欢使用一些拍马溜须和谄媚之辈,他还把这认为是特有的企业文化,这样的企业暂时可能还没问题,可是后果是能预料的……

## 企业文化离不开中国传统文化

那么究竟什么是企业文

化?如何塑造和建设企业文化?企业文化的基础究竟是什么?

企业文化就是在一定的社会历史条件下,企业生产经营和管理活动中所创造的具有该企业特色的精神财富和物质形态。它包括文化观念、价值观念、道德规范、行为准则、企业精神、历史传统、企业制度、文化环境、企业产品等。其中价值观,就是企业的核心。

要做到这一点,就必须建立良好的文化道德体系,而文化道德体系的建设又离不开博大精深中国传统文化。文化是价值观的外在表现,道德是价值观的行为规范,道德借文化以推广,文化因道德而繁荣。优秀文化一定有高尚的道德作灵魂,凡事是否公平、是否合理、是否符合全员利益、社会利益,是判断道德高低的标准。可见在中国做企业,在中国企业里建设和塑造优秀的企业文化,离开了博大精深的中国文化,就成了无本之木,无源之水。

中华文化五千年绵绵不绝的原因在哪?就在于中华文化是世界最符合人性的文化,不论是道家的“天地好生、顺其自然、上善若水、厚德载物、君子有所为有所不为”的观念,儒家的“君子达人、中庸之道、忠孝仁义信、修齐治平”思想,还是佛家“普度众生,甘下地狱”情怀,都指向一个方向:利己利人,义利兼顾,和合相依。

正因为儒、释、道的思想道德内核基本一致,所以它们在中国思想文化中熔为一炉,成为中华文化的主脉。尽管这套文化体系中还夹杂着糟粕、杂质,但同世界其他文化体系比较,它仍然可以傲视人寰、睥睨群学,成为世界道德楷模。中国历代各朝,凡是用这套文化体系作指导,寿命就长,往往可达几百年,浓墨著春秋;凡是摒弃这套文化系统,寿命就短,各领风骚三五年,惨淡若云烟。

正因为儒、释、道文化系统具有世界上独一无二的道德高度,而且它在数千年中已经固化成了民族品格,所以我们在历史上所有文化冲突中才不仅未尝败绩,还兼收并蓄地丰富了自己,并且将中华文化传播得很远很远,覆盖了除印度、西亚外的亚洲版图,甚至对东南亚文化形成和发展产生了上千年的积极

影响。这是中华文化到现在仍一枝独绝的重要原因。

鲁迅说,中华民族历史上从来就不缺乏为民请命、为国赴死、为法献身、舍生取义的人,这些人从哪来的,都是从民族文化积淀中孕育出来的。几乎是和中华文化同时开始孕育和发展的埃及、巴比伦、印度文化早就被深埋于历史的尘埃之中了,希腊文明留下许多神话传说后黯然失色,罗马帝国建立起一座座城堡和领地后也土崩瓦解,马其顿、拜占庭、奥斯曼等帝国更是过眼云烟,不值一提,然而中华文化道德因子深深融入了民族血液,所以我中华民族才五千年不倒。在这个地球村中,真正堪称王者的,非中华道德文化莫属。

其实陕西是一片文化厚土,那么在企业文化建设方面也更有优势。例如西凤集团,这几年正是依靠文化自觉、文化自信打造了独有的品牌价值。西凤酒产于宝鸡凤翔,这正是中国优秀传统文化重要发源地之一。可以说,西凤酒的文化理念就是来源于中国优秀传统文化。秦本平董事长认为产品的竞争始终是文化的竞争,所以在理念文化、制度文化、行为文化、物质文化上大下功夫,所表现的情况就是,员工以在西凤集团工作为荣,因为西凤讲仁义规矩,不制假贩假,高度重视品质和品牌形象。所以现在越做越大,成为中国八大名酒之文化自信的引领者。9月16日,由西凤酒集团发起承办的中国名酒价值论坛上,诸位专家论述名酒的本质就是“文化价值”,如果化验成分,都是水和酒精的混合物。

## 优秀企业文化的五大功能

那么,企业文化做好了,究竟会对企业产生怎样意想不到的效果呢?这也正是大家关心的。在我看来,企业文化有五个方面的作用。

第一是凝聚作用。“能用众力,则无敌于天下矣;能用众智,则无畏于圣人矣”,企业文化可以把一百人、一千人、一万人、十万人凝聚成一条心,就是大家人在一起、心也在一起,这就是好的企业文化锻炼就好的团队。如果大家人在一起,而心不在一起,这不能叫“团队”,这叫“团伙”。所以企

业文化建设,就是把大家整合成一条心、心往一处想、拧成一股绳、劲往一处使,一心一意为企业的经营方针、战略目标去奉献,这样才能产生合力,形成效力。

第二是约束功能。大家都是右撇子,其中就你一个人是左撇子,这不符合团队精神。为了团队,为了企业,只好约束个人的行为,即:把左撇子变成右撇子。

第三是激励功能。马斯洛在1949年写的《人生五需求》一书中第五需求就是员工自我价值实现的需求,优秀的企业文化能激励员工实现自我价值。

第四是导向功能。企业文化就是把每个人的价值观向正确的路上引导,积极向善、向上、向阳、和谐,而不是扯是非,往和谐这方面引导,往正能量引导,致力于建设和谐团队。

第五是调试功能。大家都使用电脑,里面有个“调试模式”启动,这是什么意思?那个“调试模式”就是我们所说的安全模式。企业文化是企业内在的,有时候看不见但是却起决定作用的,比如:我们西凤集团数千名职工,将每个人比作一粒珍珠的话,那么企业文化就是把大家串起来的线。没这条线的话,大伙七零八落,就不会成为一个团队。以优秀的团队展现在社会和公众面前,这就是优秀的企业文化。

企业文化是企业内在的,有时候看不见但是却起决定作用的一种东西,而在中国做企业,企业管理者只有具备了中华文化的基本素养,而且在全员中大力弘扬中华民族的优秀文化,用这些优秀的文化塑造全员的修养和综合素质,并且力促他们将其落实在日常工作、生活和学习实践中。让他们个个养成对企业忠、对长辈孝、对他人仁、对社会礼、对同仁义的良好素养,把博大精深的中华优秀传统文化深深根植于每个人的灵魂深处,并且将其作为构建企业文化的基础,同时再吸收学习世界上先进的经营管理理念和优秀的管理规范,这样才有可能塑造出自己优秀的企业文化,才有可能将自己的企业做强做大,企业之树才有常青的可能性。如果脱离了中华文化这个底线,企业上下就会出现思想混乱、貌合神离、倾轧排挤、互相仇视、明争暗斗等等乱象,企业就有可能陷入急功近利、唯利是图、尔虞我诈、诚信缺失、道德堕落的怪圈而走向灭亡。



### 作者简介

张培合,男,1964年出生于甘肃省宁县。现任西北大学中国文化研究中心秘书长、陕西孔子学会副会长、陕西省社会科学院研究员、陕西省企业文化建设协会会长、西安文史研究院高级研究员、西安科技大学、兰州理工大学等多所高校客座教授,《商道》杂志总编辑,科教网总顾问、全民阅读全国联盟副主席、金花投资控股集团咨询委主任。

多年来,张培合致力于传播中国传统文化,他是中国当代较早开展国学培训讲座的文化学者之一。自2003年起,由其开坛主讲的《中国传统文化对企业管理者的影响》等系列大型实战讲座一经推出,便引起了企业管理层和社会各界的广泛好评,在业界有着深远的影响。15年来,张培合在全国主讲中国传统文化及文化自信系列课程,超过1000场。

张培合专著有《慧思集》《静思集》《微思集》《广思集》《思想的力量》《君子之范》和《知行合一》《向上向善》。其中,《微思集》曾荣获第六届冰心散文集奖。特别是张培合著作《君子之范》,被全国各地的“合粉”朗诵、传播,掀起了全民争做君子的热潮。

(文字整理 张宁 摄影 黄武涛)