

## <<生命之树>>

### 图书基本信息

书名：<<生命之树>>

13位ISBN编号：9787501791668

10位ISBN编号：750179166X

出版时间：2009-5

出版时间：张保振 中国经济出版社 (2009-05出版)

作者：张保振

页数：152

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>

## <<生命之树>>

### 前言

无论是老领导，或是老同事见面，都少不了问长问短、问家问己。每当问起我是如何健身的，我就会说这要问我的“三个保健大夫”。我的“三个保健大夫”，说来并不特别。他们一个叫“运动”，运动以健体；一个叫“乐观”，乐观以健心；一个叫“读书”，读书以健脑。可以无愧地说，自1985年走上领导岗位以来的这20多年里，对这“三个保健大夫”，我始终是尊之有加、敬之有加，不敢有任何半点的懈怠之处。但说起来却简单的不能再简单。譬如，运动，年轻的时候主要是跑步。后来，随着年龄的增大，便改为了走步、散步。走步、散步并不是随便走走，左右看看，而是每天早上6点起来准时上跑步机，快走30多分钟，行程3000多米，浑身出个透汗，然后冲个澡，上班去。这种感觉是：一天不觉得累，而且有精神。

## <<生命之树>>

### 内容概要

书中具体包括了管理需提己素质与素养、管理需要明“人”、管理为解“三道题”、管理为使队伍有“三力”、管理为使企业运转有序、管理是给“能量”、管理是“惊险的一跳”等内容。

## <<生命之树>>

### 作者简介

张保振，1951年出生在河南新郑一个农民家庭。

1976年河南大学毕业后在新郑卷烟厂工作，先后在生产车间、科室任干事、副科长、主任，1985年任厂党委书记；1988年任河南省烟草专卖局副局长，1994年任河南省烟草专卖局（公司）局长（总经理）；2001年任国家烟草专卖局副局长至今。

从1974年开始在省级以上报刊发表文章，其中有上百篇文章在《人民日报》、《求是》杂志等主流媒体发表。

## &lt;&lt;生命之树&gt;&gt;

## 书籍目录

序企业文化三问上篇 企业文化是什么为什么要重视企业文化企业文化是“生长素”企业文化是一种创  
业企业文化是一种事业企业文化是一种行为范式企业文化是一种软实力企业文化是一种形象企业文化  
是一面镜子企业文化是一种“国际语言”企业文化是一种自信企业文化是一种全面管理企业文化是个  
“秤盘星”企业文化是能力企业文化是山之峰企业文化是一片天企业文化是“血液”企业文化是棵“  
生命树”企业文化也是生产力企业文化是一种河企业文化如国画企业文化是流动的“空气”企业文化  
像空气中篇 企业文化抓什么企业文化要抓“一祖三宗”企业文化要抓共同价值观企业文化要抓价值观  
的熏陶企业文化要抓行为规范的考核企业文化要抓传统提升与精神张扬企业文化要抓“赞美”企业文  
化要抓“气”企业文化要抓“神”企业文化要抓“韵”企业文化要抓可执行性企业文化要抓秩序企业  
文化要抓素质企业文化要抓道德企业文化要抓恭敬态企业文化要讲程序企业文化要讲方法企业文化要  
讲学与立企业文化要讲“个性”企业文化要讲故事企业文化要重载体企业文化要重内容企业文化要重  
提炼企业文化要突出特点企业文化要追求实效企业文化要时变企业文化要提升自己下篇 企业文化看什  
么企业文化要看“物”企业文化要看“人”企业文化要看“带”企业文化要看“培”企业文化要看“  
规”企业文化要看“润”企业文化要看“升”企业文化要看“化”企业文化要看“和”企业文化要看  
“文”企业文化要看自觉企业文化要看做企业文化要看以人为本企业文化要看创造活力企业文化要看  
公平目标企业文化要看融合企业文化要看挖掘传统企业文化要看“内圣”企业文化要看“心态”企业  
文化要看“眼光”企业文化要看坚持企业文化要看生活企业文化要看和谐企业文化要看交流践

## &lt;&lt;生命之树&gt;&gt;

## 章节摘录

为什么要重视企业文化我们知道，企业的产生是随着人类社会的发展、生产力水平的不断提高和合理分工的出现而出现的具有独立核算的经济单位。

这个独立核算的经济单位，即企业，从它诞生的那天起，就有意识或无意识地产生出企业文化了。

有企业就有企业文化，这是存在决定意识的必然，是一种客观的存在。

为什么客观存在的东西今天不仅重提，而且倍加重视呢？

这既有其时代前进的客观发展因素，也有其认识提高的主观发展因素。

环顾周围，我们可以看到，企业文化的影响力、创造力越来越大。

时下不少的消费，与其说是消费“物”，不如说是消费“文化”。

如一次出国，随行的一位同志代他的一位同事购挎包，他目不转睛，只奔一个品牌而去，其他的连看都不看一眼。

他说，他的这位同事只认这个品牌，似乎挎上这个品牌的包自己就能高雅几分，并平添几许魅力，甚至在社会上能“高人一等”。

一位知名学者还讲过这样一个例子。

他说，一个台湾人在美国开了一个生产保健品的企业叫仙妮蕾德，其硬货源是枸杞子。

如果直接卖枸杞子，不仅卖不上价，还可能会卖不出去。

但这个人很聪明，他把文化注入产品，使产品披上文化的外衣，告诉美国人，健康就是金、木、水、火、土与阴阳的和谐，结果这个产品卖火了。

这就是含在产品中的文化的竞争力与创造力，即文化在产品创意和产品生产流通领域中创造价值的能

力。

这种能力，能给人或物以及人的活动平添许多魅力。

当然，这主要并不是物质性的价值，而是观念性的力量、文化性的联想、审美性的情趣。

如果上升到理论层面，构建企业文化的重要性在于：第一，构建企业文化，是企业贯彻落实“三个代表”重要思想的必然要求。

企业，尤其是工业企业，是生产力的载体。

而且，这个生产力并非单纯是物、是先进的设备，而是人与人的力量。

这种人与人的力量既包括决策层和管理层，也包括操作层。

这三个层面的人都各有其位、各有其责、各有其才，从而形成一个企业最具活力亦最具潜力的完整体

。

在走新型工业化道路的过程中，企业既要按先进生产力的要求去干，如按照市场的要求和行业规划的要求，合理调整生产力布局和产业结构、组织结构及产品结构，整合包括先进的机器设备和先进的科技及管理在内的各种生产要素，加强各种业务培训，以提高劳动者的素质等，也要在原有的基础上，重新审视并构建企业文化，以保证和促进生产力有序、健康、持续地发展。

这种保证和促进生产力发展的文化就是先进文化，说到底也是国家利益、消费者利益实现的文化。

行业开展的“两个至上”价值观的大讨论，就是这种体现的表现形式。

所以构建企业文化，是企业贯彻落实“三个代表”重要思想的必然要求。

第二，构建企业文化，也是企业使命的要求。

现代化的大生产和智能化、信息化的实现，极大地提高了劳动生产率；社会主义市场经济体制的建立与完善，又极大地提高了企业的竞争意识，两者交互的结果是卖方市场蒸发，买方市场称雄。

过去是市场“吃不饱”，现在是市场“吃不了”。

到处是商品，商品到处是。

以卷烟为例：1985年全国产量为2360万箱，今年已达3850万箱，而且外烟的品种也由无到有，由少到多。

同时，企业组织结构也发生了极大的变化，过去全国有185家烟厂，现在仅剩40多家。

而且，主业更加突出了，剥离出了卷烟以外的其他业务。

这些变化，也要求企业文化与时俱进，以体现时代性，释放创造性。

## &lt;&lt;生命之树&gt;&gt;

恩格斯在《论住宅问题》中有一段很精辟的论述：“……正是由于这种工业革命，人的劳动生产力才达到这样的高度，以致在人类历史上破天荒第一次有了可能在大家合理分工条件下，不仅生产出充分的物品来满足一切社会成员的大量消费和造成丰富的后备储藏，而且使每个人都有充分的闲暇时间，可以从历史上留传下来的文化——科学、艺术、公共生活方式等等——中间承受一切真正有价值的东西，并且不仅承受而已，还要……促进其进一步的发展。

”（《马克思恩格斯文选》第一卷第543、544页）这种“促进”、“历史上留传下来的文化”并“进一步的发展”的任务，对企业，尤其是工业企业来说，是责任，更是使命。

工人，尤其是产业工人的一项光荣任务就是创造与发展，即创造与发展历史、创造与发展财富，同时也创造与发展文化，并且，这种创造与发展的企业文化与特定的历史条件、特定的地理环境、特定的企业氛围和特定的员工群体分不开。

就好像有一首网络歌曲叫“老鼠爱大米”，当初我就弄不明白，怎么老鼠会爱大米呢？

记得小时候，大人说的歌谣是“小老鼠，上灯台，偷油喝，下不来”，现在怎么会是老鼠爱大米呢？不懂就问。

秘书告诉我，老鼠是最爱吃大米的，他家乡的人都知道。

我这才恍然大悟。

一方水土养一方人，也形成不同的语言表达方式。

我是北方人，我那个时代北方不种稻子，只种小麦和玉米，当然就没老鼠爱大米之说，如果硬要说，应是老鼠爱玉米。

而秘书是南方人，他家乡盛产稻子，当然就有老鼠爱大米之说了。

这也从一个侧面说明包括语言表达在内的文化所具有的个性特色和表达技巧习惯。

第三，构建企业文化，同时还是企业文化内在发展的要求。

一个企业一旦形成自己的文化，便具有割舍不断的继承性和连续性。

这种继承性和连续性，既是人们习惯思维所致，也是企业生产力发展水平所致，更受时代的影响、潮流的浸润。

如企业管理者所强调的公正观念，在不同的时代、不同的管理环境、不同的运行机制，就有不同的说法。

强调分配必须绝对均等，而无视人的能力、贡献、勤懒、需求等方面差异的，是平均主义的公正观；强调“你给我初一，我给你十五”，“你给我针尖，我给你麦芒”的，是报复主义的公正观；强调地分肥、薄、瘦，人分三、六、九的，是等级主义的公正观；强调利益分配同个人业绩挂钩，多劳多得，按劳取酬的，是功利主义的公正观；强调人的主体地位，肯定人的价值，维护人的尊严，满足人的需求的，是人道主义的公正观。

这种种公正观都是企业一定时期价值观的反映，都属企业文化的范畴。

这就要与时俱进，按照发展和谐社会、和谐企业的要求进行取舍，把功利主义与人道主义有机地结合在一起，既体现企业追求效率的企业目标，也体现企业追求公平的社会目标，使企业与社会同音共振。

当然，企业文化同人们的认识和发展事物一样，“永远不会在人类的一种完美的理想状态中最终结束”，“完美的……只有在幻想中才能存在”，而“由低级到高级的无穷发展进程中的……每一个阶段都是必然的”。

（《马克思恩格斯选集》第四卷，人民出版社1995年版第244页、第216、217页）企业文化的发展永远是一个过程，永远具有阶段性，因而永远需要不断进步、不断提升。

也就是说，只有更好，没有最好。

重视构建企业文化，说到底，是为了企业自身健康、持续地发展，更好、更快、更强地发展。

只有文化认同，员工与员工之间、联合重组后的母企业与子企业和分企业之间的关系才能更稳固、更持久，亲密合作共事的关系才更不易改变。

只有企业文化的认同，才具有共同的价值选择、共同的好恶倾向、共同的行为规则和共同的目标追求。

这就好像日烟公司的CEO在同我们的一次交流中说到的：日烟公司收购了雷诺国际公司以后，表面看

## <<生命之树>>

成绩很大，实际上困难很大。

为什么？

文化的差异。

所以，要增同减异，就要靠文化。

一个企业，只有在长期共同的生活实践和事业追求中，才能形成包括生存利益、工艺技巧、生活习惯和行为规则的共同的文化价值观。

企业文化是“生长素”文化是企业的“生长素”。

没有文化，企业永远长不大。

文化不是外在的，而是内生的。

文化的特征是“自发”，即“从来不需要想起，永远也不会忘记”；文化的表现是生活，即现实中有意识或无意识的一言一行、一举一动；文化的核心是价值观，即对生活的态度与信念、对工作的立场与信仰；文化的本质是“人化”，即“人化自然”、“人化自己”，从而获得更多更好的物质文化生活资料，并使自己得到不断的完善、持续的发展。

这一切，源于企业一代又一代人不断的探索与传承。

企业有了文化，就能人显精神、牌显价值。



## <<生命之树>>

### 编辑推荐

《生命之树:企业文化三问》由中国经济出版社出版。

<<生命之树>>

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>