

责商乃万商之魂 21世纪管理者必读

■ 谭焱心 著

中国RQM

责商 管理

Responsibility Quotient Management

模式

责商比智商、情商都更重要。

如果说，智商更多地被用来预测一个人的智力高低，情商是发掘情感潜能、掌控情绪的能力；那么责商则是决定智商、情商转化或提升为现实能力的关键要素。

责商破译管理密码，责商破译教育密码，责商破译人生密码。

新华出版社



谭焱心 著

中国责商管理模式

RESPONSIBILITY QUOTIENT MANAGEMENT MODEL IN CHINA

“责商”关乎所有组织和个体。
不能完全掌控责任行为，就意味着厄运的到来。
责商——破译现代管理密码。

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国责商管理模式 / 谭焱心著. —北京: 新华出版社, 2010. 8

ISBN 978 - 7 - 5011 - 9339 - 4

I. ①中… II. ①谭… III. ①企业管理—研究—中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 145809 号

中国责商管理模式

作 者: 谭焱心

责任编辑: 尚惠敏 贾晓伟

封面设计: 马安信 严 曦

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

照 排: 北京汉书鸿图文化传播有限公司

印 刷: 北京新魏印刷厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 22

字 数: 260 千字

版 次: 2010 年 8 月第一版

印 次: 2010 年 8 月第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5011 - 9339 - 4

定 价: 36.00 元

温馨提示: 本社“新华版短信书友会”新书直订 发短信至: 13651277005

本社图书策划中心诚征品位畅销选题 发邮件至: xhchzx@163.com

购书热线: 010 - 63077122 中国新闻书店购书热线: 010 - 63072012

图书如有印装问题请与出版社联系调换: 010 - 63073969

万物归一的法则

——致“中国责商管理元年”



曾宪章 博士 美籍华人，美国百人会理事，
美国晓龙基金会董事长，天津市人民政府经
济顾问，2008年获得中国政府颁发的外国专
家“友谊奖”。

001

责商

序言

20世纪70年代以来，我先后在美国硅谷和中国台湾新竹科学园区等地从事企业经营管理，和一批又一批的企业人在管理一线战斗了几十年，深深感受到企业管理的艰辛。1996年以来奔走于中国内地大江南北，先后为省部级和市州领导、企业总裁们传播经营管理智慧，我也深感改革开放30年一路走来的中国经济发展和企业成长的不易。不少企业董事长、总裁感叹：“我们现在不缺制度，也不缺法律，就是缺信念信仰，缺乏责任心。推诿扯皮多，执行难啊。”我理解企业经营管理者们的苦衷，因为不负责任的管理顽疾十分普遍，直接阻碍着企业的成长发展。责商管理则是一剂良药，正如台湾经营之神王永庆所言：“管理，以责任正其心”。

谭焱心探索二十多年，身体力行地潜心研究实践并推广责商训练和责商管理模式也是十多年了，我到过他创办的培训基地感受责商训练成果，也到过北京、浙江、湖南、四川等地实施责商管理的十多家示范型企业考察学员



转化情况，管理骨干从被动变成主动，从缺乏责任心变成有很强的责任感，从没有团队精神变成有极强的团队精神，都很成功。湖南冷水江市一家化工企业是由40年的国有企业改制而来，我去实地考察了他们全员责商训练和实施责商管理的情况，感到十分惊喜。公司全面流程再造，公司全员大调整宣布方案时，只有两条规定：要么服从分配，到岗位工作；要么到人力资源部报到离职。结果全员服从分配，企业实现了全面优化升级转型，从此每天多生产30多吨纯碱。公司领导告诉我，从前不负责任现象比比皆是，锅炉熄火了也还要找千个理由，像这样的变革在责商训练前是不可想象的。

我还多次参加过以“责商管理”为主题的研讨会，更是见证了一个又一个受训者和受训团队的心灵奇迹与企业变革发展奇迹！在我看来，这得益于管理理论、教育培训和系统的管理实践创新，将企业战略与动态的系统经营管理结合了起来。这是21世纪中国乃至世界企业管理历史上的一大突破。

1911年，泰勒的《科学管理原理》问世，为世界开启了科学管理时代，引发了20世纪生产管理革命，并创造了100年的全球管理奇迹。2010年，《中国责商管理模式》的诞生，必将在21世纪引发新的管理革命。可以断言，在当前和未来教育以及人类文明发展历程中，还将引发一场深刻的思维变革与管理转型升级。

责商管理是一个万物归一的法则，“道”“法”“术”融为一体，“知”“行”“效”有机统一，这在管理领域的研究上和实践中都是领先的。它不仅揭示了过去、当前和未来企业管理所必须遵循的基本法则，推而广之，也揭示了家庭教育、学校教育和社会教育应该遵循的基本规律。植根于中国企业管理实践的“责商管理模式”极具理论意义与实践价值。

今天的世界和市场是复杂多变的。我坚信，“责商理论”与“责商管理模式”既为中国企业所需，也为社会、家庭所需，还为人类文明进步所需。旨在遏制全球气候变暖的“哥本哈根会议”开得万分艰难，更体现出整个人类责任行为掌控面临巨大的挑战。我很愿意用十几年时间把“责商理论”和“责商管理模式”（RQM）传遍中国，推向世界。

当年美国的EQ（情商）协会成立时，他们的宣言是：“让人类再进化一次。”“责商理论”和“责商管理模式”在中国诞生了，这对人类文明演进

的推动远远超过IQ（智商）、EQ（情商）理论诞生的价值和意义。如果有一天在中国或国际上成立责商（RQ）协会的话，我提议将宣言定为：“掌控人类责任行为，与自然永久和谐”。

2010年《中国责商管理模式》在中国问世，这一年理所当然地成为“中国责商管理元年”。我希望，能有更多的人来参与责商管理的实践和研究。

曾宪章

2010年3月于北京



序 二

管理的极致



杨沛霖 教授 《中外管理》杂志社社长，北京中外企业管理培训中心主任，中国石化中原油气高新股份有限公司独立董事，国家级突出贡献管理专家，高级咨询师。

管理的极致，就是让人人都负起责任，完全彻底地担当责任。然而，现实管理中有太多的不负责任，轻则生产次品废品，重则引发灾难。该书在当前形势下与读者见面恰逢其时。

在21世纪的今天，中国企业特别需要从个体到组织的责商管理。我们必须通过提高每一个成员和企业整体的责任行为掌控能力，进而提高企业的核心竞争力，这是企业发展壮大的必胜武器。一个企业的兴衰、一个伟大民族的复兴、一个国家的崛起和人类文明的演进都与责商管理有着极为密切的关系。

谭焱心潜心研究和实践探索二十多年的《中国责商管理模式》一书问世，旨在提高个人、团队和组织担当责任的行为能力，此核心理念是管理思想境界的极致，是当今管理发展的追求，在管理发展进程中具有重大意义。

汶川大地震中，千万群众自发救灾的动人事迹层出不穷，有谁是受

“责、权、利统一”原理驱动的？从“国家有难，匹夫有责”的角度，“责”也许有，但“权”、“利”在哪里？天地生人，有一人当有一人之业，人生在世，生一日当尽一日之力。无论在什么样的工作岗位，无论处于什么样的角色地位，责任不能转让，不能依靠别人，必须义无反顾地承担，并且做到极致。每个组织每个人更加主动地承担责任，与官、产、学各界一道，用积极的行动和实践，为建设和谐幸福的社会主动贡献力量，这或许是责商管理应有之义。

治道之要有三，曰：立志、责任、求贤。说到责任，许多与之相关的话题浮在眼前。做人就是要做一个有责任感、能够掌控思维和责任行为的人，有了这一点，其他什么知识、技能、技巧、方法、艺术转化为绩效和财富才有更大的可能。

任何一个民族的存在与发展都有它必然的内在素质上的优势。我去日本考察了十多次，给我感受特别深的是日本向民众、社会、组织提出的一个口号，即“把一切社会活动纳入教育轨道”，其核心理念就是“认真”“负责”的教育。如果把教育理解为仅仅是知识、技术的教育，是片面的。责商管理把“人心”这个根本贯彻始终，从矫正人的思维视角入手，把责任行为掌控贯穿全程、全方位，这是当今和未来管理的关键也是难点。

责任在于践行，个体、群体和组织实现责任行为的掌控，其潜在能力才会得到充分的挖掘和发挥。践行责任背后是以信念、信仰为支撑。人，有了崇高的信仰就有了一种主动且不懈追求的人生观、价值观、世界观。有了正确的这“三观”，才是成为真正负责任的人，即以正确的思维方式和行为方式行事。

我们走过“工业化时代”，又进入全球化的信息时代，还将进入生物生命研究与应用的新时代，其巨变之大、快变之速、多变之敏，前所未有，这是摆在所有管理者面前的巨大挑战。这次全球金融危机告诉我们，每个人都做自己认为正确的事，最后却是个悲剧。美国的购房者、银行、中间商、金融衍生品筹划者、政府官员都默许“可以做”，结果制造了全世界经济危机。因此，系统的责任行为掌控，包括宏观决策与微观执行都成为负责任的重大难题。今日社会不能只考虑局部的需要，也不能靠“就事论事”，尽量



要考虑全人类的根本要害。

一个企业不仅要考虑今天面前局部的事，还要考虑为整个社会乃至人类的未来生存发展去创造价值。要做到这些，企业必须对完整的责任价值链上所有环节、所有行为都掌控到位。这就需要个体和组织责任行为掌控能力的不断提高，而这正是责商管理的核心价值所在。

我创办《中外管理》杂志18年了，几乎是我人生事业追求时间的一半。在此过程中的坎坷和困难，曾让我不止一次掉泪，甚至有过片刻的后悔，但毕竟走过来了，我也常常因欣闻企业家的成长成功而备感欣慰。

我在此向读者推荐此书，目的也是让我这个从事管理学研究与宣传的从业者尽到一点责任，与大家共享尽职尽责的快慰。

杨洋建

2010年3月于北京

站在世界管理前沿的对话

——诺贝尔经济学奖得主詹姆斯·莫里斯爵士与谭焱心
谈责商管理



被访谈人：詹姆斯·莫里斯爵士，生于苏格兰的明尼加夫，自上世纪60年代，他便活跃于西方经济学界，以激励经济理论的研究见长，1996年因创造“信息不对称下的激励理论”而获得诺贝尔经济学奖。

访谈人：谭焱心，重庆市潼南人，历经30余年的管理实践、探索，通过上千家企业转化，责商（RQ: Responsibility Quotient）理论及责商管理（RQM: Responsibility Quotient Management）模式创始人，责商训练第一人，北京朗博·全华仁管理咨询中心、北京朗博之星教育咨询中心首席专家，四川省经济学会副会长兼秘书长，成都责商管理科学研究院院长，四川大学、西南财经大学等多所高等院校兼职教授。

采访媒体：中央电视台CCTV-4《中国新闻》 中华工商时报等

访谈时间：2009年9月12日

金秋时节，地处川西平原的金牛宾馆空气清新、风和日丽，“未来30年经济发展高峰论坛”在这里隆重举行。

面对世界经济转型和中国企业转型升级优化再造的一系列难点焦点问题，不对称信息经济学创始人、诺贝尔经济学奖得主詹姆斯·莫里斯爵士与

责商理论创始人谭焱心博士展开了一场特别的对话。东西方学者以各自特有的思维视角作出了几乎相近的难题解答，记者将其整理刊发。

本质：“责任的不对称性”

谭焱心：詹姆斯·莫里斯爵士，您好。1996年您在诺贝尔经济学奖授奖仪式上的演讲有一段话：“有关委托——代理关系，特别之处主要不在于信息的非对称性，而在于责任的非对称性，委托人先行动，代理人跟随。”，我非常感兴趣您抓住了管理中的本质问题，诸多“责任的非对称性”是古今中外所有管理都同样面临的难题，有时还带来灾难性的后果。全球金融危机的爆发，就是美国政府、金融机构、中介组织和那些贪婪的人之间的责任严重不对称，导致一个国家乃至全球性的金融管理责任行为失控。

詹姆斯·莫里斯：说到全球金融危机，这是刻骨铭心的，是世界性的灾难。责任不对称性总是存在的，我在做税收理论研究的时候发现，纳税人在缴税的时候知道应该缴纳多少税收，政府却并不知道。政府课税的时候，根据人们做了多少活、挣了多少钱来收税，而不是基于他们能做什么去收税。为了鼓励人们按对称信息应有的标准缴税，就有了相应的激励机制，于是，动机问题就来了——人们知道如果努力工作一些就能有什么样的回报。同样，在雇主和员工这种关系中，也发现了这种不对称情况，因此雇主的责任就是把合同做好，员工的责任就是怎么样好好工作，付出自己的努力。

谭焱心：“不对称”信息条件下的税收和劳资关系问题，在中国普遍存在，尤其是大批中小企业劳动合同关系处理得不够好，即便是签了合同，对员工的约束性也不大。代理人讲得很好做得不好，效果不好。委托人和代理人的彼此心理信息不对称，更多的是人格责商与角色责商的彼此不对称，所以，承诺的和做的最终结果不对称。

詹姆斯·莫里斯：员工总是想任何事情都不做就能得到报酬，而雇主想从员工那里得到更多的努力，自己少付出一点成本或工资。他们的立场决定了这个关系，在很大程度上也是各自的角色决定了他们的立场。

谭焱心：您说的立场就是他们彼此的角色所决定的，这也是他们各自的价值尺度决定的，我管它叫思维视角差异。员工诸多不负责任，太多的信息

不对称和心、行、效的不对称，给管理带来了太多的沉没成本。

詹姆斯·莫里斯：从签合同到劳资双方合作的全过程，信息不对称总是有的，通过合同制约双方，比如说合同明确规定员工的报酬与企业利润的关系，员工看到他的努力跟他的报酬与他为公司创造的价值相关，努力就会多一些。在信息不对称的情况下，雇主受到的负面影响强于员工，员工的信息是清楚的，雇主就没有这种便利。雇主对员工的信息掌握得全一点，合同及其执行就会更恰当一点，老板的信息如果掌握不对称就会吃亏。

难题：“两个责商”不对称

谭焱心：我在研究如何解决管理中诸多“责任不对称”难题的过程中，创立了责商理论，探索了责商管理模式。在管理实践中，我发现，人们同样努力工作，有的心甘情愿付出，有的迫于某种压力或无奈才去付出劳动。于是，我在责商理论里把“责商”分为两种，一种是人格责商，一种是角色责商。人格责商是一个人发至内心自觉自愿去担当责任，严格掌控自己的责任行为并达成结果；角色责商是一个人按所扮演的岗位角色、家庭角色和社会角色去履行相应的责任。这两种责商心理在每个人身上都存在着，当人格责商大于角色责商时，就会享受更多的快乐，因为“我愿意做”；当人格责商小于角色责商时，这种快乐的体验就会减少，甚至会痛苦厌烦，感到负担，面对问题时就会辩解借口、推诿扯皮，甚至逃避，因为是“要我做”。

詹姆斯·莫里斯：您讲的这两种责商划分，是很有意思的思维，对分析非对称信息（asymmetric information）是有意义的。信息的非对称性指的是某些参与人拥有，而另一些参与人不拥有的信息。一是非对称发生的时间，二是非对称信息的内容。掌握信息比较充分的人员，往往处于比较有利的地位，而信息贫乏的人员，则处于比较不利的地位。在信息经济学文献中，常常将博弈中拥有私人信息的参与人称为“代理人”（agent），不拥有私人信息的参与人称为“委托人”（principal），在“委托人—代理人”之间，信息不对称是很普遍的现象，两种责商的表现就变得十分正常了。

谭焱心：委托人为了实现双方的责任行为掌控的对称性，以法律文书、规章制度、人际情感乃至大量的沟通、协调等措施作为保证，力求实现日后



工作中的责任对称，进而力求信息对称。但是，现实中往往事与愿违，比如，心理责任与言语责任的不对称，心里想的和说的做的不一致，“言”不一定“行”，“行”也未必达成结果。一个人一个部门的责任行为不到位，导致一个企业甚至更大范围的“零效应”或“递减效应”，难以避免。

詹姆斯·莫里斯：不对称现象随处可见，言语和行动常常不一致，行为和结果相差甚远，因此委托人在设计一个机制（合同）的时候，必须满足代理人的“激励相容约束”，即在该机制下，代理人说实话时得到的效用比说假话时得到的效用大。再比如，在雇主与雇员之间，雇员知道自己的能力，雇主不知道；为了显示自己的能力，雇员会选择各种外在的方式表现自己，但他的行动往往与实际结果是不一定对称的。从另一个方面，如果雇主知道雇员的能力但不知道其努力程度，有时难以预料雇员行为结果，这就隐藏着责任行为道德风险。所以，在现实生活中，难就难在人格责商虽然可以观察但目前还难以量化，有时候也难以保证达到预期效果。

谭焱心：现实中的确如此。当把责任行为掌控分为人格责商和角色责商之后，许多企业领导人普遍反映为他们提供了一个分析管理难题的方法论，也为他们如何提高员工和团队责任行为掌控能力提供了有效途径。至于量化的问题，仍然还是以持续的工作成果来考察，在绩效考核中可以一一对应量化。我研究发现，凡是人格责商及其自我责任行为掌控能力强的个体或团队，他们的和谐度及其效率效益就会远远高于人格责商较差的个体或团队。

詹姆斯·莫里斯：您讲的两个责商不对称的问题，从管理当局看，职责分配的不对称也是一个因素。怎么使人们有更强的人格责商，不该闯的就不要闯，应该担当的责任就要主动担当，这是管理者的职责。每个人都有不同的职责，随着角色的变迁，身上肩负的责任也不同。在学生成长的过程中，教师肩负的责任就是应该培养学生负责任的品格；学生的任务是学习，除了学习知识，还必须学会负责任。当一个企业雇佣员工的时候，业主并不知道工人的实际能力，而人格责商成为一个很重要的信号，不同能力的人在收入和能力的边际替代率是不同的，因为不同能力的人在受教育的时候和职业历程中所付出的成本不一样。所以，能力越强，贡献越大，工资应该越高。使贡献率与收益率对称，是企业发挥人力资源的重要保障。

譚焱心：人们努力程度不一样，用心程度不一样，角色责商和人格责商之间的不对称性就决定了企业经营管理效益和成本高低不一样。管理难就难在人格责商的提升，这也是当前日常管理和教育的一大难题。现在新生代的智商普遍很高，但他们中间一部分人并不能较好地掌控自己的责任行为，不能创造应有的价值，于是，已经具备的才能或拥有的知识技能也就成为空谈。责商管理的核心职能是全员、全程、全方位的提高责任行为掌控能力，实现效率、质量、效益最大化，管理者与被管理者的近期与长期利益最大化，将“不对称性”及其矛盾冲突降到相对较低的限度。

詹姆斯·莫里斯：不对称信息是客观现实，是永远无法对称的，比如卖保险的人到底知道不知道客户的真实健康状况，管理中管理者没有被管理者更清楚第一手信息，所以管理要从“不对称”到“对称”将会很难。但是，我们可以通过一些手段，比如合同、法律规章和您所讲的责商管理等，把不对称的影响和后果降到最小。

譚焱心：企业的信念系统及核心价值观等思维视角矫正的难题没有解决好，信息不对称和责任不对称都将加大，这种“不对称性”带来的管理成本往往是昂贵的，比如美国“安然事件”、华尔街金融危机、中国石家庄“三鹿毒奶粉事件”等。如果切实抓好责任行为掌控能力的培养教育及其系统的责商管理，通过家庭、学校和社会的有意识教育和“无意识”的熏陶感化，加强“软约束”与法律规章的“硬约束”相结合，使管理中的“不对称”现象减少是可以做到的。

詹姆斯·莫里斯：不对称现象随处可见。言语和行动常常不一致，行为和结果相差甚远，特别之处主要不在于信息的非对称性，而在于责任的非对称性。原来我确实不知道中国管理中的许多难题，比如合同履行等在中国执行的难度。但员工应该有良好人格的、良心上的责任感。管理需要良心约束，跟谭先生责商理论中人格责商是差不多的。

良策：“双轮驱动”更有效

譚焱心：员工利益与企业绩效挂钩，员工知道行为结果与效益的关系，我把这样的激励叫外激励，而把建立在公司使命、愿景及核心价值观等信念



系统基础上,进行不间断的内在动力激发叫内激励。从员工内心深处激发出工作热情和激情,变被动为主动,是自愿而非强制,管理就变得主动了。这是责商管理的根本任务。

詹姆斯·莫里斯:从西方管理的经验来看,内在的激励在企业的机制里其实也是有的,但没有合同这种办法来得更直接有效。当然,在一些比较小的企业里,比如从事软件开发的企业,人们关系不一样,动力就不一样,可以在八小时外都工作,员工有半个主人翁的感觉。所以,中小企业用人格责商的激励机制可能会更好一些,也许合同的效力并不大。

谭焱心:我基本赞同您的意见。内激励和外激励两者都重要,这是责商管理中的“两个轮子”。法律规章称为“硬约束”,经济利益导向称为“硬激励”,文化环境的驱动称为“软约束”,精神动力及责任思维等自我激励称为“软激励”。在中国,硬约束的作用很小,近几年在新生代身上更加凸显,是因为缺乏“软约束”和“软激励”。

比如企业每个人每天浪费5块钱10块钱,企业老板能看见吗?看不见。同样,每个员工每天节约5元10元也看不见,1000人的公司如果每人每天节约5元、10元,一月一年可以节约多少呢?当然是一笔不小的数目,当员工把节约看成是积德就自觉了,这不是用合同和制度可以管得到的。

全球金融危机爆发后,全国纺织企业普遍处于几分钱的微利或亏本状态,然而实施责商管理已经7年多的南华纺织有限公司仍然有足够的利润。他们是从濒临倒闭走过来的,7年来总资产和年产销额都增长了十几倍,这就是得益于人心管理为先的全员性人格责商教育训练及其合理的激励机制,是软硬管理“两个车轮”同时发挥了效用,而且是“内激励”“内约束”在先,“外激励”“外约束”跟随其后。

詹姆斯·莫里斯:OK! OK!。在我看来,教育训练只有深入人心才能奏效。在人格责商不强的条件下,用合同和岗位职责来约束双方只是方法手段之一。不对称信息下的激励理论更多的是从制度、机制上来解决问题。一个参与人(称为委托人)想使另一个参与人(称为代理人)按照前者的利益选择行动,但委托人不能直接观测到代理人选择了什么行动,能观测的只是另一些变量,这些变量由代理人的行动和其他外生的随机因素共同决定。还有

一点，就是存在关于组织中任何成员所履行的职责（或其价值）的不确定性，成员履行其职责的能力和方式方法的不确定性。那么，其最终结果，由代理人自我行为的掌控来决定。所以，责任行为的掌控是保障信息对称有效的途径。

谭焱心：现实中的委托人与代理人，往往因责任的非对称性而耗费了过多的、不必要的人力成本、机会成本及物质成本等。诸多责任不对称导致管理效益、效率低下，内耗居高不下等等，这是过去、现在以及未来企业管理沉没成本高昂的突出原因之一。21世纪信息时代的管理面临更多更复杂的变量及更多不可预测的因素，应将责任行为掌控为核心的责商管理，植根于每个个体的思维元素中，将每个个体近期、中期、远期诸多关联的利益因素有机的统一，化为自我责任行为掌控的内驱力。

詹姆斯·莫里斯：许多企业都希望利润最大化，不论以何种方式分配责任，要想确认出更有效率的分配激励方案，必须设定更为严格的限制。要使激励机制起作用，管理者对员工的能力和工作意愿只能拥有不完全的信息，一方面用工资报酬激发有能力的人努力工作，另一方面允许其他人选择较为适中的努力程度和合适的职位，这样可以创造更多的激发劳动成果的途径。

谭焱心：如果内激励与外激励在管理的全程就像“两个车轮”同时滚动起来，那么，效率效益就会更高。无论大企业还是中小企业，都面对诸多不负责任的现象，劳动合同、保密合同等法律文书也有，但是在相当一部分人中间就不执行。诸多的责任不对称性导致信息不对称，决策失误和执行不到位等，所以，仅有“硬管理”是远远不够的。

詹姆斯·莫里斯：是的。合同总是相对的，不是绝对的，不可以细化到约束每个人的行动，所以就留下了空间，也就是人格责商所要掌控的。

直觉告诉我，智商、情商与责商有某种关系，实际上还没有谁证明两者之间到底有没有关系。比如智商高的人受的教育多，也许就会更负责，更负责任的人学习更努力，智力发展会更好一些，这样就变成一种关系了，这是人们值得去研究的。责商理论是一大突破，中国的青年一代更应该加强责商训练和责商管理的学习。

（华丽整理）



前言

责商：最关键的能力

从20世纪70年代末上中学时不负责任现象的深思，到80年代在大学就“什么决定了成功”引发兴趣并研究探索，我于1997年，因爱国情的激发尝试性地开展早期的责商训练。在训练中摸索，在摸索中创新，最终创立了责商（RQ: Responsibility Quotient）理论及责商管理（RQM: Responsibility Quotient Management），目前该理论已在千余家企业近40万人中推广转化。

当“金融海啸”从美国华尔街引发并迅速席卷全球，当掺有三聚氰胺的“毒奶粉”给中国乳业带来致命打击，三鹿集团这一乳业巨人轰然倒地，当员工稳定性越来越低与企业管理成本越来越高的现实矛盾日益加剧，当中国一批又一批大学生毕业就失业的严酷现实与企业招人难“二难悖论”现象同时摆在世人面前时，人们越来越深刻地认识到：责任心的缺失、责任行为掌控的失误，责任思维的错位，对无论是个人还是组织都会造成十分可怕的后果！对此，责任、责商和责商管理就越来越受到企业决策者和专家学者的高度重视并大力推崇，也正因为如此，责商理论和责商管理应运而生。

小时候，父母高标准严要求，我常常想不通，为什么别的孩子的父母管理会宽松许多？“儿呐，知识装在脑子里，贼都偷不走。”“年轻人不要怕苦，不要怕累，累了，睡一觉就好了。”母亲千万次地重复这两句话，还常常伴随标杆人物的生动故事讲述，渐渐地，热爱学习、工作便成为了我的习惯。