

中国管理思想精粹

【第一辑】“（基）础”系列 吴照云 主编

中国管理学原理

Principles of Chinese Management

（第二版）

胡海波 等著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国管理思想精粹

【第一辑】“（基）础”系列 吴照云 主编

中国管理学原理

Principles of Chinese Management

（第二版）

胡海波 等著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国管理学原理/胡海波等著. —2 版. —北京: 经济管理出版社, 2017. 2

ISBN 978-7-5096-4993-0

I. ①中… II. ①胡… III. ①管理学—研究—中国 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 043579 号

组稿编辑: 杜 菲

责任编辑: 杜 菲

责任印制: 杨国强

责任校对: 蒋 方

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 玉田县昊达印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 23.5

字 数: 435 千字

版 次: 2017 年 2 月第 1 版 2017 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4993-0

定 价: 88.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836



目 录

导论篇

第一章 概述.....	3
第一节 中国管理学的提出.....	4
第二节 中国管理学的研究对象.....	7
第三节 中国管理学的研究方法	11
第四节 研究中国管理学的意义	15
附录：中国管理学的几种理论	23
第二章 中国管理思想的发展	26
第一节 中国古代管理思想	27
第二节 中国近现代管理思想	37
第三节 中国当代管理思想的新发展	41
附录：中国管理学发展大事记	53

理论篇

第三章 天时——以人与自然关系为基础的管理	59
第一节 顺道：以大道为基础的管理	61
第二节 循法：以规律为基础的管理	69
第三节 重术：以方法为基础的管理	77

第四章 地利——以人与社会关系为基础的管理	90
第一节 法治：以秩序为基础的管理	91
第二节 和治：以平衡为基础的管理	99
第三节 德治：以道德为基础的管理	109
第五章 人和——以人与人关系为基础的管理	120
第一节 人本：以人性为基础的管理	122
第二节 人合：以合作为基础的管理	132
第三节 人道：以发展为基础的管理	142

应用篇

第六章 治身——以自我为对象的管理	159
第一节 引言	160
第二节 养德	164
第三节 修智	171
第四节 修性	181
2 第七章 治众——以人员为对象的管理	193
第一节 引言	195
第二节 仁民	197
第三节 治民	203
第四节 惠民	217
第八章 治事——以事务为对象的管理	226
第一节 引言	227
第二节 察事	234
第三节 谋事	237
第四节 行事	244
第九章 治缘——以人际关系为对象的管理	255
第一节 引言	256
第二节 动之以情	261
第三节 晓之以理	272

第四节 束之以法.....	280
第十章 情境之治——以具体情境为对象的管理.....	289
第一节 引言.....	290
第二节 善因：顺应自然变化的情境.....	293
第三节 利导：引导利好发展的情境.....	300
第四节 整齐：治理恶性变化的情境.....	309
附录.....	322
附录一 古今对话.....	322
附录二 著作简介.....	325
附录三 古今人物简介.....	332
附录四 中国古代商业经典案例.....	338
附录五 中国古代民商组织——十大商帮.....	344
附录六 中国古代人事管理发展与变迁.....	349
参考文献.....	354

Contents

Article of Introduction

Part One: Overview	3
Chapter One: The Proposal of Chinese Management	4
Chapter Two: The Researching Objects of Chinese Management	7
Chapter Three: The Researching Methods of Chinese Management	11
Chapter Four: The Study Meaning of Chinese Management	15
Appendix: Several Kinds of Management Theories in China	23
Part Two: The Development of Chinese Management Theories	26
Chapter One: The Management Theories in Ancient China	27
Chapter Two: The Management Theories in Modern China	37
Chapter Three: The New Development of Management Theories in Contemporary China	41
Appendix: The Events of Management Development in China	53

Article of Theory

Part Three: The Appropriate Time—Management Based on the Relationship between Human Beings & Nature	59
Chapter One: Complying with the Tao—Management based on Tao	61
Chapter Two: Following with the Rules—Management based on Rules	69
Chapter Three: Emphasizing on Methods—Management based on Methods	77

Part Four: The Appropriate Location—Management based on Relationship between Human Beings & Society	90
Chapter One: Governing by Law—Management based on Order	91
Chapter Two: Governing by Harmony—Management based on Balance	99
Chapter Three: Governing by Moral—Management based on Morality	109

Part Five: The Appropriate People—Management based on Human Relationships	120
Chapter One: Fundament of Human—Management based on Humanity	122
Chapter Two: Cooperation of Human—Management based on Cooperation	132
Chapter Three: Orientation of Human—Management based on Development	142

Article of Application

Part Six: Cultivation to the Body—Management to ourselves	159
Chapter One: Introduction	160
Chapter Two: Cultivating Morals	164
Chapter Three: Cultivating Intelligence	171
Chapter Four: Cultivating Humanity	181

Part Seven: Government to the Public—Management to Others	193
Chapter One: Introduction	195
Chapter Two: Loving the People	197
Chapter Three: Governing the People	203
Chapter Four: Benefiting the People	217

Part Eight: Dealing with the Things—Management to Transaction	226
Chapter One: Introduction	227
Chapter Two: Observing Things	234
Chapter Three: Planning Things	237
Chapter Four: Doing Things	244

Part Nine: Dealing with the Fate—Management to Personal Relationship	255
Chapter One: Introduction	256
Chapter Two: Touching People with Passions	261
Chapter Three: Convincing People with Reason	272
Chapter Four: Constraining People by Law	280
Part Ten: Managing under Certain Situation—Management to Specific Situation	289
Chapter One: Introduction	290
Chapter Two: Related Causes—Situation Complying with Natural Change	293
Chapter Three: Beneficial Leadership—Situation Leading to a Beneficial Development	300
Chapter Four: Orderliness—Situation Dealing with Malignant Changing ...	309
Appendix	322
Appendix One: The Dialogue Between Yesterday & Today	322
Appendix Two: Brief Introduction to the Book	325
Appendix Three: Brief Introduction to the Figures Between Yesterday & Today	332
Appendix Four: The Classical Business Cases in Ancient China	338
Appendix Five: The Civil & Commercial Organizations in Ancient China—The Top Ten Commercial Gang	344
Appendix Six: The Development & Transformation of Personnel Management in Ancient China	349
References	354

导论篇



第一章

概 述

学习目的与要求

定义中国管理学的基本概念
了解中国管理学的现状与热点
明确中国管理学的研究对象
掌握中国管理学的研究方法
理解中国管理学的研究意义

题记

只有民族的，才是世界的。

——鲁迅《且介亭杂文集》

世界管理学界正在兴起一股“东方热”。

——苏东水^①

导入案例

在明清之际的晋商中，流传着许多“万两银子一句话”的故事，即如果一家相与欠了某位晋商上万两银子的债务，只要说明原因，即可免去债务。所谓相与，就是与晋商有业务往来的人或商号。晋商选择相与时非常谨慎，一定会经过非常详细的了解，认为对方重信守约，方才开始与之有银两上的来往，否则就婉言谢绝。而一旦成为相与，则会善始善终，即便对方中途发生变故，出

^① 苏东水，等．东方管理．山西经济出版社，2003．

现无利可图的情况,也不能中途断交,而如果对方出现倒闭、还不上账等情况,则听之任之。民国11年(1922年),包头双盛公、双盛茂两商号的财东杨老五,与复字号有相与关系,曾欠复盛全商号白银6万两,即将倒闭,无力偿还债务。杨老五只是给乔映霞财东磕了一个头,就算了事。二宝庆商号欠复盛西白银8000两,分文未还,也算了事。广义恒绒毛店借复盛西5万银元,因无力还清这笔欠债,仅以价值数千元的房产抵债了事。但是,复字号财东对己却要求很严,如果复字号的分号出现亏赔歇业时,财东总是派人去清理,欠外的一文不短,外欠的听其自便。但无论哪个分号出现亏赔,都必须同场认真核对账目,以防掌柜作假捣鬼。乔映霞的这种做法信义孚人,使复字号厚待相与的名声大震影响深远,包头的一些商号和商民为能与复字号来往感到很自豪。

乍看起来,这种相与关系,与西方的战略联盟有一些类似,但细究之下,会发现二者存在明显差别:一是相与可以是企业,也可以是人;二是即便是明知亏损的情况下,也会与对方合作,而如果对方出现倒闭等情况,也不会诉诸法律,这与西方企业讲求契约关系形成了鲜明对比。因此,中国的商业运作中确实存在一些与西方不同的管理智慧,有必要将之以系统化的方式展现出来。

资料来源:葛贤慧.商路漫漫五百年:晋商与传统文化.山西经济出版社,2009.(经整理)

第一节 中国管理学的提出

全球化的发展一方面促进了各种思想观念的碰撞交流,使人们的思想观念出现了统一的趋势,但全球化同时又促进了人们对本土思想观念的重视。在管理领域,目前的趋势是全世界都在学习以美国为首的西方管理理论,引入西方学者编写的管理学教材就是这种学习的一种重要途径,即出现了统一化的趋势,但在反思西方管理理论的弊病,构建符合本民族特色的管理理念方面,却存在着很大的不足,真正意识到这种紧迫性与必要性的并不多。因此,研究中国的管理理论,编写有鲜明中国特色的管理学教材就很有必要。

一、中国管理学的概念

目前已经有不少学者提出了中国管理学的概念,也有了一些以《中国管理学》为书名的书籍,如苏东水和彭贺等人编写的版本(复旦大学出版社,2006),他们认为,中国管理学是研究中国本土的古代、近代、现代管理思想和实践,

探索中国管理实践中普遍适用的规律、原理和方法的现代学科。刘炳炎和陈文知编写的版本（中国社会科学出版社，2010），他们认为，中国管理学是一门系统的研究中国社会、经济、科技和军事等管理活动的基本规律和一般方法的综合性学科。李雪峰的版本（中国人民大学出版社，2005），他认为，中国管理学是中国数千年来管理理论和实践经验的总和。从这些定义中可以看出以下几点：

（一）中国管理学不是西方管理学在中国的简单复制

由于中国独特的历史进程，使得中国的管理思想与管理实践均具有明显的独特性。首先，中国历史悠久，文化传承具有连续性，因此传统对于中国人的思维、行为模式具有很深的影响。其次，中国近年在经济上迅速崛起，中国走出了一条与西方很不一样的发展道路，一批中国企业登上了世界舞台，它们的模式也带有鲜明的中国特色。因此，中国管理学对西方管理学有吸收借鉴的地方，但不能等同于西方管理学，因为它主要关注的是中国独有的一些管理现象，找出这些现象背后的规律。

（二）中国管理学不是古代管理学

虽然中国的历史非常悠久，中国的孔子、老子、孙子等都是世界级的文化名人，他们的思想观点对于中国的管理思想的形成起到了重要的推进作用，但是历史毕竟是在不断发展的，他们的思想中有一些对我们今天的管理依然有用，而有一些则需要扬弃。而且我们研究巨人，是为了站在巨人的肩膀上，而不是跪在巨人的脚下；研究历史，是为了解决我们当下的问题。因此，研究古代管理学实际上是为了超越古人，服务于我们当下的管理需求，这是第一个原因。第二个原因就是近现代的管理思想、管理实践也是中国管理学的重要组成部分，这些知识对于我们解决当下面临的问题的贡献并不小于古代管理思想。

因此，本书认为中国管理学是一门研究中国情境下的管理思想、管理实践的学科，其目的是为了找出中国管理的一般规律。

二、中国管理学的发展现状

目前看，国内外对于中国管理学的关注都有了明显的增多。从国外看，六种顶级的管理学刊物从2000年到2009年4月，共有61篇关注中国管理问题的文章。^①就国内而言，首先，1994~2008年，中国期刊网关于“中国管理”、“中国式管理”、“东方管理”等方面的文章共计104篇，其中2004~2008年这

^① 苏勇，顾倩妮．国际顶级管理学期刊对中国管理学关注热点分析．经济管理，2011（3）．

5 年的文章总数超过了 1993~2003 年 10 年的文章总数,也就是说,最近 5 年,关于中国管理学方面的研究有了明显的增长。^① 其次,2001~2011 年,中国国家自然科学基金委员会管理科学部认定的 30 种重要期刊上,与“中国实践管理”相关的文章,共有 1283 篇。^② 研究群体包括:浙江大学创新管理与持续竞争力研究中心、西安交通大学中国管理问题研究中心、华南理工大学中国企业战略管理研究中心、华中科技大学企业战略管理研究中心、南开大学公司治理研究中心、大连理工大学创新与发展研究中心、华东理工大学组织管理研究所、复旦大学东方管理研究中心、上海大学危机与问题管理研究中心、浙江工商大学浙商研究中心等。

一方面,国内外关于中国管理学的研究确实在近年有了明显的增长;另一方面,在中国管理研究领域存在着“管理丛林”现象,如目前影响力较大的一些概念“中国式管理”、“C 理论”、“东方管理”、“中国特色的管理”、“和合管理”等。孔茨指出造成管理理论出现“丛林”现象的原因之一是语义上的混乱。这种语义上的混乱,造成了在中国管理学领域存在着多种概念并存的情况,这一方面有利于不同的研究者从不同的侧重点深入挖掘中国管理的一些特点;另一方面也带来了沟通的不便,使得这一领域的知识积累在数量上和质量上都面临着一些限制。因此,有必要找到一条走出“丛林”的道路。

三、中国管理学的研究热点

国外顶级管理刊物文章所涉及的中国管理学研究领域包括:①跨国经营研究,主要包括跨国公司在我国的发展策略,中国直接对外投资以及跨国公司的跨文化管理。②战略管理研究,主要包括我国国有企业的战略发展研究,处于经济转轨期的中国企业战略选择研究。③组织行为学研究,主要包括人力资源管理研究、组织变革与创新研究、组织行为学在我国的创新研究。^③

中国国家自然科学基金委员会管理科学部认定的 30 种重要期刊上,2001~2011 年 10 年发表的文章的主要关注点体现在以下几个方面:①中国管理理论与方法及其实践相关性。②具体领域实践研究。包括我国组织的经营管理现状,本土企业的战略管理研究,本土企业的创新能力研究以及传统文化对管理实践的影响。^④

① 苏勇,于保平.东方管理研究:理论回顾与发展方向.管理学报,2009(12).

②④ 张金隆,杨妍.“中国实践管理”相关研究热点分析.管理学报,2012(3).

③ 苏勇,顾倩妮.国际顶级管理学期刊对中国管理学关注热点分析.经济管理,2011(3).

四、中国管理学的未来发展

中国管理学未来的发展可能会在以下几个方面展开：

（一）中国传统管理思想的“创造性转化”

中国传统的创造性转化是台湾学者林毓生提出的概念，它指的是“把一些中国文化传统中的符号与价值系统加以改造，使经过创造转化的符号和价值系统变成有利于变迁的种子，同时在变迁的过程中，继续保持文化的认同”，^①这一论断也完全适用于中国管理学。因为任何管理思想都会在实践中不断发生变化，试图框定出绝对的、亘古不变的古代管理理念，就会像刻舟求剑一样，荒谬可笑。然而彻底抛弃古代管理思想来构建中国管理学，就会像在沙滩上建房子一样，根基不稳，所以最好的做法是对传统管理思想进行创造性的转化，既保留对传统的认同，又加入管理者、研究者的创造性活动，使之不断适应现实的需要。

（二）中国管理实践的理论提升

任何一门系统的学问，其目的都是为了快速地传播知识，更好地服务于实践。因此，现实中的企业固然也可以通过瞄准一些明星企业向其学习，但是这种学习往往是一种表面的学习，往往是知其然而不知其所以然。因此，从中国管理实践中提炼出一般性的理论，不仅有利于大批的中国企业的学习，而且这种学习往往能够带来根本性的改变。

第二节 中国管理学的研究对象

有没有明确的研究对象是衡量一门学科是否成熟的重要标志。相对于其他学科来说，管理学还不够成熟，如我们可以发现，物理学、数学的教材很少会出现大的修订，或者说很少出现每隔几年修订一次的情况，这些教材基本上可以做到数十年如一日，但管理学教材却不行，它必须每隔几年就增加一些新的内容以反映管理理论的新发展和管理实践的新变化。但是这种不断的修订，并不意味着管理学就没有明确的、公认的研究对象。一般来讲，管理学被认为是研究各类组织如何通过计划、指挥等管理职能来实现组织目标的学问，它的研

^① 林毓生．中国传统的创造性转化．三联书店，1988．