

周道生 主编

「现代企业自主创新」丛书

中国创造学会
特别推荐

Enterprise

现代企业心理与 行为创新

刘 勇 周 琳 ◎ 著

Psychology

中山大学出版社

周道生 主编

「现代企业自主创新」丛书

中国创造学会
特别推荐

E
nterprise

现代企业心理与 行为创新

刘 勇 周 琳 ◎ 著

P
sychology

中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

现代企业心理与行为创新/刘勇, 周琳著. —广州: 中山大学出版社, 2007. 1

(“现代企业自主创新”丛书/周道生主编)

ISBN 978 - 7 - 306 - 02833 - 4

I. 现… II. ①刘… ②周… III. 企业管理: 人事管理 IV. F272. 92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 151919 号

责任编辑: 刘学谦

封面设计: 方楚娟

责任校对: 陈霞

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

编辑部电话 (020) 84111996, 84113349

发行部电话 (020) 84111998, 84111160

地址: 广州市新港西路 135 号

邮编: 510275 传真: (020) 84036565

印刷者: 广州市新明光印刷有限公司

经销者: 广东新华发行集团

规格: 787mm × 960mm 1/16 18.25 印张 335 千字

版次印次: 2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

定价: 36.00 元 印数: 5000 册

本书如有印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换



刘 勇

华南师范大学应用心理学系、人力资源管理与人
才测评研究所副教授，硕士研究生导师。北京大
学心理学硕士、工商管理硕士。拥有国际注册高级
心理咨询师执业资格，高级人力资源管理师（国家
职业资格一级）。企业人力资源管理师国家职业资
格高级考评员。广东省心理咨询师专委会常委。广
东公安民警心理健康专家顾问组成员。广州市政府
系统培训中心高级培训师，广州市职业技能鉴定中心
企业培训师专家组成员。已出版《团体咨询治疗与
团体训练》等著作和教材10部，发表论文30多篇。主
要研究领域包括心理咨询、团体行为训练、管理哲
学、人力资源管理、人才选拔、绩效考核及组织EAP
等，服务客户80余家。

◎
作
者
简
介



周 琳

中国创造学会会员、中国创造学会广东筹委会副主任委员、中国国家人事人才培训网培训师、广东省企业发展研究专家工作委员会专家组成员、“中国企业家健康工程”广东讲师团讲师、国家心理咨询师、国际注册高级心理咨询师、国际认证与注册协会（IARI）“国际注册心理咨询师”认证项目中国地区专家委员会委员、广东省社会学会健康研究专业委员会理事、广东省共青团干部培训导师团导师、广州市政府公务员培训中心高级培训师。长期从事企事业和政府公务员教育培训。近年开发心理健康培训专题有：职场心理调适与压力管理，中国企业家健康专题，中青年事业、能力、人际、情感的心理调适，职业女性事业、家庭、情感和健康，青年人际沟通与人格成长等专题。已完成多场专题报告。

中国创造学会
“现代企业自主创新”丛书
编写委员会

顾问	袁张度				
主编	周道生				
副主编	祁明	刘勇	周琳		
编委	李仁武	许伯桐	肖旭	张建涛	
	程晓	董福荣	谭昆智	高菊	
	王敬	毕凌燕	朱欢乔	赵敬明	
	赵宏	梁莉丹			

总 序

进入 21 世纪，创新成为中国社会发展的主旋律。党的十六届三中全会提出了以人为本、全面协调的可持续发展观，要求坚持以科学发展观统领经济社会发展全局。在全国科技大会上，党中央明确了建设创新型国家的重要任务，制定了作为创新型国家战略纲领的《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020 年）》。面对全球化和环境资源的双重挑战，中国的科技工作将坚持自主创新、重点跨越、支撑发展、引领未来的方针。

在中国的历史上，从来没有哪个时代把创新提到这样的高度，在全面建设小康社会与和谐社会的关键时期，创新已成为时代的号角。个人要发展，企业要腾飞，国家要富强，民族要复兴，关键在创新。学习创新思维，培养创新智能，提高创新素质，开发创新潜能，这是 21 世纪对每个中国人的召唤，也是历史给予创造学研究工作者的研究课题和重要机遇。

创造学是研究有关发明创造规律及其应用的科学，与人的思维发展规律、人类社会发展和自然发展规律密切相关。创新时代赋予创造学以更强烈的发展动力和更广阔的发展前景。创造学作为一门新兴的科学，正受到政府管理部门、青年学生、科技工作者和创造发明爱好者的普遍重视，更受到广大企业的欢迎。

企业是自主创新的主体，创造学者应当为推动企业的自主创新做出应有的贡献。这套“现代企业自主创新”丛书，是中国创造学者推出的第一套面向企业的系列丛书。该丛书针对企业创新的实际要求，把创造学与经济学、管理学和心理学中的创新理论融合在一起，将创新的思想梳理成系统，贯穿到企业运行工作的方方面面，并力图以理论创新推动制度创新、技术创新、管理创新、文化创新和教育创新，这本身就是一种创新，是一种有益的尝试。

当然，作为一种尝试，丛书也还存在一些不够完善的地方，如部分内容与创造学的结合还不够紧密等。但是，瑕不掩瑜，相信再版时书稿内容会得到修正，逐渐完善。

专家预测，在未来的几十年中，世界科学技术将会出现重大创新。世界各国都在能源科学、信息科学、生命科学和材料科学等领域加强研究力量，并期待在自然科学和社会科学交叉领域中形成新的科学前沿，产生新的科学奇迹。这将推动世界范围内生产力、生产方式和人们的生活方式进一步发生深刻变

革，也将进一步引起全球经济格局的深刻变化和利益格局的重大调整。为了民族和国家的振兴，为了人类发展的共同利益，创造学研究工作者们任重道远。

愿大家携手奋进，使中国创造学研究水平有一个大跨越。

万钢

2006 年 11 月

万钢，全国政协常委，中国创造学会理事长，同济大学校长，新能源汽车工程中心主任，教授、博士生导师。被科技部聘任为国家“863 计划”电动汽车重大专项首席科学家。曾应邀于 2004 年 12 月 27 日为中共中央政治局作“面向 2020 年中国科技发展战略”的专题报告。

丛书前言

自从党中央确立了建设创新型国家的战略决策后，“自主创新”已经成为中华民族最关注、最渴望、最期待的关键词之一，它更是企业界需要为之奋斗的最重要目标之一。

当今世界，经济环境、市场环境、技术环境等迅猛变化，经济全球化及新技术革命的突飞猛进，好像“催化剂”，使得本已十分激烈的竞争日趋白热化。任何一个企业，不管其主观意愿是什么，都卷进了全球范围的剧烈竞争之中，“优胜劣汰”是企业必须面对的严酷现实。当竞争的优胜者在尽情品尝美酒、庆祝暂时性胜利的时候，一定有更多的失败者不得不吞下失败的苦果。

现代企业的成功之路在何方？综观世界一切成功企业的发展，我们不难看出结论：企业的成功缘于持续不断的创新。正如美国3M公司总裁刘易斯·莱尔所说：“一个明智的企业家，应该在他的企业中创立一种有利于创新的环境，鼓励并保护创新者，只有这样，企业才有活力和希望。因循守旧、墨守成规注定要被市场所淘汰。”

中国的很多企业缺少核心竞争力，始终处于世界经济价值链的低端，成为跨国集团的“苦力”，其关键是缺少创新能力。如果中国企业要在国际市场的竞争中获得发展性竞争优势，要在国际舞台展示“中国气派”，那么，努力提高自主创新能力就应该成为每个企业家的共识，成为现代企业发展的核心战略。

世界各国企业发展的无数事实证明，自主创新的主体只能是企业。对于企业家、企业技术人员和企业管理者来说，仅仅知道要自主创新和为什么要自主创新是远远不够的，更重要的是要知道企业怎样进行自主创新，怎样提高企业自主创新的能力。

20世纪50年代，美国诞生了一门研究人类的发现、发明、创造、创新活动规律和创造创新能力开发的崭新学科——创造学。它不仅揭开了人类创造活动的神秘面纱，还以特殊的魅力激发出人们创造创新的欲望，使创造创新能力得到神奇般的提高。创造学在美国的传播，促进了美国科学技术的迅猛发展；创造学在日本的普及，造就了600万如痴如醉的发明迷，成了日本腾飞的推进器；创造学在中国的推广，虽然还不到30年，就已经显示出巨大的威力，它已经成为企业开发创造创新能力的首选课程，成为各级学校开展创造教育、素

质教育的主要理论依据和方法宝库。

为了提高中国企业的创新能力，发挥创造学理论在自主创新中的特殊作用，在中国创造学会理事长万钢教授，中国创造学会的创始人、著名创造学家袁张度教授和中国创造学会秘书处的大力支持和帮助下，在广东省创造学会筹备委员会各位同仁的共同努力下，我们根据目前企业自主创新的实际需求，针对在创新活动中遇到的实际困难，策划、组织和编写了这套丛书。

本丛书的目的在于：向中国企业界提供一套体例新颖、内容科学、结构完整、案例丰富、具体实用、深入浅出的企业创新通用读本和教材，重点解决怎样自主创新的实际问题，成为实现自主创新战略的宣传队、播种机、推进器和工具库，为推动企业的自主创新尽微薄之力。我们特别注重的是该丛书的新颖性、可读性、实用性和可操作性，努力使读者通过学习和实践，破除创新的神秘感，坚定自主创新的信心，增强创新意识，培育创新精神，提高创新思维能力，掌握创新技法，把创造学的理论用到技术创新、营销创新、品牌创新、战略管理创新、组织管理创新、人力资源管理创新、心理与行为创新、文化创新和教育创新之中，使中国的企业家、专业技术人员、管理人员以及基层员工都真正乐于创新、敢于创新和善于创新，成为提高企业创新能力和核心竞争力的主力军。

本丛书以创新为主导，无论是内容、结构，还是实用性等方面，相信会受到高等院校工科、经管、商贸等相关专业师生的欢迎。

丛书的编写和出版得到许多领导和朋友的大力支持。万钢理事长在百忙中为丛书作序；袁张度教授向我们提出许多有益的建议；年逾古稀的江苏大学吴守一教授亲自审阅了部分书稿并提出重要的修改意见；中国创造学会秘书处给我们许多支持；佛山市青年企业家协会特地组织部分企业家与丛书作者会面，对丛书的编写提纲提出非常宝贵的意见；中山大学出版社叶侨健社长、蔡浩然总编、文科编辑室刘学谦主任以及各位责任编辑自始至终都十分重视丛书的出版并付出了辛勤的劳动；广东省企业家协会、广州市国税局等也给予了各种形式的支持，借此机会一并致谢。

虽然我们力求让每一位读者开卷有益、各有所得，但是，由于我们对自主创新的研究还很不够，水平有限，丛书必有不足之处，敬请有关专家和广大读者不吝赐教。

中国创造学会“现代企业自主创新”丛书编委会
2006年10月31日

前言 9

Preface

(美) 艾伦·鲁滨逊及萨姆·斯特恩在其名著《企业创新力》中指出：“现在企业内所发生的创新行为，多数都未经计划，而且往往发生在最意想不到的情况下。”他总结出企业创新力的六大要素是：团结、自发活动、非职务行为、意外发现珍奇事物的本领、各种激励要素和企业内部交流。显然，这六大因素都与员工的心理状态与行为模式有着密切关系。

在“管理就是服务”这种人本思想的管理理念变革与构建过程中，人的创造性，尤其是员工的创造性越来越受到组织的密切关注。管理心理学和行为科学的大量研究以及组织实践证明，只有“以人为本”的组织才可能成为健康、富有生气和持续创新发展的组织。但是，管理者更应该深刻地认识到，“以人为本”的完整准确的描述是“以各不相同的人为本”，而不是以某个人为本或以某个特定的人为本。

企业管理的心理学化是 21 世纪企业管理的趋势，而且正在成为一种潮流。它是现代企业提高自主创新能力的基礎。这里的心理学化既意味着企业家和高层管理者必须学会用心理学的基本理论来指导管理，善于调节和缓解自身心理压力，善于发现和疏导员工的心理障碍，使员工的创新潜能得到充分的释放，把因为心理障碍而产生的可能后果减少到最低程度，使企业成为既有统一意志，又有个人心情舒畅，既有纪律又有自由的生动活泼的和谐组织。如欧美一些企业在选择中高层管理人员时采用评价中心的方法，用信度和效度高的心理学技术对候选人已具备的能力、发展潜力进行全面了解；为保持和提高员工的心理健康度，要求员工定期接受心理咨询；运用行为疗法对员工的不良行为进行改善；等等。日本一些企业设置了放松室、发泄室、茶室等，以缓解员工的紧张情绪。

擅长于管理的公司关心它们的员工，视员工为公司最重要的资源。现代组织不只是办公室和设备。无论是一家企业还是政府机构或非盈利性组织，其灵魂都是使它得以运转的那一群“人”，是那些管理、生产、销售、服务和操作

机器的人给组织以生命，并塑造着组织的性格。1996年，《财富》杂志在“评选全美100家最佳雇主公司”的年度专刊中说：“这些公司的员工们为他们的老板唱赞歌，甚至宣称他们为自己属于这个公司而感到自豪和骄傲。”究竟是什么原因使得这些公司与其他公司如此不同呢？是它们对员工的关注和员工对公司事务的适度参与。可见，开明的公司会通过各种方法为其员工创造更好的工作环境，例如，对公司财富更大程度的分享、更多的工作乐趣、通畅的沟通渠道和高效的沟通效率、员工更大程度的参与、公司对员工的工作—家庭问题更加的体贴和有效的援助，等等。但是，一个很棒的“工作环境”是否意味着企业能够高效的运转呢？《财富》杂志（1998）的研究发现：“斗志昂扬和出色的业绩的确是手拉手地一起出现的。”最能够影响一个公司绩效和利润的行为就是员工的生产力、缺勤率和流动率。员工的工作行为和态度有关，而态度又源于一系列复杂的心理活动。显然，员工对自身、领导、同事和公司的感受会直接影响他们的行为。

现代科学管理的使命在于：一是借助于协助员工实现自我管理来完成组织管理目标；二是借助于组织目标的达成促进员工个人主体性发展、主体价值的最大化发挥和体现；三是自我管理是管理科学成功的基础和管理目标达成的前提。显而易见，这个重要使命的实现离不开心理学的加盟。心理学就是研究人性的科学，就是研究心理与行为的发生、发展规律的科学。它的目标和宗旨是描述行为、解释行为、预测行为和控制行为。因为人性中除了有理性成分之外，更有情感的、非理性的、观念引导的成分。人的行为只能部分地由先前的环境事件或行为结果决定，一些最重要的行为是从创新的思维过程中产生的。个人对现实的反映可能与客观世界不符，但与个人思维及想象世界中的主观现实是一致的。人的动机具有多元化，主要包括四对元动机状态：有目的和超越目的、顺从和逆反、控制和同情、自我中心和他人取向。因此，心理学可以和企业的激励、组织、沟通、人力资源管理、教育培训等相关工作有机地结合。

本书设计的出发点是紧紧围绕“工作情景中的员工”，深入分析其绩效行为的内在决定性心理因素，从管理者和员工的内隐性心理改善和行为有效创新层面有机结合，提供实效的干预措施和训练方案，最终落脚点是提升组织的持续创新性和员工的自我成长。

在此书和广大读者见面的时刻，我要感谢我的研究生谭伟、方力慧帮助收集了国内外大量文献资料并以极大的热情参与了第二、三、四、五、六章的部分撰写工作。对所用资料的作者也表示深深的谢意。另外，在整个创新丛书写作和调研过程中，以下各位政府机关、企事业单位和教育培训界的朋友给予了大力支持和帮助。他们是：广州市人事局人才培训中心人力资源部唐安平部

长，广州市电车公司总经理林民宪，广州交通集团总经理杨季良，广东省佛山市思创企业咨询管理顾问公司总经理赵辉，佛山市南海区团委书记梁耀斌，南海区青年企业家商会秘书长杨志华，南海区青年企业家商会副会长张澍生、胡启华和一些商会理事。中山大学出版社的领导给予了极大的支持，责任编辑刘学谦女士在本书出版过程中做了大量细致的工作。在此，诚挚地感谢给予帮助的各位专家学者和各界朋友。

鉴于作者能力与水平的限制，书中可能存在诸多不尽人意之处，敬请同行与广大读者提出，以共同商榷。请用 E-mail: liuya@scnu.edu.cn 与我联系。

刘 勇

2006 年 10 月于华南师范大学

目录 Contents

第一章 现代企业心理与行为

一、归因与知觉行为	(2)
(一) 归因：知觉行为的原因	(2)
(二) 归因理论	(3)
(三) 归因偏差	(4)
(四) 社会知觉效应	(5)
(五) 员工印象管理	(8)
二、需要与行为	(9)
(一) 马斯洛的需要层级论	(10)
(二) 赫茨伯格的双因素理论	(11)
(三) 麦克利兰的成就动机理论	(12)
三、激励与行为	(13)
(一) 激励与激励理论	(13)
(二) 建立员工的工作动力和信心	(14)
(三) 营造激励性的组织氛围	(15)
(四) 科学有效的绩效评估实现激励功能	(21)
(五) 运用奖励机制实现激励效果	(21)
(六) 以需求和目标为中心进行高效沟通实现激励效果	(23)

四、态度与行为	(25)
(一) 态度的本质	(25)
(二) 态度的功能	(26)
(三) 员工态度改变的理论与方法	(27)
(四) 态度是管理的最高境界	(30)
五、心理契约与情感管理	(31)
(一) 什么是心理契约	(31)
(二) 心理契约是增强组织凝聚力的内在手段	(31)
(三) 心理契约科学化管理的四项原则	(32)
(四) 情感化管理	(33)
六、满意度、组织承诺与忠诚管理	(35)
(一) 工作满意度的要素及提升策略	(35)
(二) 组织承诺的要素及提升策略	(37)
(三) 忠诚管理的意义和策略	(39)
心理测试一 工作满意度调查问卷	(40)
心理测试二 组织承诺问卷	(42)

第二章 企业创新的精神品格：组织人格发展适应

一、组织的发展性人格	(44)
(一) 人格与组织发展性人格	(44)
(二) 组织的发展性人格特征	(45)
(三) 培养组织发展性人格的策略	(47)
二、组织的适应性人格	(48)
(一) 组织的适应性人格特征	(48)
(二) 组织人格适应的紧迫性	(50)
(三) 培养组织适应性人格的策略	(51)
三、组织的障碍性人格	(52)
(一) 组织的障碍性人格特征	(52)
(二) 如何矫正组织的障碍性人格	(55)
四、企业家人格与 EQ	(57)
(一) 谁是真正的企业家	(57)
(二) 什么是 EQ	(57)
(三) 企业家“大五”人格	(58)
(四) 提升企业家 EQ 的策略	(59)

五、企业家人格与领导力	(61)
(一) 领导力是企业家人格的外化	(61)
(二) 企业家人格是领导力的助推器	(62)
(三) 企业家人格如何转化为领导力	(66)
六、企业家人格与组织文化建设	(69)
(一) 组织文化建设的价值	(69)
(二) 企业家人格是组织文化建设的核心	(72)
(三) 企业家人格如何有效帮助企业文化的建设	(73)
心理测试一 领导力测验	(75)
心理测试二 EQ 测验	(77)

第三章 企业创新的心理导向：组织变革适应训练

一、组织变革与员工心理适应	(80)
(一) 组织变革的困境和心理成本	(80)
(二) 员工适应组织变革的策略	(83)
二、情绪控制训练	(85)
(一) 什么是情绪	(85)
(二) 情绪管理的策略	(86)
(三) 不同类型的人如何有效地控制情绪	(87)
三、自我认知创新训练	(90)
(一) 自我认知的偏差	(90)
(二) 自我认知的方法	(91)
四、自信度创新训练	(95)
(一) 高自信度的人的特征	(95)
(二) 提升自信度的训练程序	(96)
(三) 增强自信度的策略	(99)
五、员工工作动机训练	(100)
(一) 工作动机的产生和功能	(100)
(二) 工作动机的激发策略	(102)
(三) 工作动机激发的组织策略：工作再设计	(103)
心理测试一 自我认知测验	(106)
心理测试二 你是否自信	(107)

第四章 企业创新的能力发展：组织技能创新训练

一、公关能力创新	(112)
(一) 什么是公关能力	(112)
(二) 提升危机公关能力	(112)
(三) 公关能力创新策略	(115)
二、心理营销能力创新	(116)
(一) 心理营销重在赢取顾客忠诚	(116)
(二) 社会关系与营销策略	(118)
(三) 创造性营销策略	(120)
三、团队建设能力创新	(123)
(一) 团队建设：组织的持续竞争力	(123)
(二) 提升团队建设能力的策略	(124)
(三) 团队建设的误区及对策	(126)
四、组织谈判能力创新	(129)
(一) 谈判是一种心理战	(129)
(二) 谈判能力及谈判类型	(130)
(三) 提升组织谈判能力的有效策略	(132)
(四) 平衡企业利益相关者的谈判策略	(135)
五、组织创造性评估	(137)
(一) 创造性是组织创新的内在心理机制	(137)
(二) 组织创造性思维的培养	(138)
(三) 组织创造力的评估方法	(140)
心理测试一 公关能力测验	(142)
心理测试二 贝尔宾团队角色测验	(144)

第五章 企业创新的心理契约：生涯管理协调发展

一、生涯管理概述	(150)
(一) 什么是职业生涯管理	(151)
(二) 职业生涯管理产生的背景	(151)
(三) 生涯规划的理论模式	(153)
(四) 职业生涯规划的价值	(161)
(五) 职业生涯管理的特点	(163)
二、组织生涯管理方法	(165)