

21世纪中国商界人士必读之书

## 走出中国管理的 围城

到底有没有中国式管理？

中华民族的复兴一定需要中国式管理吗？

中国式管理到底有没有实效？

如何处理中国管理现代化与中国传统文化的关系？

如何处理中国管理现代化与西方文化的关系？

中国哲学加西方管理科学是否可以构筑中国的世界级管理？

儒家文化圈的成功之道是不是中国式管理？

海外华裔的成功之道是不是中国式管理？

中国领先企业的成功之道是不是中国式管理？

中国企业的特殊环境会产生中国式管理吗？

打造中国世界级企业的根本障碍是什么？

如何完成中国文化的复兴和中国世界级管理的构筑？

张 羿◎著

后现代管理开创者

张羿先生最新力作

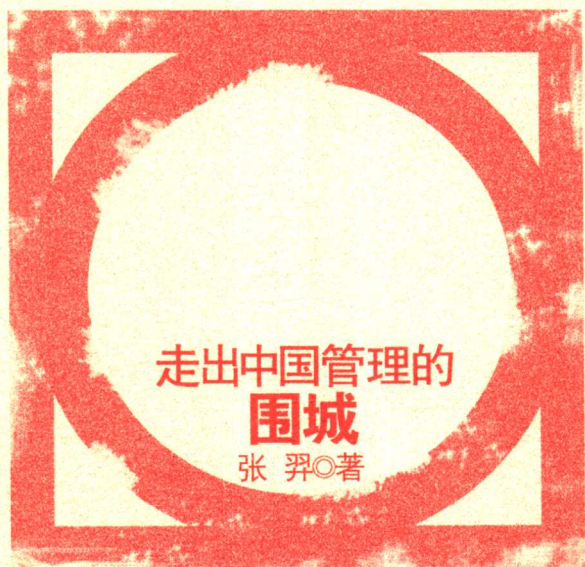


# 中国式管理

# 批判与建构

中国时代经济出版社





走出中国管理的  
**围城**  
张 羿◎著

中国式管理  
**批判与建构**

图书在版编目(CIP)数据

中国式管理批判 / 张羿著. —北京:中国时代经济出版社,  
2007.1

ISBN 978-7-80169-983-1

I. 中... II. 张... III. 企业管理-研究-中国  
IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 161506 号

中国  
式  
管  
理  
批  
判

张  
羿  
著

出版者 中国时代经济出版社  
地 址 北京东城区东四十条 24 号  
青蓝大厦东办公区  
邮政编码 100007  
电 话 (010)68320825(发行部) 68320422(编辑部)  
(010)88361737(邮购)  
传 真 (010)68320634  
发 行 各地新华书店  
印 刷 北京市白帆印务有限公司  
开 本 787×1092 1/16  
版 次 2007 年 1 月第 1 版  
印 次 2007 年 1 月第 1 次印刷  
印 张 12.25  
字 数 216 千字  
印 数 1-8000 册  
定 价 25.00 元  
书 号 ISBN 978-7-80169-983-1

版权所有 盗版必究



# 序 言

## 中国管理十字路口的徘徊

中国经济的迅猛发展，以及企业对管理的迫切需要，使得管理学成为当今中国名副其实的显学。尽管管理学家群体还没有获得经济学家群体那样显赫的话语权，但各种管理思想依然层出不穷地出现在中国管理的舞台上。

### 中国式管理产生的历史背景

然而，在中国管理热闹的背后，真正源于管理实践和具有独创性，并能对中国企业起到切实指导作用的管理思想体系，却几乎还没有出现。在那些令人眼花缭乱的所谓“管理体系”中，我们看到了许多粗制滥造的初级管理学，或者是打着管理的旗号，而与真正的管理相距甚远的伪管理学说。

中国管理界目前的混乱状况与西方现代管理发展的早期殊为不同。早期的西方管理科学，尽管并不完善，但像泰罗科学管理这样的管理体系却实实在在地为企业提供了一套切实有效的管理工具。

而在当今中国，很多流行的所谓管理学说，却更像是一种表演。众多对管理还是门外汉的表演者，却以专家的身份，将管理学中搀入大量与实际的管理无关的非科学因素，进行梦呓似的演出。而这种业余水平甚至带有江湖性质的演出，竟也赢得了大批的观众！这不能不说是当今中国管理界的独特现象。

这无疑反映了中国企业管理者的无所适从。我们面对的是一个特殊的时代。全球化把中国企业放在了世界市场风暴的中心，必须采取跨越式的发展战略，才能够赢得未来。于是，如饥似渴地学习各种管理思想成为中国企业的时髦之举。

然而，在竞争激烈、节奏飞快的企业实践中，很多企业并不能真正静下心来认真学习管理。急功近利的心态，使得很多中国企业在學習西方成熟的管理体系时，往往只学了一点皮毛，自然也就起不了太大作用，甚至会起反作用，于是滋生了对西方现代管理的怀疑。同时，一大批企业在没有任何管理理论指导的情况下，靠着对机会的把握和勇往直前的创业精神，在短时间之内也得到了快速的发展，必然会产生不同程度的自满情绪。

加上中国经济总体的繁荣，许多人就觉得应该总结中国自己的管理，以指导中国企业走

向世界，并区别于西方现代管理或其它管理。

中国式管理正是在这样的背景下诞生的。应该说，中国式管理迎合了一大批对中西文化和现代管理缺乏系统认识的人，而它对中国企业的实际影响是负面因素多于正面因素，尽管中国式管理倡导者的动机可能是良好的。

## 中国式管理陷入了怎样的误区

### 1. 把非科学因素掺入管理科学

中国式管理举起了“中国”这面大旗，无疑会在短时间内聚拢国人的眼球。但它在中国复兴的伟大时代，实质上却是不合时宜。中国式管理高喊“21世纪是中国式管理的世纪”等令人振奋的口号，以此来挑动中国人的民族主义情绪。却不知道民族主义在全球化的今天，对于中国的发展并没有实质的益处。

在中国式管理的倡导者看来，无论是日本管理还是美国管理，都已属昨日黄花，惟有中国式管理可以拯救世界。这些立论都缺乏充足的依据。在基本立论缺乏依据的前提下，中国式管理又将诸多非科学的因素掺入管理科学，甚至以非科学的因素来取代表管理科学，自然会得出大量违反管理科学本质和脱离管理实践的结论。

### 2. 对西方现代管理的简单否定

中国式管理还对西方文化进行了非理性的棒杀。中国式管理无视西方从古希腊到文艺复兴、从现代到后现代所积累的全部丰富的人文遗产，认为西方文化有价值的不过是“科技”或“术”的部分。这种对西方文化的简单化理解是完全违背事实的。

在此错误前提下，中国式管理对西方现代管理的全部成就，特别是西方现代管理的文化和哲学基础，进行了彻底的否定，从而得出了用中国哲学加西方管理科学，甚至用中国哲学拯救西方现代管理的振奋人心，却远离现实的结论。

事实上，西方现代管理在不断的自我超越中并没有任何衰落的迹象。尽管中国企业已经开始国际化进程，但中国企业的管理水平与跨国公司相比还有很大的差距。在此背景下，去构筑一种完全脱离整个现代管理体系的中国式管理，是不合时宜的。

### 3. 纯粹从古代思想中寻找源泉

尊重传统文化无论对中国还是西方都是重要的。但中国式管理混淆了“传统”与“古代”两个概念。它所谓的“中国传统文化”，实际上只是“中国古代文化”，而且是狭义的古代文



化——“先秦文化”。

在全球化背景下，文化已走向融合，世界各民族都在相互学习。任何民族要想发展，就必须吸取人类一切优秀的文化。卡尔·马克思早就说过类似的话。

事实上，引导中国革命的马克思主义也是一种传统，却并不是中国的传统。我们要的是先进文化，而不是某种虚荣的“符号”。全球化时代，我们继承的应该是“人类的”遗产，而不是“东方的”或“西方的”的遗产，更不是“古代的”的遗产。

尤为关键的是，无论中国古代文化有多少合理的因素，像中国式管理这样，把它上升到现代管理思想指针、并试图一统世界的做法，都是十分偏激的。

#### 4. 所提倡的管理思想脱离现代企业管理实践

立论的缺乏依据，大量的非科学因素顶替管理科学，其结果必然是：整个“管理体系”完全脱离现代企业管理实践。

因此，中国式管理到目前为止，还没有真正成功的案例可以支撑。中国式管理所推崇的“亚洲四小龙”，以及“台湾中钢”等案例，其管理之道实质上并不是所谓的“中国式管理”，而是中西合璧的现代管理。

#### 5. 将一些特殊的原则普遍化

中国式管理致命的逻辑错误在于，将一些特殊的原则普遍化，把一些个性化的因素放大，使之成为放之四海而皆准的“真理”。这完全违背管理科学研究的基本精神。

比如中国式管理将存在于某些中国企业管理者身上的一些有悖于现代管理的做法，夸大可以为统一世界的管理准则。像中国式管理所倡导的“有话不直说”、“会而不议”等原则，都是与现代管理实践格格不入的。尽管它们确实反映了中国传统文化的一些特色，但却是现代管理者应该彻底放弃的陋习。这些极为特殊的做法，怎能成为21世纪管理的普遍真理呢？

## 中国管理十字路口的徘徊

中国式管理之所以会把诸多非理性因素掺入管理科学，并陷入以上种种思想误区，反映了当今中国管理界价值的迷茫。传统文化已无力承担重建价值的历史使命，而新的文化又暧昧未明。

世界上只有东西两大文明体，我们不可能超越这一现实去构筑乌托邦。从继承人类文化遗产的角度而言，我们真正面对的至少应该有四个传统：中国古代传统、中国近现代传统、西方



古希腊——文艺复兴传统和西方基督教传统。而中国式管理却将“传统”限定为中国古代传统中的“先秦传统”，这种偏颇的思想取向是无法构筑中国的世界级管理的。

我们既然可以和外国人合资搞企业，就应该和外国人进行精神层面的对话，否则我们的国际化将遭遇根本的困难。联想任用阿梅里奥这个美国人为CEO，表明联想已经在超越文化屏障。联想是中国企业的榜样。我们要的是民主和富强，而不是虚荣！

我们的传统不仅叫“中国”，更不可能叫“先秦”。全球化时代，我们必须理性对待一切人类传统，才有可能完成价值重建的历史使命，使中国管理早日终结十字路口的徘徊。

## 21世纪的中国需要什么样的管理科学

在精神价值重建的基础上，我们才有可能找到构筑中国世界级管理的科学路径。而中国的世界级管理是不需要贴上“中国式”标签的。

### 1. 我们需要理性的管理科学

21世纪的中国需要理性的管理科学。这原本是一个不需要强调的基本原则，但中国管理界的浮躁使我们不得不重复这一基本论调。

所谓理性的管理科学，首先就是拒绝任何不属于管理学的非科学因素。衡量管理科学价值唯一的标准是其对管理实践的有效性。管理科学与虚荣没有关系，管理科学对国家、人类的贡献是通过科学的体系，而不是单纯的爱国主义情操。保留传统文化精粹与管理科学构筑之间，不是简单的关系，而是辩证的复杂的关系。传统文化不一定都与管理有关，更不一定都有益于现代管理科学的构筑。

### 2. 我们需要中西合璧的管理科学

像中国式管理那样，从文化层面比较中西两大文明的优劣，是毫无意义的。以哲学而论，中国有老子、孔子、墨子、王阳明、朱熹、熊十力、梁漱溟……西方有苏格拉底、柏拉图、亚里士多德、康德、黑格尔、马克思……中西文化的根本区别不在于哲学的高下，中国有优秀的哲学，西方同样有优秀的哲学。

事实上，就传统而言，无论是中国文化还是西方文化，都悠久灿烂，辉煌无比，但同时也都存在固有的缺陷。片面地高扬任何一种文化，都不是科学的态度。

文化如此，管理亦然。因此，毫无疑问，构筑中国的世界级管理，必须秉持中西合璧的基本科学精神，才有可能取得真正的建树。



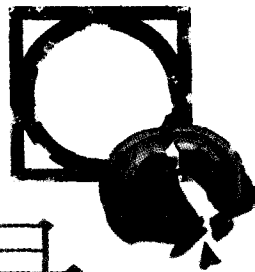
### 3. 我们需要普世性与民族性融合的管理科学

民族性与文化特殊性的存在是必然的。从这一角度而言，管理的方特色也是必然的。但这绝不是我们高举“中国式管理”大旗的充分理由。

在关注文化特殊性的同时，我们必须注意到，在管理科学中，人性的普遍性远比文化的特殊性更为重要。这不仅是管理科学本质的要求，也是全球化背景下管理实践的要求。

21世纪的中国管理若要具备与世界管理对话的能力，就必须淡化对文化特殊性的强调。在一家公司的分支机构遍布全球和员工肤色各异的情况下，人性研究而不是民族性研究对于中国世界级管理的构筑无疑才是核心的因素。





# 目录

## CONTENTS

---

### **第一章 中国式管理流行的背后 1**

- 一、中国式管理：一种管理时尚的流行 2
- 二、治疗西方管理“水土不服”的错误药方 3
- 三、厘清中国式管理问题的重要意义 5

### **第二章 中国式管理思想基础批判 7**

- 一、中国式管理之源头批判 8
- 二、中国式管理之世界观批判 12
- 三、中国式管理之辩证法批判 15

### **第三章 中国式管理核心原则批判 19**

- 一、中国式管理“三大主轴”批判 20
- 二、中国式管理组织原则批判 23
- 三、中国式管理计划与执行原则批判 27
- 四、中国式管理考核与激励原则批判 36
- 五、中国式管理沟通原则批判 43
- 六、中国式管理领导原则批判 46

## **第四章 中国式管理的理论漏洞 51**

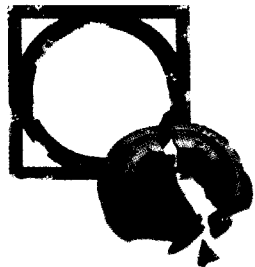
- 一、中国式管理的理论漏洞之一：忽视事实 52
- 二、中国式管理的理论漏洞之二：不求甚解 53
- 三、中国式管理的理论漏洞之三：颠倒是非 55
- 四、中国式管理的理论漏洞之四：权威导向 57
- 五、中国式管理的理论漏洞之六：思想肤浅 58

## **第五章 中国式管理的实践悖论 61**

- 一、中国式管理实践悖论之一：圆通还是权谋 63
- 二、中国式管理实践悖论之二：仁爱还是无情 64
- 三、中国式管理实践悖论之三：轻松还是疲劳 65
- 四、中国式管理实践悖论之四：智慧还是狡黠 66
- 五、中国式管理实践悖论之五：有效还是无效 67
- 六、中国式管理实践悖论之六：灵活还是混乱 68
- 七、中国式管理实践悖论之七：创造还是破坏 70
- 八、中国式管理实践悖论之八：科学还是迷信 71
- 九、中国式管理实践悖论之九：人性还是反人性 72

## **第六章 从管理科学的本质看中国式管理 75**

- 一、从科学范式的普遍性看中国式管理 76
- 二、中国哲学加西方管理科学的悖论 77
- 三、管理的中国特色不等于中国式管理 81
- 四、中西融合背景下的中国管理科学构筑 82



## **第七章 从美日中管理的对比看中国式管理 85**

- 一、错误的前提：中国式管理关于美日中管理的对比 86
- 二、“美国式管理”的本质及其自我超越 94
- 三、“日本式管理”的本质及其自我超越 97
- 四、从美日管理的本质看中国式管理 101

## **第八章 “亚洲四小龙”与中国式管理的证伪 103**

- 一、拼贴文化与香港管理 104
- 二、多元文化与台湾管理 105
- 三、混合文化与新加坡管理 106
- 四、“拌饭文化”与韩国管理 107
- 五、亚洲“四小龙”的成功之道不是中国式管理 108
- 六、企业案例 109
  - 案例1、台湾“中钢”：中国式管理的虚假“典范” 109
  - 案例2、施振荣与台湾宏碁的超文化管理 112
  - 案例3、李嘉诚：超越中西的管理大道 116

## **第九章 中国式管理与中国企业国际化困境 121**

- 一、拒绝中国式管理：新联想文化的跨国整合 122
- 二、超越中国式管理：万科与世界级企业的真正差距 127
- 三、中国式管理与TCL国际化迷局 132
- 四、华为模式变迁：从狼性文化到羊性文化 135
- 五、海尔之道：中国文化烙印≠中国式管理 139

## **第十章 中国式管理与中国企业现代化迷思 145**

- 一、中国式管理迷思之一：存在的就是合理的 146
- 二、中国式管理迷思之二：对西方文化与现代管理的简单否定 147
- 三、中国式管理迷思之三：“道”与“术”分离的悖论 147
- 四、中国式管理迷思之四：对传统文化的片面继承 148
- 五、中国式管理迷思之五：主要概念和思想基础缺乏逻辑与实证 149
- 六、中国式管理迷思之六：核心部分不符合现代企业绩效要求 149
- 七、中国式管理迷思之七：全球化背景下的自我封闭 150

## **第十一章 探究中国管理变革的内在结构 153**

- 一、全球化与中国管理的混沌变革 154
- 二、中国国企的混沌变革 155
- 三、中国民企的混沌变革 157
- 四、中国乡镇企业的混沌变革 160
- 五、中国乡镇企业变革启示 167
- 六、中国管理变革的内在结构 168
- 七、中国管理变革的科学路径 177

## **后记 从中国式管理到后现代管理的历史跨越 179**



# 第一章 中国式管理流行的背后

ZHONGGUOSHIGUANLILIXINGDEBEIHO



## 一、中国式管理：一种管理时尚的流行

中国式管理由台湾管理学者曾仕强先生创立于20世纪70年代，而中国式管理的流行却是在最近几年。

事实上，曾仕强先生的中国式管理，多年来在台湾并没有多少追捧者。由于推广较为成功，中国式管理近年在中国大陆迅速风行，不仅吸引了众多的企业管理者，也引起了管理科学界部分人士的重视，以至于形成了一股研究中国式管理的热潮。而在这些研究中，仍以曾仕强先生的研究最具代表性。

为什么一个在台湾没有热起来的管理学说，在中国大陆反而得到了热烈的追捧呢？这其中必然有其深层的原因。我们分析中国式管理在中国大陆的流行，从客观一面来说，不外乎有以下几个原因：

(1) 中国企业在引进西方管理体系的时候，有“食洋不化”的现象，因此，中国企业迫切需要结合中国管理实际的管理理论。中国式管理迎合了这种需要。

(2) 在中国经济起飞的过程中，中国企业的自豪感逐步增强，并盼望能够形成具有中国特色的管理体系，以与所取得的经济成就相匹配。

(3) 一些中国企业在没有完整理论指导的情况下，根据自己的经验也取得了一定的成功，因此，希望从自己的经验中总结出中国自己的管理体系。

应该说，以上这些情形都是很现实的，是中国企业管理者所面临的真实状态。这些心理状态并无好坏之分，可以用“存在的就是合理的”来解释。但这些只是中国式管理流行的客观因素。

事实上，中国式管理的流行还有更关键的因素，即在迎合了部分中国企业管理者现实心理的情况下，中国式管理的流行得益于它成功的包装与推广。

而中国式管理包装推广的成功有一个十分重要的前提，那就是，在缺少真正具有开创性的经典性管理理论的背景下，中国当今管理界实际上是一个管理时尚占主导的时代。

米勒和哈特威克的研究结果表明，大部分管理时尚具有以下特征：

- (1) 简洁（易于记忆，便于通过简单的词汇传播）；
- (2) 操作性强（具体指导管理者做什么）；



- (3) 虚伪地鼓励（承诺结果，如效率、业绩等）；
- (4) 以偏概全（万能药，在任何情况下似乎都能应用）；
- (5) 易于分割（可以片面地应用，某些功能可以嫁接到生产过程中去）；
- (6) 符合潮流（把目前存在的主要问题当做管理领域的基本问题）；
- (7) 表面新颖（将旧思想重新包装成新思想）；
- (8) 被权威承认（从管理权威及其信徒而非事实那里获得支持）。

凭心而论，中国式管理基本上吻合管理时尚的以上特征，将中国式管理定位为一种管理时尚无疑是公允的评价。而从中国式管理脱离管理实践这一事实来看，中国式管理又是一种坏的管理时尚。

管理时尚中也有好坏之分，但即使是好的管理时尚，在应用中大多是以失败居多。作为管理时尚创造者的美国管理学者哈默和钱皮曾经跟踪研究他们的“流程再造”体系的实施，结果表明，80%应用企业流程再造的企业都失败了。而客户关系管理系统（CRM）的提出者Gartner公司的跟踪研究表明，55%的CRM以失败告终。

以上两种管理时尚，是风行世界的管理工具，是经过真正科学研究的管理体系，尚且是这样的结果。那么，像中国式管理这样连立论都无法站住脚的管理时尚，如果在实践中加以大量应用，其结果无疑是令人难以想象的。中国式管理不仅无助于中国企业走向世界，反而会成为中国企业走向世界的巨大障碍。

## 二、治疗西方管理“水土不服”的错误药方

西方管理“水土不服”，是中国式管理最常提到的观点之一。然而，当我们仔细分析所谓西方管理的“水土不服”现象，就会发现事情远非如此简单。

所谓西方管理的“水土不服”，主要体现在两种现象中。其一，是中国企业直接应用西方管理失败；其二，是西方咨询公司为中国企业提供咨询失败。

事实上，这两种现象都不能一概而论。从实际情况来看，出现这两种现象的企业均属个案，而非普遍现象。

众所周知，联想、万科等中国领先企业，都是在学习西方管理的基础上才创出今日之成绩的。任何学习都不是僵化的照搬，西方管理的实施肯定要结合中国的实际。但结合中国实

际，决不等于说西方管理不符合中国实情，这完全是一种偷换概念，是不值得一驳的说法。至于说有些企业应用西方管理失败了，那也是各有各的原因，要具体案例具体分析，而不能一棒子打死。对于中国企业来说，认真学习西方管理并不是一件耻辱的事情。华为就曾经规定引进西方管理体系，一开始不允许有任何改动，先是完全照本宣科，然而才是创造。而创造也大多不是对西方管理的彻底颠覆。因为，西方现代管理至少是现阶段被实践证明的世界领先的管理体系。

再看西方管理咨询公司在中国失利的现象。事实上，麦肯锡在中国的失利并不是西方管理在中国水土不服的证明。麦肯锡在中国失败的几个著名案例——王府井百货、乐百氏、康佳、实达等，都没有充足的理由推出西方管理不适应中国这一结论。任何理论或模式在运用时都不是一成不变的，但变化的是在统一模式下的具体战略战术，而不是模式本身。比如做房地产项目咨询，选址、项目定位、环境与建筑规划、营销传播策略、销售策略等等的制订都有统一的模式为依据。但这并不等于说，每一个项目都千篇一律，那样的话，还需要什么专业咨询？拿一个模式来套不就完了吗？可事实并非如此。麦肯锡个案的失败，固然是麦肯锡的失败，但那是由于他们对企业具体情况的判断出现失误，而不是西方管理体系的问题。

王府井案例的失败，是因为麦肯锡对中国零售业发展趋势缺乏深入分析，和对王府井企业内部状况了解不够，败在具体的营销战略而不是西方竞争战略理论本身。乐百氏案例的失败也是对中国商业环境分析不够透彻，败在具体的产品定位错误，而不是产品定位的原理不适合中国，更与西方管理模式无关。康佳组织改造案例的失败是因为方案实施时机没有把握好，操作过猛，而不是麦肯锡所提出的事业部制理论本身有什么问题。实达案例与康佳类似，主要是因为实施时机不对，没有考虑到改革的渐进性，并不是程序化管理本身有问题。如果是这样，那就意味着，适合中国的永远是个人化权力模式，程序化管理永远无法在中国实施。

作为一家世界级咨询公司，麦肯锡在全球包括在中国承接项目的成功率不低于95%。如果我们能够以麦肯锡5%的失败案例来说明西方管理的失败，那另外95%的成功案例难道不是更能够说明西方管理的成功吗？因此，以麦肯锡少数失败的案例，来说明西方管理无法适应中国是缺乏说服力的。

与此雷同的是，中国式管理的倡导者还经常以跨国公司的本土化，来说明本土管理模式的重要性，以此来支撑中国式管理的存在。但跨国公司本土化的实质并不是改变他们的文化和管理模式，而是在强力推行母公司核心文化与管理模式的基础上，适当考虑区域文化特色。无论是惠普还是IBM，卓越的跨国公司无不如此。





因此，在缺乏充分证据的前提下，中国式管理就得出了西方管理“水土不服”的简单结论。而在这一错误结论下，中国式管理所开出的药方也必定是错误的。正如长江商学院院长项兵教授所言：中国式管理是把对了脉，开错了方。

### 三、厘清中国式管理问题的重要意义

在由现代管理迈向后现代管理的世界管理革命浪潮中，管理的大同必定是主流。而中国式管理理论的出现，根本原因是我们对中国现代化的本质与发展趋势缺乏深刻的洞悉。中国当今的现代化不仅与欧美的现代化具有完全不同的时代背景，与日、韩等国家现代化的环境也有很大的差别。中国现代化的背景是知识经济和全球化，而日、韩现代化的背景是工业经济和国家经济。

由工业经济向知识经济的转变，是人类社会的革命性巨变。在工业经济时代，并没有产生真正的全球化市场，因而也没有产生真正的人类文化大融合。工业经济的特点是国家经济或地区经济，在这种情况下，强调管理模式的地域性或许还情有可原。然而实际情况是，即使在工业经济时代，真正适应经济发展的管理范式也是全球统一的。日、韩管理与美国管理并没有本质的不同，而只是有一些特色上的区别。工业经济本质上不过是全球化的前奏。

如果说工业经济是全球化之前奏的话，那么，知识经济则是全球化的正式上演。换句话说，如果说工业经济代表着“第一次现代化”，那么，知识经济则代表着“第二次现代化”或“后现代化”。

中国当前现代化的本质无疑是“第二次现代化”或“后现代化”。在这样一个伟大的时代，我们必须有正确的管理理论，才可能有正确的管理实践。这对中国企业能否成为全球化时代的成功者，具有重大的现实意义。

管理最重要的固然是实践，然而没有正确的理论，就没有正确的实践。以推崇管理理论的实践性而著称的彼得·德鲁克，在《大变革时代的管理》一书中指出：

每一个组织，无论它是否为企业，都有其经营理论。确实，一个清晰、和谐一致、集中的有效理论是极为有力的。例如，1809年，德国政治家和大学者威廉·洪堡根据全新的大学理论创立了柏林大学。随后的100多年直到希特勒的崛起为止，他的理论明确了德国大学的定义，