

CHANGSHENGLI

CHANGSHENGLI

CHANGSHENGLI

CHANGSHENGLI

梁勤 / 著

CHANGSHENGLI

CHANGSHENGLI

长 盛 力

缔造富有灵商的
管理文化

THE STRENGTH TO KEEP LAST PROSPEROUS

一位创业者的心灵之旅
一位青年企业家的灵商进发
一位企业文化实践者与您的灵魂寒暄

长 盛 力

缔造富有灵商的
管 理 文 化

THE STRENGTH TO KEEP LAST PROSPEROUS

一位创业者的心灵之旅

一位青年企业家的灵商迸发

一位企业文化实践者与您的灵魂寒暄

梁勤/著

图书在版编目 (CIP) 数据

长盛力：缔造富有灵商的管理文化/梁勤著. —北京：
企业管理出版社，2006. 9

ISBN 7 - 80197 - 562 - 6

I. 长... II. 梁... III. 企业文化 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 112028 号

书 名：长盛力——缔造富有灵商的管理文化

作 者：梁 勤

责任编辑：杜 敏

书 号：ISBN 7 - 80197 - 562 - 6/F · 563

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编：100044

网 址：<http://www.emph.cn>

电 话：出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子邮箱：80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷：自贡新华印刷厂

经 销：新华书店

规 格：170 毫米×230 毫米 16 开本 27. 25 印张 450 千字

版 次：2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

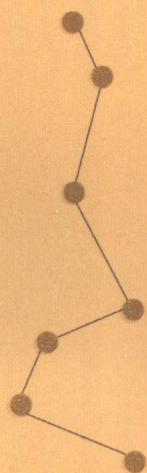
定 价：55.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责掉换



作者简介

梁勤 1963年生,经济管理专业研究生毕业。现任自贡科瑞德新材料有限责任公司总经理、高级工程师、高级经济师、高级管理咨询顾问、高级职业经理、客座(兼职)教授,中国钎钢钎具协会常务理事,国家创新基金项目评审专家,四川省中小企业协会常务理事,四川省企业家协会、企业文化研究会、咨询师协会理事,《四川有色金属》编委会副主任,自贡市人民政府科技顾问、中小企业联合会副会长。2005年被授予“四川省十大杰出青年企业家”,2006年被授予“四川省优秀创业企业家”,并被评为“中国最具影响力的500名高级管理咨询顾问”。曾先后发表《民主管理的两大课题——开发才智与关心欲求》(1988年出版)、《论加入WTO与提升国企核心竞争力》(1999年出版)、《企业文化与团队管理》(2004年出版)等论文(著)六十余万字,多次获全国、省、市“优秀论文奖”。



责任编辑：杜 敏

封面设计：1点印象
yidianren@126.com

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

前 言

长盛力——乃长盛不衰之力。

世界上千年以上的组织仅剩两个——学校和宗教。为什么呢？

因为他们是产生、制造、传承文化的地方。

文化是人类唯一不可穷尽的资源。它使我们告别蒙昧，与纯动物划清界线，它使我们的灵魂升华，人人都有可能找到真我，成长为巨人，它使我们超脱平凡，追寻梦想，在生命的真切体验中，编织美妙的故事，谱写快乐的人生。

企业也是一个生命体，是人类地球村中不可缺少的并与环境相依存的体系。

正如其他生命一样，它也有自己的生命规律。企业的生命周期是一个由产品经营向资本经营再到人本经营，由低级向高级不断循环的过程。

那么决定企业生命周期的长青密码又是什么呢？

惠普、通用、杜邦、同仁堂等百年老店的成长与成功的动力源泉又在哪里呢？

我们说是企业文化。

企业文化是企业健康成长的基因，是企业成功的核心竞争力。

企业文化管理是最高层次的团队管理，企业文化的核心任务就是提升团队竞争力；企业文化的本质与团队价值观都体现着“以人为本”，团队建设体现着企业文化的积累、总结和优化的全过程。

没有文化的企业似如沙漠，企业从优秀到卓越的过程是团队文化的创造过程，也是企业团队修炼的升华过程，未来企业的竞争是团队精神文化的竞争。

“千人同心，则得千人之力；万人异心，则无一人之用。”

本书旁征博引，引用涉及世界知名企业如微软、GE、松下、三星、福特、杜邦、沃尔玛，国内知名企业海尔、青岛啤酒、蒙牛、华为、同仁堂等公司的成功经验，结合作者所经营的科瑞德公司的管理实践，对缔造富有灵商的管理文化，构建企业长盛不衰之力进行了全面系统的探索。

HQ、IQ、EQ、SQ，现在的“Q”着实有点忙。正当管理学界纷纷扰扰，为各种商数著书立说，正名释意之际，本书“一统江湖”，首开先河提出人类成功的金字塔模型理论假设，为“Q”家族族谱排序，圈定各商数在金字塔上的位置，鉴定各商数对人类成功的价值和幸福的影响。在众多管理学著作中，可谓独树一帜，风格独具。

康商屈身承重，虽不显贵，却是必须夯实的金字塔之基；

智商、情商，位居金字塔两翼，助人展翅高飞；

灵商位于金字塔之巅,标定人类灵魂的高度,是财富指数、胆识指数、韧性指数、快乐指数、魅力指数、幸运指数、创造力指数等的集合,是人类成功的主宰力和本质动力。

人要获得成功和把握幸福,重要的不是改变世界,而是改变心态。

倡导和谐管理的呼声,强化公司责任的话题,把企业发展的强音汇入了“构建和谐社会”、“全面协调可持续发展”的主旋律。

从中国制造到中国创造,我们的企业走了多长的路?十六届五中全会把自主创新放在了国家战略的位置上,谁还会怀疑,自主创新是中国企业的根本出路?

本书从多个层面吸纳现代企业管理理论的精髓,却超越连篇累牍的专业术语,如抽丝拨茧般,层层解析,处处设喻,令读者于轻松开卷与掩卷沉思间,洞见企业有序发展的动因。

本书迥异于其他许多管理学书籍的另一看点,是在帮助读者悟出管理的真谛,摆脱种种管理的尴尬与痛苦,真切享受到管理的轻松与快乐之后,特意将通往个人成功和人生幸福殿堂的钥匙交到读者手中。但愿阅读过此书的读者,于释书掩卷之际,在不经意间能够有所感悟或启发。如此,即是本人最大之欣慰。

梁 勤

2006年8月



前 言	1
引 言 文化生态与企业团队	1

企业是一个由低级向高级发展与运行的系统,是与人类社会、自然生态密不可分的文化领域,是按一定规律和周期运行的生命体。企业成长及发展的循环过程就是企业文化与企业团队建立和完善的全过程。从企业战略的设计到制度的建立以及企业宗旨与目标的实现,都体现和凝聚着企业文化。企业文化形成于企业团队建设和发展的过程之中,体现于团队成员的企业行为之中,建设企业文化,就是构建企业团队价值观和团队精神。企业的团队凝聚力、团队协作力、团队战斗力均能展示和彰显企业文化的水平高低。

企业发展阶段论	3
---------	---

从经济学角度切入	4
----------	---

1. 经济形态(农业经济→工业经济→知识经济)
2. 宏观经济模型(计划模式→市场模式→全球一体化模式)
3. 和平发展进程(“引狼入室”→“与狼共舞”→“狼狈为奸”)
4. 供需关系(供不应求→供过于求→供需平衡)
5. 主要资本状态(“支本”→“资本”→“知本”)
6. 可持续发展模式(传统增长→末端治理→循环经济)

从社会学角度切入	7
----------	---

1. 金钱来源(挣钱→生钱,生钱→赚钱,赚钱→来钱)
2. 个人收益(相对平等→不平等→均衡)
3. 国家基本政策取向(发展是硬道理→稳定压倒一切→人民利益高于一切)

从管理学角度切入	8
----------	---

1. 管理模式(经验管理→科学管理→文化管理)



2. 管理手段(人治→法治→德治)
3. 管理者选择(熟人→能人→职业经理人)
4. 员工的遴选(技能型→智慧型→创造型)
5. 员工的培养(材→才→财)
6. 企业成长模式(内长→延伸→辐射)

从市场学角度切入 12

1. 战略选择(堡垒战略→红海战略,红海战略→蓝海战略,蓝海战略→蓝天战略)

2. 市场卖点(产品→服务→思想)
思想致富——比尔·盖茨与美国经济
3. 企业目标定位(规模→品牌→人才)
4. 企业竞争焦点(价格→性价比→创新)
5. 企业赢利模式(产品创新→运营效率→战略联盟)
6. 营销策略(打“固定靶”→“移动靶”→“飞碟”)
7. 促销手段(广告为主→公共关系为主→修炼为主)
8. 消费者需求(理性消费→感性消费→情感消费)
极限运动——唤醒和满足全新情感需求

从企业家角度切入(创业家→企业家→事业家) 18

1. “SHI”字析(事→是→势)
2. “三力”析(体力→智力→魅力)
3. “三情”析(真情→热情→激情)
4. “三助”析(自助→人助→天助)

武士比箭——功夫在画外

第一章 解析企业文化 23

文化既是科学的艺术,又是艺术化的科学。通过认识与把握企业



文化,帮助我们探求新的发展规律与创新轨迹。

扑朔迷离——掩藏在冰山下的 2/3	23
莫衷一是——企业文化概念	24
企业文化的一般特性	28
1. 企业文化的个性	
2. 企业文化的难于模仿性	
3. 企业文化的可塑性	
4. 企业文化的动态性	
5. 企业文化的整体性	
6. 企业文化的渗透性	
7. 企业文化的传播性	
8. 企业文化的传承性	
9. 企业文化的前瞻性	
企业文化的现代特征	30
1. 快鱼吃慢鱼——速度文化	
“蒙牛速度”	
2. 能力的持续提升——学习文化	
学习型组织再造通用电气	
3. 创意经济的动力源——创新文化	
星光中国芯——从“中国制造”到“中国创造”	
4. 无形价更高——虚拟文化	
5. 以竞争的形式合作——融合文化	
企业文化的功能	40
1. 凝聚功能	
2. 导向功能	



杜邦千年不变的企业法规

3. 纽带功能
4. 激励功能
5. 约束功能
6. 辐射功能

企业文化的结构 45

1. 表层——企业的物质文化
2. 浅层——企业的行为文化
3. 中层——企业的制度文化
4. 核心层——企业的精神文化(也是狭义的企业文化)
5. 轴心——企业家精神

“狼文化”与“牛文化”

文化立企——一个新公司的诞生

节约型文化的奠基人——罗伯特·沃尔顿

速度文化的开拓者——弗莱德·史密斯

第二章 企业文化造就企业神话 57

文化是软竞争力,是国家的魅力导弹。企业文化是企业的 DNA,决定着企业的性格,而性格决定命运,因而企业文化铸就了企业的灵魂,成就了长青梦想。

文化是软竞争力 57

“大长今”现象与汹涌“韩流”

企业文化是企业的 DNA 59

企业文化竞争是企业的终结性竞争 62

企业文化对世界顶级企业的影响 67

当年“新星”,如今“寿星”——从企业文化看长青企业 68



百年老字号“同仁堂”	
百年青啤酿文化	
惠普之道——文化铸就长青基业的典型	
昨日“明星”，今夜“流星”——给“烈士企业”一点掌声	73
第三章 认识团队管理	81
21 世纪，单打独斗的英雄末路，精诚合作的团队盛行。面对变化诡谲的商场竞争，人类在卓越、高效、成功的团队中寻找到了生存的价值和长盛不衰的动力。	
什么是团队	81
团队有几个重要组成要素	83
团队与群体的区别	84
四种文化背景下的团队特点原型	85
团队带来奇迹	87
盖茨团队的伙伴们	
团队应具备的三个条件	92
鱼杆和鱼篓	
天堂和地狱	
团队成员应具备的基本素质	97
团队角色理论带来的启示	101
高效率团队的人才组合	104
第四章 企业文化是团队管理的最高层次	109
企业文化是企业团队的灵魂，企业团队是企业文化的载体和土壤，企业文化建设的最高目标是持续提升团队的核心竞争力。	
企业有“文化”，员工有吗？	109
天才、奇才、怪才，皆为我用	



企业文化是特殊的团队管理模式·····	110
乔布斯为何被迫离开苹果	
文化管理是企业管理的最高阶段·····	113
微软文化的吸引力	
企业文化如何在团队中落地生根·····	116
创业团队为何不易“白头偕老”·····	121
企业文化核心任务是提升团队竞争力·····	123
IBM 帝国的企业文化	
西安杨森的感人故事	

第五章 企业文化核心体现团队价值观····· 129

“上下同欲者胜!”,团队价值观是企业文化的精
神统帅,是构建以人为本管理的设计标杆。

什么是以人为本·····	129
人本管理思想的历史沿革·····	132
企业文化的本质·····	133
建立适应性价值观·····	134
团队工作的核心是“以人为本”·····	136
企业价值观与人本管理三部曲·····	138
重新认识“人”·····	139
有人情味的管理·····	143
海尔 13 条	
人本管理中企业管理者的任务·····	145
宁做造钟者,不做报时员·····	147
向日本人学什么?·····	148



构建企业团队应遵循的原则·····	152
股神“巴菲特”的惊世之举	
科瑞德公司的价值观	
宝洁公司的信念	
第六章 金字塔模型理论假设——人类成功的基因分析·····	159
金字塔向后人展示了灿烂的古埃及文化。而金字塔假设则论述新的资本理论:康商是原始资本,智商是固定资本,情商是流动资本,灵商是无形资本,告诉您未来成功的按钮在哪里。	
成功——金字塔模型假设·····	159
康商——必须夯实的金字塔之基·····	161
精英倒下——康商闯红灯	
康商下跌的集群——高压力人群	
智商不是人生的决定因素·····	168
阿西莫夫的故事	
情商高的人更易成功·····	170
情商成就个性优势·····	172
如何提高个人情商·····	173
20个细节帮你赢得好人缘	
操之在我调控情绪	
六个妙点子送你好心情	
提升情商应克服的不良习性	
情商的聚焦——心态·····	182
成功的目标定位·····	185
哈佛成功金句·····	188



第七章 从企业文化入手提升团队情商..... 191

“千人同心则得千人力,万人异心则无一人之用”,如何使 $1+1>2$,
团队情商可以告诉您这个秘密。

团队也有情商..... 191

团队情商的内涵..... 192

团队情商的决定因素..... 195

团队情商与文化差异有关..... 196

泰国学生的“正宗川菜”

争功无缘诺贝尔

从大雁飞行看高情商团队的特征..... 198

情商决出管理水平高低..... 200

“空降部队”为何不敌“土家军” 203

宝洁公司的“常青术”

“纲举目张”提升团队情商 206

联想顺畅的沟通

IBM 内部沟通机制

培养沟通能力的方法

管理冲突还是避免冲突..... 216

第八章 灵商与幸福..... 221

灵商是一个人灵魂的高度,是一种看不见摸不着的主宰力,它是人
无形世界的“上帝”,是发现与获取幸福资源并建造成功大厦的“天眼”。

幸福是人生追求的最大目标,幸福不可捉摸,幸福若隐若现,幸福
虽不可计量,幸福公式却可以帮助我们找到幸福因子。

灵商是人类的第三只眼睛 221



灵商——看不见的主宰力	223
灵商的价值	224
生命的两层含义——灵商的知觉	
人心无价——灵商的体验	
心灵的韧度——灵商的修炼	
挫折——灵商的滋养剂	
爱——灵商的润滑液	
灵商的六种辐射力	231
自我心理定位力	
自我意识的控制力	
潜意识的浮现力	
潜能的裂变力	
下意识的机运创造与把握能力	
梦想和信念的坚持力	
灵商的溢出效应——品格力	251
灵商闪现——科瑞德公司标识设计	270
灵商理论的运用——创立“三识、三性”的人才观	271
人类追求的真谛——幸福和快乐	273
六城市幸福指数测试	
被邻居赶跑的幸福	
工作幸福指数测试	
幸福——科学家的新发现	
幸福由自己把握	279
金钱与幸福	283
如果你想要幸福	286



十件令人幸福的事

第九章 倡导执行力文化,创建学习型团队 289

执行力激活并提升人格魅力,高效的执行力是完美团队文化的特质,
执行力文化的精髓在于把复杂问题简单化,简单问题程序化,程序问题高
效化。

构建执行力文化 289

对执行力不佳的原因分析 290

执行力的楷模——《把信送给加西亚》一书中的罗文 293

执行力的关键——养成良好的工作习惯 293

团队执行力就是决胜力 295

以温州人为镜

创建学习型团队,构筑持久优势 299

希丁克的领导力和团队激励哲学

学习型组织中领导者的应有之力 304

魅力毛泽东

一言难尽克林顿

第十章 和谐管理与公司责任

——企业持续健康发展的两大法宝 313

君子和而不同——孔子

整个天是一个和谐——毕达哥拉斯

效率诚可贵,发展价更高,若为和谐故,两者皆可抛。——笔者

21 世纪是追求和谐的时代 313

北欧的和谐

知耻而后勇——反思中国以 GDP 为本的欠和谐发展文化