

实现“功利企业”向“幸福企业”的伟大转折

BUILD HAPPY ENTERPRISES

创建 幸福企业

岳川博·著



Make Enterprise
a Means for Creating Happiness

让企业成为人们创造幸福的工具



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

创建 幸福企业

企业存在的目的是一个重要的管理哲学命题，我欣喜地看到川博在这一领域的创新思想和贡献。管理学大师彼得·德鲁克曾将企业存在的目的定义为“创造顾客”，而本书中，川博不拘泥于大师德鲁克的见解，将企业存在的目的定义为“创造幸福”，把企业视为人们共同创造幸福的工具。从哲学上看，幸福是人类的终极追求，“创建幸福企业”应当成为人们追求幸福的一个重要构成。

北京大学教授、博士生导师 何志毅

川博先生是我在创建阳光保险的过程中相识的。由于我立志打造百年老店，并深知文化是企业的灵魂和“抗衰老”，于是千寻百觅，终于找到了川博先生并与之发生思维的碰撞。川博先生的文化博学和认真严谨给我留下了深刻印象，我相信他做的事是负责的。川博先生创作的《创建幸福企业》，我急切地拜读了一遍，让我深感企业的幸福创造对于助推企业进步的意义，以及企业的追求方向从利润转向幸福的重要性，非常值得研读、学习……

阳光保险集团董事长兼总裁 张维功

我们的企业幸福吗？企业家及员工幸福吗？对于这些长期以来被企业经营者忽略的问题，本书进行了系统而有益的思考，从理论到案例，从抽象到具体，为我们描述出一条“幸福企业”的可行路径。在一个以企业为主体的社会中，去思考“幸福企业创建”无疑有着更为深远的社会意义。

著名财经作家、蓝狮子出版人 吴晓波

上架建议 企业管理

ISBN 978-7-301-19523-9



9 787301 195239 >

定价：36.00元

创建 幸福企业

岳川博·著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

创建幸福企业 / 岳川博著. —北京: 北京大学出版社, 2011.11

ISBN 978-7-301-19523-9

I. 创… II. 岳… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第190261号

书 名: 创建幸福企业

著作责任者: 岳川博 著

责任编辑: 李臻

标准书号: ISBN 978-7-301-19523-9/F · 2897

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 62376499 出版部 62754962

电子邮箱: sdghbooks@163.com

印刷者: 北京同文印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 13.5 印张 149 千字

2011 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

自序一

幸福企业宣言

我们的所欲所求，都在引导生命的方向；

我们的一思一想，都在创造自己的未来；

企业，在人们的心灵中成长。

宏大的历史文明进程在自然法则和人类的思想中展开，它是不断阐发天性、体认价值、创造自我、追求幸福的过程。人类的一切创造，均为了实现自身的幸福，企业也不能例外。

我认为，创建幸福企业将是一股不可阻挡的潮流。企业存在的目的不是别的，它是人们创造幸福的工具；企业是一个功利组织，那只是特点，而不是本质；企业需要利润，那只是条件，而不是目的。

我认为，企业存在的唯一理由不是创造利润或创造顾客，而是创造幸福！

真正的幸福企业，是能够为员工创造美好人生的企业；

真正的幸福企业，是能够为客户提供价值的企业；

真正的幸福企业，是能够让企业家身心解放的企业；

真正的幸福企业，是能够为员工创造美好人生的企业；

真正的幸福企业，是能够与客户共享繁荣的企业；



真正的幸福企业，是能够增进商业文明的企业；

真正的幸福企业，不仅是一种劳动创造，也是一种生活方式；

真正的幸福企业，不仅塑造着自己，也建设着美好的社会；

真正的幸福企业，不仅是一个利益共同体，也是一个道义共同体；

真正的幸福企业，不仅解放生产力，更解放人们的心灵；

真正的幸福企业，不仅致力于有限的物质奋斗，更注重无限的精神生活；

真正的幸福企业，不仅创造财富，而且创造思想；

真正的幸福企业，不仅注重现实，而且富有理想；

真正的幸福企业，不仅创造产品，而且创造标准；

真正的幸福企业，不仅输出商品，而且输出人才；

真正的幸福企业，不仅回报人类，而且守护自然；

真正的幸福企业，不必子承父业，只需后继有人。

真正的幸福企业，尊重人性，追求真理，鼓励创造，崇尚英雄，将人们从贫困、蒙昧、保守、狭隘中解放出来。

企业的世界，是一个人性的世界，也是一个人文的世界。产品是人类劳动的物化，利润是创造的结余，市场是贡献的交换。未来的企业，将以科学管理为基础，以人文管理为方向，以创造幸福为目标。

创建幸福企业，意味着一个旧的企业管理时代的结束，一个新的幸福企业时代的来临。未来企业必须从根本上转变其管理的哲学。

自1911年美国科学管理之父弗雷德里克·泰罗提出科学管理理论以来，现代企业管理理论已经经历了整整一个世纪的嬗变、发展，越来越多地渗入了人本理念和人文精神，体现了管理世界的与时俱进

与自我革新精神。然而，我们更期待管理世界的一场真正革命。这场革命将颠覆“资本主义”的固有逻辑，把人们从“资本”的压榨中解放出来，确立人的主体地位，把人们从功利主义的价值观中解放出来，不再以金钱为尊，而是以幸福为荣。

幸福企业观不仅仅是一种企业观念，还有一种革新国家发展观、人类发展观的重要力量。中国当代社会的一切矛盾与问题的根源，均与物质主义的急剧膨胀有深刻的关联。物欲的横流将人们带入黑暗和蒙昧，我们开始见证人性的堕落、疯狂的掠夺、严重的两极分化、自然生态的破坏、对生命健康的践踏。中国必须终结这个功利主义猖獗的时代。

创建幸福企业的本质，是功利发展观向全面发展观的重大转变。我们期待，幸福企业理论成为一个企业管理理论变革的里程碑，一个创造幸福人生、幸福国家乃至幸福世界的新思维。

功利是有限的，而生命的幸福之树常青！

让我们行动起来！

自序二

企业是人们共同创造幸福的工具

我把以“利润最大化”为目的的企业哲学视为“企业资本主义”，而把以“创造幸福”为目的的企业哲学视为“企业幸福主义”。从“企业资本主义”转向“企业幸福主义”便是本书的核心思想，我认为，当下创建幸福企业的春天已经来临。

佛经上说：“一念迷，则是众生；一念觉，则是佛。”人之所以痛苦，在于追求了错误的东西。

“种瓜得瓜，种豆得豆。”希望和结果都在人们的心灵中生长。如果企业在自身的价值世界中种植的是金钱的种子，那么收获的就是金钱；如果种植的是幸福的种子，收获的就将是幸福。我相信，幸福比单纯的经济利益更能召唤人们内在的精神力量，从而创造出拥有无限生命力和文化底蕴的企业。

本书写作的基本目的，是还原企业本来的面目，探寻企业存在的目的，阐发人生的真谛，赋予职业更高的价值和意义。

我们生活在一个信奉物质主义的时代，对许多人而言，财富已经超越了其自身的价值，成为一种万能的存在。这种可怕的金钱万能观，使得人和企业存在的目的和意义，也被简单地物质化、工具化、功利化。许多企业和个人，得到了财富，却迷失了自我，远离了道义、健康、自由和幸福，少数人甚至为财走险，身陷囹圄（2011年7月，据有关报道，中国内地8年来共有32位亿万富翁死亡，其中15人死于他杀，

17人死于自杀)。随之而来的是社会中严重的两极分化问题，极少数人占据绝大部分财富，由此形成了社会的矛盾、对立，酝酿着潜在的社会危机。毫不夸张地说，目前过度追求财富的主流价值观不仅有悖于个人追求的幸福，也不利于社会的整体发展及和谐稳定。

我认为，企业是人们共同创造幸福的工具。这一观点的形成，始于我个人的创业。

2002年，我在北京大学企业管理案例研究中心工作。虽然职业的平台还算不错，但我仍然觉得这样的人生有许多局限性，希望通过创办一家属于自己的公司来实现一些愿望。这些愿望包括：更大的思想权和自主权，更大的自由，以及具有更大风险的财富回报（在我创业的构想中，更大的财富回报不是首要的目的，更不是唯一的目的）。在我看来，创业可以适度放大自己的人生价值。2009年，经历创业的我在《战略人生规划》一书中曾经充满激情地总结道：“创业不仅仅是财富的创造和成就的获得，更是人的成长——它是生活方式的变革、机会的创造、自由的获得、自我的完善、个性的舒展和生命质量的提升。创业常常使人生少了一分遗憾，而多了一分光辉灿烂的可能。”

2002年8月，我创办了北京财富时代管理咨询公司，并根据创业的目的和理想，为公司提出了一些基本的理念和主张。比如，“伟大——在于境界，实践——让价值产生，贡献——让彼此感动”的企业价值观，“与人为善，助人为乐，成人之美”的人际关系准则，“为个人立心，为组织立命，为中华增文明”的个人使命，以及“财富自由，思想自由，行动自由”的个人奋斗理想。这些理念和主张部分代表了我对企业存在目的的认识，而在公司运营的过程中，我也将这些理念和主张贯彻到了实践中去。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。”当今社会，许多学者的理论与实践严重脱节，提出的观点常常与现实相去甚远。我希望自己能

够避免这种学究型的空谈，在提出一个新的观点的时候，既有理论作为基础，又有大量的现实观察作为依据。幸运的是，过去特殊的职业经历让我基本做到了上述要求。为了避免个人主观意识上的局限，在本书的写作过程中，我与一些企业家、企业高管进行了许多有益的探讨，他们中的大多数对“创建幸福企业”抱有肯定和赞赏的态度，这使得我相信，本书应当有价值。

目的是一个哲学命题，特定的目的规定了事物存在、发展及其与其他事物的相互关系的依据。同样的，企业存在的目的是管理学中一个重要命题，它是企业管理实践的依据，决定了管理行为的模式和结果。这就类似人们选择旅行的目的地，不同的目的地，就会有不同的通达路径，也会有不同的风景和风情。

一直以来，主流的观点都把企业视为创造利润的工具，并以此构建了管理学的逻辑。相较而言，管理学大师彼得·德鲁克的表述略为巧妙了一些，他把企业存在的目的定义为“创造顾客”，但其本质并没有脱离功利主义的基本范畴。

从创造利润到创造幸福，不应当只是一种理想，而应当成为一种普遍的实践，这将是一个重大的认识转向。企业是一种主流的社会组织存在形式，企业人是一种主流的社会群体，因此，创建幸福企业是实现幸福人生、幸福社会、幸福中国，以至幸福世界的重要前提，也是人类文明发展方式转变的一个必要条件。

两年前我开始着手写作此书时，关于幸福企业的文章及创办幸福企业的实践寥若晨星。而当此书接近完稿时，已有一些企业因为接受了我的培训或指导，甚至仅仅因为思想的碰撞，而采取了创建幸福企业的现实行动。幸福企业在中国的实践已经暗流涌动，也许在不远的将来，就会风起云涌，形成一种潮流，变成一种共识。

我建议以下人士阅读本书：

☆ 科技创新型企业的管理者。人的创造力在充满激情的环境中才能被充分地激发出来，创造幸福的企业环境，会让企业具有更大的创造力和竞争力。

☆ 民营企业家，尤其是考虑让下一代接班的企业家。幸福企业的理念，有助于你们形成一个如何选择接班人的决策原则体系，帮助你们判断是否让子女接班的问题。

☆ 类似富士康这样的问题企业的管理人员。在企业管理的某些方面，你们已经非常优秀了，如果能在企业中增添幸福的色彩，则会有利于员工的身心健康，也有利于你们树立良好的社会形象。

☆ 陷入经营低谷的企业的管理人员。破产并不一定是由于经济上的困难导致的，正如士气的低落会导致兵败如山倒一样，企业也会因为缺乏精神信念而败落。因此，在物质条件捉襟见肘时，可用追求幸福的理念去激励员工，从而走出困境。

☆ 房地产企业的管理人员。你们处于社会矛盾的风口浪尖，若能以幸福之花，结和谐之果，则会有利你们经营环境的改善和事业的发展。

☆ 服务型企业的管理人员。幸福是可以相互感染的，以幸福的姿态服务于人，企业则可达到更高的境界。

☆ 各类创业者。你们的创业也许才刚刚开始，若能在创业的早期阶段全面审视创业的目的和意义，会对企业未来的发展有深远的、积极的影响。

很可能已经有许多企业正在创建幸福企业的道路上前进，虽然这些企业并没有使用“幸福企业”的概念。但我们注重的不是概念本身，而是企业理念与行为背后的精神实质。

目 录

自序一 幸福企业宣言 /V

自序二 企业是人们共同创造幸福的工具 / IX

第一篇 幸福企业的理论概述

第一章 论企业存在的目的 /003

第一节 当财富与幸福背道而驰 /003

第二节 德鲁克“创造顾客”学说的社会背景及不足 /008

第三节 企业存在的根本目的是创造幸福 /014

第二章 幸福企业：概念、特征与基本假设 /021

第一节 什么是幸福企业 /021

第二节 幸福企业的五项基本特征 /024

第三节 幸福企业的自我、大我及大同境界 /027

第四节 “幸福人”人性的五个基本假设 /031

第三章 从幸福企业到幸福人生、幸福中国 /035

第一节 一个物质丰富而精神颓废的时代 /035

第二节 企业是革新社会的重要力量 /037

第三节 一个新的“资本观” /040

第四章 部分优秀企业的幸福哲学 /043

第一节 海底捞——以家甲天下 /043

第二节 安利——让人生享有成就和快乐 /047

第三节 福特——因创造、分享而伟大 /053

第四节 新东方——创造希望 /056

第五节 阳光保险——用关爱创造幸福 /058

第六节 杰出企业的追求往往超越了功利 /063

第二篇 如何创建幸福企业

第五章 幸福企业的五项人本要旨 /069

第一节 尊重人的天性 /070

第二节 真诚地爱人 /075

第三节 实现员工合理的财富价值 /078

第四节 帮助员工获得成长 /081

第五节 使员工富有成就 /085

第六章 幸福企业家的三重境界 /091

第一节 企业家的原动力不是追求财富，而是创造幸福 /091

第二节 企业家的第一重境界：自我的伸张 /094

第三节 企业家的第二重境界：共同的成就 /097

第四节 企业家的第三重境界：心灵的解放 /100

第五节 家族企业传承及接班人培养 /103

第七章 幸福组织学五项修炼 /109

第一节 组织：简约为美 /109

第二节 制度：人治与法治的分野 /116

第三节 速度创造效率 /119	
第四节 信息化的时空观、战略观 /127	
第五节 竞争，使企业进化 /130	
第八章 幸福的领导者成为下属的导师和伙伴 /137	
第一节 领导者与被领导者 /137	
第二节 作为导师的领导者 /141	
第三节 作为伙伴的领导者 /147	
第九章 幸福战略学：战略是一个扩张自我、创造希望的过程 /151	
第一节 战略是创造未来和希望的过程 /151	
第二节 描绘战略愿景的 GIVE 原则 /154	
第三节 战略是基于信念的机会主义实践 /159	
第四节 战略弹性与战略柔性 /164	
第五节 论战略集中 /167	
第十章 创建刚健有力的文化气质 /175	
第一节 论精神力量 /175	
第二节 企业文化三角形模型 /179	
第三节 自强、自信、厚德、阳光、感恩的文化取向 /183	
第四节 三“思”而后成——企业文化建设之道 /188	
第十一章 关于幸福企业的问与答 /193	

第一篇

幸福企业的理论概述

从企业功利主义到企业幸福主义，是一次新的管理革命。

第一章 论企业存在的目的

所有的事物都是为着一个目的而具有某种秩序的。

——亚里士多德

第一节 当财富与幸福背道而驰

一个发展良好的企业，应当是由物质与精神共同构成的系统。而有些企业，虽然创造了物质财富，却破坏了道德与精神，甚至破坏了人生的和谐与美好。

在开始对企业存在目的的理论进行探索之前，我们先来看一些触目惊心的现实。

1. “问题富豪”榜

胡润研究院 2011 年 1 月发布的《中国富豪特别报告》显示，胡润“百富榜”发榜 12 年间，共有 24 名上榜的“问题富豪”落马，而房地产和基础设施建设是产生“问题富豪”最多的行业，分别有 9 人和 4 人。