

深层管理学

SHEN CENG GUAN LI XUE

韩永学 著



哈尔滨地图出版社
HARBINDITUCHUBANSHE

浙江省企业管理重点学科基金资助

深 层 管 理 学

SHENCENG GUANLIXUE

韩永学 著

哈尔滨地图出版社
· 哈尔滨 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

深层管理学/韩永学著. —哈尔滨: 哈尔滨地图出版社, 2005.8

ISBN 7-80717-157-X

I. 深... II. 韩... III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 101767 号

哈尔滨地图出版社出版、发行

(地址: 哈尔滨市南岗区测绘路 2 号 邮政编码: 150086)

哈尔滨理工大学东区印刷厂印刷

开本: 850 mm×1 168 mm 1/32 印张: 10.625 字数: 303 千字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~2 000 定价: 28.00 元

序

深层管理学是对中外管理学的一种深层次探究，用“奥卡姆剃刀”剃掉长在“管理学”头上的荒草，若用贝尔纳的思想阐释便是只有冲破科学领域的条条框框，解开科学概念的枷锁，才能走向科学的自由王国。与其说深层管理学是一门学科，不如说它是一只“空筐”。“深层管理学”的“空筐”便如歌德所言的“自由大胆的创造与无拘无束的想象”。姚乐在其论文《中国企业最缺什么？》中提出，管理思想是企业组织运行的灵魂。他说，管理是什么？本质上它是一种思想，一种智慧，一种对管理者的思维起指导作用的方法论。事实上，管理者的管理活动是一系列分析、判断、认知、复核与筛选的思维过程或决策过程。对待管理活动应从思想层面进行分析，而非工具层面的“管理工具”的使用。正如科学管理之父泰勒所言，管理不是技术，不是工具，管理是哲学。从哲学角度分析管理活动的特点和规律，有助于企业管理的行动纲领的高屋建瓴式构筑，有助于指导管理行为和管理方法的形成与实施。如果企业家若想形成自己的管理特色，则必须首先形成自己的管理思想，这就要求企业家必须从哲学角度探讨企业自身的特点，面临稀缺性制约时，如何提高效率与获取利润最大化。企业家在面临一系列限制条件下，如何提高企业效率从而在竞争中获胜，便成为管理研究的出发点与归宿。显而易见，管理思想在企业管理中是最为核心的要素，因为管理思想决定管理行为以及管理效果。管理学这一学科如果不从哲学层面加强自身学科建设，那只能是“三流学科”的管理工具或管理艺术。高静美曾认为，管理学是一门“城市化水平”十分低下的学科，其理论不成熟、不完善，实践上又很难总结出带有普遍性的概念与规律。甚至有的学者认为，管理学不过是“小儿科”而已。这便给管理学以及管理学者提出了非常严峻的课题：管理学如何发展？其发展趋势如何？管理学者的作为在哪里？乐观派

的管理学者常常自我满足，认为历史发展到今天，可以说管理无处不在，具有极大的应用价值；而不管理论是否适用，只相信手中拥有实用主义的“管理工具”便可天马行空。这是极端悲哀的学术态度。

如若追溯古代管理思想，便会发现：原始社会的生产力发展水平极其低下，而当时的管理水平也与之相适应。随着历史的发展，管理思想亦有大发展，如埃及的金字塔、古巴比伦国王汉穆拉比颁布的第一部法典、古罗马建立的层次分明的中央集权帝国、中国的《孙子兵法》都闪现了管理思想与管理方法的火花。尽管原始社会管理方式已经萌芽，但往往不自觉地被人们利用，而且其形式、内容极其简单。如在氏族社会中往往通过传统习惯和氏族首领的威望来规范和调节部落成员的生产行动与人际关系，但却不带明显的强制色彩。进入阶级社会后，管理活动越来越自觉化，而管理的方式与方法日渐成熟。在奴隶社会与封建社会中，政治管理和军事管理发展得最为迅速，并产生了比较系统和完整的政治管理和军事管理思想。如中国孙子所著的《孙子兵法》便是这种管理思维方式的突出代表。在政治管理与军事管理以外亦出现了许多的管理方法，如沈括所著《梦溪笔谈》中的丁谓筑城、驰名中外的四川都江堰水利工程等等。近代以来，随着科学技术革命的迅速发展，管理方式与管理方法更加多样化、系统化、科学化。自 20 世纪中叶始，第三次浪潮或称第四次科技革命开始席卷全球，管理理论与管理实践均进入一个崭新的阶段。现代管理不同于传统管理，其特征有：①强化企业的系统性管理，按照加法法则实现管理的全面整合，把企业的内部因素与企业的外部环境整合起来作为一个整体来进行研究，强调整体的扩大效应、局部服从整体、企业适应环境。②注重企业整体素质的提高，强调在分工的基础上必须注意各部门之间的沟通、协调、综合与平衡，以系统目标来调节部门目标，达到整体最优。③加强多学科知识的综合应用，强调运用多学科的知识对系统进行科学的、合乎逻辑的分析、计算与预测，使定性分析与定量分析相结合，提高管理的科学性与可行性。④挖掘人的潜能，强调企

业中的人是在一定社会环境中的“社会人”，而不仅仅是经济人，从多方面激发人的主动性与创造性。⑤大力培育企业文化，强调从多方面建立企业的文化。

深层管理学是对传统管理学理论的深层探究，并以自然主义、生态中心主义、协调主义为主线，对传统管理理论进行了批判性评价，建构了以自然性、生态性、协调性为基本特征的学科框架。试图以中国传统文化的思想精髓与现代管理学实现有效嫁接，并对西方管理理论作了系统而科学地分析与借鉴，主要探讨了普遍遵循的有效管理理论，如东方的老子、庄子与释迦牟尼等人的思想与西方的泰罗、麦格雷戈与威廉·大内等学者的经典理论，从而真正实现东方管理智慧与西方理性主义管理的有效结合，进而建构中西合璧的深层管理理论的思想体系。深层管理理论是西方理性主义文化模式与东方非理性主义文化模式的整合与创新，并以复杂性科学中的耗散结构理论、混沌理论、自适应系统理论构成深层管理理论的方法论体系。

深层管理学所坚持的第一个原则是自然主义（第一章）。在任何一门学科中，“自然”作为一种观念、图像、隐喻、象征占有极为重要的位置。吴国盛认为，在西方历史上，自然主义哲学出现过两次高峰期，第一次是前苏格拉底时期，最后亚里士多德集其大成，推出了他的目的论的“自然学”理论；第二次是文艺复兴时期，最后出现了牛顿的“自然哲学的数学原理”。每一次伟大的自然主义哲学体系的出现，均意味着自然概念从错综复杂的观念旋涡中最后定型。现代性的自然概念应以科学的态度赋予全新的内涵，走出贝尔纳所言的概念枷锁。如“空间”概念，在现代成了某种先验范畴，以致一说到希腊人的“空间”概念，这个概念就被加之于希腊人了，而再要指明希腊人并没有这个概念就变得极为困难。现代关于“自然”概念的理解可以举穆勒最著名的定义。穆勒在《论自然》一文的结尾对伦理学上的“自然主义之误”作了总结，并提出：“自然一词有两个主要的含义：它或者是指事物及其所有属性的集合所构成的整个系统，或者是指未受到人类干预按其本来应是

的样子所是的事物。”2000多年前，老子对自然的解读是深刻的。《道德经》（25章）云：“人法地，地法天，天法道，道法自然。”他说的“治大国，若烹小鲜”已然成为管理学的名言。英国著名学者李约瑟曾言：“道家不仅仅是宗教和诗人的，而且也是科学的和民主的；道家思想不仅提供了中国科学的原型，而且保存着内在而未诞生的最充分意义上的科学。”如若以太极解读老子的“道”，则可以描述为：《太极图说》表述的是“太极”乃宇宙的本原，人和万物都是由阴阳二气和水火木金土五行相互作用而形成，五行统一于阴阳，阴阳统一于太极，太极又叫无极。如若延伸老子的太极思维，便可以想象出由太极图演化为零空图。零空图隐去相生相克的一对阴阳鱼，就成为空筐的结构图。

深层管理学的第二个基本原则是生态中心主义（第二章）。深层管理学中的生态中心主义原则借鉴了深层生态学的生态伦理思想，从而使企业与环境之间形成一种和谐的理想状态。奈斯建立的深层生态学基本原则是值得深层管理学借鉴的。一是生态中心主义平等原则：生物圈中的一切存在物都有生存、繁衍和充分体现个体自身以及在大写的“自我实现”中实现自我的权利；生物圈中的所有生物及实体，作为与整体相关的部分，都有平等的内在价值。二是自我实现原则：深层生态学寻求的“自我”不是西方文化传统中的自我，而是东方文化传统中的自我。深层生态学“自我实现”中的“自我”是形而上的自我，是用大写的字母“S”构成（Self），即“大我”，其与小写的自我（self），即“小我”具有本质的不同。奈斯认为，自我的成熟需要经历三个阶段：从本我（ego）到社会的自我（self），从社会的自我到形而上的自我（Self）。奈斯用“生态自我”（Ecological Self）表达这种形而上的自我。自我实现的过程，就是逐渐扩展自我认同的对象范围的过程，即“在所有存在物中看到自我，并在自我中看到所有的存在物”。

协调主义（第三章）成为深层管理学的第三个基本原则也是深层管理学深层追问的目的所在。协调主义经历了历史的进化过程，即从经验管理、纯理性主义科学管理、初级人本主义管理、X理

论、Y理论、超Y理论、Z理论到理性主义与非理性主义相结合的协调管理。在复杂性科学与东方传统文化基础上建构的具有东方管理特色的协调管理理论，能够实现现代管理理论与复杂性科学、东方传统文化的有效嫁接，并阐明协调管理理论的组织路线图是“ $1+1>2$ ”的蠕动螺旋式的超循环，其组织图谱是对立统一的、非线性的、具有灵魂与生命的旋极图。泰罗是科学管理理论的创始人，其在经验管理的基础上引进科学方法建立了泰罗制。泰罗制的目的是追求经济利益最大化，按照纯理性主义原则建立企业管理规范，其核心是科学化和标准化。100年前的泰罗创立的科学管理理论至多是准科学的、准标准化的。因为泰罗把人和物同样对待，他认为人即是会说话的机器，没有在他的科学管理理论里考虑人不但会说话，还有情绪、感情以及人的主观能动性，更不用说人的创造精神。“霍桑试验”完成了“社会人”的假设，试验结果是：人是独特的社会动物，只有把自己完全投入到集体之中才能实现彻底的“自由”。这是梅奥等人创立的“社会人”的假说。麦格雷戈的X理论强调外力的控制，而Y理论却主要依靠自我约束和自我指导。X理论挥动的是拿破仑的两条鞭子，Y理论深化的是自组织理论。在麦格雷戈本人看来，Y理论是有效的企业管理办法，并期望未来某一天X理论会变为Y理论。这是一种历史的期望，即“胡萝卜+大棒”的早日死亡，而春天的花自组织绽放。X理论的路线图是从他组织走向自组织。X理论的组织图谱是混沌的、非协调的太极图，而Y理论则是拥有非线性的“S”曲线的太极图。威廉·大内的Z理论曾轰动美国甚至世界，Z理论的理论基础是X、Y理论，可以说是对麦格雷戈理论的继承与发展。Z理论的核心依然是以人为本。协调主义寻求的是中成的“目标”，强调“关系”的重要，并强调把握复杂性系统状态下旋极系统的“度”的至关重要性，从而在复杂性科学与东方传统文化基础上建构了较为适用的“协调管理理论”。

深层管理学在自然主义、生态中心主义、协调主义三个学科理论基础上，构建并确定了其基本的研究内容。深层管理学首先强调

的是管理的自由（第四章），以庄子的自由论与记载宫本武藏的“二天一流”为主导思想，建立了“自由即发展”、“自由即限制”的基本观点。正如洛克所言：“人的自然自由，就是不受人间任何上级权力的约束，不处在人们的意志和立法权之下，只以自然法作为它的准绳。”康德说：“天赋的权力只有一个，即生来就有的自由权。”约翰·杜威也说：“自由是相对于既有的行动力量的分配情况而言的，这意味着没有绝对的自由，同时也必然意味着在某一地方有自由，在另一地方就有限制。在任何时候存在的自由系统总是在那个时候存在的限制或控制系统。如果不把某一个人能做什么同其他的人们能做什么和不能做什么关联起来，这个人就不能做任何事情。”“管理宗教”（第五章）探讨了宗教教义所体现的“善”的光辉，并对世界上主要宗教的“金规则”进行了研究，提出深层管理学应借鉴与汲取宗教的智慧与营养。如信奉宗教的民族由于具有共同的信念，信奉共同的神灵，共同参加宗教活动，因此形成把它们联结在一起的道德力量，形成共同遵从的规范化的宗教礼仪，从而把整个宗教共同体的全体成员纳入于一个共同信仰、普遍化的行为模式与统一性的宗教体制中。“第五项修炼”或“第六项修炼”所打造的学习型组织从某种意义上说便是宗教式组织。管理伦理中的核心概念是“仁”（第六章），涩泽荣一说过：“拨算盘是利，读《论语》是道德，余则相信论语、算盘二者，应该相伴随，相一致，故咀嚼《论语》的教论以为处世之信条。”因此，笔者强调无论何种企业、无论何种管理者都应“做一个普通的感恩者”。禅文化已对企业管理越发产生深刻的影响，“禅”（第七章）所强调的是禅定，按照“定生智慧”的法则实施“不智不为”的有效管理。参禅三阶段对管理者而言是极富启发意义的——看山是山，看水是水；看山不是山，看水不是水；看山还是山，看水还是水。在管理领域众所周知的美国通用电气 CEO 韦尔奇有一个经营的最高原则：“管理得少”就是“管理得好”，或者反过来说也一样：“管理得好”就是“管理得少”。其实，韦尔奇经营企业所体现的思想便是“无为”（第八章）。所谓无为，就是要遵循客观规律。自然就是客观世界的

运动规律，无为就是让自然按自己的规律去运动，而人不去妄加干涉。《老子》讲：“不知常，妄作，凶。”“HSE”已经成为企业的核心管理原则。人类正面临着职业卫生（Hygiene of occupation）、安全保障（Safety）和环境保护（Environmental protection）的严峻挑战。因此，深层管理学提出“不伤害”（第九章）的主张。格特（Bernard Gert）在其所著的《道德原则：对道德的一个新的理论论证》中提出：“不伤害是基本的、实质的原则，可以讲是道德的核心。”企业的天性是谋利，不是慈善机构，“善良原则”对企业来说可能高不可攀，但一个最基本的原则则必须坚持，就是“不伤害原则”。深层管理学中的“不伤害原则”是建立在甘地的非暴力主义基础之上的企业经营原则，具有普遍的应用价值。

历史的实践证明：中庸（第十章）是经国治世和治民的大道。《中庸》首篇指出：“不偏之谓中，不易之谓庸，中者天下之正道，庸者天下之正理。”中庸思想倡导的是追求“中成”目标。科林·鲍威尔认为，国际统一意见是非常重要的，而统一意见的过程则是中庸思维的最基本表现。“空筐”（第十一章）是科学最基本的特征。如数学便是 $1 + 1 = 2$ 这样一门抽象的科学，其“ $1 + 1 = 2$ ”如同“一只空筐加一只空筐等于两只空筐”，筐子的“空”，是为了能随意装进天地间万物。现代科学的空筐结构特征已清楚表明佛教的空性论与《周易》的空套子的思想价值。深层管理学所表现的管理境界便是空筐的非结构性思维特征。“混沌吸引子”（第十二章）研究的关键就是要发现隐藏在不可预测的无序现象里的内部有序结构。混沌隐含着一个悖论，即混沌是一个局部的随机与整体模式中的稳定。混沌边界是一个既稳定又不稳定的矛盾状态，受竞争和合作、放大和抑制、创新张力和拒绝创新张力这些矛盾的力量所驱使。因此，混沌边界（紧张对立的矛盾状态）是惟一种能够产生新奇事物和出现无穷变化的系统状态。混沌边界是充满矛盾充满冲突的地带，正如史蒂芬·罗宾逊所言：“冲突是变化的催化剂。……很多组织的失败是因为组织冲突太少，而非冲突太多。”“玻璃屋”（第十三章）所展现的是说真话原则、沟通原则与透明原则。玻璃屋体现

的是人们的一种美好的愿望，渴望从“象牙塔”走进“玻璃屋”，从黑暗走向光明，从野蛮与欺诈的阴影里走向善良与真实的阳光中。“简单管理”（第十四章）是透过复杂性追求简约与深刻。在孙虹钢看来，复杂性的管理不过是 1.75 件事：“一件事：你的员工胜任岗位吗？”，“半件事：能够胜任工作的员工中，有优秀的吗？”，“再半件事，是从优秀的员工中看看有没有具有卓越潜质的，这是你可能的接班人人选”。“管理越少越好”的潜台词是：我们都已受到了来自“过度管理”的伤害。“把大公司做小”的同义语就是“把事情变得更为简单”。做企业的最理想的状态应该是“大公司躯壳，小公司灵魂”。韦尔奇的一个商业传奇便是把 GE 做成了“小杂货店”，这是简单管理的最成功最典型案例。“创新管理”（第十五章）始终是企业家们思考的重要问题，技术创新固然重要，而管理的创新随着技术的无差别化越发显得重要。司马正次的鱼缸理论、联想集团的摇树理论、中科招商的创新理论分别从企业经营战略、企业人力资源管理、企业融投资等领域进行了创新性探索，并加以实践，从而取得了辉煌的成果。

“协调管理”（第十六章）是协调主义的科学实践。协调主义强调“整体大于部分之和”的那些多余部分，即“系统因子的相互关系与相互作用”的重要，其组织路线图是 $1+1>2$ 的蠕动螺旋式的超循环，其组织图谱是对立统一的、非线性的、具有灵魂与生命的旋极图。中兴通讯以不确定性管理即“低成本尝试”创造了一个又一个奇迹。所谓“低成本尝试”，就是指在市场对产品的命运做出判断前，中兴自己不去下决定，而用低成本对每个产品都进行尝试。一旦市场给出信号，立刻根据市场进度加大投入。美国著名作家马克·吐温曾说过：“把所有的鸡蛋都装在一个篮子里，然后看好这个篮子。”无疑，这是对整合管理（第十七章）的最深刻的揭示。不管是英特尔，还是格兰仕都在坚持“一元化”战略。整合管理实际上就是“加法法则”，即把所有的资源、要素加在一起，但不是机械地相加，而是整合为一个有机体。“分形管理”（第十八章）是根据曼德勃罗的分形理论而确定的重点研究领域。分形企业（frac-

talenterprise) 是借用分形几何中的自相似性概念描述的一种新的企业生产方式。用数学的语言来说, 分形几何是研究自然界中没有特征长度而又具有自相似性的形状和现象。大量事实说明分数维态(即分数维构造)是介于无序—有序之间的状态, 是自然界最广泛分布的状态。分形是一个自激励的企业单元。分形能够通过自组织和自优化, 使其目标与企业目标一致。分形企业是一个开放系统, 通过自激励形成与其目标自相似的单元——分形, 通过其动态组织结构, 形成类似生命体的活系统。分形以非线性方式发展, 按概率准则进行跳跃式发展与转变, 不能事先进行控制。在分形企业中, 网络结构是一种理想的组织形式。“负熵管理”(第十九章)探讨的是如何从无序管理走向有序管理。世界上生物的生老病死、繁殖后代, 使地球上的地理熵值不断增加, 这就意味着未来生命享有的物质将日益减少。当有效能量告罄时, 我们称之为“热寂”; 当有效物质用尽时, 则叫“物质混乱”。两者导致的都是熵增加, 都是物质能量的耗散。哈罗德·布卢姆在《时光之箭与进化》中指出: “有机体的生长所体现的熵的微小的、局部的递减, 都伴随着宇宙总熵的更大范围的递增。” 欧文·施罗西格曾言: “每一个生物的生存都必须不停地依靠它所在的环境的负熵……一个有机体赖以生存的是负熵; 它不断地从环境中摄走秩序。” 熵定律表明: 进化过程耗散着对地球上的生命有用的总能量; 进化意味着建立起秩序越来越大的孤岛而必然带来的更大混乱的海洋。人类应充分利用自己的智慧建构一种和谐、美丽的人地关系, 不至于像古希腊诗人荷马所预言的: “人类将自己埋葬自己。” 而应如利奥波德所指出的: “在人类历史上, 我们已经懂得(我希望懂得), 征服者的任务最终是征服自己。”

企业不是机器, 而是生命有机体, 具有明显的周期性, 因此, 周期管理(第二十章)越发受到企业家的高度重视。在瑞典, “企业经营”的古语是 Naringliv, 其含义是“生命滋养王国”; 在中国, 至少在三千年前, 对“企业经营”的称谓是“生意”(“生”即生存或出生, “意”即意义)。阿里·德赫斯曾提出企业生命周期的两道

坎：一是新建公司的最初 10 年是“死婴率”最高的阶段，如同婴儿早夭；二是稳定的大型公司也很难维持 40 年，如同壮年陨落。一些小型企业很容易成为“死婴”；一些大型企业如不注重生命力的培育，容易“壮年陨落”。如何跳出企业死亡的“周期怪圈”成为企业经营管理成功的关键。关于平衡管理（第二十一章），有的学者在研究公司治理时，提出了公司应建立有效的权力制衡机制，并做过形象的比喻——踢不疼理论：如果皇帝踢宰相一脚，宰相会踢大臣一脚，大臣会踢地方官员一脚，地方官员又会踢县官一脚，依此踢下去，最后必然是踢老百姓，百姓肯定不会踢疼自己。如果总统踢国务卿一脚，国务卿会踢州长一脚，州长会踢市长一脚，市长又会踢县长一脚，县长会踢百姓一脚，而老百姓也会踢总统一脚。这就是圆圈哲学。前者是垂直式管理，属于金字塔型组织形态；后者是循环式管理，属于大森林型组织形态。在探讨资本主义管理的本质时，马克思指出：“资本主义管理就其形式来说是专制的。他们一身兼任立法者、审判官和执行吏。”毛泽东在 20 世纪 30 年代对集权与分权曾发表过深刻的见解，他说：“应该集中的不集中，在上者叫做失职，在下者那叫做专擅；应该分散的不分散，在上者叫做包办，在下者叫做无自动性，二者在任何上下级关系中都是不许可的。”平衡管理的核心是权力的约束与制衡，如若实现权力的合理分配与有效制衡，则必须真正实现决策、执行、咨询、监督的独立与分工。

韩永学

2005 年 7 月 31 日于杭州

目 录

第一章 自然主义	1
一、老子的“大道自然”	1
二、李冰的“都江堰法则”	4
三、斐波纳奇的加法数列	5
四、曼德勃罗的分形	8
第二章 生态中心主义	17
一、“让河流尽情流淌”	17
二、“人地关系是双向通行的街”	20
第三章 协调主义	28
一、协调是一串圆圈的蠕动螺旋	28
二、协调管理理论的组织路线图	31
第四章 自由	39
一、庄子的“自由论”	39
二、宫本武藏的《五轮书》与“二天一流”	40
三、自由即发展	46
四、自由即限制	48
第五章 管理宗教	53
一、宗教的背后闪烁德性的光辉和“善”的光芒	53
二、松下公司的“自来水”宗教哲学	65
三、宗教伦理的“金规则”	67
第六章 仁	70
一、《大学》的“富润屋，德润身”	70
二、“做一个普通的感恩者”	71
三、吉田忠雄的“善的循环”	74
第七章 禅	77
一、禅的“定生智慧”	77

二、企业家的参禅妙法	78
三、企业文化的“参禅”与“省悟”	79
四、铃木正三“心知佛”的企业精神	81
第八章 无为	85
一、管该管的事，不管不该管的事	85
二、柔性管理是企业未来管理的必然趋势	88
三、“无形化”与“无限式”的柔性组织	90
四、企业管理的柔性战略	93
第九章 不伤害	96
一、不伤害是一种新的中庸原则	96
二、甘地的“非暴力主义”	98
三、某老板变形的五官图	103
四、“HSE”——企业的核心管理原则	105
五、“不伤害别人，不伤害自己，不被别人伤害”	108
第十章 中庸	111
一、对“中庸”概念的阐释	111
二、联想的中庸之道	113
三、搜狐的“恪守中庸之道，融合阴阳两极”	115
四、中庸思想的管理价值	117
五、《孙子兵法》之中庸思想在企业中的应用	118
第十一章 空筐	121
一、对“空筐”的解读	121
二、佛教的空性论	123
三、《周易》的空筐结构	127
第十二章 混沌吸引子	132
一、“混沌中的有序”	132
二、“CHAOS CHAOS”（阿米巴变形虫）是后现代企业文化的灵魂	135
三、德里达的后结构主义 POST-STRUCTURE	138
四、混沌边界是充满矛盾与冲突的地带	143

五、混沌边界是惟一能够产生创新的有限稳定空间·····	148
第十三章 玻璃屋 ·····	154
一、从“象牙塔”走进“玻璃屋”·····	154
二、艾维·李的《原则宣言》·····	155
三、情商是沟通的一种精神力量·····	157
四、沟通使员工从“面具”后面走出来·····	158
五、泰罗、法约尔与马克斯·韦伯的管理沟通思想·····	159
六、企业经营的透明原则·····	162
第十四章 简单管理 ·····	166
一、管理历史从复杂走向简单·····	166
二、“管理=1.75件事”·····	167
三、简单主义——大宝的简约与沃尔玛的“吝啬”·····	171
四、“把大企业做小”·····	173
五、韦尔奇的“简单主义”·····	174
六、一分钟经理人·····	182
七、“有所不为”·····	195
八、“知道得太多就不敢去做了”·····	197
第十五章 创新管理 ·····	200
一、企业经营的“鱼缸理论”·····	200
二、有机企业的适应与变革·····	201
三、联想集团的“摇树理论”·····	204
四、中科招商的“创新理论”·····	206
第十六章 协调管理 ·····	215
一、协调： $1+1>2$ 的蠕动螺旋式的超循环·····	215
二、“自相矛盾”的耗散系统·····	217
三、中兴通讯的不确定性管理·····	220
第十七章 整合管理 ·····	227
一、后现代整合主义原则·····	227
二、“定于一”法则·····	230
三、企业品牌的整合传播·····	239

四、企业广告的综合传播·····	249
五、格兰仕的“一元化”战略·····	250
第十八章 分形管理 ·····	252
一、Warnecke 的分形企业理论与应用 ·····	252
二、分形企业的“管理树” ·····	258
第十九章 负熵管理 ·····	261
一、熵：毁灭性的“进步” ·····	261
二、生态伦理的价值·····	264
三、可持续发展：负熵思想的实践指向·····	266
四、人地关系协调论的演化·····	271
五、“让事物作为事物所是的事物而出现” ·····	273
六、企业环境的适应·····	278
七、绿色管理——人地关系协调的实践理性·····	279
第二十章 周期管理 ·····	283
一、企业不是机器，而是生命有机体·····	283
二、企业生命周期的自由创新空间·····	288
三、周期曲线的简化：二阶段与多重性·····	292
四、阿迪兹的企业生命周期论：扩张—整合—扩张的 循环·····	296
五、周期管理理论的应用·····	298
第二十一章 平衡管理 ·····	302
一、大森林组织结构：管理的扁平化·····	302
二、明茨伯格的“管理圆圈” ·····	308
三、松下公司事业部制的破坏性创造·····	311
参考文献 ·····	312
跋 ·····	317