



公共管理文库

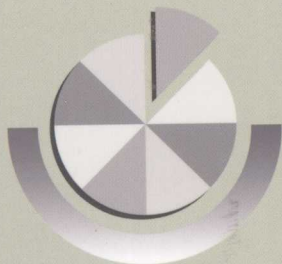
完美全面产品管理

—— 社会结构和管理的产分

WANMEI QUANMIAN CHANPIN GUANLI

——SHEHUI JIEGOU HE GUANLI DE CHANPIN FENXI

• 杨立华 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



北京航空航天大学出版社

内容简介

公共管理文库

完美全面产品管理

——社会结构和管理的产分析



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



北京航空航天大学出版社

内容简介

本书是一本原创性的管理学著作。在“大社会科学”和“大科学”研究法的大视野下,应用广义“产品分析法”和“问题研究法”等具体研究分析方法,通过对中国传统管理思想的有效挖掘和对中国历史和经验的深度分析,构建了一种全新的社会管理和治理理论——完美全面产品管理(PTPM)。

本书不仅适合于对企业管理、公共管理和社会管理或各种相关政治、经济和社会问题感兴趣的专家和学者参考和研究,也可作为相关专业教学和培训的参考书或辅助教材,也适合于对以上这些问题感兴趣的大学博士生、硕士生和本科生阅读和学习。同时,可供从事各种实际管理工作的企业家、政府人员和其他社会工作者阅读和参考。

图书在版编目(CIP)数据

完美全面产品管理:社会结构和管理的产
品分析/杨立华著. —北京:北京航空航天大学出版社,2008.10
ISBN 978-7-81077-846-6

I. 完… II. 杨… III. 产品—生产管理—研究 IV.
F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 015488 号

完美全面产品管理——社会结构和管理的产
品分析

杨立华 著

责任编辑 韩文礼

*

北京大学出版社

出版发行

北京航空航天大学出版社

北京市海淀区学院路 37 号(100191) 发行部电话:010-82317024 传真:010-82328026

<http://www.buaapress.com.cn> E-mail: bhpress@263.net

北京时代华都印刷有限公司印装 各地书店经销

*

开本:850×1168 1/32 印张:21.625 字数:581千字

2008年10月第1版 2008年10月第1次印刷 印数:2500册

ISBN 978-7-81077-846-6 定价:48.00元

序 言

杨立华同志的《完美全面产品管理——社会结构和管理的产
品分析》一书值得一读。作者运用独特的研究方法对社会管理问题进行系
统研究,力图构建具有中国特色的全新的管理和治理理论,这种创新欲
望和勇气是值得称道的。杨立华在公共行政学领域资历虽不算深,但
也摸爬滚打了不少年,应该说对学术研究路途上的荆棘和陷阱了然于
胸。显然,他的勇气来源于自信。杨立华天资聪明、勤奋好学,在北大
读书七年间广泛涉猎政治学、经济学和管理学等多个领域,具有宽厚的
知识基础,扎实的理论和学术功底,严谨的研究态度和出色的理论驾驭
能力。

在对世界进行了原品和产品的基础性划分后,作者对一般产品以
及组织、制度和管理等三种特殊产品的社会结构元素进行了系统研究,
依次探讨了诸种社会要素的分类、性质和不可替代性,进而构建了一种
全新的“人—产品—组织—制度—管理”的社会结构理论。之后,在对
已有管理研究进行系统回顾和分析的基础上,提出了具有特色的社会
管理和治理理论——完美全面产品管理。完美全面产品管理理论认
为,现有的管理理论具有组织化的世界观、非细分管理、非适配管理、组
织管理和过程管理五大缺陷,主张实现对现有管理的理论和实践两面
的双重转换。完美全面产品管理主要包括六个要素:全面细分的产
品世界观、全面细分管理、全面适配管理、全面产品管理、“全面”全面
质量管理和全面完美管理。在论证这些理论的过程中,作者还进行了一
些新的探索,如产品、组织、制度和管理等的细分,并提出细分率、适配
率和不可替代性等概念。这些观点和思想具有理论系统性和原创性,
是对管理理论发展的有益探索,并将对实践产生影响。

除了理论上独树一帜外,本书还有如下特点值得注意:

(1) 研究方法新颖独特。作者应用自己提出和倡导的四种研究方法——“产品研究法”、“大社会科学研究法”、“大科学研究法”和“问题研究法”,探索构建中国范式和学派的可能性。从书中可以看出,这些方法具有针对性和操作性,作者灵活自如地应用这些方法,体现了内在逻辑一致性以及方法和理论的有机结合。

(2) 扎实系统的理论梳理分析。任何科学的研究都必须建立在对前人的研究系统了解的基础之上。如果对一个理论的发展脉络不清楚,就难以准确把握该理论的广度和深度,这样的研究不仅有违知识发展的累积规律,而且学术规范性也不足。书中对任何重大问题进行讨论时,作者都进行了较详细的理论回顾和梳理。这点仅从注释上就可以看出来,表现了作者的理论功底和严谨的研究态度。

(3) 中国传统文化的挖掘。作者分析的很多的方面借鉴了西方的理论和知识,在这点上循着西方的传统继续前进的;但作者的整体背景和脉络却是中国式的,在很多方面作者有意识地加强了对中国优秀传统文化的挖掘,并力图将其融入新体系中,真正达到综合创新的目的。简言之,作者始终是站在综合中外理论并进而开发中国新范式的角度来思考问题的。

(4) 中国历史和经验的分析。作者的理论和观点大多是以中国经验为基础的。例如,本书第6章所引用的资料都是中国的。如果说诺斯在《经济史上的结构与变迁》一书中探讨的是通过欧美的历史来说明问题的话,作者则希望运用中国的经验来说明问题,同时弥补这方面对中国问题研究的欠缺。中国理论工作者要在社会科学理论上有所建树,最好的方式就是对中国问题的科学系统解释和对中国经验的深度应用。

虽然本书致力于管理和治理理论的创新,虽然作者独创的一些概念和观点需要一个了解和认识过程,但本书的行文风格还是饶有趣味的,书中有关“反俘获现象”、“做饭故事”、“猫和老鼠的故事”、“薄荷茺

的故事”、“嘈杂效应”、“泥沼效应”、“创新幻觉”、“魏征定律”、“曹操游戏”、“飞轮寻租”和“水池理论”等的讨论,都是作者从现实生活或历史经验中提炼出来的,既反映了作者的观察力,又增加了本书的可读性。

在当前我国学术界原创性不足的情况下,本书所进行的努力和探索是值得鼓励和珍视的。任何新的理论体系从提出到被接受都需要一个漫长的过程,其初始阶段的判断标准主要不是这一理论距离真理有多远,而是看其是否具有内在逻辑一致性,能否自圆其说。我觉得杨立华的“完美全面产品管理”理论基本做到了自圆其说,其真正价值只有通过批判和争论才能最终体现出来。所以,我乐于看到本书的出版,与其说推崇一种理论,不如说是树立一个靶子,供学术界批评和争论。

周志忍

2003年10月7日

目 录

第 1 章 导 言	1
1.1 引 论	1
1.2 三个基础性观点	1
1.3 本书的结构安排和内容提要	6
1.4 本书的研究方法	11
第 2 章 产品分类和产品性质	23
2.1 引 论	23
2.2 研究回顾与对消费论产权产品理论的修正	25
2.3 从交易和生产角度再谈产品分类和产品性质	43
2.4 产品性质辨别的规范模型	78
2.5 小 结	83
第 3 章 组织、制度和管理三种特殊产品的分类和性质	110
3.1 引 论	110
3.2 研究回顾和对三种特殊产品分类理论的评析	128
3.3 从生产、交易和消费角度再对三种特殊产品进行产权法分类	180
3.4 三种特殊产品性质辨别的规范模型	201
3.5 小 结	202

第 4 章 产品的不可替代性	219
4.1 引 论	219
4.2 产品不可替代性	219
4.3 有关产品不可替代性的补充讨论	237
4.4 小 结	246
第 5 章 全面产品社会结构	253
5.1 引 论	253
5.2 社会结构理论的回顾和发展	254
5.3 产品、组织、制度和管理的类型细分、细分率与社会 进步	263
5.4 产品、组织、制度和管理之间的适配和适配率	309
5.5 细分率、适配率和社会公平效率.....	331
5.6 小 结	352
第 6 章 完美全面产品管理	377
6.1 引 论	377
6.2 传统管理理论的五大特征	378
6.3 “完美全面产品管理”的概念界定	405
6.4 全面细分产品世界观	425
6.5 全面细化管理	448
6.6 全面适配管理	458
6.7 全面产品管理	500
6.8 全面“全面质量管理”	540
6.9 全面完美管理	550
6.10 完美全面产品管理.....	553
6.11 完美全面产品管理下的道德管理.....	573

6.12 小 结.....	593
第7章 结 论.....	609
7.1 两点强调说明	609
7.2 小 结	610
附录1 社会各要素性质类型列表	612
附录2 全面组织、制度、管理和社会诸模型	618
参考文献.....	635
后 记.....	677

启曰：盘古开天地，圣哲传金言。家国天下事，谁解其真意。

第1章 导言

古者包牺氏之王天下也，仰则观象于天，俯则观法于地，观鸟兽之文与地之宜，近取诸身，远取诸物，于是始作八卦，以通神明之德，以类万物之情。

——《周易·系辞下传》

1.1 引论

世间的学问至少有两类：一类是探求世界本原之道的本原之学，一类是探求世界管理之道的管理之学。本书的目的在于结合以上两个方面来探讨治理社会的一种良好理论和方法：完美全面产品管理（Perfect Totall Product Management, PTPM）。在如今各种各样的学术争论此起彼伏、各种各样的改革运动风起云涌的背景下，本书所提倡和实践的“产品范式”革命，无论从传统学科视野的管理学、组织学、行政学、经济学、政治学和社会学，还是其他相关学科领域内来看，都可以说是对这一浪潮的有力回应。本书的理论和方法，可以看作是对当代一些重大问题的深入的理论性思考。在更深层的意义上，本书将更适宜作为一种分析范式和工具，帮助人们理解面临的各种各样的社会问题¹。

1.2 三个基础性观点

作为研究者，选择什么样的研究角度或方位来分析所处的并为其

一分子的多样化、多面性的世界,直接关系到所进行的研究将主要探讨世界的哪些层面、哪些方位,以及能够探讨哪些层面和哪些方位。但这并不意味着,选择的某一个角度或方位就一定优于另外一个角度或方位。它们之间本身并没有高低上下和先后优劣之分,都只是知识扩展途径上的一个个可供人们选择的“研究工具”,共同构成了人们认识世界的“整体研究途径集”。作为一个具体的研究者,究竟应该选择什么样的层面或角度来分析世界,最起码取决于五个因素:

- ① 个人对某一个角度的发现能力;
- ② 基于个人爱好、兴趣等的主观选择;
- ③ 主观认为从某一角度出发能够给世界认识带来多少新内容;
- ④ 一个社会、时代的发展水平和发展方向能够历史地赋予研究者什么样的可供选择的层面和角度;
- ⑤ 一个社会、时代,甚至包括一种文化或文明,以一种环境的因素要求研究者选择什么样的层面和什么样的角度。

正是基于以上五点认识,在正式进入本书论述之前,简单地向读者交代一下本书对世界和社会的一些基础性看法。

1.2.1 产品世界和产品社会

传统哲学观将世界看成一种“二分”的存在:包括人们熟知的“物质”和“意识”两个方面,本书把它们合称为“品”²。从与人的活动的关系来看,“品”又可分为两种:一种是世界按照自己的规律而存在的,与人的活动无关,人的活动也根本无法影响其存在或者还未能影响其存在的“品”,可称之为“原品”;另一种是那些经由人的活动而产生的或者是经由人的活动而使其有了某种改变的“品”,可称之为“产品”。可见,“产品”的存在必须与人有直接或间接的关系,这是其核心和前提。按照此定义,星星、月亮、阳光、雨露、长河、高山、原始森林等可称之为“原品”;政府组织、企业集团、领导者的领导、国家的公共政策等却是和水果、家具、收录机等相类似的“品”,都是“产品”³。“产品”和“原品”合起来构成整个

“品”世界⁴。这就是“双品世界”的观点。有关“产品”的部分构成“产品世界”观,有关“原品”的部分构成“原品世界”观。而当此认识具体到社会时,可以分别称之为“原品社会”观、“产品社会”观以及“双品社会”观。

产品世界和原品世界的划分符合中国古人“天人合一”的思想和太极阴阳二分法⁵,如图 1.1 所示。混沌世界由原品世界和产品世界互为阴阳而构成:原品世界为阴,意谓源基;产品世界为阳,意含人力。二者相互转化,生生不息,你中有我,我中有你⁶,相辅相成,共成一体。

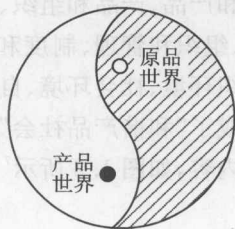


图 1.1 产品世界和原品世界所构成的双品世界太极图

1.2.2 和谐世界和和谐社会

既然世界和社会是由各种各样的“品”(包括“原品”和“产品”)构成的;那么,这些原品和产品是怎样构成世界和社会的呢?要回答这些问题,首先来看一个搬家的例子。每次搬家的时候,都必须重新安排各种东西,使它们回到应该存在的位置上去。例如,床垫应该垫到床上,地毯应该铺到地上,书应该放到书架上,如此等等。这说明:虽然表面上看起来,各种各样的原品和产品,尤其是产品和产品之间的关系是杂乱无章的、随意配合的;但实际上,它们之间存在着一种内在的自然和谐的关系。整个世界和社会也是一个自然和谐的世界和社会。各种事物之间,在某种条件下,都存在着某种特定的自然的最佳配合状态。这就是“和谐世界”和“和谐社会”的观点。探讨这种和谐适配的最佳状态和原因,并且探讨有意识地促进这种状态的途径,就是科学研究的根本任务。当然,世界和社会的事物纷繁复杂,其间的“适配”也多种多样。就本书来说,主要分析“产品世界”和“产品社会”的和谐问题,可称之为“和谐产品世界”和“和谐产品社会”。本书中,在“产品世界”的前提下,“和谐产品世界”和“和谐产品社会”的说法也简称为“和谐世界”和“和谐社会”。而

在“和谐世界”，尤其是“和谐社会”的分析中，又尤其关注人（主要考察人的需求、偏好、能力等）和人、人和产品、人和组织、人和制度、人和管理、产品和产品、产品和组织、产品和制度、产品和管理、组织和组织、组织和制度、组织和管理、制度和管理之间以及人、产品、组织、制度、管理等等和组织环境、社会环境、自然环境等之间的相互适应、相互和谐关系。这些构成了“和谐产品社会”的基本内容，也是本书探讨的具体社会结构的主要内容，如图 1.2 所示⁷。

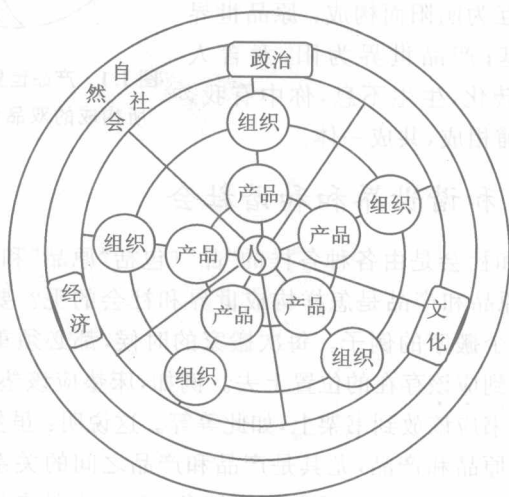


图 1.2 和谐社会结构图

但必须说明的是：本书对以上社会结构的讨论，其意多半在提供一种认识社会结构的新方法，并不全然拘泥于本体论的证明和事实性的描述。

1.2.3 管理世界和管理社会

由“和谐世界”和“和谐社会”观可知，纷繁复杂的表象世界和社会背后，总存在着自然的理想的和谐世界和社会状态，可称之为“自然状

态”或“理想状态”。在自然状态之下,世界和社会的万事万物都和谐存在,世界尤其是社会达到最大的公平效率总效应⁸。但由于种种原因,包括人们的认识水平、历史局限、社会传统和制度安排等,自然状态下的“和谐世界”或“和谐社会”经常处在“非和谐”的状态之下。因此,为了实现社会的最大效率,就不仅要认识到世界和社会是一个由“原品世界”、“原品社会”以及“产品世界”和“产品社会”所构成的“和谐双品世界”和“和谐双品社会”,还要从“双品世界”和“双品社会”以及“和谐世界”和“和谐社会”的认识出发,通过不断创新来管理世界。管理的核心目的之一也就要使世界和社会不断地趋于自然和理想的和谐状态。但是,不良的管理往往也会使管理的目标走向反面,即导致本来和谐的世界和社会不和谐,或者使本来就不和谐的世界和社会更加不和谐。这就是“管理世界”和“管理社会”的观点,可简单如图 1.3 所示。

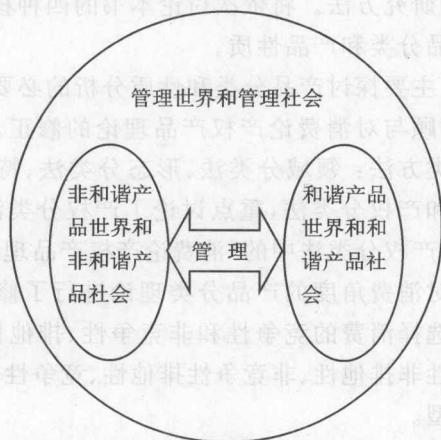


图 1.3 管理世界和管理社会图

1.3 本书的结构安排和内容提要

正如引论所言,本书的目标有二:第一个目标是认识管理世界和社会的本原之道,包括第2~5章的内容,主要探讨各社会构成要素的分类、性质和不可替代性等问题,构建社会结构新理论;第二个目标是探索管理世界的管理之道,主要体现在第6章,系统阐述“完美全面产品管理”思想。

第1章 导言。

1.1 引论。简单阐明了本书的目的和意义。

1.2 三种新哲学观。依次讨论了本书的三个基础性观点。

1.3 本书的结构安排和内容提要。

1.4 本书的研究方法。将依次讨论本书的四种核心研究方法。

第2章 产品分类和产品性质。

2.1 引论。主要探讨产品分类和性质分析的必要性。

2.2 研究回顾与对消费论产权产品理论的修正。首先考察了已有的五种产品分类方法:领域分类法、形态分类法、特殊特征分类法、价值效用分类法和产权分类法,重点讨论了产权分类法。在产权分类法中,着重分析了产权分类法中的“消费论产权产品理论”和“生产论产权产品理论”,并对消费角度的产品分类理论进行了修正,从而将产品类型从消费角度选择消费的竞争性和非竞争性、排他性和非排他性标准划成了非竞争性非排他性、非竞争性排他性、竞争性非排他性和竞争性排他性四种类型。

2.3 从交易和生产角度再谈产品分类和产品性质。首先讨论了性质和产品性质等等问题。然后,从交易的集体性和个体性、权威性和非权威性将产品从交易角度划分成了权威性集体交易、权威性个体交易、非权威性集体交易、非权威性个体交易四种类型,从生产的可分性和非可分性、竞争性和非竞争性四个标准将产品类型划分成了可分性

竞争性生产、可分性非竞争性生产、非可分性竞争性生产、非可分性非竞争性生产四种类型,并分别讨论了从交易和生产角度出发对产品的各种细化和混合问题。

2.4 产品性质辨别的规范模型。在前面几节从消费、生产和交易角度对产品分别进行性质分析的基础上,将产品的整体性质划分成了64种细分类型,并讨论了其混合问题。

2.5 小结。总结全章内容。

第3章 组织、制度和管理三种特殊产品的分类和性质。

3.1 引论。分别考察了三种特殊产品——组织、制度和管理的定义问题,探讨了三种特殊产品的相互关系,廓清了学界存在的混乱现象。

3.2 研究回顾和对三种特殊产品分类理论的评析。分别对组织、制度和管理的分类研究进行了回顾,重点讨论和剖析了产权分类法。

3.3 从生产、交易和消费角度再对三种特殊产品进行产权法分类。与对一般产品的讨论一样,选择生产、交易和消费三个角度对三种特殊产品进行了分类:从生产的角度,选择生产的可分性和非可分性、竞争性和非竞争性,将三种特殊产品划分成了可分性竞争性生产、可分性非竞争性生产、非可分性竞争性生产和非可分性非竞争性生产四种类型;从交易角度,选择交易的集体性和个体性、权威性和非权威性也将三种特殊产品划分成了权威性集体交易、权威性个体交易、非权威性集体交易和非权威性个体交易四种类型;从消费角度,依据消费的排他性和非排他性、竞争性和非竞争性,将三种特殊产品划分为排他性竞争性消费、排他性非竞争性消费、非排他性竞争性消费和非排他性非竞争性消费四种类型。之后,探讨了三种特殊产品的混合生产、交易、消费以及它们各自的细化问题。

3.4 三种特殊产品性质辨别的规范模型。综合3.3节三个方面的分析,和第2章的分析相对应,也将三种特殊产品的整体性质划分成了64种类型。

3.5 小结。总结全章,简单分析了本章分类研究法的优点和意义。

第4章 产品不可替代性。

4.1 引论。指出“不可替代性”是在前面两章分别讨论了一般产品和三种特殊产品的类型和性质之后,回答产品类型细分和它们各自存在理由问题的核心概念。

4.2 产品不可替代性。在指出了分析的假设条件之后,扩展了传统现代经济学的“替代”概念,提出了产品替代性的三层次说。接着,从“替代”概念指出了“不可替代性”的含义,讨论了产品替代的三层次、选择顺序、性质(包括完备性、反身性、传递性、连续性和单调性等),分析了产品不可替代性、消费者偏好和效用的关系,讨论和刻画了产品不可替代性无差异曲线图、新效用函数图、不同新无差异曲线图、新无差异曲线凸性图、整体效用曲线图等等。

4.3 有关产品不可替代性的补充讨论。依次讨论了产品效用和产品交易价值,产品不可替代性和社会分工,产品、组织、制度和管理不可替代性之间的关系,不可被替代性、替代性和互补性以及产品不可替代性和产品分类中的“人”的因素等问题。

4.4 小结。简单分析了产品不可替代性与社会现实的相符性、应用性和衡量等问题。

第5章 全面产品社会结构。

5.1 引论。提出了“全面产品社会结构”的最初图示。

5.2 社会结构理论回顾和发展。主要讨论了四个时期的社会结构理论:

① 早期的社会结构理论。重点讨论了马克思、孔德、斯宾塞、迪尔凯姆、韦伯和米德等人的社会结构理论;

② 帕森斯时代的社会结构理论。重点讨论了帕森斯和列维—施特劳斯的社会结构理论;

③ 后帕森斯时代的结构理论。重点讨论了布劳、柯林斯、阿尔都