

「日」入山章荣◎著 郑格◎译

# 商学院里

# 学不到的

# 管理学

ビジネススクール  
では学べない  
世界最先端の  
経営学

## 99%的人都没学过的超有趣的前沿管理学

- 为什么真正的管理学学者很少读甚至不读德鲁克的书？
- 为什么案例分析在MBA教学中如此重要？
- 决定企业盈利能力的究竟是行业还是企业自身？
- 创业者的热情真的能够提高企业业绩吗？
- 为什么嫡养子领导的家族企业业绩会更好？
- 全世界只有9家真正意义上的全球化企业吗？
- 为什么头脑风暴并不比独立思考更有优势？

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 商学院里 学不到的 管理学



「目」入山章荣◎著 郑格◎译

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目 (C I P) 数据

商学院里学不到的管理学 / (日) 入山章荣著 ; 郑格译. — 北京 : 人民邮电出版社, 2018.8  
ISBN 978-7-115-48963-0

I. ①商… II. ①入… ②郑… III. ①管理学—通俗读物 IV. ①C93-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第164551号

### 内 容 提 要

很多从事管理工作的人对管理学并不陌生,自认为掌握了不少有用的、最新的管理学知识。但事实真的如此吗?实际上,即便是在商学院里学习的商务人士,也并不完全了解当前管理学的现状和发展成果,更别提最前沿的管理学理论和知识了。

《商学院里学不到的管理学》选取了诸多商界和学术界的热点话题,如竞争战略、商业模式、创新、创业、组织学习、全球化、职场女性、领导力、家族企业、企业社会责任等,介绍了相关领域最前沿的管理学理论和知识,它们能够为被相关业务问题和管理问题所困扰的管理者提供思考线索,指导他们制定正确的决策,进而为企业创造出不可估量的价值。

本书适合所有对管理学感兴趣的读者阅读,尤其是各类组织的各级管理者和广大职场人士。

---

◆ 著 [日] 入山章荣

译 郑 格

责任编辑 陈 宏

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 14.5

2018 年 8 月第 1 版

字数: 200 千字

2018 年 8 月河北第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2017-0666 号

---

定 价: 59.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147 号

## 作者简介

### 入山章荣

早稻田大学商学院副教授。毕业于庆应义塾大学经济学部，并在同大学研究生院经济学研究科取得硕士学位。后来在三菱综合研究所负责面向汽车厂商与国内外政府机关的调查和咨询工作。2008年在美国匹兹堡大学商学院获得博士（Ph.D.）学位，同年开始在美国纽约州立大学布法罗分校担任商学院助理教授。2013年开始担任现在的职位。他在《战略管理学刊》《国际商务研究》等国际主流管理学学术期刊上发表了多篇论文。著作有《世界管理学学者现在都在想什么》（英治出版）等。



我  
们  
一  
起  
解  
决  
问  
题

说到“管理学”一词，大家会联想到什么呢？

典型的回答可能是：“这是一门在大学的管理学系或者商学院里学习的学问。”如果说得更详细一点，或许大家的脑海里就会浮现出在商业类书籍中常常出现的彼得·德鲁克（Peter Drucker）、迈克尔·波特（Michael Porter）、克莱顿·克里斯坦森（Clayton Christensen）这些人名。当然，也有人认为，管理学对商业实践没有任何价值。还有一部分人则对管理学完全没有概念。

但是，那些被日本商务人士在不知不觉中奉为“管理法则”的所谓真知，其中的大部分与当今的管理学学者创造出来的世界最前沿的管理学知识相去甚远。

那么，管理学到底是怎样的一门学科呢？诚然，商务人士所接触的管理学知识也是广义管理学中不可缺少的一部分。但是，他们通过阅读 MBA 教科书和商业杂志或者通过接受商学院教育所学到的那些管理学知识，与世界一流管理学学者所探讨的最前沿的管理学知识相比，两者之间存在着巨大的差距，这是毋庸置疑的事实。

为什么会这样呢？活跃在国际学术界的日本管理学学者寥寥无几是造成这一事实的一个原因。除此之外，我认为管理学这门学科的体系也存在一些问题（我将在第 1 章中详细论述）。

从 2003 年至 2013 年的 10 年间，我在美国两所商学院学习管理学并从事相关的教学与研究工作。

我亲眼见证了管理学这门学科在近 20 年间迅速向国际化迈进，并不断运用科学的方法使自身快速向前发展。但很遗憾，这门学科中很多最前沿的知识并没有被商务人士所运用。即便在美国的商学院，管理学的很多知识也没有得到充分运用（其原因请阅读第 1 章）。

另一方面，自 2013 年回到日本以后，我有幸与很多日本商务人士进行了大量交流。我了解到，他们当中的很多人都被自己所面临的商业和管理问题所困扰，同时也很关注管理学知识，期待从中获得启发。对于我在演讲或研讨会中提到的世界最前沿的管理学知识，有不计其数的人表示“虽然是第一次听说，但这些知识有助于我梳理思路”“这些知识使我受益匪浅”。

我不过是管理学青年学者中的一员，我还无法做到向大家传授管理学的知识。但是，不知道从什么时候开始我就想，或许可以从商务人士所关心的问题入手，尽量扩大范围写一本书，介绍管理学最前沿的知识，如“管理学的前沿观点”“从数据分析入手，理清新的事实”等。这些都是管理学中最前沿的理论，在商学院里也无法学到。

基于这个想法，本书选取了 11 个大家非常关注的主题，包括创新、全球化、组织学习、成员多样性、竞争战略、领导力、企业社会责任、职场女性、家族经营等。每个主题分两到三章阐述。我将尽量运用大家熟悉的事例来介绍世界最前沿的管理学知识。

首先，请您务必浏览一下目录，相信您一定会找到自己感兴趣的话题。无论从哪一章开始阅读本书，您都不会碰到任何障碍。

虽说书中强调“世界最前沿”，但主要内容还是国际管理学学者们见解大体一致的理论，而“一致性”的判断标准受我本人的影响。为了使本书介绍的管理学观点尽可能地保持客观性，我在本书中将会多次介绍元分析的研究结果（关于“元分析”，在第 2 章后的“管理学·微解说”里有详细介绍。它是一种在已有的管理学实证研究成果基础上做进一步的总结分析，从而确定该法则是否适用于一般情况的研究方法）。

本书虽然无法总结管理学领域全体学者的观点，但介绍了很多能给商务人士带来启发或能引起人们强烈兴趣的管理学研究成果。毫无疑问，这些都是世界最前沿的管理学知识。

通过阅读本书，您一定能接触到很多自己从未了解过的世界最前沿的管理学知识。衷心希望本书可以给大家带来一些启发或者灵感！现在，就请您开始阅读本书，畅游在知识的海洋中吧！

首先，请允许我先详细地解答一下“为何在商学院学不到世界最前沿的管理学知识”这个问题。



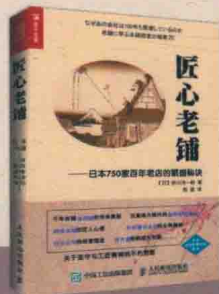
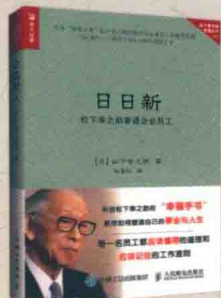
---

本书正文中出现的图与表格，如无特别声明，均由作者本人制作。

---



日企经营精品图书推荐



关注普华公众号，好书不断，福利连连：



1. 好书周周送
2. 精选推荐书单
3. 精彩内容抢先读
4. 获赠作者签名本
5. 其他意外惊喜

关注微博，收获更多：@普华文化（新浪微博）

读者热线：010-81055656

编辑邮箱：puhuabook703@126.com

编辑微信：husile0703

封面设计：



## PART 01

## 当今社会急需的世界最前沿的管理学知识

第 1 章	为何在商学院里学不到最前沿的管理学知识	2
	长时间没有更新的 MBA 教科书	2
	管理学正在向着国际化的方向急速发展	3
	管理学正在急速走向科学化	5
	管理学发挥作用的两种途径	6
	从 MBA 教科书上学不到最前沿的管理学知识	7
	管理学真的没有用处吗	8
第 2 章	“管理学无用论”的两大误解	10
	误解 1：管理学学者追求实用性	10
	严谨性、新颖性、实用性的“三元悖论”	12
	追求实用性的管理学	13
	误解 2：管理学能给我们提供“标准答案”	14
	管理学只不过是思考的线索	15
	把管理学当作思考的指南	16
	【管理学·微解说 1】元分析	18

PART 02

对于竞争战略的误解

第3章	<b>企业的战略无法顺利实施的根本原因</b>	20
	具有代表性的两大竞争战略	21
	日本企业无法应对张伯伦型竞争模式的崩溃	23
	在熊彼特型竞争模式中难以制定商业战略	25
	运用实物期权理论开展思考的好处	26
	松下在缩小竞争，而索尼在扩大竞争	26
第4章	<b>优秀商业模式的条件</b>	28
	商业模式在学术上并无统一定义	29
	优秀商业模式的四个条件	29
	企业价值与商业模式之间的关系	30
	新兴企业的商业模式只需具备“新颖”这一个条件就足够了	31
	商业模式不是战略	32
	价格高低对商业模式来说至关重要	33
	期待更多关于商业模式的研究成果	33
	【管理学·微解说2】实物期权理论	35

PART 03

世界最前沿的创新理论与日本企业

第5章	<b>创新的绝对条件</b>	40
	双元性管理促进知识的探索与知识的深化	41
	企业更容易倾向于知识的深化	41
	双元性管理能够提高企业绩效	42
	日本著名管理学学者也进行知识的探索	43

	备受瞩目的双元性组织	44
	期待具有双元理念的领导者	45
第6章	<b>为何大企业难以实现变革性的创新</b>	46
	单一性知识与系统性知识	46
	组织结构服从于主导设计	47
	创造系统性知识	48
	尚未上升到理论高度的设计思维	49
第7章	<b>应把社交达人和擅长沟通的上司作为公司“标配”</b>	51
	创新与创造力的区别	51
	创造力的基本条件是新的组合	52
	弱连接的人际网络更好	52
	社交达人更容易成为创意的策划者	54
	创造力和创新的不同	54
	到底是缺乏创造力还是缺乏从创意到成果的过渡条件	55
	把社交达人和善于沟通的上司作为公司的“标配”	57
	【管理学·微解说3】知识的探索	58

## PART 04

### 世界最前沿的组织学习理论

第8章	<b>吸烟室对于提高组织学习能力不可或缺</b>	62
	最重要的并不是信息共享	62
	交互记忆能提高绩效	63
	重要的是怎样交流：邮件、电话还是面对面交流	64
	“眼睛也会说话”是真的吗	64
	日本企业正在丧失交互记忆	65
	日本企业舍弃而硅谷企业引进的东西	66

第9章	头脑风暴的效率其实很低	67
	头脑风暴并不比独立思考更有优势	68
	头脑风暴的问题在哪里	68
	世界顶尖创新企业的头脑风暴	69
	头脑风暴能提高组织记忆力	70
	头脑风暴能够促进心智模型的形成	70
	不必忧虑头脑风暴难以激发创意	71
	正确运用头脑风暴	71
第10章	“失败是成功之母”这一名言也适用于商业吗	73
	关于组织学习的一些研究结论	74
	荣获国际管理学界“最优秀论文奖”提名的论文	75
	成功后容易忽视调查行动	76
	成功经历与失败经历的理想顺序	77
	马云是世界上最成功的创业者，同时也是失败次数最多的人	77
	【管理学·微解说4】交互记忆	79

PART 05  
全球化的幻象

第11章	全世界只有9家真正意义上的全球化企业	82
	究竟什么样的企业是全球化企业	83
	真正的全球化企业几乎不存在	84
	日本的全球化企业	85
	2014年“真正的全球化企业”有哪些	86
	世界性固有优势和只在亚洲拥有的优势	86

第 12 章	<b>世界正在全球化还是扁平化</b>	88
	现实世界处于“完全全球化”与“锁国”之间的状态	89
	世界没有全球化	89
	世界正在缩小吗	91
	世界并没有缩小	91
	世界没有扁平化	92
	风险投资的国际化中可见的矛盾	93
	世界经济将走向“不均衡的全球化”吗	94
	全球化带来的新启发	94
	【管理学·微解说 5】AAA 战略	96

## PART 06

### 职场女性的管理学

第 13 章	<b>企业真的有必要采取成员多样化吗</b>	100
	多样性的两种类型	101
	对组织有积极作用的是任务型人才多样性	101
	对多样性进行分类	102
	日本企业应该如何提高成员多样性	103
	团队断层理论的重要启示	104
	致力于实现具备多重属性的成员多样性	105
第 14 章	<b>职场女性的生存之道</b>	106
	什么是同性相吸	107
	职场女性面临的两种阻碍	108
	职场女性独有的辛苦	109
	女性发送公司内部电子邮件的频率更高	110
	女性在建立人际关系上更积极	111
	【管理学·微解说 6】组织的进化论	113

PART 07

科学看待领导力

第 15 章	什么样的人最具有领导力	116
	交易型领导力	116
	变革型领导力	117
	领导力类型会影响企业业绩	118
	日本企业需要变革型领导力吗	118
	女性领导者表现得更好	119
	女性领导者的矛盾	120
	女性容易形成变革型领导力的品质	120
	期待更多女性走上领导岗位	121
第 16 章	成功的领导者都具备的沟通技巧	122
	美好愿景的特性	123
	骊住集团的愿景堪称典范	123
	意向型话语与概念型话语	124
	能让人在脑海中浮现出情景的隐喻很有效	125
	明星领导者更擅长调动听众的感官	126
	【管理学·微解说 7】内发性动机	128

PART 08

家族式经营和 CSR 的利弊

第 17 章	日本最厉害的继任社长是婿养子	132
	并非只有日本的家族企业多	133
	家族企业业绩喜人	134
	为何家族企业的业绩会更好	134



	婿养子领导的家族企业收益率和增长率更高	136
	“在婿养子领导下的家族企业业绩更好”的必然性	136
	给家族企业的建议	137
<b>第 18 章</b>	<b>CSR 活动的附加效应</b>	<b>139</b>
	CSR 能提高企业业绩吗	140
	为什么 CSR 能促进企业业绩的增长	140
	CSR 的形象效应能提升企业形象	141
	CSR 的信息公开效应	142
	从“不责任指数”来看 CSR 的保险效应	142
	CSR 最终能帮助企业实现盈利	143
	【管理学·微解说 8】委托代理理论	144

## PART 09

### 关于增强创业活力的管理学理论

<b>第 19 章</b>	<b>增强创业活力的必要措施——提高创业的期权价值</b>	<b>148</b>
	实物期权的商业计划	148
	巴尼教授的实物期权理论	149
	轻松的善后工作可以促进创业	150
	创业会受到破产法的影响吗	150
	日本的创业环境如何	151
	创业失败后还能找到工作吗	152
	在日本创业失败会如何	153
<b>第 20 章</b>	<b>增强日本创业活力的必要措施——上班族的“副业天堂”</b>	<b>154</b>
	兼职创业在世界上并不少见	155
	兼职创业的优势	156
	兼职创业能够轻松向全职创业转变	156