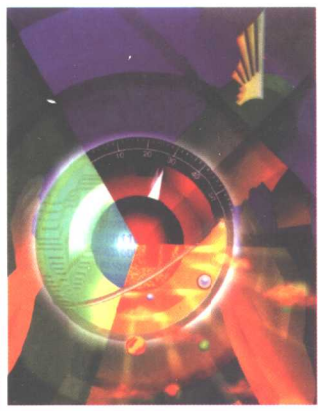


WSK 商 · 务 · 书 · 库

乱中求序

有个奥秘是，你不需要每个人都与你志同道合，而是
须要认识爱你及恨你的力量，并且学会运用这些力量

千高原 策划 梭伦 主编



经理人案头必备宝典

转化灵性的潜力为生存竞争的手段

短暂的混乱，打破原有的秩序，反而能让规律持续发挥作用

商务书库

乱中求序

千高原/策划

梭伦/主编



中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

乱中求序/梭伦主编. —北京:中国纺织出版社, 2001. 10
(商务书库)

ISBN 7-5064-2124-0/F·0184

I. 乱… II. 梭… III. 混沌学-应用-经济管理-研究
IV. F20

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 068364 号

责任编辑:王学军
责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街 6 号
<http://www.c-textilep.com>
e-mail:faxing @ c-textilep.com
邮政编码:100027 电话:010—64168226
北京宏飞印刷厂印刷 各地新华书店经销
2001 年 11 月第 1 版第 1 次印刷
开本:850×1168 1/32 印张:14.5
字数:305 千字 印数:1—6000 定价:28.00

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

策划人的话

千高原

在此时此地向读者推荐《商务书库》系列,理由是:其一,中国社会经济发展已到了一个非常重要的阶段,人们正迫切渴求实际的指导知识,去迎接正以电光石火般速度改变中的商业发展。其二,我国目前的商业活动和企业自身产品占有市场份额的版图扩张意识,业已从国内市场的基础扩大到国际目标竞争的新经济阶段。于是,你比以前更加需要先期占据位置。而且,这个系列书库从你选择了它开始,要想超越前进,就不必再多走冤枉路。

《商务书库》系列,让你花最少的时间掌握你所需要的专业知识,这至少有三个领域能够让你充分发挥:第一,在商场上,面对竞争应付挑战;第二,在专业工作中,磨练技巧掌握实用要领;第三,在个人事业中,追求成功自我实现。

为此,《商务书库》系列,在策划上对读者的承诺是:

一、引用国外最新、最具实用价值、最适合国情的经营信息。

二、整编国内一些先进、实用并能够历久弥新的创新经验。

商务，是我们现在和未来生活的主要部分。人要懂得生活就得精通于商务，这是因为商务乃是人与人的关系，包括自己与自己的关系，尤其是现代主管人员。

前 言

世界越来越呈现出纷乱与无序的特征,令人们感到烦恼与不安。面对经济的波动、股市的涨跌、企业的重组、管理的创新、预测的失效、哲学的困惑……人们不仅感叹:社会为何如此复杂?近二三十年发展起来的混沌理论揭示出上述种种现象的根源在于社会内部,在于世界本质上的非线性。

非线性系统看似杂乱无章,但实际上在其内部存在着某种自我相似性——规律。很显然,如果能找到这种规律性,在面对纷繁的世界时,我们将多一份胜利的把握。那么,何为混沌理论?混沌思维有何特征?如何找到这种规律?又如何利用它,将其应用于管理呢?

《乱中求序》一书的编撰出版正是为着这样的目的——从复杂中找到规律性,从无规中分离出有序,透过管理的视角,通过具体生动的例子,使用简明易懂的语言,对上述问题一一作答。

全书内容分为三个层次:第一章至第八章为第一层次,通过介绍混沌理论、混沌性思维以及混沌管理原理,从而阐明了一个问题——乱中有序;第二个层次为从第九章至十六章,该部分内容分别从企业发展趋势、行业的融合、商机的发现、市场的超导性等几个方面,通过对各种现象的分析,而求得对未来趋势的把握;自第十七章起至结束为第三个层次,它从另一角度——打

破既定规则,在这种打乱过程中建立一种新秩序——分析了企业经营管理的各个方面。

本书在叙述过程中,自始至终体现了一种哲学观点——乱中有序;自始至终贯穿了一种思路——乱中求序;自始至终树立了一种信念——打破旧规则,建立新秩序。

在本书得以付梓出版之际,谨望本书能如一泓清凉的泉水般冷静、清晰这杂乱的世界,帮助读者透过纷乱的事物表象,求得一种崭新的秩序。

梭伦

2001年7月

目 录

第一章 辟解混沌

- 一、混沌理论的诞生 / 1
- 二、混沌理论的兴起和运用 / 6
- 三、混沌的两个重要概念——分叉和分形 / 8

第二章 花粉破案

- 一、从花粉破案说起 / 15
- 二、包围性思考 / 18
- 三、打个时空差 / 22
- 四、双向思维 / 25

第三章 蝴蝶效应

- 一、解说蝴蝶 / 29
- 二、蝴蝶的力量 / 30
- 三、微妙的影响力 / 34
- 四、蝴蝶的启示 / 38

第四章 混沌管理

- 一、组织人本主义 / 41
- 二、混沌管理的本质 / 44
- 三、混沌管理的三大特征 / 46
- 四、企业混沌管理 / 49

第五章 道法自然

- 一、海岸碎形——大自然的混沌景观 / 59
- 二、碎形美学——人类与大自然的丰富连系 / 62
- 三、数学碎形——固定模式的混沌 / 63
- 四、混沌观念——理性与灵感结合 / 64

第六章 迷途知返

- 一、理性歧途 / 67
- 二、歧途一——过分注重技术 / 70
- 三、歧途二——过分依赖数量分析 / 72
- 四、歧途三——过分强调决策 / 77

第七章 超越在场

- 一、现实事物的广泛联系性 / 79
- 二、超越现实存在物的思维 / 83
- 三、立足现实,超越在场 / 86

第八章 天人合一

- 一、完整的宇宙 / 91
- 二、混沌的整体性观点的沿革 / 93
- 三、天人合一——混沌的整体性 / 98

第九章 幻想聚焦

- 一、自由幻想 / 101
- 二、转移注意力 / 102
- 三、在指导下想像 / 105
- 四、运用震惊技巧 / 107
- 五、旅行或杂志 / 107
- 六、直觉记事本 / 109

第十章 超常思维

- 一、从昨天寻找答案 / 113
- 二、系统的反弹力 / 114
- 三、多米诺骨牌 / 115
- 四、显而易见的错误 / 116
- 五、对策比问题更糟 / 117
- 六、欲速则不达 / 118
- 七、因与果在时空上存在距离 / 118
- 八、寻找高杠杆解 / 119
- 九、兼得鱼和熊掌 / 120
- 十、不可分割的整体 / 121
- 十一、没有绝对的内外 / 122



第十一章 支点致胜

- 一、纵观全局 / 125
- 二、寻找支点 / 128
- 三、反败为胜 / 133

第十二章 去芜存菁

- 一、对品质的执着追求 / 139
- 二、企业再造 / 140
- 三、全球一体化 / 141
- 四、电脑的个人化 / 142
- 五、信息革命 / 142
- 六、顾客第一 / 143
- 七、亚洲的崛起 / 144
- 八、策略规划 / 145
- 九、工业的没落 / 146
- 十、人力资源的兴起 / 146
- 十一、个性化的年代 / 147
- 十二、日式管理的霸权 / 148
- 十三、管理思潮商品化 / 148
- 十四、中国的苏醒 / 149
- 十五、洞察未来 / 150

第十三章 拨云见雾

- 一、保持紧迫感 / 153

- 二、高层团队的协作 / 155
- 三、培养领导型人才 / 156
- 四、广泛授权 / 158
- 五、减少相互依赖 / 160
- 六、创造适应性强的公司文化 / 161
- 七、由此及彼 / 162

第十四章 分久必合

- 一、疆界破除 / 165
- 二、数字化和自由化的作用 / 167
- 三、金融业的变化 / 169
- 四、分久必合,百川归海 / 170

第十五章 绝处逢生

- 一、从索罗斯说起 / 171
- 二、市场的威力 / 173
- 三、似曾相识 / 177
- 四、惊涛骇浪 / 180
- 五、绝处逢生 / 181

第十六章 超导市场

- 一、未来市场超导化 / 187
- 二、国家间壁垒 / 189
- 三、冲破限制 / 190
- 四、拥抱挑战 / 192

五、无疆市场 / 195

六、分化与整合 / 197

第十七章 长青之术

一、企业长青的十二大认识误区 / 201

二、企业长青之术 / 203

第十八章 重思市场

一、市场专门化 / 215

二、重新定位 / 217

三、创造垄断 / 219

第十九章 重思原则

一、跷跷板理论 / 223

二、饼圈原则 / 225

三、生活文件夹 / 226

四、超越确定性 / 228

五、创造未来 / 229

六、新的财富源泉 / 230

七、重思原则 / 231

第二十章 战略重组

一、产业重组的基础分析 / 235

二、战略重组产业模型 / 236

三、案例演示 / 241

四、三种层次上的重组战略 / 244

第二十一章 发现优势

一、竞争优势与创新 / 249

二、竞争优势的前提——企业的卓越能力 / 250

三、发现竞争优势 / 252

第二十二章 策略杠杆

一、杠杆策略及其特征 / 257

二、杠杆策略的形式 / 263

三、杠杆策略范例 / 269

第二十三章 清理信念

一、消灭文件堆 / 277

二、排除嫉妒与恐惧 / 281

三、有效的交流与沟通 / 285

第二十四章 乱中求衡

一、组织机构的复杂性 / 291

二、组织的分权与控制 / 296

三、网络时代的来临 / 297

四、乱中求衡 / 299

第二十五章 匪夷所思

- 一、“匪夷所思”的魅力 / 304
- 二、经理的角色 / 306
- 三、制造挑战,匪夷所思 / 307

第二十六章 局限制胜

- 一、企业经营的局限分析 / 312
- 二、局限理论 / 314
- 三、局限制胜 / 316

第二十七章 目标创新

- 一、出其不意——目标创新的基点 / 323
- 二、目标创新的意义 / 324
- 三、战略目标体系 / 326
- 四、目标创新模式 / 329

第二十八章 绩效创新

- 一、管理层的改变 / 332
- 二、多样化的创新能力 / 335
- 三、创新模式 / 337
- 四、绩效创新的经验总结 / 340

第二十九章 日常创新

- 一、日常创新的理论界定 / 343

- 二、知识与创新 / 345
- 三、日常创新模式 / 349
- 四、日常创新的实践探索 / 350

第三十章 超常预测

- 一、超常预测——超常策略的基石 / 353
- 二、超常预测方法 / 356
- 三、多视角分析预测 / 358
- 四、企业超常预测之道 / 360

第三十一章 无为而为

- 一、无为管理的组织基础——扁平式组织 / 367
- 二、无为而为的有机管理 / 368
- 三、无为而为的核心——控制 / 370
- 四、无为管理的极限危机 / 374
- 五、无为而为管理的两条实现途径 / 376

第三十二章 舍本逐末

- 一、深植企业策略与雄心 / 383
- 二、凝聚企业价值 / 386
- 三、赋予员工工作的意义 / 390

第三十三章 管理攻心

- 一、攻心原理——心理活动的作用 / 395

- 二、攻心策略——拨动心弦 / 398
- 三、攻心手段——心理的沟通 / 402

第三十四章 价值驱动

- 一、优秀企业的共同属性——价值驱动 / 407
- 二、企业的价值体系 / 409
- 三、价值体系的构建 / 415

第三十五章 宽严兼济

- 一、企业管理之宽 / 421
- 二、企业管理之严 / 423
- 三、宽严兼济 / 424

第三十六章 以简驭繁

- 一、企业组织机构的繁与简 / 431
- 二、精简组织的规则 / 433
- 三、未来的企业组织形式 / 438
- 四、以简驭繁 / 441

主要参考文献