



科文图书

科文工商管理经典文库

世界顶级领导力专家多年研究精华，全面解读领导力的权威读本

领导力 是 什么

The Many Facets of Leadership

[美] 马歇尔·戈德史密斯 艾伯特·维切雷 贝弗利·凯 维贾伊·戈文达拉扬◎编

领先的未来组织需要——

促进学习、变革、创新。效率并履行承诺。面对领导力的复杂性、不确定性和矛盾，创造价值和竞争优势制定获得成功的新策略。指导和鼓励下一代胜任的领导者

领导力已经发生了显著的变化——

领导者需要具备的技能也日新月异。在本书中，40余名世界顶级领导力专家将与大家一起分享他们对于21世纪领导力的各个方面的见解



中国劳动社会保障出版社



科文图书

科文工商管理经典文库

A piece of light-colored paper is pinned to a dark background with a single metal pushpin at the top center. The paper is slightly crumpled and has a shadow cast behind it.

领导力 是 什么

世界顶级领导力专家多年研究精华，全面解读领导力的权威读本

The Many Facets of Leadership

[美] 马歇尔·戈德史密斯 艾伯特·维切雷 贝弗利·凯 维贾伊·戈文达拉扬◎编

燕清联合◎译



中国劳动社会保障出版社

著作权合同登记号:图字 01—2004—0668 号

图书在版编目(CIP)数据

领导力是什么/(美)戈德史密斯(Goldsmith, M.)著;燕青联合译. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2007 (科文工商管理经典文库)

ISBN 978 - 7 - 5045 - 5969 - 2

I. 领... II. ①戈... ②燕... III. 企业领导学 IV. F272. 91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 157494 号

中文简体字版权© 2004 科文(香港)出版有限公司

中国劳动社会保障出版社出版

Copyright © 2003 John Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ, England

All Rights Reserved.

Authorised translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Ltd.

中文简体字版权© 2007 科文(香港)出版有限公司/约翰·威利父子公司

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

北京科文剑桥图书有限公司承销

(北京安定门外大街 208 号三利大厦 邮政编码:100011)

购书热线:010—64203023 51236217

*

交通印务实业公司印刷 新华书店经销

670 毫米×970 毫米 16 开本 20.25 印张 285 千字

2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

定价:48 元

读者服务部电话:010—64929211 发行部电话:010—64911190

出版社网址:<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话:010—64911344

●推荐序

世界在飞速地变化，引领这些变化的是领导者。领导者引发变革，但是领导者和追随者都试图通过实际的变革体现自己的意图，这要求领导者要有足够的能力和智慧在领导者和追随者之间达成均衡，因此领导者要有领导力。领导力就是领导者与追随者之间具有影响性的相互关系。

关于领导力是遗传获得还是后天习得还存在一定的争论。本书的观点是：领导力的相关技巧是人们通过一系列实践经验去模仿和发展起来的。这些实践包括尝试和犯错误，继续努力，得到反馈信息，犯错误，再重新开始。得到知识的第一步也是最重要的一步就是尝试和犯错误。

领导者是干什么的？领导者具有长远的目光，为组织的设立树立目标，明确方向和确定战略意图，引发变革，并且能够掌控变革。因此本书提出新一代领导力的定义是掌控变革。在全球商业领域中，领导力就是竞争优势的来源，对于一个组织，发展每个员工内在的领导力是最重要的活动之一。领导力的最大的变化在于提出人人都可以成为领导者。当我们广泛接受执行力的概念的时候，没有领导力就不可能有执行力。领导者主动做事，管理都被动做事。有了领导力就具有主动做事的动机，并且能够发挥智商和情商调动各类资源实现目标，由于环境在变化，在行动的过程中存在许多事先无法预知的变数，这就要求执行者随机应变，根据情景的不同而灵活应对，主动快速适应变化，这是执行层面的领导力。因此领导力等于竞争力，这可以通过学习获得。从这个角度，我们可以这样理解企业的领导力：调动资源、创造或抓住机遇的能力。这个定义要求领导者具备行动速度、勇于冒险和持续创新的能力。

一个企业要有核心能力，领导者调动资源获得别人的追随也需要有自己的核心能力。哪些要素构成领导者的核心能力？谈判是一项核心能力。而且我们发现自己从早上醒来之后到晚上上床睡觉之前一直在谈判。通过谈判在

各种利益相关者之间达成妥协，因此领导就是妥协。企业是一个政治平台，决策也是各种力量抗衡的结果，这导致决策的形式从最初是垂直结构——领导命令式的结构转变为水平结构——人人参与式的结构。

领导的首要任务是引发变革，变革就是创造价值并且确立重新分配价值的规则，痛苦是促成变革的唯一因素。希望是变革之母，希望大小决定了变革的程度，希望越大则变革越彻底，希望越小则变革越不彻底。领导者通过塑造愿景，指出希望而赢得人们的追随。

领导者要学会讲故事，运用故事丰富自己的想法，使想法更加鲜活。很多决定是在潜意识下完成的，而且融入了情绪和想像，这些都被带进一个相关联的故事。那些有血有肉的自传故事，能够帮助你在所要影响的那些人之间建立信用和信任。这是一些以语言为基础的工具，它们能够增加他人接受你的请求的可能性。因此领导者要丰富自己的语言，用各种故事感动追随者。

知人者智，自知者明。领导者由于成功惯性的推动，容易认识不清自己。因此，找到鼓励自己的导师是取得积极行为变化的关键。成功人士更乐意接受他们所尊敬的和充当作为成功典范的人的指导，成功人士不愿意听从他们认为不够成功的人的建议，即使这两者所提出的是相似的指导内容时也存在这个现象。谁应该成为你的导师呢？在选择导师时，你可以考虑受你的行为所影响的那些重要人士。这份名单可以包括你的上司、直接负责人、同事、客户、朋友和家庭成员。关键的指导原则在于，如果你不想听就别问他们的建议！你应该考虑你所信任的并且可以使你的人格更加完善的人。

一个人的成功遵守 20/80 原则，20% 取决于智商，80% 取决于情商。在全球化时代，需要全球化领导力和全球化情商，在不确定的世界中开展工作并很好地适应环境。全球化情商包括自我管理能力（团队合作能力）和文化沟通能力（跨文化工作能力）。培养适应不断变化的世界的领导者，提升在全球化市场中执行制胜策略所需的智商和情商。丹尼尔·戈尔曼在其震撼人心的《情商》(EI) 一书中，探索了为什么一些拥有很高智能的领导者在执行职责时反而遭到了挫败。他花费 5 年的时间采访了数百位领导者，之后发现经理们的领导力的关键是情商，而非智商。在企业职能体系中列位越高者，与

别人合作的能力就显得越加重要。这并不是说智商不重要，而是揭示了在组织高层中成功的领导者和那些更多依靠智商而非情商的领导者之间区别的确切因素。

戈尔曼所明确的“情商”的概念，指领导者理解和管理自己情感的能力。包括四个组成部分：(1) 自省能力；(2) 自我管理；(3) 移情；(4) 社交技巧。在形成我的全球化情商概念时，各个部分将扩展到全球化的水平：(1) 文化自省能力；(2) 文化适应能力；(3) 跨文化理解能力；(4) 跨文化交涉能力。

激情是一个人做事成功的原动力。充满激情的领导者所应具备的十个本质特征包括：毫无恐惧、完成、承诺、灵感、自信、突破、智慧、能量、诚信、理解。领导者用自己的情绪调动下属的情绪，用激情激活下属的激情。

领导力是关于如何成功领导的学问，人是复杂的，领导者更加复杂，成功的领导者要解决方方面面的矛盾，同各种人和事情打交道，因此，任何一种领导学理论不可能穷尽领导者工作的所有领域，研究的也只是某个时刻某个空间领导者展示的独特行为。本书描述的是多个作者从自己的角度对领导力的独特见解，能够启发读者对领导力的理解，从而全面把握领导力的内涵和外延，不被狭隘的概念所左右。从这个角度上看，我愿意把这个书推荐给读者与大家共享。

吴维库 博士

清华大学经济管理学院副教授

序 言

我一生中最宝贵的时光都与教育有关。我所接受的教育大部分来自管理研究学院 (IMS)。这个机构成立于 1974 年, 是戈登·A·彼得斯 (Gordon A. Peters) 的心血结晶, 他既是我的父亲, 同时也是我的良师益友。他成立这个机构的初衷是为了把位于商界前沿的思想家们的智慧传播给大企业的管理阶层, 否则他们可能没有这样的机会去接触到如此重要的知识。在管理研究学院成立的第一年, 我们聘用了非常著名的教员, 如斯蒂芬·科维 (Stephen Covey) 和肯·布兰查德 (Ken Blanchard)。我们还请到了另一位非常有前途的年轻哈佛教授, 迈克尔·波特 (Michael Porter) 教授。时至今日, 管理研究学院与来自学术界及咨询管理界的最优秀最具智慧的人才携手合作, 每年为西方国家超过 25 000 位经理提供管理领域的培训。

但仅依靠管理研究学院的努力, 成效毕竟有限。所以这些年来, 我一直尝试将这些杰出人物的智慧结晶编辑成文, 使更多的人受益。在这个过程中, 我很快领悟到两个事实: 事实之一、要收集由这些思想巨人所提供的知识绝非易事, 哪怕只是其中的一小部分也足以编辑成很多册; 事实之二、我本人并没有足够的时间去完成这项工作。

关于出版“最佳管理研究学院”一书的想法一直都被我搁浅了, 直到在某个平常的温暖的冬日里, 我接到一个电话, 是马歇尔·戈德史密斯 (Marshall Goldsmith) 打来的, 他是我在商界的同事, 也是我的好朋友。他极力鼓励我去再次展开这个想法, 并信誓旦旦地预言道: “出版这样的一本书只是大有裨益, 并无任何坏处。”

但为什么选择这样一个时机呢? 我正与两家不同的公司合作, 极其繁忙, 而且我也知道, 要把这些文章结集出版并不是单靠打几通电话那么简单。但是, 我有两个极具说服力的理由促使我去接受他的建议: 管理在实践中的地位以及我四岁的儿子。

管理的地位

在 20 世纪 80 年代和 90 年代期间，机构纷纷重组以提高效率。之后它们都趋于“扁平化”，管理者被赋予更大范围内的控制权，当然，他们的工作时间也相应地增加。

随着新千年的到来，商业发展进入一个新纪元。信息时代真正来临并因此改变了企业处理业务的方法。尽管仍然有人认为许多商业模型都建立在并不牢靠的基础上，因为他们认为很快就会出现新的模型去取代它们，但这些新时期所产生的变化还是长远的。科技永远地改变了企业的生产方式、营销战略、销售方式以及运输产品或服务的渠道，它同时还改变了人们在组织里进行管理和工作的方法。人们已经开始运用科技去沟通、收集资讯、与小组成员进行合作、管理私人时间、提高效率以及学习。

这些变化大大提高了组织和管理的效率。随着科技的广泛推广和介入，如今我们已经可以投入比较少的人力和时间来完成更多的事情。而组织则能够更加方便快捷地与世界各地的客户和雇员进行沟通和交流，创造出一个真正意义上的地球村。通过运用科技，人们也可以获得似乎无穷无尽的资讯，从而帮助自己做出快而准的决定。但不幸的是，它同时也带来一些不利的影响。

一切都在高速运转。随着周期和产品寿命周期变得越来越短，要制定一个长期策略几乎不可能。另一方面，企业能够轻易获得有关竞争对手的任何信息，而同样的，其竞争对手也在忙于调查它们。

雇员们能够获得大量数据来帮助自己做出决定。但恰恰是因为这些数据如此之多使他们变得麻痹大意。人们通常习惯于直接做决定，如果数据太多，反而很难做决定。

沟通在如今也同样遇到了一些明显的问题。在我们要表扬雇员，批评他们甚至解雇他们时，面对面的交流也常常被电子邮件或语音邮件所代替。而为了节约公司运营成本，客户服务也从原来的个人互动逐渐转变成语音邮件，

而现在干脆用电子邮件来代替。

领导力，以及成为一名领导所需的技能，在今天这个数字新时代也遭遇到巨大的变化。过去，领导力的基础是在特定领域的知识和专业见解。时至今日，要从实质上去全面了解领导力几乎是不可能的。现在的领导依靠的是妥善管理手下的知识型员工。因此，人际沟通能力成为成功领导的关键，这看起来好像很具讽刺意味，因为我们已经习惯于依靠非人力因素。所以，这正是出版本书的绝佳时机，因为它阐释了上述这些变化以及挑战，并指导人们如何充分利用这些变化以实现自己的利益。

乔恩·V·彼得斯
管理研究学院总裁，Coo

● 简介

任何一本合集的问世都需要付出一定的努力，本书就凝聚了整整两年的辛勤劳动。要使你对本书内容大致了解的最好方法也许是向你简单介绍一下本书的书名。领导力这一主题本身无疑包含了很多层面的内容，其内容所涵盖的深度和广度足以让来自世界各地的领导者们从自己的角度出发去思考这个问题——从全新的角度，或者至少用新的方式去诠释这个问题。在这本书的每个章节中，你将领略到各位作者的独特视角，因为他们各自的文章都融入了处于自己所研究的学科最前沿的知识。

对于本书的大多数作者而言，这并不仅仅是一个两年的工程。对他们来说，这更是他们进行远不止两年的长期思考的精华所在。有时，思想是在他们的职业生涯中逐渐形成的。本书的作者拥有不同的职业背景，有些是学者，他们把自己事业的重心放在商业学校、专科学校以及综合大学；有些拥有长期的咨询顾问经验，如今管理着自己的公司；还有一些作者在私人或公共组织工作。而相当一部分人则是三者兼而有之。

虽然他们的职业各不相同，但他们也拥有如下一些共同点。他们都做过管理研究学院的教员，有些人一直到今天仍在那里执教；他们都在一些机构中以这样或那样的方式从事过管理工作；他们都坚信对企业的领导阶层进行教育是必不可少的，因此学习成为一名优秀的经理人是一门毕生的课程。

下面将介绍本书的结构。

第一部分是“构造前提：对知识的寻求”，阐述了对知识和学问的寻求是获得卓越领导力的关键所在，并随之提供了许多见解。托尼·布赞（Tony Buzan）认为学习可以提高管理的技能，并将他所发明的心智图法（Mind Mapping Technique）运用于开发“高智商以及智力资本”之上。保罗·J·H·休梅克（Paul J. H. Schoemaker）提出了一个有效的方法，便于读者理解在《组织更新：克服心智盲点》这一内在变化过程中可能出现的障碍。而

阿马吉特·乔普拉 (Amarjit Chopra) 则在《创造力及其连带关系》一文中探讨创造新观点引进机制以及如何激励人们实现较好的互动。

威廉斯·尤里 (Williams Ury) 认为每 10 个决策中就有 8 个不是个体思考的产物, 而是众人谈判协商的结果。他认为“谈判的网络”已经在“谈判革命”中逐渐形成。在《混沌在变革过程中的作用》一文中, 约翰·J·谢勒 (John J. Scherer) 提出, 混沌状态在基本变革和创新的产生过程中扮演了一个至关重要的角色。

第二部分是“为变革提供便利: 领导者的角色”, 深入阐述了领导者的核心角色。在《网络经济中的领导力》一文中, 艾伯特·A·维切雷 (Albert A. Vicere) 提出了为实现有效管理, 领导者需要扮演 4 个关键角色。W·沃纳·伯克 (W. Warner Burke) 把组织变革分为若干阶段并描述了领导力在各个阶段中所扮演的角色。在《企业家必备的领导才能: 培养行动迅速、勇于冒险和持续创新的能力》一文中, 乔尔·R·德卢克 (Joel R. DeLuca) 为培养卓越的领导者提供了一个工作模型。

罗伯特·特里 (Robert Terry) 《领导力: 反思与学习》一文中与我们分享了一系列观点, 这些观点曾经挑战他自身对领导力的理解和实践经验。在《经验仍然是最好的老师》一文中, 迈克尔·M·隆巴多 (Michael M. Lombardo) 和罗伯特·W·艾兴格 (Robert W. Eichinger) 描述了 4 种在工作场合进行学习的经验。巴里·约翰逊 (Barry Johnson) 在《冲突管理: 一个控制复杂性和模糊性的工具》一文中阐释了领导者处理冲突所用的方式。彼得·克斯滕鲍姆 (Peter Koestenbaum) 在《面对领导力的自相矛盾: 八项原则》一文中把关于对人类社会结构的见解统一进行阐释。查尔斯·E·德怀尔 (Charles E. Dwyer) 在《人力影响》一文中总结了有关人力影响的基本要素。

第三部分是“克服困难: 新的领导力技巧”, 讲述的是对于领导者而言至关重要的几个关键素质。在《帮助他们成长还是看着他们离开: 用发展优势留住人才》一文中, 贝弗利·L·凯 (Beverly L. Kaye) 为领导者们进行有效 (并节约时间) 的职业培训提供了一系列实用的技巧。在《最新领导技巧》一

文中, 兰达尔·P·怀特 (Randall P. White) 和菲利浦·霍奇森 (Phillip Hodgson) 对旧的领导力风格以及新领导力风格的转变提出了有趣的见解。罗纳德·M·格林 (Ronald M. Green) 在《好人做坏事: 对一场共同灾难的剖析》一文中通过分析“福特探索者” (Ford Explorer) 汽车及其所使用的凡士通 (Firestone) 轮胎所发生的灾难性事故起因, 阐明了职业经理人有时做出在道德层面上不负责任的决定的原因。马歇尔·戈德史密斯 (Marshall Goldsmith) 在《找到鼓励你的导师: 取得积极行为变化的关键》一文中, 探讨了如何接受培训, 并提供了一些在培训课程中可能出现的有用的问题。

在《全球化领导力和全球化情商》一文中, 斯蒂芬·H·莱因史密斯 (Stephen H. Rhinesmith) 把丹尼尔·戈尔曼 (Daniel Goleman) 关于情商的观点与全球化领导力有机结合起来。拉腊因尼·塞吉尔 (Lorraine Segil) 在《你组织的领导者是否充满激情》一文中提出了充满激情的领导者所应具备的十大本质特征。在《有效的危机管理: 从现在开始重视》一文中, 伊达莲·克斯纳 (Idalene Kesner) 分析了企业如何应对潜在危机, 并提出行之有效的方法来检测危机来临前的准备工作。

第四部分是“创造竞争优势, 成功战略”, 介绍了许多实用战略。韦斯·特龙纳斯 (Flons Trompenaars) 和彼得·伍拉姆斯 (Peter Woolliams) 在《调和营销: 全球品牌, 地方特色》一文中介绍了一种根据文化差异发展营销战略的方法。在《有效利用情境分析支持研发》一文中, 彼得·施瓦茨 (Peter Schwartz) 和杰拉尔德·哈里斯 (Gerald Harris) 介绍了6种使用情景分析进行研发规划的最佳实践, 对公司大有裨益。

詹姆斯·赫尔伯特 (James Hulbert) 和皮埃尔·伯松 (Pierre Berthon) 在《变形营销: 消除边界》一文中, 着重强调从物质经济向信息经济的转变, 以及该转变对营销的影响。奇普·R·贝尔 (Chip Bell) 在他的《培育极端忠诚顾客》一文中提出一个理解客户关系过程的环形框架。而巴里·纳尔巴夫 (Barry Nalebuff) 在《捆绑战略》一文中, 用该机制发挥作用和不发挥作用时的例子来说明该战略的基本机制。

最后, 第五部分, 即“占据领导地位: 新千年的组织机构”是针对日新

月异的企业经营环境和对灵活性、速度和战略敏捷性的需要展开的。在《架构创新机器：思科体系》一文中，维贾伊·戈文达拉扬（Vijay Govindarajan）和克里斯·特林布尔（Chris Trimble）采用他们的四步流程和组织设计图介绍了创新过程的自然进展过程。朱迪丝·巴德威克（Judith Bardwick）在《争取最佳拟合》一文中，描述了无边界和稳定组织，并介绍了这些组织当前如何在劳动市场上吸引不同的人。莫里斯·萨亚斯（Maurice Saia）和奥利维尔·塔巴东尼（Oliver Tabatoni）在《21 世纪的战略：再度利用投资组合》中描述了在目前的环境下战略的定义，并概括了企业目前面临的不连续断点。

霍马·巴赫拉米（Homa Bahrami）和斯图尔特·埃文（Stuart Evan）在《建立战略灵活性组织》中定义了在建构弹性企业的过程中使用的 3 个核心维度。戴维·雷（David Lei）则在《竞争动力、战略目标和能力开发：快速变化行业中价值联盟的兴起》一文中引入了价值联盟和这些企业集团对整个行来的影响方式。托马斯·莫纳汉（Thomas Monahan）和斯蒂芬·斯顿夫（Stephen Stumpf）在《衡量成功的尺度》一文提出了一种组织评估和衡量员工业绩的方式。查尔斯·汉迪（Charles Handy）则在《跳蚤和大象的世界》中讨论了在组织生命周期的不同阶段，组织中所需要的各种领导类型。

我们真诚希望本书所涵括的文章能成为您的指路明灯。在您需要的时候能够从中找到相关章节，细细阅读书中材料、慎重思考其中的观点、与同伴进行交流并在自己的组织中测试这些观点。让这些思想上的领导者成为您的良师益友。

北京科文剑桥图书有限公司

1. 欢迎您到当当网或当地新华书店购买本公司的图书。当当网的送货上门收款城市遍及全北京、天津、上海、沈阳、南京、杭州、广州、深圳、福州、武汉、西安等，更多城市请查询当当网！(www.dangdang.com) 2. 邮购：一律免收邮寄费；如需特快，请另付费。3. 换书：如果您收到的图书有质量问题，我们将免费为您调换。请于10天之内，将图书和发票一起寄回本公司。我们收到退书，将在3个工作日内为您换发。4. 邮局汇款、联系地址：北京市东城区安定门外大街208号三利大厦(100011)，客户服务 E-Mail: kefu@beijingkewen.com 5. 电话：010-64203023

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
营销系列			
利润最大化战略	(美) 罗伯特·G·多克斯特等	49.00	2006.1
新型消费者营销	(英) 苏珊·贝克尔	38.00	2005.4
创建强势品牌	(美) 戴维·阿克	48.00	2004.5
品牌组合战略	(美) 戴维·阿克	58.00	2005.5
谈判是什么	(英) 盖温·肯尼迪	29.00	2004.10
服务竞争优势	(瑞典) 安德斯·古斯塔夫松	24.00	2004.5
创意——并非广告人独享的文字饕餮	(美) 詹姆斯·韦伯·杨	16.00	2004.5
技术销售顾问实用手册	(美) 里克·格林沃德 詹姆斯·米格伯瑞	48.00	2004.5
赢销战	李亚编著	24.00	2004.4
大客户：识别、选择和管理	(英) 彼得·查维顿	29.80	2004.1
聪明人鬼点子系列：提升企业形象	(英) 蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列：妙用口碑营销	(美) 古德弗瑞·哈瑞斯 格里格瑞·哈瑞斯	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列：抓住更多商机	(英) 蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列：赢得忠诚顾客	(美) 保罗·蒂姆	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列：获得更多利润	(英) 大卫·李	15.00	2004.6
如何制定营销计划(中英文对照)	(英) 约翰·韦斯特伍德	24.00	2003.5
广告企划的艺术	(英) 斯蒂尔	35.00	2003.1(2印)
新产品市场营销	(美) 琳达·平森等	29.00	2003.1
旅游业市场营销	(美) 劳乃尔·贝克勒	32.00	2002.4
英国 IPA 广告培训教程	(英) 莱斯穆巴特菲尔德	32.00	2002.4
公司广告运作	(英) 罗德里克·怀特	24.00	2002.1
少儿用品品牌营销	(美) 基思·德尔·威切欧特	16.00	2002.1
赊销管理圣经	(英) 波特·爱德华	28.00	2002.1
产品经理的营销计划	(美) 唐纳德·R·莱曼	24.00	2003.1
低费用的市场营销	英国市场营销协会编	26.00	2002.1
创建销售渠道优势	(美) 英伦斯·弗里德曼	24.00	2002.9

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
最大化营销	(美)斯坦·拉普等	25.00	2001.2
向女性推销	(英)卡罗尔·纳尔森	18.00	2001.2
市场调研	(英)保罗·海格等	20.00	2002.1
BTOB 营销	(美)拜端·斯丽斯丁	30.80	2001.10
E-mail 营销	(美)莎依·金纳德	22.80	2001.10
忠诚营销	(美)凯瑟临·辛德尔	24.80	2001.10
管理系列			
管理的现在和未来	(美)托马斯·科汉 理查德·施马尔茨	39.00	2005.5
信息整合的新竞争力	(美)马克·赫德 拉尔斯·尼贝里	28.00	2005.5
6个月扭亏为盈	(美)加里·萨顿	58.00	2005.5
组织变革	(美)W·沃纳·伯克	38.00	2005.1
退出战略	(英)约翰·霍基	58.00	2005.1
凯洛格论技术和创新	(美)兰杰·格拉特等	58.00	2004.9
普华永道论变革型领导力	普华永道变革整合小组	48.00	2004.9
财富大家	湖南卫视《财富中国》栏目组	28.00	2005.1
成为更出色的经理	(英)迈克尔·阿姆斯特朗	26.00	2004.5
明茨伯格论管理	亨利·明茨伯格	48.00	2004.5
企业决策管理	(美)弗兰克·耶茨	24.00	2004.3
管理是什么	(英)悉尔·M·格拉斯	32.00	2004.3
战略是什么	(英)理查德·惠廷顿	28.00	2004.3
公司治理与评级系统	李存修 柯承恩	48.00	2004.1
公司定位	(美)杰克·泰斯默	25.00	2004.1
企业管理表格手册(附光盘)	英国企业管理协会编	45.00	2003.7
第五项修炼教程:学习型组织的应用	(美)伯特·弗雷德曼等	29.00	2003.1
马斯洛论管理	(美)亚伯拉罕·马斯洛	29.00	2004.5
战略管理方法:定性定量分析	(美)若热·瓦斯康塞洛斯·伊·萨	22.00	2003.1
产品经理手册	(英)琳达·葛彻尔斯	24.00	2002.1
把公司搬上网:企业网络经营生存指南 (精装)	(美)乔纳栗·伊佐	20.00	2002.1
跨国经营失败案例	(美)戴维·A·里克斯	14.00	2001.2
美国女经理人的管理策略	(美)凯罗·加拉赫	26.00	2002.1
米奇的魔杖:迪斯尼的经营之道	(美)比尔·卡波达戈利等	19.80	2003.2
战略采购管理	(美)蒂莫西·M·拉塞特	25.00	2003.1
项目经理的 MBA:从策划到成功	(美)菲利普·特利文	24.00	2003.1
ISO14000 执行手册	(美)詹姆斯·哈灵顿	28.00	2003.1
管理悖论:高绩效公司的管理革新	普华永道变革整合小组	29.00	2003.1

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
咨询系列			
从培训师到咨询顾问	(美)凯洛琳·尼尔松	28.00	2004.5
高绩效咨询	(美)罗伯特·谢弗	28.00	2004.3
咨询项目建议书写作指南	(美)赫尔曼·霍尔茨	38.00	2004.5
管理咨询:优绩通鉴(第二版)	(英)菲利浦·萨德勒主编	48.00	2004.1
完美咨询:咨询顾问的圣经	(美)彼得·布洛克	39.00	2004.3
创建咨询公司:从起步到成功	(美)阿兰·卫斯	22.00	2004.1
造就卓越的咨询顾问	(美)杰伊·A·贝切斯	18.00	2003.1
人力资源管理系列			
招聘!招聘!得到你想要的员工	(美)凯文·克林维克斯 马修·奥康内尔	15.00	2004.5
激励!激励!发掘员工最大潜能	(美)安妮·布鲁斯 詹姆斯·伯比顿	15.00	2004.5
培训!培训!推动员工持续进步	(英)彼得·哈尼罗杰·贝内特	15.00	2004.5
绩效!绩效!如何考评员工表现	(美)罗伯特·巴克沃	15.00	2004.5
团队!团队!游戏培养合作精神	(美)斯沃塞乐姆·撒格莱恩 格伦·帕克	15.00	2004.5
转型:与企业战略匹配的人力资源管理	(美)琳达·霍尔比契	45.00	2004.3
留驻核心员工	(美)利·布拉纳姆	22.00	2004.1
高绩效团队训练法	(英)托马斯·G·克兰	18.00	2002.1
创业系列			
青年创业指南:建立和经营自己的企业	(美)史蒂夫·马若堤	29.00	2004.4
合伙还是单干:成功合伙的8个秘密	(美)阿兹里娜·杰夫	25.00	2003.1
创业融资商业计划	(英)约瑟夫·科万罗等	25.00	2003.1
金融、财会系列			
无形财富(精装)	(美)玛格丽特·布莱尔 史蒂文沃曼	38.00	2004.5
无形资产(精装)	(美)巴鲁·列弗	48.00	2004.1
财务报表分析及案例	(美)科斯特斯等	22.00	2002.4
中小企业财务管理	(英)科林·科罗	18.00	2002.9
金融市场风险及监管	(美)理查德·德尔	28.00	2002.1
零重力:高科技风险投资与上市(精装)	(美)史蒂夫·哈蒙	45.80	2001.2
英汉证券与金融工程词典	陈胜权 圣才	68.00	2003.1
个人理财系列			
征服熊市	(美)小罗伯特·R·普雷希特尔	32.00	2006.3
股票买卖原则	(美)威廉·欧奈尔	26.00	2005.5
笑傲股市(第三版)	(美)威廉·欧奈尔	29.00	2004.3
股票技术分析新思维	(美)瑞克·贝辛格尔	28.00	2004.3
专业投机原理(第三版)	(美)约克多·斯波朗迪	58.00	2004.3
证券混沌操作法	(美)比尔·威廉姆	19.00	2004.3

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
股票 K 线战法(第三版)	(美)史蒂夫·尼森	28.00	2004.3
固定收益证券	(美)布鲁斯·塔克	48.00	2002.7
变波投资:筛选下一只超常增长股	(美)托宾·史密斯	15.00	2002.1
财富新时代:投资者如何从未来经济的五大趋势中获利	(美)布赖恩·S·韦斯伯里	22.00	2001.5
与财富有约:个人投资组合方略	(美)塞米尔·凯斯	24.00	2001.9
汇市圣经	黄荣灿	19.00	2001.9
高管商学院			
数据挖掘	(美)迈克尔·贝里	48.00	2004.10
税收与企业战略	(美)迈伦·斯科尔斯	45.00	2004.10
价值评估	(美)阿斯沃斯·达蒙德理	45.00	2004.10
运作管理	(美)罗杰·施罗德	48.00	2004.10
产品管理	(美)唐纳德·莱曼	48.00	2004.10
公司治理	(美)罗伯特·蒙克斯	48.00	2004.10
战略人力资源管理	(美)杰弗里·梅洛	42.00	2004.10
全美最新工商管理权威教材系列			
战略管理(第13版)	(美)亚瑟·A·汤姆森	43.00	2005.5
精通战略——企业战略前沿问题	芝加哥大学商学院等合著	68.00	2004.5
管理学(第5版)	(美)托马斯·S·贝特曼	53.00	2003.9(5印)
公司治理(第2版)	(美)罗伯特·蒙古斯	39.00	2004.1(首印)
经济学(第14版)	(美)坎贝尔·R·麦克康奈尔	69.00	2004.6
战略人力资源管理	(美)杰弗里·梅洛	39.00	2004.5
商业和经济统计学	(美)詹姆斯·麦克莱夫	79.00	即将出版
营销精要(第8版)	(美)威廉·D·皮诺特	59.00	2004.6
市场营销管理	(美)约翰·A·昆克	49.00	2004.6
销售队伍管理(第10版)	(美)斯坦顿	39.00	2004.6
产品管理(第2版)	(美)唐纳德·R·莱曼	39.00	2004.6
营销调研(第7版)	(美)戴维·阿克	69.00	2004.1(首印)
数据挖掘	(美)迈克尔·贝里	38.00	2004.1(首印)
税收和企业战略(第2版)	(美)斯科尔斯	49.00	2004.1(首印)
价值评估	(美)达蒙德理	43.00	2003.1(首印)
投资学	(美)汉姆·列维	69.00	2004.6
精通投资——全球投资前沿问题	(美)詹姆斯·皮克福德主编	68.00	2004.5
财务案例(第11版)	(美)W·凯斯特	58.00	2004.6
会计学(第9版)	(美)罗伯特·N·安索尼	29.00	2004.6
管理会计(第4版)	(美)唐·R·汉森	69.00	2004.6
财务报表分析(第5版)	(美)伯恩斯坦	38.00	2002.3(3印)
运作管理(第4版)	(美)罗杰·施罗德	59.00	2003.9(3印)
财务管理分析(新版·第6版)	(美)罗伯特·G·希金斯	38.00	2003.1(首印)