

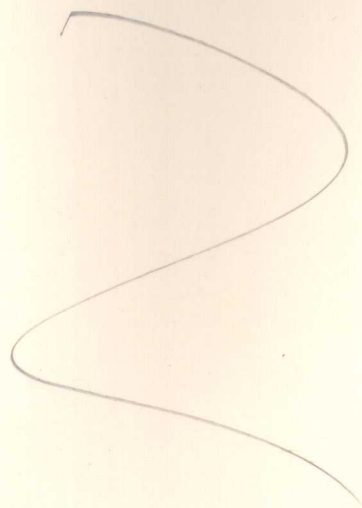


方管理评论

Oriental Management Review

第 2 辑

苏 勇 / 主编



C93/453

:2

2008



方管理评论

Oriental Management Review

第 2 辑

苏 勇 / 主编

图书在版编目(CIP)数据

东方管理评论. 第2辑 / 苏勇主编. —上海: 复旦大学出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-309-06019-5

I. 东… II. 苏… III. 管理学—东方国家 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 049819 号

东方管理评论. 第2辑

苏 勇 主编

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编: 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 盛寿云
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印	刷	句容市排印厂
开	本	787×1092 1/16
印	张	14.25
字	数	320 千
版	次	2008 年 6 月第一版第一次印刷

书	号	ISBN 978 - 7 - 309 - 06019 - 5 / C · 106
定	价	22.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

东方管理评论

Oriental Management Review

编辑委员会

主 任 苏东水

执行主任 苏 勇

委 员	刘子馨	彭 贺	王龙宝	吴照云	伍华佳
	徐培华	袁 闯	张 阳	范 徽	苏宗伟

主 编 苏 勇

副 主 编 彭 贺

主 编 寄 语

《东方管理评论》第1辑自问世以来,蒙学界同仁厚爱、业界精英重视,均给予了良好的回应,我们在深感欣慰的同时,也更认识到,在中国管理学期刊物百花争艳的今天,再编辑出版一本颇具特色的东方管理学术刊物,在东方管理的学术新壤上进行更深一层的耕耘,非但重要,而且必须。

管理,正如任何人类社会活动一样,有“道”与“术”之分。所谓管理之道,指的是在管理活动中所必须遵循的原则、理论、理念,在“世界是平的”状态下的今天社会,这种管理之“道”中的东西方差异正在消弭。沐浴改革开放春风雨露30年之久的中国学者和企业界人士不仅欣然接受西方先进的管理理念,且还能在浩瀚浩荡的东方传统文化中找到其源头和佐证。而在具体的“管理之术”中,由于面对的管理对象不同,管理者和管理对象所处的组织状态不同,管理活动所发生的社会环境不同,就会产生很多差异,而这正是我们今天研究东方管理的逻辑起点。管理是一种文化,管理活动的特性就决定它具备多学科交叉的特点,管理活动不仅具有经济活动的内涵,而且具有文化活动的内涵,而文化在管理主体和管理客体即每一个人中的影响是根深蒂固的,从深层次的价值观念、思维方式到较表层的制度设计、行为方式,无不体现出文化的差异性,这也给我们研究东方管理奠定了很大的发展空间。我曾经在我所主编的“普通高等教育十一五国家级规划教材”《当代西方管理学流派》一书的序言中用了这样一个标题:“采西域之珠,行东方之路”,融会东西方管理精华,博采众长,为中国企业所用,这也正是我们研究东方管理学的目的所在。

从本辑“东方管理案例”栏目的这些案例中,我们虽然还很难清晰地概括出东方管理的轮廓,但有一点可以肯定,那就是在这些企业的管理理念和管理行为中,无不渗透着非常浓郁的东方管理思想。而这,正是当今中国企业家要高度重视,也是被实践证明在中国企业管理中行之有效的。

“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。”让我们为创建东方管理学而共同努力!



博士、教授、博导

复旦大学企业管理系主任

复旦大学东方管理研究中心副主任

2008年3月9日

目 录

东方管理

论东方管理哲学	苏东水(3)
卓越企业的文化竞争力	苏 勇(7)
扬弃与超越:管理学发展的东方主张	吴友富(11)
论东方管理思想的研究视野	王方华(20)
东方管理研究的历程、现状与挑战	彭 贺(22)
荀子“上下俱富”的和谐群体管理思想	徐培华(30)
学缘关系及其在学校营销管理中的应用	郭伟峰(37)
中国传统文化中“以和为贵”思想对现代管理的启示	
——创建和谐型组织	王椿阳 朱永新 夏 春(44)

中国管理

论中国管理体系的构建	徐 飞(53)
概念、体系与研究路径:关于中国式管理学科化的理论探讨	肖 俊(58)
中国人力资源管理理念寻源	胡君辰 吴小云(65)
高管人员薪酬激励与上市公司经营绩效相关性研究	王龙宝 吉亦超(74)
论五商——智、情、财、技、谋	胡建绩 严清清(91)
基于内源性—外源性动机理论的仆人式领导理论模型研究	姚 凯(98)
中国文化背景中的消费者—品牌关系:理论建构与实证研究	
.....	何佳讯 卢泰宏(110)
所有权让渡	
——家族企业实现“人为为人”的“治家”之道	刘雯颖(128)
浙商与徽商比较研究	李好好 马 婷(138)

儒家文化中人为激励的效果与机制

- 基于某领导人物的领导行为分析 郭晓薇(148)

东西方管理融合

- 百年管理史的文化诠释 陈荣耀(157)

- 管理学视野的中西方差异 章迪诚(167)

中外合资企业文化的冲突与整合

- 基于东方管理文化视角的文化管理模式的构建 伍华佳(174)

- 东西方企业社会责任比较研究 张文贤(181)

东西方具有企业家倾向的管理者之间的伦理倾向差异研究

- 周洁如 大卫·罗宾斯(187)

东方管理案例

- 独树一帜的双星管理模式 苏 勇 刘 桦(197)

- 用“家”文化打造世界名企的康奈集团 苏 勇 徐 文(206)

- 《东方管理评论》投稿须知 (218)

CONTENTS

Oriental Management

On Oriental Management Philosophy	Dongshui Su(3)
Culture Competitiveness of Excellent Enterprise	Yong Su(7)
The Oriental View to the Development of Management Science	Youfu Wu(11)
On the Research Perspective of Oriental Management Thoughts	Fanghua Wang(20)
Oriental Management: History, Status in Quo and Challenges	He Peng(22)
The Harmony Management Thought of Xunzi	Peihua Xu(30)
Study Relationship and Its Application in School Marketing Management	Weifeng Guo(37)
Revelation to Modern Management from “Taking Harmony for the Noblest Thing” of Traditional Culture of China — Establishing Harmonious Organization	Chunyang Wang Yongxin Zhu Chun Xia(44)

Chinese Management

On the Construction of Chinese Management System	Fei Xu(53)
Conception, System and Research Approach: A Study of Discipline on Chinese-styled Management	Jun Xiao(58)
On the Origin of Chinese Human Resource Management Thought	Junchen Hu Xiaoyun Wu(65)
Research on the Correlation between Executive Salary Incentive Mechanisms and the Firm Performances	Longbao Wang Yichao Ji(74)
Study of the Five Quotients	

- People Have Five Quotients: Intelligence, Emotion, Finance,
Technique, Stratagem Jianji Hu Qingqing Yan(91)
- A Research on the Model of Servant-leadership Theory
- Based on Endogenous-Exogenous Theory of Motivation Kai Yao(98)
- Consumer – Brand Relationships in the Context of Chinese Culture:
- Theoretical Construct and Emprical Study Jiaxun He Taihong Lu(110)
- Release of Ownership — the Road of Realizing “Considerateness-Oriented”
in Family-Owned Company Wenying Liu(128)
- A Study on the Comparison between Trader Groups of Zhejiang and Huizhou
..... Haohao Li Ting Ma(138)
- RenWei Motivation under Confucian Culture:
- Based on the Analysis of a Leader’s Leadership Behaviors Xiaowei Guo(148)

The Fusion of Eastern and Western Management

- A Cultural Interpretation of Management History Rongyao Chen(157)
- The Difference in the Perspective of Management Science between the East and the West
..... Dicheng Zhang(167)
- On the Cultural Conflict and Integration in Sino-foreign Joint Ventures
- The Construction of a Cultural Management Model Based on the
Perspective of Oriental Management Culture Huajia Wu(174)
- Comparative Study of Corporate Social Responsibility (CSR) between
East & West Wenxian Zhang(181)
- A Research on the Difference in Ethical Orientation between Eastern and
Western Entrepreneurially-Inclined Managers Jieru Zhou David Robbins(187)

Case Study of Oriental Management

- The Unique Management Model of Double Star Group Yong Su Wei Liu(197)
- Using Family Culture to Make Kangnai Group a World-renowned Enterprise
..... Yong Su Wen Xu(206)

东 方 管 理

Oriental Management

论东方管理哲学

On Oriental Management Philosophy

苏东水

Dongshui Su

摘 要 本文围绕东方管理学的“三为”核心理念与十五个哲学要素,分人本管理哲学、人德管理哲学、人为管理哲学三个部分阐述本人对东方管理哲学的理解。

关键词 人本管理哲学,人德管理哲学,人为管理哲学

Abstract This article focuses on the core thoughts and fifteen philosophical elements of Oriental Management and clarifies the author's comprehension of Oriental Management Philosophy from Human-centric philosophy, Moral-preferential philosophy and People-oriented philosophy.

Keywords Human-centric philosophy, Moral-preferential philosophy, People-oriented philosophy

管理活动是一个开放系统,难免受到哲学、经济、政治、文化和心理学等各种因素的影响,系统总结管理实践的管理理论也因此打上了地域和民族的烙印。正是基于这个原因,我们复旦大学学者群从20世纪70年代中期就开始探索如何立足于东方文化和现实土壤,博采古今中外管理学说精髓,创建一门真正适合中国乃至中国文化圈中其他东方国家的管理学说。

在这一探索过程中,不断有境内外的同行参与交流,其中包括许多热心的国际友人和我交往甚笃,从国外翻译引进的许多著作对我们的研究也有所启发。因此,目前已成雏形的东方管理学体系是国内外众多学者齐头并进、集腋成裘的结晶。现在学术界有一种溢美之词,把我们研究东方管理学的学者称作东方管理学派。我个人认为,能否称得上学派,关键看有没有相对统一的哲学基础,因为管理哲学要解决管理的价值观和方法论这些最根本的问题。

20世纪80年代到90年代,我先后提出了东方管理学“以人为本,以德为先,人为为人”的核心命题,治国、治生、治家、治身的“四治”框架,以及人、勤、道、变、和、实、信、效、法、威、器、术、筹、谋、圆等十五个哲学要素。这些思想分别反映了我在不同历史阶段的思考结果,经过梳理和整合,形成了我对东方管理哲学的认识,即:东方管理哲学是以中国传统主流哲

学为内核、融会古今中外管理学说中合理的哲学成分的一种具有历史连续性、内在一致性、普遍适用性和强大辐射力的思想系统,它能够在最一般的意义上为国家治理、企业经营、家庭生活和个人修养活动提供指导和方法。

下面我综合东方管理学的“三为”核心理念与十五个哲学要素,分三个部分阐述本人对东方管理哲学的理解。因为“以人为本”是当前中国的一个热点问题,我侧重阐述人本管理哲学。

一、人本管理哲学

东方管理哲学的第一个层次是人本管理哲学,即管理要以人为中心,实现人的全面、自由、普遍发展。人本管理哲学可以分解为五个要素:人、勤、道、变、和。其中,“人”是人本管理哲学的出发点和终极目标,“和”是中间目标和协调手段。下面分别解释一下。

1. 人。“人”要求以人为本,把人的价值作为管理的起点和终极目标。在中文里,“以人为本”一词的完整提法最早出自《管子·霸言》:“夫霸王之所始也,以人为本。本理则国固,本乱则国危。”这里所说的“以人为本”,是指建立霸业的一种手段,显然管子的“人本”还停留在工具论的层面上。此后,又有孟子的“民贵”等更接近现代人本哲学的观点。1996年,在第三届 IFSAM 世界管理大会(巴黎)上,我第一次提出东方管理学的基本精神是“人乃天”和“事人如天”,这一精神是基于历史连续性归纳出来的,因为东方管理哲学中的确有这样的传统。现实中的管理方法和操作可能经常与之相悖。即使在东方管理哲学的策源地中国也不例外。但最近几年,中国的领导层重新意识到“以人为本”的重要性,将其作为最基本的执政理念之一,这种理念很快由上至下渗透到各级政府、各类企业乃至每一个家庭和个人。

2. 勤和变。“勤”是对人的一种要求,在东方的传统中,不仅要求管理者勤勉为政,而且在一般民众中提倡克勤克俭的精神。勤与俭的关联也是一种东方特色的理念,勤俭立国、勤俭创业、勤俭持家的价值一直很受重视。“变”一方面也是对“人”的要求,另一方面则表现为对人的需求的满足,管理者和被管理者(自我管理)都要随时随地根据外部变化采取变通的方法,去实现自身发展或为他人服务,在东方管理哲学中此二者是合一的。

3. 道。“道”是一个内涵很丰富的词,不过在座各位都是中国文化圈内的学者,“道”的含义就可以不言自明了。西方管理学的先驱如法约尔、韦伯等都是从一般意义上理解管理的,此后工商企业管理学一支独秀,在相当长的时间里几乎成了管理学的代名词,我们首倡的东方管理学体系从一开始就注重管理理论的内在一致性和普遍适用性,把管理活动划分为治国、治生、治家、治身四个层面。这四个层面的具体管理方法是有很大的差异的,但老子说“治大国如烹小鲜”,王充则讲过“贤君之治国也,犹慈父之治家”,中国的还有一句俗话说叫“一屋不扫,何以扫天下”,这些都说明不同的管理活动有相通的规律,这些规律就是东方管理哲学中的“道”,“道”的载体是各种管理活动中的人以及人的行为,也即东方管理学是“以人载道”的,所以我们把“道”作为人本管理哲学的要素。

4. 和。“和”即“和为贵”。人本管理哲学的终极目标是人的发展,“和”是实现终极目标

之前的中间目标和协调手段。在竞争和对抗的管理活动中,“人和”乃制胜法宝,这无需赘述;在个人和组织的发展中,“和”也具有重要的调节作用。历史证明,“以人为本”作为终极目标很容易走向极端,即个人主义、各种利益集团的本位主义以及人类中心主义,欧美国家自文艺复兴以来很重视以人为本,但为什么还会一度出现比前代更加严重的社会危机?这些危机无论是小到家庭破裂、劳资紧张,还是大到战争和环境污染,都有一个共同病灶,就是忽略了“和”这个中间目标的调节。现在,中国的领导层很重视“和”:在国内强调和睦安定,建设和谐社会;在国际交往中,提出了“与邻为善、以邻为伴”;在“天人”关系方面,实践科学发展观。显然,这三个层面的“和”也同样适用于其他组织的管理。所以,可以认为“和”的要素是蕴含在人本管理哲学之中的,只有做到“和”,以人为本的终极目标才能够不偏不倚地实现。

二、人德管理哲学

东方管理哲学的第二个层次是人德管理哲学,即强调道德伦理的作用,管理者通过“修己”树道德之威,在无形中影响被管理者的行为,被管理者也要通过“修己”实施自我管理,以求更好地胜任本职工作。不同层次的管理参与者面临的道德要求是不同的,为此我们提出了三种基本道德:为官执政者要讲“官德”;经商营利者要讲“商德”;一般民众要讲“民德”。

人德管理哲学可以分解为五个要素:实、信、效、法、威。其中,“实”、“信”、“效”是对管理活动的参与者的基本道德要求,“法”是“德”的辅助手段,“威”则是人德管理哲学的目标。

1. 实、信与效。“实”要求实事求是,在古今中外这都是一项“知易行难”的要求;“信”即诚实守信,《孙子兵法》中把“信”列为“将者”的五德之一;“效”本不是伦理道德层面的因素,但在东方文化中,“效”与“廉”、“勤”往往紧密联系,高效廉洁经常被作为对管理层的基本要求。

2. 法。在东方管理哲学中,“法”往往作为“德”的辅助因素。一般来说,依托法规和制度来实施管理可以避免“人治”的种种随意性和独断性,但也不应过分崇尚严法酷律的威慑力,正如《汉书·礼乐志》中讲的“王者承天意以从事,故务德教而省刑罚”,“德法兼容”是一种务实的选择。

3. 威。树道德之威是人德管理哲学的目标。在管理活动中,管理者经常要运用权威来指挥和影响组织成员,其中有些权威是制度所赋予的,另一些则有赖于管理者的个人魅力和其他优秀品质,东方管理哲学更推崇后者。《论语·尧曰》中讲到个人品行要“尊五美”,其中的“泰而不骄”、“威而不猛”两项可以看作对道德之威的绝佳注解。

三、人为管理哲学

人为管理哲学也即“人为为人”的思想:无论管理者还是被管理者必须首先注意自己的行为和修养,然后从为人的角度出发,控制和调整自己的行为,创造一种良好的人际关系和

激励环境,充分发挥人的能动性和积极性,使人们能够更好地发展自我,服务社会。人为管理哲学源于我对中国古代管理行为学说的研究,我在这方面的研究成果最早就是在日本的一次研讨会上报告的。

人类的生产行为和管理行为离不开物质技术设备和科学方法,管理行为中最重要的是决策行为(西蒙说过“管理就是决策”),同时“人为为人”讲究管理者与被管理者的互动互动,能够达到圆满合理是衡量“人为为人”实现程度的标准。所以,我把人为管理哲学也分解为五个要素:器、术、筹、谋、圆。

1. 器、术、筹、谋。重器利器、巧妙运术本是中国早期哲学中的一个重要方面,但后来“器”和“术”被曲解为“奇技淫巧”,成为主流道德哲学的对立面,其服务于人的积极一面反而被忽略了。现在就是要在“人为为人”的理念下,重新加强对“器”和“术”的学习和运用,提高管理效率和服务水平。“筹”和“谋”分别对应于战略和战术层面的规划与执行,正所谓“运筹帷幄,决胜千里”,在这两个层面的决策中,都要充分发挥民主,集思广益,用“人为”的积极参与,保证“为人”的绩效。

2. “圆”即圆满合理,这是衡量“人为为人”是否成功的标志。“人为为人”的理念落在实践中,是倡导以身垂范、合理授权与自我管理。基于这种要求,我们提出了东方管理哲学的“主体人”命题:人在组织中有分工职位的差别,但每个人都是管理主体,个性和人格都是独立、完整和平等的,不存在谁依附谁、谁掌控谁的问题。在主体人理论中,人不再是管理的工具和手段,人和人之间也不再是狭隘的管理和被管理的关系,而是为了实现组织的目标所进行的互相协同、互相支持、互相服务的关系。只有实现这样一种关系,一个组织或者一项管理活动才称得上是圆满合理的。这当然是一项很高的要求,但应该成为每一位管理者追求的理想和目标。

人本管理哲学、人德管理哲学和人为管理哲学是东方管理哲学的三个部分,这三个部分相辅相成,而且每一部分之下的三组要素也是一个统一的体系。我坚信,我们的社会只要能够做到“三为”,即“以人为本,以德为先,人为为人”,坚持新“三观”,即新的人本观、和谐观和发展观,则社会主义和谐社会将指日可待。

人为为人,三为

卓越企业的文化竞争力

Culture Competitiveness of Excellent Enterprise

苏 勇

Yong Su

摘 要 中国改革开放以来将近 30 年的历程中,企业间的竞争经过了产品竞争、服务竞争以及文化竞争阶段。一个企业的文化模式无论是偏重于西方式,还是偏重于东方式,在很大程度上无所谓孰优孰劣,而是看其是否适合该企业的实际及其应用效果。中国企业在追求卓越过程中,如何处理中西文化的融合问题是其能否取得成功的关键。

关键词 卓越企业,文化竞争力

Abstract In the recent 30 years, Chinese enterprises have undergone three competition stages: product competition, service competition and culture competition. Culture model can't be thought as bad or good by its inclination to western or eastern culture. The most important judging criterion is whether the culture model is suitable or not. Chinese enterprises are facing a big problem about how to deal with the amalgamation of eastern culture and western culture.

Keywords Excellent Enterprise, Culture competitiveness

追求卓越,是每一个企业都孜孜以求的结果。在当今全球性激烈的市场竞争中,企业只有不断追求卓越,才能赢得竞争优势。

俗话说,“条条大路通罗马。”企业追求卓越,可以有各种途径,而企业家更是由于不同的理念及风格,在管理实践中进行着自己所坚信的精彩纷呈、卓有成效的实践。

世界著名的埃森哲咨询公司,最近发布了一项《2007 年中国卓越绩效企业报告》。值得关注的是,在这项报告中,埃森哲咨询公司列举的中国卓越绩效企业全球最佳实践模式中,提出了五个思路,即它所认为的中国卓越企业在实践中行之有效的五种管理模式。其中所提出的一个观点是:中国的卓越绩效企业以独特的方式融合中西两种管理模式的特色。我以为,这一问题涉及管理哲学的层面。在埃森哲公司所提出的中国卓越企业各种有效管理模式中,这一观点颇值得引人注意,也最值得中国企业领导人深思。

中国改革开放以来将近 30 年的历程中,企业间的竞争经过了这样三个阶段:

第一阶段,产品竞争。产品竞争阶段我用一句话来形容,叫做“我做得出,你做不出”。在20世纪80年代末、90年代初中国改革开放初期,企业之间的竞争主要是以产品为主的竞争。当时只有少数企业能够生产出适销对路、消费者满意的产品。因此,一个企业只要能够生产出这样的产品,保持较高的市场占有率,就能够在市场竞争中获得优胜。

第二阶段,服务竞争。随着我国改革开放的深入,越来越多的企业可以购买国外先进技术,或者与外商合资,开始生产出越来越多的优质产品,这使得企业之间的竞争重点从产品竞争发展到服务竞争。服务竞争的特点,我也用一句话来概括,“我做得好,你做不到”。产品日益丰富,质量也都不错,消费者有了很大的选择余地,在这种情况下,企业之间所要比的就不仅限于产品,而是扩展到服务层面。我们曾经在上海市内的某家电城做过调查,某些名牌家电产品在质量和功能上很难说有明显优势,而且售价比同类产品高出不少,但是销量居前,而消费者的反映则高度一致,都说我们相信这一名牌产品的质量,更看重它所提供的优质服务。

第三阶段,文化竞争。当历史进入21世纪以后,中国企业日渐成熟,而企业之间的竞争也进入了更高阶段。从这一时期的基本趋势来说,企业的产品质量已能基本满足消费者需求,市场上商品丰富程度也前所未有,各种基本的售前、售中、售后服务也都能够做到,这时候的企业竞争,就从服务竞争跨入到文化竞争阶段。文化竞争的特点,我同样用一句话来概括,“我做得好,你做不到”。所谓文化竞争,是在考量一个企业的综合管理水平、员工综合素质,考量企业是否具备优秀的企业文化,在企业的经营管理模式中是否兼备中西文化的优点,博采众长,为我所用,真正为提升企业竞争力发挥了作用。

在管理学的发展史上,历来有科学与艺术之争,或曰“器”与“道”的分歧。不少学者认为,西方管理学重视定量分析,重视数字与模型,重视制度化的管理,即所谓在管理实践中更重视“器”的运用,把管理学塑造成一门精确化、严格界定的科学。而东方管理重视人的作用,重视人性化的权变管理,更偏重于艺术性,所谓“运用之妙,存乎一心”,更偏向于是一种让管理者具备更多个人创新空间的艺术。管理学科的发展,从本质意义上来说,是在科学理性、制度理性和道德理性三者之间寻求一种“最优解”。或许对每一个企业来说,这种寻求“最优解”的实践活动永远是一个过程,而不是结果,但这却丝毫不会降低有效管理活动的意义。管理的科学性和艺术性,是自管理学诞生以来一直具有争议的话题,其实这也是在管理的具体过程和最终成果、管理行为的人文性和最终状态的科学性之间寻求一种“最优解”。所以从这一意义上来说,一个企业的文化模式无论是偏重于西方式,还是偏重于东方式,在很大程度上无所谓孰优孰劣,而是看其是否适合该企业的实际及其应用效果。

在埃森哲公司的报告中,特别提到了烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司,认为这是一家在管理上对东西方文化采用“兼收并蓄方法”的典型。确实,张裕公司作为一家中国传统的民族企业,有着自己深厚的文化底蕴,其座右铭“爱国、敬业、优质、争雄”,既体现了公司所特有的历史传统,又反映了公司对于当代市场竞争具有清醒的意识,体现出公司所具有的企业文化特点。而该公司还有一个“中西融合,引领时尚”的长期战略,配合这个战略的行为,埃森哲公司的报告中指出,该公司大量聘用外国专家和有MBA学历的毕业生,并将出色的员工送到欧洲和美国去研究国际葡萄酒行业发展的趋势。我们仔细分析张裕公司的