



经营哲学



主编
徐增厚
石玉亮

红旗出版社

主 编 徐增厚 石玉亮

副主编 张国文 娄成计

李平分 康文朝

撰稿人（按姓氏笔划为序）

王书臣 石玉亮 朱文章

李平分 齐志刚 陈振英

孟华兴 张洪吉 张国文

娄成计 徐 勇 徐少杰

耿五群 徐增厚 康文朝

曹家麟 简宪安

目 录

导 论

一、现代企业经营哲学的产生与发展	(2)
二、经营哲学的研究对象	(9)
三、经营哲学的基本特征	(11)
四、改革开放时期研究经营哲学的意义	(14)
五、研究经营哲学的方法	(17)

上篇 经营哲学概论

第一章 企业经营的主体与客体	(19)
一、企业经营的客体	(19)
二、企业经营的主体	(28)
三、企业经营主体与经营客体的关系	(38)
第二章 动态经营与静态经营	(43)
一、动态经营的含义和形式	(43)
二、静态经营的含义和形式	(57)
三、动态经营与静态经营的关系	(64)
第三章 客观经营与能动经营	(69)
一、客观经营	(69)
二、能动经营	(74)
三、客观经营和能动经营的辩证关系	(76)
第四章 企业经营的矛盾观	(82)

一、企业经营矛盾及其基本特性·····	(82)
二、企业经营矛盾的分类·····	(86)
三、企业经营矛盾解决的基本方法·····	(89)
第五章 企业经营的时空观·····	(99)
一、企业经营的时效性·····	(99)
二、企业经营的空间·····	(109)
三、企业经营时间和空间的相互联系和转换·····	(116)
第六章 企业经营的质与量·····	(119)
一、企业经营的质、量、度·····	(119)
二、企业经营的量变和质变·····	(123)
三、企业经营的质和量的变化与经济效益的关系·····	(130)
第七章 企业经营中的继承、创新和发展·····	(135)
一、企业经营中的自我否定和发展·····	(135)
二、企业经营中的继承与创新·····	(139)
三、企业经营创新的原则和战略·····	(145)
四、创新思维的类型、过程和方法·····	(159)
第八章 企业经营辩证法的若干范畴·····	(173)
一、企业经营的内因与外因·····	(174)
二、企业经营的动机与效果·····	(178)
三、企业经营的现象与本质·····	(180)
四、企业经营的形式和内容·····	(183)
五、企业经营的原因和结果·····	(187)
六、企业经营的偶然性与必然性·····	(191)
七、企业经营的可能性与现实性·····	(194)
第九章 经营者的权威性与职工的主人翁地位·····	(198)
一、社会主义企业职工的主人翁地位·····	(198)
二、社会主义企业经营者的权威·····	(201)
三、经营者的权威性与职工积极性的有机结合·····	(215)

四、个人与组织、领导者与下属的辩证关系·····	(222)
第十章 经营思想意识与经营思想方法·····	(231)
一、经营思想意识与企业经营的关系·····	(231)
二、企业经营的个体意识和群体意识·····	(237)
三、社会主义企业经营思想意识的基本内容·····	(241)
四、企业经营的思想方法·····	(245)
第十一章 经营哲学的方法论·····	(253)
一、信息论·····	(253)
二、控制论·····	(264)
三、系统论·····	(269)
四、数学方法·····	(274)
第十二章 企业经营和企业文化·····	(276)
一、企业文化的内涵及其演变·····	(277)
二、企业文化是现代经营思想·····	(280)
三、企业文化对企业经营的作用·····	(287)
四、我国企业文化的形成与发展·····	(294)
第十三章 社会主义企业经营中的道德观和竞争观·····	(306)
一、社会主义企业经营的道德观·····	(306)
二、社会主义企业竞争的必然性及其特点·····	(318)
三、社会主义企业竞争的内容·····	(324)
四、社会主义企业竞争观和道德观的统一·····	(331)

下篇 经营哲学实践

第十四章 市场调查与分析，科学决策的前提条件·····	(333)
一、企业经营活动与客观市场的相互关系·····	(334)
二、搞好市场调查是科学决策的基础环节·····	(339)
三、市场分析与预测的重要作用·····	(343)
四、搞好市场研究，进行科学决策·····	(347)

第十五章 谋全局、谋长远，企业家远见卓识的战略眼光

..... (356)

一、现代企业家必须高度重视经营战略..... (357)

二、谋全局、谋长远，是实现战略经营的基本要素
..... (366)

三、只有谋全局、谋长远，才能使企业在企业竞争中立于
不败之地..... (373)

第十六章 环境分析与洞察，战略决策的思维起点..... (380)

一、企业经营活动与经营环境的关系..... (381)

二、环境分析研究的内容..... (383)

三、企业经营环境分析与研究的目的和意义..... (387)

四、企业经营环境分析研究的方法..... (390)

第十七章 求之于势，竞争取胜之本..... (395)

一、“势”在企业经营中的含义..... (396)

二、造势的原则..... (400)

三、精心运筹，造势致胜..... (404)

第十八章 辩证施术，以谋取胜的核心..... (409)

一、现代企业经营活动的辩证联系决定着决策者必须辩证
施术..... (409)

二、辩证施术需要科学的思考方法..... (412)

三、辩证施术，以谋取胜..... (418)

第十九章 因情措法，竞争策略的灵魂..... (430)

一、经五校七，制胜如神..... (430)

二、探明情况，以强击弱..... (433)

三、明辨虚实，以弱胜强..... (436)

四、把握时机，以快制胜..... (438)

五、捷足先登，先发制人..... (440)

六、以逸待劳，后发制人..... (442)

七、合兵张势，重点制胜·····	(445)
八、乘隙插足，反客为主·····	(446)
第二十章 通于九变，竞争取胜的关键 ·····	(449)
一、因敌制胜，践墨随敌·····	(450)
二、审势相机，以变制胜·····	(453)
三、突出特色，出奇制胜·····	(455)
四、因利制权，多谋善断·····	(457)
五、螺旋上升，迂直制胜·····	(460)
六、疾而有徐，疾徐有变·····	(464)
七、抓根本，以不变应万变·····	(466)
第二十一章 开拓进取，企业发展之动力 ·····	(469)
一、开拓进取，企业发展之本·····	(469)
二、开拓进取的原则及要求·····	(471)
三、进取创新的基本内容·····	(484)
四、开拓创新与尊重客观规律·····	(490)
第二十二章 善于激励，企业活力凝聚力之源 ·····	(493)
一、感情投资，情的激励·····	(494)
二、赏以兴功，罚以禁奸·····	(496)
三、民主管理，责的激励·····	(500)
四、宽厚待人，容的激励·····	(503)
五、身先士卒，表率激励·····	(504)
六、催人奋进，目标激励·····	(507)
七、开展竞争，功名激励·····	(510)
八、典型示范，榜样激励·····	(511)
九、背水一战“危”的激励·····	(511)
第二十三章 选人用人，企业经营的首要问题 ·····	(513)
一、人才是企业最宝贵的财富·····	(514)
二、知人识才·····	(520)

三、择人任势·····	(526)
四、鼓舞士气·····	(531)
第二十四章 伐交与公关, 赢得胜利的重要手段·····	(537)
一、伐交与公关与现代企业经营活动有着密切的联系 ·····	(537)
二、谈判思维的辩证法·····	(543)
三、企业伐交谈判谋略·····	(545)
四、公关, 赢得胜利的重要手段·····	(557)
五、公关人员应具备的素质和行为准则·····	(567)
第二十五章 研究消费心理, 营销活动的先导·····	(570)
一、消费心理与企业经营的关系·····	(570)
二、消费心理分析·····	(573)
三、影响消费者需要的因素·····	(579)
四、消费心理规律与企业经营策略·····	(584)
第二十六章 广开经济网络, 企业生存发展之路·····	(599)
一、现代企业竞争的“联横”“合纵”与利益原则 ···	(600)
二、企业集团的出现及取胜之道·····	(605)
三、横向经济联合的内容和形式·····	(611)

导 论

伴随着我国改革开放力度的加大，社会主义企业经营理论的研究也日趋深入。随着人们思想观念的转变和经济学术思想的活跃，企业经营理论创新、发展的势头正在兴起。为了适应形势的发展，在马克思主义指导下进行企业经营哲学的研究则是一个非常重要的课题。现在，许多管理学科的研究都自觉不自觉地与之联系在一起，旨在从中寻求参与国内外市场竞争取胜的法宝和理论原则。现代企业经营哲学本身，虽然不能为厂长经理和管理人员提供具体的锦囊妙计和管理方法，但它可以给企业的决策者和管理者一把在激烈的市场竞争中打开成功大门的钥匙，点燃人们聪明才智的火花，启迪人们的思路。因此，研究和创建社会主义企业经营哲学是摆在我们面前的一项重要理论任务。

一、现代企业经营哲学的产生与发展

（一）我国经济体制和企业经营方式的变革是现代企业经营哲学产生的根本原因

古今中外的全部哲学发展史表明，任何一种哲学思想都是一定时代政治经济发展的产物，是一定时代自然、社会和思维矛盾运动的概括和总结。正如恩格斯所说：“我们时代的理论思维，都是一种时代的产物。”^①

企业经营哲学的理论不是平空产生的，而是随着经济体制改革的深入而形成和发展的。它是改革开放时代的需要，是历史的产物，反映了历史发展的逻辑。

十一届三中全会以前，由于“左”的思想束缚，我国实行的是高度集中统一的计划经济管理体制。这种体制，造成了“政企不分”、“条块分割”和两个“大锅饭”（职工吃企业的大锅饭，企业吃国家的大锅饭）的局面，使社会主义企业没有活力。在企业里没有经营这个概念，也就不可能有经营哲学而言。经过十多年的改革，这种国家集中过多、统得过死的弱点和弊端已经得到明显的纠正，并已发生了深刻的变化。因此，经营哲学的研究就顺理成章地提了出来。

首先就总体而言，我国的经济体制格局已经发生了一系列变化，使社会主义市场经济体制同社会主义基本制度相结合。

这种变化主要是：

^① 《马克思恩格斯全集》第20卷，第38页。

(1) 企业开始由过去的行政机关附属物，向拥有法人地位的独立的商品生产者和经营者转变，发展社会主义市场经济；

(2) 所有制结构开始由过去单一的公有制，向以公有制为主体的多种所有制形式转变，各种经济成分可以长期共同发展；

(3) 经济管理体制由过去的国家直接管理，逐步向实行间接管理转变，发挥市场的基础作用；

(4) 经济运行机制开始由过去的指令性调拨分配型，逐步向“国家调节市场，市场引导企业”的方式转变，强化市场作用；

(5) 社会分配方式开始由过去平均主义、“吃大锅饭”的供给制方式分配，向以按劳分配为主体的多种分配形式转变，兼顾效率与公平；

(6) 经济联系方式由过去的条块分割的纵向联系为主，向横向经济联合转变，不同经济成分可以实行联合经营；

(7) 企业人事制度开始由过去的“铁交椅”式向引入竞争机制、择优录用、优化组合的方式转变，促使人员合理流动；

(8) 对外经济联系开始由过去封闭、半封闭状态，向积极参与国际交往与合作的开放型经济转变，扩大对外经济联系。

在这个经济体制的深刻变化和今后继续深化改革的过程中，一是由旧体制向新体制过渡；新旧两种体制间的摩擦增多；二是改革由浅层次转向深层次阶段难度加大；三是改革由单项突破进入全面推开阶段需要综合配套改革。由此可见，进一步把改革引向深入，需要有科学的思维方法来启迪人们搞好企业的思路。

就企业经营方式的转变而言，我国的企业经过改革逐步实现由产品生产者向商品生产者和经营者的转变。这种转变的主要特征是：

(1) 由旱涝保收型向风险型转变。在旧的经济体制下，企业的建设投资由国家拨款，生产计划由国家下达，产品由国家包销，利润上缴，亏损由国家补贴。无论经营的好坏，对企业来说，都

没有什么风险可谈。即使是严重亏损，也不会影响企业的领导者和职工的利益，企业也不会倒闭。而经过改革，特别是随着《企业法》、《破产法》的颁布实施，企业从吃国家大锅饭中彻底解脱出来，企业的每一项决策都受市场制约存在着风险。

(2) 企业领导由行政官员型转向企业家型。过去的厂长由上级委派，缺少从事企业经营管理的素质和能力；而现在需要在市场经济中懂经营、善管理的企业家，要有创新能力、决策能力、组织能力、指挥能力、控制能力和应变能力。

(3) 从独家经营向多方位竞争转变。长期以来，企业只是为完成上级交给的任务而运转，企业之间没有竞争。改革开放和社会主义市场经济的发展带来了竞争和各种挑战。竞争和挑战，贯穿于企业经营活动的各个方面、各个环节、各个部位和一切经营手段之中。作为一个企业的领导者制定什么样的经营战略和策略，才能迎接竞争和挑战，这是一个必须思考的问题。

(4) 由内向型向内外兼向型转变。长期以来，由于我国实行闭关锁国政策，多数企业主要面向国内市场，而现在产品既内销也外销，既要占领国内市场，也要占领国际市场，参与国际竞争。

(5) 经营方式和组织形式由分散的单个企业经营，向横向联合的企业集团化转变。企业与市场体系的各个方位、各个层次、各个环节的联系更为复杂，对企业经营者决策的思维方式的要求更加严密。

上述企业经营方式发生的变化，必然会引起经营思想和经营观念上的变化，使之更加符合建设有中国特色社会主义的要求，符合发展市场经济、以经济建设为中心的要求，符合现代企业竞争形势的要求。这些新的经营思想和经营观念主要是：

(1) 全局观念和系统观念。首先，我们应该懂得企业是整个国民经济发展中的一个细胞。在社会主义制度下，企业的所有经营活动不能离开国家经济发展的总目标和总要求。同时还要看到，

现代化大生产的特点是技术复杂、分工精细、环节众多、协作严密。它使企业成为一个既与外部环境紧密联系，内部又可分为若干子系统或系统要素组成的开放系统。系统的观念要求企业的厂长（经理）把握好企业系统与外部环境的平衡，把握企业内部各子系统及系统要素的平衡，从而保证整体目标的实现。一个企业的厂长（经理），作为企业经营活动的组织者和指挥者，不能孤立地、片面地、零碎地、个别地思考问题，而要统观全局，全面系统地分析和研究企业内外部面临的错综复杂情况，才能取得事业上的成功。

（2）市场观念。市场是商品交换的场所，是联系生产和消费的桥梁和纽带。在商品经济的条件下，商品的流通和销售，必须通过市场。多年来，我们只强调计划而忽视了市场调节的作用。树立市场观念，首先在于重视对社会需求的了解，坚持以销定产，同时还要积极地开拓潜在的市场。

（3）竞争观念。竞争是商品经济的产物，也是企业发展的内在动力和外在压力。改革以来，我国经济发展的实践证明，社会主义需要竞争，也离不开竞争，没有竞争就没有活力。树立竞争观念是社会主义企业在经营思想上的一个根本性转变。

（4）效益观念。过去，人们对于社会主义企业的工作中心应该抓什么，没有得到根本解决，把产量、产值的增长速度作为经济发展的主要目标。而现在我们思考一切经济问题，必须把根本点放在提高经济效益上。企业的领导者，必须把提高经济效益作为一切经营活动的出发点和落脚点。

总之，由于我国经济体制和企业经营方式发生的这些变化，需要有一个与之相适应的新的、科学的认识和处理问题的思想方法。企业的经营战略、经营策略、组织形式、营销方式等，需要有它的思想理论基础。经营哲学就是适应现代企业经营需要而产生的重要理论基础之一。马克思主义哲学之所以是科学的，就在于它

不是僵死的教条，而是在实践中发展和完善。经营哲学正是在改革开放形势下，马克思主义哲学发展的必然结果。经营哲学是马克思主义哲学在企业经营活动中的应用，是企业经营学的最高层次的理论。党的十一届三中全会以来，我国在经济体制上所进行的一系列改革，既是一个为社会主义企业注入生机和活力的过程，也是经营哲学萌芽、发生和发展的过程。

（二）现代科学技术的迅速发展， 为经营哲学的产生奠定了科学的基础。

近几十年来，世界科学技术得到迅速的发展，出现了一批新的技术和相应的新产业。从七十年代开始，新的技术革命发展得就更为迅速。最主要的成就有：信息技术、生物技术、新型材料技术、新能源技术、空间技术、海洋开发技术等。这场新的技术革命一方面对社会生产力的发展起了重大的促进作用，另一方面，还对当代经济、社会的发展变化产生了深刻的影响，主要是：

（1）每一项新的技术突破，都会导致形成新的产业，促使整个产业结构、经济结构发生变化；

（2）知识和智力开发将越来越成为决定生产力发展速度和经济竞争力高低的关键因素；

（3）信息革命的发展，将带来人们劳动方式的变革；

（4）新的技术革命将会加速生产组织管理方式、经营方式的变革；

（5）新的技术革命的发展，将会加剧现代企业间的竞争。

综上所述，由于现代科学技术的发展，必将对企业的经营管理和理论的发展产生巨大的推动作用。

第一，新的技术革命，使企业的经营者对经济生活中的一切辩证联系和社会主义企业经营机制的运行规律有了更为深刻的认识；使形而上学、旧的生产观念和新的技术革命要求发生尖锐的

矛盾。那种单纯按指令性计划组织生产的思想，那种习惯于产品统购统销的“等客上门”的思想，那种习惯于守业、安于现状的陈旧观念，都适应不了这个形势发展的需要。在新的技术革命迅速崛起的时代，只有抛弃旧观念，树立新观念，才能使企业保持旺盛的活力。

第二，在现代科学技术革命的影响和推动下，不论是在自然科学领域，还是在社会科学领域，由于学科之间的相互交流、渗透、交叉和交互作用的联系增多，产生了许多新理论，形成了许多新的学科。

因此，我们可以肯定地说，新的技术革命迅速发展为现代企业经营哲学的产生奠定了科学的基础。

（三）社会主义企业家的实践活动 促进了经营哲学的形成和发展

现代企业经营哲学是与企业家搞活企业、深化改革、参与市场竞争的活动紧密地联系在一起的。纵观古今中外人类社会发展的历史，任何一门科学的出现，都是人们实践活动发展的需要。正如恩格斯所说：“社会方面一旦有技术上的需要，则这种需要就会比十所大学更能把科学推向前进”。^①现代企业经营哲学理论的产生，正是适应了企业家改革和搞活企业实践活动的迫切需要，适应了发展商品经济需要。

我国的社会主义企业家基本上是在改革开放这块土壤里辛勤耕耘而成长和发展起来的。同是企业的厂长、经理，由于所处的时代和所实践的内容不同，经营观念和思考问题的方法也就不同。解放前，我国民族资本主义企业曾造就过一些有作为的产业家型厂长。由于处于半封建半殖民地社会，商品经济极不发达，参与

^① 《马克思恩格斯全集》第4卷第505页。

国际市场竞争能力弱，视野不开阔。解放后，我国经济虽然有了较快的发展，但是由于长期“左”的思想束缚，在理论上，忽视商品生产，忽视价值规律，忽视市场作用；在体制上，高度集权管理，政企不分，企业没有自主权。厂长的实践只是为了完成上级下达的生产任务，没有市场竞争意识。因此，也就不可能有研究哲学的要求。党的十一届三中全会以来，我国所进行的经济体制改革的中心环节是增强企业活力，使企业成为国民经济中具有自我发展能力的“活细胞”。厂长、经理则是这个“活细胞”的核心。他们在对内搞活、对外开放政策的推动下，锐意进取，开拓创新，敢于竞争，活跃在我国的经济舞台上。他们在企业经营的过程中，运用唯物辩证法指导企业经营实践，掌握辩证之理，察时待机，施以奇谋妙策，使企业求得发展。他们所创造的新鲜经验，是在改革开放时期对马克思主义哲学的成功运用、丰富和发展。为了进一步提高企业的经营管理水平，需要对这些成功的经验从马克思主义认识论和方法论的高度加以深化和提高，给予系统的总结。这就向我们提出了一个重要任务，即系统地研究马克思主义哲学理论，指导社会主义企业经营实践活动。特别是涉及到企业经营领域进行研究，探讨其哲理，既是对哲学理论研究的深入，也是深化企业改革、搞活企业的需要。

(四) 经营哲学的产生是社会主义 企业经营理论发展的需要

从社会主义企业经营理论研究的发展来看，经营哲学这门新的科学的建立除了实际需要和可能以外，还有它的理论根源。在我国，对企业经营理论的研究和应用起步很晚。因为在旧的经济体制下，把市场看成是资本主义的东西，重视技术，重视生产，轻视经营管理，不可能有经营理论的研究。党的十一届三中全会以后，对企业经营管理科学有了正确的评价，形成了研究经营理论

的良好风气。起初是大量引进、介绍国外的先进管理方法，继而进一步研究如何结合我国的实际情况，建立具有中国特色的企业管理学。各类论文论著纷纷问世。为了丰富和发展社会主义企业的经营理论，还吸取了经济学、社会学、组织学、人才学、伦理学、行为科学、方法学等多种学科理论。特别是近几年来，理论研究又有新的发展，既吸取和借鉴国外的先进管理方法，又吸取和借鉴我国历史上的文化遗产，如古代的兵家谋略等。这就为经营哲学的产生和发展奠定了坚实的理论基础。

实际上，在今天科学趋于综合的时代，一切研究活动若不能走出自己的“世袭领地”，就难以有综合的创造，难以有新的突破、新的飞跃，更何况企业经营管理学本身就是一门综合性学科。因此，研究现代企业经营哲学已是势在必行。

二、经营哲学的研究对象

从经营哲学的产生和发展中，我们可以看出，经营哲学既不是系统地介绍经营管理理论，也不是从经营实践的角度对马克思主义哲学进行演绎，而是从哲学的角度研究企业经营中的矛盾问题，把经营中的一些理论问题，上升到世界观和方法论的高度，用马克思主义哲学理论来揭示社会主义企业经营机制运行的一般规律，论述现代企业在市场经济中的经营思想、经营战略、经营策略和竞争取胜的方法。

如上所述，我们不难看出，经营哲学的研究对象，既不是整个物质世界和整个社会现象，也不是人类社会生活的一切方面，而仅仅是人类社会活动中的企业经营活动现象，是在概括企业的生产技术、管理、营销、经营机制等理论基础之上，揭示企业经营活动和过程的本质规律的一般问题。它与各门学科既有区别，又有联系。