

财富智慧

——经理人的管理创新

刘灵心 编著

民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

财富智慧：经理人的管理创新/刘灵心编著.

- 北京：民主与建设出版社，2001

ISBN7 - 80112 - 382 - 4

I. 经… II. 刘… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 068395 号

责任编辑	高志敏
封面设计	韩青云
出版发行	民主与建设出版社
电 话	(010) 65523123 65523819
社 址	北京市朝外大街吉祥里 208 号
邮 编	100020
印 刷	世界知识印刷厂
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	13
字 数	341 千字
版 次	2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN7 - 80112 - 382 - 4/F·159
定 价	26.00 元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。

前 言

财富从何而来，它是汗水的凝结，更是智慧的结晶。

“天下没有免费的午餐。”财富决不会是天上掉下的馅饼。放眼世间财富英雄，尽管他们创业的条件有优有劣，他们积累的速度有快有慢，他们的成功或得自于机缘，或取自于努力，或赢得轻松，或挣得艰难，但一个公认的决定因素必不可少，那就是机智的头脑和超凡的智慧。

智慧是创业的基础，是经营的艺术。创造财富的智慧已成为今天的企业家生存所必需、竞争所必备、成功所必依。

财富智慧是一种竞争谋略。

哪里有生命哪里就有竞争，哪里有竞争哪里就有谋略。竞争呼唤谋略，财富需要智慧。在财富的历史上，无论过去、现在还是将来，谋略始终是制胜之神。因为图利设谋，始终是谋略的本质与特征。为利而谋，无利不谋，是古今一切谋略的普遍规律。利益激发谋略、制约谋略。谋略孕育着财富，创造着财富。

财富智慧是一种创新能力。

创新是人类进步的动力，创新更是企业最大的财富和第一资源。这种创新观念推动着企业的创新实践，提高着企业的创新能力，在创新的不断发展中，赢得了生存与进步，企业家赢得了财富与成功。不懂得创新的企业不仅是缺智少谋的，更会在竞争中自我淘汰。创新能力是企业生

存与发展的基础，是财富提升的途径。

财富智慧是经理人经营的艺术。

一个懂经营、会管理的现代经理人，必定是创新管理、艺术经营的实践者，也必定是商战中的胜出者。财富的获取，既是力的比拼，又是智的抗衡。

财富智慧，是对弱者的冷酷，是对强者的偏爱，是对落后的毁灭，是对进步的拥抱。21 世纪的财富，永远是以残酷的牺牲为战利品。基于这样的认识，我们认为，有必要为即将入世的中国企业提供支持，为面临挑战的中国企业的总裁与经理人提供帮助，竭尽所能，博采众长，编著了这部《财富智慧》。其观点令人耳目一新，其内容新颖全面，其目的旨在抛砖引玉。

本书着重介绍知识经济时代企业创新管理的新的思路：

——正确的经营决策：知己知彼、掌握信息、分析慎重，集思广益、打破常规、换位思考等，这就是本书强调的经营决策中的脉络和要点。

——全新的竞争方略：有效占位、看准商机、以专胜多、捷足先登、转换思路、出奇制胜等等，这就是本书所阐述的竞争法宝。

——人力资源开发：个体沟通、人才选择、组织设计、激励实践、领导过程、建立团队等等，这就是本书介绍的开发人力资源的实用技巧。

——新产品开发的策划：善爆冷门、人有我优、标新立异、以廉取胜、拾遗补阙、创立名牌等等，这就是本书所提供的独具匠心的新产品开发的诀窍。

——企业理财的新关键：控制成本、盘活资金、理性投资、追求利润等等，这就是本书所展示的新颖的理财思路。

——企业文化建设：营造文化氛围、倡导企业精神、文化包装、品牌提升、品牌定位等等，这就是本书揭示的企业文化发展的策略。

我国加入 WTO 日益迫近，伴随着巨大财富商机的到来，一场空前激烈、复杂的商战竞争序幕已经拉开。考验与挑战日益沉重，压力与困难与日俱增。在这场新的财富争夺战中，企业总裁与经理人的表现与作为，将决定着胜负的结局，这个结局将左右着所有中国人的命运与未来。本书愿为我国更多的财富英雄横空出世尽绵薄之力。

目 录

第一章 管理创新：新经济时代企业发展的呼唤.....	(1)
§ 1. 创新是新经济时代企业管理的灵魂	(1)
1.1. 创新是企业兴旺发达的不竭源泉	(2)
1.2. 现代企业经营的生命在于创新	(14)
§ 2. 企业管理创新的主要内容及创新领域	(20)
2.1. 企业管理创新的涵义与主要内容	(20)
2.2. 现代企业管理创新的主要领域	(22)
§ 3. 现代企业管理创新的原则	(25)
3.1. 第一原则：反向思维	(25)
3.2. 第二原则：交叉综合	(27)
3.3. 第三原则：加一加二	(28)
§ 4. 现代企业管理创新的行为与动因	(29)
4.1. 现代企业管理创新的行为	(30)
4.2. 现代企业管理创新的动因	(31)

第二章 以人为本：现代管理的本质与职能 ... (33)

§ 1. 现代管理：是一门讲究艺术的工作 (33)

1.1. 管理的概念：一个普遍而深奥的问题 (33)

1.2. 动态的艺术：管理的特征 (34)

§ 2. 基本职能：现代管理应承担的基本任务 ... (36)

2.1. 计划职能：对组织的活动进行周密筹划 (36)

2.2. 组织职能：保证组织机构的有效进行 (40)

2.3. 控制职能：对组织的活动及其效果进行督促与检查 ... (45)

§ 3. 对人的管理：现代管理的第一要务 (49)

3.1. 由浅入深：管理学者对人的认识不断深化 (49)

3.2. 有效激励：充分调动人的积极性 (51)

第三章 相互依存：管理者与被管理者的互动..... (56)

§ 1. 现代管理者：一个特殊的群体..... (56)

1.1. 管理者在组织活动中的主导作用 (56)

1.2. 德才兼备是管理者的素质要求 (58)

1.3. 系统化是现代管理者的构成形式 (67)

§ 2. 被管理者：能动而非被动者的系统 (73)

2.1. 被管理者的特征和构成要素 (73)

2.2. 被管理者是一个不断变化的开放系统 (82)

§ 3. 管理者与被管理者的交互作用..... (87)

3.1. 管理者与被管理者角色的相互转换 (87)

3.2. 管理者与被管理者职能上的相互依存 (90)

第四章 高屋建瓴：经理人的领导方略 (93)

§ 1. 高瞻远瞩，放眼未来 (93)

1.1. 成为有远见卓识的战略家 (93)

1.2. 新安化工：深谋远虑创大业 (94)

§ 2. 领导者的任务 (96)

2.1. 忠心耿耿地把服务当作一种哲学 (96)

2.2. 提高服务标准，从严要求员工 (97)

2.3. 赋予员工自治和冒险的权力 (97)

2.4. 给员工制造一种平等和睦的气氛 (98)

§ 3. 知人善任，因材施教 (99)

3.1. 人才：领导者的方略之本 (99)

3.2. 邵逸夫：不拘一格招贤才..... (100)

§ 4. 树立品牌，塑造形象 (102)

4.1. 品牌和制度一样重要..... (102)

4.2. 范思哲：远见铸就时装帝国..... (103)

第五章 运筹帷幄：现代企业的经营决策	(107)
§ 1. 正确决策是成功的基石	(107)
1.1. 信息是决策成败的焦点	(107)
1.2. 雅玛哈：决策失误的发展悲剧	(107)
§ 2. 知己知彼是决策的前提	(109)
2.1. 决策中的全面分析	(109)
2.2. 百事可乐：慎重决策中崛起的饮料巨头	(110)
§ 3. 集思广益是决策的灵魂	(112)
3.1. 让全体员工参与决策	(112)
3.2. 吉德拉：用集体智慧挽救菲亚特	(112)
§ 4. 放眼未来是决策的头号目标	(114)
4.1. 决策切忌短期行为	(114)
4.2. 还本销售：目光短浅终酿苦果	(115)
§ 5. 打破常规是决策的新境界	(116)
5.1. “换位思考”调整方案	(116)
5.2. 万宝路：新决策结出的新果实	(116)

第六章 纵横捭阖：现代企业的 竞争睿智 (119)

§ 1. 善于竞争是致胜的法宝 (119)

1.1. 有效占位的艺术 (119)

1.2. 快译通：竞争中的“老二哲学” (121)

§ 2. 信息是竞争的鼠标 (122)

2.1. 竞争中的信息价值 (122)

2.2. 王光英：信息追踪赚大钱 (123)

§ 3. 双赢是竞争的最佳选择 (124)

3.1. 团结就是力量 (124)

3.2. 丰田：与竞争对手跳探戈 (125)

§ 4. 客户满意服务是不败的利器 (127)

4.1. 塑造“以客为尊”的经营理念 (128)

4.2. 开发令顾客满意的产品 (128)

4.3. 提供令顾客满意的服务 (128)

4.4. 科学地倾听顾客意见 (128)

第七章 巧夺天工：企业技术创新谋略 ... (131)

§ 1. 技术创新：企业腾飞的羽翼 (131)

1.1. 技术创新的本质与特征 (131)

1.2. 实施技术创新的战略意义 (136)

1.3. 技术创新的全球化趋势·····	(138)
§ 2. 企业技术创新的策略与方法 ·····	(143)
2.1. 企业技术创新的主要策略·····	(143)
2.2. 技术创新的基本方法·····	(144)
3. 企业技术创新的机制与模式 ·····	(147)
3.1. 企业技术创新的机制·····	(147)
3.2. 技术创新的主要模式·····	(150)
§ 4. 影响企业技术创新成败的因素 ·····	(158)
4.1. 技术创新成功的因素·····	(158)
4.2. 技术创新失败的因素·····	(167)
4.3. 跨越技术追赶陷阱·····	(171)
◎ 企业技术创新典型案例分析·····	(175)

第八章 匠心独运：现代企业的新产品开发 ... (181)

§ 1. 新产品创新是赢家的基础 ·····	(1891)
1.1. 开发新产品是企业的首要任务·····	(181)
1.2. 吉列：用剃刀雕刻出的创新榜样·····	(183)
§ 2. 新产品开发的策划 ·····	(185)
2.1. 新产品的涵义及其分类·····	(185)
2.2. 新产品的开发策略·····	(186)
2.3. 新产品的开发设计·····	(188)

§ 3. 新产品开发的诀窍举要	(194)
3.1. 善爆冷门, 人无我有	(194)
3.2. 创立名牌, 人有我优	(196)
3.3. 标新立异, 以变制胜	(197)
3.4. 降低成本, 以廉取胜	(200)
3.5. 拾遗补阙, 以活取胜	(202)
3.6. 跟随超越, 以超取胜	(203)
§ 4. 新产品开发的未来方向	(206)
4.1. 开发绿色产品	(206)
4.2. 开发智能型产品	(208)

第九章 礼贤下士: 企业的人力 资源开发

(214)

§ 1. 以人为本: 人力资源开发的战略意义	(214)
1.1. 人力资源开发的涵义与基本内容	(214)
1.2. 企业人力资源开发的战略地位和作用	(218)
1.3. 企业人力资源开发与传统的人事管理的差异	(220)
§ 2. 人力资源开发的原则与方法	(222)
2.1. 开发的重要性	(222)
2.2. 人力资源开发的主要原则	(224)
2.3. 开发的主要方法	(226)
2.4. 开发的评估	(227)
2.5. 开发与引进	(228)

§ 3. 人力资源开发策略	(230)
3.1 人才选拔策略	(230)
3.2 人才培养策略	(232)
3.3 人才使用策略	(234)
§ 4. 人才资源开发策略的实施	(236)
4.1. 企业内部人才资源开发的组织实施	(236)
4.2. 企业外部人才开发的组织实施	(238)
◎ 企业人力资源开发典型案例分析	(240)

第十章 春风化雨：员工激励的魔方

(247)

§ 1. 激励是对需要的弘扬	(247)
§ 2. 目标是激励的第一选择	(248)
2.1. 让目标成为每个人的追求	(248)
2.2. 吴仁宝：“亿元”目标励民志	(249)
§ 3 给情感开个账户	(250)
3.1. 借用情感的力量	(250)
3.2. 阿瑟·利维：用情感铺就成功之道	(251)
§ 4. 激励团队的拼搏精神	(253)
4.1. 营造一种归属感	(253)
4.2. 台塑：运动会凝聚团队精神	(254)

第十一章 突出重围：企业的市场开发谋略 (257)

§ 1. 市场开发调研 (257)

1.1. 找出问题和确定调研目标..... (257)

1.2. 制定调研计划..... (259)

1.3. 发现信息来源..... (260)

1.4. 第一手资料的收集..... (261)

1.5. 信息的分析和处理..... (262)

1.6. 提出调研结果..... (263)

§ 2. 市场细分及目标市场选择 (263)

2.1. 市场细分化及其意义..... (264)

2.2. 市场细分标准..... (265)

2.3. 市场细分应注意的问题..... (268)

2.4. 目标市场策略..... (269)

2.5. 选择目标市场策略应考虑的因素..... (270)

§ 3. 国内市场开发战略 (271)

3.1. 扩张性发展战略..... (272)

3.2. 多角化经营战略..... (274)

3.3. 市场领先者战略..... (277)

3.4. 市场挑战者战略..... (282)

3.5. 市场追随者战略..... (285)

3.6. 市场补缺者战略..... (286)

§ 4. 国际市场的拓展方式 (287)

4.1. 间接外销..... (287)

- 4.2. 直接外销..... (289)
- 4.3. 合营..... (292)
- 4.4. 国外直接投资..... (295)

第十二章 开拓进取：企业的市场

营销创新 (299)

§ 1. 营销、营销管理及发展潮流 (300)

- 1.1. 营销及营销管理..... (300)
- 1.2. 市场营销与系统思维..... (306)
- 1.3. 营销的致胜武器：蓝契斯特法则..... (309)
- 1.4. 大市场营销：营销新潮流..... (312)

§ 2. 市场营销的战略与策略 (316)

- 2.1. 小企业的营销战略..... (316)
- 2.2. 市场营销创新战略..... (320)
- 2.3. 市场营销策略的新发展..... (323)

§ 3. 营销创新的发展方向 (326)

- 3.1. 绿色营销..... (327)
- 3.2. 无店铺售卖..... (331)
- 3.3. 网上营销..... (337)

第十三章 “惟利是图”：现代企业的理财之道	(343)
§ 1. 精打细算是理财的基础	(243)
1.1. 合理地使用每一分钱	(343)
1.2. 丰田：拒绝浪费，俭省生财	(343)
§ 2. 低成本赢得高利润	(346)
2.1. 成本核算是理财的关键	(346)
2.2. 默多克：成本控制打出的漂亮仗	(346)
§ 3. 让资金在流动中增值	(349)
3.1. 加速资本的流动过程	(349)
3.2. 春兰：资本运营带来的快速发展	(349)
§ 4. 理性投资是理财的灵魂	(351)
4.1. 理性投资的价值	(351)
4.2. 盖蒂：善于投资带来巨额财富	(352)
§ 5. 借贷经营是企业扩张的手段	(355)
5.1. 借贷使利润最大化	(355)
5.2. 吉姆士·林：借贷致富的理财高手	(355)

第十四章 不朽之魂：企业文化建设谋略	(360)
§ 1. 企业文化：企业的形象与灵魂	(360)
1.1. 大文化观与生产力	(360)
1.2. 现代企业文化的内涵及构成	(362)
1.3. 企业文化的重要功能	(364)
§ 2. 企业文化建设	(366)
2.1. 塑造企业的知识准备	(366)
2.2. 塑造企业的资料准备	(368)
2.3. 塑造企业的步骤	(370)
2.4. 塑造企业的具体方法	(371)
2.5. 我国企业文化建设中存在的问题	(372)
§ 3. 企业文化重塑	(374)
3.1. 企业文化重塑的原因	(374)
3.2. 重塑企业文化的方法	(376)
3.3. 重塑企业文化需注意的几个问题	(378)
◎ 企业文化建设典型案例分析	(380)