

终极管理思想文库

【英】Stuart Crainer 著

项东 译

经济学家

茅于軾

撰文推荐

竞争的资本

「人类历史上最具影响力的
75本商业管理著作」

中国青年出版社

The Ultimate
Business Library

竞争的资本

「人类历史上最具影响力的
一本商业管理著作」

〔英〕 Stuart Crainer 著
项 东 译

中国青年出版社

(京)新登字 0 11 132

图书在版编目(CN)

竞争的资本:人类历史上最具影响力的 75 本商业管理著作 / [英] 克莱纳著;项东译. —北京:中国青年出版社, 2002

ISBN 7-5006-4878-2

I. 竞... II. ①克...②项... III. 商业管理 - 著作 - 简介 - 世界 IV. F712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 074919 号

北京市版权局合同登记章

图字:01 - 2002 - 1071 号

*

中国青年出版社出版 发行

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

网址:www.cyp.com.cn

编辑部电话:(010)84015396 发行部电话:(010)64010813

· 二零一印刷厂印刷 新华书店经销

*

880 × 1230 1/32 11.125 印张 6 插页 220 千字

2002 年 10 月北京第 1 版 2002 年 10 月北京第 1 次印刷

印数:1 - 8000 册 定价:27.00 元

本图书如有任何印装质量问题,请与出版处联系调换

联系电话:(010)64033570

雄狮书店:(010)84039659

关于本书

在一个充满着即时反应、行动导向和巨大压力的商业世界里，书籍改变了许多事物。它改变了人们的思想和行为；改变了人们的期望和抱负；为人们传达了信息……图书在全球范围内传播，并重新构造了未来的管理模式。每年都会有成百上千、新的商业和管理著作问世，这种情况还将继续。

时间对于每个人来说都是最宝贵的财富，你怎样才能在这浩如烟海的著作中，尽快找到那些最好的和最具影响力的思想著作呢？

《竞争的资本——人类历史上最具影响力的75本商业管理著作》是一本全球畅销书。本书是人类历史上最伟大商业思想家的思想精粹集，是对曾在管理思想界产生了重大影响书籍的惟一总结。本书总结的一些商业教训值得任何企业学习。

穿越时空的伟大思想家们，从汤姆·彼得斯到彼得·杜拉克，从亚当·斯密到彼得·圣吉，他们塑造了整个现代商业管理的伟大思想。本书将是你迅速了解这些伟大的思想的一个途径。



斯图尔特·克雷纳

著名的作者和编辑。现住在英国牛津。他曾撰写了一系列经典商业著作。其中包括管理领袖汤姆·彼得斯 (Tom Peters) 的传记《汤姆·彼得斯现象》(The Tom Peters Phenomenon)、Gravy training Inside the Business of Business Schools (与Des Dearlove合著)；以及《核心管理思想》(Key management Ideas)。他也是《全副时代管理手册》的编辑，并且是Suntop传媒的创建者之一。

责任编辑 宣逸玲

特邀编辑 张 勤 张万文

封面设计



推荐序言

由中国青年出版社近期出版的《竞争的资本》对当前提升我国整体竞争力,适应我国加入世界贸易组织的新形势,一定会起到重要的作用。

我们知道,一个国家的经济实力取决于它的政府、企业、非政府组织的管理水平。在市场经济中,管理问题多半涉及到市场和经济,所以这方面的学问成为大众需求最多的学习内容。

正因如此,学习经济管理知识如火如荼,各大专院校纷纷设立MBA以及相关的专业,出版的书也越来越多,用到的理论也越来越复杂。这不免使人感到迷惑,到底市场和经济的管理要用到哪些知识,现在这本《竞争的资本》也许能为我们提供一个答案。

经济管理涉及到的学问确实很广,对每一个人来讲,也不是样样都要去学的。但是面对浩如烟海的出版物应该挑选哪些来学,往往让人感到困惑。这本书介绍了中外古今一切关于管理,特别是经济管理方面的最重要的著作。它所介绍的75本书从2500年前的《孙子兵法》、1513年的《君主论》、1776年的《国富论》到该书出版的1997年的《知识资本》等,每本书都有关于作者的介绍,该书内容的介绍,以及一些评论家对该书的评论。所以读者不难从本书中找到自己所需要的书。《竞争的资本》虽然一下子介绍了75本书,但全书篇幅十分精练。书中对75本书的评述,抓住要害,要言不烦。花费不多时间,读过《竞争的资本》之后,我相信很多读者对管理学著作的了解,都会从盲人摸象的状态上升到宏观把握的层次,做到心中有数。

这本书是一本行动导向,或者说是适应实际活动需要的,它把商业管理方面的知识作了高度压缩。书本会改变世界,它改变人们的观

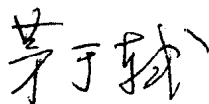
念,改变人们的行为,改变人们对未来的期望,从而开辟未来的现实。这本书也不例外,它将帮助这一代人站在前人的肩膀上,去塑造未来。

然而我认为管理知识是一门高难度的学问,我们不可能看了某一本书或者几本书就成为管理专家。管理专家多少是需要一点天赋的。换句话讲并不是每个人都能成为管理专家的,各人有各人的天赋特点,都应该寻求自己的天赋特点,并加以发挥,这在经济学中称为发挥比较优势。这本书的献辞页一整页只印了一句 Tom Peters 说的话,这句话是:

这里没有答案,顶多给你几个值得一试的猜想。

这恐怕是管理科学的真谛,我们在开始学习管理科学的时候,认真地思考一下他的这句话,或许是有益的。

天则经济研究所 理事长



2002.9.5

PREFACE

译者序

一个非常偶然的的机会,我接手了该书的翻译工作。在翻译过程中,我不仅重温了往日课堂上导师所教授的精髓理论,而且更加全面地了解了这些管理大师们的伟大思想的渊源。

该书吸引人的并不是什么教科书式的说教,也并不是大百科全书式的各家思想的堆砌,而是将近百年来,铸就我们今天商业社会的伟大思想和相互间渊源的诠释。它并不是注重某项理论本身(大部分教科书已经做得足够好了),而是关注这些思想的由来、作用、以及在历史上的影响。它告诉我们近百年来管理思想的发展,展现给我们的是一套完整的管理思想体系。当我们聆听这些大师们智慧言语的时候,我们将会从一个新的角度、综合理解这些过去零零散散获得的思想,打开了我们的自己思路,促使我们去思考。

正如科特勒所说“一天之内就可以学会营销学,但是要真正掌握它,需要付出一生的时间”,商业思想也是如此。更为重要的是任何思想对我们来说不是简单的拿来主义一蹴而就,需要我们在实践中不断地思考。但多年的教育,使我们更安于简单、被动地接受思想,而不是探究它的形成和在整个体系内与其他思想的关系。这使得我们中的某些人忘记了思考,也逐步失去了思考的能力。无论是商界、还是在社会的任何一个行业,具有自己思想的灵光,是我们的唯一希望。

无论是对于今天踌躇满志的 MBA 们,还是商海沉浮多年的奋斗者们来说,实践才是我们最伟大的老师。通过这几年的工作经历,使我更加坚信无论是 MBA 课程、还是大学教育,不是填鸭般地告诉你有

哪些思想,而是教会你如何在实践中解决困难,具有真正思考的能力。在这方面,非常道传媒的罗红女士使我受益匪浅。《竞争的资本》也正是从一个方面潜移默化的促使你去思考。那些想把该书作为一本思想集的人,趁早不要阅读该书,因为这对他们来说毫无益处。

在本书翻译过程中,西北大学经济管理学院国民经济管理系的硕士研究生张蓓小姐翻译了该书 30—39 篇文章。在此表示感谢。由于译者水平有限,难免有所差错,欢迎指正。

项 东

2002.8.12 夜

项 东 毕业于北京经济学院(现更名为首都经济贸易大学),从事项目评估、预评估工作多年,后在英国杜伦大学(Durham University)(又译杜海姆大学)商学院学习,获 MBA 学位,后又从事过一段时间的管理咨询工作。

FOREWORD

第二版前言

2ND EDITION

我希望,第二版的《竞争的资本》是一本公正、客观的选集著作。这本书汇集了欧、美最有影响的管理思想。其中一些是蕴含着伟大思想的幼苗,另一些则是作者天才火花的显现;其中一些尽管存在着明显的缺陷,但仍有着很强的说服力;而另一些尽管在商业实践中尝到失败的苦果,但其包含的某些智慧灵光却仍显得十分重要,并且也有益于后人的商业实践。第一版曾收录了 50 部作品,第二版又新增了 25 部。这是对第一版中的某些疏漏进行了修订,并且对这些管理经典所做的贡献进行了全新的诠释。

为便于参考,我把《竞争的资本》中所选取的 75 本著作按照字母顺序进行了排列。当然,即使在这本扩大选取量的选集中,也有可能遗漏了某些应该入选的著作。

特别指出的是,从目录清单中我们可以发现入选的著作中很少是由在职的经理人或妇女写作的。其实,由管理实践者所著的书能够更有信服力地说明一个人的职业生涯为什么会选定商业,而不是媒体。但实际上,他们这些人往往沉迷于以自我为中心,而且文笔杂乱。在选集中只收录了少部分从业者的著作(切斯特·巴纳德(Chester Barnard),阿尔弗莱德·斯隆(Alfred P. Sloan),托马斯·沃特森(Thomas Watson),亨利·福特(Henry Ford),亨利·法约尔(Henri Fayol),罗伯特·堂森特(Robert Townsend)和理查德·塞姆勒(Ricardo Semler))。该书收录的绝大部分著作都是出自于美国顶尖商业院内的著名学者之手。

人们会批评由学者所著的商业书刊会存在着一些问题。无论是学者,还是管理顾问总是被指责脱离了商务实际。在某些情况下,这

种说法无疑是正确的。但是这些著作中所表达出来的高瞻远瞩的看
法和深入细致的研究都是管理者不可不读的。那些特定组织中单个
管理者的个别经验是不太可能激起不同背景下众多管理者的思想共
鸣。

在管理著作方面缺乏女性作者反映出了一种传统偏见。至今,有
关管理和商业的书刊几乎无一例外都是由并且也是为男人撰写的。
作为我们这个时代少有的杰出女性管理思想家罗沙白·默丝·坎特
(Rosabeth Moss Kanter) 走过了一条充满艰辛的道路。除她之外,在
本世纪初期,很少有女性能够对管理思想的构架做出值得一提的贡
献。哈佛大学的玛丽·帕克·佛莱特(Mary Parker Follett)的职业生
涯堪称辉煌,但一直不为人称道,她的这段经历直到现在才被大众所
认可。

任何一本选集类图书都会存在着缺陷、偏见和瑕疵。但是《竞争的
资本》中所精选的 75 本著作毫无疑问都是对全世界的管理者和组
织存在着深远意义的影响。而且,人们已经认识到了影响商业世界的
东西,其实也影响着我们这个社会的所有方面。

斯图亚特·克雷纳

Stuart Crainer

1999 年 12 月

INTRODUCTION 介绍

《竞争的资本》收录了 75 本代表管理方面最伟大成就的著作。在每一著作之后都附有作者传记和对该书的评价。目的是刺激读者的阅读兴趣并鼓励读者去探究原著(尽管在大多数情况下这不太容易做到)。书中介绍的作者主要思想以及在专业领域的建树都会使你的知识获得更新。

20 年前收集 75 本有关管理方面最伟大成就的书还是一件简单的工作,惟一的问题就是怎样凑齐这 75 本书。时代变更,最近二十年人们对商业和管理类图书爆发了浓厚的兴趣,而且会按例列出销售量排行榜,引起人们的广泛争论,并为部分作者赚取了大量的金钱。它们通常不是以戏剧式的急剧转变,而是通过渗透的方式来逐步改变经理们的管理方式。

在一个充满着即时反应、行动导向和巨大压力的商业世界里,书籍改变了许多事物。它们改变了人们的思想和行为;改变了人们的期望和抱负;为人们传达了信息。1929 年欧文·杨(Owen D. Yang)^①,这位美国无线电通信公司和后来通用电气公司的主席,说道“没有其他职业,包括政府部门和法律部门能比商业更需要广泛的信息、同情心和良好、直率的想象力了。”人们对商业书籍的需要从没有像今天这样强烈。

其他领域的图书都没有能够像商业管理类图书那样在实践经验和新理念的传播上扮演如此重要的角色。商业正在逐步全球化,管理技能也在全球化,这一事实,使得图书在全球范围内传播,并重新构造了未来的管理模式。

当然,书籍并不足以使事物都向好的方面发展。一位作者对未来

的描述并不一定适合你或你的组织。尽管有这么多的商业书籍,但大多数行政人员依然没能策划出完美的公司战略,他们也没能在实质上利用最新技术。思想与我们对它的理解很少是一样的,并且许多思想最好是被忽略掉的。

在 20 世纪 90 年代初,企业再造的激情主宰了商业书刊市场。当时存在两种截然不同的观点:企业再造是使企业通向涅槃,还是另一种对企业时间和资源的浪费。不管是哪一种观点,毫无疑问,企业再造的影响依然存在。在企业再造达到顶峰的时候,由 CSC Index 发起的对 624 个公司的研究,发现欧洲 75% 的公司至少有一项再造项目在进行中。剩下的一半在近期没有此项计划。^②

詹姆斯·钱辟(James Champy)和迈克尔·哈默尔(Michael Hammer)普及了这一思想。在 1993 年,估计有 50% 的美国大公司宣称自己处于企业再造进程中。^③许多公司发现再造是不切实际的,但这并不能否认企业再造的影响力和企业在理念和行为方面的转变。负面经验仍然是一种经验。詹姆斯·钱辟估计在第一次实施企业重造的情况下,预期超过 2/3 的项目将会失败。一项研究显示了在十个公司中只有一个在性能上获得了突破性进展。并且有报告显示,大多数申报已完成的项目“只完成了微小改进。”^④

企业中这种涌动的激情来源于钱辟和哈默尔的《企业再造》(1993)这本畅销书的上市。这本书突出了管理的想象力。近年来,这类图书在市场上持续走强。毫无疑问,由麦肯锡咨询公司的两名顾问汤姆·彼得斯和罗伯特·沃特曼写作的《追求卓越》(In Search of Excellence)使商业书籍在市场上持续走红。这本书是 1982 年 10 月出版的,它的出版是商业书刊的一个分水岭,也有人说是管理类图书的分水岭。

《追求卓越》销量现已接近 6,000,000 册。每一个人都很惊异于这个成功,然而没有人会比它的两位作者更感到惊讶了。这本书出版前,彼得斯和沃特曼向抱有兴趣的人们分发了 15,000 份影印件。这使得发行商极度震惊,似乎看起来送出去的数量要大于正式的出版量了。但该书一上市,人们一反往日对管理类图书的冷淡,趋之若鹜。

该书引起了轰动,15,000 份的赠送凑巧成为了一种非常有效的营销手段。市场的需求量是如此之大,人们蜂拥去购买这本书,一时洛阳纸贵,它的销量创造了前所未有的纪录。只是在新泽西附近的 AT&T 总部 Basking Ridge 书店,该书一周的销售量就达到了 2,000 册。

由于这本书的成功,使人们对汤姆·彼得斯的称呼也变成了昵称:一名百万富翁,足迹踏遍全球的大师和商务书籍的最终受益者,而且他还是这场运动的发起者(“我们都应当感谢汤姆”一位商务作者告诉我)。《追求卓越》这本书上了最佳销量书刊清单后,其他管理方面的书籍也蜂拥而上。不久有关商务管理方面的书覆盖了整个书市。机场书店都将哈罗德·洛宾斯(Harold Robbins)的图书移到偏远角落,而在书架上堆满了咨询家、理论家、新闻记者、退休的行政官员、吹牛者以及急于跻身于流行行列的三流作家的作品。

新知识需求的迫切性

《追求卓越》是否是一本好书还有待于进一步论证。但是,它的影响力是无可置疑的。进一步讲管理书籍的这种突然的、出乎预料的成长速度,可能还有很多其他方面的原因。自从 1945 年我们见证了管理方面不可抗拒的“专业化”(实际上,有人要说我们已经见证了几乎每一领域的专业化。)管理现在已成为一种体面的、能获得利益的工具而被人们广泛接受,而不再是过去一种略显卑鄙和无耻的行当。

管理者过去只是监督别人,或是短期的独裁者;现在,他们是以高层行政管理人员、环球旅行、具有天赋、高素质的身分来扮演自己的角色。

管理者具有专业素质,但他们仍觉得意犹未尽,并不满意这个专业的名声,感到还需要进一步的解释。而这种方式与律师或医生有所不同。他们是专家,但是他们的专业声望在哪里呢?毕竟,儿童并不会表示出想日后成为高级管理者的强烈愿望——这样做的孩子,更可能被带到了心理学专家面前,而不是去视察他们第一条生产线的运转。

管理者经常用商业名片和工作上的头衔来介绍自己。他们通过公司汽车和一套评估系统来解释自己,而且通过获取知识来追求事业

的正统化。

管理者们渴望在如何成为管理者的道路上有一套明确的、对知识和技能的要求,来做为自己的行为准则。如果这是一项专业,他们希望获得专业资格。关于“特许管理者”一直存在着长期争论——似乎只要有一定素质,一个经理就能管理伊利诺宜斯州钢铁厂,西班牙的连锁鞋店或新西兰奥克兰的葡萄酒进口生意。

过去,对新工具、技术和新思想的探索是专业化进程的一部分。现在,这是生存之道。

如果知识意味着生存,那么管理者对于新技术的执著不应受到指责。但管理者常常沉溺于最新、最聪明的一些思想中。他们刻意采购那些最时髦的书刊,然后在数月或数周内又去追赶下一个时尚风潮。这对于出版商来说,当然是一个好消息。

宣扬各类思想的书刊、文章接踵而来,对于管理者来说,与最新的思想保持一致是一件累人、也是极不可能做到的事情。这是一场正在输掉的战争,但每个人都必须全力投入——“惟一比附庸管理理论更糟的事情就是完全忽略它们。”《经济学家》是如此评论的。^⑤

《边缘管理》的作者,里查德·帕斯卡(Richard Pascale)对追求时尚的管理思潮和热衷于快速解决方案进行了言辞激烈的批判。在《边缘管理》这本书中,他为1950年后各类时尚的起伏画了一个图表。他计算出在这一阶段这种起伏有许多。其中一半发生在1985~1990年间。帕斯卡相信这一趋势还会延续下去。“我认为这就像是一个包装商品的产业,总是涌动着一种难以满足的渴望。”“如果你同我一样,认为企业是当今社会基本构成的话,那么,你也必须认同这样一个事实,即,企业在现代社会中是极具影响力的。”^⑥

英国亨利管理学院的罗德尼·特纳(Rodney Turner)认为,对于管理思想家们的反映有如下两种情况:“一些人完全忽视这些大师们的意见,而且坚决不改变自己的管理方式。他们在一般生活中学习管理知识,没有时间去学习书本上的知识。另一个极端是跟在大师后面惟命是从,而且不辨是非、不恰当地引用这些想法,将事情弄得一团糟,”特纳提出“处于这两种状态之间的人会找出大师们所提出的思想

精粹,并根据自己的环境,采纳并加以运用。当然他们并不轻信于大师们所说的所有话,因为他们明白没有包治百病的灵丹妙药,必须根据环境加以改造。”^⑦

事实上,除了不断涌现的时尚管理思潮不提,管理的伟大思想已经存在了。实际上,有些人认为管理思想在远古时代就已经存在。那些看上去光怪陆离的新思想,往往是那些年代久远的古老思想的仿制品。(实际上,如果你想认识第一本管理学巨著,你应回溯到19世纪30年代,查尔斯·巴贝奇(Charles Babbage)的《机械和制造工业经济学》(On the Economy of Machinery and Manufactures),据说当时卖了10,000份。)

许多东西是很难令人理解的。经济学家约翰·凯(John Kay)在《哈佛商务评论》一篇文章的序言中写道:“如果一篇文章少于3,000字,将不会被人们看重,但每篇文章都要有一个理念。假设在以前,没有任何相关知识……绝对没有玩笑——我们的读者也没有幽默感——只是经常与高级管理人员交流,如与盛田昭夫(Akio Morita)等人的沟通。”^⑧

商业和管理始终是被讽刺的目标。管理人员比任何人都更清楚地了解这一点。销售数量并不等同于质量。那些乏味的管理类图书,充斥着行话、时髦语句和经典案例回顾,但它们很容易被人们忘掉。并不是所有的法律书刊都具有权威——许多不可读的、糟糕的管理类图书,其术语的充斥程度简直可以与那些法律书刊媲美。

人们对管理书籍抱有极高的期望值。一位在佛蒙特州拉特兰郡的管理者阅读了一本由法国学院派撰写的著作,其间充斥着瑞士、瑞典的案例研究,而且作者也期望人们对他的问题作出解答。

那些对书籍实际作用提出怀疑的人们无疑是正确的。本尼斯(Warren Bennis)说道:“作为一位理论家,你可以很勇敢。好的理论就像好的艺术。从业者要学会折衷。”^⑨即便如此,管理学作品中的许多思想,已经影响了许多经理人的生活和行为。在《管理》一书中彼得·杜拉克(Peter Drucker)说:“我们所知的所有伟大的商务营造商从佛罗伦萨文艺复兴的美蒂奇家族,17世纪末英格兰银行奠基人到今

天的 IBM 的托马斯·沃特森都曾有一个明确的商业理论来指导他们的商业行为和决定。”^⑩去掉那些糟粕,我们可以发现许多作品如果仔细探究,还是非常具有价值的,正是它们使得管理者和他们的组织能够青史留名。

《哈佛商业评论》一书可能缺乏幽默和简洁性,但是它所包含的大量材料是可理解并切实可用的。许多商业书籍都经受了时间的检验。它们不是对亡者的悼词,而是对生者有震撼力的治疗。

不该遗忘的是书籍和它的调查研究确实改变了许多事情。看看爱德华·戴明(W. Edwards Deming)在日本经济复兴中所扮演的角色;想想迈克尔·波特的(Michael Porter)的价值链的影响,被分布于世界各地的公司广泛采纳;以及他在国家竞争力上的理论,改变了整个国家的经济状况。

他们的影响还在扩大。当纽特·金里奇(Newt Gingrich)当选众议院议长的时候,他送给自己的同事一份阅读书目清单。其中包括 7 位管理思想家所写的作品。1993 年,克林顿总统建立了国家绩效评估委员会,并支持开设公共事务的 MBA 课程。最佳的管理实践的影响和先进思想的影响已经逐步深入到人们的心田。如果忽视这些,你就危险了。

① Time, January 6, 1930.

② The State of Reengineering, CSC Index, 1994.

③ Lorenz, Christopher, "Uphill struggle to become horizontal," Financial Time, November 5, 1993.

④ Re—engineering: The Critical Success Factors, Business Intelligence, London, 1995

⑤ The Economist, February 26, 1994.

⑥ Interview with author.

⑦ Correspondence with author.

⑧ Kay, John, "Handy guide to corporate life," Financial Times, August 17, 1995.

⑨ Crainer, Stuart, "Doing the right thing," The Director, October 1988.

⑩ Drucker, Peter F., Management, Harper& Row, New York, 1973.