

21世纪经济管理新视野丛书

管理创新

原理与实务

王伟 等编著

中国对外经济贸易出版社

21 世纪经济管理新视野丛书



管理创新原理与实务

王伟 等编著

中国对外经济贸易出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理创新原理与实务/王伟等编著. —北京: 中国对外经济贸易出版社, 2002.8

(21 世纪经济管理新视野丛书)

ISBN 7-80181-016-3

I. 管… II. 王… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 055412 号

21 世纪经济管理新视野丛书

管理创新原理与实务

王伟 等编著

中国对外经济贸易出版社出版

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744(编辑室)

010—64220120(发行二部)

Email: cfertph@caitec.org.cn

网址: www.cfertph.com

新华书店北京发行所发行

北京地矿印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本

14.5 印张 370 千字

2002 年 8 月 第 1 版

2002 年 8 月 第 1 次印刷

印数: 5000 册

ISBN 7-80181-016-3

G·99

定价: 25.00 元

21 世纪经济管理新视野丛书

编 委 会

主 编 王 伟

编 委 王 伟 朴永日 周升起

郑 丹 罗作汉 狄文霞

总 序

人类进入了 21 世纪。

21 世纪的世界是一个信息的世界。

21 世纪的世界是一个知识经济的世界。

在 21 世纪，科学技术的高度发达，尤其是信息、通讯技术的高度发达，将使信息高速公路遍及世界各个角落。知识和掌握知识、创造知识的人成为生产力的核心要素，在“流空间”载体的作用下，这一核心要素将渗透到各个角落的各个领域，充分发挥其前所未有的重要而积极的作用。

“全球经济一体化”、“无国界，无疆域”的经济文化激荡会给任何组织（企业）、任何团体、个人带来竞争、压力；同时也带来机遇和成功。达尔文“物竞天择，适者生存，优胜劣汰”这一自然界的进化法则，应当说同样适用于人类社会。“物竞”必然“优胜劣汰”，“天择”必然“适者生存”。“物竞”可以理解为物质产品、商品的性能、质量、款式、数量等方面的对比，显然要以质优取胜；“天择”可以理解为市场的选择、消费者的选择，显然要以能否适应顾客这一“上帝”的需求来决定你的存在与发展。

诠释“全球化”、“国际化”、“无国界经营”等概念，有学者认为：其精髓就是在你的行业中做到“世界最好”。要做到国际一流水平，否则，你就别做了。这就是竞争、压力所在。同时，任何国家、民族、组织（企业）、团体、个人，既然作为一种存在，就必然有其存在的理由，关键在于寻找自身发展的优势和特色，找到了这种优势和特色，就能做到“适者生存”、“适者发展”。在面对激烈竞争的国际形势下，寻找和发展自身的优势和特色，这是把握机遇，获取成功极其重要的战略选择。

中国已经加入 WTO，中国的经济已经融入了世界经济。这一根本性的变化将使中国直面强手如林的诸多发达国家，使中国有机会更多地审视自己，发现自己的不足，看到与发达国家的距离，从而来探讨选择什么样的战略，如何进行体制创新，如何进行政府、企业的重塑与再造以及如何对其他资源尤其是人力资源进行优化整合，以实现自身发展而“与时俱进”，

缩短与发达国家的差距。

追求最大的效益,是管理的根本目的。做到“世界最好”,“与时俱进”,是获取最大效益的标志。实现这样的目标,要借助一系列手段,要有科学的战略,要有足够的资源,要有物力、财力支持等等,而最重要的应有高素质的人力资源,要有懂经济、懂管理的具有创新精神、创造能力的人。知识经济以知识为核心,知识以智慧为核心,而智慧则是寓于人的大脑之中的,人是智慧的载体。因此,要想获取最大的效益,要想做到“世界最好”,必须要有一大批有知识、有高智慧力的人。离开了这样的人,什么样的效益都不可能产生,什么样的“化”都不可能实现。

为了培养具有创新精神、创造能力、高智慧的适合信息产业和知识经济发展需要的人才,促进经济的高速发展和管理水平的大大提高,以肩负起沉重而光荣的振兴中华的历史使命,我们编写了这套“21世纪经济管理新视野丛书”。这套丛书首批6本,包括《WTO规则与对策》、《国际电子商务》、《市场调查实务》、《网络营销实务》、《商务公共关系》、《管理创新原理与实务》。

《WTO规则与对策》是一部研究和介绍WTO有关内容,探讨并提出我国加入世贸组织后要采取的应对措施和策略的著作。该书由总论和分论两大部分构成:总论包括GATT与WTO的关系、WTO的运作机制、WTO的基本原则和WTO的前景等内容;分论包括WTO的29个法律文件的内容、规则,以及针对每一个内容、规则所采取的对应措施。其中,还将加入世贸组织后对发展中国家政府及企业的影响、对策、经验教训逐一分析,并提出我国加入世贸组织后的宏观和微观政策。

《国际电子商务》是一部研究和介绍国际电子商务原理与专门技术的著作。主要内容包括:电子商务及国际电子商务的发展历程;我国电子商务现状及发展;Internet技术及主要功能、域名及其管理、WEB站点的建立与维护;“网上交易”、“网上报关”、“网上数据传输”、“电子合同”等国际电子交易程序;国际电子商务法律规范以及国际电子商务发展的前景与对策。

《市场调查实务》是一部研究市场调查理论、方法、技术和实务的著作。主要内容包括:市场调查方法、调查方案设计、抽样方法、问卷设计、市场调查现场实施及统计分析等。在强调对市场调查理论全面、系统介绍并考虑最新发展的同时,融合了大量的市场调查实务、案例,使得读者能

清晰地把握市场调查工作的脉搏并能融会贯通。

《网络营销实务》是一部研究和介绍如何利用网络进行营销的有关理论与实战技术的著作。该书针对企业开展网络营销的需要,把互联网技术和市场营销有机结合起来,提出了网络营销的应用体系结构。主要内容包括:网络营销基础、网络营销的环境、企业网站的建设、网上销售与会员制营销、网络营销调研、网络数据库营销、网络一对一营销、网络广告、E-mail 营销、虚拟社区营销、病毒式营销、网络公共关系、网络营销顾客服务和网络营销评价。

《商务公共关系》是一部研究和介绍商务组织公共关系的专门性理论和实务的著作。该书针对我国加入 WTO 后,商务组织所面对的更为激烈竞争的环境和趋势,借鉴发达国家成功的公共关系理论与实务,揭示了商务公共关系的本质和内涵,阐述了商务公共关系活动策划、沟通、谈判、营销等实务操作技术,提出并论述了外部高层公共关系——商务组织形象塑造和内部深层公共关系——商务组织文化创造的理论 with 实务。

《管理创新原理与实务》是一部针对世界经济一体化、信息网络全球化、知识经济时代来临等重大变化的新形势,面对许多传统管理失灵或无效的事实,探讨管理创新原理与实务的著作。该书内容分三部分:第一部分回顾了管理现象的源流,简述了管理最基本的理论,第二部分提出并探讨了管理创新的相关原理,第三部分提出并论述了被当前管理业界关注并极具应用价值的 15 个管理创新专题(有些专题也可能被称作管理前沿,该书认为此前沿亦可作为彼开端,因此,也将其纳入创新专题)。

本丛书的作者主要是青岛大学国际商学院的中青年博士、教师,丛书是他们对新的对象、新的环境和形势研究探索的新作。丛书凝结了他们辛勤耕耘的汗水和智慧的结晶,其中既包括对当前经济管理理论前沿问题的探讨,也包括他们深入社会实际对所获经济管理实务经验的概括和总结,因此也就构成了本丛书自身的一些特色:理论性、创新性、边缘性和实务性。

本丛书得以出版,应当感谢中国对外经济贸易出版社的关爱和大力支持。也非常感谢经济管理学界的前辈及同仁们,没有他们卓越的理论建树和智慧火花以资借鉴。本套丛书的出版是不可能的。本丛书有些内容属于边缘性的研究,有些内容属于创新性研究,由于占有资料有限,加之编著

者的理论学术水平和实践深度有限，偏颇浅薄之处难免，恳请界内专家和广大读者批评指正！

青岛大学国际商学院院长、教授 **王伟**
2002 年夏于青岛

前 言

哈佛大学教授约瑟夫·熊彼德 1912 年在他的名著《经济发展理论》一书中，首次提出了“创新”的概念，并将“创新”这个概念纳入经济发展理论之中，论证了创新在经济发展中的重大作用，可谓独树一帜。但其意义远非如此，当人们将“创新”这一概念引入管理领域，它便为管理理论研究提出了极具价值的启迪和指导，同时也阐释并导致管理实践的一系列革命性变革。

“人不能两次踏进同一条河流”，古希腊哲人赫拉克利特如是说，“一切皆流，无物常住”，这种精辟的至理名言告诉我们：变化是事物发展的本质属性，变化是绝对的，不变是相对的，一切以时间、地点、条件为转移。管理也是一样，在这激荡变革的时代，管理不会也不应有一成不变的典律，必须不断创新。不仅如此，管理还必须加速创新，慢了不行，原地踏步就等于死亡！企业家们对此有深切的感触：过去是大鱼吃小鱼，现在是快鱼吃慢鱼！

斯宾塞·约翰逊写了一本很值得一看的小册子《谁动了我的奶酪？》，他用寓言故事揭示：我们正处于变革时代，我们周围的环境，我们所面对的世界到处都充满着变化。如何适应这种变化的环境和世界，取得工作事业等方面的成功？最关键的是敢于去改变！去改变自己，放弃旧有的一切，去寻找适应新的环境，新的事物的方法和途径。书中指出：“如果你不改变，你就会被淘汰。”“尽早注意细小的变化，这将有助于你适应即将来临的更大的变化。”书中告诫人们：变化总在发生，要学会预见变化，追踪变化，尽快适应变化，同时要做好迅速变化的准备，不断地去享受变化。一则看似很简单的故事，反映了世界上最前卫的管理观念和方法，即管理创新的观念和方法，这正是当今管理学界所

应借鉴的。

管理是一个十分复杂的概念。本书认为,管理是一种依附于对象的存在物,是从对象身上所体现的管理者的意志,或者说是管理者意志的对象化。没有对象的管理或说没有管理的对象是不可思议的。管理的对象是什么?是自然?是社会?是金钱?是物质?是时间?是信息?……是一切与管理有意义有关联的要素,而其中最重要的要素是人。人,社会,自然是一个一个不断变化的过程,因此,管理也是一个一个的不断变化过程,是管理主体与其对象间的互动关系。这种互动形成了资源的重新整合与配置,使人与其对象之间和谐相处,从而实现或达到管理的目的。这就是管理的实质,这就是管理为什么要不断变化创新的根源所在。

管理也是一个历史概念。从管理现象产生之日起,管理就一直在不断变化,不断创新。从泰勒的“经济人”到梅奥的“社会人”;从经验管理到科学管理;从古典管理到现代管理;都体现了管理的变化发展、创新与进步。我们今天讲的“管理创新”并非一般意义上的创新,而是有其特殊含义的创新。有人认为管理创新是创造一种新的更有效的资源整合范式,在熊彼德看来,创新不一定是发明,可以是一些生产要素的重新组合,通过重组产生新的东西,从而提高效率。这 and 传统意义上的创新是不一样的,尤其在以知识经济为基础的今天,管理的对象发生了巨大变化,管理创新拥有了更加广阔的研究空间和发展空间,拥有了与以往不同的内容。

《管理创新原理与实务》一书是在我国加入世贸组织之后,在世界经济一体化、信息网络全球化,在面临管理领域出现了许多新现象、新问题的情况下,我们几位大学的教师和政府企业的同行在研究生和本科生教学的过程中,在研究了大量管理创新实践现象和参阅了大量相关资料之后写成的。可看作我们跨入 21 世纪,对管理创新理论与实践所作的一点浅薄的探讨与尝试。

《管理创新原理与实务》由王伟、徐培新、张霞、王庆金、钟永光、陶明达、王锡秋、赵士平、孙万松、秦文婷等集体撰写而成，其中王伟撰写前言、第一章、第三章（第一、二节）和第十章；徐培新撰写第五章、第七章和第十六章；张霞撰写第二章、第十三章和第十九章；王庆金撰写第十一章、第十二章和第十四章；钟永光撰写第六章、第九章和第十八章；陶明达撰写第四章；王锡秋撰写第八章；赵士平撰写第十五章；孙万松撰写第十七章；秦文婷撰写第三章（第三、四节）。全书由王伟拟定提纲并统稿，徐培新、王庆金、钟永光参加统稿并负责全书排版工作。

《管理创新原理与实务》有四个主要特点：传承性、创新性、超前性和可操作性。传承性反映了本书对传统管理学原理精华部分的继承和吸纳，对现代管理学相关理论及成果进行了研究和借鉴。创新性是指本书在体例上打破常规设计与思路，不按管理的要素展开，而主要是按照管理实务的性质与类型去写。在内容方面，也大胆地面向现代管理前沿的一些新课题去写。超前性所体现的是本书所给出的一些内容是与信息产业、知识经济基础相适应的，这些管理方法对有些落后地区可能尚待时日，但其中的大部分内容在我国的沿海和经济发达地区已经是或者正在转变成为明智的管理者的观念甚至行为。可操作性是指本书的实务特征或者说是实用性，加入世贸组织，我国的许多管理要借鉴发达国家的方法与经验，书中的有些管理创新实务，在发达国家已经用了十几年或几十年，应用于我们与世界接轨的今天，理应是可行而有效的，否则，我们该如何管理呢？

探讨和研究管理创新是一门新课题，由于我们的水平和占有资料有限，加之时间仓促，书中疏漏和错误之处在所难免，敬请管理学界专家学者和广大读者朋友批评指正。

编著者

2002年夏于青岛

目 录

第一章 管理的源与流	(1)
第一节 管理的源.....	(1)
第二节 管理的流.....	(3)
第三节 管理的创新与发展.....	(13)
第二章 管理原理综述	(18)
第一节 管理一般理论.....	(18)
第二节 管理的过程.....	(26)
第三节 管理原理.....	(32)
第三章 管理创新原理	(42)
第一节 管理创新概念.....	(42)
第二节 管理创新背景.....	(45)
第三节 管理创新内容.....	(49)
第四节 管理创新趋势.....	(54)
第四章 管理创新思维	(60)
第一节 创新性思维及其特征.....	(60)
第二节 创新性思维主要类型.....	(67)
第三节 创造性思维训练.....	(72)
第五章 战略管理创新	(82)
第一节 战略管理原理.....	(82)
第二节 战略管理的环境分析.....	(90)

第三节	战略的选择·····	(97)
第四节	战略管理实施·····	(101)
第五节	战略的控制与评价·····	(105)
【案例】	联想计算机公司的总体战略 ·····	(113)
第六章	人本管理创新·····	(117)
第一节	人本管理的内涵·····	(117)
第二节	人本管理的核心内容·····	(123)
第三节	人本管理的方式·····	(127)
【案例】	摩托罗拉公司的人本管理 ·····	(132)
第七章	知识管理创新·····	(136)
第一节	知识产业与知识管理·····	(136)
第二节	知识管理的战略模式与实施方法·····	(147)
第三节	知识型组织的崛起·····	(153)
【案例】	惠普公司的知识管理 ·····	(156)
第八章	核心能力管理创新·····	(158)
第一节	核心能力的概念与特征·····	(158)
第二节	核心能力的识别·····	(166)
第三节	核心能力的建立与提升·····	(173)
【案例】	沃尔玛的核心能力 ·····	(180)
第九章	效益管理创新·····	(183)
第一节	效益管理的概念·····	(183)
第二节	效益管理的影响因素·····	(187)
第三节	效益管理的实施·····	(191)
【案例】	邯钢的成本控制模式 ·····	(201)

第十章 形象管理创新	(204)
第一节 形象管理创新的概念与价值	(204)
第二节 形象的一般特征与类型	(208)
第三节 形象的创造与开发	(212)
【案例】 红领服饰的“三高形象”	(221)
第十一章 风险管理创新	(224)
第一节 风险管理概述	(224)
第二节 风险的识别与衡量	(228)
第三节 风险控制	(235)
【案例】 某船厂风险控制	(240)
第十二章 决策管理创新	(244)
第一节 决策管理概述	(244)
第二节 决策的类别与制定	(249)
第三节 决策的方法与集体决策	(257)
【案例】 集体决策优于个人决策吗	(265)
第十三章 组织管理创新	(268)
第一节 适应型组织及其结构	(268)
第二节 适应型组织创建的指标与原则	(273)
第三节 适应型组织的调整与选择	(277)
第四节 学习型组织的创建	(281)
【案例】 科龙的组织大调整	(290)
第十四章 领导管理创新	(292)
第一节 领导管理概述	(292)
第二节 领导理论	(297)
第三节 领导者类型	(303)

第四节	创新型领导者的特征与领导管理创新艺术	(307)
【案例】	张瑞敏谈领导	(314)
第十五章	跨文化管理	(318)
第一节	文化与跨文化管理	(318)
第二节	跨文化管理的战略与策略	(324)
第三节	跨文化管理是管理创新的未来趋势	(329)
【案例 1】	“麦当劳”打入日本市场之谜	(334)
【案例 2】	不熟悉当地习俗则寸步难行	(335)
第十六章	国际化管理	(337)
第一节	国际化管理概述	(337)
第二节	国际企业战略管理	(350)
【案例】	海尔集团的国际化经营战略	(360)
第十七章	信息管理创新	(364)
第一节	信息管理概述	(364)
第二节	信息管理的组织	(368)
第三节	信息管理战略	(375)
【案例 1】	汽车战——信息创新战	(393)
【案例 2】	信息技术创新给跨国公司带来巨大收益	(394)
第十八章	柔性性与和谐管理	(396)
第一节	柔性性与和谐管理的含义	(396)
第二节	柔性管理与和谐管理的基本内容	(397)
第三节	柔性性与和谐管理的应用	(405)
【案例】	荣事达集团的“和商”理念	(410)

第十九章 综合集成管理·····	(413)
第一节 流程再造管理·····	(413)
第二节 虚拟管理·····	(420)
第三节 供应链管理·····	(434)
【案例】 艾伯斯坦 (Bill Epstein) 公司的 发展之路 ·····	(441)
主要参考文献·····	(443)

第一章 管理的源与流

第一节 管理的源

一、管理现象萌生

管理，英文为 Management，是一个含义十分广泛的概念。管理作为一种社会现象，广泛地存在和渗透于社会的政治、经济、科技、文化、教育以及人们的家庭生活、伦理道德等各个方面。谈到管理，人们似乎心领神会，约定俗成。知道什么该做，什么不该做，知道一些事情该这么做，一些事情该那么做。从某种意义上说，管理已经成了人类的一项“遗传基因”，为人类，为社会所代代承继和循守。管理在今天已成为社会有序化发展不可或缺的内在规律和重要功能，很难想像，在一个无序化的社会环境里人们会怎样生活，社会将怎样发展。由此看来，管理现象是一个与社会发展俱进的孪生物，没有社会就没有管理，反之，没有管理也不会有社会的存在。据此结论，我们说管理是与人类社会具有一样悠久历史的社会现象。

管理现象是什么时候产生的？答案是自古以来就存在的。但这里所说的管理现象是指管理的活动现象，是指一种管理实践现象。还要特别强调的是管理现象的出现是有条件的，管理来源于人类的共同劳动，自有人类的群体生活以来就有了管理。在人类的远古时代，原始先民们为了生存不得不结成一定规模和形式的社会群体，共同劳动，共同生活。人们不仅要在思想上和感情上相互沟通，而且还必须在意志上和行为上协调一致，否则，他们就无法应付那些对他们来说十分严酷的生存环境。这说明原始先