



日本 經營管理術

符樹民編著

中山大學出版社

日本经营管理术

符树民 编著

中山大学出版社

日本经营管理术

符树民编著

中山大学出版社出版发行

广东省新华书店经销

湛江日报社印刷厂印刷

*

787×1092毫米32开本3.75印张 插页1页 86千字

1988年5月第1版 1988年5月第1次印刷

印数：1—40000册

ISBN 7-306-00087-X

F·16 定价：1.50元



作者简介

符树民同志1946年生，1970年毕业于华南工学院。曾先后在报刊、杂志上发表过“彻底扫除形式主义”、“从李双双的心直口快说起”、“浅谈政工干部的素质”、“开拓型经营管理人员应具备的素质”、“如何提高领导者的工作效率”、“香港新型商行的兴起”、“香港员工培训散记”等文章，并编著了《广东烟草发展史》（内部发行）和《烟草知识400问》（广东人民出版社出版）等书。



参观日本企业受到热烈欢迎



日本商业区的夜景



多么天真活泼的日本小朋友



与日本朋友共乐



别出心裁的广告



日本の地下商场

体会一下日本的民族风俗



参观日本工厂留影



向管理要效益

——《日本经营管理术》序

刘维明

企业是国民经济的细胞，是社会生产力的代表，企业不活，社会经济的发展就会停滞不前。社会主义建设的经验和教训告诉我们，没有充满生机活力的社会主义企业，就没有充满生机活力的社会主义。九年改革的丰富实践，为企业增强活力创造了较之过去好得多的内部和外部条件，一大批经营有方，效益显著，虎虎有生气的企业已经脱颖而出。随着改革的不断深化，企业内部经营机制的不断完善，必将有越来越多的企业以崭新的面貌崛起，以它们成功的经营，为社会创造更多的物质财富，从而汇成一股发展社会生产力的巨大洪流，有力地推动我国现代化建设事业的迅猛发展。

形势喜人，因为开放改革正在使越来越多的企业释放出更大的能量；形势逼人，因为我们还远远落后于发达的工业国家，因此，提高经营者素质和管理水平是当务之急。改革开放之后，企业面对着种种挑

战，企业的经营者如果不迅速提高自己的管理水平，势必会在激烈的竞争中败倒。目前，我们迫切需要做的是，一是认真总结改革开放中我国企业成功的经营管理经验，二是要把目光转向世界，从发展的工业国家吸收适合我国国情的经营管理方法、手段和艺术，从这个意义上说，符树民同志编写的《日本的经营管理术》一书的出版，无疑是做了一件有意义的工作。

《日本经营管理术》一书，语言生动，可读性强。作者以大量生动的事例，从日本企业独特的经营观，到经营管理组织，经营战略，经营方式方法，对广告、信息、情报的重视和运用以及怎样从中国古典著作中吸取智慧运用于经营管理上等，都作了详尽的介绍。对企业经营管理感兴趣的读者特别是企业的厂长（经理）从这本书中相信一定会得到许多有益的启示。

“他山之石，可以攻玉”，我们学习人家的经验，是为了更好地提高自己的管理水平。向管理要效益，科学技术是生产力，成功的管理经验同样是生产力，这应当是一个有作为的企业家所须臾不能忘记的。

目 录

向管理要效益——〈日本经营管理术〉……………刘维明	(1)
前言……………	(1)
第一章：靠两个翅膀起飞……………	(3)
一、日本简介……………	(3)
二、战后现状……………	(3)
三、战后日本经济几个时期……………	(4)
四、美国对日本战后经济的影响……………	(4)
五、靠朝鲜战争发了财……………	(5)
六、从废圩上站起来了……………	(7)
七、两个强有力的翅膀……………	(8)
第二章：独特的经营观……………	(10)
一、对两个概念的理解……………	(10)
二、经营者的工作……………	(12)
三、企业经营的最高目标……………	(13)
四、企业经营信条……………	(14)
五、企业经营战略……………	(16)
第三章：富有弹性的经营管理组织……………	(18)
一、经营管理组织的沿革……………	(18)
二、企业组织形态……………	(19)
三、日本组织跟美国组织的差别……………	(20)

四、日本经营管理组织的特点·····	(23)
第四章：“拿来主义”的妙用·····	(29)
一、《日本的阴谋》一书的轰动·····	(29)
二、摩托车工业的振兴·····	(30)
三、学生变成了先生·····	(31)
四、“质量管理”扎了根·····	(31)
第五章：“经济奇迹”的诀窍·····	(35)
一、工人文化水平居世界前列·····	(35)
二、国家重视职工训练·····	(35)
三、企业舍得投资·····	(36)
四、职业训练的种类·····	(37)
五、职业训练的内容·····	(37)
六、政府奖励职业训练·····	(39)
七、政府大力树立尊重专门技术的风气·····	(40)
第六章：从凡人身上发掘不平凡的品质·····	(42)
一、开发人的智力资源·····	(42)
二、发掘不平凡品质的办法·····	(43)
第七章：赚钱要靠情报灵·····	(49)
一、政府重视情报·····	(49)
二、企业靠情报取胜·····	(50)
三、决策情报的分类·····	(52)
四、信息处理程序·····	(53)
五、情报的活用·····	(54)
六、情报技术大国·····	(55)
第八章：一切为了顾客·····	(57)
一、零售店笑迎顾客·····	(57)

二、各行各业都以顾客为中心·····	(58)
三、把顾客当成亲戚·····	(59)
四、拉链大王成功的诀窍·····	(61)
第九章：广告的王國 ·····	(63)
一、广告王国名不虚传·····	(63)
二、广告公司异常活跃·····	(64)
三、四大媒体·····	(66)
四、舍得花钱·····	(66)
五、广告律令·····	(67)
六、广告的功能·····	(68)
七、计划的制订·····	(69)
第十章：脱颖而出的中小企业 ·····	(71)
一、企业分类·····	(71)
二、中小企业的划分·····	(72)
三、二重结构·····	(72)
四、中小企业技术开发特点·····	(73)
五、协力制度·····	(75)
六、市场竞争的战略战术·····	(75)
七、中小企业发展的原因·····	(76)
第十一章：卓有成效的小集团活动 ·····	(79)
一、什么叫小集团活动·····	(79)
二、小集团活动的目的·····	(79)
三、经营者、职工在小集团活动中的作用·····	(80)
四、小集团活动三个时期四个阶段·····	(81)
五、小集团活动思维10原则·····	(81)
六、刺激生产的无上法门·····	(82)