

管理学专题研究丛书

总策划：林钟高 汪家常

管理创新

金锡万 主编

与应用

经济管理出版社

管理学专题研究丛书

总策划：林钟高 汪家常

管 理 创 新 与 应 用

金锡万 主编

经济 管 理 出 版 社

责任编辑：谭 伟

技术编辑：杨 玲

责任校对：孟赤平

图书在版编目 (CIP) 数据

管理创新与应用/金锡万主编. —北京：经济管理出版社，2003

ISBN 7-80162-613-3

I. 管... II. 金... III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 027307 号

管理创新与应用

金锡万 主编

出版：经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编：100035)

发行：经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷：北京忠信诚印刷厂

787mm×960mm/16

26.25 印张 486 千字

2003 年 5 月第 1 版

2003 年 5 月北京第 1 次印刷

印数：1—4000 册

ISBN 7-80162-613-3/F·539

定价：39.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社发行部负责调换。

通讯地址：北京阜外月坛北小街 2 号 邮编：100836

联系电话：(010) 68022974

管理学专题研究丛书

总策划

林钟高 汪家常

编委会

主 任 岑豫皖

副主任 林钟高 金锡万 郑明东

委员（以姓氏笔画为序）

丁家云	刘 冰	严 忠	岑豫皖	汪家常
李致平	李德俊	林钟高	陈 荣	金锡万
金鹏程	杨亚达	封定一	郑明东	张惠恩
贾 平	席彦群	黄智华	戴新民	

顾问、特约审稿

董元麓	安徽工业大学校长，教授，博士生导师
梁 樑	中国科技大学商学院副院长，教授，博士生导师
李若山	复旦大学管理学院副院长，教授，博士生导师
杨雄胜	南京大学会计系主任，教授，博士生导师

前 言

21 世纪是知识经济时代，知识经济的显著特点是创新，即创新将成为社会进步和企业发展的主要动力。正如江泽民同志所说：“创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。一个没有创新能力的民族，难以屹立于世界先进民族之林。”

知识经济时代的竞争主要体现为核心竞争力。由于知识共享、技术发展加速、人才素质提高，一个企业要保持核心竞争力的优势地位，唯有不断创新。因此，创新成为实现新世纪经济发展和创造更高价值的关键问题。

创新，不仅是技术创新，还包括战略管理创新、组织创新、流程创新、项目管理创新、营销创新、管理方法创新等方面。管理理论创新的重要性日益明显。管理学是以管理活动为对象，侧重研究管理活动运动的一般规律，对可利用的资源进行有效的整合以实现组织目标、提高运营效率的一门学科。管理理论的性质、特征、管理活动的实践与管理理论的变动，导致管理理论的创新，这是增强核心竞争力，促进经济发展和提高经济运行效果的源泉所在。当前，国内外实业界和管理学者，对管理理论的创新给予了极大的关注，成为 21 世纪的国际性研究热点。

在泰勒、法约尔等人开创的古典管理理论的基础上，随着社会的发展和科技的进步，管理理论学派不断衍生，形成所谓的管理“丛林”学说，管理学科在不断深化、综合、发展和创新。研究处于不断演进的管理理论，力求比较系统地、多层次地阐述管理理论创新的内容、变革和发展趋势，并与我国的管理实践相结合。这将有利于我国企业界、其他管理组织和管理者从中得到有益的启示，有利于指导我国的经济管理活动，进而提高我国的管理现代化水平。

但是，面对管理理论的复杂体系，似乎很难理出一条主线。然而，创新是众多学派的共同特点，也是最重要的特征。因此，本书以创新为主线，围绕企业核心竞争力来构筑本书的框架，抓住管理中的主要问题，力图多层次、多角度地阐明管理理论的演变过程、规律与应用。

本书共分为三篇，由相对独立又相互关联的九个专题构成。专题一是总

论,即创新理论与现代管理理论的变革。其余八个专题从构成核心竞争力的角度来阐述相关管理理论的历史变革、理论创新与实际应用。期望本书的出版会受到广大读者的欢迎。

全书由金锡万任主编,并负责全书框架制定和总撰。参加编著的作者均为安徽工业大学管理学院的教授、副教授或拥有博士学位或管理硕士研究生的中青年学者。他们是金锡万(专题一、专题六、专题七的第3、5部分),贾平(专题二),包菊芳(专题三、专题七的第1、2部分),陈荣(专题四),白琳(专题五),李德俊(专题八、专题七的第4部分)、李光英(专题九)。

本书的出版,得到了安徽工业大学校领导和管理学院领导的鼓励与指导,也得益于经济管理出版社的大力支持。同时,本校管理工程98、99级的热心学生也给予了许多帮助。在此,一并表示由衷感谢!

欢迎读者不吝赐教!

金锡万
2003年1月

目 录

第一篇 管理理论创新

专题一 创新理论与现代管理理论的变革	(3)
1 知识经济的实质是创新	(3)
1.1 知识经济的含义与特征	(3)
1.2 知识经济对管理的影响	(7)
1.3 知识经济的关键是创新	(11)
2 核心竞争力与企业创新理论	(13)
2.1 推进企业创新是提高核心竞争力的关键	(13)
2.2 创新理论及其发展	(13)
2.3 企业创新的基本内容	(20)
3 企业创新与核心竞争力	(22)
3.1 技术创新和企业的核心竞争力	(22)
3.2 业务流程再造与核心竞争力	(23)
3.3 知识创新与核心竞争力	(23)
3.4 管理创新与核心竞争力	(24)
4 管理创新与现代管理理论创新的发展	(25)
4.1 知识经济时代的管理创新	(26)
4.2 管理理论的演进与发展	(34)
4.3 管理学科的前沿性研究方向	(47)
专题二 企业战略管理创新	(50)
1 战略管理理论的产生和发展	(50)
1.1 战略与战略管理	(50)
1.2 战略管理理论的发展	(52)

1.3 战略管理理论评述	(55)
2 企业战略管理理论创新	
——基于核心竞争力的企业战略联盟	(57)
2.1 战略联盟的涵义、特征	(57)
2.2 战略联盟产生的原因分析	(59)
2.3 核心竞争力理论与企业战略联盟	(63)
2.4 企业核心竞争力的培育	(65)
3 企业战略联盟管理	(69)
3.1 企业战略联盟策划	(69)
3.2 企业战略联盟协调管理	(75)
3.3 企业战略联盟管理的激励机制	(78)
3.4 企业战略联盟的合作关系管理	(83)
专题三 企业组织理论的发展与变革	(90)
1 企业组织理论的演变	(90)
1.1 传统组织理论	(90)
1.2 现代组织理论	(93)
1.3 后现代组织理论的范式	(96)
2 企业组织形式创新	(98)
2.1 传统的金字塔组织	(98)
2.2 传统的金字塔组织在信息时代的不适应	(101)
2.3 现代企业组织新形式	(102)
3 面向未来的组织创新	(106)
3.1 知识经济时代对企业组织的要求	(106)
3.2 企业组织创新的基本趋势	(107)
3.3 学习型组织	(111)
3.4 虚拟企业	(114)
4 组织创新与企业管理战略	(119)
4.1 战略与组织结构的关系	(120)
4.2 企业战略与组织结构的选择	(121)
4.3 杜邦公司的发展与组织变革	(123)

第二篇 管理流程创新

专题四 企业业务流程再造	(129)
1 知识管理与流程再造	(129)
1.1 知识管理理念的产生	(129)
1.2 把知识管理融入到企业业务流程再造	(131)
2 BPR 基本理论	(132)
2.1 BPR 的核心思想	(132)
2.2 BPR 的理论基础	(133)
2.3 BPR 的实质	(137)
2.4 BPR 的原则与实施步骤	(139)
2.5 BPR 实施的关键——再造队伍的构筑	(150)
3 企业业务流程再造在管理中的应用	(153)
3.1 BPR 与 TQM	(153)
3.2 BPR 与组织管理	(155)
3.3 BPR 与电子商务	(159)
3.4 海尔以“市场链”为纽带的企业业务流程再造	(162)
专题五 技术创新	(172)
1 企业技术创新的内涵和类型	(172)
1.1 技术创新的内涵	(172)
1.2 技术创新的类型	(178)
2 技术创新战略模式及其选择	(181)
2.1 企业技术创新战略类型	(181)
2.2 自主创新战略、模仿创新战略和合作创新战略	(182)
2.3 影响企业实施技术创新战略的因素分析	(185)
2.4 技术创新战略的选择	(186)
2.5 加快实施技术创新战略的对策与建议	(190)
3 技术创新理论与技术的发展与创新	(191)
3.1 技术创新扩散理论	(191)
3.2 技术创新的集群效应	(196)

3.3 技术创新动力机制理论	(200)
3.4 技术创新风险管理	(202)
4 技术创新的成功案例	(205)
4.1 自主创新的楷模——北大方正集团	(205)
4.2 持续创新的美国柯达公司	(209)
4.3 企业家, 技术创新的主体	(212)
专题六 项目管理变革	(215)
1 项目管理的基本原理、内容和方法概述	(215)
1.1 项目与项目管理	(215)
1.2 项目管理基本阶段与过程	(217)
1.3 项目管理的基本范围	(217)
1.4 项目的控制管理	(218)
1.5 项目管理的组织与项目经理	(219)
1.6 项目管理方法	(220)
2 项目管理的演进和发展	(223)
2.1 项目管理的发展与趋势	(223)
2.2 中国项目管理发展与趋势	(227)
2.3 项目管理的应用与最新进展	(228)
3 项目管理的变革与应用	(232)
3.1 项目管理模式的演变与发展	(232)
3.2 项目管理的过程控制	(236)
3.3 项目风险分析	(246)
3.4 项目评价的新方法——实物期权分析法	(255)
4 集成化项目管理	(263)
4.1 集成化项目管理的框架	(263)
4.2 基于计算机技术和 WBS 方法的大型施工项目的集成管理	(265)
4.3 基于 Internet 的项目管理	(266)
专题七 管理方法创新	(270)
1 现代生产管理方式的发展与创新	(270)
1.1 现代生产管理方式的发展	(270)
1.2 现代生产管理方式的创新	(271)

1.3 现代生产管理变革的背景分析	(273)
1.4 现代生产管理模式	(274)
2 现代质量管理的发展与创新	(278)
2.1 现代质量管理的演进——全面质量管理时代的来临	(278)
2.2 质量含义的发展与创新	(280)
2.3 质量管理方法的创新	(282)
2.4 质量管理模式的建立	(283)
2.5 世纪质量管理的发展和创新	(286)
3 现代决策方法的创新与若干应用	(289)
3.1 决策理论与方法的发展简述	(289)
3.2 多种物资单价变动和多约束时的订购批量决策	(292)
3.3 基于投入产出技术的企业价格变动模型及其应用	(296)
3.4 经济系统经济效益综合评价方法	(299)
4 人力资源管理创新	(302)
4.1 人力资源管理的新环境	(302)
4.2 人力资源管理过程的创新	(303)
4.3 人力资源信息化管理创新	(306)
4.4 人员招聘管理创新	(307)
4.5 人事考核的创新	(310)
5 现代激励理论的发展和创新	(312)
5.1 现代激励模式的变革	(312)
5.2 激励机制与激励方式的创新	(315)
5.3 现代激励理论的发展趋势	(320)

第三篇 市场营销创新

专题八 市场营销创新	(325)
1 营销理论新体系	(325)
1.1 顾客的需求与欲望	(326)
1.2 顾客成本	(327)
1.3 顾客的便利性	(327)
1.4 营销沟通	(327)

2 绿色营销策略	(328)
2.1 绿色生产过程	(329)
2.2 绿色流通过程	(329)
2.3 绿色消费过程	(330)
3 网络营销策略	(333)
3.1 客户支持和在线质量	(334)
3.2 提供个性化的顾客服务	(334)
3.3 新产品开发	(335)
3.4 创建品牌	(335)
3.5 在线社区	(336)
3.6 在线定价	(336)
3.7 电子商务	(337)
4 直复营销策略	(338)
4.1 直复营销理论的形成	(338)
4.2 直复营销的特点	(339)
4.3 数据库在直复营销活动中的地位	(340)
4.4 直复营销的载体	(341)
5 关系营销策略	(342)
5.1 市场营销关系链	(342)
5.2 顾客让渡价值	(343)
5.3 营销客户管理	(345)
6 一对一营销	(345)
6.1 一对一营销新理念	(346)
6.2 一对一营销对传统营销理论的发展	(348)
6.3 一对一营销的组织	(348)
6.4 交叉销售和向上销售	(349)
7 三维立体营销	(350)
7.1 三维立体营销理论	(350)
7.2 三维立体营销的组织	(353)
7.3 三维立体营销的条件	(355)
专题九 关系管理与物流	(357)
1 经营战略与企业物流	(357)

1.1 企业经营战略	(357)
1.2 物流管理的演化	(358)
1.3 企业竞争战略与竞争优势	(359)
1.4 竞争战略与风险	(361)
2 价值链与供应链	(362)
2.1 价值链	(362)
2.2 供应链	(364)
3 客户关系管理 (CRM)	(373)
3.1 企业经营理念的飞跃与技术支持	(373)
3.2 新经济下行业竞争规律	(376)
3.3 客户关系管理	(379)
3.4 CRM、eCRM 和 mCRM	(387)
3.5 客户关系管理系统的组成	(389)
3.6 客户关系管理的实施	(391)
4 实践中的 CRM	(401)
4.1 中国企业与 CRM	(401)
4.2 优秀企业——IBM 的 CRM	(402)

第一篇

管理理论创新

专题一 创新理论与现代管理理论的变革

人类已迈入 21 世纪，这是科学技术迅速发展，知识经济大潮汹涌澎湃的时代。知识经济的核心是创新，因此，21 世纪是创新的时代。面对知识经济的严峻挑战，中国企业如何应对这一挑战？在经济全球化、网络化的趋势势不可挡的形势下，我国企业如何提高国际竞争力？这是人们普遍关注的热门话题。对此，人们提出了许多见解与对策。但是，我们认为，贯穿其中的主线只能是创新，企业创新主要包括知识创新、技术创新和管理创新。

1 知识经济的实质是创新

1.1 知识经济的含义与特征

1.1.1 知识经济的含义

我们正处在经济发生巨大变革的时代，随着现代高新科学技术及其产业的迅猛发展，以高科技产业、信息产业和人的智力资源为基础的知识经济已经开始出现。以大量消耗原材料和能源为特征的工业经济时代正在丧失昔日的优势，曾经荣耀了一个多世纪的钢铁、汽车等产业正在接受电脑和网络的改造。这一切标志着一种全新的基于最新科技和人类知识精华的时代已经向我们悄悄走来，这就是知识经济时代。

根据社会经济的“阶段性平衡理论”，世界上的任何事物发展都有其阶段性，表现为相当长的稳定发展期和相对短的剧烈突变期的交替出现。当剧变到来时，这种导致社会生活发生根本变化的剧变期，未来学家称之为“浪潮”。

人类社会的发展迄今已经历了三次浪潮。第一次浪潮是农业革命，人类进入农业社会后，土地为其主要财富，人力和畜力耕种为其主要特征。第二次浪潮是工业革命，人类从此进入了现代工业社会，蒸汽机、铁路、电话等发明创造，金融市场、国际贸易、城市市场的形成和发展为其主要特征。工业社会是人类社会物质文明和精神文明高速增长、迅猛扩张的一个历史时期，尤其是二次大战后，工业社会分为传统工业社会和现代工业社会乃至后工业社会，这

是知识经济诞生的时期。第三次浪潮的前沿科技是电子信息技术、基因生命工程、航天航空技术以及海洋科学，它所带来社会经济结构和管理方式的变化，在广度、深度和速度上都超过了前两次浪潮，导致知识经济时代的到来。

未来学大师阿尔温·托夫勒和管理大师彼得·F·德鲁克，是对知识经济来临颇具先见之明的代表人物。1980年，托夫勒在他著的《第三次浪潮》一书中就已经指出，人类在经历了农业化浪潮和工业化浪潮后，信息化浪潮即第三次浪潮即将到来。他科学地预测了信息革命将给人类社会带来一场新的巨变。1990年，在《力量的转移》这一名著中，他更加明确地提出，随着信息革命的发展，知识的权力正在代替财富的权力成为主宰世界的力量。1995年，在他的另一本著作《创造一个新文明》中，再次强调第三次浪潮给人类带来的创造一个新文明的巨大变化。他说：“人类正面临巨大的飞跃，它正面临有史以来最深刻的社会巨变和创造性的重建。虽然我们还没有清楚地认识它，但我们正从头开始建立一个新文明，这就是第三次浪潮的含义。”

早在20多年前，世界管理大师彼得·F·德鲁克就开始注意知识经济，他创造了“知识工作者”一词以指代那些知道如何利用知识来提高生产率的管理者。他经过长期的研究，认为知识的社会目前可分为三个阶段：第一阶段是工业革命之前，对知识的探求纯粹是为了知识、启迪、智慧本身；第二阶段大约从公元1700年开始，随着技术的发明，知识开始有组织、有体系、有目的地应用，这就是我们所谓的应用知识；在19世纪末，泰勒对工作实行的科学管理带领人们进入到第三阶段，即将知识应用于知识本身的重要开始。德鲁克认为：“利用知识来找出如何把现有知识最大限度地转化为生产力，实际上就是我们所谓的管理。”

20世纪90年代初，他在《后资本主义社会》中表达了人类正进入知识社会的观点。他认为，知识社会是一个以知识为核心的社会，“智力资本”已成为企业最重要的资源，有知识的人成为社会的主流。

1996年，梅纳达(H.B. Maynard)在《第四次浪潮：21世纪的企业》一书中提出了“第四次浪潮”的概念。他指出，第三次浪潮的科学技术和全球经济的、把人与自然的矛盾推到了极限，财富的积累与社会问题的恶化同时共存与加速，导致了人类对物质与精神关系的反思，因此，认为人类社会即将进入第四次浪潮。第四次浪潮的骨干行业预计为生态环境、教育以及娱乐。90年代开始掀起的“绿色革命”、“生态革命”都反映了已全面认识到人类与大自然的关系，控制污染、能源利用、再生材料、环境服务、科技信息、生物技术等都得到发展并创立新的行业。梅纳达的提法比较新颖，尚未被学术界普遍接