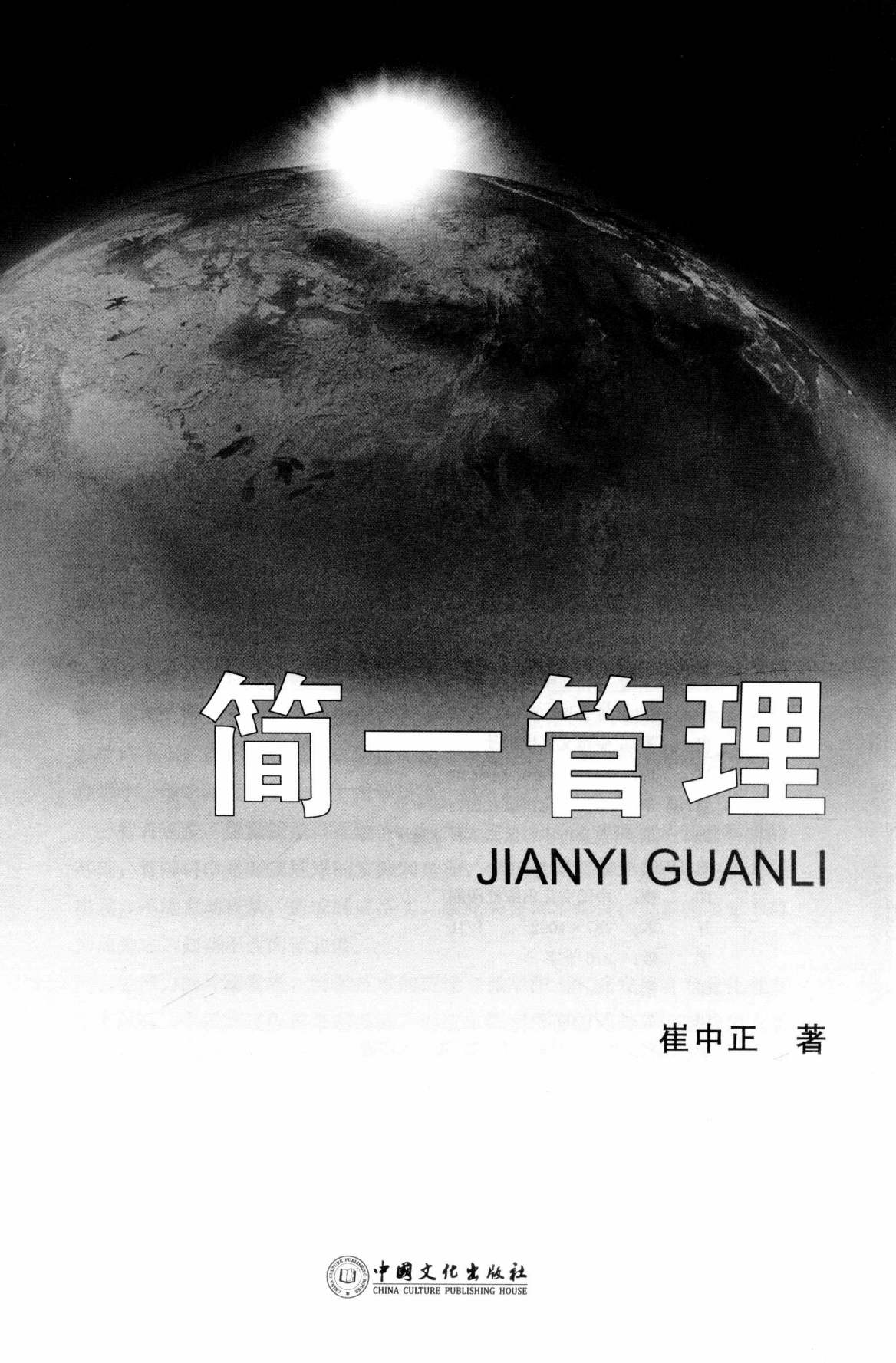




简一管理

JIANYI GUANLI

崔中正 著



简—管理

JIANYI GUANLI

崔中正 著



中國文化出版社
CHINA CULTURE PUBLISHING HOUSE



中国文化出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

简一管理/崔中正 著. —中国文化出版社, 2014. 08

ISBN 978-988-13292-3-3/Z. 1731

I. 简… II. 崔… III. 社会科学. 管理学—中国—当代 IV. 3640

中国文化出版社 CIP 数据核字 (2014) 第 20140353 号

简 一 管 理

作 者: 崔中正

出 版: 中国文化出版社

网 址: <http://www.zgwh.cn>

总 编 审: 中国文化出版社国内编审处

地 址: 北京市丰台区六里桥北里甲 1 号

责任编辑: 徐 荣

印 刷: 中国文化出版社印刷厂

开 本: 787×1092 1/16

字 数: 270 千字

印 张: 18.75

印 数: 1-1000 册

版 次: 2014 年 8 月第 1 版 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-988-13292-3-3/Z. 1731

定 价: 45.00 元

版 权 所 有 · 侵 权 必 究

国内编审处: 010-56705815 E-mail: zgwh0126@126.com

序 言

正如智者所言，人类已经走得太远，以至于忘记了出发的目的。非洲人说，自己已经跑得太快，灵魂已远远地落在后边。当今社会的最大问题是“地球人”的世界观越来越社会化，越来越狭隘越来越自我；大众的人生观越来越世俗化，越来越现实越来越物质化；人们的核心价值观越来越功利化，越来越唯利是图越来越不择手段。大家往往把手段当目标，极少数人的目标成为整个社会的目标，把旅行的驿站当做人生的归宿。社会发展在诸多方面皆已偏离其内在本质和正确方向，人越来越远离自我背叛本我，与自然越来越格格不入，各方面的错位、越位问题越来越突出。管理科学越来越背离管理哲学，越来越背离事物的本质和规律，越来越技巧化方法化。

智者还说，愚蠢就是口比脑快，行为比思想早。客观规律是管理科学的基础，管理科学是客观规律的实践和延伸，管理必须实事求是，一切从实际出发，不能盲动盲从，造成既成事实，顾此失彼得不偿失；更不能明知不可为而为之，知错不改南辕北辙。

生产力的片面发展，科学技术的持续“孤军深入”式发展，专业化程度越来越高，手段和过程越来越偏激，创造出特别价值的同时，也制造出大量垃圾和灾难，经济社会发展越来越趋向极端；人们的认知往往产生“隧道”效应，思想和智能常常坠入“井底之蛙”陷阱，人类越来越难以解脱，世界陷入困境面临绝境。全球化使世界成为“地球村”，问题更加集中而突出。一方面，世界文化、经济等越来越紧密，越来越趋向统一融合；另一方面，因各方面的差异与鸿沟广泛存在，表现为普遍性与特殊性，单一化与多样化，对立统一相反相成，冲突与融合、挑战与机遇并存，在统一融合过程中，难



免发生碰撞，甚至激烈的冲突，因此全球化管理成为当务之急。

只有“会当凌绝顶”，才能“一览众山小”；只有深入事物的内在本质，才能一叶知秋见微知著；只有把握客观规律，才能茅塞顿开豁然开朗；只有以自然方式为主导，才能世事洞明大彻大悟。社会发展每深入一小步，就应该在把握客观规律上前进一大步，未卜先知成竹在胸，确保世界的全面和谐发展。管理理论在整体战略上追本溯源，从根本上融合创新，解决方向性问题，指导推动全球化。管理方法在战术上坚持实事求是，注重综合创新，提高针对性和实效性。

大道至简，简则捷则易，易则通则久，久则和则安。本书试图从最根本的世界观、人生观和价值观入手，让人们回归“本我”定位，抛弃“唯我”思想，重新探讨个人、社会与自然之间的内在关系，全方位深入剖析社会体制和系统管理，探讨管理科学的根本模式与方法，重在固本清源纠偏补漏，究诸家之理，成简一之言，解决社会重大问题，促进各方面协调并进，推动人类社会的持续健康发展，保持自然与社会和谐繁荣。

二十多年来，我尝试着分析总结了古今中外的经典管理理论，认真归纳各种制度的优势和不足，探讨问题和矛盾的根源，研究社会经济的发展规律。在此基础上进行综合创新，争取从根本上突破。结合主要国家的实践经验和教训，力求找到最佳的解决方案，从根本上彻底解决问题，达成标本兼治乃至一劳永逸的绝佳效果。

让读者朋友有新收获是本书的初衷，对社会发展尽自己的微薄之力是我之夙愿，以此诚表对亲友和社会的感恩与回报之情。更盼望能抛砖引玉，与各界仁人志士一道，促进社会管理的系统化、科学化，推动中国文化的现代化、世界化。然因吾愚钝，既坚持追本溯源，又追求独特简捷，也力求通俗易懂，希望抛“点到为止”之砖，引读者“举一反三”之玉，如此挂一漏万现象必将突出，错漏之处一定不少，恳请大家不吝赐教，指导指正，不断改进，共铸精华。

目 录

第一部分 简一管理之道

第一章 简一管理概述 (3)

简一管理是本源管理，管理之管理，是管理之道。管理是哲学性、科学性与艺术性的统一。“五个一”管理的实质是至简至一的管理之道。“成在系统，赢在标准”是全球化的必然趋势。道德教化是无为而治的关键，是简一管理的精髓和境界。

一、人与社会的定位 (3)

二、管理之源 (10)

三、道德至治 (13)

第二部分 社会治理之道

第二章 社会制度简析 (17)

体制机制革新的方向是社会主义与资本主义的科学结合，主要是正确处理公与私、公有制与私有制、宏观调控与市场机制的关系，关键是政府、市场、社会之间的关系。市场机制的独特功能是实现自我、成就对方、各得其所、分享共赢。体制是第一生产力，股权要素制是通用体制，股权岗位制是国企的首选，岗位终端式管理是通用管理。垄断是万恶之源。



一、公有制与宏观调控	(18)
二、私有制与市场机制	(37)
三、公有制与私有制、计划经济与市场经济互补	(46)
四、体制是第一生产力	(67)
五、产权制度管理	(78)
六、岗位职责管理	(92)
七、“太阳”模式	(97)
八、“围棋”模式	(99)
第三章 改革与发展	(101)
30 年改革成果总结：破旧立新——社会基本制度的建立健全；继续改革成效：兴利除弊——体制机制的完善优化。主观实现自我，客观成就他人和社会，是衡量体制改革的核心标准。平衡发展自然生产力和社会生产力；最基本需要的自然直接满足是经济社会的发展方向，是上上之策。“网络”政府是转变政府职能、推行民主的可靠方式。	
一、全球化	(101)
二、现实、思想与认识	(102)
三、全面深化改革	(109)
四、检验改革发展的标准	(122)
五、政治改革	(137)
六、中国特色社会主义——龙御天下	(143)
第四章 科学人生	(146)

100-1=0，人生-健康=?

75%的人处于“亚健康”状态说明了什么？

人民需要新趋向：保持人体最佳的状态和功能，广泛参与社会管理，与环境融合。经营人生就是追求卓越的人生：养成科学健康的生活方式，体现人生的最大价值，充分展现精彩人生。

一、人的需要规律	(146)
二、人生管理	(148)
三、浪费是“犯罪”	(157)
四、科学的价值观与财富观	(158)
五、幸福人生	(159)

第三部分 企业管理之道

第五章 经营管理	(165)
----------------	-------

全球化时代，世界性分工协作是主旋律，互享共赢是基本标准，“专家式”团队建设是主要特征，“第一”军团是制胜的重要保证。经营信仰是经营的至高境界，“成在系统，赢在标准”是现代管理的精髓，共享事业是企业经营管理的极高境界。“王”和“亡”间仅有两点之差。

一、系统化标准化管理	(165)
二、对象管理	(172)
三、目标管理	(173)
四、“第一”管理模式	(179)
五、简一管理	(181)
六、“中医”式管理	(182)
七、日常工作管理	(183)
八、“宗教”式管理	(185)

第六章 人才管理	(189)
----------------	-------

道德是人才的本源，智慧是道德的升华。培养“顶尖”人才、特别是“工”字型高端复合人才，创建顶级专家团队是赢的法宝。教育、培训、科研机构将成为最重要的社会生产部门，人才、科技的生产将成为最重要的社会生产。人才浪费是我国的最大浪费。



一、人才概述	(189)
二、成功模式	(204)

第七章 职责管理

(206)

职责问题的根本在于各方的“错位、越位、缺位、无位”，本位主义是许多问题的根源。岗位终端式管理使相关方“安其位、司其职、负其责、尽其能、得其所”，有效保证各方责、权、利、能及其需要的高度统一。“火炉”法制是职责管理的基本规则。

一、错位	(208)
二、越位	(209)
三、缺位	(210)
四、无位	(211)
五、本位主义	(213)
六、火炉法则	(216)

第八章 团队管理

(218)

企业是股东团队、经营管理团队、员工团队的统一，是系统性、专家式团队组合。团队源于核心价值观与目标统一，技能整合与优势互补。狮子“王之团队”、无指挥乐队：团队之王与蚂蚁军团等，是“第一”团队的典型代表。

一、团队解析	(218)
二、高效团队	(224)
三、团队经营	(227)

第九章 品牌管理

(232)

品牌是企品、人品和产品的统一，是品格、人格和企格的统一；品牌是承诺、责任、信誉和保障。品牌的定位、管理方法：数一数二原则。品牌资源共享与否的标准，主要取决于企

业产品的功能、定位及其关联性质。古代中国“瓷器”是全世界最著名品牌。

一、品牌解析	(232)
二、品牌定位	(235)
三、品牌管理	(235)
四、品牌共享	(237)
五、品牌打造	(239)

第十章 企业模式 (243)

企业发展的标准模式：专业化、规模化、综合化、全球化。

企业万能成功模式：追求极致，趋向极限，不可替代，非我不能。企业经营的典型模式：一条龙产业模式、一站式服务模式、“零收费”赠送创业模式等。

一、企业模式解析	(243)
二、专业化模式	(244)
三、规模化模式	(248)
四、综合化模式	(250)
五、全球化模式	(253)
六、企业经营的典型成功模式	(256)

第十一章 销售管理 (263)

销售是提供最优的解决方案，给消费者最大价值和最完美体验。宗教“灵魂托管”式销售，给信仰者“来生”，让信仰者恭敬虔诚地拜送是销售的最高层次。网络销售——传统销售的颠覆式革命。“利润最大化”是饮鸩止渴。

一、销售解析	(263)
二、销售溯源：买卖	(265)
三、销售的本质	(272)



第十二章 文化管理 (273)

中国传统文化是全面的、科学的、世界的。从管理方面看，道家是领导文化，儒家是管理文化，佛家是个人文化。上善若“水”，“水”文化是善善文化，是文化之道。好文化让制度形同虚设。

- 一、中国文化的科学性 (273)
- 二、企业信仰与核心价值观 (277)
- 三、“奢侈”消费..... (281)
- 四、企业文化管理 (284)

第一部分

简一管理之道



第一章 简一管理概述

简一管理是本源管理，管理之管理，是管理之道。管理是哲学性、科学性与艺术性的统一。“五个一”管理的实质是至简至一的管理之道。“成在系统，赢在标准”是全球化的必然趋势。道德教化是无为而治的关键，是简一管理的精髓和境界。

简：指简捷、简化、简要、简易等。

一：全、满；最“小”最简捷的整体，博大、包容、深刻；一是本质，一是规律；一是开始，一是终结。

博大：一分为二，合二为一；博大则包容，不能包容就难以博大；包容则深刻，不深刻就难以包容。

道理、道路，自然之道也；道德、道义，社会之道也。

道、法、术是管理社会的三个境界，德、制、人是管理组织的三个层次，道是统治和管理的最高层级。

大道至简，至简至一，即为简一；简一乃道之综合与整合，是道之道。简一管理是本源和规律管理，是“一”之管理。

一生二，二生三，三生万物，自然归“一”；全球化，社会归“一”；道生一，世界归“一”；简一管理，管理归“一”；是“一”之管理、道之管理，是道之道、管理之道。

一、人与社会的定位

人类是地球世界的精灵，是地球世界的最主要统治者，是自然的全面挑

战者和破坏者。人们固执地认为，世界是为人类而存在，为满足人类的生存和发展需要，人类习惯为所欲为不择手段。在人们心目中，地球世界首先是人类的工具和玩物，其次才是生活的场所、人生的驿站。为了猎奇和发泄，人类总是随心所欲无所顾忌。事实上，地球世界不仅是人类的宝藏，也是人类的家园，更是万物的归宿；世界的功能和价值，在于其生生不息、丰富多彩、极致整合、和谐完美。

社会管理的主体是人，管理的主要对象是人的行为，管理的主要任务是解决问题，管理的目标和结果是成效。直接决定人们行为的是各种需要，特别是突出需要；间接影响人们行为的是直接利害及相关因素。所以，要研究管理，就要把握人的需要规律，清楚人、社会与自然的本质，掌握人、社会与自然间的关系和变化规律，明了人与社会的科学定位，才能正确掌握管理的基本规律，全面指导人类社会活动。

1. 人与自然的关系

老子认为，“道生一，一生二，二生三，三生万物”；“人法地，地法天，天法道，道法自然”；“无为而无不为；为无为，则无不治”。庄子认为，道在屎溺；无用而大用。道家注重自然之道、自然而然，主张“天人合一”，人与自然不是统治与被统治、征服与被征服的关系；人要顺应自然、融入自然，主要强调人与自然之间固有的和谐的整体关系，突出反映人与自然统一融合的内在关系。老子还认为，“道大、天大、地大，人亦大；域中有四大，人居其一焉”。人大包含在道大、天大和地大中，人大不过天和地，否则“皮之不存，毛将焉附”。庄子讲：“齐万物”、“齐物我”，人与自然等同，人是万物之一；《道德经》（第40章）说：“知足者不辱，知止不殆，可以长久。”《道德经》（第29章）提倡“圣人去甚、去奢、去泰”。“甚”指极端，“泰”同太，指过分，明智的人应该去掉奢侈浪费，去掉走极端和过分的行为。总之，道法自然，人与自然是大同小异，和而不同。道家强调了人与自然统一融合的主要方面，淡化了人与自然对立的次要一面，对立是整体统一下的局部对立，弱化了（即想限制）人特殊的需要和能动作用，轻视了人与万物的本质差异。

佛家认为，一花一世界，一木一浮生，一草一天堂，一叶一如来。宇宙间的奥秘，不过在一朵寻常的花中。世界在哪里，就在那一枝一叶上。“道”

就在日常生活中，就在寻常事物中，无处不有道。佛家注重的是个人觉悟，既强调人与物和自然的共通关系，人、物与自然是特殊性与普遍性的统一，也突出了人具有“悟”的特殊能力，反映人特殊的能动性。

马克思的生产力理论认为，生产力是人类认识自然、改造自然、征服自然的能力，主要强调了人与自然局部上的对立斗争关系，突出反映人与自然的局部关系，而很少论及人与自然和谐统一的整体关系。

现代人对自然的认识往往是世俗的功利的，兼有多家理论观点，是相互混合模糊的综合结果，具有多变性和不确定性。随着生产力和科技的发展、自然的变化以及人类自身的利害得失而不断进行调整。

2. 人与社会的关系

社会是人的社会，社会是人组成的；人是社会的人，人生活在社会之中；社会即人人，人人即社会。人与社会紧密相连不可分割，没有脱离社会的人，也没有脱离人的社会。

道家的社会观与其自然观一样，可用一个词概括，即“道德”。主张“道”（自然规则）、“德”（人为准则）秩序，强调以善治国；初萌的法律秩序，强调以正治国；最好是“无为而无不为”，建立“寡欲”的优哉游哉的自然和谐式“小国寡民”社会，倡导民间淳朴的睦邻关系，主张返璞归真“无为而治”，有效避免各种形式的人为纷争，保持社会的和谐，从属于自然的整体和谐。

《论语》提倡“仁爱”、“齐之以礼”、“贵和”，强调“修身、齐家、治国、平天下”。《孟子》主张“仁者，爱人”、“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼”，共同主张“和谐”社会与“大同”世界。儒家主要通过“礼制”约束人，规范人们的集体和社会行为，建立并稳定社会秩序。儒家的人与社会关系是建立在自给自足的小农经济基础上，淡化了农民与地主阶级的矛盾和对立关系，维护统治者权利，兼顾百姓基本利益，主张建立和保持现实差别基础上的和谐社会。

马克思主义认为，人的本质是社会关系的总和。人是社会人，社会属性是人的本质属性；社会是人的社会，“社会本身，即处于社会关系中的人本身”。社会就是以一定的物质生产活动为基础而互相联系的人们的总和，人隶

属于不同的阶级，具有阶级对立与斗争、统治与被统治的关系。马克思的人与社会关系，偏重于人与社会的经济、物质关系，主要反映的是人类社会的经济关系。

现代人对社会的认识。在各自文化信仰的主导下，在相互间的持续碰撞中，随国际化全球化进程的日益推进，随利害关系的对立统一性转化，现代人对社会的全面认识在不断进行调适和重新定位，处在变化、发展、优化过程中。

3. 人与人的关系

道家认为，“天尊”、“仙”和“真人”是最理想最完美的人，是个人修为的至高境界。庄子主张“无己”，即“忘形”、“忘情”，从形体和精神两方面彻底忘掉自己，真正回归“本我”。人与人之间则主张“无争，莫能与之争”、“悯人之凶，乐人之善，济人之急，救人之危”、“得勿喜，失勿忧，生勿悦，死勿憾”、人物无贵贱之分等。主要突出“自然”和谐，强调人与人之间的“同一”关系，淡化了人们之间的社会差别和秩序，偏重于“自然人”关系。

儒家认为“圣人”、“贤人”是最理想的人，强调“仁义”、“仁者，爱人”，推行君君臣臣、父父子子等，主张克己复礼推己及人，己所不欲，勿施于人；己欲达而达人；“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼”。用“礼制”规范人与人之间的“等级”关系。主要突出“集体”秩序，强调人与人间差别基础上的和谐，偏重于“集体人”关系。

佛家认为，“佛”、“菩萨”和“罗汉”是最完美的人，主旨是“普度众生”、“度己度人”，主张“己之所欲，施之于人”。人人皆有佛性，众人平等，人以慈悲为怀，相互敬爱。佛家注重个人的精神和修养，主要突出个人修为，反映人与人间的个体关系，偏重于“个体人”关系。

马克思主义认为，生产关系是在社会生产过程中形成的人与人的关系。包括生产资料的所有制形式、各种社会集团在生产过程中的地位和交换关系、产品的分配形式以及由此所直接决定的消费关系三个方面。其中，生产资料的所有制形式是生产关系最基本的方面，是全部生产关系的基础，决定着生产关系的其他内容。主要突出个人的经济利益，反映人与人之间的物质“生产”关系，偏重于“经济人”关系。