

江西  
社会科学研究文库



# 现代领导竞争力

虞梅生 张源生 邹星 肖向武 著

X . D . L . D . J . Z

江西人民出版社

933  
022

012.31/1000-75-1

C933  
Y822

# 现代领导竞争力

虞梅生 张源生 邹 星 肖向武 著

江西人民出版社



\*20019192\*

## 图书在版编目(CIP)数据

现代领导竞争力/虞梅生等著. —南昌:江西人民出版社, 2002. 12

(江西省社会科学研究文库)

ISBN 7-210-02724-6

I. 现... II. 虞... III. 领导学—研究 IV. C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 002783 号

## 现代领导竞争力

虞梅生等 著

江西人民出版社出版发行

南昌陆军学院印刷厂印刷 新华书店经销

2002 年 12 月第 1 版 2002 年 12 月第 1 次印刷

开本: 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 印张: 14

字数: 350 千 印数: 1-3000 册

ISBN 7-210-02724-6 / C·63 定价: 28.00 元

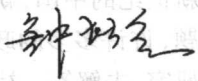
---

江西人民出版社 地址: 南昌市新魏路 17 号

邮政编码: 330002 传真: 8511749 电话: 8511534(发行部)

E-mail: jxpph@163.net

(赣人版图书凡属印刷、装订错误, 请随时向承印厂调换)



繁荣社会科学，是建设有中国特色社会主义文化的重要组成部分。建设有中国特色社会主义文化的过程，也是社会科学研究在中国发展和繁荣的过程。积极发展哲学社会科学，这对于坚持马克思主义在我国意识形态领域的指导地位，对于探索有中国特色社会主义的发展规律，增强我们认识世界、改造世界的能力，有着重要意义。马克思主义指导下的哲学社会科学研究，集中代表着先进文化的前进方向。

社会科学的生命在于创造，在于创新，“若无新变，不能代雄”。新的世纪，新的千年，呼唤着社会科学的发展和繁荣，呼唤着社会科学研究突破和创新。换言之，没有社会科学研究的突破和创新，也就没有社会科学真正的发展和繁荣。理论贵在创新，创新需要勇气，需要智慧，需要执着的追求和艰辛的探索；理论重在创新，创新需要有科学的精神、科学的态度和科学的方法；理论功在创新，只有创新的理论成果，才能探索规律、把握规律，才能启示实践、指导实践，才能认识世界、改造世界。坚持理论创新，是社会科学工作者的神圣职责和使命。

社会科学研究，必须坚持以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”的重要思想为指导，必须坚持理论联系实际的马克思主义学风，必须坚持“百花齐放，百家争鸣”的方针，必须坚持以我国改革开放和现代化建设的实际问题、以我们正在做的事情为中心，着眼于马克思主义理论的运用，着眼于对实际

问题的理论思考,着眼于新的实践和新的发展。新世纪的世界,新世纪的中国,新世纪的江西,许许多多的新情况、新变化、新问题,许许多多的政治、经济、社会课题,迫切需要我们去探索、去研究、去解答。社会科学工作者任重道远,大有可为。

江西向为“文章节义之乡”,素以“物华天宝,人杰地灵”著称。在历史的长河中,江西不但涌现出许多名扬中外的文学家、艺术家,而且涌现出不少影响古今的学问家、思想家。但是,我们不能沉缅于先哲的辉煌,而应该创造更加璀璨的未来。江西广大社会科学工作者一直在为此努力,并且取得了可喜的成绩。在世纪之交,江西省社会科学院、江西省社联大力实施“精品战略”,积极组织和扶持社会科学精品力作的撰述和出版,其实现形式是:推出“江西社会科学研究文库”工程,每年拿出一笔事业经费,资助出版10本理论上的厚重之作。这是我省社会科学界的一件大事、好事、实事,如此年复一年,坚持下去,必将蔚为大观。

21世纪,将是我国全面实现社会主义现代化,实现中华民族伟大复兴的世纪,也将是社会科学大发展、大繁荣的世纪。江西社会科学界的专家学者们,大家努力啊!

祝愿社会科学研究的精品力作不断问世。

领导科学,作为研究领导行为的规律、原则和方法的科学,是第二次世界大战后,为适应现代社会对领导工作的要求而产生的。它的任务在于揭示领导活动的特点和规律,总结领导工作的基本任务和原则,探索领导者决策、管理、指挥和用人的方法,使领导工作科学化、高效化和现代化。江泽民同志提出要探索人类社会发展的规律、社会主义建设的规律、共产党执政的规律,这其中就包含了对领导科学研究的任务。

虞梅生、张源生等同志合著的《现代领导竞争力》一书,就是对领导科学研究的一个新的成果。该书把领导科学的研究放在现代社会激烈竞争的条件下,从各个不同的方面,探求领导竞争力的规律和要求,视角新颖,特色鲜明,研究的内容涉及管理和自然科学等学科,拓展了领导科学研究的领域。该书既有理论阐述,又有典型案例的分析,逻辑严密,思路清新,文字流畅,富有新意,可读性强。当然,科学探索无止境,作者所提出的一些新概念和新观点的科学性和准确性还可进一步研究。

适者生存,优胜劣汰,是生物世界的普遍规律,也是人类社会的普遍规律。当今世界,综合国力的竞争日趋激烈,而其中有决定意义的是人才的竞争,起统领作用的是现代领导力的竞争。建设一支能够担当重任、经得起风浪考验的高素质的领导干部队伍,特别是培养造就大批善于治党治国治军的优秀领导人才,是党和国家长治久安的根本大计,也是中华民族在激烈

---

的国际竞争中自立于世界民族之林的重要保证。

我国早在公元 587 年就设立了科举制度，这就是通过考试这种竞争方式来选拔领导人才和管理层的制度。这在当时的世界上是领先的，促进了经济和社会的发展。当时的欧洲社会和其他社会，大多还是贵族制度，通过家族、血统来继承爵位。当然，后来西方社会出现了市场机制并且实行文官制度后，在用人体制和领导竞争机制上就大大前进了。改革开放以来，我国在初步建立社会主义市场经济体制的过程中，在干部队伍和领导班子建设上也引入了竞争机制，领导竞争力从总体上有了一个大的提升，但仍有不少体制机制上的弊端需要通过深化改革来解决。

2 党的十六大报告明确提出了借鉴人类政治文明的有益成果，继续积极稳妥地推进政治体制改革的任务。明确提出了要改革和完善党的领导方式和执政方式，提高党的领导水平和执政水平。明确提出了要从五个方面加强党的执政能力建设，这就是：“必须以宽广的眼界观察世界，正确把握时代发展的要求，善于进行理论思维和战略思维，不断提高科学判断形势的能力；必须坚持按照客观规律和科学规律办事，及时解决改革和建设中的新情况新问题，善于抓住机遇加快发展，不断提高驾驭市场经济的能力；必须正确认识和处理各种社会矛盾，善于协调不同利益关系和克服各种困难，不断提高应对复杂局面的能力；必须增强法制观念，善于把坚持党的领导、人民当家作主和依法治国统一起来，不断提高依法执政的能力；必须立足全党全国工作大局，坚定不移地贯彻党的路线方针政策，善于结合实际创造性地开展工作，不断提高总揽全局的能力。”对执政能力的这五条要求，是我们衡量领导竞争能力的重要准绳，也是不断提升领导竞争力所必须做到的。

虞梅生、张源生二同志长期担任领导工作，既是优秀的党

---

---

务工作者，又是治学严谨的党校教授。虞梅生同志还担任江西省领导科学学会的常务副会长职务。他们退出领导岗位以后，潜心做学问，经过三年的辛勤耕耘，写出了这部专著，填补了我省在这一研究领域的空白。该书出版之际，他们要我写个序，我本不够格，但盛情难却，写下了以上的话，以表达我对这一研究课题的粗浅看法，并诚恳地向读者推荐这本书，相信读后会有启迪。

刘孚威

2002 年 12 月

# 目录

## 总 序

钟起煌

## 序

刘孚威

## 第一章 21 世纪的领导竞争

1

### 一、现代领导竞争活动的产生与发展

1

#### 1. 现代领导竞争活动的产生

1

#### 2. 现代领导竞争活动的发展

8

### 二、正确认识和把握现代领导竞争

12

#### 1. 正确认识现代领导竞争

12

#### 2. 正确把握现代领导竞争的分类

17

### 三、现代领导竞争的性质和特征

20

#### 1. 现代领导竞争活动的性质

20

#### 2. 现代领导竞争活动的特征

24

### 四、现代领导竞争的原则和作用

29

#### 1. 现代领导竞争的原则

29

#### 2. 现代领导竞争的作用

32

## 第二章 领导竞争力

38

### 一、现代领导竞争力的性质

38

#### 1. 现代领导竞争力与现代领导竞争是辩证统一的

38

#### 2. 现代领导竞争力的性质

40

#### 3. 现代领导竞争力的分类

43

12A23112

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>二、现代领导竞争力构成要素</b>    | <b>44</b> |
| 1. 领导人才与智力              | 44        |
| 2. 领导知识                 | 44        |
| 3. 领导信息                 | 45        |
| 4. 领导技术                 | 46        |
| 5. 领导能力                 | 47        |
| 6. 领导环境                 | 48        |
| <b>三、现代领导竞争力的特点和作用</b>  | <b>51</b> |
| 1. 现代领导竞争力的特点           | 51        |
| 2. 现代领导竞争力的作用           | 53        |
| <b>四、现代领导竞争力的开发和利用</b>  | <b>58</b> |
| 1. 知识是现代领导竞争力的基础        | 59        |
| 2. 现代领导竞争力的开发           | 61        |
| 3. 现代领导竞争力的利用           | 64        |
| <b>第三章 领导竞争人才资源</b>     | <b>67</b> |
| <b>一、领导竞争人才资源的地位</b>    | <b>67</b> |
| 1. 正确认识领导竞争人才资源         | 67        |
| 2. 正确理解领导竞争人才资源的地位      | 70        |
| <b>二、领导竞争人才的功能和作用</b>   | <b>73</b> |
| 1. 领导竞争人才的战略意义          | 73        |
| 2. 领导竞争人才的功能            | 74        |
| 3. 领导竞争人才在领导竞争中的作用      | 76        |
| <b>三、领导竞争人才的素质</b>      | <b>79</b> |
| 1. 领导竞争素质是领导竞争力的基础      | 80        |
| 2. 现代化素质是领导竞争人才的必然要求    | 81        |
| 3. 实现领导竞争素质的现代化         | 83        |
| <b>四、领导竞争人才资源的开发和运营</b> | <b>87</b> |

|                |    |
|----------------|----|
| 1. 领导竞争人才资源的性质 | 87 |
| 2. 领导竞争人才资源的开发 | 89 |
| 3. 领导竞争人才资源的运营 | 94 |

#### **第四章 领导竞争资本** 97

##### **一、领导竞争资本的特性和作用** 97

|                |     |
|----------------|-----|
| 1. 领导竞争资本的一般特性 | 98  |
| 2. 领导竞争资本的作用   | 100 |

##### **二、无形的领导竞争资本** 101

|           |     |
|-----------|-----|
| 1. 领导权力资本 | 101 |
| 2. 领导智力资本 | 104 |
| 3. 领导知识资本 | 105 |
| 4. 领导能力资本 | 107 |
| 5. 领导形象资本 | 109 |

##### **三、领导竞争的人力资本** 110

|                |     |
|----------------|-----|
| 1. 领导竞争人力资本的蕴含 | 111 |
| 2. 领导竞争人力资本的特征 | 113 |
| 3. 领导竞争人力资本的作用 | 115 |

##### **四、领导竞争的金融资本** 116

|                |     |
|----------------|-----|
| 1. 领导竞争金融资本的运营 | 117 |
| 2. 领导竞争金融资本的管理 | 119 |
| 3. 领导竞争金融资本的作用 | 120 |

##### **五、领导产品类的竞争资本** 123

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 1. 领导产品类竞争资本的特征和作用 | 123 |
| 2. 领导思想理论类产品资本     | 124 |
| 3. 领导谋略类产品资本       | 125 |
| 4. 领导决策类产品资本       | 128 |
| 5. 领导服务类产品资本       | 129 |

## 第五章 领导竞争信息 133

### 一、领导竞争信息的特征及其功能 133

#### 1. 领导竞争信息的特征 134

#### 2. 领导竞争信息的功能 136

### 二、领导竞争信息资源的开发 138

#### 1. 领导竞争信息资源的开发方式 138

#### 2. 领导竞争信息资源的开发机制 141

### 三、领导竞争信息管理 143

#### 1. 领导竞争信息管理的意义 143

#### 2. 领导竞争信息管理的作用 145

#### 3. 领导竞争信息管理的方式方法 147

### 四、领导竞争信息在实际应用中的作用 149

#### 1. 领导竞争信息在领导竞争活动中的作用 149

#### 2. 领导竞争信息在传递应用中的作用 151

#### 3. 领导竞争信息在企业应用中的作用 153

### 五、领导竞争信息的运营 154

#### 1. 领导竞争信息运营的趋向 155

#### 2. 领导竞争信息运营应把握好的几个方面 156

#### 3. 领导竞争信息的运营机制 159

## 第六章 领导竞争环境 162

### 一、领导竞争环境的特性与功能 162

#### 1. 领导竞争环境的特性 162

#### 2. 领导竞争环境的功能 165

### 二、创造领导竞争环境 168

#### 1. 创造领导竞争环境的意义 168

#### 2. 主动创造领导竞争环境 170

#### 3. 创造领导竞争环境的方式方法 173

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 三、领导竞争环境的利用          | 176 |
| 1. 领导竞争环境对领导竞争力的影响   | 176 |
| 2. 利用领导竞争环境的原则       | 177 |
| 3. 充分利用领导竞争环境        | 179 |
| 四、领导竞争环境的维护          | 182 |
| 1. 维护领导竞争环境的意义       | 182 |
| 2. 从实际出发维护领导竞争环境     | 183 |
| 3. 积极推行领导竞争环境的可持续发展  | 185 |
| <b>第七章 领导竞争力的整合</b>  | 188 |
| 一、领导竞争力整合的前提和作用      | 188 |
| 1. 领导竞争力整合的前提条件及客观要求 | 188 |
| 2. 领导竞争力整合的作用        | 191 |
| 二、领导竞争力整合的原则         | 193 |
| 1. 从群众利益出发的原则        | 193 |
| 2. 以大局为重的原则          | 194 |
| 3. 把握时机的原则           | 194 |
| 4. 勇于创新的原则           | 194 |
| 5. 平等公正性的原则          | 195 |
| 6. 自愿结合的原则           | 195 |
| 7. 资源市场化整合的原则        | 196 |
| 三、领导竞争力整合的内容         | 197 |
| 1. 领导竞争目标的整合         | 197 |
| 2. 领导竞争制度的整合         | 201 |
| 3. 领导竞争资源的整合         | 202 |
| 4. 领导文化的整合           | 205 |
| 四、领导竞争力整合的方式方法       | 207 |
| 1. 领导班子整合的方式方法       | 207 |

|                  |     |
|------------------|-----|
| 2. 领导知本整合的方式方法   | 208 |
| 3. 领导物质资本整合的方式方法 | 211 |
| 4. 制度整合的方式方法     | 213 |
| 5. 文化整合的方式方法     | 213 |
| 6. 网络化整合的方式方法    | 214 |
| 7. 领导能力整合的方式方法   | 215 |

## **第八章 领导竞争力向决策** 217

### **一、领导竞争力向决策在实际中应遵循的基本原则** 217

|                  |     |
|------------------|-----|
| 1. 政策性原则         | 219 |
| 2. 竞争决策权与责任相结合原则 | 222 |
| 3. 创新性原则         | 223 |

### **二、驾驭领导竞争力向决策程序的“五步法”** 226

|         |     |
|---------|-----|
| 1. 发现目标 | 227 |
| 2. 力向分析 | 228 |
| 3. 力向决策 | 229 |
| 4. 方案评估 | 230 |
| 5. 组织实施 | 231 |

### **三、构建科学的领导竞争力向决策机制** 232

|                  |     |
|------------------|-----|
| 1. 构建快速通畅的信息运行机制 | 232 |
| 2. 构建切实可行的激励机制   | 233 |
| 3. 构建严而有序的监控机制   | 236 |
| 4. 构建充满活力的创新机制   | 238 |

### **四、正确把握和运用不同类型的领导竞争力向决策** 241

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 1. 经验型的领导竞争力向决策               | 241 |
| 2. 确定型和不确定型的领导竞争力向决策          | 242 |
| 3. 两种具有根本不同性质的追踪型领导竞争力<br>向决策 | 244 |

## 第九章 把握领导竞争力的作用时机 248

### 一、领导竞争力作用时机的特性和发现 248

#### 1. 领导竞争力作用时机的特性 249

#### 2. 领导竞争力作用时机的发现 251

### 二、领导竞争力作用时机的捕捉和利用 253

#### 1. 善于抓住领导竞争力作用时机 253

#### 2. 充分利用领导竞争力作用时机 256

### 三、领导竞争时机的把握 259

#### 1. 把握影响领导竞争作用时机及相关因素 260

#### 2. 把握领导竞争作用时机的原则 262

#### 3. 把握领导竞争作用时机的方式方法 264

### 四、创造新的领导竞争力作用时机 266

#### 1. 营造新的领导竞争力作用时机的客观环境 266

#### 2. 创造新的领导竞争力作用时机的内在要求 268

#### 3. 主动创设新的领导竞争作用时机 271

## 第十章 领导竞争力度调控 275

### 一、领导竞争力度调控的特性、因素与作用 275

#### 1. 领导竞争力度调控的特性 276

#### 2. 影响领导竞争力度调控的因素 278

#### 3. 领导竞争力度调控的作用 279

### 二、领导竞争力度的控制 282

#### 1. 领导竞争力度需要适度控制 282

#### 2. 领导竞争力度控制的原则 284

#### 3. 领导竞争力度控制的方式方法 285

### 三、领导竞争力度的协调 288

#### 1. 领导竞争力度协调的意义 289

#### 2. 领导竞争力度协调的特性及作用 290

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 3. 领导竞争力度协调的原则                  | 292 |
| 4. 领导竞争力度协调的方式方法                | 294 |
| <b>四、领导竞争力度的保障</b>              | 296 |
| 1. 加强对领导竞争力度的规范                 | 296 |
| 2. 法制是对领导竞争力度的根本保障              | 299 |
| 3. 加大对领导竞争者滥用权力的制约力度            | 300 |
| <b>第十一章 领导竞争战略</b>              | 305 |
| <b>一、领导人才竞争战略</b>               | 305 |
| 1. 领导人才竞争环境营造战略                 | 306 |
| 2. 领导人才竞争培训战略                   | 307 |
| 3. 领导人才竞争引进战略                   | 312 |
| 4. 领导人才竞争选任战略                   | 316 |
| <b>二、领导品牌竞争战略</b>               | 318 |
| 1. 实施领导品牌竞争战略应着重把握的几个问题         | 318 |
| 2. 实施领导品牌竞争战略应遵循的基本原则           | 322 |
| 3. 领导品牌竞争战略的构成                  | 323 |
| <b>三、开放性领导竞争战略</b>              | 328 |
| 1. 实施开放性领导竞争战略的重大意义             | 328 |
| 2. 实施开放性领导竞争战略应把握的主要特征          | 329 |
| 3. 实施开放性领导竞争战略的基本对策             | 332 |
| <b>四、持续性领导竞争战略</b>              | 334 |
| 1. 正确认识和理解持续性领导竞争战略             | 334 |
| 2. 实施持续性领导竞争战略应把握的基本特征<br>与基本原则 | 336 |
| 3. 实施持续性领导竞争战略的背景与条件            | 339 |
| 4. 实施持续性领导竞争战略的主要途径             | 341 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| <b>第十二章 领导竞争策略</b>           | 344 |
| <b>一、实力性领导竞争策略</b>           | 344 |
| 1. 以质取胜的策略                   | 344 |
| 2. 以效益为本的策略                  | 346 |
| 3. 以规模取胜的策略                  | 349 |
| <b>二、攻防性领导竞争策略</b>           | 350 |
| 1. 防御性领导竞争策略                 | 351 |
| 2. 进攻性领导竞争策略                 | 354 |
| 3. 灵活性领导竞争策略                 | 357 |
| <b>三、威慑性领导竞争策略</b>           | 362 |
| 1. 辐射性领导竞争策略                 | 362 |
| 2. 媒体性领导竞争策略                 | 364 |
| 3. 文化性领导竞争策略                 | 366 |
| <b>四、创新性领导竞争策略</b>           | 369 |
| 1. 理论创新是领导竞争策略的灵魂            | 369 |
| 2. 运用创新性竞争策略应把握的基本原则         | 371 |
| 3. 有效地运用创新性领导竞争策略            | 374 |
| <b>第十三章 增强现代领导竞争力的要诀</b>     | 379 |
| <b>一、领导人才是领导竞争力的第一核心要素</b>   | 379 |
| 1. 领导人才在打造领导环境竞争力上的核心作用      | 380 |
| 2. 领导人才在解决疑难复杂问题上的特殊作用       | 384 |
| 3. 领导人才在发展经济中的“领头雁”作用        | 385 |
| <b>二、领导知识是领导竞争力不可或缺的重要因素</b> | 387 |
| 1. 形成领导知识素质的知识基础             | 387 |
| 2. 领导素质结构凸现领导知识素质            | 390 |
| 3. 领导知识在增强领导竞争力中的效应          | 393 |
| <b>三、领导能力是领导竞争力必须具备的关键要素</b> | 397 |