

第二次 跨越

——成功企业发展生产力
与案例专家评析

张志诚◎主 编
李妍如◎副主编

THE SECOND
SPAN



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

第二次跨越

——成功企业发展生产力
与案例专家评析

主 编 张志诚
副主编 李妍如

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

第二次跨越—成功企业发展生产力与案例专家评析/
张志诚 主编. —北京: 中国经济出版社, 2004.6

ISBN 7 - 5017 - 6064 - 0

I. 第… II. 张… III. 企业管理—生产力经济学
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 080927 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 衣丽伟 (010-88382165)

责任印制: 石星岳

封面设计: 中子画艺术设计有限公司

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京地矿印刷厂

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 20 字 数: 519 千字

版 次: 2004 年 6 月第 1 版

印 次: 2004 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7 - 5017 - 6064 - 0/F·4890

定 价: 48.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624



张志诚教授，现任中国生产力学会常务理事，中生企化中心暨专家团主任，全国党员干部系统生产力学会副会长。长期从事管理科学、领导科学和生产力经济学的研究与实践、教育培训和咨询服务工作，为国家培养了大批企业领导、政府官员、中高级管理人才和教育人才。他及其专家团为企业发展、企业业绩提升、为专著成果、企业文化建设、整体形象策划以及生产要素优化组合等，进行精心咨询服务，取得显著成效。对企业成功的创新见解：16个理论分系统整体支撑论，领导集团和各高级专业技术、高级操作人员的主体创新论，根本动力、先导动力和至高动力的交融作用论，全方位、全过程、国内外的综合优化论。主编与专著有《生产力经济学辞典》、《投资建设项目生产力经济学》、《生产力经济基础问答》、《企业经营概论》（合著）、《经济管理基础知识》（上、下册）、《社会主义经济管理与管理案例》、《社会主义经济理论与经济政策》等。撰著企业发展方面的论文有《论新世纪中国企业成功之路》、《新世纪如何当好领导》、《重塑城市形象与企业形象和发展对策》、《企业文化与企业发展》、《知识经济时代的管理创新与发展对策》等。

联系电话：13231167488



李妍如，正高工，现任中国非处方药物协会副秘书长。曾任华北制药集团公司生产技术处长、企管处长、集团公司董事会秘书长、总经理办主任，兼任华药股份公司（上市公司）董事会秘书等职。长期从事企业技术管理、质量管理工作，参与组织并具体成功实施了企业改制、重组、股票上市等重大项目。是《中国医药企业现代化管理导论》一书的编委和主要作者。组织撰著的《华北制药集团试点方案》得到原国家经贸委的肯定批准，并获得了“全国发展生产力杰出贡献奖”一等奖。

责任编辑：衣丽伟

封面设计：中子画艺术设计

前 言

人类已进入 21 世纪。新世纪，经济全球化不断推进；全球范围的先进生产力不断涌现；中国加入 WTO，更要融入世界范围的公平竞争。如果说，中国企业从计划经济向市场经济的转型是第一次跨越，那么，当他们面对国际大环境，参与同一平台的较量，取得巨大的成功时，就可称之为第二次跨越了。因此，如何使更多的企业成功，加速中国企业的发展，是撰写本书的初衷。

本书融入作者多年研究中外成功企业发展生产力理论与实践成果。提出一些确保企业发展的新观点、新见解，具有理论创新价值和实际应用价值。

其一，作者从企业发展的实际出发，大胆构建了企业得以成功的理论框架系统。系统中的 16 个分系统内容都是企业实际运作所需要的，各分系统相互联结、相互作用。企业的成功是各分系统综合作用，优化组合的结果。

其二，本书在分析企业的构成要素时，提出了企业员工（劳动者）具有主体创新作用，这一作用融于企业运营的全过程。特别强调员工中的高层领导者、企业家和各类专业技术人员是企业发展和生产力增值的开拓者和创造者。因此，培养造就一支合格的企业高层领导骨干队伍，对推动企业发展具有十分重要的意义。

其三，作者提出了企业发展的三个动力观点，即企业发展是借助根本动力、先导动力和至高动力的综合作用而发展的。

其四，本书明确提出企业持续、跨越发展的必要条件是实施企业运营全过程、全方位优化，特别要实施“五流”（人流、物流、资金流、能源流和信息流）整合与优化运行。

其五，书中提出企业做强做大必须实施全球范围合作与联合的综合优化。因

为综合优化后所产生的十大功能，会给企业带来少投入或不投入而增值或产生新生产力的效果。

最后，书中展示了与 16 个理论分系统相对应的成功企业案例。案例规范详实，有代表性和借鉴性。作者根据案例业绩提炼出取得业绩的方法和经验。在专家评析中，从理论与实际结合上阐述了企业怎样才能获得成功，取得最大效益。

本书由张志诚构思总体框架，设计全书大纲，并撰写总论、第一章和案例 2；王洪南撰写第二章和案例 1、3、17；李进英撰写第三、七章和案例 5、11；任桂花撰写第四章和案例 6；柳海英撰写第五章和案例 7、8；李妍如撰写第六章和案例 9、10；冷宣荣撰写第八章和案例 4、12、13、16；张超撰写第九章和案例 14、15；赵世民撰写第十章和案例 18；孟玲撰写第十一章和案例 19、20、21；任丽霞撰写第十二章和案例 22、23；窦丽琛撰写第十三章和案例 24、25；李乾文撰写第十四章和案例 26、27、28；闫利平撰写第十五章和案例 29、30；穆瑞丽撰写第十六章和案例 31、32、33。在书稿撰写过程中，李妍如同志积极参加了审定稿工作，并提出很多宝贵意见；闫利平为书稿的传输和整合做了大量工作；在终审阶段，王洪南对书稿做了系统文字整理和修订工作；最后由主编对全书进行几次修改或重写，终审定稿。

感谢本书顾问和编委对本书提出的宝贵意见和大力支持；感谢张塞先生对撰写本书的全力支持与热心关怀；感谢中国经济出版社黄允成社长、编辑部官永久主任以及全体同仁的支持与合作，感谢刘日、孙增武、任树江等单位领导对本书的支持。

最后我还要指出，由于本书是探索性、创新性著作，不足之处在所难免。加之世界经济市场环境不断变化，有些理论观点尚需随着环境变化不断充实、完善和提高；有些理论阐述比较简单，尚需进一步探索、切磋，以便更好地供企业和广大读者参阅。

张志诚
2004 年 5 月

《第二次跨越》

编委会

顾问：王茂林 郑新立

翟立功 刘 日

编委主任：张 塞

副主任：武四海 于文洲

执行副主任：张志诚

委员：（按姓氏笔划序）

于文洲 闫利平 张 塞

张志诚 张 超 李妍如

李进英 武四海 穆瑞丽

主 编：张志诚

副 主 编：李妍如

目 录

前言	(1)
----------	-----

理 论 部 分

总论	(1)
----------	-----

第一章 统领企业生产力的构成要素 发挥劳动者主体 创新作用

第一节 剖析企业的构成要素	(10)
一、实体层要素	(11)
二、加强层要素	(13)
三、纽带层要素	(15)
四、组合层要素	(19)
第二节 企业领导砺炼主体创新作用内功	(20)
一、更新观念 具备优秀领导能力	(20)
二、把握管理科学进程 实施管理创新	(25)
三、增强创新能力的修养	(29)
第三节 善用人 充分发挥员工的主体创新作用	(32)

- 一、坚持用人原则 重用创新进取的能人…………… (32)
- 二、新世纪成功企业选用的人才…………… (34)
- 三、用好各类优秀骨干人才…………… (36)

第二章 企业生产力发展动力

- 第一节 人的需求是企业发展的根本动力…………… (39)
 - 一、把握消费者的真正需求…………… (40)
 - 二、挖掘消费者的潜在需求…………… (52)
- 第二节 技术创新是企业发展的先导动力…………… (53)
 - 一、高新技术与高新技术企业…………… (56)
 - 二、信息技术与信息企业的发展…………… (58)
 - 三、网络技术与网络企业…………… (59)
 - 四、虚拟技术与虚拟企业…………… (60)
 - 五、数字化技术与数字化企业…………… (62)
- 第三节 中国制造企业技术创新与对策…………… (62)
 - 一、中国制造企业技术发展现状分析…………… (63)
 - 二、企业进行技术创新的战略思考…………… (64)

第三章 企业文化力——企业发展的至高动力

- 第一节 企业文化的产生与构成…………… (66)
 - 一、企业文化的产生…………… (66)
 - 二、企业文化的构成内容…………… (69)
 - 三、企业的功能…………… (76)
- 第二节 企业文化的塑造…………… (78)
 - 一、物质文化塑造…………… (79)
 - 二、行为文化塑造…………… (80)
 - 三、精神文化塑造…………… (82)

第三节 企业文化传播的途径	(86)
一、企业文化内传播	(86)
二、企业文化外传播	(87)
三、企业文化传播的媒介	(88)

第四章 企业发展的动力机制

第一节 个人价值实现机制	(91)
一、不同员工的价值目标	(92)
二、建立满足不同员工需求机制	(94)
三、建立实现个人价值与企业价值一致性机制	(97)
第二节 个人收入分配机制	(101)
一、建立多种分配形式的分配机制	(102)
二、建立科学的薪酬结构体系	(105)
三、建立科学合理的绩效考评体系	(110)
第三节 选人用人育人机制	(112)
一、建立不拘一格的选人机制	(112)
二、建立物尽其用人尽其才的用人机制	(114)
三、建立提高员工能力和价值的育人机制	(117)

第五章 企业发展战略

第一节 企业发展战略是企业运行与发展的方向	(120)
一、战略引导企业走向成功	(121)
二、企业发展战略的特点	(121)
三、企业发展战略的分类	(123)
第二节 企业发展战略的制定	(125)
一、确定正确的指导思想	(125)
二、做好环境分析	(126)

三、制定可行性方案	(130)
四、制定战略的步骤	(132)
第三节 战略的实施和修订	(133)
一、战略实施中的工作	(133)
二、战略实施中的控制	(135)
三、战略实施中的修订	(137)

第六章 现代企业组织结构

第一节 企业的公司治理结构	(139)
一、现代企业需要公司治理结构	(139)
二、现代企业的公司治理结构	(141)
三、当前中国企业进行公司制改制中面临的问题	(144)
第二节 企业经营组织结构形式	(148)
一、企业经营组织的基本分类方法	(148)
二、企业组织结构与母子公司管理的关系	(151)
三、企业经营组织的设计原则	(152)
第三节 企业组织变革主要演变趋势	(154)
一、扁平化	(155)
二、小型化	(156)
三、弹性化	(157)
四、虚拟化	(157)
五、网络化	(158)

第七章 现代企业管理制度

第一节 企业组织支持系统管理规范	(159)
一、组织管理制度	(159)
二、财务管理制度	(167)

三、人力资源管理制度	(171)
第二节 企业增值系统管理规范 (一)	(174)
一、物资采购与仓储制度	(174)
二、生产管理制度	(176)
三、营销管理制度	(179)
四、质量管理体系	(181)
五、产品开发与管理制度	(184)
第三节 企业增值系统管理规范 (二)	(185)
一、安全生产管理制度	(185)
二、企业 CI 管理规范	(188)
三、信息管理系统运行管理规定	(190)
 第八章 高新技术与新产品开发	
第一节 高新技术的选择与应用	(192)
一、高新技术的选择	(192)
二、应用高新技术的前期准备	(202)
三、加速高新技术开发与应用, 实现企业先进生产力的 跨越发展	(206)
第二节 新产品开发	(212)
一、完善新产品设计的整体性	(213)
二、新产品开发的前期工作	(214)
三、实施新产品开发的有效管理	(218)
 第九章 企业生产要素及各结合形态的优化	
第一节 企业各生产要素优化	(221)
一、人才优化	(221)
二、知本优化	(223)

三、资本优化	(227)
四、技术优化	(228)
第二节 企业生产力各结合形态的优化	(231)
一、企业生产力结构优化	(231)
二、企业生产力规模优化	(234)
三、企业生产力的布局优化	(236)
四、企业生产力时序优化	(239)
五、产品质量优化	(241)
第三节 企业间的综合优化	(244)
一、综合优化是世界生产力发展的大趋势	(244)
二、综合优化及其功能	(244)
三、综合优化的形式	(246)

第十章 企业运营中的“五流”整合与优化运作

第一节 企业人流、信息流与资金流的优化剖析	(251)
一、企业人流	(252)
二、企业信息流	(256)
三、企业资金流	(259)
第二节 企业物流与能源流的优化剖析	(262)
一、企业物流	(263)
二、企业能源流	(266)
第三节 强化各流整合与优化意识	(268)
一、时序性意识	(268)
二、侧重性意识	(269)
三、动态性意识	(270)
四、开放性意识	(271)
五、系统性意识	(272)

第十一章 创优质名牌产品

第一节 创优质产品	(274)
一、创优质产品是企业成功的基础	(275)
二、创优质产品的途径	(278)
第二节 创名牌产品	(279)
一、名牌产品的特性	(280)
二、名牌产品的创立	(282)
第三节 创品牌系列产品	(291)
一、创品牌系列产品的魅力	(291)
二、创品牌系列产品应注意的问题	(293)
三、借助品牌优势,实现企业品牌的多元化经营	(295)

第十二章 企业产品销售

第一节 市场开拓与巩固	(297)
一、产品的市场开拓	(297)
二、市场巩固	(302)
第二节 销售方法的选择	(306)
一、传统销售方法	(306)
二、现代销售方法——网络营销	(307)
三、网络营销和传统营销的整合	(312)
第三节 营销队伍建设	(314)
一、营销人员的任务和作用	(314)
二、营销人员的素质和能力	(315)

第十三章 企业效益和社会效益

第一节 企业效益和社会效益是企业生存与发展的生命力 ..	(320)
一、企业效益——企业发展之本	(321)

二、社会效益——企业生存之本	(322)
三、正确处理企业效益与社会效益的关系	(322)
第二节 评价企业效益和社会效益的指标	(323)
一、评价企业效益的指标	(324)
二、评价企业社会效益的指标	(326)
第三节 提高企业效益的途径	(328)
一、提高企业效率	(328)
二、降低成本, 提高效益	(334)
三、提高产品质量, 以优取胜	(337)
四、优化资金结构, 提高企业效益	(337)
五、以信息技术, 拉动企业效益	(339)
第四节 提高和维护社会效益的对策	(340)
一、树立综合经济效益观	(340)
二、发展绿色生产力, 实现可持续发展	(341)

第十四章 企业再投资

第一节 企业再投资的理论与环境分析	(343)
一 企业投资与再投资	(343)
二 企业再投资的内外环境分析	(346)
三、企业再投资的可行性分析方法	(349)
四、企业再投资的融资方式选择	(352)
第二节 企业再投资的约束与控制	(354)
一、企业再投资的外部约束与控制	(354)
二、企业再投资的内部约束与控制	(356)
第三节 项目投产运营前的先期准备	(360)
一、超前的市场调研与开拓工作	(360)
二、超前的组织准备	(362)

三、超前的人员培训	(364)
四、超前的投资项目计划	(367)

第十五章 现代企业管理信息系统

第一节 现代企业管理信息系统的作用	(369)
一、现代管理信息系统是企业优化运营的根本保证	(369)
二、现代管理信息系统给企业带来巨大经济效益	(370)
三、现代管理信息系统推进了组织创新,提高了组织效能	(371)
四、信息技术推动了电子商务的实施	(373)
五、现代管理信息系统使企业生产要素充分发挥作用	(373)
第二节 现代企业管理信息系统核心内容	(374)
一、现代企业管理模式分析	(374)
二、企业管理信息系统的思想与技术	(378)
第三节 现代企业管理信息系统的构建	(388)
一、企业管理信息系统规划	(388)
二、现代企业管理信息系统构建	(391)
三、企业实施信息化应注意的问题	(397)

第十六章 企业形象系统

第一节 CIS 的功能与内容	(399)
一、CIS 的功能	(400)
二、CIS 的内容	(402)
第二节 CIS 的设计	(409)
一、CIS 设计的要求	(410)
二、CIS 子系统的设计	(413)
第三节 CIS 的传播	(417)
一、成立 CIS 执行委员会	(417)