

日本商魂

刘中民 编著



中华工商联合出版社

世界商魂精萃丛书

日本商魂

刘中民 编著

中华工商联合出版社

1997.2 北京

责任编辑:王 静

封面设计:文 彬

图书在版编目(CIP)数据

日本商魂/刘中民编著. —北京:中华工商联合出版社, 1997. 2
(世界商魂精萃丛书/吴新芳主编)

ISBN 7—80100—336—5

I. 日… II. 刘… III. 商业—文化—日本 IV. F733.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 00782 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

河北省文联印刷厂印刷

新华书店总经销

850×1168 毫米 1/32 印张 14 300 千字

1997 年 2 月第 1 版 1997 年 2 月第 1 次印刷

印数:1—13000 册

ISBN7—80100—336—5/F·102

全套定价:56.40 元 本册定价:18.80 元

前言

日本这个颇具东方民族特色的亚洲国家，在 20 世纪以狂飙般的经济旋风，成为世界研究和关注的焦点。

本世纪前半叶，日本以发动罪恶的扩张战争，令亚洲人民饱受其蹂躏，也使其本国经济濒于崩溃的边缘。然而本世纪后半叶，日本又以魔术般的经济奇迹崛起于亚洲，跻身于世界强国之林，令世界刮目相看。

地狭人稀、甚少自然资源所依赖的日本，何以创造如此辉煌的经济神话？

与中华文明同出一辙，尊崇汉学，屡屡“遣唐”求知，甚至连文字中都大量吸收汉字的日本，何以有如此化腐朽为神奇的文化滤析魅力？

日本成功的真谛在哪里？

揭示日本成功崛起的著述，可谓汗牛充栋，然而本书不揣浅薄，独辟蹊径，以文化作为透视和洞察日本经济奇迹的独特视角，从大和民族的文化积淀中展示其独到的商业魂魄和魅力。利用文化学、社会学、民族学、伦理学、历史学、宗教学的多维解析来揭示日本式管理之道、经营艺术、商业素质的形成、发展和成功的秘诀，并对日本商魂的未来走向，尤其是它所无法回避的忧患危机进行分析。

世界上任何一个民族与国家的经济现代化进程，都必然根植于本民族的历史文化传统之中。中国在改革开放向纵深发展和构

建社会主义市场经济的今天，发展现代经营管理，培育 21 世纪的新儒商，同样离不开对中国传统文化的合理吸收、改造。中国要成为 21 世纪的东方巨人，就应该学习和借鉴日本民族精神和商业魂魄中的有益成分，但是，任何简单片面的盲目移植都将因文化环境的变异而陷于失败。

本书对日本商业文化既有全方位的宏观描摹，更有形象生动、趣味盎然的商界精英刻画。力图使读者能够把握成功背后的深层次内涵，并为搏击商潮中的读者朋友，提供一些有价值的体味和启迪。

目 录

前 言	1
-----------	---

第一章 日本商魂之文化底蕴

1. 卓越的大和民族	1
民族自尊精神	2
追求卓越精神	5
精诚效忠精神	7
和亲一致精神	9
勤奋进取精神	13
克制律己精神	15
2. “边缘文明”的文化特性	18
“道亦有盗，盗亦有道”的文化吸收	18
耐人寻味、模糊暧昧的语言文字	25
樱花般灿烂夺目的美学原则	33
“家元制度”孕育的等级观念	38
独具一格的共同体社会结构	44
3. 东方伦理的成功典范	50
善于克制、长于忍耐的坚定信念	51
注重声誉、保全“面子”的荣辱观	55
恪守职责、忠于职守的义务观	59
施恩泽世、知恩必报的恩情观	65
4. 纯朴虔诚、多彩多姿的宗教情感	69
神道教：忠诚意识的精神之源	71

佛教：人格修养的熔炉	77
儒教：立命安身的生存智慧	80
5. 东方民族之邦的礼仪艺术	83
微笑与沉默中的随机应变艺术	83
妙用谦恭的社交艺术	86
唯恐“越位”的角色意识	89
宝贵吝啬的情感流露	92
“合理”而又“合礼”的礼品盒	95

第二章 独具民族特色的管理艺术

1. 博大高远的目标追求	98
报效国家的信念	98
“高产乃为善之道”	99
重在发展	100
2. 人本主义的管理之道	101
人本主义：区别于美国管理的日本特色	101
有效激励，满足欲望	106
公司——家庭、村庄、俱乐部	109
“软硬”兼施，严慈兼顾	112
3. 和亲一致的团体艺术	114
和为贵，忠诚为先	114
保持人际关系	116
企业即社团	118
保持团体和谐	120
发挥团体能量	121
团体竞争	122
4. 统分结合的组织结构	123
“金字塔”结构	124
集中管理基础上的分权体制	126

5. 卓越超群的管理素质	129
人品·知识·能力	130
卓越的企业家精神	132
艺术家般的管理技巧	135
6. 顾客至上的管理艺术	140
顾客第一的原则	140
与顾客沟通感情	142
在工作意义上取得共识	143

第三章 创造奇迹的经营精髓

1. 创新：经营的生命之源	145
居酒屋“放题”经营的“个性”	146
“传票卡制度”：丰田的生产方式创新	148
本田：“保持7%不和谐分子”的人事创新	151
阿特搬迁服务公司：巧用电话号码	151
2. 企业文化：经营中的文化产业	152
没有文化，就没有日本的企业	152
日本企业文化：同与异的契合	155
企业精神：企业文化的灵魂	157
3. 教育：经营的特殊资产	160
高度普及延伸的教育：日本立国之本	160
经营即教育	164
松下：经营即教育的典范	165
4. 理财之道：经营运作的动力	169
财务战略：经营运作的根基	169
银行：实施财务战略的助手	170
“泡沫经济”：收敛资金的“摇钱树”	172
5. 国际化：拓展经营的“翅膀”	175
“世界钢铁王国”的领袖	175

“战胜美国”的日本汽车	177
“世界上最大规模的产业”——日本家电业	180
异军突起——日本的电子计算机业	183
6. 技术革新：经营的“杀手锏”	186
技术革新的艰辛道路	186
消化基础上的革新	187
7. 信息：经营的首席参谋	190
信息：21世纪企业经营的核心	190
信息化经营非自今日始	192
信息攫取中的不择手段	195

第四章 决胜千里的营销方略

1. 品质管理：市场决胜的底牌	198
九州大学博士纵论日本“品管”	198
品管：惠普公司的观念与方法	201
TQC：产品畅销的法宝	208
2. 产品创新：畅销不衰的秘诀	209
新产品开发的指南针	210
从既有产品的基础上创新	211
3. 市场导向：永久不变的导航灯	215
引进和导入市场机制	215
市场调研：透视市场的扫描仪	218
依托市场的销售方式	221
4. 广告艺术：摄人魂魄的“媚眼”	223
世界广告业的后起之秀	224
广告——“丘比特”之箭	226
诉诸情感的直觉广告	228
“挠痒”就要挠到“痒处”	231
5. 公共关系：神奇的“推销先生”	234

企业的合法“交际费”	235
注重“感情投资”	236
公共关系中的“企业侦探”	237
6. 谋略：营销的第一参谋	237
扬长避短，避实击虚	238
长线钓鱼和循序渐进	241

第五章 日本商界的璀璨星座

1. 涩泽荣一：儒商的典范，孔学的见证	245
工商兴邦是富国益民的立国之本	246
“士魂商才”是儒者内圣外王的生命追求	247
义利合一是工商活动的基本准则	249
“《论语》十算盘”是东西合璧的成功尝试	251
2. 松下幸之助：精神血缘的经营	253
信念与忍耐	254
人才的培植与使用	255
集思广益，众智成城	257
严于律己，带动他人	258
注重信誉，正当经营	262
顺应时代，不断创新	265
顾客就是上帝	268
从严管理，合理盈利	270
不畏艰险，知难而进	273
敬业创业，意在繁荣	276
3. 土光敏夫：独特经营，连挽石川、东芝	279
光辉的业绩	279
土光总经理的“铁腕”行动	285
“活力的化身”	290
4. 井植薰：事成于思，大业从造人开始	294

呼金唤银的经典	297
金银滚滚的绝技	298
全天候型的经营	300
栽菊式的经济	301
大业从造人开始	302
善于决断的经营决策	303
独特经营的个人素质	305
5. 盛田昭夫：创造“索尼奇迹”的神话	307
生产全新的消费品	308
开辟销售市场	312
在商标上下功夫	315
引导消费趋势	319
6. 和田加津：“八百半”集团的缔造者	321
“八百半”的经营指针	325
“八百半”的经营秘诀	327
“八百半”的用人之道	329
“八百半”的个人素质	330
7. 稻山嘉宽：钢铁帝国的“卡特尔”先生	334
正确判断买卖时机	335
“卡特尔”先生	337
公开销售	339
自谋生路	341

第六章 日本商魂之未来忧患

1. 现代国家的落后民族心理	343
男尊女卑的性别歧视	343
雇佣中的学历偏见	346
仇外排他的民族心理	350
“和为贵”观念背后的危机	353

求同排异的封闭意识	357
2. 扑朔迷离的经济前景	359
“泡沫经济”的梦魇	359
日本企业还能继续保持活力吗?	362
贸易摩擦的前景	364
3. 日本经营管理的危机	366
“过劳死”困扰日本经营	367
裁减人员的风波	375
“团块一代”到“新人类”的价值失落	378
落后的事务管理部门	387
终身雇佣制度濒临崩溃的边缘	399

第一章

日本商魂之文化底蕴

1. 卓越的大和民族

1945年8月15日，当全日本国民都在凝神聆听裕仁天皇宣布向盟军投降的消息时，日本经济崩溃、生产萎缩、民不聊生，经济体系几近毁灭之境地。美国学者菲利浦·柯特勒在《超一流的行销战略战术——日本战胜美国》中指出：“在1945年，如果有人预言，到了1980年，日本会成为世界第二号发达国家，人们一定会笑他痴人说梦。”^①然而在35年后的1980年，联合国教科文组织公布了各工业国家所处的经济地位，以下是关于日本的一组令人惊讶的数据：

△在全世界发达国家中，日本经济名列第二；

△日本在国民生产总值(GNP)排名中列世界第二，人均GNP日本第四；

△整个70年代，日本的GNP总值增长了两倍以上，在发达国家中独占鳌头，与此同时，大多数国家遭受了经济危机的袭击。

日本在军事上遭到了惨败，但它显然赢得了经济战的胜利。在今日世界，“日本制造”代表着“质量”与“价值”。挂着松下、丰

^① (美)菲利浦·柯特勒：《日本战胜美国》，中国经济出版社，1992年版第3页。

田、日立、三洋、东芝等倍受赞赏的商标的日本产品，正潮水般涌向世界各个角落。

对于日本创造的这一令世人刮目相看的经济奇迹，其原因可谓众说纷纭。然而日本人自己的说法可能更有说服力。日本 1984 年经济白皮书中写道：

“在当前政府为建立日本产业所做的努力中，应该把哪些条件列为首要呢？可能既不是资本，也不是法律和规章，因为这二者本身都是死的东西，是完全无效的。使资本和法规运转起来的是精神。……因此，如果就有效性来确定这三个因素的份量，则精神占十分之五，法规占十分之四，而资本只占十分之一。”^①

这种观点给我们以启发，日本精神在特定的经济活动过程中，是一种使其他因素运转起来的活的因素。以日本精神为核心的日本传统文化和社会环境，深刻地影响着日本经济的成功之路。当我们寻觅和探究日本商魂的文化底蕴时，大和民族在特殊的地理环境、历史积淀和社会背景中形成的具有丰富特质的日本精神，无疑是开启日本商魂神秘殿堂的神奇的关键。

民族自尊精神

民族作为拥有共同文化特征和心理素质的共同体，任何民族都有一种特定的以历史积淀、文化传统和民族认同意识为基础的民族自尊意识。大和民族作为世界民族之林中堪称优秀的东方民族，其民族自尊意识则更为强烈、深沉而持久。

日本的民族自尊精神作为日本精神的核心和框架，深深积淀于大和民族的灵魂深处，其表现有三：

^① 转引自韩修山：《管理学概论》，中国经济出版社，1990 年版第 48—49 页。

首先，由于日本基本上属于单一民族且地处亚洲大陆的边缘地带和历史上的长期孤立，使日本人具有浓重的民族认同意识和集体一致的感情。著名日本学专家埃德温·赖肖尔在《日本人》一书中指出：“由于自然地理上的孤立状态，后来又加上人为的障碍，使日本人被迫生活在一种比其他人口类似、文明程度相仿的民族更为隔离的环境里。或许也可以这样说，这种自然条件与人为因素所造成的孤立状态，使日本人比其他民族更有可能根据自己的意愿，以自己的方式寻求发展。毫无疑问，在整个历史上，日本人在文化上一向是独具一格的……即使在今天，日本也是作为一个不是在西方文化背景下发展起来的、工业化的和完全现代化的大国而在世界上占有独特的地位。”^①例如，代表日本政治特色的天皇制，从古至今历经一千余年的历史沧桑而连续不断，就在于日本人把天皇作为国家的象征和国民一致性的象征。

其次，大和民族是一个善于接受外来文化但又从不丧失自我民族特性的民族。“在整个历史上，日本人在区别外国输入事物和地道的本国事物方面，几乎有一种偏执狂。”“日本人总是严格地区分‘国粹’和‘舶来品’，而把文化借鉴作为他们历史上的一个重要的内容。……日本人的突出之处，与其说是模仿性，毋宁说是其独特性以及他们在学习和应用外国经验时不失去自己文化特征的才能。”^②在日本历史上，尽管不止一次大规模地吸收外来文化，但总是要顽强地保留、表现自己的民族的特点。甚至在接受西方的生活方式时，也保持了西服与和服、西餐餐具和日本式餐具等双重生活方式。无论是在古代借鉴中国的儒家文化和近代西方的现代文化与科学技术时，日本人均经过巧妙的改造而赋予其大和民族的东方特色。

最后，日本大和民族具有一种实现民族富强和国家振兴的强

^① (美)埃德温·赖肖尔：《日本人》，上海译文出版社，1980年版第32—33页。

^② 同^①

烈而持久的愿望与感情。长期以来，由于日本领土狭小、生存空间有限、资源贫缺匮乏、自然灾害频繁，形成了大和民族强烈的危机意识；由于地处“边缘文明”地带而多次背负异域文明的压力和挑战，形成了大和民族沉重的忧患意识，而这一切又都转化为追求民族振兴和国家昌盛的取之不尽、用之不竭的精神动力。尽管日本大和民族求生存、求发展、渴望民族振兴的愿望和情感曾一度扭曲为以拓展生存空间为目的的日本军国主义阴魂而涂炭于世界，但这种持之以恒、坚韧不拔的民族情感和意志用于国家的经济重建时，它又构成了日本战后经济奇迹的精神之源。日本学者森岛通夫在《日本为什么成功》一书中的观点颇有代表性，他认为日本大和民族拥有与发达国家相匹敌的强烈民族愿望，在明治维新前就已持续了整整一个多世纪，直到今天日本已成为经济巨人的时候，这种追求与渴望依然如旧。

日本大和民族这种强烈的民族自尊精神构成了孕育和浇铸日本商魂的精神之源，在日本商界和企业界的经济巨子身上无不升腾和释放着大和民族自尊精神的魂魄。

有日本“企业之父”、“金融之王”、“日本近代经济最高指导者”、“日本现代文明创始人”等美称，对日本现代化进程作出卓越贡献的涩泽荣一在“商务圣经”《〈论语〉与算盘》一书中指出：“今日的日本，已经不是一个抱着苟且的思想，以忠实地继承前人事业为满足的时代了。这是一个创造的时代，它不但要迎头赶上先进国家的发展，更须超越其上。故此时必以大觉悟之心，排除万难，勇往直前。因此，青年须时时牢记，当促使一己之身心不断健全发展，以其产生创造性的活动力和旺盛的精力，这才是我所衷心期望的。”^①

曾经以“松下精神”著称而被世界誉为“经营”之神的松下

^①（日）《商务圣经：〈论语〉与算盘》，九州图书出版社，1994年版第47页。

幸之助在以“产业报国”、“光明正大”、“和亲一致”、“奋斗向上”、“礼让谦虚”、“顺应同化”、“感谢报恩”为内容的松下精神中，将“产业报国”精神置于“松下精神”之首，并且明确提出了“振兴和魂”的口号。1969年，已74岁的松下幸之助在日本青年会议所资深俱乐部总会的演讲中认为日本之所以有战后的重建和复兴，就在于“一直从过去到今天的日本传统精神”，如果“潜在的日本传统精神完全消失，这种情形是表征日本国人不再是日本人，日本国也不再是日本国了。”他以深沉的情感表明了作为一个日本实业家和商界领袖的心迹：“我们无论发生什么变故仍旧是日本人，所驻的国家也永是日本国。我认为必须要有这样的认识，逐渐强化剩余的潜在日本传统精神，并使其更为巩固。”^①

索尼公司总裁、有“日本爱迪生”之称的盛田昭夫也曾以雄心勃勃的民族精神指出：“这个世界就在我们的掌握之中，挑战是巨大的，成功则要靠我们的意志力去争取。”^②

追求卓越精神

日本地处历史上经济落后的亚洲一角，远离经济发达的欧美。面对经济、文化发达的强国，日本人形成了一种不甘落后、追求卓越的精神，并成为日本经济腾飞的精神之柱之一。

强烈地感到自身弱点的存在并以强烈的竞争意识去追求卓越的精神是日本商魂的典型特点之一；而日本商人又往往以伪善和谦和掩饰他们那种追求卓越的咄咄逼人的气势。在生与死的气氛中力争第一，以及在本行业乃至整个商界获得最高地位，则无疑

① （日）松下幸之助：《松下成功经营之道》，军事译文出版社，1987年版第100页。

② （日）盛田昭夫：《日本爱迪生盛田昭夫》，中国经济出版社，1992年版第216页。