

企业经营者必携!

Q I Y E J I N G Y I N G G U A N L I Z H E B I X I E

现代企业 经营管理艺术

XIANDAIQIYE
JINGYINGGUANLIZHESHU

● 赵宗晋 郭学德 范传统 【主编】

〔全两卷〕



中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代企业经营管理艺术/郭学德主编,一北京:中国经济出版社,1999.1

ISBN 7-5017-2358-3

I. 现... II. 郭... III. 企业管理—方法 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 30375 号

责任编辑:张新安

封面设计:胡燕欣

现代企业经营管理艺术

主编 郭学德等

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

(邮政编码:100037)

各地新华书店经销

解放军运输工程学院印刷厂印刷

*

开本:850×1168 毫米 1/32 35 印张 720 千字

1999 年 1 月第 2 版 1999 年 1 月第 1 次印刷

本次印数 3000 套

ISBN7-5017-2358-3/F·1619

每套定价:68.00 元

前 言

目前，我国社会主义市场经济新体制正在形成和建立。随着我国经济体制的深刻变化，我国的社会经济运行方式和企业的经营、管理、领导方式无疑也将发生巨大的变化。为了适应社会主义市场经济发展的需要，促进经济和企业的发展，增强企业领导（包括主抓经济和企业的地方行政领导干部）和企业经营、管理人员的市场观念，提高他们的企业经济、管理和领导艺术水平，使企业真正成为现代化管理、经营的企业，我们组织北京、河南、广西等地区的一些理论研究者、教授、高级经济师、经济硕士生、博士生、企业家以及部分行政领导同志，编写了这本《现代企业经营管理艺术》。

本书的最大特点是它的实用性和操作性。本书不是对企业经营管理理论的一般空泛的论述，而是对世界各国名优企业成功经验的精心总结和对企业行之有效的管理艺术、经营艺术、领导艺术的科学概括。因而，这是一本实用性强、操作性强、语言生动活泼、能通俗易懂的实用知识全书。

本书的另一特点是内容丰富，信息量大。全书共分四大篇：（一）管理艺术篇。包括：管理综述、管理技巧、管理经验、企业精神。（二）经营艺术篇。包括：经营谋略、经营技巧、推销艺术、谈判艺术。（三）领导艺术篇。包括：企业家素质、企业家修养、企业领导艺术。（四）中外成功企业家篇。包括：国内成功企业家、港澳台成功企业家、海外华人华裔企业家、外国成

功企业家。

在编写过程中,我们依据“大胆吸收和借鉴世界各国包括资本主义发达国家的一切反映现代化生产和商品经济一般规律的先进经营方式和管理方法”的精神,着重介绍了美、欧、日等发达国家一些企业的经营管理经验、领导艺术。这些国家在企业经营管理方式、方法等方面,处于较为先进的水平。所介绍的企业也都是世界上著名的企业。如美国的通用汽车公司、国际商业机器公司、杜邦公司、福特汽车公司;日本的丰田汽车公司、松下电气公司、佳能公司;德国的奔驰汽车公司、西门子公司,等等。此外,对港、台以及国内一些企业的经营管理经验也作了介绍。在“中外成功企业家篇”中,我们特意选择了不同类型、不同风格、不同经历的企业家。例如,在类型上,有工商巨子、金融巨富、世界“船王”、汽车大亨、化妆品“皇后”、味精大王等。他们在经营风格上,有的处事稳重,以稳取胜;有的胆略超群,富有冒险精神;有的大刀阔斧,富有改革和创新精神。在人生经历上,有的早年艰辛,历经坎坷;有的春风得意,一帆风顺;有的少年得志,多有建树;有的晚年创业,大器晚成,等等。

本书无意给人们提供一套能够包治企业百病的“灵丹妙药”,更无意提供一些让人们去照抄照搬的教条。本书的目的,主要是给人们以知识,给人们以信息,给人们以借鉴,给人们以启迪。如果能够做到这一点,也就达到了我们编写该书的目的。

《现代企业经营管理艺术》编写组

本书编委

(以姓氏笔画为序)

丁振宇	王凤枝	王怀韧	车喜柱	毛炳文	冯留卷
刘玉栓	刘应杰	刘增杰	孔德明	宋国军	李中央
李占五	李立新	李达山	李克龙	李延林	杜泽生
杨振武	吴兴军	陈文祥	陈成顺	陈英照	张兆杰
张延炳	张彦军	张海燕	宗家邦	季金海	周 健
赵广远	赵文仓	胡亿生	高 健	贾玉山	郭晓寰
黄 飏	黄启彦	董元文	景仙凤	潘惠民	穆荣锦

目 录

管理艺术篇

(一) 管理绪论

☆ 世界一流企业的十个条件	3
☆ 现代企业竞争的十项策略	4
☆ 现代成功企业的基本原则	5
☆ 现代企业管理的七要素	6
☆ 现代企业管理的二十五条措施	7
☆ 美国优秀企业经营管理八原则	8
☆ 美国现代企业管理的十大观念	15
☆ 日本评价企业形象的十六条标准	20
☆ 日本企业经营管理四十条	21
☆ 美国现代企业管理的特点	24
☆ 日本企业的经营管理特征	25
☆ 日本企业开发新产品的“四部曲”	29
☆ 日本中小企业成功的秘密	30
☆ 意大利中小企业的经营活力	32
☆ 德国中小企业的经营管理	34

☆ 菲律宾中小企业发展的特点	35
☆ 日本某些行业超越美国的成功因素	37
☆ 美、日、德科技管理的异同点	38
☆ 松下电气公司 21 世纪的构想	39
☆ 如何提高企业的三个知名度	40
☆ 四争——企业生存的保障	42
☆ 我国企业管理思想的十个转变	43
☆ 我国企业发展的十大趋势	44

(二) 管理技巧

☆ 日本企业管理七要素	45
☆ 丰田公司反复问“五个为什么”的管理方法	46
☆ 美国公司“一分钟经理”的管理艺术	48
☆ 韩国中小企业的经营“诊断”	50
☆ 德国企业经营决策的五大战略	51
☆ 福特公司工人参加管理的六条原则	53
☆ 富士公司发动职工提建议的经验	53
☆ 日本企业的职工激励办法	55
☆ 松下公司激励员工的技巧	56
☆ 最佳宾馆的管理诀窍	58
☆ 泰国大利公司的创业法宝	59
☆ 美国企业的智囊团	61
☆ “未来实验室”的妙用	62
☆ 卡尔森的管理艺术	63
☆ 小群管理的妙处	69

☆ “和拢管理法”七特征·····	70
☆ 企业如何选择信息·····	72
☆ 企业应注意哪些方面的信息·····	74
☆ 美国企业的非标准工作时间·····	74
☆ 美国企业的非全日制工人·····	77
☆ 丰田公司的卡片制度·····	78
☆ 美国企业职工的“自我管理”·····	80
☆ 美国柯达公司的职工建议制度·····	82
☆ 面谈与开会的艺术·····	84
☆ 开电视会议·····	86
☆ 企业“九查”之术·····	87
☆ 企业会议“十戒”·····	89
☆ 企业提高产品质量效益十六招·····	91
☆ 企业培养员工敬业爱厂精神八策略·····	92
☆ 美国企业的“恰值其时”生产与存货管理·····	93
☆ 仓储量趋近于零的战术·····	97
☆ 杜克科研管理十二戒·····	98

(三) 管理经验

☆ 松下电气公司的管理经验·····	100
☆ 日立公司成功的秘密·····	106
☆ 国际商业机器公司的管理信条·····	110
☆ 丰田公司的管理经验·····	112
☆ 杜邦公司的管理经验·····	119
☆ 王安电脑公司的管理之道·····	124

☆ 惠普公司的独到之举	126
☆ 西丽斯公司的创业阔斧	127
☆ 佳能公司的管理秘诀	129
☆ 吉田公司的管理策略	131
☆ 花菱公司的经营秘诀	133
☆ 柯尼卡公司的产品开发	135
☆ 光冈公司的独特技艺	136
☆ 日本航空公司的管理七原则	138
☆ 日本电通公司的管理十原则	140
☆ 松下超越索尼的窍门	141
☆ 尼西奇公司的经营术	143
☆ 大众汽车公司的质量管理	145
☆ 赛义德的生意经	148
☆ 对症下药的安全管理法	150
☆ 费尔的四项大决策	152
☆ 爱默森公司的管理经验	153
☆ “达拉斯市场中心”的管理经验	156
☆ 本田公司是怎样经营企业的	157
☆ 日本工业部门的节能经验	162
☆ 美国派克公司的经营管理经验	164
☆ 霍尔曼女企业家的管理经验	165
☆ “得人者昌”的 TDK	167
☆ 玛丽·凯的用人之道	171
☆ 克鲁索·卢瓦尔公司的管理经验	173
☆ 科威特塑料包装公司的整顿经验	175
☆ 雀巢公司的管理经验	177

☆ 菲利浦公司的成功之举	181
☆ 英国帝国化学公司的管理经验	182
☆ 天野公司的管理办法	183
☆ 力山公司的成功经验	185
☆ 米赫列面包厂的管理经验	186
☆ 达姆公司的引进经验	188
☆ 各具管理特色的日本十家企业	192
☆ 日本人成功地经营了美国企业	199
☆ 西方电讯公司的产品质量管理	203
☆ 日本企业的“无次品管理”观念	205
☆ 松下公司的质量管理	207
☆ 日本企业的新职工教育	208
☆ 德国企业的职工培训	210
☆ 国外企业管理人才的培训方法	212
☆ 法国企业培训工人的做法	215
☆ 丰田公司以老带新的职工培训法	216
☆ 如何培训销售后技术服务人员	218
☆ 郑州矿务局的成功经验	219
☆ 安阳玻壳公司的“七字系统管理法”	222

(四) 企业精神

☆ 企业精神是企业的灵魂	226
☆ 企业文化	228
☆ 企业文化的作用	229
☆ 日本的企业文化	230

☆ 美国的企业文化	232
☆ 松下电器公司的“松下精神”	234
☆ 丰田汽车公司的“家庭创新精神”	236
☆ 出光石油公司的“家庭主义”	238
☆ 妙德工业公司的“妙德精神”	239
☆ 京陶公司的“京陶哲学”	240
☆ 本田汽车公司“人为中心”的企业精神	242
☆ 南朝鲜大企业的企业精神	244
☆ 新加坡企业的“重视效率”精神	246
☆ 台湾的企业精神	248
☆ 香港的企业精神	250
☆ 惠普公司“尊重个人价值”的精神	252
☆ 明尼苏达矿产制造公司的“开拓创新精神”	253
☆ 国际商用机器公司的“最佳服务精神”	255
☆ 联合航空公司的“深入现场精神”	256
☆ 德尔塔航空公司的“团结协作精神”	256
☆ 达纳公司的“简朴无华精神”	257
☆ 卡彼勒公司的“追求优异精神”	257
☆ 康德计算机公司的“结合运行精神”	258
☆ 奔驰公司的奔驰精神	261
☆ 福特公司的进取精神	263
☆ 鞍山钢铁公司的“鞍钢精神”	266
☆ 四川长城钢厂的“长钢文化”	267
☆ 第二汽车制造厂的“二汽精神”	269
☆ 攀枝花钢铁公司的“攀登精神”	270
☆ 第一汽车制造厂的“一汽精神”	270

☆ 重庆钢铁公司的“重钢精神”	271
-----------------------	-----

经营艺术篇

(一) 经营谋略

☆ 市场竞争与经营谋略	275
☆ 经商战术三十条	282
☆ 孙子兵法中的经营术	284
☆ 把消费者的需要放在首位	285
☆ 先义后利,顾客第一	287
☆ 经营管理新观念——顾客满意	288
☆ 顾客满意——90 年代企业的基本准则	290
☆ “顾客是真正的上帝”	293
☆ 创造有效方法,注重消费者利益	294
☆ 适应新的时代,开发新型产品	295
☆ 选准消费对象,实施防御经营	297
☆ 注重消费心理,适应消费需求	298
☆ 了解市场需求,制定销售策略	299
☆ 利用时尚热潮,创造商业机会	302
☆ 参与赞助活动,强化经营机能	310
☆ 目标市场,精心选择	319
☆ 审时度势,善于创新	323
☆ 兵无常势,水无常形	331

☆ 运筹帷幄,决胜千里·····	332
☆ 千金沽名,万金沽誉·····	334
☆ 傍水知鱼性,近山知鸟音·····	335
☆ 货物售出,负责到底·····	336
☆ 甘当买主顾问,提供最佳服务·····	337
☆ 怎样开展技术服务·····	338
☆ 信息就是财富·····	340
☆ 信息就是资源·····	342
☆ 信誉是无形的财产·····	344
☆ 风险是成功之父·····	345
☆ 失败是成功之母·····	347
☆ 收帆好在顺风时·····	348
☆ 风物长宜放眼量·····	349
☆ 燃起消费者的欲望之火·····	351
☆ 饥荒的市场更抢食·····	352
☆ 物以稀为贵·····	354
☆ 钱的年轻感·····	356
☆ 瞄准女性和嘴巴·····	357
☆ 三分钟儿童三天女人·····	358
☆ 七分盘算三分魄力·····	360
☆ “青蛙跳”经营法·····	361

(二) 经营技巧

☆ IBM 的经营之道·····	363
☆ 奥丽马哥李罗酒店的经营妙诀·····	365

☆ 东京迪斯尼乐园的经营技巧	367
☆ 日本西铁城钟表公司的生意经	369
☆ 服务人员微笑的魅力	370
☆ 眉目传情	372
☆ 新经营服务方式六则	374
☆ 邮寄商经营成功的“十经验”	377
☆ 西方企业的定价技巧	378
☆ 调节产品销售的杠杆	380
☆ 大受欢迎的昂贵礼物	382
☆ 太姆公司的渗透秘诀	383
☆ 温和价格人人满意	384
☆ 一贱惹得众人爱	385
☆ 让价多销求薄利	388
☆ 奇数定价迎合顾客心理	389
☆ 以廉价之“矢”射市场之“的”	390
☆ 先算算顾客能从口袋里拿出多少钱	391
☆ 招徕顾客的“明星商品”	392
☆ 舍得万元金,赢来天下知	393
☆ 新、齐、怪、小的“天使”	394
☆ 果汁牙膏大受欢迎	395
☆ 乐于“被顾客牵着鼻子走”的公司	397
☆ 快速服务的“宅急便”	398
☆ 日本的“无店铺销售”	400
☆ 不局限于一个牌子创业	401
☆ 商品厂牌大有学问,日本商人独具匠心	402
☆ 想在顾客的心坎里,算在顾客的钱包里	403

☆ 美国干酪出口奥秘	405
☆ 胜人一筹的航空公司	409
☆ “服装设计大王”怎样了解消费者的心理	411
☆ 时新的女式服装是怎样产生的	412
☆ “海里游的,这儿都有”	413
☆ 法兰西饮食界的“骄子”	414
☆ 新大谷饭店的经营秘诀	417
☆ 意大利的皮鞋为什么能保持名牌地位	418
☆ “丸光”虽小,普照全国	421
☆ 独具特色的现代化“料理屋”	424
☆ 宾至如归的席备尔旅馆	426
☆ “麦当劳”快餐店三字经	429
☆ “借江放筏争上游”的经营术	433
☆ 倍受家庭主妇欢迎的“美各乐”	436
☆ 世界最大百货公司的经营术	439
☆ 可口可乐为何能誉满全球	443
☆ 宋河粮液为何香飘万里	445
☆ 丽纬牛仔裤为何大受欢迎	448
☆ 小生意大做的诀窍	451
☆ 珠宝商卡地亚的设计风格	453
☆ 哈嘉田的“OST 经营方式”	455
☆ 林格的“杠杆”经营学	457
☆ 德利普有远见的经营手法	459
☆ 精工产业集团的经营策略	461
☆ 波音公司的新技术开发与多角化经营	463
☆ 杰佛利企业的成长策略	466

☆ 休斯的“多方面分散”经营法	468
☆ 不卖商品,只卖服务	470
☆ 新创意、赚大钱	472
☆ 玛莉的独特广告技巧	473
☆ 靠“变造”而名利双收	476
☆ 三快经营术	480
☆ 高级旁的低级	481
☆ 馈赠比降价好	482
☆ 看不到山顶不要钱	483
☆ “不准偷看”偏要看	484
☆ 喜怒哀乐,五颜六色	486
☆ 污染时代的生财之道	488
☆ 手帕大王经营上的“三部曲”	490
☆ 唯一不变的就是“多变”	491

(三) 推销艺术

☆ 欲获销售成功,务必注重推销	494
☆ 如何做一个一流的推销员	496
☆ 推销员的修养	497
☆ 推销员接待顾客七诀	498
☆ 推销员的工具	500
☆ 一年成交 230 架飞机的推销员	504
☆ 每月寄出 13000 张卡片的推销员	506
☆ 支撑二万亿日元企业的推销队伍	507
☆ 推销员应具备的条件	509

☆ 优秀推销员必须善于“外应内含”	511
☆ 推销人员的素质、功能与任务	513
☆ 推销工作八原则	515
☆ 推销工作十二准则	516
☆ 自我推销六要诀	517
☆ 最佳推销术:诚则灵	520
☆ 推销成功在于倾听	521
☆ 怎样打响业务洽谈第一炮	522
☆ 成功的推销访问	523
☆ 寻找顾客的六大技巧	526
☆ 与顾客和睦相处	528
☆ 演说与推销	529
☆ 伙伴关系	530
☆ 促销策略种种	531
☆ 成功行销八部曲	533
☆ 销售方式与推广方式	538
☆ 科特勒的销售标准	540
☆ 有“礼”走遍天下	541
☆ 来的都是客,全凭嘴一张	543
☆ 婉语妙用,直话曲说	545
☆ 察言观色,投其所好	548
☆ 推销商品的综合技巧	551
☆ 推销谈判中推销自己观点的八步要诀	553
☆ 以诚动人,以情动人	554
☆ 旁敲侧击,引而不发	555
☆ “色拉米斯”的推销方法	557