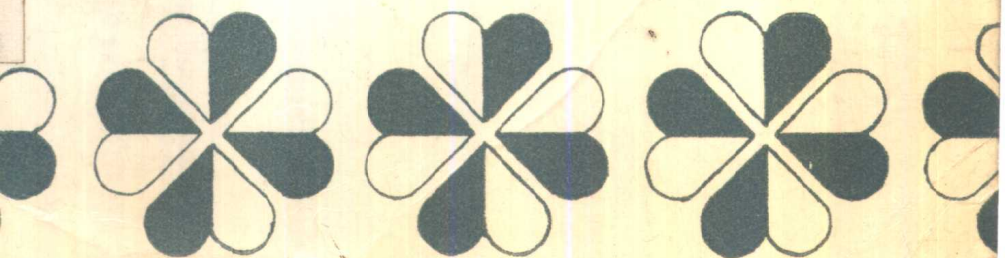


JINGYING GUANLI
MINGYANJI

经营管理名言集

杨欢进 主编

中国物资出版社



经营管理名言集

杨欢进 主编

中国物资出版社

经营管理名言集

杨欢进 主编

※

中国物资出版社出版

北京市新华书店发行

北京三三〇九工厂印刷

开本：787×1092毫米 1/32 印张：18 字数：398千字

1987年7月第一版 1987年7月第一次印刷

印数：1—15,000册

书号：4254·190 定价：3.00元

前 言

经营，是一种高超的艺术；管理，是一门深奥的科学。如何去进行经营？怎样来搞好管理？很久以来，无数颗睿智的头脑为此进行了艰辛的探索。一回回失败的痛苦，一次次成功的喜悦，使企业家们悟出了其中的奥妙。在惨痛的失败和巨大的成功中，产生出一条又一条经营管理的至理名言。

这些名言，是企业家发自肺腑的心声，是经营管理者宝贵经验的总结，是人类的聪明智慧在经营管理方面的结晶。

它简短精炼，富于哲理，它启迪经营的灵感，提供管理的谋略；它象老练的向导，把你引向成功之路；它象常鸣的警钟，使你免入危险的歧途。它是经营管理者宝贵的资源和财富。

为了把这一蕴藏在茫茫书海中的资源挖掘出来，我们本着“古今中外、三教九流、广为搜集、严加筛选、唯言是取、决不因人废言”的原则，从国内外的书籍、报刊、杂志中，收集筛选了经营管理名言约二千五百条，汇编成这本《经营管理名言集》。全书按专题内容分成21大类、127小类。小类中，按内容编排，使有关名言尽量集中。每段名言，一般都注明作者及其身份、出处等，以便于查阅。

经营管理具有二重性，作为经营管理活动在观念上的反映，这些名言自然带有社会、历史、时代的印记。而相对于复杂多变的经营管理实践，它们又不免有其片面性。尽管如

此，名言作为经营管理实践中经验教训的总结和概括，还是能给人以启发、借鉴。如果广大经营管理者能从这些名言警句吸收营养、受到教益，从而对提高经营管理水平有所裨益，这便是我们最大的心愿。

本书由杨欢进同志发起并主持编选，担负大部分搜集工作和全部筛选、分类、编排工作。参加名言搜集工作的还有（以入选条数多少为序）米建国、苏华兴、刘汉武、王洪轩、王毅武、焦世玲、赵从国、杨洪进、范书平、张华、李连第等。本书的插图是江瑞平同志利用业余时间绘制的。

经营管理方面的著述，浩如烟海，本书所选名言，只能是其中很小的一部分。由于编选者学识、水平所限，加之这是初次尝试，时间仓促，在编选范围、内容、编排上，都难免有疏漏乃至谬误之处，切盼读者指正。

编 者

内 容 提 要

本书搜集了古今中外经营管理方面的名言二千五百余条，从我国古代管理思想的精华到当代经营管理者格言警句；从民间流传的经商谚语到有关专家学者的精辟论述；从美国、日本、欧洲部分大企业家的经营诀窍到经营管理各种流派代表人物的独到见解，涉及了经营管理活动的各个方面，内容丰富，分类详细，编排条理清楚，富有哲理性、趣味性、实用性，适合于各种经营者、管理者阅读。其中相当一部分内容，如领导艺术篇、管理篇、决策篇、用人篇等，对于各级领导者也具有借鉴、启迪的作用。对于经营管理专业的学生、教师、研究人员及经济新闻工作者，都是一本有用的资料书。

目 录

一、企业家素质篇	(1)
企业家是企业的灵魂	(3)
有个性,有决断,勇于承担责任	(7)
善思考,有信念,有远见	(14)
严于律己,身先士卒	(20)
真诚谦虚,平等待人,广开言路	(26)
知人善任,关心职工,服务企业	(32)
二、领导艺术篇	(37)
领导方法是所有技巧中最高级的一种技巧	(39)
将能而君不御者胜	(42)
没有预见就谈不上领导	(47)
领导作出榜样是最有效的工作方法之一	(50)
用人是领导的最高艺术	(55)
在细节上耗费时间是领导的严重缺陷	(60)
组织好会议是领导的一项基本功	(62)
三、企业-经营篇	(65)
企业就是生意	(67)
有益于社会的企业才有存在的价值	(69)
企业象人,要按照自身的方式去发展	(71)
与其成为大企业,莫如成为优秀企业	(74)
生意中岂无学问 经营中自有文章	(77)
经营是永无止境的综合艺术	(79)
联合起来,我们就繁荣	(88)

四、管理篇.....	(93)
公司没有管理是经营者的罪恶.....	(95)
具有管理的最佳能力至关重要.....	(98)
管理是科学又是艺术.....	(101)
要想管理,必须改进.....	(105)
组织服从目标.....	(108)
管理最难的是问题的发掘.....	(114)
生产管理是整个经营管理的决定性因素.....	(116)
管理离不开数据.....	(118)
五、计划-战略篇.....	(121)
计划是管理的首要职能.....	(123)
不能实施的计划是纸上谈兵.....	(126)
计划和战略需要远见.....	(130)
对盲目航行的船,所有方向的风都是逆风.....	(134)
确定战略是公司生存的先决条件.....	(138)
企业战略是在竞争活动中进行的选择.....	(141)
六、信息-预测篇.....	(147)
信息是企业家的耳目.....	(149)
收集起作用的情报是成功的最大关键.....	(153)
情报能力是企业的生命.....	(157)
信息的价值在于应用.....	(159)
拒绝预测就意味着拒绝生存.....	(161)
七、决策篇.....	(165)
决策是领导者的首要职责.....	(167)
良好的决策结果必有精明的决策艺术.....	(169)
最冒险的事情是不承担任何风险.....	(174)
犹豫不决者失掉一切.....	(179)
重视工作的时机基于它的数量.....	(183)
更重要的是决策的实行和反馈.....	(186)
八、竞争篇.....	(189)

竞争是经济发展的原动力.....	(191)
智者顺时而谋.....	(196)
竞争的能手自有其竞争的方法.....	(200)
对激烈竞争的回答是要有技术先导.....	(203)
竞争是意志的较量.....	(207)
九、价格-市场篇	(213)
物美价廉是企业的目标.....	(215)
索价高的船停留在港口的时间长.....	(218)
市场是上帝，又是魔鬼.....	(221)
顾客满足的企业是必定繁荣的企业.....	(226)
企业必须创造顾客.....	(236)
十、销售-服务篇	(243)
任何企业的成败都取决于销售.....	(245)
推销是一种技巧、一种艺术.....	(248)
广告是采购员的耳目、推销员的喉舌.....	(253)
进货为商业中最重要之一部.....	(258)
优秀公司都把自己定义为服务性企业.....	(261)
服务员的微笑好比春天的太阳与和风.....	(265)
十一、经商谚语篇	(271)
人无笑脸休开店.....	(273)
诚招天下客 誉从信中来.....	(275)
货高招远客.....	(277)
生意不活不发.....	(279)
货要积压山吃空 货不停留利自生.....	(282)
十二、质量-信誉篇	(285)
质量是企业的生命.....	(287)
良货总是畅销的.....	(292)
质量是对消费者的满足和保证.....	(294)
质量是制造出来而不是检查出来的.....	(296)
产品要有质量，必须有质量管理.....	(298)

信誉——企业生命的火花·····	(302)
信誉得之难而失之易·····	(306)
十三、技术-革新篇·····	(311)
企业如果缺乏技术就会停滞不前·····	(313)
技术是实实在在的东西·····	(316)
研究开发是企业的生命线·····	(320)
现在的研究开发决定五年后公司的命运·····	(324)
开发新产品是企业产品发展的最佳策略·····	(327)
发明革新——通向未来的钥匙·····	(333)
十四、创新-改革篇·····	(341)
创新是企业的新血·····	(343)
创新的观念比创新的行动更重要·····	(348)
企业家应是创新者·····	(353)
创新的策略就是“更新和不同”·····	(359)
没有改革就没有进步·····	(364)
十五、时间-效率篇·····	(369)
时间是最珍贵的资源·····	(371)
时间乃是重要的经营要素·····	(374)
效率低就会自取灭亡·····	(377)
效率每从简化始·····	(381)
十六、利润-成本篇·····	(387)
合理利润是社会繁荣的基石·····	(389)
君子爱财 取之有道·····	(392)
利润不是最终目的·····	(394)
现在是会计统治的时代·····	(397)
积压是企业的坟墓·····	(401)
降低成本是企业永远的课题·····	(404)
浪费一张纸,也会提高商品成本·····	(409)
十七、劳动-工资篇·····	(413)
员工为企业之本·····	(415)

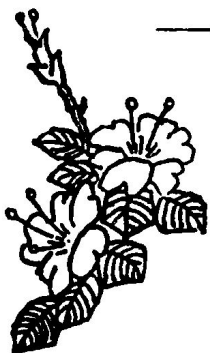
让员工感到工作的意义·····	(421)
自愿挑的担子就不是负担·····	(425)
不流汗而有惊人的效率者更可贵·····	(428)
青工和女工值得特别注意·····	(429)
在员工问题上要实行精兵主义·····	(432)
光着眼于低工资，公司是繁荣不起来的·····	(435)
十八、人事-培训篇 ·····	(441)
人事管理是企业管理的代名词·····	(443)
合理的职位是对有才干的人的挑战·····	(445)
人才流动是搞活人事管理的钥匙·····	(449)
实力胜资历，能力比财力更重要·····	(450)
人才开发是企业所有活动的基础·····	(455)
造物先造人·····	(459)
树木须修剪 人才要培育·····	(466)
十九、用人篇 ·····	(471)
优秀企业是优秀人才的集合·····	(473)
爱事业才能爱人才·····	(478)
不识才便无法用才·····	(482)
用干部是用人的关键·····	(488)
在善用，不在众·····	(492)
用人之长，必容人之短·····	(498)
用人不疑，疑人不用·····	(502)
二十、激励篇 ·····	(507)
企业要有活力，先要让人活起来·····	(509)
把工人当作一群绵羊对待是没有好处的·····	(514)
管理的诀窍是善于“激励”·····	(520)
关怀·体谅·信任·诚实·····	(528)
建议·牢骚·协调·沟通·····	(534)
二十一、权威-规章篇 ·····	(541)
没有权威的企业不是好企业·····	(543)

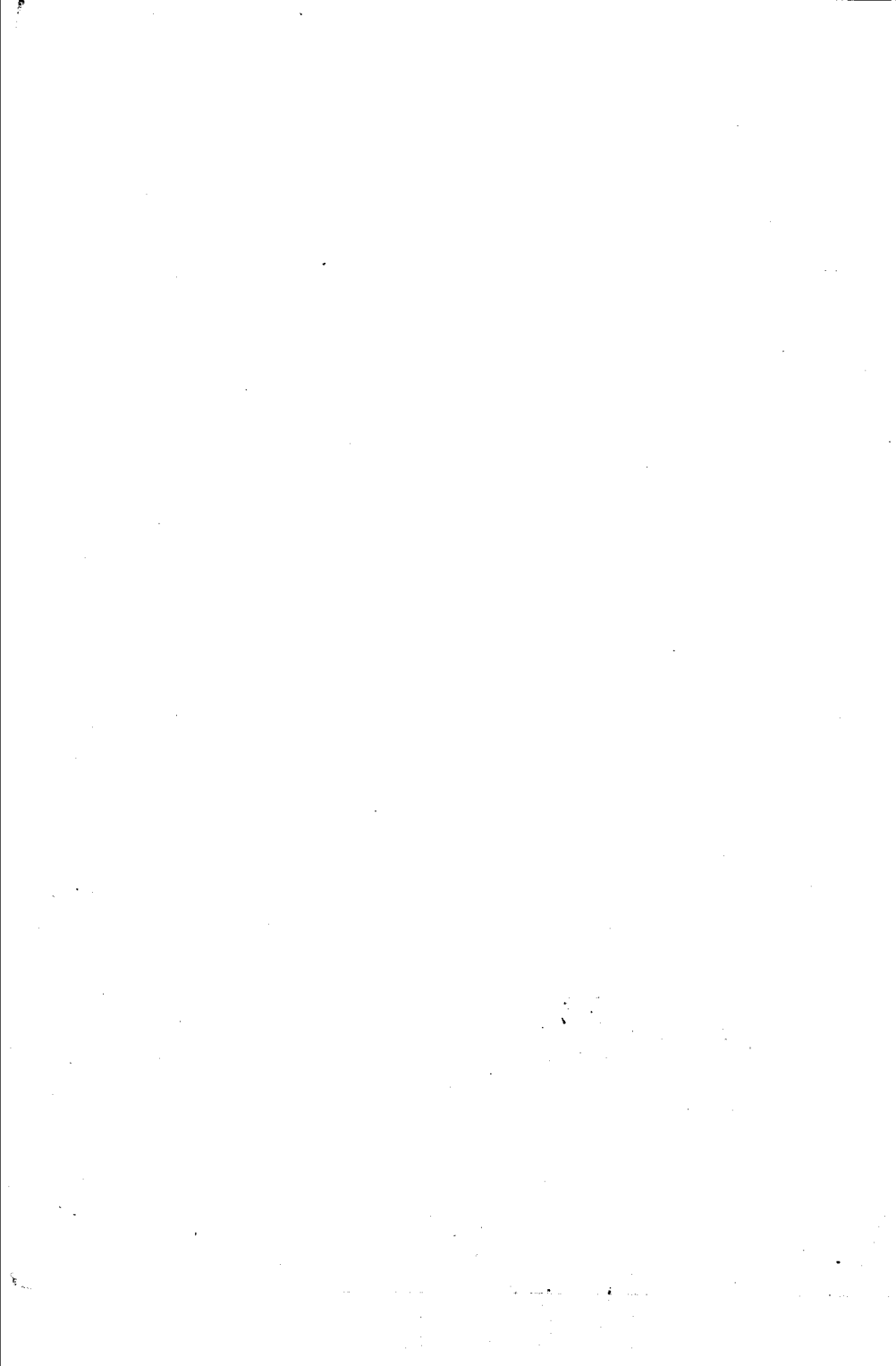
纪律是达到一切宏图的阶梯.....	(547)
家家有法 店有店规.....	(550)
使每个人都对自己的行为负责.....	(553)
抓生产不抓安全等于打瞎仗.....	(556)
赏罚不分，必无法留人.....	(557)



经营者的性格，就是公司的品质。
经营者要具备的性格，是作有思考力的
人、有行动力的人及有推动力的人。

——台湾省厚生橡胶公司总经理徐风和
〔《八十年代台湾企业经营管理》，第
14页〕





企业家是企业的灵魂

有什么样的管理人员，就有什么样的公司。

——英国企业管理学家罗杰·福尔克

〔《漫谈企业管理》，第194页〕

企业是由经营者的才华所决定的。

——日本电产公司经理永守重信〔《奇迹般的人才育成法》，第100页〕

可能限制通用电气公司发展的，不是顾客，不是产品，不是工厂，不是资金，而是管理人员。

——美国通用电气公司总经理拉尔夫·J·科

迪纳〔引自《现代管理——怎样做一个好经理》，第154页〕

经营者的心情决定企业活力。

——日本松下电器产业公司最高顾问松下幸之

助〔《松下幸之助经营管理全集》，第8卷，第27页〕

公司的成败，取决于管理者是否清醒、严密、富有革新的思考和勇于实践。

——美国企业管理家劳伦斯·M·米勒〔引自

1986年3月15日《农民日报》〕

左右公司命运的决定性因素，可以说是公司负责人的领导能力，没有具体、细致而又强有力的领导，即使引进了新式的经营管理方法和生产组织形式，也不会收到较好的效果。

——日本企业管理学家占部都美〔《怎样当企业领导》前言，第5页〕

选拔一些没有造就的人做经理是不行的，因为要做一名经理至少要让下属信服。

——美国科研管理权威杜克〔引自《智力开发》，第84页〕

一个企业负责人的经营方法与作风，常关系该企业的存亡。

——日本松下电器产业公司最高顾问松下幸之助〔《松下幸之助经营管理全集》，第7卷，第194页〕

将者，智信仁勇严也。

——中国古代军事学家孙子

智。领导者必须聪颖而有智慧，遇事能做出准确无误的判断和及时而合理的决定。

信。领导者必须信赖自己的下级并能够获得部下的信任。

仁。领导者必须体贴、爱护下属，时刻把部下的

事情挂在心上。

勇。领导者必须有勇气，有魄力，处事果断，干起来雷厉风行。

严。领导者必须遵守法纪，赏罚严明。

——日本管理学家占部都美〔《怎样当企业领导》前言，第5—6页〕

十种不受欢迎的企业家：

1. 没有成功经验的老板；
2. 事必躬亲的老板；
3. 鱼与熊掌都想兼得的老板；
4. 朝令夕改的老板；
5. 喜新厌旧的老板；
6. 感情生活复杂的老板；
7. 言行不一的老板；
8. 喜欢甜言蜜语的老板；
9. 多疑的老板；
10. 心胸狭窄的老板。

——台湾省陈时备〔引自1986年3月11日台湾《经济日报》〕

我主张做经理的人是通才，而不一定是专才。

——上海市投资信托公司董事长刘靖基〔引自《中国现代经营管理案例集》（上），第289页〕

未来的战略家将经历工程师和经济学家 的双重培训。

——法国企业管理学家查理斯·H·塔威尔〔《企业的生存战略》，第407页〕

当一个大型企业的厂长，最少应有两种职称，一