



21世纪企业管理创新

巨变时代的企业 管理

邹再华 华莎 著

JUBIANSHIDAI DE QIYEGUANLI

中 国 经 济 出 版 社

巨变时代的企业管埋

邹再华 华莎 著

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

巨变时代的企业管理/邹再华 华莎著. - 北京:中国经济出版社,1999.9

ISBN 7-5017-4581-1

I. 巨… II. 邹… III. 企业管理 - 研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 28922 号

责任编辑:王连英

封面设计:侯明

巨变时代的企业管理

邹再华 华莎 著

*

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

北京艺辉胶印厂印刷 新华书店经销

开本:850×1168毫米 1/32 11.125印张 289千字

1999年9月第1版 1999年9月第1次印刷

印数:1—4000册

ISBN 7-5017-4581-1/F·3762

定价:22.00元

巨变时代的挑战

——代序

21世纪是一个以资讯高科技产业为支柱、信息丰裕度和科技含量为特质的知识经济时代，一个巨变的创新新时代，一种新的生产方式与生活方式。

在这个时代里，日益加速的全球经济一体化进程带来的国际化市场竞争将比以往任何时候更加激烈，头脑国家与躯干国家和头脑企业与躯干企业并存。什么样的国家将成为头脑国家？什么样的企业将成为头脑企业？社会的支点是民众、是政府、还是企业？这是迎接巨变时代挑战必须首先回答的问题。

由于：企业效益 = F(企业·环境)，当代企业的外部是一个巨变的环境，内部则是一个耗散结构。企业效益取决于企业家能否因应外部环境变化作出及时的有效决策和推进有效决策执行的高度协同。

因此，企业发展战略研究与科学管理比以往任何时候都重要。实施学习的革命与管理的革命，学习学习的方法，掌握知识的知识，建设“学习型社会”与“学习型企业”，制订并有效实施“利益最大化”与“成本最小化”创新战略，增强企业核心竞争力，方能处变不惊，应对自如，不断拓广发展的空间，达成永续经营的目标，站到国际经济竞争的舞台上。

本书分为两部。第一部，认知知识价值空前高涨、知识经济是可持续发展经济；实现企业组织结构创新由传统的等级制向虚拟网络制演化、生产关系创新由传统的雇主与雇员的劳资关系向联合伙伴关系演化、分配制度创新由传统的等级工资制向复合型利益同盟机制演化是企业由工业经济型向知识经济型转轨的关键；知识创新价值评估成为知识经济企业管理“多路传输”的关键因素，掌握诸如虚拟网络企业与利益同盟机制的构建，是企业顺利实现巨变时代成功跨越的条件。

然而，农业经济、工业经济与知识经济共处一体的现代中国，经济与社会发展的严重不平衡性是其基本国情。在应对知识经济挑战的同时，深入探讨工业经济条件下企业领导工作的有效性仍有现实意义。因此，本书的第二部主旨是企业家如何在不同起点上实现成功创业的理想，了解与掌握诸如企业组织变革、目标管理、项目管理、企业文化、理想人格培养与激励理论一类企业管理深层操作性技能，提高企业领导工作的有效性，提高经营管理效益。

总之，力图把实用与有用放在第一位，不强求体系完整性，以理论特色、举例生动、操作性强、信息丰裕度高来迎合企业中高级管理人员、国家公务员是作者诚挚的心愿。自然，本书还能适合各大专院校、干校、党校做教材及图书馆、资料室收藏。

在本书的写作过程中，选用了我已经出版的《行为管理学纲要》《现代组织管理学》《赢家的王牌》《唐苏宁管理》《组织管理工程学》五部专著和几十篇论文的

部分精华，参阅了国内外一些有关知识经济的著作，并得到了见诸网站和报端的一些文章的启发。本书的合作者华莎小姐对本书倾注了极大的热情，在三个多月全职工作和四个来月业余时间里，除进行本书资料收集整理与输入外，撰写了第一、二、三、四、八、九章。特别要提及的是，本书的出版，还得到了来自各方的关爱、支持和帮助。

在此，谨致诚挚的谢意！

邹再华

一九九九年六月二十四日于北京万通

联系电话：013701094968

010-68578624

0731-8802429



作者介绍

邹再华 《社会主义行为管理学纲要》(1986)《现代组织管理学》(1988)《赢家的王牌》(1991)《唐苏宁管理》(1993)《组织管理工程学》(1996) 专著作者, 创立的“行为结构”为国内外所公认。多年党政机关、企事业单位管理经验, 曾考察 10 多个国家, 主持多家大中型企业诊断策划, 在组织行为、投资政策环境、人力资源开发研究领域有建树。

电话: 0086-10-90519505



作者介绍

华莎 生于长沙，年少时
逢海南建省设特区随父母南迁
至海口，并在那里完成中等教
育，毕业于对外经济贸易大学
国际贸易系，毕业论文——
《中国劳务输出的现状、问题
与对策》发表于1999年6月
号的《人事与人才》杂志。对
工商管理与人力资源开发有研
究兴趣，现从事国际贸易的分
支——服务贸易的工作。
Email: h ua-sha@hotmail.com

目 录

代序：巨变时代的挑战 (1)

第一部 企业管理变革

第一章 巨变的世界 (3)

一、历史回眸 (3)

(一) 索罗斯旋风 (3)

(二) 金融风暴 (5)

(三) 国际游资 (6)

(四) 蝴蝶效应 (9)

(五) 欧元与欧洲一体化 (10)

二、理性反思 (11)

(一) 马克思与资本论 (11)

(二) 美国神话 (13)

(三) 不可自大的中国 (14)

(四) 正视现实 (16)

(五) 知识发展 (20)

(六) 知识趋势 (28)

(七) 应对之策 (31)

第二章 知识经济与知识产业	(33)
一、知识经济	(33)
(一) 知识经济的定义	(33)
(二) 知识经济的特点	(33)
(三) 知识经济的形成	(34)
(四) 对传统经济理论的修正	(35)
二、信息产业	(36)
(一) 产业互动结合	(36)
(二) 信息高速公路	(37)
(三) 多媒体技术	(39)
(四) 智能计算机	(39)
(五) 电子商务	(39)
三、基因产业	(40)
(一) 遗传密码图谱	(40)
(二) 基因工程	(41)
(三) 问题	(42)
四、能源产业	(43)
(一) 新能源	(43)
(二) 受控热核聚变能	(43)
五、风险投资	(44)
(一) 什么是风险投资	(44)
(二) 风险投资在外国	(44)
(三) 风险投资在中国	(45)
(四) 美国风险投资运作程序	(49)
(五) 创业计划	(53)
六、投资咨询	(56)
(一) 投资咨询的意义	(56)
(二) 投资咨询业者如何创造价值	(56)

(三) 投资咨询业企业管理·····	(58)
七、服务贸易 ·····	(61)
(一) 劳务输出状况·····	(61)
(二) 劳务输出的意义·····	(63)
(三) 劳务输出中的问题·····	(64)
(四) 改善劳务输出的对策·····	(65)
第三章 巨变的企业 ·····	(69)
一、一只眼睛看企业 ·····	(69)
(一) 几个有趣的例证·····	(69)
(二) 煮青蛙效应·····	(73)
(三) 企业经营的症结·····	(74)
二、工业经济时代的企业结构研究 ·····	(75)
(一) 讨论企业结构问题的意义·····	(75)
(二) 企业结构的定义·····	(76)
(三) 工业经济后期企业结构思想·····	(79)
(四) 对工业经济时代企业等级制的批判·····	(80)
三、工业经济时代的企业组织变革 ·····	(80)
(一) 企业组织变革的意义·····	(80)
(二) 企业组织变革的分类·····	(81)
(三) 企业组织变革的动力·····	(82)
(四) 企业组织变革的阻力·····	(83)
(五) 企业组织变革的过程·····	(86)
(六) 企业组织变革的历史趋势——组织设计·····	(86)
四、资产重组 ·····	(89)
(一) 资产重组·····	(89)
(二) 企业购并·····	(90)

第四章 企业紧急任务文化	(95)
一、企业紧急任务文化的意义	(95)
二、帕金森定律	(96)
三、危机处理	(97)
(一) 危机的产生	(97)
(二) 危机的管理	(99)
(三) 危机发生的一般程序	(101)
(四) 危机的分期	(101)
(五) 克服危机的措施	(102)
(六) 危机发生的处理	(103)
四、恶意购并的处理	(103)
第五章 虚拟网络制企业	(107)
一、知识型企业时代的来临	(107)
(一) 知识型企业的特点	(107)
(二) 向知识型企业的转变	(109)
(三) 虚拟组织建立的观念与思维	(110)
(四) 虚拟企业	(111)
(五) 虚拟企业领导作用	(112)
(六) 任务集中的团队的动态协作	(112)
(七) 对等的知识联网	(113)
(八) 虚拟企业评说	(114)
二、由繁到简的企业转型	(114)
(一) 转型表	(114)
(二) 河源商厦(虚拟)管理变革模拟	(116)
(三) 河源投资公司(虚拟)投资银行部管理模拟	(117)

第六章 企业利益同盟机制	(119)
一、企业利益同盟机制建立的意义	(119)
(一) 利益同盟基础	(119)
(二) 基本方向	(119)
(三) 基本模式	(120)
二、利益同盟机制的内容	(120)
(一) 职业信托基金	(120)
(二) 商业单元长期奖励	(121)
(三) 股份期权	(122)
三、利益同盟模拟	(122)
(一) 实施原则	(122)
(二) 实施意见	(123)
第七章 知识价值的测度	(125)
一、经济时代区别与经济增长核算公式改良	(125)
(一) 经济时代的区别	(125)
(二) 经济增长核算公式的改良	(126)
二、知识价值测度理论基础	(127)
(一) 马克卢普测度理论	(127)
(二) 波拉特测度理论	(129)
(三) 比较	(132)
三、知识价值测度	(132)
(一) 基本思维	(132)
(二) 基本框架	(132)
第八章 知识创新体系	(139)
一、有效沟通	(139)
(一) 有效沟通的意义	(139)

(二) 沟通的可行性	(139)
(三) 有效沟通方法	(140)
(四) 营造多种沟通形式	(140)
二、知识创新的内容	(141)
(一) 建立创新体系的意义	(141)
(二) 创新体系的概念	(141)
(三) 创新体系的内容	(142)
三、创新战略	(144)
(一) 企业机制创新	(144)
(二) 创新战略	(144)
(三) 创新行业	(146)
(四) 知识型企业创新观念	(146)
四、教育与人才	(146)
(一) 基础教育	(146)
(二) 创新学习方法	(154)
(三) 创新人才	(154)
第九章 公正的创新环境	(157)
一、罗斯福新政及其启示	(157)
(一) 罗斯福新政的背景	(157)
(二) 罗斯福新政的内容	(158)
(三) 罗斯福新政的启示	(160)
二、社会公正	(162)
(一) 社会公正功能	(162)
(二) 社会公正内容	(166)
三、文化重建	(166)
(一) 文化建设	(166)
(二) 积极的社会政策	(168)

第二部 企业管理的有效性

第十章 企业效率	(175)
一、企业效率	(175)
(一) 企业效率的意义	(175)
(二) 企业效率衡量标准	(176)
(三) 实现管理高效的原则	(179)
二、企业功能	(180)
三、企业效益的取得	(181)
(一) 有效决策	(181)
(二) 执行协同	(187)
(三) 监督有力	(192)
第十一章 领导工作的有效性	(195)
一、领导工作有效性的意义	(195)
(一) 成功且有效的领导	(195)
(二) 讨论领导有效性的意义	(196)
(三) 有效领导者的素质	(197)
(四) 领导群体	(198)
(五) 领导工作有效性图解	(202)
(六) 心态归零整理与二次创业	(206)
二、领导者的格言	(208)
(一) 罗马不是一天建成的	(208)
(二) 领导没有部属	(209)
(三) 按绩效编排工作	(210)
(四) 管理迎合人	(211)
(五) 有原则性又有人情味	(212)

三、边际条件理论	(212)
(一) 从商品交换引入	(212)
(二) 边际条件理论的社会基础	(213)
(三) 边际条件问题的类型	(214)
(四) 边际条件确定的模型	(215)
(五) 边际条件在管理中的应用	(215)
第十二章 领导艺术	(217)
一、领导艺术概述	(217)
(一) 树立从“物本”到“人本”到“知本”的 经营理念	(217)
(二) 什么是领导艺术	(219)
(三) 掌握领导艺术不是不可能的	(220)
(四) 掌握领导艺术不是轻而易举的	(221)
二、时间管理	(223)
(一) 正确认识时间	(223)
(二) 时间的科学管理	(223)
(三) 会议时间的管理	(226)
三、谈话艺术	(228)
(一) 掌握谈话艺术的意义	(228)
(二) 谈话程序	(228)
四、难题解决与不良行为矫正	(232)
(一) 什么是难题解决	(233)
(二) 如何解决难题	(233)
(三) 不良行为矫正	(235)
五、牢骚分析	(238)
(一) 什么是牢骚	(238)
(二) 牢骚的等级分析	(239)
(三) 牢骚的归因分析	(240)

(四) 牢骚问题的处理	(243)
第十三章 激励理论	(245)
一、激励的意义	(245)
(一) 什么是激励	(245)
(二) 态度是什么	(245)
(三) 研究激励问题的意义	(246)
二、影响和制约人的积极性因素	(250)
(一) 从行为定义分析	(250)
(二) 从行为结构分析	(256)
三、如何激励	(258)
(一) 提高员工素质, 增大行为能力	(258)
(二) 满足成员需要, 增大行为动力	(259)
(三) 改善组织环境, 创造公平气氛	(262)
四、激励技巧	(263)
(一) 四个选择	(263)
(二) 西德哥廷根心理实验例证	(264)
(三) 工作不力问题的研究	(265)
第十四章 巨变中的企业文化	(269)
一、企业文化的意义	(269)
(一) 文化	(269)
(二) 企业文化	(270)
(三) 企业文化的内容	(271)
二、真善美统一理想人格的塑造	(276)
(一) 企业文化的核心和根本是塑造员工真善美统一的 理想人格	(276)
(二) 如何培养真善美统一理想人格	(276)