



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材
高等学校心理学专业课程教材

MANAGERIAL
PSYCHOLOGY

管理心理学

第3版

主编 朱永新

高等教育出版社



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材
高等学校心理学专业课程教材

MANAGERIAL
PSYCHOLOGY

管理心理学

第3版

Guanli Xinlixue

主编 朱永新

高等教育出版社·北京

内容提要

本书为“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材，是《管理心理学》（第2版）的修订第3版。本教材自初版以来，连续印刷27次，被全国各地高校广泛采用，受到广大师生的一致认可。

本次修订做了以下几方面工作：①增加了“创新心理与管理”和“幸福心理与管理”两章新内容，促进创新型国家和幸福中国建设。②对原有各章内容进行更新，增加了“行为面试和情境面试”，“股权激励”，“人际交往的过程”，“员工援助计划”，“情商领导”，“中国企业总经理的领导行为研究”，“DISCUS测评”，“时空管理SHED方法”，“环境生态和可持续发展”，“微博、微信传播影响”，“组织结构的六要素及U、M、H、N型结构设计”，“组织文化的形成及其正反两方面作用”等内容。③每章增加了章前引例，对章末案例进行了更新和调整，将章末案例以PDF文件的形式存储在出版社网站上，在丰富教材内容、推进案例教学的同时，没有过多增加纸本教材容量，方便师生灵活使用本教材。

本教材保持了原教材的特点，同时结合学科发展体现了时代特征，是一本全面、系统、富有特色的管理心理学教材。本书可作为高等学校心理学、管理学、人力资源管理等专业本科生、研究生教材，可作为MBA、EMBA等专业学位教育教材，也可供广大管理实践者和社会读者阅读参考。

图书在版编目（CIP）数据

管理心理学 / 朱永新主编. -- 3版. -- 北京：高等教育出版社，2014.9
ISBN 978-7-04-036877-2

I. ①管… II. ①朱… III. ①管理心理学—高等学校—教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第027159号

策划编辑 单玲 责任编辑 单玲 封面设计 李树龙 版式设计 李树龙
责任校对 孟玲 责任印制 毛斯璐

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.landracom.com
印 刷	北京中科印刷有限公司		http://www.landracom.com.cn
开 本	787 mm×1092 mm 1/16	版 次	2002年7月第1版
印 张	32.5		2014年9月第3版
字 数	630千字	印 次	2014年9月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	48.00元
咨询电话	400-810-0598		

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 36877-00

编委会

(以姓氏笔画为序)

- 于国庆 同济大学经济与管理学院
尤建新 同济大学经济与管理学院
王 垒 北京大学心理学系
田晓明 苏州大学应用心理学系
朱永新 苏州大学应用心理学系
苏东水 复旦大学东方管理研究中心
苏敬勤 大连理工大学管理和经济学部
时 勘 中国科学院心理学研究所
吴荣先 苏州大学应用心理学系
张文贤 复旦大学管理学院
张志学 北京大学光华管理学院
张 阳 河海大学商学院
范庭卫 苏州大学应用心理学系
金盛华 北京师范大学心理学院
俞文钊 华东师范大学心理与认知科学学院
赵曙明 南京大学商学院
胡君辰 复旦大学管理学院
唐宁玉 上海交通大学安泰经济与管理学院
桑志芹 南京大学心理健康教育与研究中心
陶新华 苏州大学心理咨询中心
梁开广 上海希典管理咨询有限公司
彭凯平 伯克利加州大学心理学系、清华大学心理学系
颜世富 上海交通大学安泰经济与管理学院

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目录

第一章 管理心理学的研究对象、意义和方法 / 1

本章学习目标 / 1

本章细目 / 2

章前引例：顺驰：一匹被速度击垮的黑马 / 3

第一节 管理心理学的研究对象 / 8

第二节 研究管理心理学的意义 / 14

第三节 管理心理学的研究方法 / 16

案例讨论：兴华：任重而道远 / 23

本章小结 / 23

思考与练习 / 23

参考文献 / 24

第二章 中国古代管理心理思想 / 25

本章学习目标 / 25

本章细目 / 26

章前引例：华为与“以人为本” / 27

第一节 中国古代管理心理思想的历史发展 / 29

第二节 中国古代管理心理思想的主要特征 / 33

第三节 中国古代管理心理思想的内容与体系 / 42

案例讨论：中国企业需要强势开明的领导者 / 60

本章小结 / 60

思考与练习 / 61

参考文献 / 61

第三章 西方管理心理学的理论与实践 / 63

本章学习目标 / 63

本章细目 / 64

章前引例：从泰勒到张瑞敏——谈海尔的 OEC 管理平台 / 65

第一节 西方管理心理学关于人性的假设 / 67

第二节 对西方管理心理学发展的借鉴与思考 / 77

案例讨论：菲尼克斯电气中国公司的创新文化塑造 / 79

本章小结 / 79

思考与练习 / 80

参考文献 / 80

第四章 目标管理心理 / 81

本章学习目标 / 81

本章细目 / 82

章前引例：世界上七大教堂之一：加州水晶教堂 / 83

第一节 目标与管理 / 85

第二节 目标的心理功能 / 87

第三节 目标行为的心理结构分析 / 91

第四节 目标管理的内涵及实施 / 106

案例讨论：新兴集团战略目标分解的头脑风暴会 / 113

本章小结 / 113

思考与练习 / 114

参考文献 / 114

第五章 人员招聘与培训 / 115

本章学习目标 / 115

本章细目 / 116

章前引例：赢的智慧：关于领导力和招聘 / 117

第一节 人力资源与管理 / 121

第二节 人员招聘 / 125

第三节 人员培训 / 141

第四节 员工职业生涯规划与发展 / 146

案例讨论：国美行动学习：组织能力发展的利器 / 150

本章小结 / 151

思考与练习 / 152

参考文献 / 152

第六章 人员激励 / 153

本章学习目标 / 153

本章细目 / 154

章前引例：海底捞：把员工当家人 / 155

第一节 激励的一般概念 / 161

第二节 激励理论 / 162

第三节 激励的有效方法 / 175

案例讨论：LW 公司的员工激励 / 180

本章小结 / 181

思考与练习 / 181

参考文献 / 182

第七章 人际交往与心理保健 / 183

本章学习目标 / 183

本章细目 / 184

章前引例：A 经理和 B 员工的故事 / 185

第一节 人际交往心理 / 188

第二节 员工保健心理 / 196

案例讨论：H 公司的员工幸福计划 / 208

本章小结 / 208

思考与练习 / 209

参考文献 / 210

第八章 领导心理 / 211

本章学习目标 / 211

本章细目 / 212

章前引例：柳传志写给杨元庆的一封信 / 213

第一节 领导者的角色 / 215

第二节 领导者的权力 / 222

第三节 领导者的素质 / 229

第四节 领导者的行为 / 243

第五节 领导者的测评 / 254

第六节 领导班子的建设 / 259

第七节 被领导者心理 / 265

案例讨论：柳传志：我怎样当总裁 / 270

本章小结 / 271

思考与练习 / 272

参考文献 / 272

第九章 信息管理心理 / 275

本章学习目标 / 275

本章细目 / 276

章前引例：沃尔玛借助管理信息系统成为世界企业 500 强之首 / 277

第一节 信息与管理 / 280

第二节 信息沟通 / 284

第三节 信息与决策 / 297

第四节 会议与信息管理 / 304

案例讨论：一家人为何说两家话 / 311

本章小结 / 312

思考与练习 / 313

参考文献 / 313

第十章 时间管理心理 / 315

本章学习目标 / 315

本章细目 / 316

章前引例：唉！忙，没有时间啊！ / 317

第一节 时间与管理 / 319

第二节 时间管理的原则 / 323

第三节 时间管理的方法 / 331

案例讨论：管理时间：谁得到猴子？ / 348

本章小结 / 348

思考与练习 / 349

参考文献 / 349

第十一章 环境管理心理 / 351

本章学习目标 / 351

本章细目 / 352

章前引例：苏州：古韵今风的人间天堂 / 353

第一节 环境与管理 / 356
第二节 物理环境管理 / 360
第三节 社会环境管理 / 369
案例讨论：星巴克与“第三生活空间” / 377
本章小结 / 377
思考与练习 / 378
参考文献 / 378

第十二章 组织结构与设计 / 381

本章学习目标 / 381
本章细目 / 382
章前引例：中兴通讯的组织结构调整（一） / 383
第一节 组织概述 / 386
第二节 组织结构要素 / 388
第三节 组织结构理论 / 394
第四节 组织结构设计 / 399
案例讨论：中兴通讯的组织结构调整（二） / 406
本章小结 / 407
思考与练习 / 407
参考文献 / 408

第十三章 组织文化 / 409

本章学习目标 / 409
本章细目 / 410
章前引例：联想并购中的文化融合 / 411
第一节 组织文化概述 / 414
第二节 组织文化的类型 / 420
第三节 组织文化的形成与变革 / 424
第四节 跨文化管理 / 431
案例讨论：山姆·沃尔顿的秘诀——沃尔玛文化 / 436
本章小结 / 437
思考与练习 / 437
参考文献 / 438

第十四章 创新心理与管理 / 439

本章学习目标 / 439

本章细目 / 440

章前引例：华为，最具创新力的公司 / 441

第一节 创新和创造力概述 / 443

第二节 企业创新系统 / 450

第三节 创新思维工具概述 / 461

案例讨论：互联网时代的海尔管理模式创新 / 470

本章小结 / 470

思考与练习 / 471

参考文献 / 471

第十五章 幸福心理与管理 / 473

本章学习目标 / 473

本章细目 / 474

章前引例：阿里巴巴建设最具幸福感的公司 / 475

第一节 为什么要研究幸福心理 / 478

第二节 幸福概述 / 482

第三节 提高员工的幸福感 / 495

案例讨论：某咨询公司的 A 公司员工帮助计划服务 / 498

本章小结 / 498

思考与练习 / 499

参考文献 / 499

第 1 版后记 / 501

第 2 版后记 / 503

第 3 版后记 / 505

第一章 管理心理学的研究对象、意义和方法

本章学习目标

定义管理及管理心理学的概念

明确管理心理学的研究内容

了解管理心理学与其他学科的关系

理解研究管理心理学的重要意义

掌握管理心理学研究的主要方法

说明管理心理学研究的基本原则

本章细目

章前引例：顺驰：一匹被速度击垮的黑马

第一节 管理心理学的研究对象

- 一、什么是管理
- 二、管理心理学的研究内容
- 三、管理心理学与其他学科的关系

第二节 研究管理心理学的意义

- 一、管理心理学是未来管理科学的核心内容
- 二、管理心理学有助于个体的自我完善
- 三、管理心理学有助于提高工作效率，增进经济效益，提升员工幸福感

第三节 管理心理学的研究方法

- 一、管理心理学研究的基本原则
- 二、管理心理学研究的主要方法

案例讨论：兴华：任重而道远

章前引例

顺驰：一匹被速度击垮的黑马

孙宏斌，在25岁时成为中国最大计算机公司的接班人，30岁时在牢狱中度过生日，40岁时则成为房地产业最让人敬畏的人物之一。他以速度击垮一切竞争对手，然后，自己也被速度击垮。

1994年3月，孙宏斌怀揣柳传志借给他的50万元，离开北京来到了天津。在幽静的天津五大道，他租了一个临街的小院子，办起了一家小小的房地产销售代理公司，并给公司起名顺驰，也就是“孙氏”的谐音。这是一个从来不缺乏野心的男人，他一定要做一份打上自己深刻烙印的大事业。

孙宏斌在大学里学的是水利，所以对房地产业有职业上的亲近。而在跟柳传志的交谈中，柳传志也预言房地产业是一个很有发展前景的产业，并承诺可以跟孙宏斌合作开发。就在1995年年初，顺驰与联想一起投资开发了香榭里小区，不过，孙宏斌并没有从这个项目中赚到钱。在创业的头几年，顺驰主要的业务是做房产代理中介。雄心万丈的孙宏斌常叹生不逢时。

1997年年底，亚洲金融危机爆发，中国经济面临重大压力，启动内需成为主要战略任务，能够带动巨额消费的房地产业突然受到重视。1998年，国家停止福利分房政策，接着中国人民银行颁布《个人住房贷款管理办法》，取消了以往对个人住房信贷的多种限制，并允许多家商业银行进入住宅抵押贷款市场。中国房地产业开始爆发式地成长。也是在这一年，已经在这个行业中磨炼多年的孙宏斌拿到了一个建筑面积为14万平方米的成片项目。据称，他获得了200%的投资回报率，房地产业的暴利时代真正地到来了。

2000年8月，天津市举办了历史上规模最大的一次土地招标会，顺驰击败众多参与投标的国有房产公司，以1.72亿元的价格一举拿下三个地块中的两块，轰动一时。孙宏斌日夜奔波、四处游说，竟准时上缴了资金。在庆祝会上，他数度哽

案例来源：吴晓波. 大败局 II [M]. 杭州：浙江人民出版社，2011：153-180.

本案例改写自其中失败案例之一《顺驰：一匹被速度击垮的黑马》。原案例正文及评论共有27页，非常翔实，感兴趣的读者可以进一步参阅该书或通过网络搜索电子文本。在搜狐高清付费频道上有案例作者吴晓波的讲解视频。限于篇幅，这里择其基本事实、发展脉络以及心路历程而改写。

咽，激动得泪流满面。

属于孙宏斌的梦幻时刻终于开始了。在接下来的两年多时间里，挟竞标得胜的威风，顺驰在天津攻城略地，叱咤风云。孙宏斌坚持中介代理和房产开发两条腿快跑的策略，在天津第一个大规模地创办中介连锁店，从2000年到2003年，相继开出了60家连锁店，几乎覆盖了整个天津市场。顺驰还办起了中国第一个基于互联网的房产服务网www.tjhouse.com，孙宏斌亲自指导开发出一个网上交易软件，各连锁店实现了网络联结和信息共享。其中介代理业务，遥遥领先于同行，奠定了难以撼动的市场地位。在房地产开发上，孙宏斌则表现得异常地彪悍。他的土地大多数是通过合作开发和公开竞标获得的。在竞标会上，他拿地以出手凶狠、不肯退让著称。到2002年年底，快速成长中的顺驰在天津累计开发了30个项目，建筑面积达数百万平方米，占到天津全市房产开发总量的20%。孙宏斌真的登上了事业的一个巅峰。不过在他的眼中，天津显然不是他梦想的全部。这个雄心勃勃的男人把目光瞄准了一个更大的天地：全中国。

在下决心要走出天津之后，孙宏斌首先要做的事情就是把顺驰的品牌在全国打响。孙宏斌出征全国，第一场大的战役就选在了北京。2003年12月8日，北京市首次拍卖大宗国有土地——大兴区黄村卫星城北区一号地。竞拍会结束，顺驰以高出起拍价1倍多的9.05亿元拿下了这块地。当天晚上，顺驰宣布，6个月后大兴项目将上市销售。

从2003年9月到2004年8月，全国各地的开发商都经受了一次又一次的顺驰风暴。在石家庄，顺驰以5.97亿元拿下一块起拍价为2.04亿元的地块；在上海青浦以1.2亿元拿下130亩土地；在南京，以6.53亿元拍得河西奥林匹克体育中心地块；在苏州，更是出价27.2亿元吃进苏州工业园区地块。在根据地天津，顺驰花了17.515亿元买进奥林匹克中心配套项目，创下该市土地公开交易史上的最高纪录。到2004年8月，顺驰旋风般地跑马全国，共购进10多块土地，建筑面积将近1000万平方米，其中在长三角地区就购进400万平方米。在短短的一年时间里，顺驰从一家地方性公司变成了全国性公司，企业员工从几百人陡增到近万人。

孙宏斌提出的全国战略计划更是让人看到了他的勃勃雄心：3年内，进入一线城市北京，进入有增长潜力的二线城市，进入天津市周边的三线城市；5年内，集中力量进入两个以上一线城市，以一线城市为中心覆盖周边二线城市；10年内，在所有一线城市成为主流开发商，并覆盖绝大多数二线城市。

孙宏斌不是草莽型的企业家。他出身名校清华大学，拥有硕士学历。在1999年，他还专门去全球最好的商学院——美国哈佛大学商学院读了半年的AMP总裁研修班，跟英特尔的传奇首席执行官安德鲁·格鲁夫等全球知名企业家有过同场研

习的经历。因此，不能简单地认为，他的全国战略是一次缺乏规划、毛手毛脚的冒险。事实是，在舆论高调的掩护下，他在相当多的方面进行了缜密的思考和筹划。

首先，他在拿地上很有技巧。其次，在项目定位及设计上有很强的现实性。最后，孙宏斌最重要的战略基点是对现金流的严格控制。孙宏斌的所有战略设计其实都是围绕着“速度”两个字，当各方面都不完全具备成熟的条件时，他必须在最短的时间内取得决胜，用速度来击败一切竞争对手。打造品牌的速度——通过挑衅行业领袖的方式吸引眼球，迅速提高知名度和关注度；购买土地的速度——绕开行业灰色地带，通过高价竞拍的方式快速拿地；建造周期的速度——把普遍需要1~2年的开盘周期缩短到不可思议的6个月；项目销售的速度——高调运作，以最快的速度完成销售，快速收回资金；现金流动的速度——建立以天为单位的资金考核体系，把有限资金的利用率提高到极限。

在实际操作中，孙宏斌的战略似乎真的起到了以一搏十的效率，顺驰以较少的资金快速地运作着一些庞大的项目。其资金杠杆效用率高达1:7。据公开信息披露，顺驰在2004年的现金流总量中有78%是通过销售得到的钱，只有10%和12%是来自银行和合作单位。2004年，顺驰宣称实现了120亿元的销售额——实际上完成了92亿元。孙宏斌日后说，如果“老天”再给顺驰一年时间，就足以消化掉所有的财务风险，实现全国战略的“完胜”。

可惜，“老天”偏不给这一年时间。正当顺驰在各地疯狂“吃”地的同时，全国的房地产市场已呈现出过热迹象。2004年3月到5月之间，国家推出了一系列严厉的调控措施。与此同时，国内各大报刊纷纷发表言论，对房地产业的过热进行反思甚至出现情绪化的猛烈声讨。这不仅改变了投资者的收益预期、消费者购房的价格预期，而且改变了政府对房地产业发展的支持理念和支持方式，从而直接导致了购买力的迅速下降，楼市成交量急速萎缩。房地产业的冬天突然降临了。在所有受到冲击的开发商中，正阔步急奔在扩张道路上的顺驰无疑是受创最大的一家。

从5月开始，北京、苏州等地的银行开始对顺驰惜贷，放款速度明显减慢。5月3日，顺驰召开领导团队会议，紧急下令停止拿地。

8月7日，海南博鳌如期举办一年一度的全国房地产论坛，王石评论：“如果把握好节奏，顺驰能够成为一家非常优秀的公司，但现在它要为盲目扩张造就的奇迹付出代价。顺驰与万科根本不能同日而语。这种黑马其实是一种破坏行业竞争规则的害群之马。”对话主持人刘晓光问孙宏斌：“孙总，你先说，宏观调控中你最难受的是什么？”孙宏斌答：“其实最难受的还是钱。”

在随后的一段时间里，孙宏斌的全部精力都投入寻找资金当中。原本他寄希望顺驰在香港联合证券交易所上市，但上市因“顺驰2004年发展速度很快，手里有

35个项目，但当年的利润体现不出来”而搁浅。香港上市无望后，孙宏斌迅即与美国投资银行摩根洽谈私募事宜。到2005年10月，孙宏斌认为摩根提出的条件太苛刻，谈判最终流产。

在上市和私募均不顺利之后，其实，孙宏斌能腾挪的空间已经很狭小了。在这期间，各地房地产项目的销售仍然没有起色，因资金断流而诱发的种种危机开始四处爆发。有媒体曝光说，顺驰拖欠的土地费用加上银行贷款余额，总数估计高达46亿元。在这些事件发生的前后，顺驰的快速建房模式也暴露出了后遗症。房地产业向来有“百年大计，赶工为祸”的原则，顺驰快马加鞭地赶项目，免不了在质量和信用等方面遗留瑕疵。据《中国产经新闻》报道，自2004年年底以来，天津太阳城的业主就频频向各部门投诉。

从2004年秋天开始，时运不济的孙宏斌便陷入泥潭里。2006年7月，孙宏斌向心腹部下交底：他已经将家里的存款都陆续垫进了公司，其中一张信用卡仅剩下两位数，资金的刚性缺口达5亿到6亿元，负债高达30多亿元。仅就根据地天津市场而言，所有可售房屋已经全部售罄，但手中剩余的项目却迟迟没有能力启动，有些甚至连拆迁都没钱做。事实上，顺驰已经到了弹尽粮绝的地步。

9月5日，孙宏斌与香港路劲基建公司签署了股权转让协议。孙宏斌以12.8亿元的代价，出让了55%的股权，并基本失去了对顺驰的控制权，这是一个相当低廉的出让价格和苛刻的付款条件。在正式签署协议的仪式上，孙宏斌对满脸笑容的路劲基建董事局主席单伟豹淡淡地说了一句：“你买了个便宜货。”2007年1月26日，路劲基建宣布收购孙宏斌手中的剩余股权，总持股增至94.7%。

孙宏斌交出顺驰的管理权后，创办了融创集团（SUNAC），专注于其经营业务。这位在而立之年就经历了奇特厄运的企业家，在“四十不惑”到来的时候再度陷入痛苦的冬眠。不过，他只是被击倒，并没有出局，他也许还会拥有一个更让人惊奇的明天。

1999年，孙宏斌在哈佛大学商学院读书的时候，曾与自己的职业偶像、写作了《唯有偏执狂才能生存》的安德鲁·格鲁夫有过同场研习的难忘经历。他在一次大型论坛上评价自己说：“我的性格是偏执狂。我们企业的性格就是：不管别人说什么，不管遇到什么困难，不管你是大腕还是普通百姓，我们都要坚定地走下去，因为我们知道目标，清楚自己要到哪里去。”他的这段话引来了长时间的掌声。其实，掌声有时候是非常可怕的。激情往往更容易获得喝彩，但是激情也最容易酿造悲剧。