

和谐经济丛书

合理分配有效资源 创新整合资源共享
一分一合良性循环公平竞争促再生



相如 编著

优化资源配置和谐前进发展的 111 条法则



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS



和谐经济丛书

和谐分配

相如 编著

中华工商联合出版社

责任编辑：昭 龙

封面设计：山水美源

图书在版编目（CIP）数据

和谐分配/相如编著. —北京：中华工商联合出版社，2006. 1

（和谐经济丛书）

ISBN 7-80193-322-2

I. 和... II. 相... III. 分配（经济） IV. F014.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2005）第 150455 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

网址：www.gslcbs.com.cn

北京市安泰印刷厂印刷

新华书店总经销

787×1092 毫米 1/16 印张：62.25 1200 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-80193-322-2/F·120

全套定价：149.00 元

本册定价：29.80 元

《和谐经济丛书》总序

和谐经济是什么

和谐经济，是经济过程人和人、人的因素和物的因素的对称，是宏观经济和微观经济结构的合理有序，是老板之间、股东之间、出资者和管理人员之间、老板和员工之间、领导和群众之间、上级和下级之间、合作伙伴之间、团队成员之间、企业和顾客之间的双赢合作，是上游产品和下游产品之间、生产链的上一个环节和下一个环节之间的最佳组合。只有经济过程、企业内外各种关系协调有序、和谐运作，才能发挥经济主体的最佳功能。

和谐经济是对称经济、有序经济、双赢经济，是结构出效益、结构产生生产力的经济。

和谐经济，是新的经济形态。经济形态有两种：资源配置型与资源再生型。传统经济是资源配置型经济，知识经济是资源再生型经济。再生，既包括自然资源的再生，也包括社会资源、组织资源、思维资源、文化资源的再生。把再生仅仅理解为自然资源的再生，再生技术仅仅理解为节能技术、洁净技术、无害技术、循环技术、抗灾技术、综合利用技术；再生经济仅仅理解为循环经济、节约型经济，是用工业经济的思维方式来定位知识经济、再生经济。

再生经济最重要的，是结构，是生产中人和人、人和物的结构。知识经济不但表现为经济活动中知识的主导地位所带来的资源的创造，而且表现为思维结构、社会结构、企业结构、生产结构的对称、有序、优化组合所带来的资源的裂变与生产效率的几何级数增长。

和谐经济，是新的经济增长方式。经济增长方式有两种：外延扩张与内涵增长。前者是数量增长型，后者是质量增长型。

数量增长型靠有限资源的有限扩张。质量增长型靠有限资源的无限裂变。

裂变，在结构上作文章，而不是在数量上作文章。质量增长型就是结构优化型。和谐经济就是通过优化经济结构取得最佳功能。

和谐经济，是新的经营模式。旧的经营模式：商场如战场。商家之间、老板与员工之间是狼，你输我赢，你死我活，必须彼此防范。做生意像赌博，办企业要冒险，风险越大机会越大。



新的经营模式：双赢合作、蛋糕做大，宽严相济、有张有弛，物尽其流、人尽其用，信息通畅、资源共享，企业诚信、团队精神，机会平等、良性竞争，有序扩张、稳定发展。

和谐经济，是和谐社会的经济基础。和谐经济，是人类二次创业的实践模式。

和谐经济学是什么

和谐经济学是对经济和经济学的重新定位。对经济的重新定位，产生对经济学的重新定位；对经济学的重新定位，产生经济学的全新范式。和谐经济学的范式，体现了经济学方法与对象、形式与内容、主体与客体、结构与功能、理论与实际的对称与统一。

和谐经济学是转型经济学。和谐经济学是新的经济学范式。

和谐经济学范式同西方经济学范式的本质区别：

西方经济学是资源优化配置的学说。作为资源优化配置的学说，西方经济学视野重在分配领域；生产只是生产领域的分配，生产领域只是分配领域的延伸。和谐经济学是资源优化再生与优化配置相统一的学说，视野重在生产领域；分配只是生产、再生产的分配，分配领域只是生产领域的环节。西方经济学的优化配置，看到的是交易，是人际之间的供求平衡，价格机制成了市场和社会的核心机制；和谐经济学的优化再生，看到的是财富增长，是人与自然之间的协调与可持续发展，以及在此基础上人的全面发展、人与人、人与社会的和谐、有序与可持续发展，价值机制成了社会和市场的灵魂。西方经济学以分配为中心，宏观经济学与微观经济学、经济学与管理学、管理学与创业学脱节，企业成了减少交易成本的产物；和谐经济学以生产为中心，经济学就是管理学、创业学，企业拥有了不可替代、不可分割的系统质。西方经济学把人际关系看成是此消彼长的交易关系，人与人是狼，必然把商场看成是战场；和谐经济学在财富增长的基础上把蛋糕做大，必然是和谐经济、双赢经济、可持续发展的稳定型经济。企业内外，人与自然、人与人互相依赖、共生共荣、和谐统一；能与狼共舞，才是英雄本色。

西方经济学把社会经济发展同宇宙整体发展的过程脱节开来，思维的方式是线性的，分析的方法是抽象的，分析的过程是经验的，分析的对象是平面的，分析的结果是脱离实际的。

由于西方经济学没有科学的范式，造成了人的“理性”与“非理性”的对立，市场与政府的对立，宏观经济学与微观经济学的对立，凯恩斯学派与自由主义学派的对立，主流学派与非主流学派的对立，这一学派与那一学派的对立。所有这些学派的对立与争吵，只是盲人摸象以经济学殿堂为舞台的展开。

由于西方经济学没有科学的范式，以致西方经济学能否成为科学都成了问题。

国内传统经济学联系生产力研究生产关系，联系上层建筑研究经济基础。和谐经济学把生产力、生产关系、经济基础和上层建筑统一起来研究，其中生产要素、生产关系、经济基础、上层建筑是统一的社会经济系统的不同层面，生产力是这一系统的整体功能。和谐经济学以社会经济系统的结构和功能为研究对象，以提高这一系统的功能——生产力为目的。和谐经济学探索人类经济活动与经济发展规律，通过优化社会经济系统的结构，推动生产力发展，不断提高人民生活水平和社会可持续发展。

和谐经济学是价值经济学。价值就是客体能够满足主体的需求的有用性。价值的本质是使用价值。使用价值就是价值。只有实现的价值才有使用价值，只有在使用的价值才是实现的价值。

价值是主体与客体的实体、属性、关系的统一，而主体与客体的实体、属性、关系的对称关系，从属于宇宙实体、属性、关系的对称关系，是后者的组成部分和展开。

从宇宙学的观点看来，主体与客体、人和自然、人和人、人和社会的关系本质上是价值关系。均衡，首先是主体与客体之间物质、能量、信息的均衡，然后才是供给与需求的均衡。以前一个均衡为经济学的出发点，价值机制是市场的核心机制；以后一个均衡为出发点，价格机制是市场的核心机制。价格机制是平面的机制；以价格机制为核心，主体与客体的对称是偶然的，经济学成了博弈经济学。价值机制是立体的机制；以价值机制为核心，主体与客体的对称是必然的，经济学成了和谐经济学。

西方经济学就是以价格机制为核心的货币经济学或价格经济学，和谐经济学是以价值机制为核心的价值经济学。价值不仅包括货币，而且包括其它一切金钱买不到的东西。和谐经济是以知识经济为龙头同传统经济的统一。正象价值和价格的关系是整体和部分的关系，价值机制是对价格机制的扬弃、和谐经济学是对西方经济学和国内传统经济学的扬弃。

资本、资产、劳动力的供给与需求均不取决于价格，不取决于供给与需求的曲线，也不取决于供求均衡点或神秘的机制、供求法则，而取决于价值：相对价值与绝对价值；取决于需求的强烈程度和满足需求的可能程度。价格与需求并不必然成反比，有时价格越高，需求越强。这说明，价格并不完全反映价值，并不完全反映供求关系。建立在价格理论基础上的各种模型，不能预测供求关系的变化是必然的。

价格机制背后是价值机制。以价值为基础的供求关系，不是任何以价格为基础的模型可以预测的。以价值机制作为市场的根本机制，信息仍然是不完全的，但也



没有必要完全；人的理性仍然是有限的，但也没有必要无限。所谓“市场失灵”，实际上是价格机制失灵，而不是价值机制失灵。价值机制从来没有失灵过：在价格机制不起作用的地方，价值机制则在起着铁的作用。

模型和现实的冲突，价格 and 价值的冲突，导致现有的以价格机制为基础的模型的无效。这不是市场不完全信息与人的有限理性造成的，而是模型的理论依据、理论参照系、理论“范式”错误造成的。要使“模型”从“无效”向“有效”转化，人的理性从“有限性”向“无限性”转化，市场信息从“不完全”向“完全”转化，市场运行从不和谐向和谐转化，必须改变现有经济学的范式，用价值机制代替价格机制，作为市场的核心机制。

和谐经济学是对称经济学。价格机制以产品运营为基础。

价值机制以知识运营为前提。

以价值机制为核心机制，在知识经济时代，市场是完全的，供求是均衡的，知识产品、创新产品的竞争是充分的，市场是出清的。竞争的充分性和市场的有序性、和谐性、对称性不但不矛盾，而且是新时期的市场机制。以价值机制为核心的市场机制，是完全的市场机制、真正的市场机制、对称的市场机制、和谐的市场机制。

以价格机制为基础，追求的是均衡，手段是博弈。

以价值机制为基础，追求的是发展，手段是对策。

博弈，不均衡是绝对的，均衡是相对的。博弈经济学就是不对称经济学，不对称经济学就是不和谐经济学。

对策，不均衡是相对的，均衡是绝对的。对策经济学就是对称经济学，对称经济学就是和谐经济学。

经济不和谐的本质：企业内外人、人、人和物的不协调、结构不合理。不和谐的根源：人类新的实践模式所要求的新的经济学范式、新的经济模式、新的管理模式同现有的经济学范式、经济模式、管理模式之间的不对称。

和谐经济学通过自觉反映社会经济规律、建立新的经济学范式，使经济学范式同人类新的实践模式相对称、经济活动模式同人类整体实践模式相对称，摆脱经济学的困惑，走出经济运行的困境，消除经济危机的根源，使企业和社会经济协调有序发展。

和谐经济学的哲学基础是什么

和谐经济学的哲学基础是对称空间观。宇宙是有序与无序、确定与不确定的统一。宇宙在爆发与膨胀时，是无序的。但这个无序中包含着质量守恒定律、能量守恒定律、质量和能量相互转化定律。一个地方的熵减少，无序度增加，就是另一个

地方的熵增加,无序度减少。熵本身是有规律的,宇宙是有序的,有序通过无序表现出来,无序包含着有序。从微观来看是无序的、不确定的,从宏观来看是有序的、确定的;从短期来看是无序的、不确定的,从长期来看是有序的、确定的。微观与宏观的区分是相对的,有序与无序、确定与不确定的区分也是相对的。基本粒子的世界表面上看起来是无序的、不确定的,但从整体来看也是有序的、有规律可循的。

宇宙的发展,是从本质到现象、从有限到无限、从简单到复杂;人的认识,是从现象到本质、从无限到有限、从复杂到简单。这是一个对称的过程。社会的发展介于上述对称的两极之间,本身也是一个对称的过程:一方面是有序化、共性化、法制化,另一方面是无序化、个性化、自由化;既高度分化又高度综合;既全球化又区域化。社会的调节机制也越来越简单:从超经济强制(暴力、战争、人身依附关系、计划安排)到市场,市场从价格机制到价值机制,从人治经法治到法制。和谐社会就是民主与法制对称的社会,和谐经济就是公平与效益对称的经济,和谐经济学就是在自由与法制、价格与价值、公平与效益、理性与非理性的碰撞中,用有序去整合无序、用无序去填补有序、使不对称向对称转化的对称的经济理论体系。

主体和客体、相对主体和相对客体是相互创造、相互生成的过程。主体和客体是社会系统的两个基本层次,主体和客体的对称是社会系统的基本对称关系,是推动社会发展的根本动力。在社会有机体的各要素之间,虽然在社会发展的不同时期有不同的地位,生产力的发展都是它们共同起作用的结果。生产力是社会系统的整体功能,改革实质上是社会系统的自组织、有序化过程。整个社会系统是否协调有序,将决定社会系统是否有利于生产力发展。建立和谐社会的根本目的就在于建立和谐的社会经济系统,从而发挥出最佳的生产力功能。

和谐经济学的哲学基础是创造空间观。宇宙发展的根本规律是创造的规律。宇宙是一个不断从裂变到聚变、有限到无限、本质到现象的发展过程;社会是一个客体和主体、相对客体和相对主体相互创造,实现人和社会从低级到高级、从自发到自觉、自觉性低到自觉性高的发展过程。社会发展以人的创造性为基础,每个人都既是历史的奴隶,又是历史的主人。社会的发展是必然和偶然、自发和自觉、客观规律性和自觉能动性的统一,是宇宙整体发展的自然历史过程。

人的创造性活动由人的需求引起。人的需求是主体作为开放系统同外界之间的物质、能量、信息的对称要求。人的需求作为社会发展的深层动力,本身是一个系统,包括物质需求和精神需求两个基本层次。要调动人的积极性,不但需要物质刺激,而且需要精神刺激;需要一个使人能够心情舒畅地创新→创造→创业的和谐环境。

在主体与客体、物质与精神的相互创造过程中,知识经济→创业经济→再生经



济→双赢经济→和谐经济，和谐经济学瓜熟蒂落、水到渠成，有历史的必然性。和谐经济学以创业经济学为基础、再生经济学为核心、知识运营学为主导，其完美的结构是五度空间的“全息元”。

和谐经济学是天人和谐、人际和谐、与时俱进的经济学。

和谐，是和谐经济时代新的思维方式、新的行为方式、新的生活方式、人的新型素质。有人的和谐素质才有和谐的经济，有和谐的经济才有和谐的社会。用和谐来塑造人的新素质，用和谐来定义和谐经济，用和谐经济来整合新的经济形态、催化新的经济增长方式、规范新的经营模式，将使国民素质大大提高，企业和国家发挥出前所未有的生产力、竞争力。

历史的偶然性后面隐藏着历史的必然性，和谐经济并非空穴来风，古今中外存在着大量和谐的经济行为。中国古代的“管仲之交”就是商场上和谐合作的典范。但要使和谐经济由偶然拓展为必然，自发上升为自觉，局部扩大为整体，从属转化为主导，萌芽成长为大树，必须靠理论的培植、整合、提升与催化。

这套《和谐经济丛书》，由《和商制胜》、《和谐做人》、《和谐做事》、《和谐商场》、《和谐合作》、《和谐领导》、《和谐管理》、《和谐经营》、《和谐生财》、《和谐分配》10本书组成，力求把理论创新和案例分析结合起来、学者的分析力度和畅销书的编撰风格结合起来、和谐经济学原理和企业家的操作模式结合起来；相互之间从内到外、从上到下、从主体到客体、从抽象到具体、从理论到实践，既体现和谐理论的逻辑进程，又体现和谐经济的运作流程。

但愿这套丛书能引领和谐、催化和谐、融入和谐，为和谐经济摇旗呐喊，鸣锣开道。

05.12.15



前 言

所谓“和谐分配”，就是资源的优化配置和再生。优化配置是手段，优化再生才是目的。目的主导手段，并寓于手段之中，左右手段的动力、过程 and 方向。应该把传统经济学中的资源优化配置概念，放到再生经济中重新定位。必须把分配概念的外延由终端倒溯、延伸到过程和起点。

必须吃着碗里看着碗里，而不是吃着碗里看着锅里。生产资料活了，生产资料也就成了生活资料；生活资料活了，生活资料也就成了生产资料。循环经济，首先就是生产资料和生活资料的良性循环。再生经济，通过生产资料和生活资料的相互转化，实现资源配置和再生的相互转化。在和谐经济、再生经济中，再生产理论、人的生产和物的生产的两种生产理论，被赋予科学的、丰富的、发展的、实在的内涵。

先把蛋糕做大再说。把蛋糕做大，重在起点、重在过程、重在参与。因此，必须同心协力，团结一致，分享智慧、分享动力、分享情感、分享权力……团结就是力量，把蛋糕做大了，一切都好商量。

分配不仅是你多我少、此消彼长。必须把分配的视角转移开来。分配不只在人与人之间。



目 录

前 言	1
-----------	---

以人的价值为中心	1
----------------	---

1. 以人的价值观为中心	3
2. 企业文化的精髓	4
3. 人力资源开发	5
4. 员工第一	6
5. 用利润为员工服务	7
6. 广泛认可的归属感	10
7. 把员工当作老板	10
8. 给予员工主人翁的身份	13
9. 客户导向	14
10. 质量不是吹的	15
11. 顾客满意	16
12. 消费者的感受	17

配置出效益	21
-------------	----

13. 与人类共生	23
14. 建立平衡关系	24
15. 寻求双赢结果	25
16. 撬动资源杠杆	27
17. 鸡蛋放在几个篮子里	28
18. 分配公共关系资源	29
19. 效益的多重趋向	30
20. 调整服务体系	31



21. 把握营销终端	32
------------------	----

合作利益最大化

35

22. 伙伴关系的原则	37
23. 企业内部合作	38
24. 重信守约相与为谋	39
25. 在竞争与合作之间协调	41
26. 合作就是整合	42
27. 合作要讲战略	45
28. 创意不属于个人	47
29. 牵一发而动全身	48
30. 企业与员工的伙伴关系	49
31. 与顾客分享	50
32. 合作产生效益	53
33. 沟通创造生产力	54
34. 亲情创造生产力	56
35. 员工与客户共享满意	58
36. 每个人都是最大的收获者	59
37. 合作不只在人间	60

和谐的成本收益

63

38. 命运共同体	65
39. 发展融洽的员工关系	66
40. 人情的成本收益	67
41. 关系的成本收益	68
42. 诚信的成本收益	69
43. 献身的成本收益	71
44. 品牌的成本收益	73
45. 定位的成本收益	74
46. 公益的成本收益	76

结构产生生产力

79

47. 主体素质第一	81
------------------	----



48. 个性的完美组合	83
49. 团队出生产力	85
50. 培训的投入产出	87
51. 培训的要素分配	88
52. 避实就空	90
53. 以产通销	91
54. 以库促销	93
55. 营销的规模效益	95
56. 生产与消费的平衡	96
57. 双管齐下才能平衡	97
创新的投入产出	101
58. 创意的投入产出	103
59. 尊重的投入产出	104
60. 快半拍的投入产出	105
61. 借智生蛋	107
62. 技术的良性循环	108
63. 惟一不变的是改变	108
做大的回报	111
64. 在稳和快中寻找交结点	113
65. 快速的回报	114
66. 视角的合理配置	115
67. 一元与多元的配置	116
68. 不吃分来之食	117
69. 靠技术分享市场	118
70. 宽容才是硬道理	119
71. 鸡和蛋哪一个重要	120
72. 稳固高于继承	122
把蛋糕做大	125
73. 分享协作	127



74. 分享激情	129
75. 分享才智	131
76. 分享技能	134
77. 分享信息	136
78. 分享动力	138
79. 分享权力	139
80. 分享能力	141
81. 分享利润	143
82. 分享质量	144
83. 分享平等	146
84. 分享自由	147
85. 分享环境	149
86. 分享福利	150
87. 分享温馨	152
88. 分享渠道	153
89. 分享迭代价值	155
90. 把蛋糕做到全世界	156

蛋糕怎么分

159

91. 公平合理	161
92. 制度出公平	162
93. 把公平落实到时间	163
94. 把公平落实到人才	165
95. 把公平落实到实处	166
96. 报酬体系	168
97. 股权激励	169
98. 期股激励	170
99. 以私推公	171
100. 安全也是收益	173

成果论英雄

175

101. 英雄不看出身	177
-------------------	-----



102. 能位相配	177
103. 赏罚对称	179
104. 成效论英雄	181
105. 全程考核	182
106. 因人而异	183
107. 薪酬自助	185
108. 参与激励	187
109. 目标激励	188
110. 情感激励	190
111. 真诚才永远	190
参考文献	193
后 记	195

以人的价值为中心



