

《中小学生新视野百科知识丛书》编委会

主 编	田晓娜		
副主编	王波波	肖 飞	
编 委	田晓娜	王波波	肖 飞
	于 明	杨邵豫	陈遵平
	周德明	崔雪松	孙永清

目 录

经济名词	(1)
“经济”一词的由来	(1)
“经济学”是个翻译错了的词	(2)
价值观念指的是什么	(3)
企业管理学的学派	(4)
《成功之路》的八项原则	(6)
科学管理的主要目标和原则	(7)
市场竞争策略	(8)
企业管理的职能	(9)
中国的管理哲学与现代企业管理	(10)
现代管理思想的要点	(14)
东西方的不同管理艺术	(15)
纠正借鉴国外管理方法“三偏向”	(16)
中国古代的管理思想	(16)
西方管理心理学的发展	(22)
九十年代成功管理的八种方法	(27)
激励六艺术	(28)
承包企业者“十忌”	(29)
管理效率促进法	(30)
管理新知	(32)
良好的记忆力可以使企业领导人获致成功	(34)
经营人脉秘诀 100 条	(36)

日本大企業人脈哲學	(42)
世界十大企業家的管理藝術	(44)
当好老板的秘訣	(49)
当前世界质量管理特点和趋势	(50)
日本企业的“品质革命”	(52)
发达国家的质量管理	(53)
质量管理大师戴明的品管理念和方法	(56)
戴明循环	(56)
决策科学	(58)
决策方法的五要素	(59)
“巴特萊法則”	(60)
“第三產業”的由來	(61)
四大產業系統	(61)
何謂“第四產業”	(62)
錢學森談“第四產業”	(63)
正在興起的第四產業——頭腦性商業	(63)
三項產業的劃分	(65)
第三產業的作用	(66)
发达国家的第三产业	(67)
决策与决策思维	(69)
创造与逻辑思维决策方法	(74)
三資企業	(75)
中外合資、合作企業有何區別	(76)
世界經濟	(78)
關貿總協定	(78)
關貿總協定產生的背景	(78)

关贸总协定的成员和组织机构	(79)
关贸总协定的基本宗旨	(81)
关贸总协定的主要内容	(81)
关贸总协定的例外条款	(83)
“关税及贸易总协定”和“乌拉圭回合”	(86)
普惠制及其申请程序简介	(88)
乌拉圭回合最后文件的主要内容及其影响	(89)
世界主要贸易港口简介	(91)
最惠国待遇	(95)
最惠国待遇的两种形式	(96)
美国的最惠国待遇	(96)
外交对等原则与无差别待遇	(97)
东盟各国的经济和贸易	(99)
南朝鲜海外投资成功之路	(106)
智囊机构	(109)
美国主要智囊机构	(109)
日本的“智库”	(114)
德国的五个权威性经济研究所	(116)
德国的“五智人”经济智囊团	(118)
英国主要智囊机构	(120)
世界上五个著名智囊团	(121)
浅谈集思融智法	(122)
国外常用的智囊技术	(124)
西方国家的“思想库”	(126)
经济特区	(127)
世界经济特区的发展历史	(127)

世界經濟特區的新特點和新趨勢·····	(128)
世界自由經濟區概況·····	(130)
世界經濟特區簡介·····	(131)
自由貿易與加工區·····	(135)
保稅與保稅區·····	(138)
保稅倉庫·····	(140)
稅 收 ·····	(142)
中國稅收史上的“最”與“第一”·····	(142)
我國建國初期的稅種·····	(144)
香港現在有哪些稅·····	(144)
台灣稅收知多少·····	(145)
澳門的稅制·····	(145)
何謂分稅制·····	(146)
美國和日本的分稅制·····	(147)
國際稅收協定發展新趨勢·····	(148)
美國銀行和企业參與稅收監督·····	(150)
比利时強化机构堵塞稅收漏洞·····	(151)
法國編織嚴密的稅收監督網·····	(152)
日本對逃稅行為的處罰·····	(153)

经济名词

“经济”一词的由来

“经济”一词，最早出于古希腊思想家色诺芬的《经济论》一书，意思是“家庭管理”。在我国，“经济”最早出现于隋朝王通的《文中子·礼乐》：“是其家传七世矣，皆有经济之道”。此处之“经济”，当源出自葛洪《抱朴子》“以聪明大智，任经世济俗之器而修此事”，意为治理天下拯救百姓。唐时人著作，凡涉及此者，皆含此意，如“万言经济略，三策太平基”（白居易）、“古来经济才，何事独罕有”（杜甫）和元人评王安石“尤以道德经济为己任”（《宋史》），等等。宋元时人亦有以此命名为文集者，如《经济文衡》（宋·滕洪著）、《经济文集》（宋·李士瞻著）、《经济类编》（明·冯琦著）等。日本明治维新时期，向西方汲取文化，将 economy 译为“经济”，指财政经济。19 世纪末期，中国人又将它自日本移植过来。当时，“经济”、“理财”、“生计”等各种译法相持不下，直到辛亥革命后，在孙中山先生的肯定下，才确定用“经济”这种译法。

我们现在所说的“经济”含义，比过去要广泛得多，主

要的含义有三个：一指生产、交换、分配、消费等活动；二指社会的经济基础，即生产关系的总和；三指节约、核算等等。

“经济学”是个翻译错了的词

“经济学”一词，最初是由日本人根据英语翻译出来的。追溯其语源，英语是古希腊语的翻译，希腊语的原词是“家”与“规则”两个词组成的复合名词——家庭十规则。也有人译为“家庭管理术”的。日本在十九世纪后半期就曾有人把它翻译为“计学”，后来，日本又有人把它译成“经济学”，其实这是错译。但以讹传讹，一直沿用到现在。

日本人译这个词的时候，借用了中国古代文献中的词。《文中子》中有“经世济民”，简称“经济”，按中国古代“经济”是现代政治的意思，“经世济民”是“治国救民”意思，纯属政治的范畴，当时译者没有理解它的真正含意。

清朝末年，中国人大量吸收外来的文化，翻译了许多书籍。在此之前，日本已翻译了大量西方著作，中国又从日译本转译过来。因为日语中有许多汉字，“经济”这个翻译错了的词，遂又被原封不动地承袭下来。

价值观念指的是什么

要了解价值观念，首先要了解什么是价值。这里所说的价值，不是经济学上以社会平均劳动时间为计算标准的商品价值，而是更为广泛的哲学概念。要了解作为哲学概念的价值，不能离开事物和人的需要之间的关系。在一个星球上，纵使遍地是金子，如果那里没有人，不同人的需要发生关系，那么这个星球上的金子就没有丝毫价值。某种事物，只是因为满足人的需要，它才对人有价值。所以马克思说：“‘价值’这个普遍的概念是从人们对待满足他们需要的外界物的关系中产生的”（《马克思恩格斯全集》第19卷，第406页）。简单地说，价值是事物满足人的需要的那种关系的属性。

既然价值依存于事物与人的需要之间的关系，那么人对这种关系如何认识，就是我们所说的价值观念。

事物对人的价值关系是客观的，它不依赖于人对该事物的价值的认识。远古的人还不知道空气为何物，他们早就在呼吸空气了。就是说，空气满足人的生存需要的关系，在客观上早就存在了。至于人对空气的价值观念，是随着科学技术的发展而逐步获得的。有了近代物理学和生理学，人才能真正懂得和科学地说明空气给人供氧和作为声波载体传递信息的巨大价值。

人在实践中获得种种价值观念后，反过来用它作为评判、衡量客观事物和指导自己行动的依据，这就是人们的价值评价标准。研究价值观念的意义就在于此。

有各種各樣的价值评价标准。某些自然物，如空氣、陽光等，是任何時代、任何種族、任何階級的人的生存活動所必不可缺的對象，只要人類存在着，它們就有永恒的价值，並為一切人所承認。但是，許多价值评价标准不是這樣的。因為价值是滿足一定主體需要的關係的屬性，而人們（主體）所處的時代不同，在社會生產關係體系中的地位不同，社會生活環境對人的影響不同，所以同一事物，特別是社會事物，與不同主體的需要便具有不同的關係，換句話說，這一事物對他們來說，就具有不同的价值。因此，在同一社會里，不同的社會成員往往具有不同的價值觀和价值评价标准。

承認价值评价标准的這種相對性，並不等於否認對社會事物的价值的科學评价。而歸根到底決定這些价值标准的進步性和反動性的，是歷史唯物主義關於衡量社會進步的科學的标准——生產力。

企業管理學的學派

企業管理學的學派很多，主要的學派有：

1. 過程學派或經營學派，其基本觀點認為，管理的過程可以分解為各個管理職能，從而為管理提供了一個框架結構。這一學派的主要代表人物有法約爾和孔茨。

2. 經驗學派，又稱經理主義學派。這一學派是以向大企業的經理提供管理企業的經驗和科學方法為目標。這一學派的主要代表人物是德魯克。

3. 人類行為學派。早期稱作人際關係學派。這一學派重

点研究企业职工在生产和管理中的行为,研究人与人的关系,研究对人的管理。主要代表人物有梅奥、马斯洛等。

4. 社会系统学派。代表人物是巴纳德。他把企业看成是一个由物质的、生物的、个人的和社会的几方面要素组成的一个“协作系统”,企业管理的核心问题就是这几方面要素的协调。

5. 系统理论学派。他们认为,从系统的观点来考察和管理企业,有助于提高企业的效率,使各个系统和有关部门的相互关系网络更清楚,更好地实现企业的目标。

6. 决策理论学派。这一学派认为,决策贯穿于管理的全过程,管理就是决策,重点研究决策理论。主要代表人物是西蒙。

7. 权变理论学派。他们认为,没有一成不变、普遍适用的“最好的”管理理论和方法,企业管理必须根据企业所处的内外部条件随机应变,主要代表人物有德沃德、卡莱尔等。

8. 管理科学学派。又称数理学派。代表人物有伯法等人。他们认为,管理就是用数学模式与程序来表示计划、组织、控制、决策等合乎逻辑的程序,求出最优的解答,以达到企业的目标。

尽管这些学派的理论见解不尽相同。但基本上属于从不同角度、不同侧面对管理进行研究,它们可以互相补充。近年来,各学派间有互相渗透和融合的趋势。

《成功之路》的八項原則

美國的著名的諮詢企業麥肯齊公司的工作人員，對幾十家美國優秀企業作過一年多調查之後，寫成《成功之路》一書。該書把美國優秀企業經營之道的精華，歸納為八項原則：

1. 貴在行動，雷厲風行。優秀企業說干就干，勇于試驗各種新主意，甘冒一定的風險。

2. 緊密聯系顧客。不但向顧客提供優質產品和服務，而且經常從顧客處取得啟發和建議。

3. 鼓勵自主，發揚創業精神。給職工充分自主權，提倡創造革新，不使過分束縛。

4. 以人促產，決不重物輕人。把職工視作提高生產率與質量的基本力量，發揮他們手和腦的作用。

5. 以企業推崇的價值為主，重視企業根本宗旨的指導作用，提倡經理人員深入基層。

6. 不離本行，慎於兼併。

7. 精兵簡政，班子精悍，結構簡單。

8. 張弛結合，控制適宜，分權與集權配合得當。一般經營權盡量下放，基本價值觀寸步不讓。

科学管理的主要目标和原则

在整个工业中，大部分雇主组织和雇员组织与其说是在寻求和平，不如说是在寻找对抗。这些人中的大多数都相信：雇主和雇员的基本利益必然是对立的。而科学管理的基本点却是坚信这两者的真正利益应该是一致的。没有雇员的繁荣，雇主的繁荣是不可能长久的。反之亦然。它坚持满足工人最迫切的要求——高工资，和满足雇主的欲望——工厂的低劳力成本是可能同时办到的。管理的主要目标应该是确保每一个雇员和雇主事业的高度繁荣。

科学管理的基本原则是：

1. 开发一门新的科学，专门研究工人工作的各组成部分，并以此取代过去的经验法则。
2. 科学地选择、训练、教导和培养工人，而在过去却是工人尽最大可能训练自己。
3. 管理人员诚心诚意地与工人合作，及确保所有工作都按照新开发的科学原理去做。
4. 在管理人员和工人之间须均分工作和责任，由管理人员承担的工作，应该是他们比工人更能胜任的新型工作并更能承担责任。

市場競爭策略

1. 靠創新取勝。推陳出新是市場商品變化的客觀規律。誰能適應市場需求，不斷創造出有特色的商品，誰就能佔領市場，在競爭中處於有利地位。

2. 靠優質取勝。在價格大体相同的情況下，優質產品能吸引用戶，佔領市場。

3. 靠快速取勝。企業在市場競爭中，時間就是金錢，必須立足於一個“快”字，抓住一切有利時機，當機立斷，靠快速取勝。

4. 靠價廉取勝。用戶不但要購買到更多優質產品，而且普遍要求用相同的貨幣量購買到更多的優質產品。所以，價廉物美是商品市場競爭中的兩個主要條件。

5. 靠信譽取勝。良好的信譽是保持市場競爭中穩定優勢的重要條件。

6. 靠優勢取勝。現代企業的經營活動是很複雜的系統運動，影響競爭能力的因素很多。誰能發揮自己的優勢，揚長避短，形成自己獨特的“拳頭”產品和經營策略，誰就可能取勝。

7. 靠優良服務取勝。不斷提高服務質量也是企業間開展競爭的重要手段。

8. 靠聯合取勝。因為專業化協作是社會化大生產的客觀要求。

企业管理的职能

按照马克思主义关于管理二重性的学说，企业管理具有管理的自然属性和管理的社会属性，分别表现为合理组织生产力（指挥劳动）和维护、发展产生关系（监督劳动）。因此，企业管理具有两个方面的基本职能。一方面，它是由社会化大生产引起的、属于合理组织生产力的管理职能，另一方面，是由劳动过程的社会性质产生的维护生产关系的管理职能。两方面的关系，是普遍性和特殊性、一般与个别的关系，是统一体的两个方面。

企业管理的职能是通过一系列具体管理工作体现的。根据对企业管理工作的基本内容或过程的概括，可以划分为若干具体管理职能：

计划职能。是企业的首要职能。它是通过调查研究、预测、制订长期和短期计划，对企业经营目标、经营方针作出决策。在社会主义制度下，计划职能首先是宏观经济的管理性，这是社会主义公有制的客观要求。要求企业在国家统一计划指导下，开展经营生产活动。科学性、统一性、灵活性、连续性和群众性，是企业管理计划职能的特征。管理决策将日益成为企业管理职能的重要内容。

组织职能。要求把企业生产经营活动的各个要素，从劳动的分工和协作上，从组织机构和人员配备上，从时间和空间的互相关系上，从纵横交错的联系上，合理地组织起来，以形成一个有机整体，从而保证企业按照统一计划，有效地进

行活動。

指揮職能。這是指對企業各類人員的領導或指導，保證企業生產經營活動的正常進行和既定目標的實現。

協調職能（調節職能）。即協調企業內部各級、各單位的工作，協調各項生產經營活動。協調可分為上下級領導人員和職能部門之間活動的縱向協調和同級各單位部門之間活動的橫向協調。

控制職能（監督職能）。是指按預定計劃或目標、標準，進行檢查、考核、核算，分析實際完成情況同原定計劃標準的差異，採取對策，促使生產發展。同時還要建立高效率的管理系統，加強對生產、質量、庫存、成本等控制。

中國的管理哲學與現代企業管理

中國的管理哲學有許多方面值得珍視，其中尤顯重要的有七個字：生、變、和、中、敬、群、無。

1. “生”的原則。生的原則即創造性原則。《周易·系辭傳》曰：“天地之大德曰生”，“生生之謂易”。中國哲學崇尚“生生之德”，即以人的創造性精神匹配天地乾坤父母之大生廣生之德，盡人能以弘大天性。中國“尊生”的傳統，即尊重、發揚創造性的生命精神，強調全面發揮人的潛能，參贊天地之化育，理性地適應並進而主宰天地。在管理學上，《周易》的管理智慧，即把自強不息、生生不已的主體精神，“元、亨、利、貞”的流衍創化的客觀歷程和效法天地的自然之道結合起來。這樣，它就不是單方面地強調開拓創新，窮

通变易，而在一定程度上又涵盖了顺应自然之意。因此，开与阖、守常与应变、原则性与灵活性、创造性与继承性（企业与守成）的辩证统合，即是企业管理的一种高级的智慧或艺术。

2. “变”的原则。“变”也是一种“生”。但“生”的意涵主要是“创生”、“生化”，而“变”的意涵主要是“变通”、“制宜”。《周易》被人称为“变经”，《老子》五千言通篇讲变化之道，《孙子兵法》的战略策略更是应对瞬息万变之经典。《易》《老》《孙》之预测学、管理学和谋略学，总结了自然、人事正反诸方面的经验教训，对吉凶、祸福、穷达、存亡、生死、利害诸关系的把握，提供了最佳趋避的模型和最佳应变的方法。在阳与阴、否与泰、剥与复、损与益、革与鼎、既济与未济之间，寻找因条件变化而不断求变的契机。由是而提出了因时、因地、因物、因位制宜的要求。另一方面，《老子》、《易经》、《易传》、《孙子兵法》关于刚柔、予取、进退、攻防、正奇、明晦等等权变谋略的思想，在市场营销、价格战等方面，提供了灵活的战术计谋、市场权术等辩证智慧。

3. “和”的原则。“和”主要指“和谐”及“多样统一”。孔子讲“和为贵”，“和而不同”；史墨讲“和实生物，同则不继，以他平他谓之和”；《礼记》讲“和也者，天下之达道也”。中国哲学关于天地人我之间的“和谐”思想、“宽容”思想，不仅为人类自然环境的生态平衡和人文环境的生态平衡提供了睿智，不仅可以纠正人们片面执着于“斗争哲学”的负面影响，而且是现代社会管理和企业管理的重要思想资源。现代管理强调人与自然、人与社会、人与人、人与内在自我的协调关系，强调一种宇宙一体、普遍和谐的整体观念。我

國儒道諸家素來肯定並發揮的“天地與我並生，萬物與我為一”，“仁者以天地萬物為一體”和“民吾同胞，物吾與也”的宇宙家族思想及推己及人、潤物及物的意識，在未來世界具有越來越重大的作用，對於企業之間及企業內部人際關係的處理，乃至企業效益的顯發有著重大意義。

4. “中”的原則。“中”指“中道”無過無不及。與“和”略有不同，“和是強調容納相異的人才、意見，保持一種生態關係，“中”則指處事所掌握的“節”與“度”。“中庸”只是平常的道理，於平常中見“道”。“尚中”、“執中”的管理方略，對“過”與“不及”之兩端持守動態統一，使各種力量與利益參和調濟、相互補充，在大小、剛柔、強弱、周疏、疾徐、高下、遲速、動靜之際保持彈性，具有一種節奏感，實在是一門高超的管理美學。

5. “敬”的原則。這裡指尊重人才和敬業精神。嚴格地說，中國哲學區分“仁”、“誠”、“忠”、“信”、“敬”、“恭”諸範疇。現代企業的经营之道，在正常的市場經濟秩序的規約下，一種健康而有效率的競爭，決不是假冒偽劣的橫決天下，根本上應是在延攬、使用、對待人才方面，內部員工的敬業精神方面，產品質量信譽方面，即是對內對外的誠信無欺的態度。忠於職守、團隊精神、勤奮嚴謹、真正的主人翁態度和責任感，作為企業倫理或工作倫理的建设，無疑是現代企業管理的首要前提。東方文化精神積淀在其工作倫理之中，不是以個人主義為動力，而是在注重不同人的利益的同时，更加肯定勤奮和睦、敬業樂群、相互協調及對企業的忠誠、奉獻、責任。

6. “群”的原則。這裡指群體本位（包括家庭本位）、群