

田 广 陶克涛 吕 力 编著

# 管理人类学

ANTHROPOLOGY OF MANAGEMENT

人类学是管理学科发展的理论基石之一。人类学以参与观察为基本方法，以文化相对主义的“文化之镜”，去推动社会管理的文化之手，为管理学科的发展提供了新的路径和方法。管理人类学正是基于此而形成。它为进入研究瓶颈的人类学带来一个新的研究领域，给遭遇困惑的管理学界带来一股新的“立地”恩惠。

《管理人类学》的出版，标志着人类学正式扩展延伸至管理领域，从而让管理学界熟识人类学、应用人类学，进而促进管理学的发展，拓展人类学的就业领域和研究范围。



黄河出版传媒集团  
宁夏人民出版社

田 广 陶克涛 吕 力 编著

# 管理人类学

ANTHROPOLOGY OF MANAGEMENT



黄河出版传媒集团  
宁夏人民出版社

### 图书在版编目(CIP)数据

管理人类学 / 田广, 陶克涛, 吕力编著. — 银川:  
宁夏人民出版社, 2019.5

(当代应用人类学丛书/田广, 罗康隆主编)

ISBN 978-7-227-07042-9

I. ①管… II. ①田… ②陶… ③吕… III. ①管理学  
—研究 IV. ①C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第099618号

## 管理人类学

田 广 陶克涛 吕 力 编著

责任编辑 王 艳

责任校对 白 雪

封面设计 晨 皓

责任印制 肖 艳



黄河出版传媒集团  
宁夏人民出版社

出版发行

地 址 宁夏银川市北京东路139号出版大厦(750001)

网 址 <http://www.yrpubm.com>

网上书店 <http://www.hh-book.com>

电子信箱 [nxrmcbs@126.com](mailto:nxrmcbs@126.com)

邮购电话 0951-5052104 5052106

经 销 全国新华书店

印刷装订 宁夏凤鸣彩印广告有限公司

印刷委托书号 (宁)0013638

开 本 787 mm × 1092 mm 1/16

印 张 29 字数 457千字

版 次 2019年6月第1版

印 次 2019年6月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-227-07042-9

定 价 62.00元

版权所有 侵权必究

# 当代应用人类学丛书编委会

## 学术顾问(以姓氏拼音顺序排列)

Russell Belk 陈中民 Ken Erickson 李亦园

Alf Walle 杨圣敏 杨庭硕 周大鸣

## 编辑顾问(以姓氏拼音顺序排列)

陈刚 关键 李德宽 林晓华 麻国庆 龙远慰 潘蛟

David Smith 王建民 王天津 王远新 张继焦 赵旭东

## 主编

田广 罗康隆

## 执行主编

罗康隆

## 编委会成员

游俊 肖湘愚 龙先琼 李汉林 暨爱民

赵树冈 瞿州莲 吴晓 刘世彪 刘志宵

邵侃 覃娜娜 朱晴晴 李玲霞 袁理

# 行政管理人类学:建设高素质 专业化干部队伍

——专访汕头大学教授田广

习近平同志在党的十九大报告中强调,要建设高素质专业化干部队伍,要注重培养专业能力、专业精神,增强干部队伍适应新时代中国特色社会主义发展要求的能力。随着我国经济社会发展进入一个全新的历史阶段,人民、党和政府对各级领导干部的要求,将不断提高。因此,各级领导干部必须加强学习,不断提高自身的综合素质,才能更好地面对新的挑战。应用人类学专家、汕头大学商学院特聘教授田广,日前在《学术前沿》发表重要文章,提倡领导干部应当学点人类学,以提高管理潜质与能力,增强领导干部的学术修养。为此,记者专访了田广教授。

中国社会科学网:习近平同志在党的十九大报告中强调,要大力发现储备年轻干部,注重在基层一线和困难艰苦的地方培养锻炼年轻干部,源源不断选拔使用经过实践考验的优秀年轻干部。随着我国经济社会的发展进步,各级领导干部必须加强学习,不断提高自身综合素质,才能更好面对新挑战,对此应如何解读?

田广:首先,我认为高素质专业化干部队伍的建设,是一项艰巨复杂的社会工程,具有多重路径。按照党的十九大报告精神,加强高素质专业化干部队伍的建设,就要不断增强党自我净化、自我完善、自我革新、自我提高的能力,始终保持党同人民群众的血肉联系。能否保持党和党的干部同人民群众的血肉联系,是领导干部素质建设的一个重要方面。正如习近平同志在报告中所指出的,我们党来自人民、植根人民、服务人民,一旦脱离群众,就会失去生命

力。加强作风建设和干部队伍建设,必须紧紧围绕保持党同人民群众的血肉联系,增强群众观念和群众感情,不断厚植党执政的群众基础。

保持同人民群众的血肉联系,就要努力践行党的群众路线。毛泽东主席曾经提倡“从群众中来,到群众中去”的工作方法,党的十九大报告则反复强调我们必须始终保持同人民群众的血肉联系,两者都要求领导干部须深入基层,深入社会实践的第一线。

领导者在组织中担负着引导和服务两个方面的职责。行政领导者是行政管理活动中的关键要素,行政管理过程学派认为,行政管理就是对人力和其他资源进行计划、组织、领导和控制,以快速有效地实现组织目标。管理者通过做出决策、分配资源、指导被管理者等一系列活动来实现工作目标。因此,管理是一种社会现象。

我们提倡领导干部学习人类学,是借用人类学比较成熟的方法论与理论范式,让领导干部在处理行政管理的事务中多一些“接地气”的方法,从而真正做到有的放矢和高效的管理。人类学对人的研究,倾向于从社会与文化的视角来剖析人的共性与差异性。人类学所采用的田野调查、参与观察、主位与客位、文化相对论、文化与人格理论、文化功能主义等方法和理论视野,能够从多个角度认识人的本性,理解人的行为动机,把握人的心理特点,客观评价人的物质与精神需求,真正把握人的生物与文化需求,进而为领导干部提供参考,以便采取有针对性的措施,提高管理效率,在不违背基本人性原则的前提下,真正实现“以人为本”的人性化管理。

人类学的田野工作方法论、民族志的独特书写文化与其他多个学科新的学术生命力与实践创新力,实现了超越原本学科所能想象的质的飞跃,获得了全新的发展前景。行政管理人类学是在全球化背景下应时代及现代行政管理的要求,而形成的一门关于行政管理学与人类学相结合的交叉学科。其所研究的内容就是协调人与之间的关系,目的在于使人力、财力、物力相互协作达到最高效率。因此,领导干部学点人类学,是管理潜质和能力提高的一条重要且有效的路径,值得探讨。

中国社会科学网:您刚才提到了行政管理人类学这样一个概念,能否就此做详细阐述说明?

田广:行政管理人类学作为一门理论指导的学科是通过人们长期实践过

程总结而来的。在行政管理人类学中,行政管理是根据国家法律推行政务的组织活动,而行政组织的职员或者说干部是由不同文化背景的个体组成,这些不同文化背景的干部通过上级领导干部参与和执行行政事务,如经济建设、文化教育、市政建设、社会秩序、公共卫生、环境保护等各个方面,并且把执行后的决策结果落实到普通民众身上。在看似庞杂机械的行政管理系统中,实质的落脚点则是:行政领导—行政职员—人民群众。这也诠释了行政管理事务的最终结点就是毛泽东主席所倡导的“为人民服务”。在行政管理人类学的视野里,领导与被领导的关系,说到底就是人与人之间管理与被管理的关系。这也正是行政管理人类学视野的独特之处。行政管理学将人类学的民族志研究方法应用于行政组织、行政运作、人事行政、财务行政、公务管理以及公务伦理中,从而让领导干部学会走进基层,如人类学家走进田野一样调查研究,获取第一手资料。

在领导干部下基层的过程中,应当像人类学家一样,运用专业的调查方法,去参与观察,在观察过程中,领导干部要应当给自己提出以下问题:观察什么以及如何观察?参与什么以及如何参与?与谁对话?参与到什么人群中?以及参与到什么程度?结论是什么?发现问题该怎么解决?领导干部自己应该厘清调查研究过程中的各种关系,用调查的事实情况清楚地回答这些问题。这对领导干部明确调查研究目的具有强烈的启发意义。调查者仅仅是沉浸在他者的生活中,比如只是与基层、下属和民众打成一片,同吃同住同劳动,还不足以理解该生活;除去对他人所作所为以及对他人彼此互动所产生事件的某种被动观察外,他还需要实现不同形式系统化的、深入的观察,涵盖他人社会生活的不同方面,这些系统化的调查要求调查者与被调查者建立一种可持续的合作关系。在行政管理中,作为执政者或者决策者要了解民众需要什么,这样才能在制定政策和落实政策过程中有的放矢,放下“官架”与“权力”,学会换位思考,学会聆听下属以及人民群众不同的声音。习近平主席于2015年9月22日在华盛顿州当地政府和美国友好团体联合欢迎宴会上以梁家河今昔对比为主题的演讲,就很好地诠释了这种富有人类学特征的思想和工作方法。

走进田野、全面考察、调查研究,要求领导干部把调查对象——人民群众放在首位,领导干部走进民众生活,即走进田野,与老百姓同吃同住,把当地人

对自己生活和文化以及他们的需求作为调查和研究的主要目标。文化相对论一般采用文化主位研究法,要求研究者客观地看待被研究的对象,从被研究者的角度来看待被研究者的文化。当然作为研究者、决策者的领导干部不能只是用主位角度去思考问题,还应该跳出主位,用宏观的视角去看待整个问题,即客位,这里就是我们所要阐述的行政管理人类学的文化整体论,要理论联系实际,点面结合,把小事情放在大环境里去研究。

中国社会科学网:行政管理人类学在实践中如何开展,您有何建议?

田广:一是放下身段,走进“田野”。在行政管理的任何范畴,要想让一项政策或者决策真正地落实到位,领导干部必须放下自己的身段,也就是官架子,走进田野,也就是要去第一线调查研究。这样既可以了解党和国家方针政策的落实情况,又能够掌握不同地区经济社会的发展程度,有利于感受群众的冷暖疾苦,最终增强工作的针对性,提高各项工作的实效。

二是主客相宜,换位思考(主客位)。主客相宜要求领导干部无论在进入田野调研或者在处理各种行政事务时,都应该融入当地,了解调查对象的生活习惯、文化背景,以当地人的角度去思考和分析问题,这也就是我们通常所说的换位思考。当然作为一个决策者,当你身体力行地获得第一手资料时,还要转换回你客位的身份,即调查者或者研究者的身份,用历史和文化比较的观点去分析获取的田野资料,从而获得比较客观的结论和决策。

三是放下“常识”与“权力”,学会倾听。“常识”是被社会普遍接受的对文化所做的表达方式,“常识”深深嵌入我们通过感觉获取的经验中,领导干部通常会以固有的“常识”或者“经验”等比较主观的态度做决策。“权力”是领导者表现自己管理手段的体现,但无数事实证明,过分保持和夸大这种权力就会产生滥用权力的现象,滥用权力是对权力价值的破坏。任何权力都有一定的限制和范围,如果硬要突破这种限制和范围就会形成“权力扩张”,最终会危及受众群的利益。

四是放宽“眼界”,把握全局(文化的整体观)。在行政管理体系中,科层制管理,社会分工较为细密,行业分割越来越细,这导致一些行业之间缺乏有效的联系。社会分工的职业化,使人们在认识、处理一些行政事务的过程中过于强调自身领域的特殊性,而忽视了作为整体社会组成部分的各项事务之间的内在关联性。这种过于细化的分工导致公共事务的处理往往会顾此失彼,

难以得到圆满的解决。行政管理人类学方法论中的整体观不仅强调文化要素之间的相互关联性,还强调具体文化要素与整体社会之间的不可分割性。社会作为一个有机整体,其良性运行和稳定发展离不开各组成部分的功能协调与正常发挥。任何一项事务的发生、发展和演变均会对社会整体的发展产生不同程度的影响,一个社会的良性运行得力于各种构成要素的有机配合。

中国社会科学网记者 张君荣

(原文载于 [http://www.cssn.cn/glx/glx\\_yc/201802/t20180216\\_3852193.shtml](http://www.cssn.cn/glx/glx_yc/201802/t20180216_3852193.shtml))

# 从双星的管理实践谈管理人类学

双星集团 汪 海

美国北美商务出版社副总裁、高级编辑田广博士,是当代中国系列丛书编委会的美国执行主编,同时他也是汕头大学商学院的一名资深教授。田广博士与几位学者和专家经过长期的研究探索,编著了一部管理新作——《管理人类学》。在新书出版之际,他邀请我根据领导双星集团、创建双星品牌 40 多年的管理经验,以企业家的视角,谈谈对管理人类学的看法和期望。我接受了田广博士的盛情,于是就根据双星的管理经验写了这篇短文,就算是一个序言吧。

人类学产生于西方世界,传入中国已经 100 多年了。人类学研究的是人们生存的社会环境,以及社会环境对人的情感、态度、行为等方面的影响。人类学使用“文化”的概念来描述和分析人类行为、价值观、选择、偏好、实践、信仰和态度。根据经典的人类学理论,“文化”是所有社会和所有社会生活的基本组成部分。所有的人类行为,包括消费,都是在一定的文化情景下发生的。拥有“文化”的信仰和价值观是人类与动物的最本质区别。

简而言之,人类学是一门社会科学,它研究人们生存的环境,以及这个社会环境对情感、态度、行为等的影响。于是,人类学可以分成几个次分支,其中,文化人类学对于商业实战的应用最有意义,因为文化人类学将“文化”这一概念提升为最有意义的科学概念。文化人类学是研究关于社会群体中的人类行为的。它研究的核心是“文化”。

人类学与工商管理学科有着天然的联系,为当下管理学科理论的产生和发展提供了重要的来源。经过长期的理论研究和实践,工商人类学家们认为,人类学在企业管理中的应用可以细分为七个方面:企业文化、知识管理、文化

审计、组织变化、产品设计、市场和消费者行为研究、全球化和跨文化商务。值得注意的是:在这七个方面中,不仅有三个方面都涉及“文化”,而且都是以“文化”为研究核心。正如新作的“书稿”里明确指出的:“企业文化是传统工商管理学、工商人类学和管理人类学共同关注的内容。”

由于工作的需要,我读过不少企业管理的著作。但是,在此之前,还没有认真读过一本管理人类学。为了不辜负田广博士的盛情,完成他交给我的任务,我只好临阵磨枪,突击拜读了田广博士等专家撰写的“书稿”。读过之后,我有一个奇特的感觉,即管理人类学中讲的许多内容,在企业管理学著作中好多地方也都讲过。尤其让我感到惊奇的是,两门学科都对“文化”给予高度重视,都将其提升到本学科研究的“中心”地位,都对“文化”进行了全面、系统、深入、具体的论述,并提供了典型、生动的案例教学。这与我在双星的管理经验不谋而合。

众所周知,管理科学包括的内容很多。作为一个企业家,要想把企业搞好,创出中国名牌、世界名牌,各个方面的工作都需要关注到,决不可顾此失彼。但是,头脑清醒的企业家都知道,要把企业搞好,把品牌塑造好,决策者必须要抓住企业管理中的主要矛盾,或者说“牛鼻子”。只要抓住了“牛鼻子”这个“纲”,就可以收到“纲举目张”之效。那么,什么是企业管理的“牛鼻子”呢?我40年来的主要经验就是,一定要抓好企业文化建设,“文化是灵魂”,抓住了企业文化建设,其他工作就都可以带动起来了。

几十年来,我在国内和国际上做过许多演讲和报告,在很多场合,经常会遇到记者和听众提出这样的问题:支撑双星在行业内一枝独秀、脱颖而出,创出民族名牌、世界名牌的秘密武器是什么?

每每遇到类似的问题时,我都会首先回报一个爽朗的大笑,接着就说:“双星根本没有什么秘而不宣的绝招。如果有绝招,那么多的人和企业都到双星考察和参观,早就被复制走了。但是往深处说,双星之所以成其为双星,最根本的一点,或许就是双星的企业文化。”

我历来认为,企业文化管理是现代化企业管理的重要内容。没有文化的企业是一个没有希望的企业。企业如此,国家、民族也是如此。如果没有一种优秀文化做支撑,这个国家或民族的前途是不堪设想的。市场是企业的根,管理是企业的本,文化是企业的魂。文化理念的经营是一种高层次的经营,文化

的管理是企业最高层次的管理、最顶尖的管理。双星能够“一枝独秀”，其原因是多方面的，但是文化的东西、灵魂的东西、精神的东西是起主导作用的。

文化不仅是知识和学问，而且是精神，是看得见的，必须重视文化的重要作用，看到文化在改变人们思想观念，弘扬民族精神，树立民族志气，创造民族品牌，推动社会经济发展中的关键作用。

双星独有的、无形的企业文化理念和有形的创新、技术升级工作及员工位置、价值的体现达到有机结合，起到了凝聚员工的作用，起到了增强企业凝聚力、向心力和战斗力的作用。

一个企业的成败关键取决于什么？取决于管理。而文化理念是最顶尖的管理，用文化理念去教育人、改造人、团结人，是双星政治工作的纲。

管人是高科技的高科技。管人最重要的是文化管，人管人累死人，文化管人管灵魂。运用双星文化理念，创造双星民族品牌。

我在抓双星企业文化建设工作中，主要的做法可以概括为“四个坚持、四个结合”。

### 一、坚持文化创新基本原则，与创造独特的双星文化相结合

我所坚持的文化创新基本原则，归结起来就是要坚定不移地贯彻执行三条方针。

#### （一）继承传统优秀的

中华民族文化就是三大文化——儒家文化、道家文化、佛家文化，这三大文化的沉淀、积累、融合，形成了伟大的中华民族文化。首先，要继承中国古代儒家、道家、佛家的优秀思想和所倡导的“行善积德”精神，法家的“以法治国”方略，以及老子、孙子为代表的战略战术思想等。其次，要继承中国共产党领导中国人民进行革命和建设的长期实践中创造的革命精神和成功经验，如“井冈山精神”“长征精神”“南泥湾精神”“铁人精神”“鞍钢宪法”“三老四严”“关心群众生活，注意工作方法”“两参、一改、三结合”等成功经验。

#### （二）借鉴外来先进的

借鉴以美国、日本、欧洲等为代表的发达国家的先进管理理论和管理经验。

#### （三）创造自己特色的

双星通过实践的摸索，结合企业的实际情况，形成了独具双星特色的九大

系列、3000 多条文化理念的企业文化体系,是中国“土生土长”,非常符合国情、非常实用的双星“草根文化”。同时,双星员工不断打破旧工艺、旧标准、旧操作规程,编写了朗朗上口、便于记忆、便于理解和掌握的“三字经”“七字诀”等工艺口诀,共分五大类、1892 条、2.9 万字,成为双星企业文化的重要组成部分。双星继承中国传统文化“行善积德”的精髓,坚持马克思主义“实事求是”的核心,吸收西方先进的管理方法,创造了社会主义市场经济的新文化、新理念,成为中国工业文明的重要内容。

## 二、坚持民族精神,与创建中华民族新文化相结合

我认为,能够不断去粗取精的民族文化,是民族进步的根,也是培育民族品牌最好的土壤。任何一个成功的民族品牌,比别人更胜一筹的,是独特的文化内涵。在中国民族资本主义的发展中,曾创造了许多品牌,这些品牌以“童叟无欺”的诚信观、以“质量为上”的利益观、以“行善积德”的道德境界,成为中国商业史上的骄傲,成为西方世界向往东方文明的化身。这些散发着浓郁中国民族文化气息的品牌精神,应该为中国现代企业发展所传承。尤其是应该看到,民族精神是民族品牌之魂,民族精神是民族文化的深层内涵,是一个民族在历史活动中表现出来的富有生命力的优秀思想、高尚品格和坚定志向,具有对内动员民族力量、对外展示民族形象的重要功能。民族精神是一个民族自立于世界先进民族之林的必要条件。这种精神需要通过结合传统优秀的,结合现时代的现实情况,创造新文化去教育、培育和引导。用优秀的民族文化和民族尊严与市场竞争结合起来,就能创造出新文化,就可以创出民族品牌。

## 三、坚持与时俱进的精神,与现在的新时代相结合

我深知,文化与现实的人性、现实的社会、现实的状况相结合,这种文化的影响力和推动力产生的力量是不可估量的,它是一种思想,是看不见的东西,是灵魂的东西,是最具有凝聚力、推动力的东西。

在整个中华民族五千年的历史时期,每个朝代都有一种非常重要的文化在决定着这个朝代,决定着社会,决定着这个民族的振兴和衰弱。在 20 世纪二三十年代,以李大钊为代表的中国最早的马克思列宁主义者接受了马克思列宁主义,创建了中国共产党。后来,以毛泽东为代表的中国马克思列宁主义者发展了中国共产党。为什么说以毛泽东为代表发展了中国共产党?很重要

的一条就是毛泽东创造了新文化,结合中国实际、结合当时的社会现实。当年毛泽东提出的“枪杆子里面出政权”“星星之火可以燎原”“农村包围城市”“打土豪分田地”“抗日救国救民”“美帝国主义是纸老虎”等文化理论,在当时发挥了重要作用。所以,解放了全中国,建立了新中国,使中国人民“站起来”。邓小平同志在改革开放初期所提出的“实事求是,解放思想”“不管白猫黑猫,抓住老鼠就是好猫”等文化理论,扭转了我们共产党执政以来近30年的以阶级斗争为纲的极左倾向,转向了以经济建设为中心的发展思路,改变了中国,发展了中国,开创了中国特色社会主义道路的新时代,使中国人民“富起来”。现在,以习近平同志为核心的党中央,又开创了中国特色社会主义道路发展的新阶段,正在领导中国人民“强起来”。总之,在每个时代,文化都起了很重要的作用,文化必须与现在的新时代相结合,才能产生源源不断的强大动力。

#### 四、坚持为了企业的生存和发展,与企业的实际需要相结合

我所以要创造双星文化,并不是我有什么“先知先觉”,这完全是被市场“逼出来”的,是双星人在步入市场的实践当中不断总结、不断探索出来的“大实话”,是在实践中悟出来的,也是我结合传统优秀文化创出来的。它源于市场,又指导了双星人在市场经济中的实践。最初,在新文化和旧思想碰撞的时候,是一场你死我活的斗争,我把这种文化坚持下来是很不容易的,推动开来也是相当难的。

比如“有人就穿鞋,关键在工作”“等着别人给饭吃,不如自己找饭吃”“市场是企业的最高领导,是检验企业一切工作的标准”这几句话,就是在1983年双星生产的黄胶鞋因国营商业系统拒收、积压达两百多万双、全厂人心惶惶的紧要关头时提出的,当时这些惊人的口号遭到了许多领导的强烈反对。正是这些话,使双星人成功摆脱了计划经济的束缚,成为最早搏击在中国市场经济大潮中的弄潮儿。

又譬如,在20世纪80年代中期,当国外品牌大举进军中国市场,对中国民族工业造成巨大冲击时,我又提出“创中国人自己的民族名牌”“中国人站着不比外国人矮,躺着不比外国人短,外国人能做到的,中国人也一定能做到!”从此以后,双星便进入了创名牌发展阶段,仅仅用十年时间就创出了中国人自己的民族品牌。而在企业进入实施名牌战略过程中,我又提出“创名牌是市场中最大的政治”“名牌是商战中的‘原子弹’”“创新是商战中永恒不变的

主题”“今天不创新,明天就落后,明天不创新,后天就淘汰”,并始终坚持“自己拿自己当骨干,自我感觉良好”“不管说三道四,双星发展才是硬道理”的双星发展理念。这些饱含哲理的语言,简单而鲜明,给员工以明确而激情的号召,很快形成了全员都创新、人人出成果的喜人局面。

双星下海进市场创业时,我就把企业精神浓缩为“爱厂、求实、拼搏、兴利、开拓、前进”12个字,体现了我和双星人实事求是、不断进取的精神。随着双星人市场意识的增强和市场实践的丰富,双星理念也不断的丰富,如,“用户是上帝,市场夺金牌”的市场精神,“只有疲软的产品,没有疲软的市场”的市场意识,“有情的领导,无情的纪律”的管理方法,“牌子越响、影响越大,形象越重要”的名牌形象意识,“市场是最好的开发部,市场是最大的样品室”的市场开发思路,“多为名牌想办法,少为失误找理由”的进取意识,“做双星高级人、做市场能人、做新时期的双星新人、做代表双星形象的好人”的双星人自律意识,“客观地想、科学地创、认真地做、务实地干、愉快地过、潇洒地活”的世纪宣言,等等,涵盖了管理、品牌、发展、科技、市场、人才等企业管理的方方面面。这些理念又有一个明确的核心,那就是市场,始终坚持“市场是企业的最高领导,市场是检验企业一切工作的标准”,有效地统一了双星人的思想,鼓舞了双星人不断拼搏,不断进取!

我的这些格言、警句都是在实践中随时总结提炼出来的,被世人誉为“汪海语录”,得到了当时原化工部部长顾秀莲的肯定和支持。许多企业到双星学习后,都把“汪海语录”作为治企法宝,就连韩国的老板都跑到双星“偷语录”,以便回去挂在自己的厂子里教育员工。这些看似通俗直白的“语录”,包含着治企真经,不分国界、不分所有制,甚至不分行业,几乎对市场经济下的企业都具有指导作用。

优秀的文化是商战当中不可缺少的精神支柱。双星在全国各地的二三十家生产厂、20多家物流平台、5000家连锁店,管理都是一个模式,靠的就是文化的管理。后来,双星又成功地涉足轮胎、机械产业,并在短时间内发展壮大,创出民族品牌,靠的也是文化的管理。

在创建企业文化的基础上,我又提出贯彻“博采众长,自成一家”的原则,创建一个既贯串科学管理理论的基本原则,又体现双星本土特色的管理理论,即“ABW理论”。那么,何谓“ABW理论”呢?

ABW 理论就是继承中国传统的象形文化,以民族文化智慧和独特的民族精神为内涵,形成双星的中国式管理理论。

“A”就是老大,英语 26 个字母 A 是第一个,我们中国人也说它是老大、第一、塔尖。寓意中国的企业家和企业要站得更高、看得更远、更全面,敢为天下先,勇于争一流。

“B”由两部分组成,拆开就是 1 和 3,就是 13 亿的大国、13 亿的大民族、13 亿的大市场。“1”像顶梁柱,寓意我们企业家要有顶天立地的精神,要有市场经济的“三性”观(个性、人性、党性);“3”形似人俯身弯腰,寓意企业家要脚踏实地,扎扎实实,才能把企业搞好。

“W”形似雄鹰展翅,“W”也是我名字的第一个字母,寓意企业家带领他的团队搏击长空,永不满足,敢于挑战。

在 ABW 理论的指导下,双星长期实施五大战略:名牌战略、多元化战略、国际化战略、差异化战略、“双鞋联动”战略。所谓“双鞋”,就是既给人做鞋,也给汽车做“鞋”(轮胎)。

为了实现五大战略的目标,ABW 理论制定了十八个战术:

- (1)文化是灵魂;(2)理论是指南;(3)战略是龙头。
- (4)机制是动力;(5)领导是榜样;(6)创新是活力。
- (7)制度是天条;(8)质量是生命;(9)成本是关键。
- (10)细节是艺术;(11)竞赛是杠杆;(12)环境是基础。
- (13)亲情是纽带;(14)钱管是保证;(15)名管是升华。
- (16)考核是要害;(17)市场是标准;(18)企业家是核心。

我认为,越是民族的、越是自己的、越是最好的、越是国际的。事实证明,我所创建的双星文化和 ABW 理论,实际上就是具有中国特色的企业管理理论。

综上所述,我觉得管理人类学与企业管理学就好像是一对恋生兄弟,弟兄俩的相貌虽然各有特点,但却有割不断隐蔽的“血缘关系”——即都是以人类为研究对象。我相信,《管理人类学》的出版发行,必然会促进企业管理学的发展,也必然会加快中国特色管理理论的茁壮成长。让我们翘首以待,期盼《管理人类学》的出版发行能为创建中国特色管理理论起到倡导和推动的作用。

# 人类学是全球化背景下不可或缺的 跨学科管理工具

吉首大学应用人类学高等研究院 罗康隆

在昆明一次学术会议上我认识了田广博士,那时他刚从美国回来不久,与他聊起美国应用人类学研究现状与发展趋势的问题,他不仅十分熟悉该领域的最新研究成果,而且也很有激情,给我留下了比较深刻的印象。此后不久,他应我的邀请前来吉首大学讲学,给研究生讲授《经济人类学》,后来与我合作出版了《经济人类学》教材。就在讲学期间,我与学校领导商议成立“吉首大学应用人类学高等研究院”,聘请田广博士任研究院的院长,并商议出版“应用人类学丛书”。到目前已经出版了《工商人类学》《环境人类学》《经济人类学》《饮食人类学》《市场营销人类学》《管理与工商人类学》。呈现在读者面前的这本《管理人类学》也是其中之一。鉴于田广博士在学术上的成就,我们吉首大学向湖南省政府推荐聘请他为海外名师并获得批准。近几年来,田广博士带领的团队,以施政和解决实际问题为导向的应用研究取得了很好的成绩,在国内兴起了工商人类学研究的学术热潮。

毫无疑问,田广博士及其团队在工商人类方面的研究,是我国管理学界和应用人类学界非常有意义的一件事情,他们的努力不仅为我国学术界带来新的研究内容,扩展了人类学的研究路径,而且也把我国学术界的新思想、新成果介绍给西方学术界,特别是在向西方学术界介绍我国经济人类学方面的学术结晶《相际经营原理》方面,田广博士功不可没。西方世界自工业革命之后,开启了工商文明的时代,人类学在其中发挥了推进器的作用。中国自20世纪80年代以来,逐渐地跨出了五千年的农业文明时代,正在步入工商文明时代。