

图书在版编目(CIP)数据

读党史学管理 宋连生著 南昌:江西人民出版社,

2014.12

ISBN 978-7-210-07610-3

I 读史学管 II 宋 III 中国共产党—党史—通俗读物

②管理学—通俗读物 IV 读史学管

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第 244444 号

读

史

学

管

理

宋连生著

江西出版集团
江西人民出版社 出版发行

南昌市红星印刷有限公司印刷新华书店经销

2014年 12月第 1版 2014年 12月第 1次印刷

开本 787毫米×1092毫米 印张 12 字数 240千字

定价 24.00元

江西人民出版社地址 南昌市三经路 26号附 1号

邮政编码 330000 电话 0791-8631111 发行部

网址 <http://www.jxpp.com>

赣图登字 01-2014-001 赣图登字 01-2014-001

(赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换)

目 录

第一章

从哲学的高度抓管理

一切从实际出发，立足本企业的实际，管理者才能够在分析市场环境之后，对内进行资源的合理调配，对外确定企业的经营方向，使整个企业资源配置取得平衡，从而保证企业在市场竞争中取得成功。

1.坚持实事求是,切忌主观臆断	003
2.大胆实践,在管理中学习管理	007
3.在对立统一中把握管理的规律性	012
4.集中精力研究并解决主要矛盾	017
5.用发展的眼光看待主要矛盾	021
6.形势变了,政策与策略也要变	025
7.没有调查研究,就没有正确的结论	030
8.“解剖麻雀”,注意方法	036

001

第二章

政治工作是一切经济工作的生命线

成功的企业家都非常重视思想工作,也都很善于做思想工作。从某种意义上说,他们都是思想工作方面的行家里手,是企业的精神领袖。

1.没有正确的政治观点,就等于没有灵魂	043
---------------------	-----



2.弄清楚“为谁扛枪,为谁打仗”	048
3.坚持“党指挥枪”的原则	054
4.把党的组织建在基层	057
5.做耐心细致的思想工作	062
6.榜样的力量是无穷的	066
7.完成“三大任务”	070

第三章

相信群众,依靠群众,放手发动群众

管理的要务,归根到底就是如何吸纳人、凝聚人、团结人、激励人,是怎么管理人,怎么用人。企业要发展,要做大做强,就一定要使“群众是真正的英雄”的观念深入人心,并在企业的各种规章制度中贯彻落实。

1.群众是真正的英雄	077
2.从群众中来,到群众中去	081
3.先做群众的学生,后做群众的先生	087
4.做群众的向导,不做群众的尾巴	090
5.官兵一致,实行民主管	094
6.关心群众生活,解决群众最关心的问题	100
7.引导并带领群众组织起来	103
8.重视发挥群众组织的作用	107

第四章

政治路线确定之后,干部就是决定因素

在企业发展中,管理者要认识到职责的重要性,不仅要制定正确的战略,更要有一批能够高效实施战略规划の干部。两者兼备,企业才能有更好地发展。

1.领导者的责任:出主意,用干部	115
2.坚持任人唯贤,反对任人唯亲	120
3.坚持用人所长,反对求全责备	123
4.对干部要精心培养,大胆任用	127
5.对犯错误的干部要“惩前毖后,治病救人”	132
6.干部不论职务高低,都是人民的勤务员	136
7.领导干部身先士卒,率先垂范	139

第五章

加强纪律性,革命无不胜

企业需要提高中层管理者队伍的组织纪律观念和政策水平,增强维护企业管理的“统一领导原则”和“统一指挥原则”,确保企业的管理方法、管理制度和管理措施能够得到贯彻与落实。

1.有了统一的领导和纪律,才能无往不胜	145
2.一切行动听指挥,步调一致才能得胜利	150
3.不拿群众一针一线,做人民的子弟兵	154
4.三大纪律,八项注意,条条明确,项项具体	159



- 5.纪律要建立在自觉遵守的基础上 163
- 6.纪律是“铁打的”,纪律面前无例外 168

第六章

研究工作方法,注意领导艺术

管理者在关注先进的同时,也要注意帮助消极、落后的人。先进和落后不是一成不变的,它们在一定条件下可以相互转化。管理者不仅要从道理上承认这种转化,而且要在实际工作中积极创造条件,使先进更先进,后进变先进;防止先进变后进,后进更落后。

- 1.调动一切积极因素 175
- 2.化消极因素为积极因素 179
- 3.学会“抓两头,带中间” 183
- 4.一般号召和个别指导相结合 186
- 5.重视鼓舞士气,气可鼓不可泄 189
- 6.团结一班人,善于当“班长” 192
- 7.学会“弹钢琴”,注意协调性 196

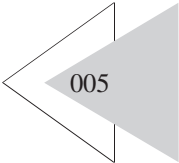
第七章

弘扬优良的传统与作风

中国是世界文明古国,近五千年的悠久历史为我们留下了许多珍贵遗产。近代鸦片战争以来,全国各族人民在争取民族独立,反抗外敌入侵的斗争中,团结奋斗,前赴后继,涌现出了许多民族英雄,留下了可贵的革命传统与作风。

- 1.发扬民族的、革命的优良传统 203

2.坚持理论联系实际,不尚空谈	206
3.密切联系群众,做群众的贴心人	210
4.开展积极的批评与自我批评	213
5.弘扬正气,抵制歪风	217
6.艰苦奋斗,勤俭办一切事情	221
7.谦虚谨慎,戒骄戒躁	226





第一章

从哲学的高度抓管理



一切从实际出发,立足本企业的实际,管理者才能够在分析市场环境之后,对内进行资源的合理调配,对外确定企业的经营方向,使整个企业资源配置取得平衡,从而保证企业在市场竞争中取得成功。



坚持实事求是,切忌主观臆断

003

实事求是中国共产党思想路线的核心,也是现代企业管理必须坚持的基本原则。毛泽东在《改造我们的学习》中,对实事求是做了精辟的论述。他指出:“‘实事’就是客观存在着的一切事物,‘是’就是客观事物的内部联系,即规律性,‘求’就是我们去研究。我们要从国内外、省内外、县内外、区外外的实际情况出发,从其中引出其固有的而不是臆造的规律性,即找出周围事物变化的内部联系,作为我们行动的向导。”^①

主观主义实际上指的是一种唯心主义、形而上学的思想方法和工作作风,其主要特点是:在观察和处理问题的时候,不是从客观实际出发,而是从主观感情、愿望、意志出发,一切从“本本”或者从狭隘的个

^① 《改造我们的学习》,《毛泽东选集》第3卷第801页,人民出版社1991年版。



人经验出发;不是采取联系、发展、全面的观点,而是采取孤立、静止、片面的观点,因而导致主观和客观相分裂、认识和实践相脱离。

毛泽东在《实践论》、《矛盾论》等哲学著作以及其他有关著作中对主观主义的表现、根源、危害以及克服主观主义的方法做了明确的论述。他指出,在中国共产党内,主观主义主要表现为两种形式:一是教条主义,二是经验主义。前者轻视实践和实践经验,把马克思主义理论当作教条和公式,到处生搬硬套,拒绝对任何具体问题进行具体分析;后者轻视马克思主义理论的指导作用,满足于个人的狭隘经验,把局部经验误认为是普遍真理,到处生搬硬套,也否认对具体问题进行具体分析。

有鉴于主观主义的危害性,不仅是毛泽东,中共中央的许多领导

遵义会议后,红军坚持从实际出发,机动灵活地寻求战机、打击敌人,取得了四渡赤水等一系列战役、战斗的胜利。图为红军二渡赤水的渡口之一 太平渡。



人都明确提出要在工作中反对主观主义。而反对主观主义的根本做法,就是要在工作中始终坚持实事求是的原则。实事求是的指导原则和方法,就是在反对主观主义的斗争过程中逐渐形成和发展起来的。

20个世纪30年代,正在中国土地革命蓬勃发展的时候,以教条主义为主要特征的王明“左”倾冒险主义渐渐在中央占据了统治地位,最终导致红军第五次反“围剿”的失败。

在长征途中,中国共产党召开了具有历史意义的遵义会议。遵义会议,是我们党第一次独立自主地解决自身的重大问题。这次会议堪称是一切从实际出发、实事求是的典范。此后,毛泽东倡导的实事求是精神逐步成为党的指导思想。

遵义会议后,党中央和红军领导机关坚持从实际出发,根据战争形势和敌我力量对比的变化,不断调整并确定了正确的战略立足点。中央红军经历了从去湘西,到川黔边,再到川西或川西北的战略选择过程,最终北上陕甘,将革命大本营奠基在大西北,使红军化险为夷,转危为安。在长征途中,面对敌人重兵围追堵截,以毛泽东为代表的中国共产党人彻底改变了过去“左”倾错误领导者在军事上的呆板做法,审时度势,实施机动灵活的作战指导,敌变我变,大范围地机动作战,声东击西,避实就虚,纵横穿插于敌军重兵集团之间,取得了四渡赤水、兵临贵阳、威逼昆明、巧渡金沙江、飞夺泸定桥等作战的重大胜利,创造出了许多灵活用兵、机动歼敌、以少胜多、以弱胜强的经典战例。

抗日战争时期,中共中央从抗日战争和党的建设的实际出发,系统地清算了“王明错误路线”的影响,确定了实事求是的马克思主义思想路线。正是在党中央和毛泽东实事求是的正确思想指引下,中国共



产党领导全国人民取得了中国革命的伟大胜利。

企业管理同样需要坚持实事求是的原则,研究中国经济的发展规律,根据实际情况走出适合自己情况的发展道路。如果一个企业不考虑自己所处的环境和企业的发展状况,只是一味地照搬照抄其他企业的成功经验,那它就不可能也不会成为一个成功的企业。

德隆公司曾经是中国最大的民营企业,它的倒闭就起源于2001年企业的资金链断裂。为什么会出现这种情况呢?原因除了德隆把大量的资金放到二级市场炒作之外,企业本身产业整合的理念也有重大失误。德隆公司的资产主要分为两大部分:一是实业企业,有200多家,行业从番茄酱、水泥到重型汽车、铁合金,不一而足;二是金融企业,德隆控股参股了多家证券公司、租赁公司、信托公司、商业银行等等。德隆所做的是很多企业家所梦想的事情,就是搞一个金融控股公司,希望以金融和产业为“两翼”,以金融资金资助产业的发展,实现做大做强的目的。这个来源于美国的金融控股发展模式在德隆那里遇到了严重的“水土不服”。发展规模的急剧扩张成为德隆长期追求的目标,但由于中国民营企业的天然局限性,使其对宏观政策面的把握存在着天生的不足。同时,德隆在产业整合上步子迈得太快,战线拉得太长,一些做法太理想化了,这也使德隆遭遇到前所未有的资金压力。这个高速扩张形成的庞大帝国根基是建立在高负债的沙滩上的,这就注定了它的脆弱。最终德隆功败垂成,轰然倒塌。

企业战略决策的制定必须立足于实际,管理者应该认真分析企业的现状,寻找出适合自己的发展模式。

TCL移动通信有限公司是一家主要生产手机等移动通信工具的现代化高科技企业。2003年,TCL移动手机销售额近100亿元人民币,名列国产手机第一。随着组织规模的不断发展壮大,业务的日渐增多和企

业文化的逐步成熟,各种业务运作和管理事务也日渐繁多与复杂。光总部就有80多个文职秘书负责日常文件的拟稿、传送与报送,即便这样,一个文件八天、十天也不一定能跑下来。信息传递速度与效益的低下,严重影响和制约了企业决策的执行,延误了宝贵的市场先机,大大降低了公司竞争策略的执行力。针对公司面临如何加快办公运作效率和实现资源共享的问题,TCL公司参考了其他知名公司有效的管理模式,做出了使用OA(办公自动化)系统的管理改革。由于TCL公司是立足于企业规模大、信息传递慢等实际情况,及时采取了相应的措施,使企业效益得到了明显回升。

实事求是的思想是现代企业在发展中所应遵循的重要原则。只有一切从实际出发,立足本企业的实际,管理者才能够在分析市场环境之后,对内进行资源的合理调配,对外确定企业的经营方向,使整个企业资源配置取得平衡,从而保证企业在市场竞争中取得成功。



大胆实践,在管理中学习管理

一个人是通过学习成长为管理专家再走上管理岗位,还是在管理实践中学习管理?对于这个问题,不同的人肯定会有不同的回答。从哲学的高度来讲,这实际上是一个知与行的关系问题。毛泽东在《人的正确思想是从哪里来的?》一文中开篇就写道:“人的正确思想是从哪里来的?是从天上掉下来的吗?不是。是自己头脑里固有的吗?不是。人的正确思想,只能从社会实践中来。”^①这是讲人的正确思想的来源问

^① 《人的正确思想是从哪里来的?》,《毛泽东文集》第8卷第320页,人民出版社1996年版。



题。在《中国革命战争的战略问题》一文中,他又写道:“从战争中学习战争——这是我们的主要方法。没有进学校机会的人,仍然可以学习战争,就是从战争中学习。革命战争是民众的事,常常不是先学好再干,而是干起来再学习,干就是学习。从‘老百姓’到军人之间有一个距离,但不是万里长城,而是可以迅速地消灭的,干革命,干战争,就是消灭这个距离的方法。”^①

毛泽东率领工农革命军上井冈山后,接受了袁文才、王佐部队的斗争经验,又取得了二次攻打茶陵等战斗的经验。在这一系列实践经验的基础上,毛泽东于1928年1月提出了“敌来我走,敌驻我扰,敌退我追”十二字游击战原则。南昌起义失败后,朱德、陈毅率部在粤北、湘南坚持斗争,也总结出了与毛泽东相类似的经验。1928年4月,朱毛会师。毛泽东综合两军的实践经验,于同年5月提出了游击战争十六字诀:“敌进我退,敌驻我扰,敌疲我打,敌退我进。”这一原则后来成为红军游击战争的基本原则。

1929年1月,湘赣两省敌军对井冈山根据地发动五路围攻。毛泽东、朱德决定采用“围魏救赵”之计,由红五军留守井冈山,红四军出击到敌人后方,调动敌人回防,以打破敌人的围攻。然而,红四军下山后,第一仗就打了败仗,未把敌人调动开,自己也回不了井冈山,井冈山失守了。经此一仗以后,毛泽东常常讲要慎重初战,不打则已,打则必胜。从1930年起,红军作战方式开始由游击战向运动战转变,并取得了关于运动战的初步经验。毛泽东又用了个十六字诀来概括运动战的指导思想,即“大步进退,诱敌深入。集中兵力,各个击破。”到1936年,毛泽东总结五次反“围剿”中正反两方面的经验,结合外国军事理论,提出

^① 《中国革命战争的战略问题》,《毛泽东选集》第1卷第181页,人民出版社1991年版。



毛泽东一再强调“从战争中学习战争”。图为毛泽东在中央革命根据地时留影。

了初战三原则。即：“必须打胜；必须照顾全战役计划；必须照顾下一战略阶段。”

在中国共产党内，曾经有一部分教条主义者长期拒绝中国革命的经验，否认“马克思主义不是教条而是行动的指南”这个真理，生吞活剥马克思主义书籍中的只言片语，去吓唬人们。另外还有一部分经验主义者长期据守于自身的片断经验，不了解理论对于革命实践的重要性，看不见革命的全局，虽然也很辛苦，但却是在盲目地工作。

针对这两类人的错误思想，毛泽东于1937年7月写下了《实践论》一文。毛泽东写道：“只有人们的社会实践，才是人们对于外界认识的真理性的标准。实际的情形是这样的，只有在社会实践过程中（物质生产过程中，阶级斗争过程中，科学实验过程中），人们达到了思想中所预想的结果时，人们的认识才被证实了。人们要想得到工作的胜利即



得到预想的结果,一定要使自己的思想合于客观世界的规律性,如果不合,就会在实践中失败。”他指出:“你要有知识,你就得参加变革现实的实践。你要知道梨子的滋味,你就得变革梨子,亲口吃一吃。”^①

从战争中学习战争这一理论,在企业管理中也同样适用。因为管理是一门实践的科学,管理者也要从竞争中学习竞争,从管理中学习管理。

相对于统一、康师傅、旺旺等企业,徐福记进入中国内地的时间是比较晚的。那些先来的企业把在台湾的先进营销理念带到大陆,使大陆的营销实践得到了迅速发展。作为一个食品中细分的品类,徐福记散装糖果怎么能够在强手如林的环境中占有一席之地呢?

从品牌能力上来看,由于统一、康师傅、旺旺等企业在大陆市场的前期进入,徐福记已经处于落后状态,因此在它刚进入大陆市场时销售量很低,企业甚至面临破产的可能。对此,徐福记认为,如果按照传统的套路,先打造品牌再上货架,无疑是一场旷日持久的拉锯战,而且不知何时才能有所斩获。为了改变落后局面,徐福记打破了传统的销售模式,从终端开始,让产品直接面对消费者,使有限的广告终端化,形成一个集现场销售、广告、促销、竞品拦截、终端管理等五大功能于一体的管理平台,既避免了单品进场的庞大费用,又能使足够多的产品整体进场,实现统一结算,形成年度合同。平时做展示,旺季出销量。在广告和人员促销跟进上也按照这样的销售关键日进行配置。于是在很多人看来,徐福记是很有意思的:平时是打死都找不到广告,年节期间是打死都能看到广告。

糖果销售的季节性明显,大部分产品专柜均采用临时摆放形式。

^① 《实践论》,《毛泽东选集》第1卷第282—298页,人民出版社1991年版。

比方在3~7月的糖果销售淡季，很多品牌的专柜陈列面积只有旺季的一半，到了10月中下旬，各糖果品牌才开始扩大产品陈列面积，这就要求厂家在淡旺季分别使用不同的陈列专柜。针对这一情况，徐福记在1997年最先引进了国外的桶式陈列专柜。这种专柜的陈列形式灵活，可以自由拼凑，陈列面积也可以随着卖场的需要随意更改，完全迎合了大型商场超市的要求，同时也为厂家节约了大量的开发成本。而国内的其他品牌在最近几年才开始接受这一专柜形式并进行大面积的应用，其更新速度远远落后于徐福记。

徐福记就是在实践中不断总结不断进步，凭借着标准化管理和终端化经营模式树立了自己的品牌形象，在一个细分品类中获得了长足发展，在别人喧嚣的广告战和促销战以及口水战中，稳健地用六年多的时间把业绩做到20个亿，让很多业内人士都为之惊叹。

作为一个伟大的思想家和战略家，毛泽东不仅重视实践，而且能够从实践中得出正确的认识指导实践，推动实践不断发展。他认为，只有在实践的基础上，认识才会不断进步，组织才能够从平凡走向卓越。

优秀的企业，实际上都是从小事情、小地方做起的。小事情，重复千百万次，就变成了大事情，变成了伟大的事业。综观现代优秀企业的发展史，可以发现，它们很少有跨越式、爆发式的成长，大多是在一点一滴的发展中逐步壮大的。

20世纪80年代，美国的企业受到日本企业的严重挑战。美国举国上下都在自问：“为什么日本人行而我们不行？”为了解开疑惑，寻求秘诀，美国人找到了戴明，一位被驻日美军司令麦克阿瑟举荐给日本企业界的美国企业管理学家。戴明的回答十分简单：我告诉日本人，每天进步1%。

任何企业要想取得长远发展，都应该大胆实践，从实践中摸索出