

<<感化力>>

图书基本信息

书名：<<感化力>>

13位ISBN编号：9787301140215

10位ISBN编号：7301140215

出版时间：2008-08-01

出版时间：北京大学出版社

作者：褚立，陈非 著

页数：274

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<感化力>>

前言

走进九牧王坐落于泉州经济技术开发区的现代化工业园，在办公大楼一层电梯口，可以看到一个阐释九牧王经营哲学的文化看板，上面写着：“牧心者牧天下。

”古人云：“得人心者得天下。

”《孙子兵法》曰：“不战而屈人之兵，善之善者也。

”是谓攻心为上，攻城为下，“牧心者牧天下”与此同义。

诚信为事业之本。

诚者心也，信者言无二也，牧者因势而导也。

能牧心者。

即能牧天下也。

九牧王深信：成功经营的秘诀在于成功经营人心，人心所向即是经营所向。

十几年的栉风沐雨，九牧王管理层以心交心、以心知心，与工作伙伴们建立起贴心、靠心、暖心的深厚情谊，也让每一位加入九牧王大家庭的成员身在九牧王，心在九牧王。

和乐融融的今天，更印证了九牧王“牧心者牧天下”这一颠扑不破的真理。

字里行间，深刻蕴藏着“感化型企业创建之道”的思想内涵。

而在进一步了解之后，企业感化力的气息更是扑面而来：董事长林聪颖亲自为过生日的员工签发生日贺卡，每天近二十个，重复再重复，却乐此不疲，一签就是十几年。

九牧王5000多名员工，每年春节过后返厂率几乎为100%。

自创业以来，九牧王一线员工年流动率始终维持在1.5%以内，即使放眼全国，这也是一个奇迹。

每年让正规医院医生到企业为全体员工做全面体检。

曾经通过细致的体检发现一名年仅18岁的女工患肝癌一期，由于施救及时，她至今仍然健康生活着。九牧王还特意在食堂安放煤炉，专供员工熬中药。

“爱心直通车”24小时服务，为员工及其家属提供日间5分钟、夜间10分钟内到达的紧急接送服务。

为减少灯光对员工眼睛的刺激，车间的日光灯采用对角线方式排列……点点滴滴，不胜枚举，看似不起眼，却饱含强大的“感化力”。

2005年至2007年，九牧王相继被评为泉州市“感动员工十佳民企”第一名、2006CCTV年度雇主调查之泉州市“十佳年度雇主”第一名(并荣膺“年度最佳雇主”称号)

、“全国模范劳动关系和谐企业”、2007“CCTV年度雇主全国50强企业”。

2006年2月，在东西部城市联盟劳务合作洽谈会上，湖北省总工会工作人员带领30多名农民工专程赶到泉州，指定要进九牧王工作。

2006年夏天，九牧王扩大生产线拟招工800名，招聘人员足不出户，三天内竟有1800多名工人蜂拥而来……追根溯源，作为一家劳动密集型企业，九牧王的号召力正是源于企业家的感化力，源自他们骨子里的儒商基因、血液里的使命感与责任感、心灵里的放牧思想。

在林聪颖的经营理念里，一个成功的感化型企业，必须具备四个要素：一个好的领袖、一个好的团队、一个好的品牌和一个好的模式。

唯有感化型领袖才能成就一个感化型企业，唯有感化型组织才能打造一个好的团队，唯有感化型营销才能塑造一个好的品牌，唯有感化型管理才能形成一个好的模式。

实现这一切，都离不开感化型企业文化的有力支撑。

在他的带领下，九牧王以中国传统文化为体，以现代管理方法为用，以“长青林企业文化”为本，以“感化力”为企业人本哲学，搭建起持续优化、和谐共荣、有序循环的组织、管理、团队、营销与品牌体系。

“桃李不言，下自成蹊”。

“感化力”理论与“感化型企业创建之道”，是九牧王收获成功的基石，也是九牧王为中国企业界奉献的一场思想盛宴。

但开风气不为师，善莫大焉。

<<感化力>>

<<感化力>>

内容概要

解密中国西裤大王成长背后的的心路历程，提示当代闽商人本管理的探索与思考，为中国本土企业稳健成长提供智慧之源，解决之道。

在闽南企业群中，九牧王——“中国西裤大王”以独树一帜的经营管理享誉业内，堪称异数。

本书通过对九牧王近二十年经营管理实践的梳理和总结，首次揭秘了九牧王“牧心者牧天下”的经营哲学，并系统阐释了“企业感化力”理论与“感化型企业创建之道”，以此为中国企业界奉献一场思想盛宴。

书籍目录

自序 走进九牧王——探知“感化型企业”创建之道前言 感化力：东方人本管理哲学第一章 企业感化力一、以情感人，以文化心基于“人性本善，众生可度”的感化力在于“以情感人，以文化心”的感化力二、发现《道德经》里的“企业力学”“道”：企业文化“一”：感化力“二”：向心力+凝聚力“三”：学习力+创新力+执行力1.持续的学习力2.活跃的创新力3.高效的执行力“万物”：企业合力三、感化力——九牧王“牧心之道”第二章 内圣外王：感化力的智慧之源一、内圣是修养，外王是作为内圣外王的基本内涵内圣外王——感化型企业创建之道二、九牧王内圣之道以感化型文化“修身”以感化型组织“齐家”以感化型管理“达人”三、九牧王外王之法以感化型团队“治业”以感化型营销“创牌”以感化型品牌“牧天下”1.九牧王战略规划2.九牧王目标规划第三章 感化型企业家的锤炼一、骨子里的儒商基因仁者爱人：要满足消费者的要求，先满足员工的要求义达天下：九牧王永远牢记的“三条底线”礼贤下士：没有追随者，成不了领导者智在人先：知道得多一些，发现得早一点信以立心：诚信是每个人的第二生命二、血液里的使命感与责任感源于企业的使命感归于社会的责任感三、心灵里的放牧思想“放”：胸怀与境界“牧”：方法与艺术第四章 感化型组织的创建一、东西方组织行为学比较二、感化型组织的哲学思维创建组织的“1234思维”1.一个核心：经营人心2.两个原则：以人为本，以集体利益为重3.三位一体：“法”、“理”、“情”4.四个共同体：文化共同体、发展共同体、利益共同体、生命共同体组织运行的“简易思维”1.“简易思维”的含义2.“简易思维”的特征3.“简易思维”的应用三、感化型组织创建模型组织经脉——宏观循环系统组织络脉——微观循环系统四、感化型团队的打造光合作用——自我感化同气连枝——团队感铂1.思想感化：潜移默化，润物无声2.制度约束：制度绝情，企业有情3.行为带动：管好自己，管好别人内外同心——辐射感化第五章 感化型管理的实施一、家族企业的昨天、今天、明天昙花与常青藤——家族企业冰火两重天二、企业可以家族式，管理不可家族化三、林聪颖的“管理思辨”“管理思辨”之人性化与人情化“管理思辨”之私有化与社会化“管理思辨”之经营者与投资者“管理思辨”之人治与仁治“管理思辨”之有为与无为“管理思辨”之痛苦与快乐“管理思辨”之过程与结果“管理思辨”之人才与人手“管理思辨”之个性与共性第六章 感化型营销的开创一、内外生态圈——营销生态学认识论二、九大原理十大法则——营销生态学方法论“有无相生”原理（变易法则）“内外兼修”原理（耐受性法则）“上下同欲”原理（共生法则）“攻守兼备”原理（抢占法则）“刚柔并济”原理（多样法则）“道术融合”原理（跟进法则）“取舍有章”原理（生态位法则）“点面联体”原理（最小因子法则）“身心合一”原理（丛林法则与1/10法则）第七章 感化型品牌的打造一、品牌认识论——品牌九段论二、品牌方法论——精耕细作三、精耕——感化型品牌的运作思维“优生优育”法则——核心产品先为王“产品延伸”法则——总有一款适合你“不折不扣”法则——新品上市统一价“率先模仿”法则——赢利模式巧借鉴“一脉相承”法则——文化内涵有延续“边厅效应”法则——进卖场一步之遥“产品增值”法则——溢价能力自然来“名副其实”法则——行业西裤真专家“形象保鲜”法则——面子工程常更新四、细作——感化型品牌的具体运作方法名正言顺事成——“名不虚传”定律让卖场动起来——“文化互动”定律形赏心色悦目——“立体陈列”定律让产品亮起来——“细节点缀”定律高品质高品位——“两个合身”定律1.“合乎身材”就是高品质2.“合乎身份”就是高品位商标也是广告——“第一印象”定律服务就在身边——“众星拱月”定律在最高处插旗——“形象标杆”定律有质量的服务——“贴心顾问”定律第八章 长青林文化纲领一、缘起1.精神力量生生不息2.接触、理解、关爱3.播撒梦想的种子4.构筑生态共同体二、根文化渊源：根植传统，深耕未来经营哲学：牧心者牧天下企业品格1.企业精神：心相通，力相聚2.企业作风：自觉，自律，创新，学习3.文化概念：长青林文化4.文化宣言：集百家之长，成一家特色三、茎嫁接理念1.企业愿景：打造百年品牌，追求永续经营2.终极目标：尽社会责任，铸百年基业3.企业使命：永踞中国西裤业之巅，致力于高质量高品位的男装生产与营销，创造并丰富国际化的男士服饰一价值传递1.核心价值观：团结凝聚力量，奉献赢得尊重2.经营价值观：强调法制与诚信3.管理价值观：注重团队精神与互相关爱，提倡文明和人性的管理4.人才价值观：用人之长，容人之短，尽人之能，达人之愿四、脉园丁管理光合作用1.九牧王人座右铭：我心在九牧王，九牧王在我心2.九牧王人个人修养：心底无私天地宽3.九牧王人行为规范：用心，耐心，好情绪4.九牧王人沟通观：用人品感动别人，用改变影响别人；用状态燃烧别人，用实力征服

<<感化力>>

别人；用行动带动别人，用坚持赢得别人5.公司伦理：事情第一，感情第二五、枝品牌基因1.品牌标志释义2.品牌核心理念3.基因进化品牌延展1.品牌价值系统：心性自然2.品牌观：九牧王的，民族的，世界的3.品牌定位：商务休闲男装4.品牌愿景：让消费者超值，比竞争伙伴超前，让经营者超越六、叶精耕细作1.工作观：做正确的事，正确地做事，把事做正确2.成本观：无效成本是我们的天敌3.安全观：安全是最高的生产标准4.服务观：诚心，热心，精心，细心5.品质观：品质是价值与尊严的新起点内外生态圈1.营销观：80%是营，20%是销2.危机观：企业诞生之日，就开始与死亡争夺时间3.效益观：多，快，好，省4.竞争观：帮助我们成长的，正是我们的竞争对手5.市场观：进攻才是最好的防守七、花八、果回报社会回报员工九、林后记

<<感化力>>

章节摘录

第一章企业感化力一、以情感人，以文化心基于“人性本善，众生可度”的感化力天地感而万物化生，圣人感人心而天下和平。

观其所感，而天地万物之情可见矣。

——《易经》意为：天地互相感应，万物得以生长，道德高深、智慧渊博的先哲能够感化人心，让天下人得以和平安乐。

每个人的精神面貌，都反映了身边天地万物的生长状态。

“生生之谓易”，在《易经》的理念中，“天人合一”是生生不息的最佳状态，人与自然是互相感应的整体。

因此，人与周边环境共生共荣的前提是和谐，实现和谐的前提是感化人心，而感化人心的前提则是出现道德高深、智慧渊博的先哲。

以此来观察商业社会中的企业，不难发现，唯有企业管理者以自身的修养感化企业所有成员，才能营造出员工之间、员工与企业之间、企业与社会之间的和乐融融，才能达到永续经营、生生不息的理想境界。

有志于打造百年基业的企业，应该而且必须具备这种“感化力”。

然而，感化力从何而来？

《辞海》对“感化”的解释为：用潜移默化或劝导的方法感动人，使其思想逐渐起变化。

可见，除了管理者自身的德、才、能以外，还要求管理者通过积极、真诚、持续的行动施以真正的感化。

九牧王对“企业感化力”的关注，并非一时的冲动，更绝非概念的炒作。

在倡导人本管理的今天，九牧王对“企业感化力”的深度研究，其实质是对人性的洞察。

人有感情，有激情，有积极性，有创造性，也有惰性。

人性本善或是本恶，并非哲学命题，更非科学课题，重要的是，我们怀揣怎样的心态去面对每个人。

人性的善恶很大程度上取决于所处的环境和相处的人。

《晋书·华谭传》对环境感化个体也有精辟的论述：“今诚风教大同，四海无虞，人皆感化，去邪从正

。”意为：现在风气和教育天下一统，四海之内安居乐业，每个人都被感化，邪恶之念都被转化成浩然正气。

林聪颖经常强调环境对个体的感化：“九牧王是一片森林，每个员工都是一粒种子，我们应该为所有九牧王人的成长创造阳光、空气、土壤、养分和水，只有这样，九牧王才能成为一个具有强大感化力的企业。

细加揣摩，林聪颖的理念与中国禅宗的“人无不可度”思想如出一辙。

一僧问“慈悲”义，师（慧能）答曰：“外不见有众生可度为慈，内不见有法可得为悲，合日慈悲。

”——《六祖坛经》九牧王“感化力”理论的提出，正是基于对“人性本善，众生可度”的假设，视每位员工“都是一粒种子”，也正因为这样，九牧王始终以不图回报的心态，全心全意为员工创造一个“温馨的家园、成长的学校和成功的舞台”。

在于“以情感人，以文化心”的感化力何谓感化力？

林聪颖的理解是“以情感人，以文化心”。

“以情感人”是基础，“以文化心”是境界。

何谓“以情感人”？

答曰：怀仁爱之心，行仁爱之举。

儒家推崇的“仁智礼义信”，同样是现代企业领导者必备的五种素养，而仁是基础，是前提。

正是怀有仁爱之心，九牧王领导层与员工之间的关系不是雇佣关系，而是真情实感的家人关系。

九牧王人都清楚地知道，在每一次员工大会上，林聪颖讲的第一句话必定是“亲爱的九牧王兄弟姐妹们”，最后一句则往往是“九牧王的今天是因为有你，九牧王的明天更需要有你”。

在九牧王，领导层对员工的仁爱可以追溯到创业之初。

<<感化力>>

仁爱无限送回家风雨无阻显真情“叮铃铃……”，下班的铃声响起。

已经是晚上10点钟了，加完班的员工站了起来，收拾完工作台，相互招呼着走出车间。

公司领导林聪颖、陈加芽、陈加贫已经各自骑在摩托车上，在下面等着她们了。

员工们热情地向他们打着招呼。

他们微笑着。

员工们纷纷走到车棚，找到自己的自行车，推了出来。

没骑自行车的员工就由他们的摩托车载着。

“开始走啦！”

林聪颖大声喊了一句。

创业初期，公司员工都是本地人，其中大部分又是女工，有的离家七八里远。

那时乡镇比较落后，路是泥土路，狭窄又充满粉尘，有的要从田间蜿蜒而过，有的要从林荫穿越而出。

。

考虑到员工们的安全问题，公司领导们决定每晚在员工加完班后护送员工回家。

他们兵分三路，每人负责部分员工，一直把员工送到家门口才放心。

一路上，边行边说，欢声笑语四处洋溢。

每当谈起当年送员工回家这段经历，公司领导们都感觉有些后怕，但并不后悔。

送完所有员工回家后，回来时往往已是凌晨了。

漫长的夜路独自一人，当时还没有手机等现代化的移动通讯工具，一旦出现意外，真是呼天天不应叫地地不灵。

骑摩托车送员工回家，他们一送就是三年，直到公司兴建了员工宿舍。

一千多个日夜，哪怕只有一位员工加班，也照样护送回家，风雨无阻。

那段日子与员工结下的深厚感情，让老员工们回忆往事时仍然感动不已。

何谓“以文化心”？

答曰：以文化修身，以文化治业。

企业文化是企业感化力的精神源泉，文化力催生感化力。

即使过了这么多年，人们对那些昙花一现的民企还记忆犹新：巨人、德隆、爱多、秦池……很多经济研究机构都认为，将有60%的中国民营企业可能在5年内破产，85%的民营企业将可能在10年内消失，就目前而言，我国民营企业的平均寿命只有2.9年。

除了企业战略失误之外，可以说，没有形成与企业发展相适应的企业文化是这些企业短寿的重要原因之一。

从世界范围来看，20世纪企业管理模式经历了三个重要阶段：战后50—60年代是第一阶段，那时企业管理的核心是人、财、物的管理。

20世纪70年代是企业管理演进的第二阶段，其主要特征是以“战略管理”为管理核心。

到了20世纪80年代，以日本企业为代表进一步演进到以“企业文化”为管理核心。

日本对中国传统文化中管理思想的运用，让日本企业确立在全球范围内的领先优势，企业文化管理引起了世界各国企业的重视。

不仅在中国，即使放眼世界，文化竞争也是市场竞争方式不断演进的必然结果，文化管理也是企业追求持续进化的必然选择。

企业建设企业文化，其目的在于以“文化”来“感化”企业中的所有员工。

“以文化修身、以文化治业”是林聪颖矢志不移的经营方向，他不止一次地告诫员工：“文化栽培观念，观念栽培习惯，习惯栽培行动，行动栽培成功。

文化就是一种习惯，好的习惯就是文化。

一个人的习惯决定了他的命运，因为好的习惯会成就一个人的一生，坏习惯则会毁掉一个人的一生。

依此类推，每个企业员工的习惯与企业命运息息相关。

”对于企业文化的力量，他有着自己的深刻体验：“在很多时候，文化比法律的约束力更强，比如一个人敢违反法律，却不敢在亲朋好友办丧事时穿一身大红的衣服去吊丧，这就是文化的力量。

”从2002年开始，企业文化的创新、丰富与宣导成为林聪颖紧抓不放的核心工作，正是在他的引导下

<<感化力>>

，九牧王导入了备受业界瞩目的“长青林企业文化系统”。
以文化修身，内塑一支团队；以文化治业，外树一面旗帜。
在长青林文化的熏陶下，企业价值观转化为所有员工共同的信仰与行为准则，企业感化力空前高涨。

<<感化力>>

编辑推荐

《感化力:九牧王内圣外王之道》通过对九牧王近二十年经营管理实践的梳理和总结,首次揭秘了九牧王"牧心者牧天下"的经营哲学,并系统阐释了"企业感化力"理论与"感化型企业创建之道",以此为中国企业界奉献一场思想盛宴。

<<感化力>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>