

<<中用管理智慧>>

图书基本信息

书名：<<中用管理智慧>>

13位ISBN编号：9787503540769

10位ISBN编号：7503540761

出版时间：2008-12

出版时间：中共中央党校出版社

作者：高天增

页数：237

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>

## 前言

高天增先生是我多年的朋友，他是一位爱学、上进、勤奋，把人生价值与社会价值融为一体的实业管理者。

他提出“中用”这种管理思想是三年前的事情，我当时并没有特别在意，只是觉得能够自己琢磨点东西对个人成长有益。

毕竟能经得起诱惑、又耐得住寂寞的管理者很少，直到三年后邀我为《中用管理智慧》一书作序的这一刻，我才突然意识到：多年来，一直不畏艰难，不屈地实践、追求这种管理思想的精神，在今天是多么的珍贵。

虽然这种管理思想还有待不断地完善，但作为学者，我认为“中用”是管理思想的一块沃土、一粒金种子、一颗充满活力和灵性的幼苗，我们需要呵护她、珍惜她。

《中用管理智慧》一书的内容可以简要地概括为：三种状态（和态、安态、生态）、二种素质（企业素质、企业家素质）、一种价值观（健康），我认为有两点值得注意：一点是本书所提出和态、安态、生态三种管理状态。

这三种管理状态，是我国经济健康发展的基本指导原则，也是党的十七大精神的具体化，更是一个合格的企业管理者应该去学习、去醒悟的管理思想。

一点是本书所强调中用管理思想的协调性。

在此基础上，作者提出了企业素质与企业家素质这两个企业管理中的最根本问题，企业素质决定了企业的质量，企业家素质决定了企业的命运。

作者结合自己在企业管理中的感受，强调了协调性在提升企业素质和企业家素质中的重大作用，并对协调机制、协调特性在理论上给予了系统的阐述。

这两点是中用思想的核心所在，也是本书的亮点所在。

本书也存在着明显的不足之处，比如：对中用思想的产生基础只是笼统地提了一下，对于缺乏国学基础的读者显得有些唐突；篇与篇之间只是通过主导思想相衔接，过渡性地衔接不够流畅等，但这些瑕不掩瑜。

毕竟中用管理思想是个大系统，每一个篇章都有丰富的内容，不可能全面概括，本书在抛砖引玉的基础上，针对性地突出了中用管理思想的重点与核心。

作为一位传统文化的研究者，我一直提倡：传统文化现代化、现代文化传统化。

这是当今社会和谐文化、和谐精神、和谐发展的必然趋势，中用管理思想响应了这一趋势：中国传统管理思想与现代管理思想有机融合的具体化。

中用管理思想是传统中的创新，是现代中的反思。

在这个多元的时代，它需要不断的完善，需要经过更多的实践检验，需要更多人付出更多的艰辛努力。

“千岩万壑不辞劳，远看方知出处高”。

正如古人所言，我们需要不屈的精神、包容的心胸和高远的视角，来清晰一种思路，探索一种思想，构建一种思维；明确一个概念，树立一种信念，建设一种经济哲学新思想。

## 内容概要

企业员工有了安身立命的工作岗位，有安居乐业的生活环境，企业的内部环境自然会和谐有序，企业内部的凝聚力自然也增强，这是企业健康发展的标志。  
企业有爱，才有责任，企业的员工才会爱自己、爱家庭、爱企业，企业才会爱社区、爱国家。

书籍目录

前言一 中用之道在于用中二 我希望：健康的成长着三 从中原出发：做中国企业管理理论的奠基人  
第一篇 “中”之随谈一 产权与话语权二 中用管理思想要素概览表三 中与好四 安和利善的追求五 康乐美  
智信（诚）的追求第二篇 和态管理一 企业协调的五化二 不协调要素三 协调机制的结构四 协调机制软  
与硬五 协调机制的优化六 协调机制的特色七 协调随谈第三篇 安态管理一 广安之安二 人才之安三 企  
业之安四 社会之安第四篇 生态管理一 时代与生态二 企业生态三 现代企业生态经营设计四 现代企业生  
态经营五 现代企业生态经营优化六 企业生态与生态营销七 文化生态第五篇 企业家素质一 企业家之天  
道二 企业家之命道三 企业家之王道四 天、命、王之用第六篇 企业素质一 企业之大道二 企业之中道三  
企业之久道第七篇 中与度一 有度二 用度七大功夫三 和度管理第八篇 中与行一 可持续发展二 企业健  
康附录（一）邀同盟书（二）学习宣言（三）创新宣言（四）进化宣言后记

## 章节摘录

企业的终极目标是完成止于至善天下大德，这无疑也是企业的经营者人生价值追求之流露，儒家思想中的“修身、齐家、治国、平天下”也正是这种思想的写照。

在今天的企业经营实践当中，一些有社会责任感、有时代使命感、有长远战略眼光的企业家，提出了适合当今企业发展的新儒家价值观，重新给企业的追求下了定义，他们强调：“修身、富家、强企、爱社区、报国家”的企业价值观。

企业首先要不断地完善自身，提升自身的竞争力、提高员工的生活水平、改善员工的工作环境，为员工提供安身立命的工作岗位，通过企业的发展来提升员工的生活质量，通过员工的发展来改变家庭的生活质量，让家庭富裕起来，让人人都安居乐业。

这是当今企业最基本的职责，这也是企业为员工提供的“安”。

企业员工有了安身立命的工作岗位，有安居乐业的生活环境，企业的内部环境自然会和谐有序，企业内部的凝聚力自然也增强，这是企业健康发展的标志。

爱社区、报国家是企业的社会责任。

没有脱离环境而生活在真空里的企业，企业的健康发展与企业的周围环境关系密不可分。

企业的经营者要尽力去改善企业的经营环境，而且要主动去承担责任、付出爱心，处理好这种“鱼”与“水”的关系。

如果说建设好社区环境是企业一种爱心的体现，那回报国家便是企业的大爱心的体现。

企业有爱，才有责任，企业的员工才会爱自己、爱家庭、爱企业，企业才会爱社区、爱国家。

但这种止于至善之道的爱与利的关系是分不开的。

这也是企业经营者必须要处理好的关系。

我们提倡基于仁义的大利。

中国几千年的文化体系中，古今中外的文化体系中，没有不讲利的，我们生活当中的俗语也说：

“无利不早起”、“人为财死，鸟为食亡”。

儒家思想中，义利之辩最为常见，而很多人只强调利，而把义的内涵给狭隘化了，把仁义之利给错解了，甚至把“义”与“利”对立起来。

孰不知，仁义是利的根本，用仁义的手段，从事仁义的事业去创利，才是根本上的大吉大利。

首先，企业的经营当中利益的分配机制是个问题，孟子曰：“夫君欲利则大夫欲利，大夫欲利则庶民欲利，上下争利，则国危矣。”

如果处理不好这种利益的分配问题那企业的经营很容易陷入危机，这是企业经营者必须要重视的问题。

当前的很多人都只是贪图眼前的急功近利，而不顾长远的巨利，虽然心知其然，而行有所不能也。

春秋战国时期关于利之公私的辩论中，产生了两个极端的派别：一个是墨子，另一个是杨子。

墨子主张：摩顶放踵，以利天下，从头到脚都可以放弃，而不遗余力地去为别人谋利，是彻头彻尾的牺牲自我，以利别人。

而杨子主张：拔一毛，而利天下，不为也。

天下每一个人都是这样一毛不拔，但也不妨害别人的利益。

这两种主张都是很极端的状态，根本不可能做得到。

既不会像墨子所说，人人都大公无私，天下共利；也不可能像杨子所说：人人为己，既争取自己的自由，又不妨害别人的自由。

那么如何解决这个问题呢？

那就只有回过头来看看儒家的中庸，中庸不是调和论，它是兼容并蓄而适可而止的中道，是合理、和利、同行的大分配原则，企业的经营者要遵循这种分配原则。

再者，公推为五经之首的《易经》也有多处谈利的问题，其主要思想便是“利用安身”。

简单地说用利来安身，如民营企业的股份制改造、企业内部的员工持股等都是用利的表现。

但更为重要的是：它告诉我们企业经营者进行利益分配的一个指导性原则：就是要懂得用利，而不要被利用。

同时，这也是我们企业经营者利于至善的追求所在。

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>