

<<历史是个商学院>>

图书基本信息

书名：<<历史是个商学院>>

13位ISBN编号：9787535769787

10位ISBN编号：7535769780

出版时间：2012-1-31

出版时间：湖南科学技术出版社

作者：张晓刚 (Ed Zhang)

页数：392

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>

<<历史是个商学院>>

前言

这本书里所汇集的，是为实践者写的读史笔记。

它们是我自20世纪80年代、90年代在美国学习政治学、管理、传播学、社会学和历史，以及后来在国际企业就职时，重新审视国故而不断积累的心得。

最近几年，我作为媒体财经报道的策划顾问，也有机会采访国际政要、企业家和管理学者，得以进一步深化思想。

在整理这些笔记的时候，我大致按管理教育的主要科目做了分类，为的是方便阅读，也为了具有一定的系统性。

出版这些笔记的目的，就是为了像与我一样从事各行各业管理实践的人提供一种新的读史体验：富有批判精神但无意贩卖愤恨，长于思辨但不咬文嚼字，充满想象但不脱离现实，饶有兴致但日后也会派上用场。

我们整天工作太忙，无法忍耐空洞说教和烦琐理论；我们每天处理的事太琐碎，也没有必要给自己的脑袋再塞进一些不相干的细节。

我们读史，重点是要用自主的眼光去审视或重新审视那些华夏民族共同的，甚至方方面面都被史料专家反复讨论过的经验，以便从中获取那些新近发生、但尚未充分讨论的管理案例里难以得到的智慧和教训。

书的第一章到第三章，讨论的是中国社会三大组织原型以及它们对现代组织，尤其是企业组织的诸多潜移默化的影响——比如我们的大企业，经常沾染大一统官僚帝国的架势；我们的小企业，很少能跳出传统小农经济运作模式的窠臼；我们社会最具竞争力的企业，或企业在最具竞争力的阶段，都有点军队的风格，虽然这种风格如何得以保持却永远是一个问题。

书的第四章说的是战略：战略的起点，首先是一种不甘心的精神——不甘心受穷，不甘心落后，不甘心机会都被别人抢了去，不甘心失败的精神。

你叫它企业家精神也行——但具有这种精神的人并不仅限于企业家。

第五章也是战略：如果说上一章概括的是“勇者奋起”的话，这一章的概括，就是“智者做局”。

不过“做局”不是骗人，而是一种要求有很大想象力和很高道行的游戏。

话说到这个层次上，难免地，我们也会涉及《孙子兵法》里的一些要点。

第六章是关于领导力。

我绝对不相信某一个人，即令是天才，具有能够领导一个组织从胜利走向胜利的领导力各种要素。

怎样打造集体领导力才是问题的关键。

所以我认为市面上所有教人怎样当一个好领导的书都有欺骗性；不会跟别人配合的领导都是瞎领导，而会跟别人配合的领导，一定都是通过不止一个人来发挥领导力的。

第七章和第八章是“人的管理”。

这是一个大题目；我只讨论了两个方面的问题，一是如何造就青年，二是如何培育忠诚。

中国人讲史，历来要辨别谁是“忠臣”，谁是“奸臣”。

不过一个无情的讽刺，是现实生活中的忠奸之辨经常令人啼笑皆非。

事实上，很多的“奸”都是被权力惯出来的，而很多的“忠”都是在权力的冷落中显现出来的。

第九章说的是学习：在一个大变局的时代，做管理的人到底学些什么好呢？

即便你一辈子学习，你也只能学一些东西，所以，倒不如很专注地去学一些不能不学、不能不想的东西。

你不能不学道德，不能不学历史，不能不汲取社会科学和人文学科的重大启示。

第十章是最后一章，讨论的是产品创意、营销和品牌。

西方人为什么管中国叫“世界工厂”？

这里面其实有两层意思：一是中国生产的产品很多，行销全球，他们不得不服；二是这些产品仅仅只是东西，除基本用途之外，别无更多的意义。

可是这种尴尬状况为什么迟迟得不到改变呢？

这应该也是跟中国服务业发展滞后相关的一个问题。

<<历史是个商学院>>

张晓刚2011年10月

<<历史是个商学院>>

内容概要

本书从中国历史中选取关键阶段、著名事件、重要人物，作为案例进行剖析，旁征博引西方管理学、经济学、营销学等著作中精华观点，绝大部分为作者从原著中翻译而来，力求信达雅；又融汇了大量中国古代诗文中的经典内容，既体现古人“修身齐家治国平天下”的精湛见解，又与现代工商管理思想相通，还可以增进企业家、管理者的人文修养。

在此基础上，作者发出了自己的声音，提出了中国社会三大组织原型并论述其对现代组织的影响及启示，阐述了管理上要注重“仁”的价值，战略上要善于经营不败，领导力建设上要超越个人局限，人力资源管理上要培养忠诚，用人上要提防“马仔政治”，品牌打造上要从传统中找寻“寄托”等诸多观点。

本书的着眼点，不在于讲历史故事。
作者认为，近乎捕风捉影地讲故事，更适宜茶余饭后消遣。
而对于企业家、管理者来说，读史就是要从华夏民族共同的经验中汲取宝贵的智慧和教训，从而获得有助于解决现实问题的启示。

<<历史是个商学院>>

作者简介

张晓刚 (Ed Zhang)

管理顾问、资深媒体人。

长期关注国际政治、金融、经济、全球化以及中国现代化等问题。

20世纪80年代赴美深造，主修政治学、管理学；90年代，旅居纽约，一面聆听世界顶尖哲学家、经济学家和历史学家的教诲，一面参与第一批中国企业海外上市工作。

而后服务于香港金融服务业，曾任投资者关系高级咨询师、证券分析师、中国收购兼并业务董事等职。

21世纪初在北京一家互联网公司任高级副总裁。

2004

年后，在《中国日报》任高级顾问和财经专栏撰稿人。

三十多年来，张晓刚一直关注中国改革发展的战略问题，采访过高尚全、吴敬琏、厉以宁等中国学者，以及蒙代尔（欧元之父）、何汉理（著名中国问题专家）等国际学者，保尔森（美国前财长）、出井伸之（索尼前总裁）等政、商界知名人士。

与此同时，一直为海内外媒体撰写中国财经评论专栏，发表于《改革》、《北大商业评论》、《成功营销》、《战略与管理》等刊物。

<<历史是个商学院>>

书籍目录

自序

引子 听，是谁在唱歌？

第一章 组织：帝国

仁义不施而攻守之势异也。

——贾谊（西汉，太傅）《过秦论》

汉文帝二年（公元前178年）

- 1.秦帝国：一个强制型组织失败的典型案例
- 2.执行力无比强大的秦朝是如何从内部瓦解的
- 3.秦始皇的管理弊病：“加速陷阱”要了他的命
- 4.康熙皇帝为何拒绝重修长城？

5.焚书坑儒：抽空了文化的组织必然一败涂地

6.宋朝自毁长城的教训：拯救个人方能拯救组织

第二章 组织：家庭经济

昼出耘田夜绩麻，村庄儿女各当家。

童孙未解供耕织，也傍桑阴学种瓜。

——范成大（南宋，参知政事）《四时田园杂兴》

淳熙十三年（公元1186年）

- 7.永远的“小农经济”
- 8.帝国与农民的契约：伤不起的天朝天平
- 9.现代大工业解决不了的问题
- 10.在每个成员中培育“当家意识”
- 11.永续经营，不为所欲为
- 12.从精细生产到耕读传家
- 13.社区领袖的大作为
- 14.南宋社区保卫战的启示
- 15.灵活机动，随机应变

第三章 组织：军队

视卒如婴儿，故可与之赴深溪；

视卒如爱子，故可与之俱死。

——孙武（吴国，将军）《孙子兵法》

公元前515年左右

- 16.军队：最富竞争性和凝聚力的团体
- 17.营造家园和成就梦想：刘邓大军改造俘虏兵的启示
- 18.刘邓大军和戚家军共同的原则：打破原有建制
- 19.飞将军李广的紧密协作型团队
- 20.汉军靠什么赢得天下：人的因素，“仁”的因素
- 21.军队中的幕僚角色：军师亦是王者师
- 22.破立须兼行：为什么农民军有的成功有的失败
- 23.“招降纳叛”是大功夫

<<历史是个商学院>>

第四章 战略：心态

战战兢兢，如临深渊，如履薄冰。

——《诗经·小雅·小旻》

西周末期

24.战略是一种心态

25.有的事比读书更要紧

26.创业英雄刘邦和项羽最根本的区别

27.一句威力无穷的反问

28.有一种“战略”让人迷失方向

29.迎接春潮——让组织蔓延扩展的逻辑

30.机会的春天——展望潮流，捕捉发展机遇

31.失去一个大机会就等于失去一个季节

32.战战兢兢、如履薄冰——偏执狂才能生存的真正含义

33.领略真精神，莫用白马制造斑马

34.寂寞长松：企业家需要一种使徒式修炼

35.禅的启示：相信未来，相信无穷

第五章 战略：想象

醉里挑灯看剑，梦回吹角连营。

八百里分麾下炙，五十弦翻塞外声。

沙场秋点兵。

——辛弃疾（南宋，军事家）

《破阵子·为陈同父赋壮语以寄之》

绍熙四年（公元1193年）

36.战略是一种想象

37.《孙子兵法》的魅力：管理者为何要读兵书

38.实力VS计谋——理解《孙子兵法》的起点

39.经营不败——抢占和维护属于你的险要地形

40.简易功夫VS十年功力——羊祜的灭吴战争

41.奇正之术的应用——解放战争和改革开放

42.中国第一大“起死回生经理人”

43.“起死回生经理人”四件事达成复兴战略

44.“烹狗藏弓”之辩：功成身退是无奈还是洒脱？

45.开放式决策：企业家、经理人的“心灵战略”

46.器量决定命运：美国和唐朝崛起的共同之处

47.器量是怎样打造的——两个糟老头子的赫赫战功

48.寻找战略：发现你身边永不枯竭的甘泉

第六章 领导力与领导集体

同声相应，同气相求。

水流湿，火就燥。

云从龙，风从虎。

<<历史是个商学院>>

——《周易?乾?文言》

49.成败在于领导力

50.刘邦团队如何作决策：主持辩论是“帝王师”

51.从一个起点，到万里长征

52.站在古战场废墟上的幽思：一时霸业还是基业长青？

53.创业功臣范蠡出走以后：关于高层换血的想象

54.新的愿景，旧的情结

55.刘备与诸葛亮的风云际会：独角戏唱不成领导力

56.“夹生饭”领导力：未能做大的蜀国生意

57.宋神宗和王安石的变法之路为何没走通之一

58.宋神宗和王安石的变法之路为何没走通之二

第七章 人的管理：青年

前不见古人，后不见来者。

念天地之悠悠，独怆然而涕下。

——陈子昂（唐）《登幽州台歌》

武则天万岁通天二年（公元697年）

59.企业的春天是怎么失掉的

60.大唐崛起：在青年一代中重建忠诚

61.当人才成为大唐帝国的累赘：陈子昂为何盛世不遇

62.燕昭王千金买士的遗患

63.黄金也买不来的无形资产

64.大器晚成是一种激励

65.选雇主也是选命运：荀子四个弟子的人生歧路

66.出身论与反出身论：赵括和刘铭传的成长路径

67.足以当大企业HR主管的红拂女

68.给员工营造一片孕育生机的林子

第八章 人的管理：忠诚

试玉要烧三日满，辨材须待七年期。

周公恐惧流言日，王莽谦恭未篡时。

向使当初身便死，一生真伪复谁知？

——白居易（唐，江州司马）《放言五首之三》

元和十年（公元815年）

69.从金陵怀古说起：大唐冰海沉船上的呼唤

70.唐玄宗身边的“奸臣”是怎样造就的？

71.彼得原理与马仔政治：唐玄宗重用俗吏的代价

72.唐玄宗的高管团队第二梯队建设出了什么问题

73.第二种奸臣：《峯山碑》和李斯

74.第二种忠臣之苏轼：让你的行动作你的政治

75.第二种忠臣之辛弃疾：老战士永不倒下

76.杜牧的两张面孔：行为不羁者有何用？

<<历史是个商学院>>

77.失去内部认同的组织：当郭子仪旧居成为寺庙

第九章 学习与思辨

击石乃有火，不击元无烟。

人学始知道，不学非自然。

——孟郊（唐，溧阳尉）《劝学》

78.发生在我们脚下的沧海桑田

79.在商学院里偷窥和在实践中学习

80.行走，并学习着

81.顶峰体验

82.杜甫的“转益多师”之一

83.杜甫的“转益多师”之二

84.管理必须以道德为指引——向“国学”学什么之一

85.聆听心灵的对歌——向“国学”学什么之二

86.榜样的力量是无穷的——向“国学”学什么之三

87.在百家争鸣中兼收并蓄——向“国学”学什么之四

88.知行合一，参与现实——向“历史”学什么

89.胜负之道，带兵之道——向“兵法”学什么

90.创建学习型组织的起点

91.对德鲁克的误读：不了解文化渊源怎能读懂精髓？

第十章 创意、品牌与营销

应怜屐齿印苍苔，小扣柴扉久不开。

春色满园关不住，一枝红杏出墙来。

——叶绍翁（南宋，江湖派诗人）《游园不值》

92.从产品工厂到意义工厂

93.一件“大路货”如何做成千古绝唱

94.体验经济：为权贵服务还是为人文服务

95.经营品牌的关山，比守卫军事要塞更具挑战性

96.杨万里自创品牌的启示：有人格才更有意义

97.梅花诗和“苹果”：别让个人形象压倒品牌形象

98.被大话拆台的品牌，何不以梅花本色示人？

99.满足情感需求：梅花在市场上为何受欢迎

100.谁在消费梅花——赢得女人便赢得市场

101.境界的竞赛：积聚小差异，创造大差异

102.小篇什亦是大文章：用细节与顾客对话

103.拉大旗作虎皮：从东晋扇子到酒店称谓的关系营销

104.让每一条商业街都变成一本诗集

105.成就中国品牌的大道：从五湖四海来，到五洲四海去

后记 每一代人的考卷

<<历史是个商学院>>

章节摘录

关于管理方式就像秦始皇原本希望的，是建立一个千秋万代的大帝国，从未打算把自己连同祖先的事业草草断送一样，把手下的业务骨干逼得愤然出走的企业领导人，并不是存心跟自己过不去。但是就像秦始皇不懂得“仁义不施而攻守势异”一样，他们也不知道，“push”（催促）来“push”去，只会把企业加速推向死亡。

——《秦始皇的管理弊病：“加速陷阱”要了他的命》关于创业秦朝灭亡的时候，中国人还来不及写《过秦论》；乡村企业家在创办他们的第一个工厂的时候，书店里卖的经济理论全遵循着苏联的理论框架。

在新一代企业家创业的时候，所想到的应该不是书店里卖什么书，市面上流行什么理论，倒是可以想象一下全世界思想家还有什么书尚未写出来。

——《有的事比读书更要紧》关于战略羊祜的灭吴战争从公元269年就开始了。

此后他不是没有遭到过失败，西陵之战甚至败得相当无奈，但他十年如一日，坚持文功武备，把一个“军无百日粮”的拉锯战地区建成了一个眼下敌方不可陷，而将来必可攻敌方的战略高地，为国家完成了“先为不可胜”的战略步骤。

——《简易功夫VS十年功力——羊祜的灭吴战争》关于领导力最具现实意义的领导力，是一种超个人的概念，即一种以任何个人能力都不可替代也不可匹敌的东西。

——《刘邦团队如何作决策：主持辩论是“帝王师”》关于企业文化唐初的发展就是得益于在社会上，首先是在精英阶层、青年一代中间重建忠诚。

这就像在激烈残酷的市场竞争中，企业的每一次调整，或每一次重挫后的崛起和振兴，都需要向员工主体作一次重新承诺，不仅仅承诺工资、期权，更重要的是要有在整个管理过程中都将一以贯之、绝不退让的基本价值。

——《大唐崛起：在青年一代中重建忠诚》关于品牌建设企业领导人如果过度致力于提高个人品牌以及个人粉丝，就可能让公众注意力偏离了公司整体声誉和产品品牌，反倒给企业长期发展造成混乱和伤害。

这一点，苹果CEO乔布斯在退位之前就非常注意。

深具魅力的他的每一场“重头戏”，都是为了支持苹果品牌，而不仅仅是为了宣传自己。

——《梅花诗和“苹果”：别让个人形象压倒品牌形象》

<<历史是个商学院>>

后记

每一代人的考卷2011年5月，就在出版社约我出这本书以后不久，我跟着一个红色旅游团访问了一次西柏坡。

1949年3月5~13日，在这里召开过划时代的中共七届二中全会。

会议结束10天后，作为“中央五大书记”的毛泽东、周恩来、朱德、刘少奇、任弼时就带着当时的中共中央全班人马，以及家属和警卫部队，乘坐11辆吉普车和10辆卡车，一路烟尘滚滚，开往了北平。从这个太行山下的小村庄——中共中央最后一个设在隐蔽农村的驻地，到北平，明、清两朝长达近600年的旧都，仅360公里。

尽管当时路况不好，但乘坐美式野战吉普车走完这段路，与二万五千里长征，甚至两年前毛泽东和中共中央转战陕北的一千多公里路程相比，简直微不足道。

但上路时，毛的心情却格外郑重其事，他把这段行程称为“进京赶考”。

还有人回忆，在一旁的周恩来说：我们应当都能考试及格，不要退回来。

毛又说：退回来就失败了。

我们决不当李自成。

直到今天，“决不当李自成”这句话仍屡屡见诸网上言论和影视作品，足见中国人都对这句话耿耿于怀，不愿忘记。

人们对“不当李自成”喜爱有加，因为它直白、它血性，像一声战斗号角，不过却往往相对轻视“进京赶考”的说法，也许觉得只是诙谐，是雅趣，像羽扇纶巾间的谈笑。

不过这样的理解，显然与随之而来的“不当李自成”的军令状式的表达不相吻合。

唯一可想见的解释，就是中国共产党人，当在他们走进城市，接管政权的时刻，根本不是像后世宣传文艺中的那样，一路上纵情歌酒，指点江山，一股子超人风范。

他们穿着粗布的棉衣棉裤和老棉鞋，一家人挤在一辆刚从战场上缴获的吉普车上，别无家庭财物。

那种物质上的寒酸，以及心态上的紧张，与旧时从乡村赶往京城的考生相比，的确有些相仿。

走进考场去接受决定命运的裁决，尤其是没有前人经验可供参考，充满了不确定性的那种大考，这样的心情，恐怕只有1977~1978年作为“文化大革命”结束后第一批参加高考的人们最有体会：没有人觉得自己有充分准备，会稳操胜券——不管已熬过多少通宵，已多少遍温习过书本上的要领。

因为在此前十多年里正规高考在中国从不存在，而自己在十多年里也从未参加任何文化考试，必然生怕出岔子。

然而问题是，在1949年的春天，当三大战役结束，人民解放军基本平定北方，即将大举渡江，蒋介石败局已定的时候，难道世界上还有什么东西，叫胜利者们在建立全国政权的最后一段里程上，仍然意气收敛？

而古城北平，只剩有长满衰草的城墙，空旷无人的皇宫，还有什么东西，叫他们觉得就像走进考场场的学生那样心情忐忑？

在他们面前，所有往昔的艰难险阻都已无须顾虑。

但彻底的辩证法必然是要有所畏惧的。

从他们“进京赶考”的自况里，流露出来的就是一种对历史的敬畏。

那时的中国共产党之所以能够兑现“不当李自成”的承诺，正是因为它的精英团队，从整体上讲，是怀着那种做学生式的谦卑走进历史的考场的。

同样是造反者，他们的行为做派，与此前那些趾高气扬来到考场却被判不及格而退回的人物，比如李自成、洪秀全，以及曾经跟在他们身后的形同山呼海啸的追随者们，形成了鲜明对照。

蒋介石又何尝没有进考场场的机会？

抗日战争胜利后，很多人视他为民族英雄。

曾经在北平参与领导共产党地下活动的张大中曾对我说过，当时的民众情绪曾让共产党人感到“工作很难做”。

但是国民党的“接收大员”来后，“不出三个月，三青团（国民党外围组织的成员）连坐公共汽车都不买票了……他们自己给群众做了反面教员。

<<历史是个商学院>>

”蒋曾把自己当做国家的天然主宰，但他却缺少对历史的敬畏，更没有能力以这种敬畏去约束自己的部属。

其实，如何“不当李自成”，并不是到1949年才成为中共领导者们内心纠结的事的。

早在抗日战争胜利之前的1944年3月，郭沫若就有一篇论述李自成起义教训长文，《甲申三百年祭》，发表在重庆的《新华日报》上。

《新华日报》是共产党在当时国民党统治区公开出版的报纸。

对李自成，郭的评价，是其所以成功，在于“欲取天下以人心为本”的初衷，而所以失败，又在于胜利后骄傲、腐化，从而失去人心的蜕变。

郭文刊行后，蒋介石的御用文人陶希圣等，即以王朝继承者的口吻，指责那篇文章“为匪张目”，“影射时局”，“是民族主义的羞辱”云云。

《中央日报》（国民党中央喉舌）等党媒接连发表文章对郭文进行“防毒消毒”，“毫不姑息、毫不放松”。

而在延安的毛泽东指示中共中央机关报《解放日报》将其全文转载，供干部学习。

中共中央特别要求“首先是高级领导同志，无论遇到何种有利形势与实际胜利，无论自己如何功在党国，德高望重，必须永远保持清醒与学习的态度，千万不可冲昏头脑，忘其所以，重蹈李自成的覆辙”。

各解放区都为郭文发行了单行本。

同年11月，毛在给郭的信中说：“你的《甲申三百年祭》，我们把它当做整风文件看待，小胜即骄傲，大胜更骄傲，一次又一次吃亏。

如何避免此种毛病，实在值得注意。

”他还说“我虽然兢兢业业，生怕出岔子，但说不定岔子从什么地方跑出来；你看到了什么错误，希望随时示知。

你的史论、史剧有大益于人民，只嫌其少，不嫌其多，精神决不会白费的，希望继续努力”云云。

信中反映出的“生怕出岔子”的心态，应该说，于其后的四年内战中贯穿始终。

人民解放军从战略防御转入外线作战和巩固东北解放区，然后再转入战略进攻的每一步胜利，不仅仅是通过流血牺牲换来的，而且也都是通过强化管理赢得的。

从争夺民心到重建社会，从扩充兵源到征集粮草，都体现出中国历史上前所未有的效率，以及实现这一效率所必然要求的，对无视历史教训的种种傲慢行径的无情处罚。

正是在这样的基础上，在著名的七届二中全会报告结束语中，才有可能提出这样的要求：夺取全国胜利，这只是万里长征走完了第一步。

如果这一步也值得骄傲，那是比较渺小的，更值得骄傲的还在后头。

中国的革命是伟大的，但革命以后的路程更长，工作更伟大、更艰苦。

这一点现在就必须向全党讲明白，务必使同志们继续地保持谦虚、谨慎、不骄不躁的作风，务必使同志们继续地保持艰苦奋斗的作风。

在今天不少人听来可望不可即，说到做不到的两个“务必”的后边，为什么都有“继续”这两个字？这里暗含了一种对“已然”的确认：在整整一代中国共产党人中间，已然形成了这两种作风。

但确认的目的，并非为了宣传。

字里行间并无天下霸主、舍我其谁的炫耀，以及唯我正确，直到永远的虚妄。

人们读出的，仍是那种面对历史当考生式的敬畏——除了“不当李自成”的誓言，甚至还有一种在面对尚待担当的历史重任时，自我渺小的感觉。

在今天的中国大地上，60年前中国共产党人“进京赶考”所留下的遗产无处不在。

其中重要一项，就是覆盖各行各业以及城市、乡村；沿海、内陆的每一个角落的，成千上万的被称做“单位”的组织。

展望未来时，人们对“单位”，尤其是改革开放前的那种，有很多不满，很多批判。

但回顾往昔时，人们不可否认，它们是中国历史上第一次在传统血缘、亲族组织和国家政权之间出现的，由陌生人组成的或可以容纳陌生人参与的，接受同样法律约束和同一的中央政府政策指引的新的组织形式，以及由这种组织所构成的一个新的社会层次。

<<历史是个商学院>>

这种社会组织结构的改变，为历代统治者、改革者和造反者皆不能企及。

论其规模，论其深度，远远超过革命前的洋务运动，口岸开放，以及在西方经济危机和帝国主义战争的缝隙里发展起来的如同星星点点的本土资本主义。

这一次变革，就其对历史延续性的突破，在中国，或许只有两千多年前以郡县制取代分封制的变革可与之相匹敌。

在不到一代人的时间里实施如此浩大的社会工程，代价之巨，全民承受；无数牺牲，皆可歌泣。

但它所蕴藏的意义，远非中央集权行政制度的延伸。

把这一变革仅仅限定为现代版的秦政，不啻是对它的贬低和贱卖，是糟蹋了它的价值。

而以去行政化的和法治的手段从这一基础上为现代市场经济培育出为数众多的竞争性主体来，又成为这一变革势在必行的第二步。

思想解放和改革开放以来，中国已有相当数量的“单位”挣脱了行政桎梏，按照市场经济的规则把自己改造成为自负盈亏、合作竞争的企业或并无明确行政归属的团体。

整个社会随之释放出来的活力很快就赢得了世人瞩目。

被改造过的“单位”提供了一种新的可能性：那就是在自主管理的基础上，发展为在法治框架之下的，经营和发展共同利益并同时增进社会福祉的公民组织。

根据最新数据，这些组织包括有4000多万家企业，其中中小企业和非公有制企业超过4200万户，占企业总数的99.8%。

此外还有聘用人数超过1000万的行政机关、政党机关和社会团体，以及聘用人数达4000万的126万个事业单位（包括学校和医院）。

在农村，还有2800多个县的大约400万个村庄（农村集体）。

<<历史是个商学院>>

媒体关注与评论

很多人认为历史是中国人的真正信仰。
向历史寻找管理智慧，往往是很多中国企业家殊途同归的最后选择。
《历史是个商学院》，历史也是我们精神的庇护所和心灵的家园。
——中欧国际工商学院肖知兴。

<<历史是个商学院>>

编辑推荐

《历史是个商学院》编辑推荐：流血的历史经验，不败的商业智慧！

一部博采中国历史经典案例、融汇中西智慧的经营管理书。

《中国为什么要改革：思忆父亲胡耀邦》作者胡德平、中欧国际工商学院肖知兴教授诚挚推荐！

《历史是个商学院》十章共105篇文章，作者将中国历史中的案例放置于跨越中西的大视野之下，通过经营管理方面的独特视角来审视，从而让人获得全新的启示。

《历史是个商学院》应和了近年来中国企业界寻找中国经营管理正道的呼声：仅靠拿来主义或本土经验都是不够的，必须通过“中西合璧”，才能找到适合中国企业的管理模式。

作者曾问学于世界顶级学者，再实践于中国创新企业，又鸟瞰于知名媒体。

集三十年的观察与思考，最终写成了这本给中国企业家、管理者、创业者和经理人的经营管理书。

《历史是个商学院》还特别推出了官方主页。

在一本书之外，奉送更多智慧和咨询服务，包括但不限于关于《历史是个商学院》的访谈以及书评等动态信息，与作者、编辑交流等。

<<历史是个商学院>>

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>