

<<方与圆>>

图书基本信息

书名：<<方与圆>>

13位ISBN编号：9787807478331

10位ISBN编号：7807478330

出版时间：1970-1

出版时间：海天

作者：丁元峙

页数：310

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>

## &lt;&lt;方与圆&gt;&gt;

## 前言

现在一些企业热衷于企业战略、运营、营销，积极推行ERP、6S等管理方法，但效果始终不彰，原因何在呢？

因为这些都是为了管好事，但事是人做的，没有管好人，是不可能做好事的。

因此只有先管好了人，才可能做好事。

各种管理理论、战略思想、营销法则实质都只是“商术”，“术”是技巧，是表，但最重要的是要有“商道”，“道”才是根源，才是本质。

只有建立在“道”的基础上的“术”，才能发挥作用。

那何谓“商术”，何谓“商道”呢？

“商术”是以管好事为目的，“商道”则是以管好人出发点，因此“商道”即“人道”。

领导者与管理者的区别何在？

这不是职位高低的区别，而是管理方式的区别。

领导者是确定长远的方向，联合群众朝着此方向前进，并激励和鼓励他们。

是以目标、方向为导向。

管理者是确定具体的计划，然后配备人员等组织资源，并监督和控制执行过程。

是以事情、工作为导向。

其实我们只能管理“东西”，人只能“领导”。

领导就是要“领”，要“导”、引导。

因此在现代企业中，管理者要转变思想成为领导者，就要从管好事出发转变为先领导好人，让人去做好事。

那怎样才能领导好人？

这就是企业文化要解决的问题。

值得高兴的是，现代研究证明，领导并不是天生的英雄，领导是一种技能、一种能力，既然是技能和能力，那就是可以通过学习而获得的。

学会思考 2005年，湖南卫视的《超级女声》办得如火如荼，吸引了众多眼球，弄得央视很尴尬。

一个地方电视台资源远远不及中央电视台，但却办出了如此轰动中国的节目。

于是2006年央视经济频道重金打造了一档商业赛事——《赢在中国》。

该赛事历时大半年，奖金丰厚，第一名可获1000万元人民币奖励，第二名700万元，两个第三名各可获得500万元。

因为赛事隆重，所以节目也邀请了一些中国经济界的风云人物。

我做嘉宾的那一期节目，做嘉宾的就有中国富豪榜上排名第一的黄光裕和排名第二的严介和，还有分众传媒的江南春等。

## <<方与圆>>

### 内容概要

文化是无形的，物质财富是有形的，但这种有形却正生于无形。

为什么一流的企业重视企业文化?为什么中国许多“明星”企业很快成为“流星”企业?为什么企业发展越来越大，管控却越来越无力?为什么下属只是被动地完成任务而不是主动地争取成果?为什么企业有完善的制度，但却总是高高在上，无法落实?为什么企业待遇很好，但仍然留不住人才? 这不仅 是“商术”的问题，更是“商道”的问题。

企业运营无非是战略和执行，而战略和执行都是靠人、靠团队来完成的，所以打造一个杰出的团队才是企业的核心问题，而打造团队的最高级、最有效的方法莫过于通过企业文化来塑造。

管理就是管理人，管人首先管思想，带作风。

观念左右思想，思想决定行为，行为导致结果。

所以人的观念和思想才是管理的关键，而企业文化正是通过改变观念，统一思想来为企业管理打下坚实的基础。

我们不要雇佣躯体，而是要抢占心智。

引导思维。

驱动行为。

## 作者简介

丁远峙，中国企业文化第一人，清华大学、北京大学EMBA班企业文化，主讲教授，世华智业集团董事，英国国际管理协会亚洲特约讲师，CCTV《赢在中国》特邀嘉宾。

畅销书《方与圆》、《观念是一切》作者丁远峙在继《方与圆》书的轰动后，基于对企业管理的深刻认识，立下了“用文化管理企业，让企业管理成为文化。

为中国企业腾飞助力”的崇高使命，为了践行这一使命，丁远峙潜心研究企业文化，并创立了博大精深企业文化管理咨询公司，成功主持实施企业文化咨询项目数百个，客户不仅有大型企业集团，还有众多快速成长中的中小企业。

典型咨询经验有韩国三星、香港晶苑集团、中迈企业集团、广州纺织工贸企业集团、泰美克晶体技术公司等，均成效显著。

虽然企业咨询效果巨大，但时间周期过长，企业费用也很大，影响的只能是少数企业，本着学者和企业家的责任，为了尽可能多地帮助企业分享成功经验，少走弯路，丁远峙十年磨一剑精心打造了本书，本书在出版前已作为清华大学EMBA班企业文化教材使用多年，不仅被学员誉为企业文化的权威教材，而且还是对企业经营管理系统的、全方位的通俗实用的诠释，是每一位有志于企业管理者的经典读本。

## 书籍目录

序开篇上篇 优秀企业家必须做好的三件事第一章 找到一个好的商业模式一、创新方式二、企业发展趋势三、创新思路四、创新的捷径：资源整合五、创新机遇的五大来源六、聪明的创意七、集思广益第二章 建设优秀的企业制度并不断加以完善一、产权制度二、激励机制三、人力资源制度第三章 打造能与企业商业模式、企业制度相适应的企业文化一、创新文化二、制度文化中篇 企业文化的作用第一章 企业文化的力量一、用企业文化树起企业的大旗，统一思想二、用企业文化作为企业内部的语言传递三、用企业文化营造良好的环境和氛围，来影响、培育人四、用企业文化增强企业凝聚力五、做产品的最高境界——做出文化第二章 第三代管理——企业文化一、第一代管理——经验管理(1769~1911年)二、第二代管理——科学管理(1911~1980年)三、第三代管理——企业文化(1981年至今)第三章 企业文化是什么第四章 企业文化的特点一、企业文化的“四性”二、企业文化的“三化”下篇 企业文化建设第一章 企业使命一、企业使命就是企业存在的价值和意义二、企业使命能让人们感受到工作的意义三、使命感是最强大的内驱力四、企业使命是企业的道义宣言五、如何树立使命第二章 企业愿景第三章 企业核心价值观一、伟大的原则产生伟大的公司二、用国学精粹构建企业之“商道”第四章 企业精神第五章 企业核心经营理念第六章 人本管理一、尊重、重视员工，平等对待员工二、让员工分享企业发展果实三、随时、随地、随人、随事促进员工成长四、真正的“人本管理”是“以神为本”第七章 企业风格(企业作风)第八章 企业目标一、人生是从树立清楚而明确的目标开始二、在尝试中把握未来第九章 学习型组织文化在行动中学习一、模仿二、反思和探询第十章 企业文化布道一、增强危机意识二、重点突出三、寻找切入点(引爆点)四、领导做表率五、反复地教化六、树立榜样七、强制八、奖罚九、仪式结束语

## 章节摘录

通俗地说就是赚钱的方法。

我们可以考察得到，每一个伟大的企业一定都有一套独特而优秀的商业模式，也正是这样的商业模式，让它们在行业的竞争中独占鳌头。

投机只能带来短期的利润，不能建立起真正的事业。

现代的企业不能只靠一个点子和几个机会赚钱，优秀的企业是需要打造一套系统来持续不断地赚取利润。

所谓找到好的商业模式，也就是要构建一套能在激烈的商业竞争中持续赢利的优秀的企业经营系统。

麦当劳的产生，我们笑话它是学中国武大郎的烧饼。

但就是这样一个简单的快餐饮食店，为什么能销遍全世界，成为超级跨国集团企业呢？

因为克罗克找到了一套独特的商业模式。

麦当劳不是克罗克的发明，但当他看到麦当劳店门庭若市时，他想到了要将麦当劳连锁经营。

但连锁经营怎样才能确保成功呢？

这就要保证各连锁店口味的正宗和一致性，于是他又想到了将麦当劳的制作过程标准化、规范化、系统化。

连锁经营，标准化、规范化的运作，就是克罗克为麦当劳打造的商业模式。

但现在麦当劳店什么最赚钱呢？

是出售可口可乐。

在美国是靠地产，通过选择合适的地点办麦当劳，利用麦当劳的品牌影响力，提升地段价格。

企业发展的轨迹是：点—线—面。

通过经营一个点，完善企业的商业模式，标准化经营方式，打造企业的制度和文化，培养储备人才，而后连锁扩张为线式经营，进一步再发展到多方位的面式经营。

现在海尔是多元化经营，但张瑞敏说在此之前，海尔做冰箱就做了7年，正是通过这7年海尔打下了坚实的基础，为以后的快速扩张做了充分的准备。

沃尔玛是从事传统行业的零售商，这曾被众多专家认为是夕阳产业，但它为什么却能长驻世界500强企业之首呢？

之前在零售行业占统治地位的是西尔斯公司，这是一家超级巨无霸公司，它利用规模优势，使其盈利水平远远高于当时世界上任何其他零售企业。

沃尔玛要战胜这样的巨无霸，唯一的途径就是创新商业模式。

而老山姆也正是成功地预见到了大型零售行业的关键是物流系统，并通过构建现代化的大型物流系统，推出了仓储式的超级折扣卖场，从而占据了零售行业的制高点。

<<方与圆>>

媒体关注与评论

天下万物生于有，有生于无。  
——老子《道德经》

<<方与圆>>

编辑推荐

如果你一生只看一本管理的书，那就看这本好了！



<<方与圆>>

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>