今日 8 版
第 051 期 总第 9094 期
国内统一刊号:CN51—0098
企业家日报社出版
值班副总编辑:肖方林
邮发代号:61—85
全年定价:450 元 零售价:2.00 元

做 中 国 企 业 的 思 想 者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

2018.3.22
星期四
戊戌年 二月初六
中国企业家网:www.zgceo.cn
电子版:http//epaper.ceccen.com
官方微博:weibo.com/jrwbd
http://weibo.com/qyjrb

中铁二十二局集团两项隧道施工工法获国家实用新型专利

解决了铁路隧道斜井进正洞挑顶施工中的重大技术难题

« P2

如何运用互联网思维来创业创新

■ 吴礼明

究竟什么是互联网思维？如何运用互联网思维去思维？互联网思维与创业创新有怎样的关系？互联网思维的基础、动力和本质究竟是什么？

就上述问题，我分别作如下阐述：

一、互联网思维 重新定位整个社会

对什么是“互联网思维”，专家学者们对此众说纷纭。

国家行政学院教授周文彰认为，互联网思维是互联网发明、发展和应用实践在人们思想当中的反应。这种反应经过沉淀转化为人们思考和解决问题的认识方式和思维结构。

互联网思维最早起源于互联网业界，指用互联网时代的新型理念来改造传统产业。

2007 年，百度公司创始人、董事长兼 CEO 李彦宏率先提出：“以一个互联网人的角度去看传统产业，会发现太多的事情可以做。”他预言，“未来不会再有专门的互联网公司，所有的公司都要用互联网做生意”。2011 年他正式提出“互联网思维”概念，明确其含义为“基于互联网特征来思考问题”。2012 年起，小米科技董事长兼 CEO 雷军、阿里巴巴集团董事局主席马云、腾讯公司董事会主席兼 CEO 马化腾、360 公司董事长周鸿祎等互联网产业巨头陆续提及“互联网思维”。

2013 年，人民日报人民论坛率先作出“互联网思维带来什么”的专题报道，紧接着，中央电视台《新闻联播》也播出这条新闻，使这一概念逐渐进入公众视野。

伴随着网络技术的兴盛，人们越来越发现这种适应“互联网时代特点”的新型思维模式在政治、经济、文化等领域发展中具有巨大的应用价值，从而使这一概念逐步从一种产业思潮演变为自下而上的共识。

2014 年 8 月，习近平总书记在主持召开中央全面深化改革小组第四次会议时，提出要推进传统媒体和新兴媒体融合发展，其中强调要“强化互联网思维”，将互联网思维的重要性提升到前所未有的高度。

现在，一种较为流行的观点认为，互联网思维是指在互联网时代基于互联网的特征，对用户、产品、企业价值链乃至对整个商业生态进行重新审视的思考方式，并由此拓展到对整个社会生产、生活方式的重新思考。

二、“跳跃式的实事求是的思维”是互联网思维的基础

百度李彦宏在一次企业家座谈中说：“可能你做的事情并不是互联网，但是要按照互联网的方式去想问题。”

那么，怎样才算按照“互联网的方式”思考问题？

我认为，按照互联网方式去思维，可以有三种方式：

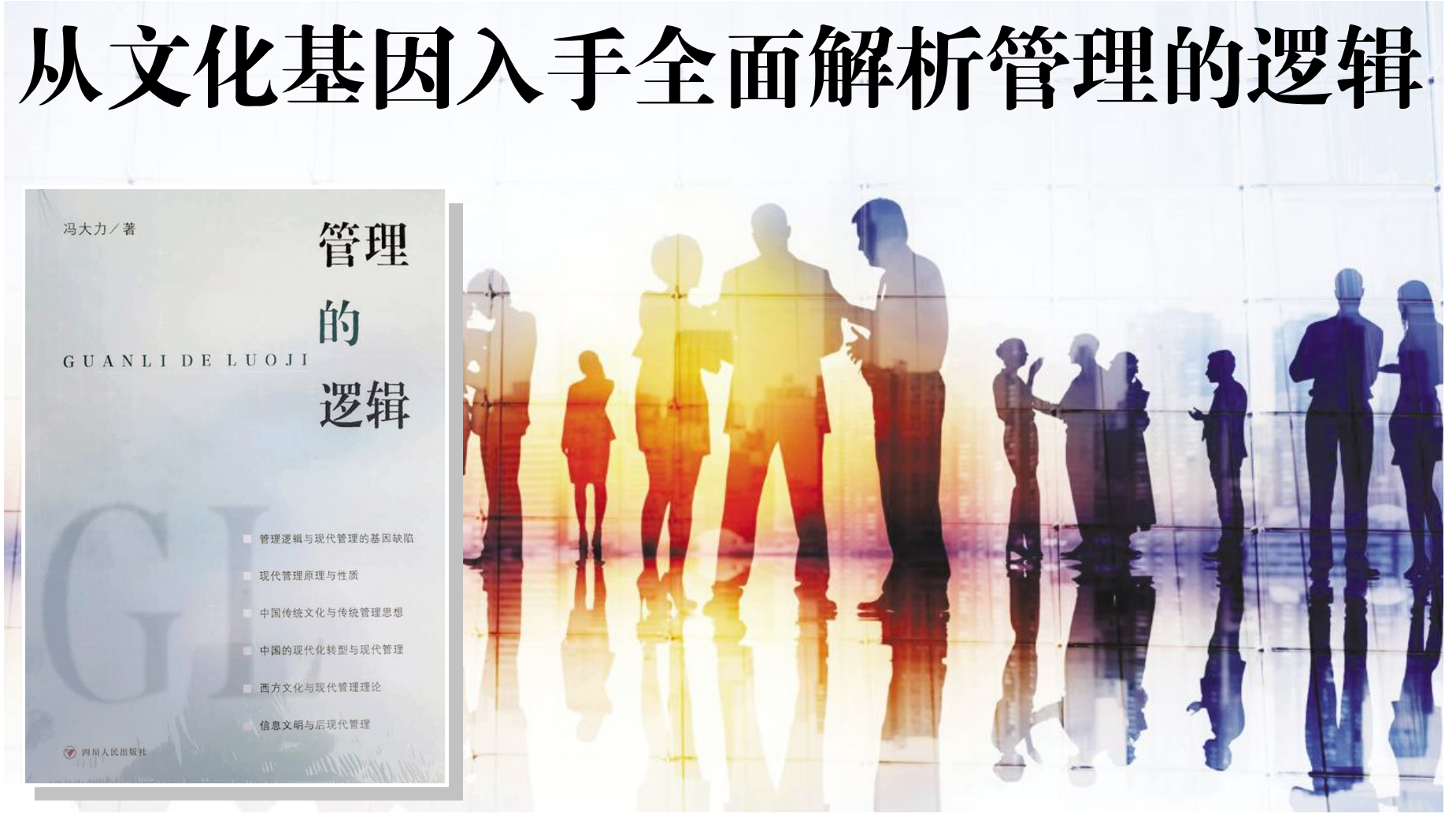
第一种是跳跃式的实事求是的思维。

正如同周文彰教授所表述的，互联网思维如同日常思维、科学思维一样，必须是实事求是的思维，必须从实际出发去思维。人的思维，一旦离开了思维的正道，走上了思维的旁门左道，如果我们从自己大脑、主观愿望出发的思维就是主观思维，如果根据本本思维那就是教条主义的思维，如果从自己或者他人的经验出发那就是经验主义的思维，这些思维都导致很多的失败。原因就在于这些思维都是主观与客观相分离，理论和实际相剥离的，这是世界上一切错误的根源。互联网思维要想获得正确的结果就一刻不能偏离从实际出发的要求。 [下转 P2]

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台二维码
中国企业家网二维码

从文化基因入手全面解析管理的逻辑



■ 四川省社会科学院教授、博士生导师 李后强

管理，是人类生产与生活的需要和重要内容；管理学，则是对人类生产与生活中管理经验与教训的理性总结。这就决定了：管理既是一种文化现象，也是一种历史现象；管理学则是根植于特定的地理、历史、文化、传统，不断吸收技术进步的成果，因应时代需要，通过组织行为传播社会善意的一门社会学科；管理是不断发展的，管理学是需要不断创新的。

现在常说的“管理”，一般是指基于工业文明及其需要的、产生于西方发达国家的现代管理。然而，在工业革命之前，与中国的农业文明和西方的商业文明相对应的管理是客观存在的；工业化之后，与今天的互联网时代和即将到来的信息文明相对应的管理也是客观存在的；如果把现代管理当成管理的起源或者全部内容，显然是有失偏颇的，也会把管理引向歧途。遗憾的是，上世纪八十年代以来，管理研究和创新恰恰局限在了现代管理范畴内，管理实践越来越把管理当成了一门技术，而不再是科学和艺术的统一，管理思想之花亦随之凋谢。世纪之交互联网的出现，更是不断颠覆着现代管理的理论基石——科学管理、科层制与行政管理，暴露出管理固有的基因缺陷，对管理创新提出了迫切的要求。可是，管理的技术性倾向导致学界和管理者“越来越精确地研究越来越无关紧要的问题”，从而严重阻碍了管理的创新，使管理在技术的万花筒内变着花样打转。河南财经政法大学冯大力先生著的《管理的逻辑》，则冲破了这种思维藩篱，创新性地从历史、文化、人性、技术、哲学、科学、未来等多个维度宽视角、有纵深地研究管理的本来逻辑。这种研究思路与方法，打破了陷于管理的庐山之内对管理进行技术性精细化研究的习惯，既进入管理的庐山对管理进行深入研究，又走出管理的庐山，站在更高处以高屋建瓴的洞察力和更加宽广的视角对管理进行既有广度又有深度还有洞见地研究，是推动现代管理创新，构建未来管理学的有益尝试。

该书共六章，26 万字。总体上讲，该书以文化视角为主线，串联了古今中外的主要管理学思想；以文化基因为刀刃，剖析了全球范围的主要管理学方法。具体而言，本书具有如下五大突出特点：

一是，该书构建了一个全新的多维度分析框架：从文化、历史、技术、人性、科学、哲学等维度剖析管理的来龙去脉。

从文化逻辑分析，中国的农耕文明孕育了人本主义管理思想，崇尚贤人治理并坚守利人的善意；西方的商业文明孕育了物本主义管理思想，崇尚制度管理和组织的绩效。两种管理之树冠似根殊，结出的果实也形似神异。

从历史逻辑分析，以产生于工业革命时期的现代管理为坐标，与中国的农业文明和西方的商业文明相适应的管理称之为前现代管理，与互联网时代以及即将到来的信息文明时代相适应的管理称之为后现代管理。每个时代的管理都各具特色，但它们总是血脉相连。

从人性逻辑分析，人性有善恶，因此，管理者用管理工具予以引导，以利于有效率地实现组织的管理目标。但是，管理不该有善恶，只能坚守善意。

从技术逻辑分析，技术进步必然会颠覆旧的管理理论，生产力进步的结果必然需要与之相适应的新的管理，也会促进管理的创新。同时，现代管理越来越是一种技术。

作者用鼎形管理诠释了管理的哲学逻辑。

二是，该书提出了几个富有创见的管理学概念：鼎形管理，管理基因，金字塔形管理，梯形管理等。

该书把文化、技术、善意等三元素界定为管理中不变的因素，称为管理的元基因，而管理的创新，是加入新基因、实施新方法后的转基因结果。管理，一直都是由文化、技术、善意三要素支撑着的平衡艺术。该书把这种规律性抽象为鼎形管理。鼎形管理有 6 层含义：(1)管理是文化、技术与善意支撑下的平衡艺术；(2)管理是协同的艺术，如鼎鼐之调和五味；(3)管理是创新的艺术；(4)人是管理的核心，管理的核心是用人，管理就是人管人，管理艺术的创造者与实现者只能是人；(5)管理的资源、工具、制度等是鼎下之火，奖惩就是要把握好火候，管理必须把握好火候；(6)创新点燃了鼎下之薪，使资源发挥了最大价值。

管理基因，即管理内生的因素，如现代管理的“绩效”“规模”“分工”“协作”等。所有基因，都是既有勃勃生机又有生理缺陷的，现代管理的基因亦莫能外。

金字塔形管理，是指基于中国传统文化中的儒家文化构建的以“修身齐家治国平天下”次第修为为特征的递升式管理模式。

梯形管理，是指中国现代化转型过程中，融合了中国传统文化与西方现代管理思想的中国式现代管理。如果说中国传统的金字塔形管理天然地决定了整个管理体系就是精英治理体系，那么，梯形管理则把管理者由社会精英降格为专业人才，把管理目标由造福社会大众变为竞争取胜，把管理类型由递进式变更为分类式，相应地，管理目标由递升式变更为跃进式，从社会角度讲，处于高端的管理者不再是处于金字塔顶的极少数精英，而是处于梯形平台的众多人才。

三是，该书言简意赅地梳理了古今中外的管理理论及主要观点，对中国传统管理与西方现代管理进行了比较分析。

中国传统管理的实质是儒表法里，以道家来润滑其间的矛盾，即以儒家价值观为表，以法家管理思想及方法为里，内圣外王，外圆内方。中国传统管理思想的核心价值观是“仁”，由“仁义礼智信”的个人修养拓展到国家、社会治理上的“仁政”，但终究超脱不了实用主义要求，也必须“管用”。西方现代管理理论的基石是科学管理、科层制管理与行政管理，行为学观点、定量方法、质量观点、系统观点与权变理论等是传统观点的新发展，德鲁克的以“绩效”为核心的管理思想则是西方现代管理的集大成者。西方管理理论与观点终究摆脱不了商业文明的基本要求。

四是，该书合乎逻辑地对未来管理进行了展望。

本书第六章专门论述了现代管理的基因缺陷、现代管理遇到的挑战。作者认为，现代管理的基因缺陷已经暴露出来：规模与效率的矛盾；母系统目标与子系统目标的矛盾；人被异化与组织活力的矛盾；科层制管理与社会价值观的矛盾；科层制孕育了自己的掘墓人——官僚组织与官僚主义。

立足现在展望未来的公司管理，作者认为：(1) 解决社会问题是未来企业生存与发展的指引。(2)平台化组织是组织的新常态。(3)全球化、跨领域、开放型利用人才成为新常态，人才将自由流动，文化差异的误解与矛盾将在相互尊重、互不触碰底线与协同工作中被润滑。(4)自由人、自主人、互利人将成为主流，知识分子、劳动者、老板、管理者、领导者的概念将因为交叉而变得模糊不清。(5)“企业管理”的概念会消亡，“管理” 会流行；“普适的管理”将被“管理哲学”和“适用的管理”所替代；“管理经验” 将不再能够上升为理论，“适用性管理”将是管理的方向；内部分工协作、分环节管理的模式，被外部协同、碎片化管理模式所取代。(6)未来的管理，不再是自上而下的权威型领导式管理，而是以自我管理为中心的水平拓展，是协作性管理，是构建一套协作体系。

五是，该书视野开阔，内容广博，条理清晰，观点新颖，研究方法独特，在时间上有延展，在空间上有扩容，在质量上有提升，既是一本介于科学与哲学之间的管理学新著，又是一本集成管理学精华的大作，既为深入研究管理提供了一份有价值的纲要，又为有效率地了解管理学的主要观点提供了便利。

英国学者斯图尔特·克雷纳在《管理百年》中说：“管理上没有最终的答案，只有永恒的追问。”中国改革开放 40 年来，管理学书籍层出不穷，势如大河决堤，汗牛充栋。但让人眼前一亮，爱不释手，有实质性创新的并不多见。《管理的逻辑》文字简洁明了，行文优美顺畅，案例丰富生动，易学好用，既具有较高的学术价值，又能够对实践提供指导，值得志于管理学研究的学人和卓有成效的管理者进行精读。

地址:四川省成都市一环路西三段 33 号附 1 号 电话:(028)87319500 87342251(传真) 广告经营许可证:川工商广字 5100004000280 成都科教印刷厂印刷 责编:戴琳 版式:黄健