

<<公司诸相说>>

图书基本信息

书名：<<公司诸相说>>

13位ISBN编号：9787010101361

10位ISBN编号：7010101361

出版时间：2011-9

出版时间：人民

作者：张林先

页数：269

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>

<<公司诸相说>>

前言

如何看待和管理公司，无论在当今世界还是在中国，都是极其重要的大事。

美国著名管理学家德鲁克，在二战进行期间就曾认为，社会的主要问题不在于如何停止战争，而在于工业社会如何在重商主义之后成为一个新的和谐社会。

为此，他写出了《工业人的未来》，指出“组织”必须具有社会责任，组织必须通过给与工人某种社会身份和功能，以使其获得合法的社会权力。

这样，工人才不会只被当做生产要素而游离于社会之外。

后来，他又在其专著《公司的概念》中，对“公司”这一经济社会的主要构成细胞进行了专门分析，从而洞察到公司之所是这个重大命题的新解。

在德鲁克的感召下，越来越多的企业家转变了对公司只是唯利是图组织的片面看法，公司的宗旨不再仅仅是获得利润。

公司之所是的重新定义，对现代公司的成长和经济的稳定起了极大的推动作用。

中国在经历了2000多年的小农经济以后，融入全球发展洪流，开始进入工业社会。

此时，“公司之所是”也同样为中国人所关注。

人们注意到：其一，随着科技发展和社会进步，“公司”不再仅仅是所有权和经营权分离的一个经济组织形式，而是加入了公司精神等文化内容的复杂共同体；其二，中国这片土地上独有的文化基因，中国人自己独特的思维方式，使“公司”这个组织在中国具有特别的重要作用。

其中有学者从管理学的角度，从事“中国式管理”的探索，所取得的成效颇为卓著。

《公司诸相说》不仅也注意到上述两个问题，而且切入的命题更加直接。

本书以现代“公司”为“实”，以中国特色的“相”为“名”，分别从表相、本相、意相和映相四个维度来剖析“公司的存在形式”，以使公司之形式、之架构、之构件，一一了然于胸，这项工作是很很有特点也很有意义的。

张林先曾在我名下攻读博士学位，我们曾经一道敲定“公司诸相说”作为他的博士论文题目。

我还记得当时他那兴奋和激动的劲头。

林先君有长期的公司实践和管理经验，又有哲学爱好，脑海里培育了许多哲学细胞，酷爱捉摸问题。

我曾期望，他能以不同于一般管理学的方向和风格，来探讨公司之所是。

果不其然，林先君的专著《公司诸相说》就是一本别出心裁的著作，是在他的博士论文基础上，又补充了一批材料，经多次修改而完成的。

现在，该书即将问梓，大家可以从中清楚看到他是怎样立论和思考的了。

因为高兴，写了上面一些话。

是为序。

<<公司诸相说>>

内容概要

《公司诸相说》作者张林先是勇于实践和思考的少数派，有梦想并一直追寻梦想的少数派，也是具有担当意识的少数派。

其认为：将来的国家之争必是公司之争，积极参与到公司建设，就是实现自己梦想的途径。

中国商业主流文化必将回归于公司本质和商业元点，作为公司主创人员必须融入公司理论作为指导，才能将公司运营得妥当、健壮。

有鉴于此，为了更好地理解公司理论，作者在进行公司实务操作的同时，一直孜孜求学，从MBA读到哲学博士，并构建了一套认知公司的“相图”方法论。

在当下有点狂躁、浮华的物质主义时代，确属于少数派。

<<公司诸相说>>

作者简介

张林先，曾用笔名晋博。

生于吉林辉南，长于江苏徐州。

工商管理硕士毕业。

1987年参加工作，曾就职于房地产企业(11年)、家电零售企业、保健品企业、软件企业(6年至今)。

曾在《江苏给水排水》、《中国经营报》、《中国合作新报》发表过文章(或案例分析)，论文《寻找市场切入点——USP》入选清华大学经济管理学院《中国工商管理案例中心》。

在呼叫中心专业垂直网站www.ctiforum.com设有专栏。

现任中国青年企业家协会第九届副秘书长，北京合力金桥软件技术有限责任公司副总裁。

<<公司诸相说>>

书籍目录

序

摘要

导言 何以研究公司及其存在形式

0.1 公司的定义

0.1.1 公司、企业、组织

0.1.2 公司在中国及其困境

0.1.3 公司是杂多的碎片

0.2 以“存在形式”追问公司

0.3 管理学对公司存在形式的回答

0.3.1 科学管理的原子切割

0.3.2 管理科学的整体论断

0.3.3 系统管理理论的基本路径

0.4 公司存在形式的研究依据及方法

0.4.1 以科学哲学的进路

0.4.2 公司诸相的研究路径及方法

第1章 “相”之于公司存在形式

1.1 相的源起与流变

1.1.1 训诂学的相

1.1.2 佛学的相

1.1.3 物理科学的相

1.1.4 系统论的相

1.2 相的定义

1.2.1 相：存在者之在的呈现

1.2.2 “我”与“他”；自相与在他相

1.2.3 三个世界理论对相的解构

1.3 四相的构建与解释

1.3.1 表相：表达表述的自相

1.3.2 本相：实体实在的自相

1.3.3 意相：意识主体的自相

1.3.4 映相：在他相的他相回映

1.4 四相作为阐述公司诸相的维度

第2章 公司的表相

2.1 表相1：公司标识

2.1.1 商号

2.1.2 商标品牌

2.1.3 数字商标

2.2 表相2：公司讲述

2.2.1 介绍资料

2.2.2 公司发言人

2.2.3 公司网站

2.2.4 信息披露

2.3 表相3：公司广告

2.3.1 宣传口号

2.3.2 实媒介广告

2.3.3 虚媒介广告

<<公司诸相说>>

2.4 表相4：公司公关

2.4.1 公益事件

2.4.2 危机公关

2.4.3 政府关系

2.5 表相5：公司人礼仪

2.6 小结：表相的同一与意义

第3章 公司的本相

3.1 本相1：公司界面

3.1.1 办公环境

3.1.2 销售终端

3.1.3 数字柜台

3.1.4 报表体系

3.2 本相2：公司支撑系统

3.2.1 股权结构

3.2.2 组织结构

3.2.3 流程体系

3.2.4 管控规则

3.2.5 角色岗位

3.3 本相3：公司信息系统

3.3.1 情报探知器

3.3.2 信息传递链

3.3.3 风险预警灯

3.3.4 知识记忆群

3.3.5 客户视图

3.4 本相4：公司生长系统

3.4.1 成长欲望

3.4.2 骨干培养

3.4.3 团队学习

3.4.4 习惯仓0新

3.4.5 机构繁殖

3.5 本相5：公司产品系统

3.5.1 产品厘定

3.5.2 产品定价

3.5.3 产品服务

3.6 本相6：公司对外行为

3.6.1 招聘行为

3.6.2 采购行为

3.6.3 销售行为

3.6.4 资本行为

3.7 小结：本相的生长与裂变

第4章 公司的意相

4.1 意相1：思维决策

4.1.1 思维活动

4.1.2 决策机制

4.2 意相2：文化精神

4.2.1 公司精神

4.2.2 经营宗旨

<<公司诸相说>>

4.2.3 价值观念

4.3 意相3：业务战略

4.3.1 商业模式

4.3.2 发展战略

4.4 小结：意相的确定与不确定

第5章 公司的映相

5.1 映相1：客户映相

5.1.1 心理货架

5.1.2 购买目标

5.1.3 心理契约

5.2 映相2：竞争者映相

5.2.1 零和对手

5.2.2 竞合伙伴

5.3 映相3：投资者映相

5.4 映相4：员工映相

5.4.1 工作场所

5.4.2 事业平台

5.5 小结：映相主体的多样性

第6章 总说公司相

6.1 公司诸相图及诸相关系图

6.1.1 三自相之间的关系

6.1.2 映相主体间的关系

6.1.3 四相关系及诸相关系图

6.2 相的环境影响

6.2.1 远环境、近环境、内环境

6.2.2 远环境PEST的影响

6.2.3 内环境“人”的影响

6.3 评述公司特性

6.3.1 公司的开放性

6.3.2 公司的复杂性

6.3.3 公司的规定性

第7章 结语：公司“相”之大用

7.1 关于公司“中国式困境”的解

7.2 一个认知工具。

“四相之诸相”

致谢

<<公司诸相说>>

章节摘录

“相”在佛教，尤其在佛教的法相唯识宗中，是一个非常重要的概念，也起着非常重要的作用。“提倡‘心造诸法’的大乘唯识学，早在《华严经》（公元2、3世纪即已译出的）中已初见端倪。”继之于《解深密经》、《楞伽经》、《大乘密严经》诸经中深入发挥，形成了佛教中最庞大的哲学体系。

瑜伽行派将唯识和法相学说组织到了一起。

传说中瑜伽行派的创始人是弥勒，实际的创建者是无著和世亲。

无著的代表作有《显扬圣教论》，是《瑜伽师地论》后对瑜伽学说重新组织的纲要，所著《摄大乘论》、《大乘阿毗达摩集论》用不同的形式概括了唯识法相的整体思想。

世亲所著的《二十唯识论》、《三十唯识论》也影响很大。

虽然唯识学在玄奘之前就已经传入中国，并因《十地经论》与《摄大乘论》的翻译而产生了摄论宗、地论宗。

但是在玄奘自印度回国后，其翻译了大量自印度带回的唯识典籍与章疏，使得中国兴起了盛极一时的唯识学研究风气。

在玄奘、窥基之后，国内的唯识学研究日渐衰微。

直至民国初年得以兴起，欧阳竟无（1871—1943）先生引领的支那内学院，太虚大师（1889—1947）主导的闽南佛学院、武昌佛学院倡导着唯识学研究的不同方向。

熊十力（1885—1968）先生曾师从欧阳竟无大师学习佛学，后出版《新唯识论》、《破破新唯识论》介绍自认为经改造了的唯识学说。

唯识法相学中的基本命题是“唯识无境”，其建立在如下的观察结果上：第一，存在者有其不同的呈现方式，也就是其存在形式是不同的，这种万千百态的存在形式就是存在者呈现的“相”。

《百法明门论》将宇宙间的一切现象分成了一百项“法相”，用归纳的方法来认识宇宙间存在者的共同点及不同点。

第二，不同的人对同一境界（对象、现象）的认识往往有很大差别，同一个人对同一对象的认识，前后也有差别。

这说明“识”并不受“境”的制约，倒是“境”依“识”而变化，故可“唯识无境”。

或许由于宗教更重视自身修行的原因，唯识法相宗也转向了对认识主体内在的“识”的研究，由“眼、耳、鼻、舌、身、意”的“六识”发展到增加了“末那识、阿赖耶识”的“八识”。

看来，佛学不是没有注意到自然界（或宇宙），只是没有重视自然界，转向了内心的自我超越。

如果持续地关注自然界，将所认识的宇宙“百相”探讨下去，一定能掌握更多的自然法则和实验手段，或许由此而产生科学。

宇宙万物的“相”是处于“境”中事物之相状，即所呈现的“形状”。

《楞伽经》叙五法名义如下：五法者，所谓相、名、分别、如如、正智。

此中相者，谓所见色等形状各别，是名为相。

“何为相。

相字在中国字义通指互相之相（互关义），宰相之相（辅助义），相看之相（看察义）等言。

三者今此皆非所取，此间所谓相，乃指相貌之相，义相之相，及体相之相。

三者是法相唯识宗所取义。

”这种“相状”，称谓为“表于外而想象于心者”，能够被“眼、耳、鼻、舌、身、意”这些“识”的器官所认知。

被眼认识的“相”被称为“色”，被耳认识的“相”被称为“声”，被鼻认识的“相”被称为“香”，被舌认识的“相”被称为“味”，被身认识的“相”被称为“触”，被意认识的“相”被称为“法”。

故“所谓相者，当眼识所照的，便名为色，当耳、鼻、舌、身、意所照的便名为声、香、味、触、法，这些统称为相。

”

<<公司诸相说>>

编辑推荐

《公司诸相说》不仅也注意到上述两个问题，而且切入的命题更加直接。本书以现代“公司”为“实”，以中国特色的“相”为“名”，分别从表相、本相、意相和映相四个维度来剖析“公司的存在形式”，以使公司之形式、之架构、之构件，一一了然于胸，这项工作是很有特点也很有意义的。张林先曾在我名下攻读博士学位，我们曾经一道敲定“公司诸相说”作为他的博士论文题目。

<<公司诸相说>>

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>