第一图书网, tushu007.com

<<稻盛和夫的中国功夫>>

图书基本信息

书名：<<稻盛和夫的中国功夫>>

13位ISBN编号：9787560983448

10位ISBN编号：7560983448

出版时间：2012-12

出版时间：华中科技大学出版社

作者：定民

页数：196

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

放眼全球，20世纪涌现了大量的世界级优秀企业，像美国的IBM、惠普，日本的松下、索尼等等，它们都创造了举世瞩目的骄人业绩。
然而，能够20年、50年持续创造高收益、从未出现过亏损的企业，却着实是凤毛麟角。
令人惊喜的是，就有这么一家日本企业，从1959年创立至今50多年来持续盈利，从未出现过亏损，这家企业就是“京瓷”。
那么，到底是谁创造了这样的商业奇迹呢？
他就是著名的企业经营家和哲学家稻盛和夫。
稻盛和夫27岁时开始创业，赤手空拳40年间创办了两家世界五百强企业——日本京瓷公司、日本第二电信电话公司（KDDI）。
稻盛和夫65岁时从经营第一线引退，此后将心血倾注在“盛和塾”及“京都奖”等公益活动上。
13年后，在日本政府的再三恳请之下，在既无行业经验、又无专业技术的情况下，稻盛和夫以78岁的高龄进入完全陌生的交通行业，出任破产重建的日航零薪董事长，并在上任后半年之内奇迹般地将日航扭亏为盈。
笔者怀着对集“经营之圣”和“经营哲学家”双重角色于一身的稻盛和夫的崇敬与膜拜之心，以深入密室探寻宝藏般的小心翼翼，细细捕捉这位巨人体内蕴藏的巨大能量，追根溯源展露其不容错过的精彩和传世后人的智慧精粹，惊喜地发现这位商业奇才的很多思想信念和经典论述都与中国古代的传统文化异曲同工，于是笔者精心整理出稻盛和夫的“中国功夫”，以飨读者。
日本几千年来与中国的联系千丝万缕，早已浸润着不可磨灭的中国印记，笔者从日本与中国的文化渊源着手，探寻日本企业家潜意识中的中国文化。
这种东方情结在稻盛和夫身上又表现得尤为突出。
儒家情怀、王道乐土、居安思危和阳明禅宗，这些中国古代传统文化中的思想精华深刻影响着稻盛和夫，并经由他的思考总结，形成其独特的“敬天爱人”的做人哲学。
这一哲学不仅是他修身养性的做人准则，更是他经营两家世界五百强企业、力挽日航于危难的经营准则。
稻盛和夫取得这样举世瞩目的成就，不仅仅是因为他有正向思维的心灵磁场和以心为本的经营理念，更重要的是他以身作则的垂范效应。
笔者按照渊源、情结、哲学、思维、理念、垂范的思路分章阐述，整合材料，并在末篇不揣浅陋总结出稻盛和夫道法自然的成功法则。
稻盛和夫自身的论著也有很多，最广为人知的莫过讲述生活本源的《活法》和揭示人为什么要工作的《干法》。
本书采撷稻盛和夫多部著作精华，是广大读者和企业经营者了解稻盛和夫其人其事其经营哲学的快速通道。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

稻盛和夫被世人称为“经营之圣”，他白手起家，创立了两个世界500强企业，他于古稀之年将危在旦夕的日航扭亏为盈。
这样一个传奇人物，他究竟有怎样的管理手法呢？
他的经营哲学的根源又是什么？
《稻盛和夫的中国功夫》一书就是围绕这些问题展开的，读后定让你受益匪浅。

作者简介

定民，（潘卫民）男，出生于上世纪80年代，大学期间即广泛涉猎财经、管理等领域，大学未毕业即在浙江某企业中担任高管，毕业后以卓越的策划能力与鉴识转战房地产营销策划领域，并成功创办房地产经纪公司。
组织编写的《房地产营销策划》，一度成为该领域的经典教材。
近年从事财经热点及各大主要行业观察、研究，颇有心得。

<<稻盛和夫的中国功夫>>

书籍目录

前言第1章 活用中国典籍智慧1.日本文化的“根”在中国2.日本企业的中国文化源泉3.中国智慧，日式管理4.从《礼记·大学》中汲取创新思想5.活用中国典籍智慧6.《呻吟语》中的用人智慧7.《西游记》与阿米巴哲学8.《了凡四训》中的意识雷达9.“深挖地，广积粮”——增强企业体质的秘诀第2章 一生俯首向阳明1.知行合一2.“霸道”vs.“王道”——胜者为“王”3.理出于易，道不在远4.一生俯首向阳明5.我的经营，是“以心为本”的经营6.拷问自己动机的真伪7.积极而伟大的“心相”8.与员工共成长9.回报社会第3章 以儒家修身准则磨炼自己1.所谓儒商——修身齐家治企业2.中国儒家的正心修炼3.以儒家修身准则磨炼自己4.一日三省吾身5.己所不欲，勿施于人6.正人必先正己7.“克己复礼”：做正确的人，做正确的事第4章 经营思想的核心是中国哲学1.“满招损”vs.“谦受福”2.信仰为本3.向善的力量——“积善之家有余庆”4.得意而不忘形，得志而不忘本5.50年的人生经验：利他者自利6.盈利有道7.奉行积极的道德伦理8.远离伪私放奢之患第5章 道法自然，功成不居1.企业是“命运共同体”2.成功=能力×热情×思维方式3.企业的“心灵”需要经营4.质朴的工作观5.全身心地投入工作6.工作现场有“神灵”7.业务的“外行”，经营的“专家”8.“有意注意”的学问9.做一个正确的人10.拈一朵微笑的花后记

章节摘录

1.日本文化的“根”在中国　　日本企业管理的核心是：强调人文精神。
这要归功于其企业文化受到中国文化的优良传统思想以及和谐精神的影响。
周恩来总理曾说过：“朋友可以选择，邻居无法选择”，以此说服国人坦然接受与日本和平共处的现状，建立友谊邦交。
也许正是这种邻里关系，使得日本文化与中国文化之间一直存在不解之缘，这从中日两国历史长河中的各种记载与传说的字里行间可见一斑。
关于日本国家的形成与建立就有一段与中国密切相关的传说。
当年秦始皇统一六国创建大秦帝国之后，曾派五百童男童女到外寻求长生不老仙药，历时多年，仙药也未寻得。
秦始皇焚书坑儒时表现出的暴虐让外出的人们深知，寻药未果回国也必是死路一条，倒不如索性不回，于是他们在遥远的海天之处落地生根，繁衍生息，于是有了岛国日本。
被秦始皇派出寻药的男男女女们，就是日本人的祖先。
或许这只是稗官野史，不足为信，但秦时东渡的徐福和日本派来的遣唐使都见于正史。
唐朝是中国历史上最繁荣昌盛的朝代之一，文化、思想、技术和艺术都走在世界的前列，备受周边小国的推崇与膜拜，这其中就包括日本。
公元805年，日本传教大师最澄自唐归日，带茶种播于比睿山麓，第二年由弘法大师携回茶种由行脚僧遍传全国，这就是日本茶叶种植的起源。
日本茶道成熟于丰臣秀吉将军统一日本之后，时值中国的明朝，有名的茶师千利休就是丰臣秀吉的首席茶道老师。
从此，中国茶道得以在一衣带水的邻邦发扬光大。
日本的剑道也发源于中国的剑术。
中国的剑术在隋唐时期传入东瀛，日本人在其基础上研习修改，取长补短，形成独特的刀法技术。
在这个过程中，日本人注入了浓烈的禅宗思想，使得剑术从在古代被当做用来保家卫国的武术，到19世纪随着科学技术的发展和文明程度的提高，变成改用竹刀、穿着护具的对打，如今演变成为现今的“剑道”运动。
由上述种种不难看出，中国文化对日本本土文化的形成和发展，潜移默化地产生了巨大而长久的影响。
这种影响在日本民族精神的塑造和近现代综合国力的提升方面，发挥着不可替代的作用。
从本质上来说，经济的发展是由人的文明与智慧推动的，是由企业的成功与壮大激发的。
20世纪年80代日本经济的迅速崛起，促使美国开始对其思想文化和管理模式进行研究。
研究发现，日本企业管理的核心是：强调人文精神，使企业与员工形成共同的价值观念，即形成企业和员工间的“共识”，重视员工的精神素质。
从人文精神出发进行注重人性的管理调控，这要归功于其企业文化受到中国文化的优良传统思想以及和谐精神的影响。
被誉为日本“经营之圣”的稻盛和夫的哲学核心思想就是“敬天爱人”。
所谓的敬天，即敬畏上天，虔诚地遵循宇宙意志和客观规律，追求共生共存；所谓的爱人，即热爱众生。
这两点恰恰就是我国古代道家“无为”和儒家“泛爱众”思想的当代运用。
日本的企业文化中，无处不体现出集体意识和思想上的“和”、“忍”、“信”等观念，这其实源于中国经过2000多年的演变发展而成的儒家文化体系，它的基本内容是仁、义、礼三学，强调天命和做人的道理。
仁学是儒学的核心思想，注重“人”与“人际关系”，是一种关于人与人相互关系的学说，是一种以人为本的学说。
“以心为本”也是稻盛哲学的一个核心概念，贯穿稻盛从修身到经营的整个思想体系。
他著名的“经营三要诀”的其中两项—“让员工信赖你、钦佩你，为你的人格魅力所倾倒”和“让员

工有正确的哲学”，都属于“以心为本”的具体表述。
　　儒家义学，讲求权宜之变。
《易经》上有句话是“穷则变，变则通”，即为此理。
日本企业管理，讲求施义，要求企业每个成员讲大义和知变通。
稻盛和夫把人生目的与追求放在特殊重要的地位，确立光明正大而又意义深远的目的。
公司的经营理念从“运用自己的技术获取社会的承认”到“追求全体员工的物、心两方面的幸福”，再发展到“为人类和社会发展进步做出贡献”，体现了稻盛和夫追求的轨迹。
　　儒家礼学思想，主张在等级秩序之下协调人们的行为。
日本企业要求每个成员都应依照自己所处地位扮演合适的角色，表现合理的行为，使每个成员工作行为合理化，生活行为秩序化。
在处理企业生产和销售人员的关系时，稻盛和夫就充分体现出这方面的智慧。
　　订单不多时生产人员会对销售人员发牢骚“销售卖得不好”，而销售员反过来又怪生产者“你们没有生产出能畅销的产品”，相互之间争吵不休。
　　稻盛和夫让生产人员也去卖东西，让他们明白销售不容易。
生产人员有了销售的经验，就能够理解销售人员的辛苦，销售人员也会感谢生产人员，这样就会促进两者的和谐，有利于双方更好地配合，形成良性循环，进而更好地开展商务活动，所谓“设身处地”、“推己及人”是也。
　　其实日本很早就接受了儒家思想，重视“家”、“忠”、“仁”等概念。
“家”是日本文化的基质。
日本传统的整体结构是“家”的联合，其顶端是皇室。
儒家文化的空间范围是以家为中心的，但更重要的是它把国也当成家来思考。
　　日本在进行企业文化建设时也会对职工提出“以企（业）为家”的要求，注重引导职工充分认识到，企业“以人为本”的前提是职工“以企为家”，只有职工做到“以企为家”，企业才能更好地实现“以人为本”，职工只有首先成为企业发展的动力主体和责任主体，才能成为企业发展的目的主体和利益主体。
　　稻盛和夫曾这么回应抱怨公司待遇不好的大学毕业生，“现在公司规模确实还小，设备、制度都不健全。
但是，从今以后，使它成为出色的公司、成为福利待遇丰厚的企业不正是你们的任务吗？
不要要求他人去做，而要由你们自己去创造。
”这就是“以企为家”思想的真实写照。
　　就是在源源不断地接受中国文化的熏染中，日本民族自称大和民族，“和魂”就是指日本的民族精神，而“和魂”实质上就是以儒家思想为代表的中国文化的产物，是“汉魂”的变种和东洋化。
　　2.日本企业的中国文化源泉　　有人说，日本企业是中国传统文化的回收站，不过日本企业回收的，是中国先贤智慧的精华，并将其不断发扬光大。
　　1978年10月，时任国务院副总理的邓小平出访日本，访日期间他只参观了两家日企，其中一家就是松下电器。
　　当年74岁的邓小平与83岁的松下幸之助谈得很是投机。
而在其后的两年间，松下曾先后两次访华，松下公司对华的直接投资陆续展开，松下幸之助的经营理念、用人之道也得以传播到中国。
在上个世纪80年代，松下被中国业界奉为“东方商人的典范”。
　　年幼时的松下实际上只接受过4年小学教育，因父亲生意失败，9岁即被送到一家自行车商店当学徒，后又到一家电灯公司打工。
由于老板没有采纳他提出的生产建议，松下愤然辞职。
1918年，23岁的松下在大阪建立了“松下电气器具制作所”，即松下电器公司的前身，当时公司的全部资产只有100日元。
　　在之后几年中，松下接连推出了领先时代的配线器具、炮弹形电池灯、电熨斗、无故障收音机、电子管、真空管、晶体管等新型产品。

到而立之年时，松下幸之助已经成为日本收入最高的人，在那以后的63年中，有10年他的收入均为日本第一位，有6年居第二位。
作为稻盛和夫最仰慕的企业家之一，作为20世纪最优秀的领导者及日本“经营四圣”之一，松下幸之助的成功很大程度上得益于中国的传统智慧。
企业经营问题归根到底是人的问题，企业的经营者要做的就是让平凡人发挥出不平凡的品质和价值。
松下幸之助常说：“领导者应当给自己的部下以指导和教诲，这是每个领导不可推卸的职责和义务，也是在培养人才方面的重要工作之一。
”因此，松下电器被称为“造就人才的公司”。
松下对70分左右的中上等人才较为偏好。
管理界把松下的用人思想总结为“70%原则”，即“糊涂用人智慧”。
松下电器创业之初，由于公司的名气不大，只能吸收大企业所不要的人成为职员。
所以松下认为，他事业的迅速成长，是这些被视为次级人才的人一手建造出来的成果。
为此，松下开创了一系列的“糊涂用人”管理法则。
其实这种管理思想，就是中国“中庸”思想的直接运用和体现，也是中国“中庸之道”思想的扩展。
世界头号强国美国总是致力于搜罗全世界最优秀的人才，但日本反其道而行之，却同样创造了令人惊叹的奇迹。
日本在二战后的腾飞复兴，不能不说是受中国的影响的结果。
二次大战以后，日本在一片废墟上发展经济，并创造出世界奇迹，美国人也放下了架子，躬请日本企业家赴美“讲经说法”，开启一段“拜徒为师”的神奇之旅。
经过一番探讨研究，美欧学者惊叹地发现，日本经济的奇迹来自于旺盛的企业活力，企业活力又源于独特的企业文化，而日本企业文化的源泉居然是中国传统文化，以《论语》为代表的中国传统文化已经渗入到了日本经营思想的“根性”之中。
据日本史料记载，《论语》来到日本的过程是从日本应神天皇和百济使臣阿直岐的谈话开始的。
阿直岐原是朝鲜百济王朝博学多才的使臣，奉命给应神天皇上贡后，便被应神天皇盛情挽留，给太子当老师。
一天，应神天皇问阿直岐：“你们国内还有比你更博学的人吗？
”阿直岐回答说：“有个叫王仁的，8岁进入书院读书，18岁就被录用为五经博士，他的学识要超过我。
”　　应神天皇求贤若渴，立即派使臣前往百济请王仁。
公元5世纪初，王仁渡海前往日本，并带去了中国汉魏以来盛行的《论语集注》，《论语》从此正式登陆日本。
见到王仁献上的书籍后，应神天皇十分感兴趣，因为日本古代只有口头语言，还没有全国通行的书面文字，于是，应神天皇请王仁也做太子的老师，教授太子学习《论语》等中文典籍，同时还请他在日本皇室推广汉字。
王仁不仅耐心地向皇室传授汉字，还创作了日本歌谣，传授了先进的技术工艺，后来他还成为日本人引以为豪的飞鸟文化的始祖。
取法其上得其中，取法其中得其下。
仅仅是从百济得到的“第二手资料”，就在日本皇室中产生了巨大影响。
这在圣德太子的身上体现最为明显。
圣德太子出生于公元574年，本名马野郎，别名厩户皇子，据说他出生在马厩里。
圣德太子非常聪明，能同时听8个人的陈述，并分析出其中的道理。
他一心向佛，精通中国的经史，并写得一手颇得六朝风韵的汉文书法，将王羲之的字体模仿得形神兼备。
用中国人的传统说法，这位太子也算是“生有异象”，注定是天命所归之人了。
果然，在圣德太子22岁时，其姑姑在政治斗争中取胜，将他委任为皇太子兼摄政王，此后他实际掌管国家数十年。

他把《论语》的中心总结为“礼”和“仁”两方面。
他所制定的日本宪法的前身《17条宪法》就是以《论语》思想为基础衍生出来的。
《17条宪法》中的第一条开头就是“以和为贵，无忤为宗”，这明显出自《论语》中的“礼之用，和为贵”。
圣德太子还广设国家学堂“学问所”，挂孔子画像于正堂，尊孔子为“先圣”，要求学生必修《论语》以及《周易》、《尚书》、《左传》等汉学。
进入16世纪，“儒教”被定为日本官方哲学，日本兴起了对以儒家思想为代表的中国古典思想的全面研究。
中世纪的日本在引入儒家思想和制度方面几乎达到了登峰造极的地步，直到17世纪，日本精英伊藤仁斋等人仍然对《论语》推崇备至，称其为“最上至极宇宙第一书”。
明治维新开始后，以明治天皇为首的日本政府决心学习西方的科学技术，但同时抵制自由民权思想，为此，明治天皇颁发了“道德以孔子为先”的圣旨，《论语》在日本道德教育上的地位得到明确肯定。
有人说，日本企业是中国传统文化的回收站，不过日本企业回收的，是中国先贤智慧的精华，并将其不断发扬光大。
在这样的环境中成长起来的稻盛和夫，当然也免不了深受中国文化的影响和熏陶。
3.中国智慧，日式管理　　在20世纪的资本主义经济史中，西方企业取得了技术上的胜利，而日本企业，则创造了“人”的奇迹。
“管理之父”彼德？
杜拉克认为：同英国、德国和美国通过技术上的领先地位成为世界经济大国的道路不同，在20世纪的资本主义经济史中，只有日本是通过经营管理上的领先地位而成为经济大国的。
也就是说，西方企业取得了技术上的胜利，而日本企业，则创造了“人”的奇迹。
日式经营管理创造了丰田传奇，也创造了索尼神话，更孕育了稻盛和夫这样杰出的大师。
随着取得的成就日益令世人瞩目，日式管理自然而然也引发了人们对它的分析和研究：它与西方的管理有什么不同？
是什么造就了稻盛和夫的成功和奇迹？
在日本，当你走进很多企业老总的办公室，眼睛稍稍一扫，就能在书架上发现一本《孙子兵法》。
《孙子兵法》不仅是这些老总的“看家宝贝”，也是企业管理智慧的来源。
孙子“上下同欲者胜”的思想，被日本企业家结合儒家思想创立了温情主义的合作型管理模式：上下同心，其利断金。
“兵无常势，水无常形，能因敌变化取胜者，谓之神”，被日本企业家用现代商业化语言诠释为：市场是瞬息万变的，经营者应依据市场变化灵活采取对策。
许多日本企业避开市场竞争的主战场，独辟蹊径，开辟无人涉足的细分市场，一举获得成功，达到了扬长避短、避实击虚的效果。
比如索尼“以正合，以奇胜”，不断根据市场需求推出新产品，占领市场，以此支撑企业发展，取得了成功。
《孙子兵法》备受推崇，是因为它的追求超越战场一时的胜负，带有普遍性的更高层次的目的：战是为了不战，杀戮是为了和平，征伐恰恰是为了子孙后代不再遭受战乱之苦。
这种“利他”动机，才可能调动社会资源和群体力量，鼓足大家的士气拼命战斗。
就是这样一部以国家利益为出发点和归宿、研究兵战规律的经典，其宗旨和目标是“利他”，而非简单的议论胜负。
稻盛企业的经营管理之道正是受此启发，用“利他之心”去经营企业。
利他之心是一颗正确的心，要经常思考“作为人，何谓正确”。
因为经营也是以人为发起者又以人为对象的一种活动，因此在经营活动中，什么是该做的，什么是不该做的，这种判断也不能偏离作为人最基本、最起码的道德规范。
人生也好，经营也好，说到底很简单，只要遵守这单纯的原理原则，就不会犯大错误。

比如，《孙子兵法》强调国家利益是军事行动取舍的根本目标，只有以利国为目的“知兵之将”，才是“民之司命，国家安危之主也”。
稻盛经营哲学的一条重要原则就是“树立一个具体的目标”，将利他经营目的具体化，这就是“利润三分”的主张。
税前利润要按国家税金、企业积累、职工收入这三个部分来分配，这样，利润就成为实现“利他经营”目的的手段，而不是“利润最大化”论者为利润而利润的金钱拜物教的主张。
无论是管理思想还是经营实践，稻盛和夫的主张都带有浓重的中国文化色彩，他将中国智慧运用得游刃有余。
与制度相比，他更重视人心；与物质激励相比，他更重视精神奖励；与股东利益相比，他更重视员工利益；与才能相比，他更重视人的品行。
稻盛和夫说：“我的观点与中国道教遵循的‘道法自然’相近，即要以基本的道德观、伦理观为前提去办事。
如果我在经营之初，想到的只是赢利，甚至想到一些投机取巧的办法一味去赢钱，一切为了少吃苦多获名利，那也就没有今天。
我就是从做人的道理出发，提出我自己的经营哲学，并做到与全体员工共享，始终坚持自己追求的人生理想。
”　　他认为强化规制并不能避免重蹈覆辙。
比如，面对波及全球的金融危机，美国的政府部门、金融界和经济界，以至全世界的经济界，都认为其原因在于规范不健全，机制不完善。
所以，大家都大力主张要制定严格的制度，修改法律，加强监管，使这样的危机不再重演。
但几年前，美国的安然公司、世界通信公司，以及其他一些美国大企业纷纷因做假账等丑闻而都倒闭，这已经不是个例，而是成为了一种现象。
可以说，不管机制多么健全，规范多么严密，方法多么细致，居心不良的经营者还是不可能杜绝。
监管与反监管之间不过是一种善恶的智力竞赛，如果不改变人的道德观念，同类不法事件肯定还会继续发生。
求利之心是人开展事业和各种活动的原动力。
大家都想赚钱，这种“欲望”无可非议，但这种欲望不可停留在单纯利己的范围之内，也要考虑别人，要把单纯的私欲提升到追求公益的“大欲”的层次上。
这种利他的精神最终仍会惠及自己，扩大自己的利益。
其实，经营企业这种行为，已经包含了“为世人、为社会”的利他精神。
不论在生活中还是在企业经营中，稻盛和夫都倡导和秉承“利他”原则，他选择了一条少有人走的路，他以实践证明了：利他行为具有强大的力量，利他即是利己，这条利他之路在竞争激烈而残酷的商业社会是行得通的。
稻盛和夫此一经营哲学，包含了许多中国古代文化的精华，是纯粹的理想主义和彻底的现实主义完美融合的典范。
4.从《礼记·大学》中汲取创新思想　　《礼记·大学》中说：“苟日新，日日新，又日新”，其含义是：如果一天可以使自己达到一个新的境界，就应该天天如此进步，并且每天都不间断。
京瓷公司之所以有今天的辉煌，就是不间断地创新的结果。
20世纪30年代，日本只有3家小规模的汽车制造厂，年产量几百辆，而此时美国的福特公司每天下线1万辆T型轿车。
而到了20世纪80年代，戏剧性的一幕发生了，在美国本土市场，日本汽车以优质、廉价、油耗低而获得美国消费者的青睐，美国的汽车公司已经敌不过这个日本小徒弟了。
1930年看好汽车业发展前景的丰田喜一郎，投资13万美元成立了丰田汽车公司。
虽然他对这个行业热血沸腾，但在汽车制造方面并没有实际经验，于是就开始模仿当时汽车技术比较成熟的美国同行。
丰田的创业者们相信：模仿比创造更简单，如果能在模仿的同时给予改进，那就更好了。

丰田公司对美国车进行了逆向工序分解，并大量采用福特、雪弗兰的零部件。
为了让这些从美国拿来的技术能够更适应日本的市场环境，他们在模仿的基础上进行了一系列创新。
例如，当时日本的汽车市场比美国小得多，而从美国引进的生产线只适合大批量生产，为了让这些生产线能够适应少量生产，他们把投资巨大的冲压工序改为手工敲打，以此来节省模具，减少机床数量。
日本汽车凭借自己的优势逐渐在国际上站稳了脚跟，美国老师也开始转过头来学习日本汽车公司的特色技术和理念，这时模仿创新者成了师傅的师傅。
不只是汽车行业，日本的技术崛起几乎都是在仿制的基础上进行的。
早期的创业者们通过引进外国机器设备和生产线，建立了纺织业等轻工业部门，然后在生产操作中逐渐培养并增强了对国外进口机器设备的仿制能力，建立了日本的机械制造业。
模仿主要是建立在“逆向工程”的模式上。
这种模式的做法是解剖引进的产品，研究其内部结构和逻辑，在充分理解原有产品基础上，寻找改进创新的可能。
这给日本企业带来了有效的学习机会。
而大量学习的积累，又提供了在模仿中创新的可能。
周而复始，日本企业迅速在被动引进模仿中找到了主动。
第二次世界大战以后，日本经济一片萧条，但他们通过购买欧洲国家的技术专利，加快了创新步伐。
也是由于日本企业的好学的精神，日本企业的核心竞争力日益提高。
日本公司把贝尔公司发明的半导体专利引进本国后，迅速开发转化为各种电子产品，如收音机等。
美国人都觉得很吃惊，但结果发现还是自己的技术。
这就是日本人的精明所在，能快速进行模仿创新。
精工表最早是在瑞士开发出来的，瑞士是制表大国，开发石英表以后，瑞士人没有把它看做一种时代的进步、技术的进步而继续发扬光大。
日本人很快把这个技术买到手。
1964的第十八届奥运会上，日本人把他们开发的石英表制成奥运会的专用表，一举抢占了市场。
稻盛和夫作为日本的经营之圣，在其著作中也对企业的模仿创新，特别是创造性工作进行了总结。
他在《活法》中已经初步提出了“创造性工作”的含义：日积月累，每日有细微的进步，才能取得重大的进步。
在《干法》中，这一思想有了新的发展。
他提出，创造性的工作并不仅仅是开发高新技术。
不管是做多么微不足道的工作，我们都要时刻不断改善，争取明天的工作比今天好，后天的工作比明天好，这才是最为重要的。
任何伟大的改造，都是从这种永不满足现状的精神中产生的。
京瓷公司刚成立时，只有二十几名员工，技术水平非常有限。
现在，无论是京瓷公司，还是1984年成立的第二电信电话公司（KDDI），都成了全球知名企业。
许多中小企业家都认为京瓷公司有技术秘诀，依靠这样的秘诀就能从根本上改变公司的命运。
面对向自己求教的人，稻盛和夫曾经用一句话概括京瓷公司发展的历程：“持续地进行细微地改良。”
没有每天细微的进步，就不会有重大的发明创造。
对于经营者来说，维持现状就是落伍。
中国有句格言，“一日读书一日功，一日不读十日空”，说的也是同样的道理。
所谓灵感，也是建立在长期积累的基础上的。
《礼记·大学》中说：“苟日新，日日新，又日新”，其含义是：如果一天可以使自己达到一个新的境界，就应该天天如此进步，并且每天都不间断。
京瓷公司之所以有今天的辉煌，就是不间断地创新的结果。

稻盛和夫本来是专门的技术人员，但在工作中，他总是思考：能不能再改进一下，不能有更好的办法了吗？
很多细微的改良最终汇聚成了京瓷公司令人惊叹的技术成就。
　　他经常举清扫卫生的例子来说明问题：一个清扫工人，不甘心每天都用笤帚和拖把工作，就向经理提出购买吸尘器等工具。
新工具买来以后，一个清扫工就可以完成很多人的工作，节约了劳动力成本。
再过一段时间，这名工人从公司独立出去，专门以清洁建筑物为业。
最后，他成立了一家很大的清洁公司。
每一步都是不满足于现实的结果，每一次都是微小的改进，但最后却实现了从一名工人到清洁公司经理的巨大转变。
　　从模仿到创新，不断开展创造性的工作，这是日本企业从战后初期技术落后欧美20余年，到异军突起创造赶超奇迹的重要手段。
由政府参与规划和支持的有计划有步骤的技术引进，为日本企业带来一条迅速改变技术落后局面的捷径。
稻盛和夫领导的京瓷公司和KDDI公司就是两个其中的赢家。
　　……

编辑推荐

《稻盛和夫的中国功夫》是在充分研究稻盛和夫思想及其著作的基础上，将有关他的经营哲学的内容整理出来，并全面阐述了稻盛哲学体系的中国文化基础，结合案例，解析透彻，对于国内本土企业管理者更具指导意义。

第一图书网, tushu007.com

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