第一图书网, tushu007.com

<<幸福经济>>

图书基本信息

书名：<<幸福经济>>

13位ISBN编号：9787801697486

10位ISBN编号：7801697480

出版时间：2005-5-1

出版时间：中国时代经济

作者：陈世清

页数：220

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

经济，就是通过资源的生产与配置，满足人的需要。
利益，就是对人的需要的满足。
每个人都在按照利益最大化的原则来行事，从这个意义上讲，每个人都是“经济人”。
但人的需要，有物质的和精神的；人的利益，有金钱的和荣誉的；人满足需要、追求利益的手段，有合理的和不合理的、道德的和不道德的、损人利己的和利人利己的。
所以经济人，有庸俗的与高雅的，片面的与全面发展的。
“经济人”的假设科学不科学，不在其名称，而在其内涵。
认识这一点很重要。
因为人是一切科学的出发点，“经济人”是经济科学的出发点。
如果作为经济学出发点的“经济人”是低级的庸俗的，那么建立在“经济人”这个假设基础上的整个经济学体系的大厦，基础就是不牢的。
在理论上，一切模型都是无效的；在实践上，只能使人在追求幸福的道路上越走越远。
幸福经济，就是通过对“经济人”这一概念的重新定位，实现经济学、管理学的重新定位，在把人看成完整的人的前提下，实现经济学、管理学范式的转换，使经济成为幸福的经济，人成为幸福的人。

作者简介

陈世清：他拥有自己的经济学范式、擅长跨学科研究而在学术上自成一家，曾出版《经济领域的“哥白尼革命”》等三十多部书，并公开发表数十篇经济学、管理学、哲学论文，论文多次转载并多次获奖，他是五度空间理论、对称哲学、对称逻辑、对称经济学、再生经济学、和谐经济学、对称管理学、人类二次创业理论、知识运管学、创业经济学、名牌经济学、共有制等经济理论的创始人，致力于在社会主义市场经济体制建设理论和实践两方面做出创新性成果，被称为“中国的爱因斯坦”。

<<幸福经济>>

书籍目录

最高层的需要——创新是幸福的源泉　鲶鱼效应——忧患意识催化企业活力　自由竞争——合理竞争开发企业潜力　尊重创新——企业优化自身行为　只怕想不到——创新决定机遇　独一无二——敢第一个吃螃蟹　快半拍——抢占制高点　市场组接——资源配置导致资源再生　原始创新——创新从源头开始　超前创新——创新要分先后　知识创新——自上而下的创新　网络创新——从软到硬的创新　金融创新——钱洞里的创新　创新的创新——创新研究平台的创新　淘汰也是创新——创新就是推陈出新　何必推倒重来——改进与组合　品牌的特质——人性化关怀　凡是生存的就是合理的——生存是幸福的基础　苦尽甘来——逆境出钱财　放水养鱼——资源的开发、利用与保护　形象化生存——广告的功用　保护环境——生存的坐标　价值定价——满足顾客　精工细作——质量是生命线　时尚内涵——质量要看对象　因梦想而生存——愿景的力量　逆水中的人与企业——发展是幸福的主导　超越自我——目标与才能　更勤奋、更灵敏——对员工的魔鬼训练　以老板的心态工作——教员工当老板　人才流水线——完备的培训体系　跳去跳来——浪子回头金不换　家庭式管理——尊重、平等、开放　双管齐下——价格与规模　精益求精——对技术极限的追求　质保协议——客户导向新招　超越危机——患难见智慧　买方还是卖方——促进市场换代　过河卒子——增强产品核心竞争力　时刻准备着——安全是幸福的保证　安全是一种价值——责任与效益　让安全深入人心——安全信念　警报常鸣——安全原则　让安全凝固——安全性能　风险控制——安全的扩展　警惕台风——得意不要忘形　危机管理——化危险为机遇　山穷水尽有财路——走出危机　适应变化——对突发事件迅速做出反应　天将降大任——吃一堑长一智　我想有个家——归属是幸福的前提　内部归属——结构化的方法　有效团队——合作重于一切　扩展平台——意在客户　市场细分——定在客户　以客人为主题——解在客户　以客为本——一切从顾客的需求和欲望出发　以工为本——重在参与　斩首战略——直面营销　花落谁家——移花接木与多元化经营　筑巢引凤——筛选与造就　每个人都重要——人才就在你身边　围着客户转——全方位服务　真正的经营理念——服务增加价值　谁说没有借口——理解以后执行　最宝贵的东西是什么——健康是幸福的起点　商业与文化——健康的素养　生命核能——健康的技术　奇迹是怎样发生的——健康的企业机体　自由与纪律——健康的企业文化　蛋糕出忠诚——健康的管理制度　平等出忠诚——健康的领导风格　低调做企——健康的处世原则　欢乐营销——健康的营销手段　全新享受——健康的经营环境　休养生息——健康的市场策略　重新布局——健康的经营战略　让企业充满爱——爱是幸福的核心　经营人格——员工与顾客的价值　给员工空间——柔性管理　享受管理——让员工充分享受工作　水涨船高——培养员工是一种投资　异国他乡——人才国际化　沟通文化——让信息流动起来　性本善——信任员工 权利共享——分权放权　人太抽象——肯定个人尊严　满意不满意——情绪管理　管理的底线——道德专线　概念的背后——价值观的功能　一种承诺——广告与忠诚　生鲜经营——理念带来效益　亲情化轨迹——产品与人性的结合　见微知著——创造顾客　创新基因——进取成就感　王侯将相宁有种乎——公平是幸福的灵魂　好东西与好朋友分享——公平分配　能力本位——按能力区分人才，凭业绩回报人才　员工满意——领导意味着服务　不是经济人——应该为公共福利有所贡献　雪中送炭与锦上添花——福利的真正价值　公益营销——形象高于广告　优势互补——取长补短也是公平　名要符实——招牌就是信誉　遵守游戏规则——公平竞争　竞争只是手段——协作竞争　市场没有角落——不遗弃任何人　和谐不仅在琴上——和谐是幸福的关键　殊途同归——与和谐俱进　碰撞产生突变——以合作转型　在融洽中发展——对人际关系的投资　能力的木桶原理——能力与岗位的和谐　高薪养留——转换成本制度　生活解决方案——融合营销　不吃嗟来之食——亲情营销　顾客化营销——关系营销　其实很简单——满意营销　员工是第一顾客——内部营销　共生互利——以客户为中心　皆大欢喜——双赢是幸福的归宿　共生多赢——合作代替竞争　技

术共享——最有生命力的合作方式　　不是同林鸟——同舟共济同欢笑　　巧妙合作——伙伴双赢　　规范合作——渠道双赢　　1+1＝3——协同效应　　得道多助——联合制敌　　坐地分销——营销联盟　　班门弄斧——行业协作　　合众连横——协同竞争　　滴血之盟——捆绑致胜　　自己膨胀的蛋糕——生态网络　　追求梦想的地方——幸福的企业　　后记　　参考文献

章节摘录

中国有句俗语，一步赶不上，步步赶不上。
运用在企业经营上，就是捕捉商机决不能犹豫。
在创建京瓷公司时，创始人稻盛和夫白手起家，当时只有26岁。
当时在工业技术方面，才刚刚开始出现半导体及其产业化。
稻盛先生认为，在半导体等先进技术方面，如果同美欧竞争，只能是跟着学，也就是模仿。
之后，经过长时间的调查和思考，稻盛等人从输送火电的电线绝缘体电瓷瓶想到精密陶瓷。
京瓷是当时日本第一家也是惟一一家主攻精密陶瓷的企业。
京瓷株式会社在靠舶来品和模仿起家的日本，是真正意义上的独创。
如今，京瓷研制生产的精密陶瓷产品，从家庭厨房用的切菜刀到太阳能发电站，从最精密的半导体集成电路板到微型数字式照相机，已有几千种，精密陶瓷的部件已成为不可替代的高科技产品。
从精密陶瓷事业的成功，京瓷的经营者们获得了一条经验，那就是先行一步是机会。
对京瓷公司来说，“先行一步是机会”的哲学，又一次体现在创办日本第二家电信电话公司上。
20世纪80年代，欧美和日本出现国企民营化高潮，原日本电信电话公司改为一个全国垄断的民营大企业。
在独家垄断面前，京瓷的稻盛和夫敏锐地感到一个大竞争大发展的IT时代即将来临，在到来之前，京瓷应当先走一步。
西口泰夫秉承了稻盛和夫“永远先行一步”的思想。
有人问到京瓷的西口社长，京瓷的企业形象是什么，他说：“创造，先行于时代。
”京瓷先于日本其他企业发展精密陶瓷，并以此发展成领先于IT时代的综合型机电和通信企业。
京瓷公司又先于日本其他企业实现了企业全球化，在外国的企业占了整个京瓷集团的60%，京瓷的外国股东占30%。
西口社长在回答什么是京瓷的胜利方程式时说：“京瓷从小到大，发展到今天，取得了成功。
从生产的角度，也就是从制造业企业的角度看，京瓷的胜利方程式是：零部件一终端产品一机器一系统产品一服务贸易。
”具体解释是，京都陶瓷在创业之初，主要生产电线供电用的绝缘瓷瓶，随后发展成精密陶瓷原材料，制成各种零部件。
之后，公司又用这些零部件，研发出终端产品，进一步开发成主要使用精密陶瓷技术的机器，把这种技术产品向各个领域扩展，通俗地说，就是推出若干领城的系列产品。
其实用一句话来概括，就是新技术、新创造、新市场。
在创造三新的过程中，企业不断扩大和发展。

编辑推荐

《幸福经济：以幸福为导向的经营哲学》提出了一种全新的经济管理模式——幸福经济。
在我们的GDP显著增长的同时，我们却没觉得比以往幸福多少。
情感愉悦于天人合一，人不仅仅要与自然和谐，还应与自己与他人和谐。
有幸福的人才有幸福的企业，有幸福的企业才有幸福的经济，有幸福的经济才有经济的切实增长。
这就是《幸福经济：以幸福为导向的经营哲学》所阐释所努力的目标。

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