第一图书网, tushu007.com

<<幸福经营之道>>

图书基本信息

书名：<<幸福经营之道>>

13位ISBN编号：9787802347151

10位ISBN编号：7802347157

出版时间：2012-3

出版时间：中国发展出版社

作者：矢琦胜彦

页数：191

字数：1830000

译者：吴端

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

<<幸福经营之道>>

前言

以公共幸福为志向的一个商人的历史使命　　中国明代哲学家王阳明对商人有着十分精辟的论述，他认为“士与商术异而志同”。

自阳明学起，面对蓬勃兴起的近代商业，中国与日本的儒学都认为商人与当时的社会精英士大夫或武士在人格上和社会使命上的志向是完全一致的，这在日本被称之为商人道。

我的父亲就是一个以经世济民为目的、以克己尽诚的商人道为天职的商人。
我的父亲毕其一生追求的就是公共幸福的商人道，他的口头禅是“做一个真正的商人”。

每一个职员在进公司的第一天，都会听到我父亲“做一个真正的商人”的说教。
这带着近代气息的话语，也会使许多现代的青年人感到困惑。
在我年轻的时候，听到“做一个真正的商人”这样带着旧时代痕迹的说教时，除了有些抵触情绪以外，并没有认真地去思考它所蕴含的深刻意义。

在战争年代，我的父亲曾经被征召入伍，当了一名普通的士兵。
战后，作为俘虏又被送到了西伯利亚。
复员以后，经历了千辛万苦，历经磨炼，创建了现在的芬理希梦公司（法语的意思是：追求最高的幸福）。
通过波澜万丈的人生经历，寻找到一条用幸福经营的商业方式来实现将来世代的公共幸福的道路。

无论在什么时代，无论在什么地方，任何对财富的生产和再生产，对每一个参与者来说都是一种自我价值实现的过程。
在物质财富增长的过程中，自我的良知与他者的良知相互交汇，相互共鸣，培育出更为丰富多彩的人性。
商人道要比推崇力量竞争、提倡优胜劣败的“兵法”更有利于社会的经营与发展，可以营造出一种“三方积善”的环境，即买方与卖方，以及商品的生产方都有可能获得利益，三方共同创造社会的幸福价值。

从人类的发展史来看，人类的文明史就是一部生产财富的历史，在创造财富的过程中良知，良知在相互涵养之中得到了升华。
这就是一种对公共幸福的认识，使人得以超越自然的客观消费者的局限，奠定了人性中主体性的基础。

不过，我们仍然生活在受到各种限制的客观自然之中，因此，在我们生存的世界里仍然受到看不见之手——利己主义的摆布，仍然被层层叠叠的“我执化”构造所控制。

近代产业社会是一种用最小限度的投资去追求最大效益的专业分工的经济构造。
这种专业分工使人只注重与自己有关的知识和职责，认为只要完成了生产与社会角色的责任，就是实现了自我的存在。
这种在经营领域的“我执化”、“私心化”正是近代文明构造所制造的错觉。

早在7世纪，玄奘法师在《唯识论》中就已经指出，在人的自我意识中非常容易产生“我执化”的心理现象。
而近代的学校教育制度所强化形成的人的生活行为模式，使得自私自利成为一种生活习惯，被铺展为社会制度化。
要克服这种私心化的诅咒，就应该注重在日常生活的每一件小事上自觉地实践，发展自己的对待公共幸福的应答能力和经营方式。

商人道的视野应该超越追求个人幸福的局限，超越地域与国家机会开发的界限，去追求公私两全的公共幸福，追求全球化的机会开发的公平与平等，每个人的良知的成长和应答能力，人的全面发展以及将来世代的幸福。
这就是作为社会公共幸福的媒介角色的商人的历史使命，或者称之为“新重商主义”。

在产业社会的经营思想中，劳动者被看做是一种生产成本，是一种物品的存在。
幸福经营的理论则认为，人是一种有着无限发展可能性的良心的存在，而追求人与社会的永续发展与幸福是经营和商业的意义所在。

第一图书网, tushu007.com

一个新时代的商人应该以公共幸福为使命，在实心、实学和实践中不断开拓公共幸福的领域，将每一个人的生活、生产经验价值化，形成幸福经营的社会文化与可持续发展的经济体系。

我希望幸福经营之道的实心实学，商人之道的“新重商主义”，能够为公共幸福的世界做出一点力所能及的贡献。

日本京都论坛事务局长 矢崎胜彦　　2012年3月1日

内容概要

矢崎胜彦，现任日本芬理希梦集团(Felissimo)名誉会长，京都论坛事务局长。
是日本邮购帝国的缔造者，长期致力于“幸福经营”的研究与实践。
《幸福经营之道：日本邮购帝国缔造者启示录》作者谈到了让他取得了最大成功的经营思路就是“广域价值的集约化”和“未来价值的现在化”这两个核心理念在创新商业形式中的应用；其次阐述了全球经济活动中，从资本主义到资源主义的转变是全球大势所趋；作者饶有趣味的探讨企业的经济利益必须同社会责任和社会幸福挂钩，一个没有社会责任、破坏环境的企业，长远来看，是得不到消费者长久的支持的；追求“幸福经营”在过去的一年里成为了中国社会和世界舞台的主要声音，超强的追求幸福生活的本能成就了这位成功的企业家。

《幸福经营之道：日本邮购帝国缔造者启示录》可以给已经思维固化的人们提供一个新的思考企业经营和思考人生经营的角度，激荡他们早已沉睡的梦想。
“幸福经营之道”不正是现代中国企业人践行的最彻底的正道吗？
《幸福经营之道：日本邮购帝国缔造者启示录》对于阐述在企业经营中如何追求“最大最高级幸福”的运用非常精到，构思奇妙，使读者心领神会。

作者简介

矢崎胜彦，现任日本芬理希梦集团(Fe
Jissimo)名誉会长，京都论坛事务局长。
是日本邮购帝国的缔造者，长期致力于“ 幸福经营 ”的研究与实践。

第一图书网, tushu007.com

<<幸福经营之道>>

书籍目录

第一章 全球经营——超越经济、科学和文化
全球化的经营观
从“西部牛仔”粗放经济到现代“太空船”全球经济
从狩猎采集到固定农耕
创造新机遇的经营
学会如何创造机遇
超越知识文化的圈套
“虾米”与“金枪鱼”的全球经济学
从森林经济学到海洋经济学
从资本主义向资源主义的转变
扩大消费与生活水准的提高
幸福经营中的利己与利他
第二章 超越店铺——幸福经营理念的出发点
追求幸福是企业首要的经营理念
现代经济社会企业经营的界限
四种类型的幸福观
何谓超越店铺
广域价值的集约化
京都论坛与幸福经营学
未来价值的现在化
人生70万小时财产的使用法
对终生教育论的反思
自我与他者的相生关系
赋予GNP新的意义
美国超级市场的小册子
第三章 超越经营——通向公共幸福的世界
经济学的新使命
卡耐基基金与诺贝尔基金的异同
石油危机的考验
成本的工作机会化
畅销商品与刀耕火种
企业要作生活者的代理人
经济民主主义与消费税
企业是生活文化的总编辑
创造新的公共媒介
新干线的车票
将理想产业化的幸福经营学
经营者的自由和目标
与宇宙大自然的同一化
第四章 幸福经营——超越幸福经验论
整体利益与个体利益
经济效率与经济效果
经营目的与经营手段
原创能力与质量管理
托德·特纳与CNN的经营方式

第一图书网, tushu007.com

大众传媒与大众参与
从相互竞争到共同创造
世界银行带来的启示
从“三十当家”到“六十教授”
稻盛和夫的“100万日元构想”
超越“大脑掠夺性”的构造
全球化与共创幸福
附录 矢崎胜彦先生全球公益行巡礼

章节摘录

从“西部牛仔”粗放经济到现代“太空船”全球经济　　近代的经济学是以沿地平线无限延伸的宽阔平原为前提的“西部牛仔”型经济学，就是以取之不尽、用之不竭的地球资源为前提，完全不考虑地球资源的有限性的经营理论。
因此，有必要确立“太空船”式的经济学，以克服“西部牛仔”型经济学之不足。
地球上并不存在取之不尽用之不竭的资源。
可以说，这是尽人皆知的道理。
虽然如此，迄今为止的经济学理论偏偏以地球资源取之不尽用之不竭这一前提作条件，完全不顾地球的有限性这一客观事实。
认识到这一问题的严重性而与以往经济学发生激烈冲突的名著就是凯列斯·鲍尔丁所著的《超越经济学》一书（学研社）。
正如书中所述，它把地球比作漂浮于星际中的一艘太空船，而人类只是飞船上的乘员而已。
正是这一比喻的生动构思，指出了以往经济学的局限以及未来经济学的发展趋势，可以说这本书是指示未来的极好的路标。
我作为一名经营者，深感有必要以独自的立场或观点来对待地球环境问题，正是由于受到这本书的启迪。
不用说，在这以前，我也有过类似的感受。
实际感受到的石油危机就是这样，“罗马俱乐部”的报告《经济增长的极限》一书（钻石出版社）更加深了我的这种认识。
后来所读到的鲍尔丁所著《超越经济学》仿佛是当头棒喝，给我留下了深刻的印象。
鲍尔丁使我警醒，让我意识到必须确立“太空船”型经济学，以克服“西部牛仔”型经济学之不足。
鲍尔丁的书使我切实感受到幸福经营学应超越现代经济学的范畴，有必要涉及上述问题，以及作为经营者的我们要站在更高的高度从整体上来考虑经济活动。
说到这里，如何实现从“西部牛仔”型到现代“太空船”型经济的转变呢？
具体应当怎么做呢？
最重要的就是立足于地球有限性这一观点，充分认识到物质增长的有限性。
理论方面，并不像以往的企业理论那样把物质增长作为经营的唯一目的，而应当以地球自然资源有限性为前提，重新认识自我的存在价值，需睁开眼睛重新认识有形价值以外的“无形价值”。
如果有悖于此，将会造成无法挽回的局面。
因为作为经营基础的社会以及经济本身并不是自然而然地形成的。
我本人就经历过一段“牛仔型”粗放经营的时期。
任何企业都可能有这种情况。
但我切实感到自己公司中的这一情况，是在与通产省的外围团体打交道时，听到对方的一段话。
通产省外围团体的人竟使用了“烧荒耕地”来比喻我经营的公司。
听了这话，我着实地大吃了一惊。
细想起来，在商业方面不干“烧荒耕地”式的公司恐怕没有。
首先，像我们这样单靠商品广告目录的无店铺经营的邮购销售，却不受商业圈这样的地域限制。
因此，假设自己的公司有“烧荒耕地”这种倾向，使公司的销售区域得到巩固和扩大，这也是能够快捷地实现的。
问题就在于此。
“烧荒耕地”一词，有两种不同的含义。
在商业界里，一种解释是投人种类纷繁的产品占领市场，也就是说市场像“烧荒耕地”一样，不断地蔓延、扩大。
另一种意思则是，在大范围里只投入单一种类的商品，直到公司的产品丧失一切来自市场的需要，也就是产品像“烧荒耕地”一样的粗放化。

中东石油危机以前，邮购销售这一商业方式，从根本上看属于生产型，主要是销售单一产品。那时，尚不存在像现在这种利用综合性的目录来销售各种商品的流通体系。

正是由此，我对于“烧荒耕地”性质这一说法格外敏感。

事实上，即使通产省外围团体的人不说，我自己也深刻意识到这一经营方式的潜在的危机了。

在我们经营者当中，大多数都曾有过把某种单一商品的广告夹进报纸中送到订户家里的经历。

这还是石油危机发生以前的事。

广告小报被塞进之后，通过多次分发，这种广告性的宣传品在日本全面铺天盖地，通常就是这样让日本的男女老幼尽人皆知。

我在这时，似乎才领略到这种“烧荒耕地”式经营的惊人之处。

正是鉴于这种实际感受，即使是对于“西部牛仔”型经济这一新词我也作出了格外迅速的反应。

加之，还有先前所提到的作为实际体会的石油危机。

这些事实，真正让我深切体会到地球环境资源的有限性。

我对本公司内在的“烧荒耕地”式经营倾向所抱有的危机感，以及围绕这个问题的外在环境——即对地球资源的有限性的领悟，更进一步加深了我对“西部牛仔”型经济这一概念的实际认识。

以企业为核心的经济理论，只重视盈利性的活动，也就仅在买与卖的同时，与消费者有一次性接触的机会，基本上忽视消费者的学说。

与此相反，消费者潜在经济意识通常与日常生活的延续性有着密切的联系。

所以，企业的经营活动必须从利润至上的“狩猎采集型”转变为注重人性发展的“固定农耕型”，对于市场概念，不再像以往那样“烧荒种地”式的一次性的收获，而必须考虑到市场的持续性。

……

编辑推荐

《幸福经营之道：日本邮购帝国缔造者启示录》为我们介绍了日本邮购帝国缔造者矢崎胜彦的幸福经营理论。

幸福经营理论认为，人是一种有着无限发展可能性的良心的存在，而追求人与社会的永续发展与幸福是经营和商业的意义所在。

一个新时代的商人应该以公共幸福为使命，在实心、实学和实践中不断开拓公共幸福的领域，将每一个人的生活、生产经验价值化，形成幸福经营的社会文化与可持续发展的经济体系。

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