

复旦 管理学家圆桌谈

光阴给我们经验,读书给我们知识。复旦一文汇管理学家圆桌谈的“2022书单”如期而至。本期“书单”,我们邀请复旦大学管理学院李玲芳教授、褚荣伟副教授、徐笑君副教授、朱振梅副教授,共同与读者分享他们的阅读思考与心得。

书单中的13本书,既有金融数学、审计、会计等专业领域的科普读本,阅读起来通俗易懂、饶有趣味,也有企业管理、战略决策等实操手册,还不乏共享经济等热门话题的深度解读,启发大家对经济学、管理学的深层次思考。



推荐人:李玲芳

复旦大学管理学院应用经济学系教授

《基金投资的真相》

作者: C. 托马斯·霍华德、杰森·A. 沃森
出版社: 广州经济出版社

商业及投资决策是一门科学,更是一种行为博弈。想做好商业及投资决策,不仅要具备理性考虑全局的策略性思维,还须具备掌控自己的冲动、洞察他人冲动的能力。近年获得诺贝尔经济学奖的乔治·阿克洛夫、彼得·戴蒙德、埃尔文·罗斯、罗伯特·席勒、让·梯若尔、理查德·塞勒等经济学家,其研究均涉及行为经济学。

这本书通过介绍一系列行为经济学及行为金融学的分析工具在各种策略环境下的应用,有助于理解和分析社会、经济和商业生活中的策略行为和冲动。该书既介绍各种投资时机的行为偏差,又给投资者提供具体的建议,比如如何通过写投资日记来记录投资决策过程,如何做好更好的调研,如何管理好投资流程,以及如何管理投资公司等。

希望这本书能帮助大



家了解行为经济学及行为金融学的基本知识,理解和分析投资中的非理性冲动,并明确如何通过机制设计来减少行为偏差带来的影响,从而更好地做出投资决策。

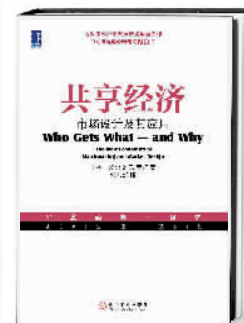
《简单有趣的金融数学》

作者: 唐纳德·G. 萨利
出版社: 机械工业出版社

本书通过简单易懂的语言和故事阐释了金融数学中的核心概念和方法,介绍了现代金融中常用的对冲工具——期权及其背后的数学原理。书中还介绍了其他金融产品的数理模型,如债券、股息等。

不同于一般的以数学公式和推导为主的金融数学类图书,本书通过很多浅显易懂的例子让读者先理解复杂金融产品背后的设计原理,再介绍相关必要的数学知识,培养读者的数学直觉。

本书作者萨利教授是美国科学院院士、美国科学与艺术研究院院士、美国科学促进会院士。他是个数学界的奇才,研究方向横跨数学、天体力学和经济学三个学科,也擅长用简单易懂的方式来阐明逻辑,用直白的语言、生动的范例直击复杂数学问题的本质。本书旨在影



响人们的思考方式,而不是通过数学炫技来给人留下深刻印象。

这本书既适合作为本科生的金融数学及数理金融课程教材,又适合作为对金融数学及数理金融感兴趣的大众读者的科普读本。

《共享经济:市场设计及其应用》

作者: 埃尔文·E. 罗斯
出版社: 机械工业出版社

埃尔文·E. 罗斯是2012年诺贝尔经济学奖获得者,“市场设计”领域的开创者。他认为,当市场无法依靠“价格”这一经济学核心原则来解决问题时,市场就失灵了。此时需要经济学家介入,通过科学的方法和理论,改进市场运行机制,提高市场运行效率。这正是“市场设计”的含义。

相较于商品市场,在配对市场中,价格发挥的作用十分有限,市场设计的价值从而得以体现。因此,虽然本书中文名字为《共享经济》,但主要关注的其实是,在配对市场中,如何通过市场设计让匹配更加有效。作者结合自己曾组织或参与过的市场设计实例,例如肾脏捐赠匹配网络、纽约市高中入学系统,以及医学院毕业生住院医师培训分配系统等,详细阐明了市场设计的运作机理和产生的显著效果。

本书虽然关注的是广泛意义上的配对市场,但数字平台,如天猫、亚马逊、滴滴等都扮演着中介的角色,同样面临着如何更有效匹配的问题,因此本书所介绍的市场设计同样适用于数字平台。

此外,本书阐述了一个成功市场必须解决的三个核心问题:市场稠密度、堵塞和信任,这是在任何时代都同样重要的问题。只不过随着数字技术的赋能,市场设计者拥有了更多可选择的技术与手段。这些纷繁复杂的新技术本质上都在解决老问题,这对于我们理解今天数字平台的行为具有重要启发性。

推荐人:褚荣伟

复旦大学管理学院市场营销学系副教授



《Connected Strategy: Building Continuous Customer Relationships for Competitive Advantage(将情境互动转化为持续客户关系的竞争优势)》

作者: 尼可拉·斯格科、克里斯蒂安·特尔维什
出版社: 哈佛商业评论出版社

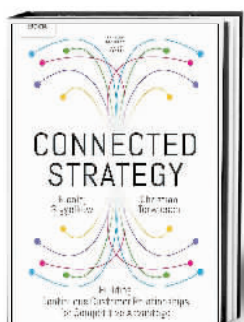
历史上,公司与其客户之间的互动本质上是偶发性的。通过有说服力的营销,客户识别出未满足的需求,然后持续浏览解决方案,直到找到满意的那一个。作者尼可拉·斯格科和克里斯蒂安·特尔维什在他们的书中详细研究了技术如何永远改变了传统的客户互动。改善情境互动的动力建立在过程中两个明显的弱点之上。首先,客户必须预先进行大量研究,然后等待交货。其次,客户必须经常满足于公司现有的东西,而不是他们真正想要的东西。斯格科和特尔维什描述了将情境互动转化为持续客户关系的竞争优势的4种具体途径:回应欲望、精选

产品、教练行为和自动执行。本书通过丰富的示例和实用的建议,提供了一个清晰的路线图。

《文化战略:以创新的意识形态构建独特的文化品牌》

作者: 道格拉斯·霍尔特、道格拉斯·卡梅隆
出版社: 商务印书馆

创新是当前品牌发展和商业竞争的核心主题,但如何创新却是企业永远的挑战。本书提出了不同于《蓝海战略》所倡导的观点——创新在于产品功能的突破。作者道格拉斯·霍尔特曾经是牛津大学营销专业欧莱雅讲座教授,他在本书中指出了功能主义创新模式的缺陷,提出了文化创新的理论。通过对消费者文化理论的学术应用,他用8年时间,对7个案例包括耐克、星巴克、巴塔哥尼亚、万宝路等进行历史研究,在大量的资料搜集分析后,提出了意识形态机遇是市场创新的最肥沃的土壤



之一。

在科学主义方法盛行于整个市场之时,这本书提醒我们不能将文化排除在市场之外,文化简约论者非常容易追逐工程师式的营销管理,但这样导致的品牌官僚体制对于未来的持续创新必然是有害无利的。

《马奇论管理:真理、美、正义和学问》

作者: 詹姆斯·马奇
出版社: 东方出版社

相较于彼得·德鲁克来说,不少人其实对马奇会感到有点陌生。但不同于德鲁克的经验范式,詹姆斯·马奇在早年是科学范式的代表人物,他是美国社会科学学术界的传奇,组织研究中卡内基-梅隆学派的创始人之一,后来又开拓了领导力研究的人文范式。

这本书收入了马奇本人遴选的代表性文章,涵盖了其在组织决策、组织适应、组织变革、组织学习、领导力,以及管理教育和咨询等领域的真知灼见。当重读这些思想时,会更加深刻理解“理论之常青”的奥义,但遗憾的是,这些思想在今天学科分工精细的学术界寥若晨星。这本书让我们能够重新思考如何进行美的理论创新,如何根植于国家、社会、时代的具体情景中找到社会科学的理论突破。

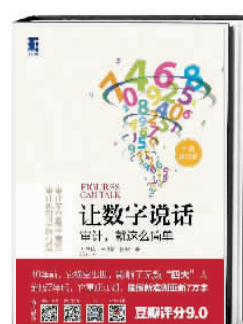
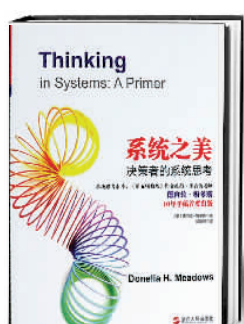
辑,同时详细剖析了上市公司利用“资产减值”等常见会计科目进行盈余操纵的手段,为投资者进一步甄别上市公司提供了有力的工具。

《让数字说话:审计,就这么简单》

作者: 孙含晖、王苏颖、阎歌
出版社: 机械工业出版社

这是一本审计学的科普书。一提到审计,大家的第一反应就是老师“难教”,学生“难学”。没错,审计的特点就是没做过实务,学不懂理论,而没有理论又无法更好地实践。这样的一门学科,能够出科普书,本身就很难。但《让数字说话》不仅成功做到了科普的娱乐性,又兼具了理论与实务的严谨性,难怪豆瓣评分达9.0之高,被誉为极好的“审计实务入门教材”,影响了无数的“四大”人。

本书的作者从事审计及财务工作20余年,兴趣广泛并爱好科普类读物,这些背景让他们有能力将审计原理与实务写得诙谐幽默、浅显易懂。例如,“独立审计,很多时候并不是以查问题为主,而更像是解一道几何证明题,企业经营情况和财务会计记录就是一道几何题的已知条件,要求证明的就是管理层所提交的财务报表是真实可靠的。”形象的比喻,天马行空的写法,不仅能让圈内人士,包括从事审计教学多年的我,可以更加透彻地理解审计,也为圈外人士揭开审计神秘的面纱。



推荐人:朱振梅

复旦大学管理学院会计学系副教授

《系统之美:决策者的系统思考》

作者: 德内拉·梅多斯
出版社: 浙江人民出版社

无论你是企业家、管理者、公司员工或是科研工作,都面临着问题的分析与解决。随着问题的逐一解决,新的问题又不断涌现,日复一日应付各种具体问题而身心俱疲,只见树木不见森林,这就是典型的缺乏系统思考的表现。系统思考作为应对复杂性挑战的有力工具,在经济和社会的各个领域中已经得到广泛认可和应用。可以说,系统思考的能力会帮助每一个人的工作、学习和生活。

明知系统思考的重要性,但当学习系统论需要面对枯燥复杂的模型及公式时,很多人又望而却步。《系统之美》作为一本系统论入门级读物,通过列举常见的系统性难题,分析其出现的原因以及应对措施,深入浅出并且生动形象地将系统思维灌输给读者的大脑。本书之所以能够将复杂问题通过平实的语言讲解透彻,得益于作者深厚的理论、实践、跨学科功底,以及作者本身的系统思

考能力。该书的作者德内拉·梅多斯是世界最伟大的系统思考大师之一。她通过这本书无时无刻不在展现着系统思考在生活点滴中的重要性,例如书中所说“流感病毒不会攻击你——相反,是你自己的身体状况正好适合流感病毒的生长”。所以,掌握系统思考,将会让你看到以前看不到的问题,看见以前所看不见的事物,从而寻找到解决问题的根本方法。

《会计“大爆炸”》

作者: 程小可、郑立东
出版社: 经济科学出版社

作为多家上市公司股东的你,即使没有学过会计,通过多年股票市场的摸爬滚打,是不是也会经常翻看企业的财务报表?在最近几年,你可能会面临一个问题,那就是会计准则的变更所带来财务报表的新变化,让你云里雾里而无所适从。《会计“大爆炸”》这本书,正好就是全面介绍了新旧准则对于财务报表的影响。也许,纯粹的介绍准则,既枯燥生涩又很难读懂,但这本书的全文都是以幽默风趣的对话以及结合具体案例的方式展开,非常适合会计财务人员或非会计财务人员来阅读。

这本书除了从财务报表的某个项目发生变化入手,让读者轻松了解最近的收入及金融工具等准则的修订背景、改革逻辑及核心变化外,还结合了资本市场的热门事件,揭开我国股票市场“存贷双高”“商誉暴雷”“并购失败”“股权激励”及“借壳上市”等一系列会计实务问题背后的逻辑。

推荐人:徐笑君

复旦大学管理学院企业管理系副教授



《卓有成效的组织》

作者: 亨利·明茨伯格
出版社: 中国人民大学出版社

频繁的组织结构调整是VUCA时代企业的一个重要特征。所谓VUCA就是Volatility(易变性)、Uncertainty(不确定性)、Complexity(复杂性)、Ambiguity(模糊性)四个英语单词的首字母缩略语。

如何设计有效的组织结构,激发组织活力?该书用非常通俗明了的语言向管理者、学者和咨询者介绍什么是组织结构以及如何设计一个有效的组织。本书的作者是经理角色学派和战略过程学派的创立者亨利·明茨伯格。该书认为,组织结构是指将工作拆分成若干不同的任务,再协调整合起来以实现工作目标的各种方法的总和。具体来看,组织有五种协调机制:相互调节、直接监督、工作流程标准化、工作输出标准化、员工技能标准化。随着组织工作变得越来越复杂,组织偏好的协调机制就从相互调节转向直接监督,再到标准化(包括工作流程标准化、工作输出标准化、员工技能标准化),最后又回归到相互调节上来。

该书认为组织有五大组成部分:战略高层(CEO及其他把握全局问题的高层管理者)、运营核心(基层操作者)、中间线(中层和基层管理者)、技术结构(负责标准化的职能人员)和支持人员(负责支持性工作的职能人员)。组织运转有五种方式:正式权力流、受控活动流、非正式沟通流、工作集群和临时决策流程。当我们不同的协调机制和运转方式统一于由五大部分构成的组织中时,就会发现组织运转是一件很复杂的事情。该书详细介绍了简单结构、机械式官僚结构、专业式官僚结构、事业部制结构、变形虫结构等五种典型的组织形态的设计参数、运转方式、适用条件,以及运行过程中会出现的问题,为企业组织设计和组织变革提供了宝贵的指导和借鉴。



《无畏的组织》

作者: 艾米·埃德蒙森
出版社: 东方出版社

该书的主要观点是恐惧会限制我们的有效思考和行动能力,只有构建无所畏惧的组织,员工才能勇于创新、乐于分享知识,最终让处于复杂多变的环境中的组织获得成长。

本书作者艾米·埃德蒙森从1990年代中期开始研究心理安全,认为组织聘用聪明的、有内驱力的员工是不够的,组织需要创造一种心理安全的氛围,才能让员工自由地分享知识、坦率地报告错误,并实现跨组跨部门的无缝协调。本书不仅介绍了什么是心理安全,还介绍了发生在不同工作场所中的真实案例,展示心理安全或者缺乏心理安全是如何影响业务绩效和员工绩效的。

例如,工作场所的恐惧会让组织产生成功幻觉,从而延迟问题的发现;当工作环境具有相当高的心理安全性时,错误会被迅速报告,以便及时采取纠正措施。员工生活在恐惧的文化中,会造成员工不愿发言、提问或者寻求帮助;当员工具有心理安全感时,他们会乐于分享担心或者错误,而不会担心尴尬或报复,也不会担心被羞辱、忽视或指责。本书也分析了组织领导者需要做些什么来重构员工的心理安全以及如何创建无所畏惧的组织。

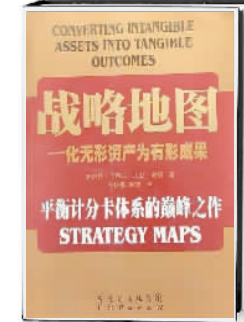


《战略地图:化无形资产为有形成果》

作者: 罗伯特·卡普兰、大卫·诺顿
出版社: 广州经济出版社

组织制定好战略后,经常会发现组织战略和员工日常工作两张皮。如何将组织的战略目标转化为员工的日常工作是现代企业管理的一个痛点。平衡计分卡是一种把企业战略目标转化为员工实际行动的最有效工具,为了更好地描述和沟通战略,哈佛大学的罗伯特·卡普兰教授和诺兰诺顿学院的CEO大卫·诺顿于2004年出版了《战略地图:化无形资产为有形成果》,在书中提出了战略地图这个描述战略的动态可视化工具。

战略地图从财务、客户、内部流程、学习与成长4个角度来分析实现组织战略的关键成功因素以及各关键成功因素之间的因果关系。本书不仅给出了实施总成本最低、产品领先、全面客户解决方案和系统锁定4种战略时的战略地图模板和相关案例,而且为如何动态绘制战略地图提出了相应的步骤。



《企业文化生存与变革指南》

作者: 埃德加·沙因
出版社: 浙江人民出版社

美国麻省理工学院斯隆管理学院的终身荣誉教授埃德加·沙因被誉为“企业文化理论之父”,是“企业文化”一词的发明者。他的著作《企业文化生存与变革指南》对什么是企业文化,企业文化是如何形成和发展的,如何变革企业文化等问题都一一做出解答。

在本书中,沙因给企业文化所作的定义为:“企业文化是一个群体在解决其外部适应和内部整合问题过程中习得的一系列共享深层假设的集合。”他将企业文化分为三个层次:表层的人工饰物(可以观察到的管理制度和工作流程)、中层的价值观念(企业的发展战略、目标和经营哲学)、以及深层假设(意识不到的、深入人心的信念、知觉、思维和感觉),其中深层假设是价值观念和行为的根源,必须好好理解和管理深层假设。本书分析了初创期、成熟期、中期危机和潜在衰退期等不同企业发展阶段的文化问题和管理建议。本书也分析了兼并、收购、合资和合作等跨文化情景中的多元文化管理问题。



复旦 管理学家圆桌谈 合作伙伴

题图 视觉中国 头像素描 张旭青