

悟冰管理手册 1

FRANK WOOD MANAGEMENT MANUAL 1

桃子管理

吴 斌◎著



三个分别被夏娃、牛顿、乔布斯得到的苹果影响着我们生活的方方面面，而那只被一位东方传奇人物摘取的桃子又给我们带来了怎样的改变呢？



经济日报出版社

悟冰管理手册 1

FRANK WOOD MANAGEMENT MANUAL 1

桃子管理

吴 斌◎著



经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

桃子管理 / 吴斌著 .. -- 北京: 经济日报出版社,
2016.1
ISBN 978-7-80257-835-7

I. ①桃… II. ①吴… III. ①管理学—研究 IV.
① C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 003103 号

桃子管理

作 者	吴 斌
责任编辑	陈礼滢
责任校对	薛银涛
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市西城区右安门内大街 65 号 (邮政编码: 100054)
电 话	010-63567683 (编辑部) 010-63516959 83559665 (发行部)
网 址	www.edpbook.com.cn
E - mail	edpbook@126.com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京京华虎彩印刷有限公司
开 本	889 × 1194 毫米 1/32
印 张	4.5
字 数	120 千字
版 次	2016 年 1 月第一版
印 次	2016 年 1 月第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-80257-835-7
定 价	28.00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

前 言

著名的“三个苹果”的典故有很多人知道，被夏娃摘取的苹果启迪了智慧；砸中了牛顿的苹果催生了科学；被乔布斯咬了一口的苹果激发了创新，这三个苹果至今仍然深刻地影响着人类社会，但这三个苹果都花落西方，那么东方被赠予了什么呢？或许我们能从那部被《美国大百科全书》评价为“具有丰富内容和光辉思想”的中国古典文学名著——《西游记》中找到答案。

我国传统文化是一座璀璨的思想宝库，而四大名著又是这座宝库中的明珠，《西游记》可以说是其中传播范围最广泛、受众认可度最高的一部作品，根据其内容改编的影视作品更是蜚声中外。书中主人公孙悟空就是被桃子砸中的人物，他在执着追寻有长生不老功效的“仙桃”的过程中迸发出无穷智慧和力量，尽管挫折不断，但他仍百折不回，最终实现蜕变，取得了“正果”，也实现了“桃子山”的华丽转型。孙悟空一手打造的走生态发展路线的“桃子山”，与当今生态文明建设的权重日益凸显，生态经济发展日渐蓬勃的经济社会

大环境十分契合，“桃子山”夹缝中求生存求发展的成长历程对于现代经济组织及非营利性的组织发展而言也具有借鉴意义。本书致力于用古典文学的“瓶”装管理理论的“酒”，以小见大，窥微观展宏观，以创新型的方式为读者展现管理学的独特魅力。需要指出的是，书中“摘桃者言”部分系原著衍生的虚构故事情节，与现实人物及事件均无关联。

2015年4月25日，《中共中央国务院关于加快推进生态文明建设的意见》正式发布，其中第二十九条指出：把生态文明教育作为素质教育的重要内容，纳入国民教育体系和干部教育培训体系。将生态文化作为现代公共文化服务体系建设的重要内容，挖掘优秀传统文化思想和资源，创作一批文化作品，创建一批教育基地，满足广大人民群众对生态文化的需求。

本书紧密围绕“绿水青山就是金山银山”的主旨，以“大众创业、万众创新”战略为指引，致力于用文学的想象力来激发读者的创新力，进而为经济组织的转型发展尽一份绵薄之力。当前，我国经济发展步入新常态，世界经济也在经历金融危机带来的震荡调整之后呈现出新的发展态势，经济和管理犹如车之双轮，鸟之双翼，相辅相承，不可或缺，因此，经济领域的变革必然引领管理模式的转型。工欲善其事，须先融其道，而后利其器，即道器兼修，知行合一。离开了管理实践基础的管理理论犹如无木之林，而离开了管理理论指导的管理实践又恰如无源之水，科学管理理论的构建者泰勒本身就是一名企业管理人员，阿米巴经营学的提出者稻盛和夫先生更是两家世界五百强企业的创立者，这两种分别源于

西方文化和东方文化的管理理论都深刻影响了管理学的发展进程。

本书扎根于组织管理实践，着眼于管理学发展新动向，深挖中国古典文学中的经营管理智慧，紧扣生态经济脉动，着力服务经济社会发展，致力于为中华管理文化的繁荣发展尽一份绵薄之力。

目 录

- 1 第一章 还在追寻桃子吗?
- 6 第二章 “懒猴子”理论
- 10 第三章 营造共同愿景
- 14 第四章 开发核心竞争力
- 18 第五章 培育代理人
- 22 第六章 实行长线投资
- 26 第七章 派桃子的艺术——6P 激励模式
- 48 第八章 舞棍子的技术——6S 治理模式
- 71 第九章 人生低谷的自我修炼
- 76 第十章 重视“决策源附件”

- 80 第十一章 无可替代完胜人见人爱
- 85 第十二章 快乐崇拜愿过刀山火海
- 89 第十三章 组织营销战略——“扫塔”的智慧
- 94 第十四章 组织合作共赢——开发“五庄观”
- 98 第十五章 组织文化整合——智取“火焰山”
- 103 第十六章 组织危机管理——真假“美猴王”
- 108 第十七章 组织管理之道——手机控管理哲学
- 115 第十八章 组织经营艺术——《桃子经》的精妙
- 121 第十九章 摘除心中“紧箍”——参订《桃子法》
- 127 第二十章 拥抱管理 4.0
- 135 参考书目
- 136 后 记

第一章 还在追寻桃子吗？

我们许多人都曾执着追寻属于自己的桃子，但是在追寻的过程中大多数人由于各种各样的原因改变了自己的初衷，于是我们放弃了追寻桃子这件事，并且千方百计说服自己：桃子有什么好？又涩又硬。一直到老了再也迈不开腿了，一天，你坐在门槛边的小凳子上晒太阳，一个和当年的你很像的孩子走到面前，他问你：“老人家，您知道哪里有那种皮粉粉的、头尖尖的、屁股圆圆的，一咬下去就又甜又黏的东西吗？”你欲言又止，你知道他找的是什麼，因为你自己年轻的时候也曾像他这样地不顾一切追寻过，你张张嘴，话没说出口，却尝到了咸涩的味道。孩子笑了：“我只是问你，又不要抢你的，你干嘛哭呀？”孩子笑着蹦蹦跳跳走开了，你看着孩子的背影终于从干巴巴的双唇中间挤出两个字：“桃子！”



摘桃者言

他是一名孤儿，关于他的身世有很多传言，有一种广为流传，是因为石头村里一位最年长的老人信誓旦旦地说，自

已亲眼看到他从海滩边的石头里“蹦”出来。村里人都认为他的降生是不祥之兆，人人唯恐避之而不及，慢慢成长的过程中孤寂无助，于是他跋山涉水来到了传说中的桃子山。

面对眼前这流淌着绿意的山和荡漾着欢乐的水，心中聚集的所有委屈和怨气在这一刻喷薄而出，他酣畅淋漓地长吼了一声：“我来啦！”这声用尽他浑身气力的大喊激荡着寂静的桃子山的每个角落，小松鼠放下了手中的松果呆立在那儿，梅花鹿松开了嘴边的草讶异地来回踱步，猴子们都停止了打闹眼神直勾勾地望向树下，只有山间的泉更加欢快地流淌，林间的风更加自在地游荡。

这一声打破寂静的大喊让不远处的四个人警觉地支起了耳朵，这四人本是傲来的居民，几十年前只为不被饿死而逃荒到桃子山上，为了与桃子山上最大的地方势力——原住民打成一片，他们千方百计使自己融入原住民，与他们一起爬树摘果，嬉戏打闹，共同劳作，天长日久，他们逐渐变得亲密无间，四个人也逐渐成为头领。面对这个从天而降的家伙，他们略微感到有些不安，他们全然不知，对面的这个人将成为他们的领袖。一声唢呐响过，一只鲜嫩多汁的粉红色大桃子以40迈的时速在空中划过一道优美的香蕉形弧线后准确地砸在“入侵者”那略带稚嫩的脸上，这张脸的主人此刻已饥肠辘辘，甚至恨不得能吞下几颗鹅卵石，因此这只迎面飞来被撞得汁液横流、芳香四溢的大桃子成为了他眼中的天赐之物，他毫不犹豫地抓起桃子狠狠往嘴里塞去，顿时一股天然의清香在口腔中弥漫开来，甜美的汁液在舌尖牙缝间肆意流淌，原来世上还有这么美味的东西！一眨眼，原本被作为“暗器”的桃子下了肚，就像小鸡会坚定不移地认破壳而出时

见到的第一个动物作妈妈，这个人从此认定桃子就是自己这辈子的最爱。

在他的眼中，这片绿水青山遍布宝藏：树上的野果、草丛中的蘑菇、地底的竹笋是天然的美味佳肴；一棵棵高耸入云的大树围成了森林游乐场；那倾泻而下的瀑布汇聚成的奔涌不息的河流是浑然天成的漂流乐园；那鬼斧神工的悬崖峭壁是绝佳的攀岩墙；还有那无处不在的清新空气让人仿佛置身天然“氧吧”。一幅金灿灿的富美画卷在他的脑海中徐徐展开。

他注定要被作为一个传奇人物载入史册，他的名字是——孙悟空。

以下是他功成名就后发给粉丝们的一封电邮。

致“桃粉”的一封信

各位“桃粉”：

一年一度的“桃子会”即将拉开帷幕，从创业伊始至今，光阴如水而逝，桃子山已今非昔比，How time flies!

回想起我刚到桃子山的日子，用一个字来形容，那就是——囧，食不果腹、衣不蔽体、风吹日晒、内分泌失调，幸亏遇见了你们，特别是马流二帅、崩芭二将，我创业路上风雨同舟的“四大金刚”。我知道当年他们是从老家逃荒到桃子山的，他们慷慨地用大鲜桃来款待我，虽然他们本意是想用烂桃子来把我砸晕，但我是个咬定桃子不放松的人，这或许也是我身上吸引他们的一大品质。我们一起开发了“穿越飞瀑”经典旅游项目，推出了“桃子山仙桃”这一拳头产品，

并一发而不可收地成立了桃子生态休闲有限公司，为我们共同的事业打下了基础。

时至今日，我们提出的“让所有人实现长生梦想”这一企业核心价值观仍是我们一笔弥足珍贵的财富。创业之初，正是在这一核心价值观的吸引下，老牛餐饮有限公司等一大批优质企业加入了我们，为我们企业的腾飞添加助力，我们这一经营理念也赢得了老君药业太上老君先生的赞誉。我始终认为“员工是孩子，客户是神仙，股东是大爷，老板是士卒”，在这一信念的指引下，我为了企业的发展漂洋过海到三星洞商学院读了在职工商管理专业本科，虽然肄业了，但我仍是那一届同学中的无冕之王。我学成归来后因强大的市场开拓能力引起星辰集团 CEO 太白金星先生的注意，并先后被委任为星辰集团下属的天马竞技娱乐公司和仙桃果品有限公司总经理，其实我是醉翁之意不在酒，我到星辰集团任职的真正目的有两个——蟠桃和上市，这两样也是真正能让我们的核心价值观发扬光大的东西，我不仅让公司在天河证券交易所成功上市，还将蟠桃带给大家分享，当然我也为之付出了沉重的代价。

我知道在我离开公司以及公司被停牌的日子里，托管我们公司的灵山学院委派职业经理人六耳猕猴先生担任公司 CEO，他是个自以为是且不得人心的家伙，公司在他手上一度面临破产的局面，幸亏马流二帅、崩芭二将苦苦支撑才避免了这种情况发生。

幸运的是，观音大士是我们公司的福星，她不仅助力我公司先后实现与镇元子先生的镇元生态科技的战略协作，对牛魔王、罗刹女夫妇经营的火焰山旅游开发有限公司的全额

收购，而且她还促成了桃子集团的战略重组，她也被聘任为我们公司的管理咨询顾问，这是她应得的荣誉。当然，我后来再次深造时的导师唐三藏也是一位学富五车的学者，他的人生哲学对我的影响远胜过我从书上所学到的，现在他执掌灵山学院东方分院，是我的顶头上司，同时也是桃子集团的企业文化顾问。

另外，我可以提前透露一点消息，本次年会同时也是我的管理学专著的发布会，让大家先睹为快！请大家静心等待惊喜的到来吧！

Yours Wookom Sun

桃子集团董事局主席

第二章 “懒猴子”理论

从“草根”到“高富帅”的转型是让人梦寐以求的事情，但这个过程绝不像电视剧里上演的情节那么简单，人生就像棋局，输和赢的分水岭往往就在那看似不起眼的第一步，举个例子，如果你轻易放过了对手那颗慢悠悠晃过河的“卒”，很可能最后就会因之而满盘皆输。



摘桃者言

话说我们未来的孙总来到了桃子山之后，很快融入了原住民这个群体，但俗话说，强龙压不了地头蛇，四名元老始终掌控着桃子山的领导权，小孙是如何逆袭成功，从屌丝上位成为领导的呢？

眼看桃子山周边的村寨在市场经济浪潮中纷纷掘得第一桶“金”，四位头领也蠢蠢欲动，但却苦于无从着手。一天，四人带着部众来到桃子山瀑布前实地考察，其中一位说：“这桃子山山清水秀，风景怡人，倒是适合搞旅游开发，现在的年轻人都喜欢玩刺激的极限运动，我们能不能也搞一个？”这时候小孙往前一

站，胸有成竹地说：“如蒙领导不弃，请让我一试，三日后看我的项目策划书吧！”四头领深知此时正当用人之际，于是不约而同地脱口而出：“你要行的话，开发桃子山就看你的了！”三日后，四位领导在部众们的簇拥下来到桃子瀑布前，小孙早已在那恭候，他毕恭毕敬地递上了四份项目策划书，一翻开却只有一页纸，四个大字赫然在目：穿越飞瀑。下面是一幅画，画上成群结队的人正飞身穿过瀑布。一个头领看了之后立马将策划书撕烂并骂道：“瀑布里边是悬崖峭壁，人还不撞得头破血流吗？简直异想天开！”小孙笑而不答，而是打个响指，一根粗绳从上方的崖顶垂了下来，小孙拽过来往腰上一系，叫一声：“我去也！”随之扎进了瀑布里，离奇的是他竟消失在瀑布中。“这下连渣子都没了。”众人叹息道。其实，小孙早已考察过这瀑布后是一个天然的洞穴，不一会儿，他又以吊“威亚”的姿势从瀑布中“飞身”而出，稳稳降在大家面前，四头领和众人都看得目瞪口呆，视其为天人。这下子，四头领不得不将开发桃子山的重任交给了众望所归的小孙，他也顺理成章地成了桃子山的致富带头人。

小孙年纪虽不大，但颇有远见，他深知空口无凭的道理，于是趁热打铁，到傲来市场监管局注册登记了“桃子生态休闲有限公司”，自己当法人代表，那四位都是高管，办公地点就在桃子山水帘洞，主营业务为休闲旅游和果品销售。四头领一看自己也没吃亏，于是就一致改口称小孙为孙总，至此，桃子山领导权之争尘埃落定。

桃子公司成立后，孙总带领着一班部众开始了创业历程，他深知“酒香不怕巷子深”的观念早已不合时宜，于是他为公司量身打造了“游人间圣境，品绝世仙桃”的品牌宣传语，并贷款买断了桃子山的经营权，砸重金在傲来电视台黄金时段插播广告，

还在《傲来日报》文化休闲版连续七天刊载对桃子山的深度报道。神秘面纱被揭开之后，迷人的桃子山成为了各大旅行社趋之若鹜的热门景点，四方游客源源不断涌向桃子山过把生态休闲游的瘾，其中不少人是慕名而来品尝传说中的“桃子山仙桃”，而不少年轻人是冲着“穿越飞瀑”极限运动去的，桃子公司营业额呈火箭蹿升之势增长，孙总在员工中的威望也随之冉冉上升。

引经据典

“懒猴子”理论其实本源为“懒蚂蚁”理论，所谓懒蚂蚁，是指蚁群中那些看似游手好闲的蚂蚁，其他蚂蚁在辛勤劳作的时候他们总是一副东张西望、不务正业的样子，当蚁群出现断粮的危机时，他们却总能充当“关键先生”的角色，带领蚁群找到新的食源。

处于事业起步阶段时，全情投入、埋头苦干无可厚非，但如一味如此，离成为一支绩优股尚有距离。若想脱颖而出，需要具备敏锐的嗅觉和前瞻意识，换句话说，一定要突破思维定式，不走寻常路。

实战演练

有着印度“比尔·盖茨”美誉的印度软件巨头威普罗公司总裁阿兹姆·普雷姆吉拥有传奇的创业经历。当收到在印度经营植物油生意的父亲因过度劳累而逝世的消息时，他还是斯坦福大学电子工程系的大三学生，远没享受够加利福尼亚阳光沙滩的他不得不退学回家挑起父亲留下的西印度蔬菜

公司的担子，公司的一位元老欺他年少资历浅，直接炮轰他：“普雷姆吉先生，你现在最好的选择是立即出卖你持有的股票，把公司大权交给成熟的管理层。像你这样年纪轻轻、毫无经验的人来领导公司，只有死路一条。”普雷姆吉用微笑来回应挑衅，并且暗下决心：一定要打造一家伟大的公司。

说心里话，他根本没想过一辈子向小贩们批发食用油，命运女神总是垂青有抱负的人。1977年，印度政府决定驱逐IBM公司在印度的业务，为本国公司介入电脑硬件业务提供良好环境。普雷姆吉迅速反应、抓住时机，招兵买马全力冲击IT产业，其公司于两年后开始生产计算机，并于1981年在印度卖出了第一台成品计算机，此后一发而不可收，直到将公司发展成雄踞“印度硅谷”班加罗尔的世界级软件巨人。

如果当初普雷姆吉不果断地突破经营思维定势，抢抓稍瞬即逝的商机，他或许还在和公司那些元老们明争暗斗，深陷公司政治的泥潭难以脱身，公司经营状况肯定也是每况愈下。幸运的是，他像掌握了宝藏秘密的青年阿里巴巴一样，轻声念着咒语，带领着团队成员叩开了通往无尽财富的大门。

心悟微言

在瞬息万变的信息化时代，组织管理者更应当具备敏锐的嗅觉，带领组织成员开疆拓土，而不能人云亦云、拾人牙慧。第一个吃螃蟹的人总是要冒风险的，但不迈出这一步，就永远无法涉足未知领域，因此，组织管理者应当具备一种敢为人先、一往无前的求索精神，只有这样才能不断带领组织成员取得他人所无法企及的成就。