

古文事

中外企业文化

STORY OF CHINESE & FOREIGN
CORPORATE CULTURE

马树林 编著



企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中外企业文化故事 / 马树林编著 .—北京: 企业管理出版社, 2006.6

ISBN 7-80197-476-X

I. 中… II. 马… III. 企业文化—研究
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 069470 号

书 名: 中外企业文化故事

作 者: 马树林

责任编辑: 志 民

书 号: ISBN 7-80197-476-X/F·477

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮政编码: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 廊坊市百花印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米×240 毫米 16 开本 20 印张 350 千字

版 次: 2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

定 价: 39.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换



作者在泰山核电站讲课

马树林 全国企业文化管理师认

证委员会专家委员、高级培训师、高级咨询师。曾任《中外企业文化》副主编、北京市企业文化建设协会研究部主任等。出版了《加入WTO后中国企业文化建设》（2002年7月出版，2004年10月再版，被评为2003——2004年度全国企业文化研究成果奖）和《中外企业文化故事》等企业文化专著，参与主编《攻谋胜略》、《北京成功企业领导人访谈录》等著作。参与30册《北京市思想道德建设创新实践丛书》和12册《北京市经济改革发展创新实践丛书》的编辑出版。先后在人民日报、经济日报、《思想政治工作研究》、《中国特色社会主义研究》、《中外企业文化》、《企业文化》等报刊发表论文和文章600余篇。参与和完成了国家和北京市很多重点课题报告的撰写和大中型企业文化咨询设计和策划。近十余年来，在全国各地讲授企业文化课200余场，深受广大听众的欢迎，曾获北京市“灵山杯”奖。

该书是作者马树林同志继《加入WTO后中国企业文化建设》之后推出的又一企业文化力作。两书是姊妹篇。二书珠联璧合，相得益彰，构成了作者关于企业文化理论和建设的整个框架和脉络。

该书以“故事”为载体，以自主创新为魂，揭示了新时代企业经营管理之道，反映了当今中外企业经营管理的现状、潮流和趋势，是一幅波澜壮阔的企业文化历史画卷。

该书是中外企业文化故事荟萃集。全书19篇，采明珠、拾翠羽，精选324个故事。每一篇中，既有中国企业文化故事，也有外国企业文化故事。每一故事中，既有故事，又有启示；内容丰富，创新性、可读性、智慧性、思想性、启迪性等都比较强。

该书是一本种植新思维、新观念的书，是一本推动自主创新的书，是一本融知识、智慧、管理与经营艺术于一炉的书。

该书内容虽然主要写的是中外企业家的故事，写他们所梦、所思、所想、所做，但每个故事透射的内涵和哲理，对每一个读者，不管是成人和儿童看后都会有所收获，从中受益，是一本老少皆宜的书，不愧是有中国特色的企业文化园地的又一朵奇葩。

本书献给：

**那些热心于用企业文化故事推动
企业文化建设和自主创新的人们**

企业家应学会用讲故事的办法向职工传递自己的经营理念,以达到“上下同欲者胜”的目的。

——袁宝华

企业故事是企业价值观形成的一个重要要素,而讲故事则是企业价值观传播的一个重要方式。

——贾春峰

在确立企业价值观时,提出理念不算困难,让人认同一个理念才是困难的。我常想《圣经》为什么在西方深入人心?靠的是故事,一个个生动的故事。推广某个理念,讲故事是一种很好的方式。

——张瑞敏

前 言

经过近两年的历练,《中外企业文化故事》如报春的一片新绿,与广大读者见面了。此书是作者《加入 WTO 后中国企业文化建设》(2002 年 8 月由红旗出版社出版,2004 年 10 月再版,被中国企业文化研究会评为 2004 年度研究成果奖)的姊妹篇。前书写的是中国企业文化如何“建设”,而后书写的则是企业文化建设中的“故事”与启示。如果说,《加入 WTO 后的中国企业文化建设》一书是企业文化这棵参天大树“树干”的话,而《中外企业文化故事》则是这棵参天大树的“枝叶”和“果实”。两书珠联璧合,相得益彰,构成了作者关于企业文化理论和建设的整个框架和脉络。

本书以提升企业家(企业领导人)和员工自主创新意识和创新能力作为贯穿全书故事的一条主线。

有人问我,你为什么要编著这么一本书呢?这主要是基于以下几个原因:

中外企业文化故事,孕含着当今成功的中外企业最佳的经营理念和管理理念,是比一切智慧和哲学更直接、更深刻的启示。21 世纪企业管理的趋势是理念管理,而讲故事是传播和推广企业经营管理理念、企业精神和企业价值观一个好方式。用讲故事的方法,传播企业的价值观、企业精神和企业的经营理念,将成为 21 世纪企业一道靓丽的风景线。一位全球知名社会学专家讲:“21 世纪成功的企业家,将都是讲故事的高手。”《故事》一书正是顺应新经济时代企业管理这一新趋势而编著的。

企业家、企业管理者、企业文化工作者和广大员工最爱听的是“企业文化故事”。在此书编著过程中,我眼前经常出现在全国各地讲授企业文化课时的情景:当讲企业文化故事时,课堂上非常静,空气似乎都凝固了,如果有一根针掉在地上都能听得到。下课了,

一个个还呆呆地坐在座位上，似乎还都没听够，有的埋怨课程时间安排太短了。有的学员说：“马老师，您讲的故事太生动了。随着时间的推移，您讲的很多内容我们可能都忘记了，但唯独故事忘不了，因为它太形象、太深刻了！”希望我在课堂上多讲一些故事，特别是希望我尽快能够写成一本书出版。这使我深深地感到，企业家（企业领导人）、企业管理者和企业文化工作者太喜欢企业文化故事了。因此，在此书整个写作过程中，每当我遇到困难一次次地想打退堂鼓的时候，头脑里就出现了那些期待的眼神，热血和劲头就不可扼止地喷涌出来。我想，企业家（企业领导人）和员工所愿听的企业文化故事，不正是一个致力于企业文化的研究工作者应该千方百计排除各种困难予以满足的吗？

企业文化故事的书，非常适合企业家和广大员工、特别是企业家（企业领导者）的看书特点。一个民族的灵魂支撑是精神，一个民族腾飞的脊梁是企业家。《故事》从一定意义上说，是企业家的故事，特别是中国企业家的故事，很多就是写他们所梦、所思、所想、所做的。中国改革开放 28 年来，中国经济年均以 9.4% 增长，GDP 总量由 1978 年的 1400 亿美元增长到 2005 年的 2.27 亿美元，是 1978 年的 15 倍，其速度发展之快，是人类经济发展史上不多见的。那么，人们不禁要问：中国经济高速增长背后支撑是什么？就是千千万万自主创新、拼搏奋斗的中国企业家（企业领导者）和广大员工。他们事业的成功，标志中国经济发展的成功，标志着中国龙的腾飞和“中国梦”的实现。经济学家、诺贝尔奖获得者爱诺教授曾经说过：“市场经济培育了企业家，企业家构建了市场经济。从某种意义上说，市场经济也是企业家经济，一个不重视企业家的民族，是没有希望的民族”（2003.9.6《新华视点》第一期 52 页）。改革开放 20 多年来，特别是在我国从计划经济向市场经济转轨过程中，由于社会主义市场经济体制的建立和完善需要一个比较长时间的过程，完全的市场经济的环境的形成更不是一朝一夕的事儿，因此，我国企业家（企业领导人）在企业经营中遇到的困难和挫折是前所未有的，在前进路上的探索也是非常艰辛和悲壮的。没有他们，我国经济就不会崛起的这么快，人民的生活水平就不可能提高

的这么快，我国在国际上的经济地位和政治地位就不会像现在这样高。可以毫不夸张地说，中国的企业家（企业领导人），是中华民族经济崛起的脊梁。张瑞敏、柳传志、周厚健、牛根生、马云等就是这支队伍的优秀代表，是我国新经济时代最为短缺的资源。他们的业绩，应该记载在中华民族经济振兴和发展的史册上。

但是又要看到，面对信息时代和知识经济时代的到来，我国广大企业家（企业领导人）自身也有个学习提高的问题。但是，他们整天从早忙到晚，处在非常繁忙的工作中，没有时间读书是他们遇到的普遍问题。据有的资料讲：企业家（企业领导）真正在办公室看书的只有3.1%，而31.3%的人是把车、船、飞机等交通工具作为自己的图书馆。在这种情况下，系统的、大部头的书籍显然不适合他们看书的特点，而《故事》不同。它短小精悍，短的几百字，长的一、两千字，看一个故事只需要一两分钟，或两三分钟，见缝插针性强；故事虽小，但蕴涵的道理深刻，“是比一切智慧和哲学更直接、更深刻的启示”，启迪性强；故事反映的是一种超常规思维，内涵创新的理念、创新的方法，创新性强；故事中有情节，有哲理，耐人回味，可读性强。因此说，《故事》是根据企业家（企业领导人）读书特点写的书。为企业家写书，写适合企业家看的书，应该成为企业文化理论和建设研究工作者责无旁贷的历史任务。

企业文化故事具有超越时空的价值，不会因为时间的推移而过时，具有与时俱进、相对稳定性的品质。任何一个企业的经验，都有其时间性、局限性、偶然性和不可透析性。企业经营环境变了，如果还是靠老经验、老做法去管理、去经营、去打拼，往往会产生刻舟求剑、缘木求鱼的结果。因此，中国企业管理大师张瑞敏面对企业环境发生的变化，2005年10月30日，在北京召开的中外官产学研管理论坛上，当《新营销》杂志记者采访就国际化的海尔谈一下体会时，也有了“这个企业越来越不会做了”的感觉。但《故事》书不一样。有些“故事”如文化原野上的一朵奇葩，会散发出永恒的魅力；如隧道里的燧石，随着岁月的敲打越能迸射出灿烂的思想火花；如大海中的灯塔，为航船提供前进的方向。它不会随着时间

的推移而时过境迁，反而更能折射出它所蕴藏的文化魅力和价值。就如《说故事的力量》作者安奈特·西蒙斯讲的：“一个好的故事一旦被植入之后，会不断地自我重复，并继续经由一道过滤程序处理成新的经验，引导未来的经验朝你所期望的观念和选择迈进”。

有人讲，编著《中国企业文化故事》就行了，为何还要编著什么《中外企业文化故事》呢？这是因为“我们应该向资本主义发达国家学习先进的科学、技术、经营管理方法以及一切对我们有益的知识和文化”（邓小平）。另外，考虑的是我国加入WTO后，中外企业文化“合金化”的趋势。第三，很重要的一点，是为了帮助企业（领导企业人）和广大员工拓宽视野，给人一种从月球看地球，登高望远的感觉。2001年11月，我国加入WTO以后，已经成为经济全球化大家庭的一员。按照西方一些人的说法，现在的中国已经成为“世界的工厂”。“对很多外国企业来讲，是不是到中国投资，并不是一个选择的问题，而是一个生死存亡的问题”（《中国企业家》2003年第1期36页）。从太空上看，地球只不过是“在浩瀚的宇宙中被巨浪颠簸着的一片小小的叶子”（爱因斯坦）。在这个地球村里，任何一个国家的文化都不是孤立的，而是联系的；不是封闭的，而是开放的，中国式管理和西方式管理分不开。所以，编著《中外企业文化故事》比编著《中国企业文化故事》应该说，更符合今天新经济时代和企业文化发展的潮流。2005年5月16日至18日，《财富》全球论坛在北京召开。论坛北京办公室首席代表吉米说：“《财富》关心的是世界上最重要的商业故事，我们认为现在很多世界最重要的商业故事发生在中国，因而我们选择在北京。”孙中山先生说：时代潮流，浩浩荡荡，顺之者存，逆之者亡。编著《中外企业文化故事》，也可以说是一种顺势而为吧！另外看，编写《中外企业文化故事》比编写《中国企业文化故事》，视野大且不说，从选材内容看也更丰富，更有利于把世界优秀的企业文化带进中国，让中国的文化领航世界。一个不断吸收各国先进文化开放的民族，才是最有生命力和生机的民族。

《故事》共19篇。通过采明珠、拾翠羽，自编自著形成了324个故事，在每一篇中，既有中国故事，也有外国故事；在每一个故

事中，既有故事，也有启示。通过看《故事》，学知识，长智慧，引发读者产生创新灵感，学会新的管理方式和新的经营方式；通过看启示，受启发，更好地把握现代经营管理之道。总之，《故事》书是一本种植新思维、新观念的书，是一本推动自主创新的书，是种植新管理方式和新经营方式的书，是一本融知识、智慧、管理艺术与经营艺术一炉的书。希望广大读者喜欢并能够从中真正受益。

有人说：“书籍并不是把外在的东西移交给给我们，而是促使我们内在的东西喷涌出来”。所以，世界上有两种人：一种是看故事的人，另一种是创造故事的人。此书的真谛，不在于使读者只看故事，而更在于使读者成为创造故事的人（很多人可能早已如此）。希冀广大读者，包括企业家、企业管理者和广大企业工作者、广大员工看了《故事》后，在企业文化的实践中能够创造、繁衍、派生出更多、更新、更加动人的新的企业文化故事，为推动我国企业文化建设，提高企业的自主创新能力贡献力量，使中国虽然不是文化管理理论诞生的故乡，但要成为世界发展企业文化理论，创造企业文化故事最好、最多的故乡。

这里要说明的就是，既然是“故事”，就不是作者一个人都能“编”出来的。在《故事》一书中的故事，有的是作者在企业调研中得来或整理的；有的是企业朋友在百忙中撰写的；有的是单位写好后提供给作者的；有的是根据报刊上、网上和书籍中公开发表的文章编写的；有的是教授和老师提供的教学资料；也有是作者听课听来的等。有的虽然是“寓言”，但考虑其启发性和教育性，也收录进来了。因此，绝大多数故事能够注明出处，有的就无法注明出处（也有的是因为时间关系）。对于凡是能够弄清出处的，都从保护知识产权出发，千方百计地给以弄清和注明，并深表感谢；对于实在弄不清出处的，也请大家予以谅解，并表示深深地歉意。

由于作者的水平，包括知识、学识和文字水平有限，成书仓促，有些文章没有来得及请原单位校对，就应广大企业和读者的需要匆匆忙忙地出版了，因此，难免讹误，还请企业、专家和广大读者批评指正。

2006年7月 作者 于北京

目 录

一、愿景创新故事篇

1. “海尔·中国造”的故事 (1)
2. “中关村人”自主创新,实现“强国梦”的故事 (3)
3. 以“中国心”创造“中国芯”的故事 (6)
4. 大庆油田“为祖国加油”的故事 (8)
5. 宝钢—国际化钢铁巨人“蓝图”的故事 (9)
6. “中华民族有个陈金飞”的故事 (10)
7. 阿里巴巴 CEO 马云“为了长城上的梦想和誓言”的故事 (12)
8. 北京集美家具城“上税争第一”的故事 (14)
9. 目标导致结果的故事 (15)
10. 三个工人“目标”的故事 (15)
11. 父亲和三个儿子猎杀骆驼的故事 (16)
12. 父子赶驴上集的故事 (16)

二、战略创新故事篇

13. 华安集团实行“铸魂突围”战略的故事 (18)
14. 海尔“砸冰箱”实行“品牌战略”的故事 (20)
15. 联想把美国“兰色巨人”打造成中国“红色巨人”的故事 (22)
16. 泰国正大集团董事长谢国民总是“考虑未来”的故事 (23)
17. 万向集团与国有企业竞争“生存权”的故事 (24)
18. 盛大“变动战略”使之成为世界网络老大的故事 (26)
19. 三星笔记本电脑实行“个性化”战略的故事 (27)
20. 韦尔奇实行“数一数二”战略的故事 (29)
21. 柯达数码业务转型“慢半拍”的故事 (31)
22. 沃尔玛“天天平价”“保证满意”的故事 (32)

23. 大中电器实行“低价位”和“最佳服务”战略的故事 (33)
24. 北京住六公司经理王宝申“盖房人想着住房人”的故事 (34)
25. “丰田”与“丰宁”绿化治沙的故事 (36)
26. 吴建民院长谈利用“外交资源”走出去的故事 (37)
27. 一个人治背痛的故事 (37)

三、机制创新故事篇

28. 费孝通与“温州模式”的故事 (39)
29. 北京开关厂“老虎无奈小牛何”的故事 (40)
30. 北京城建一公司“抢书记”的故事 (41)
31. 三泽公司引进“鲶鱼”使“沙丁鱼”活起来的故事 (42)
32. 美国石油大王保罗·盖帝解决“机制”的故事 (42)
33. 温元凯美国归来话“期权”的故事 (43)
34. 联想用股权解决老同志顺利退下来的故事 (44)
35. “7个人分粥”的故事 (45)
36. 秘鲁国家森林公园一只美洲虎的故事 (45)

四、思维创新故事篇

37. “半打蜜蜂”和“半打苍蝇”的故事 (47)
38. “煮青蛙”的故事 (48)
39. “跳蚤变爬蚤”的故事 (48)
40. “毛毛虫实验”的故事 (49)
41. 爱若和布若“成功与失败”的故事 (49)
42. 斯大林讲“社会民主党”的故事 (50)
43. 工程师和逻辑学家买“玩具猫”的故事 (51)
44. “皮球掉到树洞里”的故事 (52)
45. 一对犹太父子对话的故事 (53)
46. “大象与木桩”的故事 (53)
47. “向和尚推销梳子”的故事 (54)
48. 农夫“用两个罐子挑水”的故事 (54)
49. “点石金”秘密的故事 (55)
50. “伊索寓言”的故事 (55)

51. 马和驴对话的故事	(56)
52. 上帝给三个人金币的故事	(56)
53. 居安思危的故事	(56)

五、观念创新故事篇

54. 北京建工集团转变观念促发展的故事	(58)
55. “企业——船”理念的故事	(61)
56. “北京·松下”木桶理念的故事	(63)
57. “ $100 - 1 = 0$ ”的故事	(63)
58. 关于狼与自然保护区的故事	(64)
59. “老虎”理念的故事	(65)
60. 孔子责备学生赎奴隶“不要报酬”的故事	(65)
61. 孔子表扬学生做好事“要报酬”的故事	(66)
62. “心中的顽石”的故事	(66)

六、铸魂创新故事篇

63. 秦山人——“核电之光，国之光荣”的故事	(68)
64. 鞍钢老工人孟泰的故事	(70)
65. 大庆铁人王进喜的故事	(71)
66. 新时代的杰出中国工人代表——许振超的故事	(74)
67. 北京同仁堂“父亲节”礼物的故事	(77)
68. 巨人集团史玉柱不怕挫折重新崛起的故事	(78)
69. “中国巡井第一人”——陈永伟的故事	(79)
70. “仿膳”脊梁——梁兰英的故事	(80)
71. 青岛长途汽车站苏学芬爱企胜家的故事	(81)
72. 丘吉尔演讲“决不、决不、决不放弃”的故事	(82)
73. 居里夫人发现镭的故事	(82)
74. 金矿的“玻璃模型”与瓦特发明“蒸汽机”的故事	(83)
75. 美国福特发明汽车的故事	(84)
76. 美国哈默敢冒风险的故事	(85)
77. 托马斯爱迪生不怕失败的故事	(85)
78. 美籍华人冯如制造第一架飞机的故事	(86)

79. “弗洛伦斯·南丁格尔”的故事	(87)
80. 著名画家徐悲鸿“为祖国争光而学”的故事	(87)
81. 大海里“没有不带伤的船”的故事	(88)
82. 蒙古皇帝莫沃尔一次打仗的故事	(89)
83. 班超“不入虎穴,焉得虎子”的故事	(89)
84. 为生命画一片树叶的故事	(90)
85. “成功的卵石”的故事	(91)
86. 上帝和两个饥饿人的故事	(91)
87. “老盲人琴师”的故事	(92)
88. 李瑞环讲“紫荆树”的故事	(93)

七、用人创新故事篇

89. 当代毕升王选启用年轻人的故事	(94)
90. 海信用人“以能力为标准”的故事	(95)
91. 海尔“人才本土化”的故事	(96)
92. 林肯用人与“苍蝇效应”的故事	(97)
93. 美国 IBM 总裁小沃森“用人才不用奴才”的故事	(99)
94. 福特“为要一人买下一个公司”的故事	(100)
95. 龙永图选秘书的故事	(100)
96. 前苏联加加林被选为“太空第一人”的故事	(101)
97. 美国一家公司以“专心致志”标准选人的故事	(102)
98. 北京福润达公司对人才实行特殊政策的故事	(103)
99. 美国钢铁巨人卡耐基母亲选人的故事	(104)
100. 清洁工成为中央铁路局长的故事	(104)
101. 美国标准石油公司小职员成为董事长的故事	(105)
102. 一个大头针和一个法国银行大王的故事	(105)
103. “斯拉”热情干“分外”事被提升重用的故事	(106)
104. 一家公司“纸团”聘人的故事	(106)
105. 燕昭王“千里买首”的故事	(107)
106. “神偷”使齐军不战而退的故事	(107)
107. 大小诸侯王战后“论成败”的故事	(108)
108. 祁黄羊荐人“不分人等”的故事	(109)
109. 刘邦和韩信用人对话的故事	(109)

110. 孔子和学生子贡对话的故事	(110)
-------------------------	-------

八、创新管理的故事

111. 联想“做企业要学会看海图”的故事	(111)
112. “慧聪国际”与 IDG 结成战略联盟“笑”和“哭”的故事	(112)
113. 海尔“来自员工的画与话”的故事	(114)
114. 威海供电公司处理多收 2 分钱的故事	(115)
115. 北京同仁堂“人才金字塔”的故事	(115)
116. 青岛双星集团“双星猫”的故事	(116)
117. 恒源祥公式:“52 个不满意与 30 个满意”的故事	(117)
118. 航空一集团“一拳五指”的故事	(118)
119. 日本松下理念管理的故事	(119)
120. 摩托罗拉“尊重人”的故事	(120)
121. 风靡美国的 FSOP(职工持股计划)的故事	(122)
122. 正泰集团南存辉“视质如命”的故事	(123)
123. 海信电视机两次“展出”的故事	(124)
124. 员工给“蓝岛”起名的故事	(125)
125. 内蒙古一机集团“女工素质达标”的故事	(125)
126. 沈阳机场来登饭店评选“001 号员工标牌”的故事	(126)
127. 一名企业老总发奖金的故事	(127)
128. 美国一家皮毛公司三个亲兄弟“赛马”的故事	(128)
129. 麦当劳坚持“QSCV”标准化管理的故事	(128)
130. 一个国际饭店 CEO 和一个中餐饭店老板的故事	(130)
131. 发生在国内外两家电梯公司的故事	(130)
132. 风华集团总裁陈玉山“铁腕出山”的故事	(131)
133. 山东龙大集团“几根头发丝”的故事	(132)
134. 新加坡“对小偷打六棍之说”的故事	(134)
135. 安全员卢思伦“宁听骂声,不听哭声”的故事	(134)
136. “惶者生存”的故事	(135)
137. 一个女人用“最凶残的方法”惩罚一个孩子的故事	(135)
138. 瑞士埃尔德集团总裁请小鞋匠“上课”的故事	(136)
139. 美国一个水兵智救战舰的故事	(137)
140. 一个公司发年终奖的故事	(138)

141. 先把“鹅卵石”放进罐子里的故事	(139)
142. 母亲给孩子分苹果的故事	(140)
143. 小男孩学画画的故事	(141)
144. “没有问题就是问题”的故事	(142)
145. 孟子关于“礼”对话的故事	(143)
146. 楚国庄子拒绝当宰相的故事	(143)

九、情感管理故事篇

147. 北京住总集团“9·19”知识分子节的故事	(144)
148. 唐山机务段“家”文化的故事	(146)
149. “大海无情,海信有情”的故事	(147)
150. 蒙牛给我第二次生命的故事	(148)
151. 董事长聂启明“合情”不“合法”的故事	(148)
152. “车祸无情,新华有爱”的故事	(149)
153. 韩国某大型公司一名清洁工的故事	(150)
154. 鲍伯和工人吉姆醉酒的故事	(151)
155. 戴尔·卡耐基教人表扬激励的故事	(152)
156. 黑人罗杰·罗尔斯当州长的故事	(153)
157. 乞丐变成推销商的故事	(154)
158. 我“爱”这些孩子的故事	(154)
159. 吴起为士卒吮疽的故事	(155)
160. 日本一个母亲飞身救子的故事	(155)
161. 妻子用“牙齿救爱人”的故事	(156)
162. 壁虎钉墙十年不死的故事	(156)
163. 掌声激励的故事	(157)

十、经营创新故事篇

164. 日本未雨绸缪抢占中国市场的故事	(158)
165. 海尔刘霞“比巴基斯坦还巴基斯坦”的故事	(159)
166. “奇瑞”——“中国新一代民族汽车旗帜”的故事	(160)
167. 基辛格“芬克斯”酒吧要求遭拒的故事	(161)
168. 空客 A380 的故事	(162)