

小言论 大道理

安全、经营、管理言论集

鲁信春◎编著

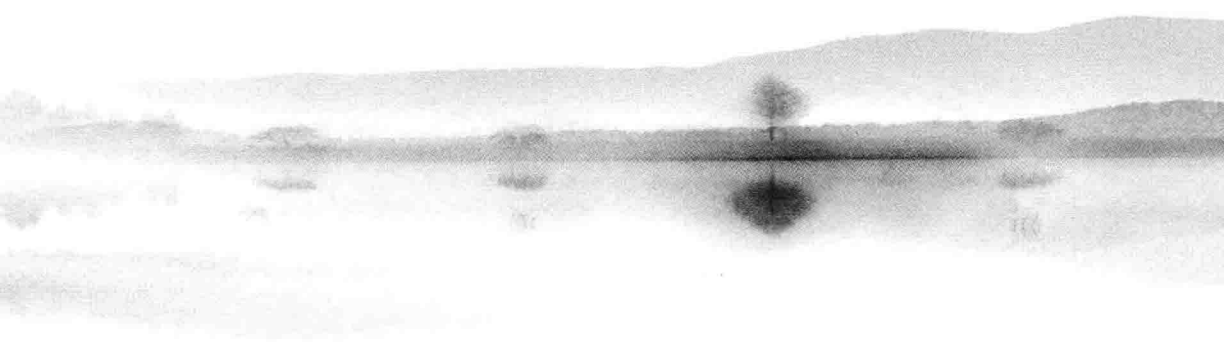
中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

小言论 大道理

安全、经营、管理言论集

鲁信春 编著



中國石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

内 容 提 要

本书是一本用小言论启迪帮助企业管理者和员工,尤其是石油石化企业管理者和员工,在安全、经营、管理工作中开拓思维方式,提升工作理念,提高运用能力的实用指导手册。通过简洁的言论,有趣的故事,实用且富有指导性的内容,向人们道出了企业的安全、经营、管理之本质,从全方位多角度阐述了企业“安全无小事”“经营有门道”“管理无止境”的要义和宗旨。

本书立意、内容及表达,多以贴近企业实际见长,贴近员工民心见深,就事论事,一事一议,大中取小,以小见大,轻松易懂,生动有趣。能让读者朋友轻松地从每一篇言论中,悟出企业大管理的内涵,掌握企业管理的大道理。

本书适合于企业管理者和员工,尤其是石油石化企业的管理者和员工阅读,还可用作企业的管理培训手册。

图书在版编目(CIP)数据

小言论 大道理:安全、经营、管理言论集 / 鲁信春编著.
—北京:中国石化出版社,2014.8
ISBN 978-7-5114-2950-6

I. ①小… II. ①鲁… III. ①石油化工企业—工业企业
管理—文集 IV. ①F426.22-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第178623号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街 58 号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail: press@sinopec.com

北京科信印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

710×1000 毫米 16 开本 10 印张 134 千字

2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

定价:30.00 元

用故事写言论（代序）

言论是报纸的一面旗帜，言论是思想的行者，言论是一种观点或见解的表达。报纸需要言论，在信息资讯发达的今天，各家报纸越来越重视言论。《中国石化报》是面向石油石化行业的综合性新闻媒体。近几年，鲁信春在《中国石化报》言论栏目里，已发表了上百篇言论文章，可称得上是一位报纸言论阵地的热心拥趸者。作者1980年毕业于浙江舟山商校（现为浙江海洋学院石化学院）石油储运专业，毕业后一直在基层石油公司工作，从加油站、油库到县公司、市公司，从安全、经营到管理岗位，三十多年来，见证了公司发展，经历了各种历程，积累了颇多经验。身为中国石化的基层一员，能把在基层一线工作实践中的观点、见解和素材汇成文字，提炼成集，体现了作者“位卑未敢忘忧国”，关注企业、热爱企业的精神，实在是难能可贵。

本书是作者从上百篇已发表的作品中遴选出来的，内容触角涉及企业的安全、经营、管理，分为“安全无小事”“经营有门道”“管理无止境”三辑，每辑33篇，共99篇。这本集子或“一事一议”，或“大中

取小”或“因小见大”，主题集中、灵活轻便、短小精悍。捧读在手，就像感知着作者多年来喷溅的思想火花，体现了作者三十多年浸泡油海所拾取的一朵朵浪花，从中我们可以看到作者本身的精神内核在推动企业发展中的功用。

为文不易，立言更难。好的言论能震撼人心，能发人深省。这本言论集最大的特点是：用故事写言论。故事是离人的心灵最近的一种东西，它是打开人的心灵最有效的工具，也是人类沟通的主要形式。故事和言论在文体上是有区别的，故事是说事，而言论则是说理，是以理服人，但一味地以理说理，硬说其理，常会使言论跌入空泛之中。如果能将故事引入言论之中，用故事写言论，反而会使言论别开生面，有骨有肉，更具神采，使言论在故事的基石上，用得其理，识得其理，收到“事实胜于雄辩”和“事”半而功倍的良好效果。这本集子较好地将故事融入了言论之中。

爱故事，是人的天性，小故事折射出大道理，用故事写言论具有较强的可读性：一是内容丰富，二是生动形象，三是通俗易懂，四是新颖有趣，五是以小见大，从而使言论能够启人心智，能够引发共鸣。这本集子在《鞋子在于合脚，制度在于合适》一文中，用“郑人”和“姑婆”两个故事说明，鞋子在于合脚，制度在于合适。企业要重视制度建设，制度不在于多，而在于用，所以要整合优化，化繁为简，做到“一套制度文本支持多个管理体系”。在《5个铃铛》一文中，由“没有买卖就没有杀害”的公益广告，联想到加油站、易捷便利店是：“没有顾客就没有买卖”。“5个铃铛”故事用客栈吸引顾客的妙计，启示我们：吸引顾客除营销、广告、商品陈列、店面设计等“硬”措施外，还有许多更简单、更幽默、更巧妙的“软”办法，需要我们在经营实践中加以留心 and 关注。在《有感于“中国四毫米”》一文中，用“中国四毫米”故事告诉我们：经验来自实践，智慧来自一线。员工动脑筋，企业出黄金。中国石化积极倡导的“员工的每一项建议都有价值”和“管理无穷尽、改善有空间”的活动，正是这个理念的体现。另外，这本集子在每

辑的最后一篇文章都编排了“和尚的故事”，《小和尚学剃头》一文，说明习惯性违章危害大。从而引申出：在实际工作中经常违反安全规章制度的行为，是诱发安全事故的土壤，是安全生产中的“定时炸弹”。《让和尚买梳子》一文，说明市场总是有潜力的；只有无所作为的人，没有无所作为的市场，挖掘市场潜力关键是思路创新，创新重于黄金。《三个和尚没水喝》一文，说明“大锅饭心理”是集体工作时存在的普遍特征，企业管理必须建立健全人尽其才、各负其责、赏罚分明、科学有效的激励机制，一流公司必须有一流员工，一流员工需要一流激励。同一题材的故事，从不同角度反映了安全无小事、经营有门道、管理无止境的深刻道理，从中更体现出了用故事写言论的技巧、趣味和魅力。

感时论企，《小言论 大道理——安全、经营、管理言论集》的立意、内容及表达，多以贴近企业实际见长，贴近员工民心见深，并就事论事，以小见大，由此达到丰富的思想内涵，提升了言论的实用价值。因此，这本集子对石油石化行业人员在安全、经营、管理工作中的思维方式、工作理念、实际运用都是值得借鉴的。

言为心声，《小言论 大道理——安全、经营、管理言论集》使我们听到了涛涛油海的浪花拍击声音，透过珠玑般游离的文字，我在细细品读之余，看到了一位最普通员工关心企业的责任感，经常为企业的发展鼓与呼，更能感受到有那么一颗火热的心，与企业一起脉动着。

是为序。

竺柏康

2014年5月28日

前言

安全、经营、管理是任何企业生存和发展的基石。在企业，无论你是一个管理者，还是一名普通员工，时时会面临或遇到企业中的安全、经营、管理问题和困难，都值得我们思考和解决。

《小言论 大道理——安全、经营、管理言论集》一书，通过简洁的言论，有趣的故事，实用且富有指导性的内容，向我们道出了企业的安全、经营、管理之实质，从全方位多角度阐述了企业“安全无小事”“经营有门道”“管理无止境”的道理、要义或规律，给我们以各种各样的启发，并且指点我们解决各种各样的问题和困难。

本书最大的特点是用故事写言论，使言论别开生面，有骨有肉，更具神采；使言论内容丰富，生动形象，通俗易懂，新颖有趣，从而具有较强的可读性，能吸引人、打动人、折服人，读后启人心智，发人深省，引发共鸣。书中的立意、内容及表达，多以贴近企业实际见长，贴近员工民心见深，就事论事，一事一议，大中取小，以小见大，轻松易懂，生动有趣，能让读者朋友轻松地从每一篇言论中，悟出企业管理的

深刻内涵，掌握企业管理的大道理。

小言论折射出大道理。以言论讲安全，句句真知灼见；拿故事论经营，事事良多启迪；故事融入言论，启发管理智慧。本书是一本用言论启迪帮助企业管理者和员工，尤其是石油石化企业管理者和员工，在安全、经营、管理工作中开拓思维方式，提升工作理念，提高运用能力的实用指导手册，并且能因之而触类旁通，举一反三，从而拓展企业管理者和员工的管理、工作视野，有效提高管理、工作的能力和素质；对言论写作者而言，也具有非常实用的参考价值，可提升将言论写活、写生动的水平和技能；还可以丰富企业安全、经营、管理培训教材内容，使培训教材生动形象，新颖有趣，起到活灵活现，画龙点睛的作用；同时书中经典的故事，哲理的言论，实用的内容，对于个人追求做事或做人方面的成功来说也有极佳的借鉴意义，故普通读者也能从中获益良多。

目 录

一、安全无小事 / 1

1. 安全从设计开始 / 3
2. 鞋子在于合脚，制度在于合适 / 4
3. “钉子”歌谣 / 6
4. 高一级迎刃而解 / 7
5. 以一万应对万一 / 8
6. 安全取决于责任链 / 10
7. 把每个水饺追溯到个人 / 12
8. 安全需要担当 / 13
9. 安全需要敬畏 / 15
10. 从惊魂一刻话“四不伤害” / 16
11. 强大的习惯 / 18
12. 看得见的安全文化 / 19
13. 安全管理溶于亲情 / 20
14. 三万六千美元的代价 / 22
15. 古城墙坚不可摧的秘密 / 23
16. 成功幕后是细节 / 25
17. 成本的笼子 / 26
18. 勃朗峰隧道的安全算式 / 27
19. 百分之百才是合格 / 28
20. 响鼓不用重锤敲 / 30

21. 大安全才是真安全 / 31
22. 也说“曲突徙薪” / 32
23. 风筝不能没有线 / 33
24. 联合国官员的检查法 / 35
25. 有感于大象设路标 / 36
26. 梯子不用时请横放 / 38
27. 事故的“信号” / 39
28. 安全管理借鉴“火炉法则” / 41
29. 安全要重视员工情绪管理 / 43
30. 让色谱发挥安全作用 / 44
31. OSHA安全决策的依据 / 46
32. 安全在于事前防治 / 47
33. 小和尚学剃头 / 49

二、经营有门道 / 51

1. 5个铃铛 / 53
2. 做好一元钱生意 / 54
3. “粉丝”可以这样培养 / 55
4. 客户可以这样培育 / 57
5. 不能忽视沉默的老顾客 / 59
6. “沏宝模式”的启示 / 60
7. 市场需要“深加工” / 61
8. 数据改变商业 / 62
9. 诚信源自6欧分 / 64
10. “狗狗”就是客户群 / 65
11. 便利优先 / 67
12. “吃亏”也是营销之道 / 68
13. 瘦鹅是怎样销售的 / 69
14. 商品不在于多 适销就行 / 71

15. 适销秘诀：4%的大小 / 72
16. 先机并不决定一切 / 73
17. “神奇的哥”的生意经 / 74
18. 功夫在诗外 / 76
19. 先登门槛才能入厅 / 77
20. 关照对手也是赢 / 78
21. “大黄鸭”的启示 / 79
22. 买感觉上的需求 / 80
23. 商界奇才的成功之道 / 82
24. 放弃也是效益 / 83
25. “限量”促销 / 84
26. 不满背后是“金矿” / 85
27. 音乐营销有窍门 / 87
28. 营销成功在于坚持 / 88
29. 巧赚第二利润 / 89
30. 商机无处不在 / 90
31. 从“马尾巴功能”说起 / 91
32. 只做最容易成功的事 / 93
33. 让和尚买梳子 / 95

三、管理无止境 / 97

1. “分级火箭”的启示 / 99
2. 当大厦落满鸽子时 / 100
3. “破”了当代人“阔”及千万代 / 101
4. “雁阵原理”的启迪 / 103
5. 350年的远见 / 104
6. 足能止贪 畏能止祸 / 105
7. 有感于“中国四毫米” / 107
8. 休假也是件大事 / 108

9. 常怀体贴之心 / 109
10. 一流与三流 / 111
11. 制胜的地图 / 113
12. 当好形象大使 / 114
13. 左转弯待转区的启示 / 115
14. 关灯自省 启迪节能减排意识 / 117
15. 忘记背景 / 118
16. “三圆”管理 / 120
17. 管理需要听真话 / 122
18. 管理源于距离 / 123
19. 好员工是怎样成长的 / 124
20. 每天说句表扬话 / 126
21. 王鱼规则的启示 / 127
22. 百年可用的秘诀 / 128
23. “鱼骨理论”的启示 / 130
24. 鞋带的意义 / 131
25. 善于用人短变长 / 132
26. 冠军也曾输在起跑线上 / 133
27. 微行为 正能量 / 134
28. 屹立千年的秘密 / 136
29. 成功来自精心精细 / 137
30. “飞鱼”的秘密 / 139
31. 四两拨千斤 / 141
32. 让员工快乐工作 / 142
33. 三个和尚没水喝 / 144

后 记 / 147

一、安全无小事



1. 安全从设计开始

上海地铁一号线是由德国人设计的，看上去并没有什么特别的地方，直到中国的设计师设计的二号线投入运营，才发现一号线中有那么多的细节在设计二号线时被忽略了。结果，二号线安全隐患多于一号线；二号线运营成本也远远高于一号线。

上海地处华东，地势平均高出海平面就那么有限的一点点，一到夏天，雨水经常会使一些建筑物受困。德国设计师就注意到了这一细节。所以地铁一号线的每一个室外出口都设计了三级台阶，要进入地铁口，必须踏上三级台阶，然后再往下进入地铁站。就是这三级台阶，在下雨天可以阻挡雨水倒灌，从而减轻地铁的防洪压力。事实上，一号线内的那些防汛设施几乎从来没有动用过；而二号线就因为缺了这几级台阶，曾在大雨天被淹，造成巨大的经济损失。另外，每个坐过地铁的人都知道，当你距离轨道太近的时候，机车一来，你就会有一种危险感。北京、广州的地铁都发生过乘客掉下站台的危险事件。德国设计师们在靠近一号线站台约50厘米处铺上金属装饰，又用黑色大理石嵌了一条边，这样，当乘客走进站台边时，就有了“警惕”，停在安全线以内；而二号线地面全部用同一色的瓷砖，乘客很难意识到已经靠近了轨道。地铁公司不得不安排专人来提醒乘客注意安全。

上海地铁一号线设计举措说明，安全必须从设计开始。平日里并不显眼的几级台阶设计，不会引来关注，但危难关头却发挥了重要作用。小小的黑色嵌边大理石，时刻提醒着乘客要停在安全线以内，有效地避免了乘客掉下站台的危险事件发生。同样道理，设备设施管理是企业本质安全极为重要的基本条件。许多事实证明，“让素质较低的员工操作有安全保障的设备设施，绝对要比让素质较高的员工操作没有安全保障

的设备设施更加安全。”而设备设施的管理更多体现在细节管理，细到每个设计。所以，要提高企业安全管理水平，避免和遏制事故的发生，就必须从设计抓起。因为，科学远见、严谨巧妙、细致周密、环环相扣的设计，能有效避免和消除设备设施缺陷，事先把事故的各类风险和危害消灭在萌芽之前，达到设备设施“硬件”的本质安全，大大减少运行管理成本，从而使企业的整体安全管理工作收到事半功倍、意想不到的成效。

2. 鞋子在于合脚，制度在于合适

生活中每个人都有买鞋的经历。从前，有个郑国人，想到集市上买一双鞋子。他本应该到集市上按自己脚的大小买鞋，穿上合适就买，不合适就继续换着试，直到合适为止。但是他却先用一根稻草量了量自己的脚，作为尺码。做好尺码后，就随手放在座位上了。临走时，却把尺码丢在家里，忘记带去。

到了集市上，他走进一家鞋店，店主把一双双鞋子摆在郑人面前供他挑选。他看见一双鞋子，觉得很中意，于是便准备把尺码拿出来比，可是一摸口袋，发现尺码没有带来，忙对店主说：“对不起，我忘记了带尺码来，不知道该买多大的鞋子，让我赶回去把尺码拿来再买”。说罢，拔腿就跑。

他的家离集市很远，这样一来一往，宝贵的时间都浪费在了路上。等他从家里拿了尺码再到集市上时，鞋店已关门了。结果他白忙活了一天，也没有买到鞋子。他埋怨鞋店不为顾客着想，又着急又失望，独自在路边叹气。

有位路人从旁边经过，知道了这事后，就提醒他：“你为自己买鞋子，可以直接穿上试试大小，合脚就行，还要什么尺码呢？”

买鞋子的人回答说：“我宁肯相信尺码，也不相信自己的脚！”路人听到他的话，都忍不住笑了起来。这是个郑人买鞋的寓言。

最近，一位朋友跟我说，他亲戚的姑婆一生都没有穿过合脚的鞋子，常穿着巨大的鞋子走来走去。晚辈如果问她，她就会说：大小脚都是一样的价钱，为什么不买大的？”每次我转述这个故事，总有一些人笑得岔了气。

其实，在我们的工作中也会看到很多这样的“郑人”和“姑婆”，不讲究实际，做一些旁人不能理解的事来。鞋子在于合脚，制度在于合适。许多企业都重视制度建设，但并非所有的制度都发挥着正面的效能。有些企业的制度多而杂乱，洋洋大观，把制度与教科书混为一体，过于繁琐，使人抓不住要领，摸不着头脑；有些制度生搬硬套，内容空洞，不切实际，使人感到束手无策，无从着手，最后成为“印在纸上，贴在墙上，落实不到行动上”的装饰，从而造成一方面是大量成本不菲的制度在不断产出，另一方面是在这些制度下的大量漠视和麻木不仁行为存在的不良局面。

诺贝尔奖获得者，奥地利经济学家哈耶克提出，制度设计关键在于假定，假定合适，则能设计出好制度，会得到好结果。制度的设计和选择，不在于是否先进，更不在于多与少，合适最重要。交通管理，人的生命安全是第一目标。某发达国家正在考虑取消小镇街道的红绿灯。原因是红绿灯增加了交通事故。小镇上人少车少，有时半天来不了一辆车，久而久之，红绿灯对行人的警示作用也会越来越淡。司机也如此，停在道口半天也过不了一个人，因而闯红灯之事也就时有发生。如果没有红绿灯装置，行人过马路，总得瞻前顾后、左顾右盼。有了红绿灯，人们反而放松了警惕，一见绿灯低头就过。司机也是如此，没有红绿灯时要经过路口一定是会减速鸣笛，如有了红绿灯装置，一见绿灯也就呼啸而过。万一有个闯红灯之人，或闯红灯之车，悲剧也就发生了。既然安装红绿灯增加了交通事故，说明制度不合适，那当然应该取消。

中国石化集团公司党组领导多次强调，要对基层管理中的各类规章制度进行整合优化，化繁为简，做到“一套制度文本支持多个管理体系”。镇海炼化去年来开展大规模的“修宪”工程，对“三项制度”进行清理、修订，使其成了支撑公司日常管理运行的“宪章”，为我们开