

SINO FOREIGN MANAGEMENT
中外管理
增刊

风趣的故事 精辟的点评 诙谐的漫画

管理故事 与哲理

Management Stories
and Morals



SINO FOREIGN MANAGEMENT
中外管理
增刊

风趣的故事 精辟的点评 诙谐的漫画

管理故事 与哲理

Management Stories
and Morals



管理故事与哲理 (二)

Management Stories and Morals (II)

主管 中国科学技术协会
主办 中国科协管理科学研究中心
国家自然科学基金会管理科学部
国家科技部中国科技交流中心
北京中外企业管理培训中心

顾问 李德生 钱正英 吴阶平 于光远
成思危 马 洪 汪道涵 袁宝华
朱光亚 朱丽兰 朱厚泽 陈锦华
经叔平 徐匡迪 张玉台 邢贵思
赵 地 赵忠贤 徐善衍 潘承烈
厉以宁 桂晓风 萧灼基 艾 丰
姜永涛 魏家福 王林祥 傅育宁
张仲文

编委会会长 成思危

主任 高 潮

副主任 赵纯均 陈晓田

理事会会长 袁宝华 孙晓华 陶 瑞

理事长 魏家福

副理事长 王林祥 傅育宁

业务顾问 张仲文 吴甘美

法律顾问 高金波

社长、总编 杨沛霆

社长助理 刘源远 (010-88232780)

副社长、副总编 杨 欣

副总编(兼) 常鸿达

编辑部主任、统编 杨 光

国际部 王小燕

编辑部 邓羊格 范庆桦 刘宏君 王 纓 王小燕

刘源远 庄文静 杨 超 董文胜

(010-88232898、88232776/2779 转 812)

总经营 北京荟慧友文化传播有限公司

订阅垂询 张国红 (010-88232893、88232945)

总经理 常鸿达

艺术设计总监 孙 元

美编助理 张爱玲

发行部经理 马小琳 (010-88232945)

市场部经理 王 玲 (010-88232365)

广告部经理 罗 巍 范志宏 (010-88232776/2779 转 800)

总务部经理 闫志刚 (010-88615228)

开户银行 北京市商业银行翠微路支行

户 名 北京荟慧友文化传播有限公司

帐 号 9001201052640-91

印 刷 北京百花彩印有限公司

发 行 北京市报刊发行局

社 址 北京市海淀区玉渊潭南路 17 号中兴家园三层
《中外管理》杂志社

邮 编 100036

传 真 (010) 88613267、88232894

网 址 www.zwgl.com.cn

电子信箱 manage@95777.com

国内刊号 CN11-2812/C

国际刊号 ISSN1002-6525

国内订阅 全国各地邮局或向荟慧友公司补订

邮发代号 82-477

广告经营许可证 京海工商广字 0288 号

每期定价 人民币 92 元

本刊若出现印装差错,本社发行部将免费负责调换。

电话: 010-88232893 联系人: 张国红

目 录

1 心态与修身

- 16 中断演讲的百事可乐总裁
越是成功者，诚信越有魅力
- 17 洛克菲勒的一美元小费
成功不应改变你自己
- 18 加加林闯红灯
成功者的冷静最难得！
- 19 被脚踩过的 20 美元
我们的价值在于我们本身
- 20 从强盗到囚犯，再到小说家
贵在“自己”实践
- 21 时间和爱的故事
理清你的终极价值
- 22 艾森豪威尔写致歉书
心态和细节决定成败
- 23 哲学家和船夫的对话
企业家应该怎样学习
- 24 失策的牧羊人
以德经商才是根本
- 25 登山队长的两难抉择
正视财富与良心的博弈
- 26 迷途知返的老福特
卓越企业家应有宽阔的胸襟
- 27 撒盐的水有多咸？
胸怀决定痛苦指数
- 28 皮鞋的来历
改变别人，不如改变自己
- 29 猫头鹰搬家
不改变自己，跳槽是徒劳的
- 30 做事情与做事业
万事贵在专一
- 31 和田一夫 72 岁重挫之后
调整经营心态
- 32 阿丑赠扇孔明
性格难改，却可修饰
- 33 国王与宰相的故事
乐观者的回报
- 34 鱼儿眼中的大海
凡事要学会感激
- 35 买单“尊老”的回报
细微小事改变命运
- 36 柳传志的“精神胜利法”
练就“跨越”挫折的心态
- 37 一份记载失败的成功者简历
把失败当过程，终点就是成功
- 38 18 岁女孩给首富讲课
不怕失败，才能创造奇迹
- 40 帝王蛾破茧
能力出于战胜困难之中
- 41 最棒的玉米
得到他人的赞同，贵在坚持
- 42 1850 次拒绝
成大事者，必然执著
- 43 拿破仑打架
坚持往往比力量更强大
- 44 妈妈的鼓舞
是希望锻炼了意志
- 45 9 岁的康熙没有杀鳌拜
能忍耐者，方能成大事
- 46 麻坑道上的不同说法
两种心态，两种心情
- 47 20 美金，要买什么？
重视“人”，一切“价值”才有意义
- 48 名叫“放下”的狗
越有责任心，越要懂得松弛
- 49 让自己做点琐事
学会缓解你的职业压力
- 50 西齐弗推石

- 学会把命运转换成使命
- 51 张安的信用
经营企业是一种人生境界
- 52 这都会过去
超脱胜败的理念
- 53 完美邮差弗雷德
资源在你心中
- 55 林肯移山
成功有时只需要勇气
- 56 乔吉拉德“撒”名片
要成功，就要敢于主动出击
- 57 名歌手与名记者的意外诞生
偶然之中的必然
- 58 自伞自度
自己的问题自己解决
- 59 耳聋的青蛙
做自己的主人
- 60 邻居半夜敲门
一切先要从自己找原因
- 61 是没学问？还是没钱？
超越自己的“资格”才能伟大
- 62 不“知”钓鱼而得鱼
“心想”未必“事成”
- 63 上帝的公平独白
生命、信念和目标
- 学习外界代替不了自我提升
- 69 吴士东的商运
诚信本身就是“生产力”
- 70 自断财路的电脑公司
真诚与规则的较量
- 71 我们四点准时营业
守时也是一种诚信
- 72 张瑞敏接手烂摊子
着眼实际，着手简单
- 73 牧场的名字
简单制胜
- 74 这是谁的油田？
管理就是利用人性
- 75 巨木之死
管理不是支配，是和谐
- 76 林肯立誓灭政敌
学会在合作中消灭“对手”
- 77 丈夫也会唠叨
合作需要换位思考
- 78 心中的月亮
答案，就在于站在别人的角度
- 80 司马懿成全了“空城计”
留对手一条生路的战略价值
- 81 野驴该与谁合作
没有实力就别合资
- 82 漩涡游水之道
顺势而为的经营艺术
- 83 狮子娶妻
放弃优势便没有了自己
- 84 永远的坐票
机遇出在不懈地寻找中
- 85 落地的钢玻璃杯
在创意与成功之间，是信念
- 86 航空公司里外不是人
决策务必整体运筹

② 思维与理念

- 65 实业家之父的悲剧与脚踩两只船
企业家应以企业为本
- 66 南存辉“整顿”名片
是企业家，就做企业家的事
- 67 火山爆发后会怎样？
从“联系”中找到“机会”
- 68 美孚石油董事长的“圣人”



- 87 一杯水的故事
没有资源意识，就没有崛起
- 88 海尔的讲坛效应
没有宣传，便没有品牌
- 89 搬掉心中的顽石
到行动中寻找真知
- 90 王志东的五次融资
在不缺钱的时候去找钱
- 91 随军征战的可口可乐
恒心出正果
- 92 聪明的米开朗基罗
打破僵局的先手：退一步！
- 93 5 丝米催生电话
突破之后的追求，决定成败
- 94 三星创始人的“另类”卖报法
先占市场，后赚钱
- 95 松下下的“电熨斗革命”
生意的关键是把握人性的需求
- 96 梅西百货的招招鲜
顺应社会发展趋势者胜
- 97 好产品为什么卖不出去？
市场是衡量产品的惟一标准
- 98 完美制度与“粗放”管理的较量
围绕市场的管理才是有效的
- 99 独具慧眼的诺基亚总裁
看到趋势 全力出击
- 100 “印刻效应”的启示
打品牌，务必争第一
- 101 用手摸出来的合作书
抓住平淡的关键点
- 102 想称王的猫
要看到系统的差距
- 103 鼓起来的地毯
看清全部，再着力于局部
- 104 老外买柿子
贩卖体验的价值
- 106 美军为什么能轰炸东京？
只要有明确的目标！
- 107 走不出沙漠的困惑
始终明确方向，才能持续进步
- 108 业务员递上的名片
时刻为目标而调整自己
- 109 该谁先转向？
时刻以灯塔为中心
- 110 使用短剑的好处
勇敢地接近目标
- 111 莫扎特一曲压“群魔”
文化落地贵在润物无声
- 112 1846 年的咖啡店
味道源于百年持续不断地教育
- 113 上司不在的日子里
任务不是差事，而是自己的作品
- 114 富翁与穷汉
观念不改，一切改变皆徒劳
- 115 铁锤砸出来的名牌观
“触及灵魂”才能改变观念
- 116 “值夜班可以睡觉吗？”
首先是转变员工观念
- 117 张瑞敏用“故事”点拨部下
找借口就是不负责任
- 118 比尔·盖茨的“苛刻”
100% 的成功，依然不够
- 119 玫瑰与青蛙
任何“明星”也离不开团队
- 120 谈判中的“双簧”
团队互补协作的力量
- 121 培洛的走动式进餐
有了沟通，才有管理
- 122 “今年冬天会很冷！”
信息收集，理性不可缺

123 苏格拉底的三个“筛子”

甄别信息同样重要

124 “多余”的电话

要不断探询客户的评价

125 从大厦裂缝到拉上窗帘

一丝不苟才能催生奇迹

126 只是搬了把椅子

机会隐藏在细节中

127 尾数的作用

细节制胜

128 “折腰”总裁

细节体现真实

129 上海两条地铁的天壤之别

没有细节，便没有效益

130 总能看见富士山的车票

倾力于客户可感知的细节

131 从收破烂到富翁

做好“出其不意”的小事

132 目测裁丝带

不如每次成功一小段

133 插座大王靠什么一路顺风

做“多”事不如做“成”事

134 是“吃”经理，还是“吃”清洁工？

管理岗位宁缺毋滥

135 伊索趣答问路人

“内容”决定“速度”

136 全球第一推销员的成功体验

先尊重客户，客户才会选择你

137 德勤历史上最小的单

识别客户也需要伯乐

138 麦当劳扫厕所出身的 CEO

用心研究顾客消费规律

139 “有胡萝卜卖吗？”

客户的“非分之想”绝不是累赘

140 走出困境的小矮人

知识×管理=生产力

142 生命中最难走的一段路

自责的力量

143 唐峻是如何脱颖而出的

人情的力量

144 好脾气是怎样炼成的

有效的管理需要“压力出口”

145 西韦伯开窍

比挤时间更有效的方法

3 创新与出奇

147 故伎重演，为何胜败迥异？

善用“奇正之道”

148 装瓶子的新方法

“变”的魔力与勇气，从何而来？

150 从非洲发迹的富翁

换个想法，就能换来一切

151 一场出乎意料的比赛

换个角度你就是赢家

152 “学习型组织”与新型林肯车

改变思维模式

153 胡雪岩 500 两银子打了水漂？

打破常规才能抓住机遇

154 和尚与少妇

创新最忌“按既定方针办”

155 如何杜绝切掉手指的悲剧

创新往往是简单的

156 奶油包装与墙外电梯

最“高深”的创新是简单

157 如果你的学生想当小丑……

创新，就因为越过了雷池

158 你舍得下“最赚钱的地盘”吗？

在最赚钱时破坏性地创造

159 只贷 1 美元的犹太富豪





- 善于寻找廉价的资源
- 160 美国造船大王路维格白手起家
用别人的信用借钱
- 162 绕开“研发”做研发的启发
技术“后发者”的低成本战略
- 163 飘浮的针
打破“技术”的枷锁
- 164 泰国酒店带给客户的意外
超值的服务，未必需要额外的成本
- 165 巴黎名店街的店员
沁人心脾的个性化服务
- 166 “让牙膏嘴更大一点！”
于客户的“无意”中获利
- 167 败笔乎？妙笔乎？
永远只去满足一部分客户
- 168 “敬请明日光临！”
不让所有顾客都满足
- 169 同样的人气，为何效益不同？
学会改变客户决策的基础
- 170 美元、山羊及杆子
重要的是切中需求
- 171 借尸还魂的派克公司
寻找潮流之外的亮点
- 172 一粒灰尘“掸”掉一位忠烈
找到客户的“弱点”，再拿下他
- 173 一杯天价的咖啡
差异化来自好奇心
- 174 “安静的小狗”摸市场
巧妙运用市场调查“行为”
- 175 图德拉空手打败石油大亨
整合资源的奇迹
- 176 缆车上的灵感
最好的商机来自全新组合
- 177 洞穴人的阴影
打破局限的思维方式
- 179 一张动人的讨债单
打破千篇一律的奇效
- 180 谁是傻瓜
学会“逆流而动”
- 181 数不到10的小学生
只要能做出特色……
- 182 新加坡“只有”阳光
劣势也能化为优势
- 183 怎样卖出带伤痕的苹果？
要有好的创造
- 184 减肥拖鞋的诞生
遗憾是创新的起点
- 185 会喝牛奶的山雀
创新决定于开放式沟通
- 186 没有鱼鳔的鲨鱼
基于不足，独树一帜
- 187 过不了河的和尚
不要放过意外的收获
- 188 “大方”的奔驰
用营销眼光看服务
- 189 “三碗茶”成就一代名将
商机源于生活又高于生活
- 190 两美元的邮票
站在对方的角度看问题
- 191 装不满的盆
学习，万不可浅尝辄止
- 192 每周到墓地走一趟
“不上进”更能提升“效率”
- 193 九十九步与一步
伟人无不是吃“最后馒头”
- 194 鸡群中的小鹰
脱颖而出的条件
- 195 李嘉诚七天进军北美
最有价值的“冒险”就是超越自我
- 197 七只小狗谁能活下来？



提早准备好“选择”残酷

4 盲点与误区

- 199 分苹果的天壤之别
利益的来由比利益更重要
- 200 通过碎片，你看到了什么？
莫被“常识”背后的逻辑陷阱欺骗
- 201 印在书上的身份证明
重要的是目的，而不是手段
- 202 让乌龟买阿司匹林
获得成功不代表拥有能力
- 203 生闷气的老板
时刻清醒：究竟是为“权”，还是为“事”？
- 204 该谁去扫雪？
崇高绝非管理之本
- 205 小河流能过沙漠吗？
永远不要被现状所拘束
- 206 如果把灯泡放进嘴里……
突破“禁区”不一定是创新
- 208 一千元智慧
时刻明确投入的极限
- 210 三个杯子
警惕成长中的三种障碍
- 211 达尔文的惊愕
别指望个人能解决组织问题
- 212 爸爸一定比儿子知道得多？
“专”家不是“博”家
- 213 非洲猴子为何会被捉住？
要懂得适时舍弃
- 214 “猪！”
不可妄揣他人之意
- 215 敲车窗的老人
不可妄度他人动机
- 216 陈阿土出国
切不可以己之好揣摩对方
- 217 生活是水
别只盯着杯子
- 218 捕鼠器只夹老鼠吗？
不可因“来路”与己无关，而忽略“影响”
- 219 两头鸟死于谁手？
别做损人不利己的事
- 220 沙丁鱼智胜巨鲸
惟目标却忽略环境的代价
- 221 三只小猪盖房子
赶快从“多快好省”中醒过来
- 222 鼠妈妈叫板老虎妈妈
走出“多”的误区
- 223 警犬为什么会崩溃？
信任，是不能考验的
- 224 寺庙里的蜘蛛精
拥有的，就是最宝贵的
- 226 哪根线段与第一根等长？
学会独立思考
- 227 总洗不干净的衣服
成见导致错误
- 228 猝死在跑步机上的总裁
管理手段必须适逢其时
- 229 瓶子里的章鱼
别让自己囚禁了自己
- 230 出产钻石的土地
每一个产业都蕴藏着钻石
- 231 减产的优质品种
技术优势不是封锁出来的
- 232 海边没有金贝壳
思维定形比失败更可怕
- 233 吃巧克力的理由
警惕道貌岸然下的欲望
- 234 珍惜自己的比较优势
竞争力不只是“高精尖”



235 盛田昭夫的报价单

现实的诱惑，往往是对未来的考验

237 你要哪块西瓜？

不要被表面现象所惑

238 “儿子，你用尽全力了吗？”

能力的边界不应是自我

239 “因”兴“而”衰的剧场

站在系统中看自己

240 金子过后是大蒜

盲目崇拜只会东施效颦

241 驴子的选择

好高骛远的悲哀

5 危机与机遇

243 一部手机使爱立信输掉中国市场

对市场傲慢的代价

244 肖伯纳与大美女的结果

万事要有两手准备

245 为什么会机毁船沉？

警惕从自信到疏忽的界限

246 鸡蛋飞行器

安全是最重要的

247 眨眼睛的含义

危机管理在“事前”

248 罗网中的群鸟

危机中，贵在行动一致

249 拯救吞了肥皂的孩子

紧要关头，要沉着冷静

250 默多克横遭债务危机

企业度过危机要巧用“利益”

252 临危不惧

主帅的态度决定企业的士气

253 青蛙的最后一跃

逆境中只有坚持到底才有生机

254 落入坑洞的猎人

与其应答外界，不如做好本分

255 走弯路？走直路？

“善待”你的挫折

256 被吓死的死刑犯

千万不能被自己吓倒

257 心中的冰点

最大的人生悲哀莫过于自判“死刑”

258 出不了国的“留学教父”

从挫折中发现自己的天分！

259 该死的风！可爱的风？

没有绝对的坏事

260 发大水的那一天

纠正错误的最佳时机

262 “这都是我们的错！”

改错，其实是一种机遇

263 “石油大王”的第一口枯油井

重视错误带来的收获

6 领导与用人

265 里根的告别信

“真诚”所蕴含的领导力

266 “胆怯”的CEO

时刻铭记作为领导的责任

267 悠闲的乌鸦

领导者，务必站得高

268 蚁群中的“懒蚂蚁”

领导要始终“抬起头”

269 宋太宗忘事

宽容是领导的美德

270 一位探险家“成功的失败”

伟大领导的素质

272 华盛顿总统的眼镜

口才不好，照样征服了民众



- 273 吴士宏的三个问题
新官上任的第一把火
- 274 从罚钱到奖金
学会调动更多人的积极性
- 275 “他不是我”
领导要学会与员工互换角色
- 276 让一线员工学会预算
善于授权
- 277 一张白卷的知遇之恩
领导的责任就在于激励部下
- 278 清洁工见义勇为的理由
会夸人的领导，才是好领导
- 279 “不动脑子”的基辛格
领导应学会发掘下属的潜力
- 280 知“恩”不报的狐狸
表里如一才能服众
- 281 最漂亮的车与最文明的客
气氛决定行为
- 282 郑总编为何被免职？
警惕劝诫中的“单边主义”
- 283 追赶汽车的人
批评之前先问清理由
- 284 邹忌讽齐王纳谏
“管理”上司的艺术
- 285 超市与面包
学会管理犯了错的上司
- 286 他为何成为微软最年轻的经理？
像经理一样思考
- 288 真正的汉子
助手不应只是“顺从”
- 289 苏格拉底的悍妻
经理人的价值就在适应力
- 290 唐骏从“白领”到“金领”
经理人贵在能有解决方案
- 291 王安电脑“姓王”的代价
子承父业，务必早做准备
- 293 砍树与婚姻
招募适当的人才
- 294 第六名应聘者
企业需要可信而又可用的人
- 295 一位看不见的黑人
警惕光环下的人力资源歧视
- 296 属于迈克的位置
“人才”是摸索出来的
- 297 当人忽然成官或成囚……
环境可以改变人
- 298 留下最茂盛的草
不妨忘记人才的“出身”
- 299 是野草，还是鲜花？
识人不可武断
- 300 备受冷落的小黑羊
不可忽视另类员工
- 301 龙永图选秘书
适时·适人·适事
- 302 陶朱公救子
贵在人事相宜
- 303 经验之谈
育人：抱住他，不如扶着他
- 304 老马的哭泣
善待元老的经营意义
- 305 逆旅二妻
用人贵在用其心
- 306 李世民背后的女人
优秀副手如贤妻
- 307 为沙漠而生的骆驼
人才要放在正确的位置上
- 308 因为有思坦因曼思
人才难得
- 309 “这100万学费不能替别人交”
把失败当作财富



310 兵部尚书以柔克刚

如何调教“刺头儿”员工

311 身轻者死，重任者活

用“不可或缺”来激励员工

312 赞美如药

务必让员工自觉“有用”

313 落水者拯救了谁

信任是金

314 渔夫和蛇

让期望与奖励零距离

315 一个月的年终奖金

“创造”员工的需求层次

316 富翁的大房檐

穷人心里是一栋小房子

317 三次超乎想象的奖励

做大事业，就要算大账

318 “拖欠”销售提成的原因

金钱转化为感情

319 日本麦当劳的“太座奖金”

学会抓住员工太太的心

320 谁该当国王？

外表不代表能力

321 “五项全能”的鼯鼠

用人不可贪恋“全才”

322 像总经理一样思考

实现员工无边界成长

换个思路，然后行动

329 “不为”与“不能”

只要想做，就一定能做好

330 旁观者效应

执行的基础是明确分工

331 酷吏的“榨油”逻辑

执行的力度恰在“淡季”

332 阿夏享受日本式服务

执行力看主动性

333 谁打破了第一扇窗？

执行贵在坚持

334 属于阿里的第15回合

坚持到底，就是成功

335 对着镜子喊：我是最棒的！

简单与不简单

336 “甩手”好学生柏拉图

不断重复“小节”方能成“大器”

337 张瑞敏：“不惧死，何以制度惧之？”

管理的基础本土化

338 五层楼玻璃编号的功能

“日清”贵在细致、明确

339 只偷一次

执行的背后是终极诉求

340 是谁打碎了碗

机制决定心态

341 是谁阻止了他选择了虚报冒领？

监督机制重在预防

342 每个人只错了一点点

执行制度在责任心

344 撞钟的小和尚

务必明确工作标准

345 荣海的善良与聪明

不重视制度的教训

346 古城砖上的人名

责任到人，才会有质量

7 执行与制度

325 大雁怎么吃？

无休止的争论贻害无穷

326 68岁学日语的理由

行动，永远不晚

327 张朝阳的启动资金是怎么来的

心动不如行动

328 神秘之结

SINO FOREIGN MANAGEMENT
中外管理
增刊

风趣的故事 精辟的点评 诙谐的漫画

管理故事 与哲理

Management Stories
and Morals



管理故事与哲理 (二)

Management Stories and Morals (II)

主管 中国科学技术协会
主办 中国科协管理科学研究中心
国家自然科学基金会管理科学部
国家科技部中国科技交流中心
北京中外企业管理培训中心

顾问 李德生 钱正英 吴阶平 于光远
成思危 马 洪 汪道涵 袁宝华
朱光亚 朱丽兰 朱厚泽 陈锦华
经叔平 徐匡迪 张玉台 邢贲思
赵 地 赵忠贤 徐善衍 潘承烈
厉以宁 桂晓风 萧灼基 艾 丰
姜永涛 魏家福 王林祥 傅育宁
张仲文

编委会会长 成思危

主任 高 潮

副主任 赵纯均 陈晓田

理事会会长 袁宝华 孙晓华 陶 瑞

理事长 魏家福

副理事长 王林祥 傅育宁

业务顾问 张仲文 吴甘美

法律顾问 高金波

社长、总编 杨沛霆

社长助理 刘源远 (010-88232780)

副社长、副总编 杨 欣

副总编(兼) 常鸿达

编辑部主任、统编 杨 光

国际部 王小燕

编辑部 邓羊格 范庆桦 刘宏君 王 纓 王小燕

刘源远 庄文静 杨 超 董文胜

(010-88232898、88232776/2779 转 812)

总经营 北京荟慧友文化传播有限公司

订阅垂询 张国红 (010-88232893、88232945)

总经理 常鸿达

艺术设计总监 孙 元

美编助理 张爱玲

发行部经理 马小琳 (010-88232945)

市场部经理 王 玲 (010-88232365)

广告部经理 罗 巍 范志宏 (010-88232776/2779 转 800)

总务部经理 闫志刚 (010-88615228)

开户银行 北京市商业银行翠微路支行

户 名 北京荟慧友文化传播有限公司

帐 号 9001201052640-91

印 刷 北京百花彩印有限公司

发 行 北京市报刊发行局

社 址 北京市海淀区玉渊潭南路 17 号中兴家园三层
《中外管理》杂志社

邮 编 100036

传 真 (010) 88613267、88232894

网 址 www.zwgl.com.cn

电子信箱 manage@95777.com

国内刊号 CN11 - 2812/C

国际刊号 ISSN1002 - 6525

国内订阅 全国各地邮局或向荟慧友公司补订

邮发代号 82 - 477

广告经营许可证 京海工商广字 0288 号

每期定价 人民币 92 元

本刊若出现印装差错, 本社发行部将免费负责调换。

电话: 010-88232893 联系人: 张国红



最成功的
领导者
都是讲故事的
大师



编者的话

迎接故事新时代

一位全球知名的社会学专家在20世纪曾预言：21世纪，将是“说书人”的世纪！

现在不只是MBA教授们在讲故事（案例），很多企业家们也在通过讲故事传播自己的经营理念，以铸就文化、促进执行。现在，这已成为时尚。

海尔CEO张瑞敏对此有一段精彩表述：“提出一个新观念也许不算困难，但要让人认同，才是最困难的。我常想《圣经》为什么在西方深入人心？靠的是里面一个个生动故事。推广某个理念，讲故事是一种好方式。”

总之，用故事说服人、教育人，已成为21世纪人间的一道美丽风景线。

在当今，全球企业家们都越来越意识到了企业价值观对于经营的无比重要。因为没有企业价值观，企业就没有灵魂。

所谓企业价值观，常常就是企业家个人价值观的一种外化。同时，全球企业家们也越来越为自己的价值观无法深入员工内心、无法迅



速转化为充分持久的企业行为，以使客户能够切身感受到自己企业的文化而万分苦恼。

如何将自己的管理新思路、新文化迅速、有效、持久地传导下去？最有效、最经济的办法就是讲故事。通过讲故事，您可以摆脱苍白的说教，摆脱抽象的理论，摆脱生硬的命令，而在轻松愉快、娓娓道来、慷慨激昂，或语重心长中，让您的思想在踏雪无痕、润物无声之中内化成为员工们心中的准绳。因此，未来的成功企业家必将是讲故事的高手！

我在日本工作的时候，曾问日本教授一个问题：“日本是真的把《三国演义》作为管理者必读之著作吗？”他回答说：“是的，因为它是一本用故事说明管理的最好著作。”我又问他：“真的有用吗？”他说：“你不信，就去看看日本企业家的书架，几乎都有本《三国演义》。昨天日本《产经新闻》就刊登了这样一条消息：“××会社挥泪斩马谡”，意思是不得不辞退老员工。你看他们还在活学活用呢！”说着，他和我都笑了。

本书正是基于时代的需要，基于广大企业家们的这一需要，精心编纂而成的管理故事书。这里的每一篇都是由一个独立有趣的管理故事加一个精辟深刻的哲理点评和一幅意味深长的漫画组成。

其中根据内容分为两类：一类是古今中外的真人真事，其中有知名企业家的经典战例、神来之笔，令人拍案叫绝，也有看似与企业无关，却触类旁通的精典故事；另一类是超越时空的寓言故事，有的荒诞却很现实，有的稚气却很深刻。前者之优在于真实可信，后者之趣在于轻松活泼。但共同点都是很精彩生动、开门见山，让您读时有趣、读后绕梁，回味无穷。根据您的需要，当您从中择其一二讲述给员工时，在妙趣横生之间，一定会在员工当中产生出您意想不到的共鸣，令大家经久不忘。

显然，这是一本囊括古今中外精典管理故事的系列丛书，第一集上市就受到广大读者热烈欢迎。不久前，我去海尔采访张瑞敏，并赠送此故事书，他当即约我们编同样形式的《画说海尔》一书以纪念海尔成立20周年。

于是，我们为了满足广大读者的需求，又编写了《管理故事与哲理》的第二集。在此，殷切期望读者朋友们继续提出改进意见，感谢之至。

杨洋建

2004年9月