



影响世界 500强企业的 101个^{经典} 管理定律

苹果、通用、IBM等世界500强公司
都在用的管理定律

王辉 编著

专门为管理者量身打造的管理课
提高10倍工作效率的高效管理法

中国商业出版社



影响世界 500强企业的 101个^{经典} 管理定律

王辉 编著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

影响世界 500 强企业的 101 个经典管理定律 / 王辉编著.
—北京: 中国商业出版社, 2017. 8

ISBN 978-7-5208-0037-2

I. ①影… II. ①王… III. ①企业管理—研究 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 223698 号

责任编辑: 武文胜

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店经销

三河市华润印刷有限公司印刷

★ ★ ★ ★ ★

710 × 1000 毫米 1/16 14 印张 200 千字

2018 年 6 月第 1 版 2018 年 9 月第 2 次印刷

定价: 39.80 元

★ ★ ★ ★

(如有印刷质量问题可更换)

王辉

知名图书策划人，畅销书作家。曾游学美国、日本等国家，喜欢倾听，用心创作，以主流文笔记录每个感动的瞬间。曾出版畅销书《做内心强大的女人》《匠心：成就卓越的力量》等。



策划编辑：周耿茜

责任编辑：武文胜

封面设计： 一个人设计

投稿邮箱：dongfangwenhua66@sina.com

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

前言

Preface

一直以来，管理都是企业的一个重要问题，更是一个企业发展的关键。缺少管理者和领导者，企业就会成为一盘散沙，也就无法产生效益。如此，企业发展也就对领导者的管理能力提出了更高的要求。

管理能力是领导者的基本能力，可是这一基本能力并不是天生的，而是需要后天学习的。巧的是，世界企业管理的研究成果浩如烟海，各时代都有自己的代表性理论，这就给企业等组织提供了不错的理论依据。

管理，既是一门科学，也是一门艺术，将科学和艺术有机结合起来，是管理的最高境界。而如何将二者融为一体并且运用自如，是管理者急需解决的难题。世界各国的管理大师通过长期的实践与思考，为我们总结出了众多简单易懂、易于理解的管理定律。

在管理团队的过程中，很多管理者都会困惑于这样一些问题：好不容易招来了优秀人才，为何总是留不住？为什么连最聪明的经销商也要亏本大甩卖？为什么提前做好了准备，最担心的事依然会发生……其实，所有的这些问题都可以运用本书的这些定律来加以说明。

管理来源于管理艺术，存在于大量的管理艺术中，人们精选出稳定的、规范化的、行之有效的部分固定下来，找出其规律性，形成了一套科学的

理论成果。

瓦特发明蒸汽机，让人类进入了机械动力时代，101个管理定律同样也让世界企业管理前进了一大步。这是提升企业管理水平和谋求事业发展所需要的101个定律，虽然有些管理法则看起来似乎很简单，但依然是企业提高凝聚力、拓展商机、增加效益的法宝。

在全球化的今天，企业管理的研究更加广泛，在不同理论的指导下，正在进行着不断变革。在这里，笔者列举出了影响世界的101个经典管理定律，与读者共勉。

目录

Contents

001 第一章 高效能团队建设管理

1. 鲇鱼效应——多鼓励团队中的“活跃分子” / 002
2. 狼群法则——团队需要勇于牺牲自我的人 / 005
3. 羊群效应——从众心理导致盲从 / 007
4. 凯利法则——没有团队，还谈什么管理 / 008
5. 史提尔定律——团队和谐是企业之本 / 011
6. 酒与污水定律——清除团队里的害群之马 / 014
7. 螃蟹效应——企业的内部争斗要不得 / 017
8. 史洛伊特定理——团结的企业才无往不胜 / 018
9. 古德定律——鼓励团队成员说真话 / 020
10. 上下车法则——让团队成员有危机感 / 022
11. 木桶定律——盛水多少取决于最短的那块木板 / 023

1. 巴拉昂定律——每个员工都有野心 / 028
2. 沃尔森法则——信息的价值比金钱更重要 / 030
3. 皮京顿定理——明确目标是企业发展的基石 / 031
4. 吉格勒定理——确定目标后要勇于实现 / 033
5. 目标置换效应——实现目标的方法不是目的 / 035
6. 咸鸭蛋理论——资金周转是企业发展的根本 / 036
7. 登门槛效应——清楚你手里有什么钥匙 / 038
8. 手表定律——谁才是实现目标的关键 / 040
9. 跳蚤效应——永远不要给自己设限 / 041
10. 篮球架定律——努力就能实现的目标更具诱惑 / 043

045 第三章 战略与决策管理

1. 博弈规则——要知道你的对手在想什么 / 046
2. 标杆管理——向最优秀的企业发起挑战 / 047
3. 巴菲特定律——不从大流，方得成功 / 049
4. 费斯法则——在得到第二个之前，别扔掉第一个 / 051
5. 鳄鱼法则——该舍弃时就要果断放手 / 053
6. 路透法则——眼光决定企业的发展 / 054
7. 马太效应——通吃才是大赢家 / 057
8. 斯隆法则——有争论才有高论 / 058
9. 卡贝定理——选择性放弃也是一种成功的策略 / 059
10. 冰山定律——了解真相之前不要轻易决定 / 061
11. 隧道视野效应——短视之人很难看清未来 / 063
12. 吉宁定理——永远不要害怕犯错 / 064
13. 史密斯原则——与强者共舞，进步才能最大 / 065
14. 沸腾效应——企业危机的解决在于抓关键 / 068

071 第四章 领导力与员工激励管理

1. 坎特法则——管理者要尊重每个员工 / 072
2. 夏皮罗法则——了解自己的每个下属 / 074
3. 南风法则——用合适的方法来批评员工 / 077
4. 德西效应——物质奖励不能滥用 / 079
5. 霍桑效应——努力激发员工的工作热情 / 081
6. 贝尼斯定理——企业最大的福利是员工培训 / 082
7. 踢猫效应——别把坏情绪传染给团队 / 084
8. 铁轨法则——领导要亲密有间，疏而不远 / 087
9. 蓝斯登定律——好的工作氛围能提高工作效率 / 089
10. 费斯诺定理——团队领导者要多听少说 / 091
11. 威尔逊法则——用榜样的力量提醒和激励员工 / 093
12. 古狄逊定律——将权力妥善地授给下属 / 096
13. 麦克莱兰定理——让员工做管理者 / 098

101 第五章 识人用人与人才管理

1. 松下论断——怎样用人不苦恼 / 102
2. 散财效应——财散人聚，财聚人散 / 104
3. 特雷默定律——善于识人，学会用人 / 105
4. 拜伦法则——疑人不用，用人不疑 / 107
5. 乔布斯法则——一个出色人才顶 50 个平庸的人 / 109
6. 彼得原理——将合适的员工放在正确的位置 / 111
7. 懒蚂蚁效应——“蚂蚁”一思考，老板就发笑 / 113
8. 套娃定律——领导者要善用比自己强的人 / 114
9. 斜坡球体定律——员工素质决定着企业成败 / 117
10. 蘑菇管理原则——让员工受冷落不是一件坏事 / 118

1. 热炉法则——制度越严格，竞争力越强 / 122
2. 权威暗示效应——打造企业权威领导力 / 124
3. 赫勒法则——合理的监督机制让工作更高效 / 125
4. 潘恩定理——制度面前，人人平等 / 127
5. 罗杰斯法则——执行起来，才能实现目标 / 129
6. 飞轮效应——团队需要坚持不懈地努力 / 132
7. 帕金森定律——警惕“职场污染病” / 133
8. 牢骚效应——让员工发泄，能够提高工作效率 / 135
9. 实干法则——踏实肯干，才能提高工作绩效 / 137
10. 棕熊法则——激励的方法不同，产生的绩效也不同 / 140

143 第七章 企业经营与客户管理

1. 冰淇淋哲学——挺过冬天的寒冷，又何惧夏天的竞争 / 144
2. 哈默定律——没有做不成的生意，只有不会做生意的人 / 146
3. 滚雪球效应——雪球越滚越大，优势会越来越明显 / 148
4. 长尾效应——差异化竞争，你会获得更大市场 / 149
5. 沃尔森法则——信息时代，要时刻关注市场变化 / 151
6. 索尔法则——多元化经营利弊同在 / 152
7. 二八定律——80% 的利润来自 20% 的客户 / 154
8. 阿尔巴德定理——满足顾客需求你才有竞争力 / 156
9. 250 定律——每个客户背后都有 250 个潜在客户 / 158
10. 福特法则——回头顾客金不换 / 160
11. 凡勃伦效应——商品价格定得越高越有市场 / 162
12. 奥美原则——服务第一，利润第二 / 163

167 第八章 危机应对与管理

1. 青蛙效应——不要做温水里的青蛙 / 168
2. 蓝斯登原则——企业迅猛发展时要警惕 / 170
3. 富翁和狼——陷阱往往会伪装成机会 / 172
4. 破窗效应——破了的窗户要及时修 / 174
5. 弗洛姆效应——想象中的危险并不能击败你 / 176
6. 微软破产论——离破产只有 18 个月 / 178
7. 史华兹论断——坏事有可能是成功机遇 / 180
8. 里杰斯特论断——坦然面对企业危机 / 182
9. 戴伯尔法则——应对危机，可以“独裁” / 183
10. 蝴蝶效应——忽略小的细节可酿成极大的错误 / 184
11. 多米诺效应——推倒一张骨牌，所有骨牌都会倒下 / 186

1. 派克法则——品牌的知名度就是财富 / 190
2. 拉图尔定律——给你的产品起一个好听的名字 / 191
3. 赫斯定律——广告最好不要超过 12 字 / 194
4. 布里特定律——质量再好的产品也要传播出去 / 196
5. 伯内特定律——要占领市场，先占领顾客头脑 / 197
6. 项链定律——对产品进行持久、统一的推广 / 200
7. 达维多定律——勇做创新第一人 / 202
8. 莫尔斯法则——比竞争对手多一点“新花样” / 203
9. 波特法则——不走寻常路，对手才能无法效仿 / 205
10. 杜根定律——真正的强大蕴藏在心中 / 207



第一章 高效能团队建设管理