

孙路弘作品

看电影 学管理

孙路弘 著

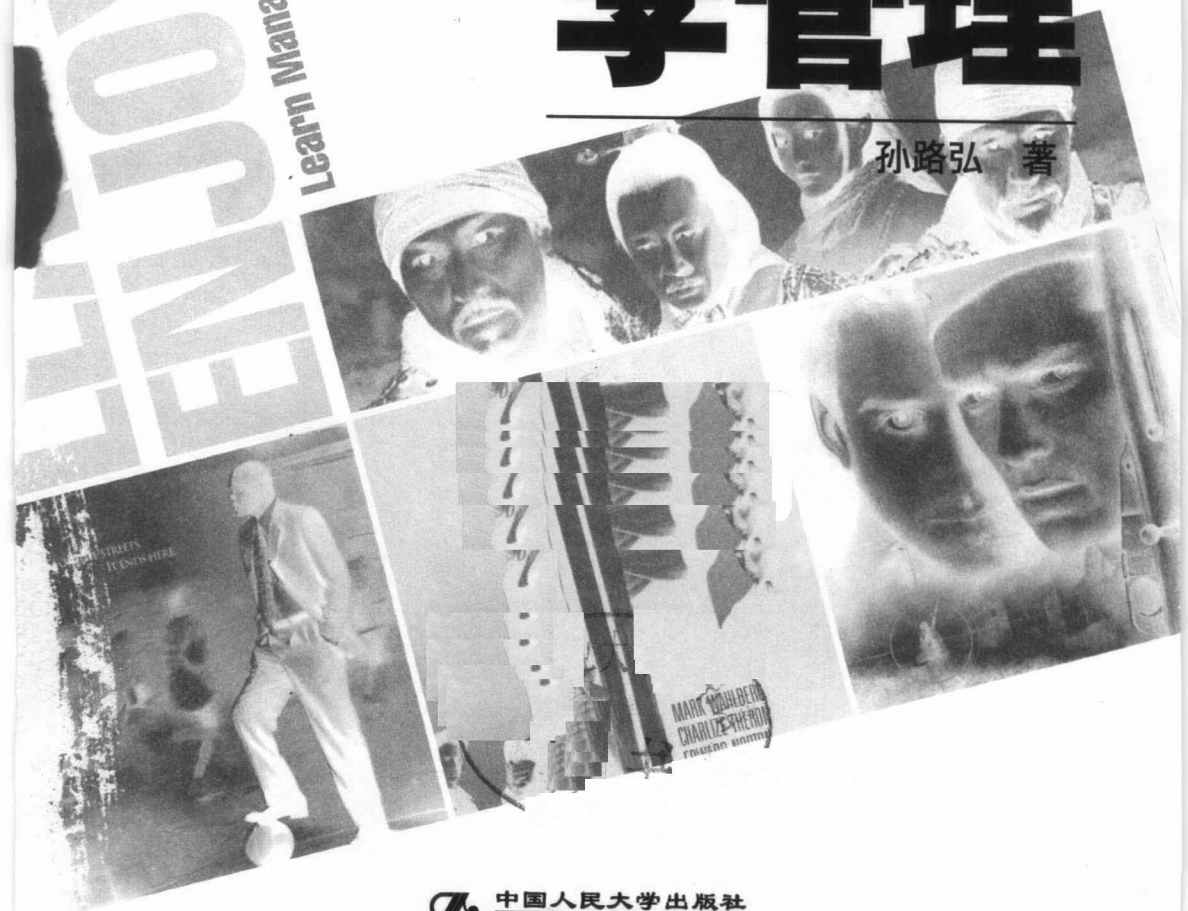


中国人民大学出版社
China Renmin University Press

ENJOY MOVIES
Learn Management Skills When You Enjoy Movies

看电影 学管理

孙路弘 著



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

看电影学管理/孙路弘著.

北京: 中国人民大学出版社, 2007

ISBN 978-7-300-07934-9

I. 看…

II. 孙…

III. 管理学—通俗读物

IV. C93-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 029542 号

看电影学管理

孙路弘 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.tltnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北三河市新世纪印务有限公司

规 格 160mm × 230mm 16 开本

版 次 2007 年 4 月第 1 版

印 张 12.75 插页 2

印 次 2007 年 4 月第 1 次印刷

字 数 146 000

定 价 28.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

版式设计

当你翻开这本书时，一定注意到了在书的侧边上有一个灰条，你想那肯定是漏墨了。别担心，那不是漏墨，不会把你的手弄脏。

你再往下翻，耶，不对也，怎么有些页上有灰条，有些页上没有灰条，你想那肯定是编辑的粗心大意。请放心，那不是粗心大意，那是有意而为之。

在这本《看电影学管理》和它的姊妹篇《看电影学销售》中，解读的电影分为四大主题，在每一主题下都详细剖析了一部经典影片，并提供几部相关影片以加深你的理解。在这种策划思路下，我们将详细剖析的影片归入精读篇，而供你加深理解、复习的影片归入泛读篇。

于是，为了便于你阅读，我们在设计版式时特意在泛读篇的部分加上一个灰条，这样在你翻书的时候，便一目了然地看到哪些内容是精读，哪些内容是泛读，从而可以根据你的需要直接进入主题。

“为了你的阅读方便”，是我们孜孜以求的目标。

装帧设计

“看电影学管理”，一个生动的名字。作为现代都市人，看电影已成为生活中重要的娱乐消遣方式，它不但能给忙碌的生活带来乐趣，还能从中学到很多东西。管理作为一门学问、一种职业，似乎与电影毫不相干，而本书却以看电影这样轻松的方式来达到学习管理的目的，作者的这个思路确实能够抓住人们的心理。

基于这样的感受，本书在设计封面时力求简洁、轻松、

明了的风格。以电影海报为主要设计元素，达到直接明了的表现主题；以错落的矩形结构得到简洁的构图；倾斜的角度也能带给人以轻松感。另外，从色彩上只用橙、白、黑做搭配，营造出更符合现代人的审美——简约、醒目、娱乐，也符合本书主题的内涵——以简单轻松的方式学习技能，真正做到寓教于乐。

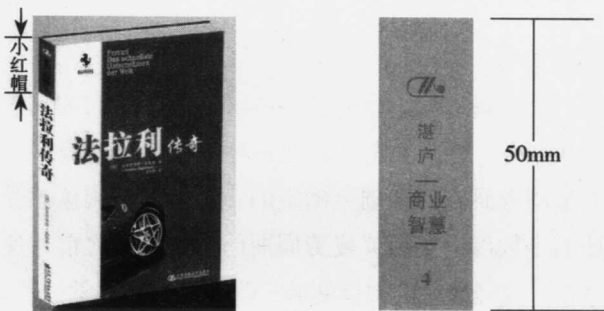
一切为了您的阅读体验

- 当您长时间阅读的时候，是不是会觉得眼睛发酸？
- 您在阅读的时候，是不是经常觉得书很重？拿的时间长了会觉得手很酸？
- 您在阅读的时候，手会不会被油墨弄脏、被锋利的纸边划伤？
- 您是不是在书店的书架上很难发现想要找的书？
- 您是不是经常对书的封面、装帧设计有想法？
- 您是不是想知道编辑在制作一本书的时候是怎么考虑的？

我们的编辑善意地提醒您，获得知识不能够以损害健康为代价。

找“小红帽”

为了便于读者辨认，我们在每本图书的书脊上部 50mm 处，全部用红色标记，称之为——“小红帽”，读者可以在浩如烟海的书堆中清楚地发现。



用轻型纸

您现在正在阅读的这本书所使用的是轻型纸，价格比一般的纸更贵。我们之所以采用这种纸，主要是为了让您享受更好的阅读体验：

a) 轻型纸的白度大约在 80°左右（国际上提倡纸张的使用白度不高于 84°，色泽为原色调），这样可以使读者在阅读时有舒适感、不刺眼、不疲劳，长时间阅读不易对读者的视力造成损伤。

b) 轻型纸的质感和松厚度好，耐折，不透明度高。油墨吸收性好，不易脱落，不会被油墨弄脏手。

c) 轻型纸和普通纸相比，用其印制的图书比用普通纸印制的图书重量约轻 1/3，这样无论是携带还是阅读，都更为方便。

d) 轻型纸的韧度好，与质地较脆的普通纸比较，翻阅的时候声音小，也不容易破损；纸张不易泛黄，所印书籍可长期保存。

e) 轻型纸成书后，切口有毛边，正是这些不太美观的小毛边，保证不会像小刀片一样，划伤手。

f) 轻型纸是纯木浆纸，在生产过程中不含荧光增白剂，造纸时不会对纸浆进行漂白、蒸煮处理，只需打浆处理，因而不会有废气废液排出。从环保的角度考虑，我们更愿意采用更为环保的轻型纸。

关注阅读体验

我们的调查显示，读者在 500~600 字的长时间阅读后会感到逐渐疲劳。我们目前所使用的字体、字号和行距，是在经过大量调查研究的基础上确定的，符合读者阅读感受。每页设计的字数可以在阅读疲劳周期的低谷到来之前，使读者稍作停顿，减轻读者的阅读疲劳，舒适的阅读感觉油然而生。

作者序言

L EARN MANAGEMENT
SKILLS WHEN YOU
ENJOY MOVIES

用左脑看电影

一部影片不可能改变一个国家
一部影片不可能改变一个企业
一部影片也根本不可能改变你
但只要你尝试过一次，就一次

这样来看电影……

一切将不可逆，日后你看电影的方式将彻底地
改变——永远的！

在举办了三期“看电影学管理”系列研讨会后，众多与会者都一致地发出感叹，上了这课以后，彻底改变了我看电影的习惯。尤其是那些参与了多期研讨会的学员，第二次与会时交流最多的话题就是，“我前天看了一部电影，那真不错。我们用孙老师的方法展开分析，最后，我们给这部影片加了一个注解——一个咨询顾问擅接私活的悲惨遭

遇。孙老师您看我们讨论的思路对不对？”在研讨会上，有其他学员参与了我们的讨论，好奇地问：“你说的是哪部片子呀？”这位学员回答道：“《墨攻》！”周围有看过这部影片的人思考片刻，随即附和道：“没错，还真就是一个咨询顾问。刘德华演的就是墨家的一个顾问。人家墨家没有同意派出任何援军，他一个人，在影片中就是革离，打着墨家的旗号接了拯救梁城的活儿，整个就是一个擅接私活的代表。”还有其他学员附和道：“现在回想一下，我是一个月以前看的，好像真是太像企业高薪聘请的那些高级顾问了。你还记得革离刚进城后做了什么动作吗？”……随后的讨论发言热烈、踊跃，那些没看过这部影片的学员纷纷决定回家后第一件事就是找来《墨攻》看一下。

陆陆续续参与我们“看电影学管理”讨论的企业高管越来越多，他们也纷纷贡献自己的心得和新的收获，他们贡献的影片有《阿波罗 13 号》、《甘地传》、《空军一号》、《美丽心灵》、《云梯 49》、《廊桥遗梦》、《毕业生》、《新警察故事》等。有的学员兴奋地告知我们，可以通过《廊桥遗梦》给企业技术部的人讲技术创新、讲流程创新，可以用《甘地传》来理解领导力和影响力的建立，可以用《云梯 49》来讲团队凝聚力的建设，也完全可以用《空军一号》来讲领导的决策能力、取舍之间的果断魄力，但绝对无法理解如何用《廊桥遗梦》来讲企业创新、技术创新以及流程创新。听完这位学员

的分享，我们大家都表示认同，并且许多学员事后的确都找来《廊桥遗梦》重新按照那个思路看了一遍。三期的研讨会结束后，许多学员都将这个活跃的培训形式带回自己的企业，运用这种方式来启发员工，启发他们在工作中想到那些久经考验的影片中所表达的哲理，所给予的启发，所帮助我们可以运用的技能、技巧以及情景中人物做事的想法、动作、行为等。所有学员都有一个共同的深刻感受，那就是参加过一次这样的培训以后再去看电影，整个思路和模式就彻底改变了，永远地改变了。

一种培训方式的改变让哈佛商学院得到更多企业界的认可，并选派更多的高管报名参加，一种全新的企业管理学习方式让如此多的学员产生了不可逆的思维发展，这让我们无法回避一个模棱两可的问题：

一直以来，我们到底是在用右脑看电影，还是在用左脑看电影？

人的大脑分为两个半球，一个主管逻辑思维，在大脑的左侧；一个主管形象思维，在大脑的右侧。一旦我们激动、我们好奇、我们想知道然后呢的时候，我们的大脑就都进入到右脑的感性思维环境中，此时，我们难以跳出来告知自己不用紧张，这是电影，不是现实生活。而有些人，他们在看电影的时候，从来就不紧张，从来就不激动，他们经常会在看过影片后给出一个冷静的总结和归纳，比

如，“这部影片最好加一个副标题：一个咨询顾问擅接私活的悲惨遭遇”。那么，这样的人偏重理性，他是在用左脑分析的模式来看电影。两种思维看电影会有什么不同的结果吗？答案也是显然的，肯定会有的。

右脑看电影的人最多会激动，电影仅仅是生活的补充和娱乐，与生活没有具体的关系；左脑看电影的人通常容易从影片中学到东西，并且容易应用到自己周围的现实生活中。人们在看电影的时候，都看到了什么？右脑看到的是情节、场面，左脑看到的是背后的逻辑关系、前后的因果次序。

让我们通过《兵临城下》这部影片 DVD 盘面上的介绍来辨别一下，他们都是在用理性还是感性来看电影。

剧情介绍 A：

瓦西里是乌拉尔山区的牧羊人，多年的放牧生活练就了瓦西里的好枪法，斯大林格勒保卫战打响后，瓦西里应征入伍。他一枪毙敌的绝招在不到 10 天的战斗里就狙杀了 40 多名德国兵，一时间“瓦氏神枪，例无虚发”的神话传遍整个战场。然而在之后的几天，苏军的狙击手也连连被人枪杀，对方同样只使用一发子弹。真正的对手来了！

与此同时，政治委员达尼洛夫也向瓦西里的女友——女狙击手塔妮娅发起了“进攻”，一时间瓦西里陷入了“腹背受敌”的困境。高手过招，最忌

心浮气躁，对于狙击手来说，错误永远是致命的，哪怕是最小的。

这段剧情介绍是广州市场上销售的 DVD 上的。

剧情介绍 B：

在二次大战著名的斯大林格勒战役中，德苏两军对峙，成千上万的士兵互相厮杀，尸横遍野。传奇性的苏军狙击手瓦西里凭着他神准的枪法，歼灭无数敌军，他的响亮名号甚至传到敌军阵营。于是德军派出最顶尖的神枪手康尼上校和他一决高下，他们就在枪林弹雨中，展开了一场个人的生死之战。

虽然瓦西里百发百中的枪法令人闻之丧胆，但是他却是一个行事低调、性格内敛的军人。一名苏联政治委员达尼洛夫认为这是宣传苏联军队的大好机会，于是把这名平实的士兵塑造成一名民族英雄。此时苏联红军连连败退，德军即将攻占斯大林格勒，到时候苏联便会瓦解，于是斯大林亲自派赫鲁晓夫到斯大林格勒指挥大局。一个军队三个层级的人员各自在自己的职位上发挥着保家卫国的绝招和长项。

剧情介绍 A，充满了感性的描述，吸引着观众投入到激动的预期中；剧情介绍 B 的第二段另辟蹊径，巧妙地渗透了组织行为学的要点，“三个层级的人员各自在自己的职位上”的总结更加理性、更加客观。剧情介绍 A 流行在中文版的 DVD 中，

而剧情介绍 B 是日本版的 DVD 的。两种文化对同一部影片在大众市场中的引导出现了明显的不同，意味着感性和理性的侧重点不同，同时也可能意味着对组织行为理解的不同。

《兵临城下》讲的是领导力，是组织中层的位置定义、组织基层的业务能力以及辅导的问题。从理性看电影的角度来看，日本版的 DVD 容易产生教育意义，容易让观众得到一些管理的启发；而中文版的介绍却是一个感性的号召。

看电影是一种学习的方式，是一种可以结合实际工作的方式，请思考两个问题再开始阅读这本书：

1. 看电影的时候想到过工作中的难题吗？
2. 工作中遇到困难的时候，参考过电影中的处理手法吗？

一部好的电影可以让你激情澎湃

不过最近这样的电影可不多

多数影片不过让你看个热闹

热闹中也许可以沉淀些哲理

但却需要冷静的思考以及理性的逻辑分析，我们需要的是你用左脑看电影。

孙路弘

圣时训商务咨询公司 高级营销顾问

目 录

L EARN MANAGEMENT
SKILLS WHEN YOU
ENJOY MOVIES

第一部分 电影中的企业管理

精读篇

《兵临城下》：企业管理之道/ 3

泛读篇

《斯通家族》：企业空降高管：梦魇的日子/ 39

《一球成名》：给企业选育人才的启示/ 49

第二部分 电影中的领导力

精读篇

《卡特教练》：打造团队领导力/ 61

泛读篇

《拯救大兵瑞恩》：一线团队需要的领导魅力/ 91

《教父三部曲》：企业接班人实战教案/ 101

第三部分 电影中的团队建设

精读篇

《偷天换日》：管理中的环节分工/ 111

泛读篇

《云梯 49》：创建有凝聚力的团队/ 139

《乐鼓热线》：团队的节奏/ 147

第四部分 电影中的商业之道

精读篇

《墨攻》：给企业管理咨询顾问的提示/ 157

泛读篇

《穿普拉达的女王》：职场中有的，校园中没有的/ 179

第一部分

电影中的企业管理

精读篇

《兵临城下》：企业管理之道

泛读篇

《斯通家族》：企业空降高管：梦魇的日子

《一球成名》：给企业选育人才的启示



