

〔美〕格洛丽亚·J. 迈耶 托马斯·迈耶 著
陈系贞 译



为什么 小女孩的火柴 卖不掉？

营销管理的 27 堂必修课

经典童话故事中的管理精髓！

为什么小女孩的火柴卖不掉？为什么喜欢新衣服的国王会上骗子的当？为什么小红帽没有认出冒牌的“奶奶”……27 个经典童话点明 27 个管理学基本课题，结合真实的商业案例，让你在轻松阅读中获得管理学的关键知识。





为什么 小女孩的火柴 卖不掉？

江苏工业学院图书馆
营销管理学院的图书馆
藏书章

修课

〔美〕格洛丽亚·J. 迈耶 托马·迈耶 著 陈系贞 译



南海出版公司
2008·海口

图书在版编目(CIP)数据

为什么小女孩的火柴卖不掉? / [美] 迈耶著; 陈系贞译.
—海口: 南海出版公司, 2008.2
书名原文: Goldilocks on Management
ISBN 978-7-5442-4009-3

I. 为… II. ①迈… ②陈… III. ①企业管理—通俗读物
②市场营销学—通俗读物 IV. F270-49 F713.50-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 182734 号

著作权合同登记号 图字: 30-2007-165

Goldilocks On Management: 27 Revisionist Fairy Tales for Serious Managers

Copyright © 1999 Gloria Gilbert Mayer and Thomas Mayer.

Published by AMACOM, a division of the American Management Association,
International, New York
through Bardon-Chinese Media Agency
All rights reserved

WEISHENME XIAONVHAI DE HUOCHAI MAI BU DIAO

为什么小女孩的火柴卖不掉?

作 者	[美] 格洛丽亚·J. 迈耶 [美] 托马斯·迈耶
译 者	陈系贞
责任编辑	林妮娜
特邀编辑	王彩虹
丛书策划	新经典文化 www.readinglife.com
装帧设计	徐蕊
内文制作	杨兴艳
封面插图	陈昭
出版发行	南海出版公司 电话 (0898)66568511
社 址	海口市海秀中路 51 号星华大厦五楼 邮编 570206
电子邮箱	nanhaicbgs@yahoo.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	三河市三佳印刷装订有限公司
开 本	700 毫米×990 毫米 1/16
印 张	13.25
字 数	142 千
版 次	2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5442-4009-3
定 价	20.00 元

南海版图书 版权所有 盗版必究

作者简介：

格洛丽亚·J. 迈耶是美国著名的企业顾问和培训专家，现任美国卫生保健促进协会会长。她还是一位深受读者好评的作家，作品包括《给工作妈妈的2001个小建议》以及其他很多医疗保险专业书。

托马斯·迈耶是美国著名的企业顾问，现任美国卫生保健促进协会的教育主管，美国战略健康管理公司首席执行官。

格洛丽亚和托马斯经常为许多公司提供咨询服务，进行演讲，帮助企业解决各类管理问题，受到极大欢迎。

责任编辑：林妮娜

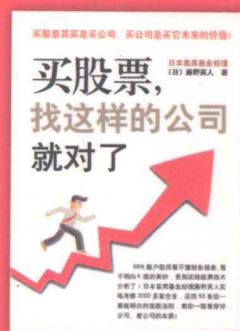
特邀编辑：王彩虹

丛书策划：新经典文化 www.readinglife.com

装帧设计：新经典工作室·徐蕊

封面插图：陈昭

欢迎阅读新经典智库更多其他好书



作者：〔日〕藤野英人

定价：20.00元

买股票其实是买公司，买公司是买它未来的价值！

99%的散户股民看不懂财务报表，看不明白K线的奥妙，更别说做股票技术分析了！日本首席基金经理藤野英人实地考察3000多家企业，总结63条你一看就明白的选股法则，教你一眼看穿好公司、差公司的本质！质股、潜力股，在微利时代创造新的财富！

买股票，找这样的公司就对了！

更多资讯欢迎登录www.readinglife.com

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目录

写在童话之前	1
龟兔赛跑——企业要成功须专注聚焦	3
杰克与魔豆——跳出框架的创新思维	9
小红帽——经验不足容易吃亏	14
三只小猪——作好应急计划带来最好的结果	20
国王的新衣——谨慎评估信息来源	25
纺金的侏儒——业绩目标应切合实际	32
卖火柴的小女孩——不当的运营计划导致失败	38
糖果屋历险记——太好的事情通常不是真的	44
十二个跳舞的公主——灵活运用科技成果	51
睡美人——接受批评会使计划更为完善	59
丑小鸭——培育员工的天赋技能	66
三只熊——谈判策略须小心执行	73
穿靴子的猫——掌控局面的重要性	82
坚定的锡兵——欠缺预先应对能力无法成功	89
狼来了——不要浪费人脉资本	96

杞人忧天的小鸡——以正确沟通控制谣言	103
豌豆公主——验证证件不可忽视	111
灰姑娘——为优异者提供成功的机会	118
吹笛人——顾问事宜须谨慎处理	126
精灵与鞋匠——高品质将获得回报	135
美女与野兽——任何承诺都应兑现	144
老妇人与猪——量身打造高效团队	152
不来梅音乐家——成功的团队使效益加倍	161
白雪公主与七个小矮人——经营效率来自不断学习	170
三只山羊——贪婪会妨碍判断	179
下金蛋的鹅——应重视生产工具	187
铁钉汤——审时度势选用正确方式	195
童话故事来源	205

写在童话之前

如果你真正读懂了童话故事,你就会发现所有的童话都贯彻了一个原则:只有符合某些条件才能获得安详和幸福。这个原则是伦理学的核心,也是童话故事的核心。

——G.K.切斯特顿

童话故事告诉我们的基本真理是超越时代,永恒存在的。它们简单、直接、有趣,而且持久不变。

童话像最有智慧的哲学家一样,确立了社会上的所有潜在的信仰。(在挪威,安徒生被公认为哲学家兼社会改革者)。因此,童话故事所潜藏的重大意义在于,它反映了社会深层不变的价值体系。每个童话故事都是放诸四海而皆准的寓言,培育了大众的伦理观和道德观。

在我们耕耘管理领域的30年里,看到形形色色的管理趋势起起落落,它们几乎没有一个能带来持久的影响力。作为资深的管理顾问和经理人,当我们回头重新自我评价时,却发现管理所涉及的真正问题通常是简单的基础问题。

众所周知,灵活运用人类已有的基本伦理和道德信仰所能取得的成就,远大于我们小心谨慎、分秒必争地运用专业技巧时的收获。简单地说,我们发现其实大部分人早在第一天上学时就已经打好了未来

成功的底子。

本书借用了我们曾经非常喜爱的经典童话故事,在重温幼年时光的同时,揭示童话中原本就蕴含着的企业管理课题。不过,我们对每篇童话都已稍作改写,加入了现代企业文化的元素,使新版的童话故事更适合成人阅读,更能反映职业生活,也更轻松有趣。

虽然本书的内容有些诙谐,但我们的目的并不是要以拙劣的手法来取笑管理书籍。我们有一些非常实际(而且相当重要)的论点要陈述,所以请用认真的态度来阅读,就像小时候聆听童话时那样认真。

顺便说一句,本书所介绍的管理学原则都不是新的。但是我们耳熟能详且深为喜爱的27篇童话(同时加上现代版故事)来说明这些原则,希望你可以借此从更新鲜、更深刻的角度,来体验这些历久弥新的管理学原则。

龟兔赛跑——企业要成功须专注聚焦

童话新编

兔子做生意速度之快在森林里无人不知。他利用各种最新科技承包了一系列和巢穴相关的工作，包括钻洞、筑坝和孵蛋等。

兔子拥有手机、笔记本电脑、BB机、最新的多功能传真机、扫描仪、复印机和胡萝卜研磨器。兔子总是很忙碌，老是跑来跑去，而且不断作出承诺，但他似乎没办法专心做一件事，无法兑现他的承诺。

相反，乌龟看起来很慢。她做生意的方法很传统——专注于目标，辛勤地工作。她没有什么高科技工具，但客户的来电她都能及时回复，每接下一件工作都能很好完成。事实上，乌龟是森林里唯一会对没把握的工作说“不”的动物。

这个夏天，兔子和乌龟同时决定要竞选森林的统治者，他们成了激烈的竞争对手。当然，兔子的竞选活动非常时髦，动用了各种高科技工具，但手段有些不正当，他不断以乌龟的速度太慢和做事方法落

伍来打击她。乌龟完全不理睬兔子的攻击，只在竞选演讲里强调专注、稳健和凡事三思而后行，虽然她说话的速度有点慢。

投票日期越来越近，两位候选人决定举行一次公开赛跑，来证明谁更有效率、更能干。乌龟的助手试图说服她改变心意，但她肯定地回答道：“别担心，我很了解兔子，我赢定了。”

比赛那天，森林里所有的动物都来了。兔子穿了最好的耐克跑鞋和昂贵的运动服，还带了他的BB机、手机、笔记本电脑和便携式传真机，以及一台兔用随身听，里面放了张叫做《保证快速》的CD。

乌龟除了平常穿的龟壳装外，没有什么特别的装备。

两位参赛者握手致意后，各自走到起跑线准备。猫头鹰负责倒数记秒：“好，预备……开始！”

两位参赛者开跑。

兔子一开始遥遥领先，可是当他跑到一半时，BB机响了。由于他领先乌龟太多，于是决定拿出手机回复电话。但跑道两则树木太多，挡住了信号，于是他跳到空旷的地方打。

一到了空旷的地方，他马上接到一个来电。他先说完这个电话，然后回复刚才的BB机留言，接着他决定上网收电子邮件，然后又收了好几份传真，回了好几个电话。很快，他已经忙得完全忘记自己正在和乌龟赛跑。

与此同时，乌龟很专注地爬啊爬，投入全部的力气朝终点爬去。她专心地挪动胖胖的小脚，用最快的速度一步一步向前爬。

爬到一半时，乌龟看到站在远处空地上的兔子。兔子背对着她，手机紧贴着长长的兔耳朵，一直在点头。乌龟笑了笑，然后把注意力拉回到比赛上，继续朝终点爬去。

一个小时后，兔子打完最后一个电话，很得意又谈成了几笔生意。他“啪”的一声合上笔记本电脑，抬头一看，突然惊觉自己所在的地方，这才意识到自己分心得这么厉害。他一阵慌乱，把所有的通讯工具扔在原地，然后用最快的速度朝终点跑去。就在他到达最后一个弯道时，他看到乌龟已经爬到了终点线，距离他仅10步之遥。

备感羞辱的兔子退出了竞选活动。乌龟则当了好几年的森林统治者，后来她还接了一笔顶尖散步鞋制造公司的大买卖，赚了很多钱。

基本课题

企业要成功，就必须专注聚焦。

管理者的应用

新公司刚开始运营时，通常会高度专注于某一产品或服务，而且通常遵从公司的经营宗旨。公司要明确自己在业界的位置和未来的发展方向。新公司带着清楚的目标和愿景，来制造、提供产品或服务。就像乌龟一样，年轻且专注的公司会辛勤工作，循序渐进地实现目标。

然而，当公司步入成熟期后，原本的专注经营常发展成对外扩张，一般的做法是开始进行多元化经营——这通常是因为公司已积累了大量的盈余资金，可以收购其他公司。但是这种多元化经营不一定是明智的。事实上，偏离公司创立时的目标与愿景，结果常招致失

败。举几个例子来说：20世纪80年代，IBM收购了通讯设备生产商罗姆公司，可口可乐收购了哥伦比亚电影公司，柯达公司收购了史得宁制药公司。但是这3家很有影响力的公司在收购之后，不到6年又全都赔本卖出。

一家已经在市场上成功树立品牌形象的公司，可能会认为可以带着这个品牌进入其他产业，成功完成扩大产品线的工程。然而，除非新的产业、产品或服务在本质上是适合该公司的，否则扩大产品线的做法可能只是鲁莽决策的证明。

你会因为拥有一双阿迪达斯的跑鞋，而去买阿迪达斯的香水吗？你会因为买了奥利奥饼干，而去买他们公司的冷冻蔬菜吗？下面的数据会让你的脑袋清醒点：在美国新上市的大部分商品都是扩大产品线的产物，而两年后这些商品只有10%还在市场上销售。

公司之所以偏离目标，常常是把资金和精力投资在认为（或者说猜想、希望、祈祷）可能会获利的新领域上。然而，移转精力和资源去经营多元化产品的公司，却常常发现新的产品总是不受欢迎。同时，由于公司内部不再重视旧有产品，它们创造的利润也会减少。

一则真实的商业童话

玛乔丽·斯潘诺和她的女儿苏珊在服装设计领域干了好几年。她们的梦想是设计和销售自有品牌，希望在全国的高级百货公司和专柜里都能看到自己设计的衣服。

为了实现梦想，她们成立了一家公司，并从创业投资公司那里募集了大笔资金。她们设计服装所针对的对象是成熟的职业女性，而且

是那种有能力花300~500美元来买一件外套，再花150~250美元买一件搭配外套的衬衫的女性白领。

玛乔丽和苏珊对尺寸的设计既聪明又实际。虽然她们的衣服尺寸只有超小、小、中、大和超大，但是穿10~12号的人可以穿下她们的小号衣服。斯潘诺品牌很快有了一大批拥护者，忠诚的顾客会耐着性子等待她们的新装上市，她们的衣服一年比一年更受欢迎。

玛乔丽和苏珊决定扩大斯潘诺这个品牌的市场。她们想，既然高收入的职业女性喜爱斯潘诺套装，那么如果可以用较低价格买到斯潘诺的衣服，中等收入的职业女性也一定会很高兴。

针对这个新市场，她们设计了衬衫加外套150~200美元的套装。其他新产品还包括提包、珠宝和香水，她们希望公司的营业额和利润能因此而大幅提升。

创业投资公司嗅到了商机，一口答应投资所有的新产品。

但情势急转直下。在以前，苏珊和玛乔丽可以专注设计自己喜欢的产品，而现在却不得不每周花60~70个小时来经营公司。很快，她们就发现有太多产品要设计，却来不及在规定时间内完成，而且也无法保证品质，满足那些既有品牌忠诚度又有钱的职业女性顾客的要求。

最后，她们只好请来专业设计师，惆怅万分地离开设计工作，投注全部精力去经营公司。

玛乔丽和苏珊之间第一次出现了意见不合和争执，而且通常只是因为一些微不足道的琐事，母女关系越来越紧张。扩大经营18个月后，母女俩都害怕去上班，即便在公司里也几乎不交谈。

两年后，斯潘诺公司宣布破产整顿，她们砍掉所有的副产品和次

要产品，重新专注于主要产品，也就是成熟职业女性的上班套装。

幸运的是，这家公司决定回头的时间还不算晚，既保住了公司，也保住了母女之间的亲情。

成功的企业必须向乌龟学习：专注聚焦并且随时留意对手动向。事实证明，赢家的策略通常是缓步前进、稳健专注，而不是不惜代价、毫无节制的扩张。

杰克与魔豆——跳出框架的创新思维

童话新编

杰克是一个弱势儿童，他和他的单亲妈妈过着贫穷的生活。他们租的房子破烂不堪，已经不符合住宅法的规定；他们唯一的财产就是一头牛。家里什么吃的都没有了，妈妈决定卖掉这头牛，于是叫杰克把牛牵到市场上卖个好价钱。

通过一笔特别的交易，杰克用牛换来了一把魔豆。

虽然这种以物易物的交易不用纳税，还避免了耗时费工地进行文书工作，但这些都无法打动杰克妈妈的心，她失望极了，把魔豆全部扔到窗外。

第二天，正如约定的那样，魔豆在一夜之间长大，豆茎高耸入云。杰克顺着豆茎爬上去，踏入了一个以前未被开发的市场，这个市场一直被巨人独占着。

杰克努力工作，赚了不少钱，还了解了当地的经济结构和内部情况，结果得到了一只下金蛋的母鹅。巨人提出了异议，争夺母鹅的

归属。当巨人想要占领杰克原有的市场时，杰克砍断了豆茎，从而终止了所有权的争议。

这种解决方法的缺点是，杰克不能再进入那个新开发的市场了。但这个结果却也使杰克和他的妈妈在很长一段时期内都可以享受到丰厚的年金。

基本课题

跳出思维的框架，找出创新的解决方法。

管理者的应用

人们常常说“跳出思维的框架”，但事实上很少有管理者会冒险采取非传统的解决方法。他们就像杰克的妈妈一样，宁愿选择把流动资产换成现金。这种方法或许能直接解决某些短期问题，但却不是解决任何长期问题的根本方案。

这种暂时解决方法经常得到他人的支持：照别人的希望去做总不会错。但是，按这类解决方法去做却不太可能为你或你的公司带来重大收获。

当然，不是所有非传统的方法都能得到一只下金蛋的母鹅，或是取得永久年金。然而，公司必须不断创新，否则很难赶上不断变化的市场环境。如果你只会原地踏步，你的收获就永远只有一点点。鼓励和支持非传统的解决方法是成功的基本要素之一。

虽然创新永远是变革的一个部分，但它不一定会带来巨大的风