



◎ 常 桦/编著

影响 企业家一生的 300个 管理故事

 中国纺织出版社



◎ 常 桦/编著

影响
企业家一生的
300个
管理故事

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

影响企业家一生的 300 个管理故事/常桦编著. —北京: 中国纺织出版社, 2004.8

ISBN 7-5064-3010-X/F·0468

I. 影… II. 常… III. 企业管理—通俗读物 IV. F270-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 051854 号

策划编辑: 梅朝荣 责任编辑: 梅朝荣

封面设计: 名人时代 责任印制: 初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号 邮政编码: 100027

电话: 010-64160816 传真: 010-64168226

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing @ c-textilep. com

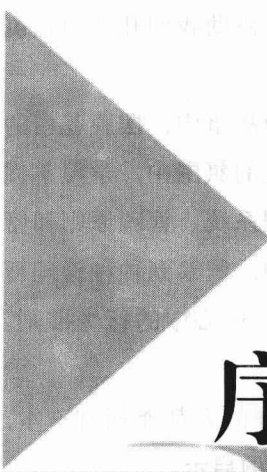
北京东远新宏印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2004 年 8 月第 1 版 第 1 次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 20

字数: 280 千字 印数: 1—7500 定价: 29.80 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社市场营销部调换



序

影响企业家一生的 300 个管理故事

发生在世界著名企业的故事，都集中地体现出了这些著名企业出色的管理核心法则。这些企业经营管理中的故事，经过我们数年的收集、整理，已按照管理中的各个方面分类成辑，并在加入了精彩点评的基础上，形成了《影响企业家一生的 300 个管理故事》一书。

本书避免了传统管理类图书那种非常沉重的逻辑重叠和八卦图式的逻辑推理，在书中，每一个故事都是一个生动的案例，同时也完全契合当今诸多 MBA 课程的特点和趋势。这些案例都是精心挑选出来的，且通俗易懂，学之则能用、用之则有效。其中如可口可乐、麦当劳、奔驰、松下、海尔、联想等企业都是国际上超一流的企业，把这些企业的管理核心思想用故事演绎出来，确实让人受益匪浅。

事实上，一个好的故事，并不仅仅只是描述某个固定的、曾经发生过的某一事件，它极可能是经过人们口耳相传、甚至经历了若干年的洗练之后，而流传下来的智慧结晶。

好故事就像璀璨艳丽的花朵一般，离奇夸张的情节、出人意料的结局，蕴藏丰富的哲理，不断地吸引着我们犹如采粉的蜜蜂、蝴蝶一般前来聆听、阅读，在轻松自在的心情之下得以尽情汲取自己所亟须的智慧花蜜。



值得反复玩味的管理故事，更是可以启迪我们的心灵，协助我们开发内在沉睡的思维力，为我们开辟出了透彻的崭新管理境界。

通过阅读本书，您可以从诸多生动、有趣而饱含哲理的故事中，摆脱苍白的说教、抽象的理论、生硬的命令。而在娓娓道来、轻松愉快的氛围中，学习掌握深奥严谨的管理理论知识，领略到真正的管理大师们的管理系统、管理原则和管理方法，并从这些大师们处理问题和矛盾冲突的高超艺术中，洞察到种种管理智慧，引领您的思想于踏雪无痕、润物无声之中，固化为员工们心中的行为准则。这既是企业家的期待，也是我们的初衷。

对于这样一本书，我们真诚地希望每一位从事企业管理的人都能拥有一本，欣赏玩味之余，一定会让您得到对自己的职业生涯极具价值的启示。

谨以本书奉献给所有立志于企业管理的朋友们！

常 桦

2004 年 8 月 1 日

成功的企业家都是讲故事的高手和大师，通过管理故事和寓言对员工进行管理和培训，已成为企业界的一种流行和时尚。管理故事通俗易懂、寓教于乐，生动有趣、内容丰富。其亦庄亦谐、寓意深刻的形式，除了能揭示一定的管理理论外，也同样能折射出看似深奥复杂的管理的一些知识，只是人们在听到的时候，往往一笑置之，不肯往深处思考罢了。其实，更多时候小故事往往比大道理更能打动人。于是，我们采撷了这些精彩的小故事，汇集成册，希望能带给广大读者一点愉悦和启发！

因此，本书具有以下特点：

一、中国迄今为止惟一本故事版 MBA 教案

管理故事有着丰富的内容和深刻的内涵。通过它与员工进行沟通是最为有效的方式。贴近实际，内容丰富的管理故事已成为企业家和员工积极沟通、消除分歧的最有效的手段。更为重要的是故事中往往蕴涵着深刻的道理，无论对什么人来说，都有深刻的启示！本书采用经典的管理故事加上精彩绝伦的点评，以及绝对一流的漫画插图，使其成为名副其实的中国迄今为止惟一本故事版 MBA 教案！

二、是中国管理故事和管理寓言的集大成之作

管理故事往往比管理理论更能打动人。这些管理故事和寓言蕴涵着深刻的道理。本书收集了 300 个经典管理故事和寓言，内容涉及人力资源管理、品牌故事、危机管理与决策管理



等等，故事和寓言简单却道理深刻，其在世界的各个企业和组织中广泛流行着，管理者从中得到管理的启示，改变了组织的命运；员工借此让职场生涯增添了许多愉悦和启发，改变了自己的命运。它是一部管理者随身携带的管理秘笈，更是职业经理人不可不读的职场航标！因此，它是中国管理故事和管理寓言的集大成之作……

三、以故事形式全方位扫描管理领域中涉及的各种问题和方法

本书不同于其他的管理书籍，避免了枯燥的空洞的理论，而以生动的管理寓言和管理故事，加上精彩的点评，让读者在轻松中领略到管理的智慧，领悟到管理大师们的管理理念、原则和方法。希望读者做到把管理简单化，把管理轻松化，以故事形式全方位扫描管理领域中涉及的各种问题和方法！

四、为回馈社会，两位著名专家联袂倾情打造本书

梅朝荣：本书策划，中国著名图书策划人，生于湖北武汉，武汉大学经济学学士，湖北大学法学硕士，毕业后在国企任职多年，现任中国纺织出版社策划编辑。策划出版了《中外企业领袖语录》、《渠道危机》、《中国当代企业家管理思想述评》等数十部作品。

常桦：河南省郑州市人，中国著名企业管理咨询专家。长期从事企业管理、咨询、策划工作，现任北京博雅正典文化发展公司董事长兼首席执行官。出版了《企业管理争鸣书系》、《管理大师思想文库》、《行销胜经》、《超级经理人书坊》、《哈佛模式管理全集》、《职场咖啡系列丛书》、《博雅正典心理自助丛书》、《领导全书》等多部社科和管理类图书。

五、本书文字风格轻松，且配有大量漫画

本书是一本幽默风趣、轻松活泼的管理寓言和故事；可以让读者在放松的前提下，获得相关管理知识。通过本书，我们可以知道，管理知识还可以以另一种方式学习，轻轻松松地掌握，难道不是一件快乐的事情吗？

同时我们邀请中央美院头脑工作室著名图书漫画家陈刚先生为本书创作后现代风格的漫画，让读者充分享受阅读的快感。



六、读者可以和本书的编委和策划进行互动交流

为了能提供给所有读者朋友更多更好的睿智、幽默的管理寓言和管理故事，我们刊登了本书编委的 E-mail，我们可以随时向读者提供相关的图书，并希望读者能与我们沟通和交流对本书的观点和看法。

常桦 E-mail: changhua12@sina. com

梅朝荣 E-mail: meichaorong@sohu. com

编 者

2004 年 8 月 1 日

一、品牌的故事	1
1. 可口可乐：响亮易记的品牌	2
2. 露华浓：品牌文化的魅力	4
3. 劳斯莱斯：气派尊贵的象征	5
4. 阿迪达斯：与“冠军”同行	6
5. 奔驰：质量是品牌的生命	7
6. 吉列：小商品成就大企业	8
7. 蓝带：富有浪漫色彩的啤酒	9
8. 埃克森：最昂贵的改名	10
9. 金利来：金与利一齐来	11
10. 雀巢：功能与情感的最佳结合	12
11. IBM：重塑品牌形象	13
12. 西门子：技术不等于一切	14
13. 康师傅：屡败屡战中的商机	15
14. 宝洁：时刻把握创新机会	16
15. 李维斯：牛仔裤的老字号	17
16. 派克：“钢笔之王”的声誉	18
17. 索尼：世界通用的品牌	19
18. 柯达：显著独特的品牌标志	21
19. 万宝路：男子汉气概的代表	22
20. 耐克：吉祥的胜利女神	23
 二、诚信的故事	 24
1. 诚实的鞋匠	25
2. 无信无异于贼	26
3. 保证赔偿救了麦考密科	27



4. 鲁冠球的三步棋	28
5. 信誉就是资本	29
6. 热情服务赢得信任	30
7. 胡文虎替父还债	31
8. 新“白卷”先生——周波	32
9. 信誉使李嘉诚获得第一桶金	33
10. 心系 80 年前大楼的安全	34
11. 让别人看清你，比看清别人更重要	35
12. 贪婪的命运	36
13. 压在柳传志心中的石头	37
14. 刘永好的遗憾	38
15. “家丑外扬”的霍金斯	39
16. 春都集团的“人肉”风波	40

三、企业文化的故事

1. 美航的“小气”	42
2. “秃头论证”理论	43
3. 尽善尽美的劳斯莱斯	44
4. 联想的罚站制度	45
5. 表演大师的胸怀	46
6. 幽默风趣的西南航空	47
7. 可口可乐的美国文化	48
8. 企业文化的合并兼容	49
9. 电梯的故事	50
10. 螃蟹文化	51
11. 老鹰喂食	52

四、企业决策的故事

1. 丰田的 15 个“为什么”	54
------------------------	----



2. 过与不及	55
3. 纪昌学箭	56
4. 偷鸡者的谬论	57
5. 农田里的巨石	58
6. 蜘蛛修网	59
7. 通用电气的“全员决策”	60
8. “同花顺”理论	61
9. 口渴的鸽子	62
10. 阿吉里斯的致命弱点	63
11. 两只猪的竞赛	64
12. 寻找金山的海马	65
13. 哲学家与船夫	66
14. 修路原则	67
15. 莱克的飞行训练	68
16. 倾听声音	69
17. 关上大厦的窗帘	70
18. 梦中的门	71
19. 投硬币的奇迹	72
20. 风险与利益	73
21. 椅子的靠背	74
22. 效螳之驴	75
23. 黑带的真义	76
24. 美国兵败朝鲜	77
25. 一条裤子的故事	78
26. 目标管理的重要性	79
27. 选对合作对象	80
 五、核心竞争力的故事	 81
1. 时异势异也	82



2. 想捉老鼠的梭鱼	83
3. 精益求精的劳斯莱斯	84
4. 果断转产赢效益	85
5. 米缸中的老鼠	86
6. 日航的日式服务	87
7. 春都多元化战略的失败	88
8. 邻居太太的审美观	89
9. 把鸡蛋放在一个篮子里	90
10. 加工牛肉的钱让别人去赚	91
11. 坐上汽车的乌龟	92
12. 樵夫的斧头	93
13. 兔子酿酒	94
14. 剪掉利爪的狮子	95
15. 龟兔第二次赛跑	96

六、改革与创新的故事

1. 索尼的技术创新	98
2. 善于模仿的猴子	99
3. 由小鸡到大雁	100
4. 不能走进的房间	101
5. 蝴蝶的新生	102
6. 走出沙漠	103
7. 不懂“常识”的冠军	104
8. 哈默的反向思维	105
9. 放弃美味的鲨鱼	106
10. 盲从的毛毛虫	107
11. 改良草种的横店	108
12. 鹦鹉的落败	109
13. 被锁链束缚的小象	110



14. 将军杀马	111
15. “小兄弟”的创新之举	112
16. 陷入绝境的登山队	113
17. 游戏中的启示	114
18. “犯戒”的和尚	115
19. 收集创意的捕猎公司	116
20. 吉列的“价格创新”	117
21. 老鹰的抉择	118
22. 美国铁路铁轨宽度的由来	119
23. 撞坏的长江大桥	120
24. 一次成像照相机的问世	121
25. 小牧童的铁丝栅栏	122
26. 豆芽菜中的商机	123
27. 灭亡的蜜蜂与逃生的苍蝇	124
28. 牛仔裤的发明	125
29. 将脑袋扩大 1 毫米	126
30. 寻找逻辑	127
31. 苹果里的一颗星	128
32. 一针见血的诘问	129
 七、人力资源管理的故事	 130
1. 数字的妙用	131
2. 要常怀谦虚的态度	132
3. 经营企业要会下围棋	133
4. 梭子鱼、虾和天鹅	134
5. 马蝇的作用	135
6. 狮子的作战方案	136
7. 告诉员工正确的是什么	137
8. 学会授权	138



9. 挽留伯肯斯托克	139
10. 300 美元的价值	140
11. 从洗厕所开始的总裁	141
12. 猴子取食	142
13. 三只小狗吃掉大斑马	143
14. 培养人——最值得的投资	144
15. 人才的价值	145
16. 发福利引来怨言	146
17. 以诚动人	147
18. 允许犯错	148
19. 买得越多，价钱越贵	149
20. 乔治的礼物	150
21. 天上掉下来的经理任命	151
22. 管理就是关爱	152
23. 书包效应	153
24. 为员工抓臭虫的老板	154
25. 电梯中的忍让	155
26. 青草效应	156
27. 三把温火	157
28. 评价狼的政绩	158
29. 没有快乐的鸟乐园	159
30. 公平原则	160
31. 宝马带来的恶运	161
32. 挑三拣四的苍鹭	162
33. 谁最会做菜	163
34. 好吃鸡的猫	164
35. 守财奴的金锭	165
36. 马拉磨	166
37. 帆与桨	167



38. 勋章最应该给谁	168
39. 不惜一切求人才	169
40. 伤心的老鼠	170
41. 信得过是关键	171
42. 接受你不喜欢的事实	172
43. 人性化激励	173
44. 勿以善小而不为	174
45. 弥勒与韦陀	175
46. 用马也要养马	176
47. 世上没有不成才的人	177
48. 大胆选用年轻人	178
49. 缺了一个水桶	179
50. 不拉马的士兵	180
51. 员工的乐园	181
52. 鹦鹉的老板	182
53. 分粥	183
54. 留住养好优秀的草	184
55. 内部跳槽	185
56. 栽到水里的博士生	186
57. 口吃的优势	187
58. “花钱买吵闹”	188
59. 肯德基的特殊顾客	189
60. “撞钟”的标准	190
61. 表率的作用	191
62. 有竞争才有生存	192
63. 不会飞翔的鹰	193
64. 鞭策的力量	194
65. “刺猬”法则	195
66. 孤独的老虎	196



67. 哲学家与天神	197
68. 锁住的冰柜	198
69. 青蛙的感谢方式	199
70. 由“买菜”到管理	200
71. 牧羊人与狼	201
72. 帮助客人找酒店的酒店	202
73. 生日贺卡	203
74. 口红的故事	204
75. 第一根栅栏的选择	205
76. 三家企业的招聘形势	206
77. 拉绳试验	207
78. 突破“生理极限”	208
79. 日久见“人心”	209

八、市场营销管理的故事	210
1. 先行付出制胜	211
2. 顾客是上帝	212
3. 三角经营法	213
4. 吹箫捕鱼的渔夫	214
5. 情人节的苹果	215
6. 拒绝基辛格的酒吧	216
7. 雨天的三个旅行者	217
8. 舍“近”求“远”的本田	218
9. 鸡蛋广告策略	219
10. 尴尬的百事可乐	220
11. 醒目的“次品”广告	221
12. 顾客永远是对的	222
13. 黑人化妆品的崛起	223
14. 让孩子自己动手制作玩具	224



15. 一举三得的特价咖啡	225
16. “赔本”不为赚吆喝	226
17. 洋娃娃的“变脸”	227
18. 丰田的“破坏性试验”	228
19. 营销创意的软性优势	229
20. 巧施促销计	230
21. 埃克公司的奇妙创意	231
22. 鲍洛奇的“激励式推销”	232
23. 感情广告行为	233
24. 营销一种生活方式	234
25. 成功打入美国的法国白兰地	235
26. 借力发力铸高价	236
27. 两只红鞋的后遗症	237
28. 让顾客“上瘾”的“毒品法则”	238
29. 防毒面具的巧妙推销	239
30. 对比促销法	240

九、危机管理的故事

1. 逃命最要紧	242
2. 狼的作用	243
3. 放哨的白雁	244
4. 松下的“空城计”	245
5. 反复磨牙的野狼	246
6. 防患于未然	247
7. 独眼鹿的危险	248
8. 波音飞机的事故	249
9. 杜勒斯的改头换面术	250
10. 团结就是力量	251
11. 碧绿液的信誉危机	252