

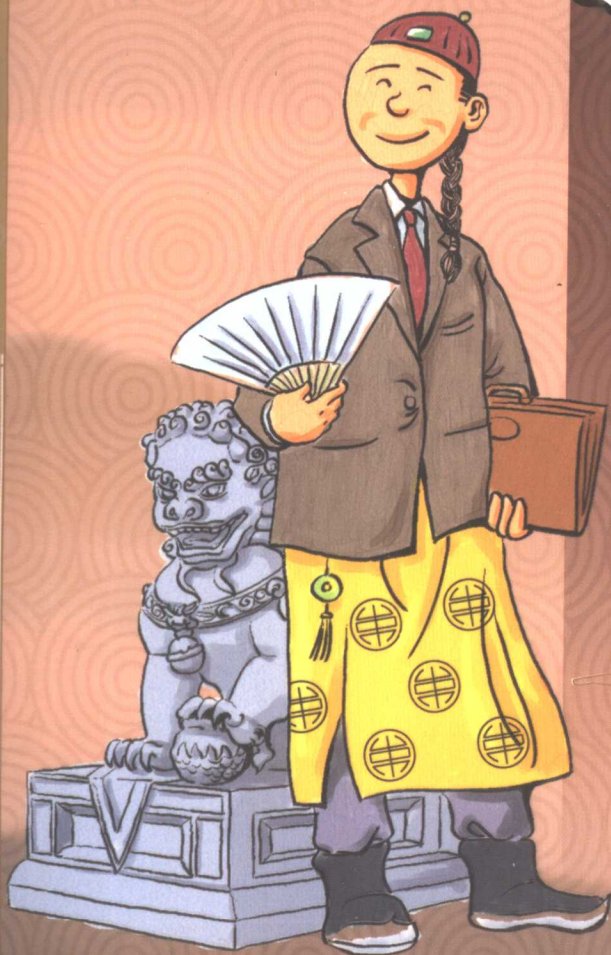
释一修 著

(休闲版)

情境 鹿鼎记

下一秒就是未来

本书不仅仅告诉我们管理的本质是彻底解放职员
的自由和创意，更是未来企业战略规划灯塔之作。下一秒
就是未来，现在就是未来。未来所有的行业都是时尚行
业。自由、个性、时尚是社会中每一个个体和组织的核心
元素。



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

释一修 著

情境

鹿鼎记

(休闲版)



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

情境鹿鼎记: 休闲版/释一修著. —北京: 经济管理出版社, 2004

ISBN7-80207-108-9

I. 情... II. 释... III. 管理学—通俗读物
IV. C93-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 115160 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话: (010) 51915602

邮编: 100038

印刷: 北京求实印刷厂

经销: 新华书店

策划编辑: 谭伟

技术编辑: 杨玲

责任编辑: 岳冬立

责任校对: 赤平

880mm × 1230mm/32

4.875 印张 73 千字

2005 年 1 月第 1 版

2005 年 4 月第 2 次印刷

印数: 5001—8000 册

定价: 19.00 元

书号: ISBN 7-80207-108-9/F · 99

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

谨以此书献给那些充满激情、
欲望、个性和梦想的人们

——作者

前 言

这是一本提供情境化生存方式的轻松读物，本书分为上下两篇，每篇的“篇前小序”为本篇基调的定位提供写作风格的指引。

上篇：“情境诱惑”共六章，趣味性内容较强，面向组织现行的基础层面的情境改善，说明“情境管理”对现场管理、制度管理、薪酬福利、企业文化等方面的有效改善。每章以一个个妙趣横生的办公室故事连接，内容独立，就如一粒粒珍珠。

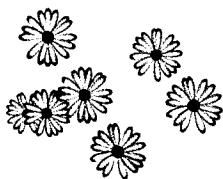
下篇“情境战略”共四章，理论性内容较强，是面向未来高阶层面的情境通道架构。阐述如何通过系统的情境战略规划，建立情境化组织。但它的重点不是说明如何通过情境化将管理各个环节的珍珠串起来，珍珠的个体和个体之间的结构化串接不是我们的关注点。我们关注的重点是这些珍珠在高速非结构性变化状态下的情境规划。

感谢商业博客联盟、经理人杂志、世界经理人网、AMT企业资源管理研究中心公共知识库、网易商业报道、新浪论坛、西祠胡同上的一些作者为我在写作中提供了部分素材。心有灵犀，知音偶遇，我就不像传统论文风格一样将出处一一列出。

休闲读物最爱之一是《鹿鼎记》，对金庸的幽默智慧深为钦佩。本书的章节就借韦小宝名义串接，在此对金庸先生深表谢意。

作者

2005年1月



目 录

上篇 情境诱惑

篇前小序..... 3

引 子..... 7

- ◆ 大清国际精品有限公司今年兴建了厂房,工厂的版图扩大了一倍,可是已经半年过去了,订单量不但不见增长,反而越来越少。几幢新厂房闲得可以捉出鬼来,工人则躺在宿舍快要生虫

第一章 飞舞的蝴蝶和作茧自缚的毛毛虫 11

- ◆ 企业的管理是为发展服务,不能为了管理而管理,很多管理人员其实没有发展的观念、没有真正的变革观念。管理的确要讲究方法,任何

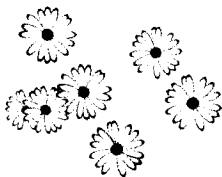
方法都是通过一定的结构形式来体现的,但不能拘泥于结构形式。管理设计不应讲究结构体系的完美,而应追求一种实际效果的流畅风格

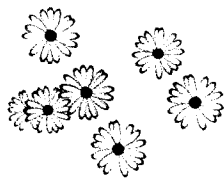
第二章 情境圣诞节——拿什么来诱惑你 …… 19

- ◆ 企业管理的内外环境越来越变幻莫测,提高管理人员变化能力的最佳方法就是为企业各个环节创造最佳的情境,让他们的情境能力发挥到最佳水平,实现各个管理流程对环境刺激的直觉反应,高速学习、高速决策、高速行动、规避风险

第三章 皇后的时尚新装——现场情境诱惑 … 29

- ◆ 公司变革的重点是在战略层面和运营层面,但是最深刻的变革必须从最表面的结构突破开始,现场情境变革对结构性管理方式的突破最容易让人深刻体验的,是最有效的。想改变一个人的行为,首先应该改变他的衣着情境;想改变一个企业的运营方式,首先改变他的现场情境





第四章 《四十二章经》灰飞烟灭——制度情境 诱惑 45

- ◆ 没有一个组织完全靠体制、制度、规则来运行,也没有一个组织依靠纯自愿的行为去进行。情境诱惑力是对现有企业管理制度的补充。这种补充不是简单的辅助措施,而是对现有企业管理制度的彻底重造。两者之间的补充关系不是物理性的叠加、组合,而是化学性的质化

第五章 浪漫主义的工资和福利——MONEY 情境诱惑 57

- ◆ 福利项目的一个重要目的是培养员工对公司的归属感。人评价事物的时候,思维总是通过情境描述来进行的,所以福利要紧密和员工的生活情境结合

第六章 办公室政治终结——道德情境毁灭 ... 65

- ◆ 作为企业高层管理人员,我们要消除自己的英雄情结,不要让自己成为英雄,一旦自己成为英雄,就会挡住公司里很多人成长的阳光。一个下属如果能有机会成为业绩英雄,就会激励

下篇 情境战略

篇前小序	77
------------	----

引 子	79
-----------	----

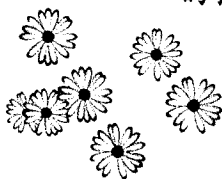
- ◆ 情境诱惑的魅力可以在基础管理、现场管理、氛围设计这些外在层面策划,更可以通过战略情境规划、情境组织规划的内在系统层面来实现

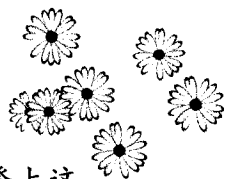
第七章 烟尘滚滚,战略失落	85
---------------------	----

- ◆ 结构化的控制性思维不仅使企业的变革力量越来越弱,而且他在控制和限制对象的同时,也控制和限制自己的进化发展

第八章 结构化生存 VS 情境化生存	101
--------------------------	-----

- ◆ 通过系统的情境规划,清除结构性管理弊端,实现组织的情境化生存空间,是这些组织惟一的指向未来之道。有许多组织已经在探索中





取得一定实效,将会有越来越多的组织登上这一指向未来的通道

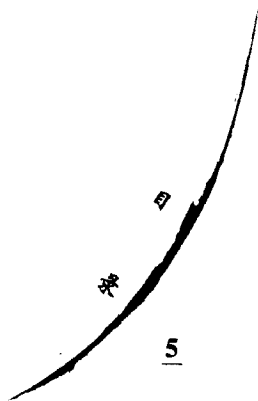
第九章 情境锋会——斩解结构千千结…………… 109

- ◆ 情境体系的规划过程和持续性优化过程就是学习与应用、分析与决策、决策与行动、流程与结果、研究和直觉、理性和情感、局部和整体、人和系统这些要素之间的零距离亲密接近过程,是从根本上摆脱现行组织的结构束缚,实现组织飞跃的过程

第十章 情境战略通道解析…………… 121

- ◆ 情境式企业组织同时必须具备清晰和模糊的状态,使组织的经营情境影响力和管理情境影响力在企业发展的不同阶段均衡分布,保证对待情境变化的合理性反应

后记…………… 139



上篇 情境诱惑

篇前小序

以前老妈常教导我，长大了工作要坐办公室，要有电脑，后来知道这叫白领。可等到自己可以是白领的时候，“白领”已经被直销公司业务员收购为专用称谓了。生活失去了结构性的参照物，就不知道正儿八经是何状了，我也就成了职场苦海上找不到岸的小混混。

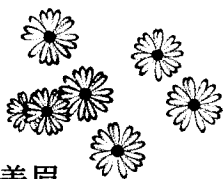
为了响应生存环境对我们终身学习的要求，我经常参加各种培训。一日来了个高级培训师，从管理概念解释到管理名词，低头一看讲义，一字不差，复制能力完美无缺。我大吃一惊，连忙打开笔记本电脑，号召来个电脑和人脑之间的拷贝质量比赛。他面临能够同电脑大战千载难逢的机会，非常激动，在我电脑上捶足顿胸。想做手脚，杀伤我硬盘，这种下三滥的手法只有我这种小混混才用。所以，我抱起电脑，回头就走。以前经常在马戏团里看到驯化的小狗，嗅嗅鼻孔找出个东西来，赢得一

块骨头，以这样的表演来展示自己的记忆能力。许多人也有这种天生的表演欲望，喜欢到处展示自己大脑硬盘结构的拷贝质量。人和人之间交流是为了交换思想，但却偏偏每天都会碰上这种简单结构化的记忆力马戏表演。

后来在某大学听 MBA 课程，遇上个老教授，头上顶部秃，四周肥沃，于是“地方支持中央”。一日上课，我经不起诱惑和周公的女儿约会去了，少不了有些激动，一觉醒来，浑身发热，扬手就将教室里的吊扇打开。狂风之下，那教授头顶的地方军四下逃散，刹时间，一个名门正派的学术掌门沦为丐帮弟子。后来那教授每次看见我都侧身怒目、横眉冷对。人最恼火的事情就是被别人破坏了自己赖以依靠的某种结构，如职位、工作、家庭等，尤其是这种结构起掩饰和保护作用时，被破坏者的恼火可想而知。

世人做领导的结构化规律都是：资历越来越老，公务越来越多，权力越来越大。我小混混却恰恰相反：前两个月专心，后两个月闲心，再两个月色心。三个月的试用期价值被老板压榨完就开始悠哉悠哉，反压榨老板的空调费、水电费。老板看我闲了，既不好马上鸟尽弓藏、兔死狗烹，又找不出





什么事情来继续压榨劳动力，就找些公司里的美眉让我把她们培养成白骨精（白领、骨干、精英）。偶尔也会有几个 DD、GG 的加入，但总是勤于为美眉们端茶送水，荒废修炼，难成正果。

既然老板给我安排了衣食父母，肯定得浩浩荡荡地伺候，况且都是美眉，视觉环境非常环保，养眼养心。可这年头伺候美眉很难，况且还要考核，得人人皆成白骨精，难哪！

本想来一些“管理小故事 1001 页”，我刚一开口……

“早听过了！”这是初级美眉。

“什么 1001 夜（页）管理小故事，要不要我在网上给你宕一夜（页）？”这是中级美眉。

“你要是没有钱，那就要个子高；你要是个子不高，那你就得会说话；你要是不太会说话，那你要幽默；你要是不幽默，那温柔一点总会吧？如果你就是温柔不起来，那你只能流氓一点。”这是高级美眉讲的。

美眉的本质都是直觉的和感性的，所有结构化的老套东东都会被其坚决否定，为了不失业，我只能选择“流氓点”了。但纯流氓也是不可以的，没有内容的纯粹无厘头的卖笑也会被指责为弱智，

管理小故事

所以我在无厘头的卖笑中教你怎么设计情境去诱惑。没有诱惑，哪有收获？

所以要正色而道之的是：情境诱惑是一种应用非常广泛、非常有效的管理思想，之所以称之为“思想”，而不是“方法”，是因为情境不是一项工具，它是生活的本身，是管理的本身。情境诱惑的出发点及结果追求的是：可以随心所欲的人，就是拥有翅膀的人；可以随心所欲的管理，就是拥有翅膀的管理。庞大者可以鹰击长空，而不必战战兢兢；瘦小者可以化蝶飞舞，而不必作茧自缚。

情境不是无中生有的，因为诱惑无处不在。

