



如何打败海尔?

《地狱篇》如何打败微软?

让海信一败涂地的狠招

《地狱篇》

让可口可乐分崩离析的怪招

让倒腾彩电的几个见不得光的毒计

《地狱篇》

让摩托罗拉破

《地狱篇》

让九位惠普走进地

让万科迅速崩溃，几招就行

钟贞才继续惨败出局的几条诡计

《地狱篇》能使戴尔面本无归

《地狱篇》通用。

《地狱篇》

这样，才能打

《地狱篇》如何打败海信?

是让肯德基巧上美国的毒计

《地狱篇》

击溃丰田，就这几招

《地狱篇》

样使希尔顿一败涂地，

《地狱篇》

打败联想，一招就够

《地狱篇》

可导致IBM分崩离析的几个

《地狱篇》

这么做会让中国电器一败涂地

《地狱篇》

# 谁也不敢看 的书

玄管  
机理

商业领域最具恐怖的思想

祝恒利◎(著)

军事谊文出版社

# 管理玄机

祝恒利 著

军事谊文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理玄机/祝恒利著. —北京:

军事谊文出版社, 2006.01

ISBN 7-80150-538-7

I. 管... II. 祝... III. 管理玄机 IV. F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 83436 号

## 管理玄机

作 者 / 祝恒利

出版发行 / 军事谊文出版社

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京西郊伟业印刷厂印刷

开 本 / 145×210 大 1/32

印 张 / 6.1875

字 数 / 120 千字

版 次 / 2006 年 1 月第一版

印 次 / 2006 年 1 月第一次印刷

书 号 / ISBN 7-80150-538-7/F·2

定 价 / 36.80

版权所有, 翻印必究

## 编委会组成人员

孙渊博 李明儒 贾立虹

吴楠 刘京 史丽萍

陈长青 王淑萍

# 序

人缺了血液，身体就会衰弱；人缺少知识，头脑就要枯竭。

好书如好药，好药治病，好书治愚。好书一本能解惑，烂书一车如废纸。读书重要的不是数量，而是质量。请记住：宁吃鲜桃一口，不吃烂梨一筐！

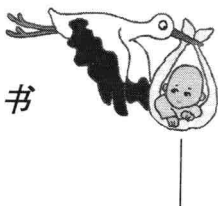
久久期盼中，《管理玄机》终于和读者见面了。当然，无论如何，最有发言权的还是广大读者。

还是请读者们细细品味吧！

本书承蒙中国兰士豪国际集团、北京东方一飞教育咨询中心的鼎力支持。在此，特别鸣谢！

贾立虹

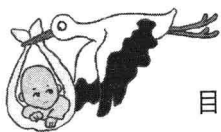
2005年12月6日



## 目 录

### 上篇：企业生死簿

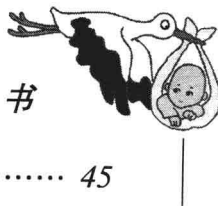
海尔成败 .....	3
〈地狱篇〉如何打败海尔? .....	3
〈天堂篇〉如何让海尔迅速超越松下? .....	9
海信成败 .....	12
〈地狱篇〉如何打败海信? .....	12
〈天堂篇〉如何使中国海信超过日本索尼? ...	15
可口可乐成败 .....	17
〈地狱篇〉如何打败可口可乐? .....	17
〈天堂篇〉让可口可乐俘虏百事可乐的妙计 ...	20
微软成败 .....	22
〈地狱篇〉如何打败微软? .....	22
〈天堂篇〉本法能使微软再垄断世界 500 年 .....	24



## 目 录

---

TCL 成败 .....	25
〈地狱篇〉 如何打败 TCL? .....	25
〈天堂篇〉 如何使 TCL 成为世界 500 强之首 .....	27
怎样使中国一汽超过美国通用 .....	29
〈地狱篇〉 如何打败一汽? .....	29
〈天堂篇〉 怎样使中国一汽超过美国通用 .....	30
惠普成败 .....	33
〈地狱篇〉 如何打败惠普? .....	33
〈天堂篇〉 使惠普业绩提高 3 倍的方法 .....	35
万科成败 .....	36
〈地狱篇〉 如何打败万科? .....	36
〈天堂篇〉 怎样使万科超过长江实业 .....	37
长虹成败 .....	40
〈地狱篇〉 如何打败长虹? .....	40
〈天堂篇〉 能使长虹称霸全球的谋略 .....	41
戴尔成败 .....	43
〈地狱篇〉 如何打败戴尔? .....	43
〈天堂篇〉 本办法使戴尔再横行 300 年 .....	44
通用成败 .....	45



〈地狱篇〉如何打败美国通用? .....	45
〈天堂篇〉让美国通用市值立增1倍的妙计。 .....	46
沃尔玛成败 .....	47
〈地狱篇〉如何打败沃尔玛? .....	47
〈天堂篇〉使沃尔玛吞并家乐福的奇策 .....	48
肯德基成败 .....	49
〈地狱篇〉如何打败肯德基? .....	49
〈天堂篇〉能让肯德基吞并麦当劳的策划案 ...	51
丰田成败 .....	53
〈地狱篇〉如何打败丰田? .....	53
〈天堂篇〉使丰田市值攀升5倍的秘诀 .....	54
希尔顿成败 .....	56
〈地狱篇〉如何打败希尔顿? .....	56
〈天堂篇〉让希尔顿客量再提两倍 .....	58
波导成败 .....	60
〈地狱篇〉如何打败波导? .....	60
〈天堂篇〉波导如何能超越摩托罗拉 .....	61
联想成败 .....	63





## 目 录

---

〈地狱篇〉如何打败联想? .....	63
〈天堂篇〉联想收购惠普, 就这几招 .....	64
IBM 成败 .....	66
〈地狱篇〉如何打败联想? .....	66
〈天堂篇〉能使 IBM 垄断世界的妙计 .....	67
联通成败 .....	69
〈地狱篇〉如何打败联通? .....	69
〈天堂篇〉让联通全面超越中国移动的神招 ...	70

### 中篇：管理智慧

引言：一个奇怪的梦 .....	73
傻瓜与专家 .....	79

本章揭露和批判了西式管理、日式管理的种种短处，最后证明，所谓管理学家的学问竟还不如一个“傻瓜”。

幸福工作法 .....	95
-------------	----

用此法，保证：即使最差的企业也能获得强过中国海尔的凝聚力！即使最穷的企业也能达到超过美国微软的向心力！

快乐工作法 .....	105
-------------	-----



用此法，保证：即使最乏味的工作，员工也会觉得象玩游戏般有趣；即使最繁重的工作，员工也会觉得象度假般愉快。

### 建血肉团队 ..... 111

用此法，保证：轻而易举地使员工形成互相牵制，相互促动，互相帮助，相互监督，员工象人体器官一样密切配合，团结合作，不管企业员工人心如何涣散，都会产生人体般的协作意识。

### 强制团结和被动友爱 ..... 125

用此法，保证：即使是如同水火的两派员工也会像亲兄弟一样亲密。

### 如何衔接新老员工 ..... 131

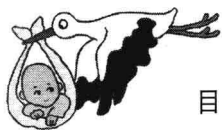
用此法，保证：新老员工不必磨合就亲如兄弟，不必长时间就团结如一家。

### 永不犯错 ..... 136

用此法，保证：屡教不改的员工也会因此永不犯错。

### 自我管理 ..... 141

用此法，保证：使员工自己就能管理自己。员工自动协调、自动进步、矛盾自我化解，领导者即使天天睡觉，员工照样努力工作。



人人诸葛亮 ..... 149

用此法，保证：能立刻使每个（请注意是每个人，不是几个）部门主管都象诸葛亮一样忠心耿耿、鞠躬尽瘁。

越位式培训 ..... 157

用此法，保证：能把普通部门员工培训成经理的水平，能把部门经理培训到总经理的能力。

下篇：特别言路

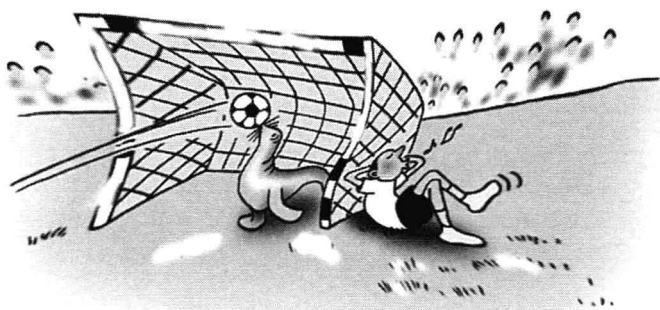
傻瓜语录 ..... 166

提供 100 多条经营企业的规则，句句经典。保证：一个对企业经营管理一无所知的人变得无所不知。

上 篇

---

# 企业生死簿







## 海尔成败

中国海尔集团，一个于 1984 年诞生在中国青岛的家电企业。

**优点：**品牌响亮。

**强点：**营销有术。

**活力指数：**前方布满荆棘。

**健康状况：**良好。

**成长特性：**吸取中外企业的营养。

### 〈地狱篇〉如何打败海尔？

树大招风。如果真有哪个不良企图的竞争对手想在市场经济中击败海尔，我担心，他们会不会从以下几方面入手：

#### 1. 将海尔苦心经营的民族牌打碎。

海尔这样一个民族品牌能被打碎吗？竞争对手会怎样做？



请看海尔集团自己公布的官方简介：

### 海尔集团简介

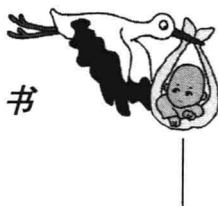
创立于1984年崛起于改革大潮之中的海尔集团，是在引进德国利勃海尔电冰箱生产技术成立的青岛电冰箱总厂基础上发展起来的。在海尔集团首席执行官张瑞敏“名牌战略”思想的引领下，海尔经过十八年的艰苦奋斗和卓越创新，从一个濒临倒闭的集体小厂发展壮大成为在国内外享有较高美誉的跨国企业……

——摘自海尔公司网站

竞争对手现在非常会用“舆论武器”，也常常令我们优秀的企业家防不胜防。如果对手无视海尔在技术创新及市场份额上的优势，硬是写出这么一篇文章：“中国的海尔，德国的血统，说什么海尔之所以叫海尔，是因为与德国利勃海尔合资。姓了人家德国人的姓，还自称中国民族品牌。”把海尔描写成中国与德国企业的“混血儿”。

你说海尔的民族牌会受到什么影响吗？

我真为海尔担心。



## 2. 担心海尔的服务牌被否定。

服务牌，海尔赖以成名之法宝。当年海尔在中国首推服务，脱颖而出，并被同行竞相模仿，服务牌功不可没。

万事有一利必有一弊。可我很担心海尔的某个竞争对手会在这方面歪曲事实，提出这样令人难以置信的口号——“售后无保修”。

他可能杜撰出这样的内容：“浪费别人时间等于谋财害命。海尔售后服务浪费了消费者多少时间？在不得病的前提下，医院是多余的；在质量不出问题的前提下，售后服务是多余的，售后服务是对产品质量没有信心的表现……”

如此恶毒的文章一旦在各大媒体发表，海尔的售后服务就可能会遭到前所未有的质疑。如果“售后无保修”被大众所接受，这对海尔的服务牌来说可是太危险了！不知海尔公司是否注意到了……

希望海尔公司做好预防工作。

## 3. 担心海尔的孤军深入。

海尔是在孤军深入吗？

“……最近10年来，很多国外的品牌到中国都是一起来，比如百事可乐、可口可乐等。而张瑞敏出国总是一个人，一只包，一碗方便面；背负着期盼的目光，也背负着质





疑的声音，高处不胜寒的张瑞敏的确有一点孤独……”

“张瑞敏认为，当你自己确定了这个目标，并为之而奋斗时，就没有什么可孤独的，像日本、德国、美国等都是一个国际名牌群，人家认为中国没有名牌，所以我们要自己打造名牌。舆论对你不理解，总觉得国内很好，为什么非要跑国外去干嘛，包括在美国设工厂，国内有很多非议。

这是摘自《国际金融报》的报导。请注意以上注明的词“孤独”“自己”“非议”。多少能理解成张瑞敏在进军海外市场上有些“孤独”，孤独的海尔会不会在陌生的市场上“孤军深入”呢？

熟谙孙子兵法的张首席是不是想到兵家大忌：“孤军深入”？

古代兵法中对孤军深入的敌人最好的办法莫过于“劫其粮草，断其归路”。古代军事家就是用这个办法战胜孤军深入的对手的。那海尔的“粮草”是什么？“粮草”就是它的现金流、资金链。所以我在这里为海尔担心，图谋不轨的人也会这么做——恶意诽谤

一旦有人在海尔海外上市前，在各大股市提前破坏海尔的声誉，令国外投资者在不知道海尔之前先知