

C H U A N G Y I K U A I C A N

漫画MBA 之二

创意快餐

黄金智囊群

杨建燎 主编

李兆俊 绘画

MBA有精彩的故事案例

MBA有鲜活的管理思想

MBA教导的是生存与创新的本领

MBA带来的是事业与生活的成功

广东经济出版社

C H U A N G Y I K U A I C A N

漫画MBA 之二

创意快餐

黄金智囊群

杨建燎 主编

李兆侠 绘画

MBA

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创意快餐/杨建燎主编, 李兆俤绘画. —广州: 广东经济出版社, 2002.7

(漫画 MBA 之二)

ISBN 7-80677-241-3

I. 创… II. ①杨…②李… III. 企业管理—通俗读物
IV. F270-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 043913 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团公司
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	7.75 2 插页
字数	153 000 字
版次	2002 年 7 月第 1 版
印次	2002 年 7 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-241-3 / F·717
定价	全套 (1-3 册) 45.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316 邮政编码: 510100

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

网址: • www.sun-book.com

• 版权所有 翻印必究 •

序：MBA1 人生经营好投资

——写给身边的好朋友

几个友人，因为某种原因，心心念念要找门路提高自己的学历，于是顺应时代的热流，分别参加了 MBA 学习。“原以为 MBA 是一门非常高深的学问，其实不然。”朋友们说。

MBA，实为英文 Master of Business Administration 的缩写，中文叫工商管理硕士，它诞生于美国，是专为培训中高级职业经理人而设的培训课程。经过近百年的探索和努力，它培养了无数被誉为“天之骄子”、“管理精英”的工商管理人才，创造了美国经济发展的神话和奇迹。

在世界各国，MBA 意味着超群的能力、胆识、品德；代表着财富、地位、权力、荣誉；预示着希望、成功和辉煌。

我国工商管理硕士教育开始于 1991 年，从可行性研究阶段（1988 - 1989）、设计和论证阶段（1989 - 1990）、组织实施阶段（1991 - 1994），到

现在的提高质量、稳步发展阶段(1994年至今),虽然时间短暂,但发展迅速,成效显著。MBA的培养院校已从1991年试点的9家发展到现在的100多家,许许多多的毕业生已在各行各业中展露不凡的身手,为国家的经济建设和拓展所在单位的事业作出了巨大的贡献。

也许是因为MBA不断追赶时代潮流的教学内容与行之有效的特殊教学方式,使得有幸参加其课程学习与训练的人都有大的收益。因此常听有人言:经营人生,真的可以将MBA当做一项大的投资;它是“通往上流社会的敲门砖”。

MBA了一段时间之后,我们终于明白:MBA的本质,重在修炼自己的生存适应力与创新生活、事业的悟性。MBA的教学并不能直接赋予人们智慧和能力,得到的多是鲜活的思想以及可以繁殖知识的事理;它确保我们慢慢养成绩密的推理及判断能力,使我们更具备团队精神与借力协作的愿望,掌握调动他人积极性的本领及协调能力;更为重要的是它遇事都能推陈出新、举一反三的创意思维,等等!

我们也因此就知道,工商管理是实践性很强的学科。大学课堂里的MBA,全都源自社会生活

的实践。老师授人以渔，不会授人以鱼。授课老师是博大精深的新潮理论与 MBA 学员巨大求知欲之间的一座座桥梁。只要面对现实，与理论采取合作的态度，在课堂、书本和生活中扮演积极主动的参与角色，真正做到“看一书明一理，经一事长一智，”你我他也许就会成为比 MBA 还 MBA 的聪明人了。

正是这种种的原因，促使我们这些在学的 MBA 人士，有勇气将课程学习过程中的种种感受，结合着一些大家喜闻乐见的故事和案例，将 MBA 关于经营人生与企业的一些理念，用漫画的形式画将出来。

清华大学某知名教授悄悄地告诉过我们：典型的故事或案例是某个生活或商业问题的记录。这一个个问题实际上是职业经理人曾经面临的，连同他们所必须倚仗的周围的各种情况、观点以及各种见解。这些真实的也是特定的故事或案例要求我们提出经过深思熟虑的分析，进行公开的辩论，并且最后作出有关应当采取的行动的决策。一旦我们掌握了案例中的灵魂，重要之点就是要从中导出方法和理念并引入到现实生活当中来——这是 MBA 最需要掌握的

一种关键技艺!

黄金脑智囊群推出这套《漫画 MBA》系列丛书,目的在于让我们的读者有所参与而不是被动接受 MBA 理论的售卖。案例漫画法将我们置于轻松的故事环境之中并且替代需要作出决策的经理人位置。它对于首次创业或是主张第二次创业的在任经理人、企业公关人员、咨询策划人以及雄心勃勃欲创业的年轻人,还有那些手握大批资金正在寻找项目的机构或单位,那些在公务员改革过程中分流下海的行政官员来说,都有极强的可读性、指导性和参照性。

《漫话 MBA》系列丛书除《心智感炼》,均为 MBA 主课程的理论 with 案例的漫画化。各本书稿按九个篇章分类,安排 108 篇文章,配 108 幅漫画(以取九九归一等寓意);书中漫画均为刘秀霖、李兆俤先生所作。借此书出版之机,我们衷心感谢谆谆教导我们 MBA 知识的胡祖光、廖为建、杨大楷、王文雄、张鸣、蔡国强、徐国祥、李正华、马超群等等博导和教授;还要感谢对本书的编辑和出版给予必要指导与帮助的李远谋、陈洁吾、陈松光、严东河、郭辉、刘永红、韦少龙以及梁耀雄、马荣芳等朋友。与此同时,我们希望本丛书能

得“抛砖引玉”之实效——借此引发 MBA 精英们将自己的经营成果演化成本本充满创意又兼具通俗性、启迪性的经济学、管理学、成功学、营销学的作品，以推动经济科学的创新和市场经济的发展。

MBA,如果你也能够成为普罗大众的通俗读物,我们会为你操心,因你开心。是为序。

黄金脑智囊群主持人

2002 年 7 月

目 录

第一篇 知识管理 [1]

决胜千里 创意为先	2
关于人的含金量	4
含金量高低的因子	6
活用知识变资本	8
垃圾、智力与黄金	10
不思考不得上场	12
MBA 智慧与财富眼	14
转知为智铸财眼	16
关注稀缺性资源	18
财富眼之无鱼得渔	20
勿忘“踮脚跟”原理	22
必要的功夫不能省略	24

第二篇 持续发展 [27]

新经济企业家精神	28
新型领导的风范	30
成效实证能力	32
适应、生存与发展	34
杀取金蛋与持续发展	36

“无终点创业”成大事	38
慢性它杀“温吞水”	40
购入失败 导出成功	42
商业巨子反复尝试失败	44
希望之光源自种种缺点	46
搬走挡道的玻璃	48
但愿开怀大笑到最后	50

第三篇 激活思维 53

奥本斯奇遇记	54
信心与创造力	56
创意可以挖掘机遇	58
希腊船王的机遇意识	60
细察勤思育机遇	62
整合事件造机遇	64
面对机遇冷思考	66
重组信息与激活思维	68
活思维与大关联	70
思维的嫁接与杂交	72
快速制作系统有意思	74
三大能力锻造活的思维	76

第四篇 创新为王 79

世界争抢创新舞台	80
在创新中持续发展	82
十岁创新成富翁	84
创新跟着需求走	86
寻找需求的链条	88

生物圈中多启示	90
罗列问号创新法	92
创造性思维无大小	94
创意思维的预制件	96
创意大师拷贝预制件	98
超前接近时代的趋势	100
过于超前没人爱	102

第五篇 特色蔷薇 [105]

无刺的蔷薇	106
在乏味处思出新维	108
烦恼处处蔷薇花	110
无刺蔷薇三级跳	112
玩具猫眼好值钱	114
无眼猫身价更高	116
欲擒故纵 自然成思	118
要注意画面之外	120
巧注特色入本色	122
出钱购买噪音	124
逆向推出丑陋玩具	126
活用“丑女”星光灿烂	128

第六篇 技法活用 [131]

在冷门中独当一面	132
替代移用解难题	134
定制营销新手段	136
小让步与大发展	138
引木成林与共生经济	140

共生时代的避实击虚	142
钻缝求生共繁荣	144
市场缝隙与痴心妄想	146
利用市场的晕轮效应	148
购买行动背后的决策人	150
“专家营销力”	152
造就双赢的比价效应	154

第七篇 借力造势 157

借力造势与四两千斤	158
不同的人借不同的力	160
扩散喜悦与借力下属	162
MBA 人士与外脑	164
如何跳得更高更远	166
蓄养势能助借力	168
借钱造势的大富豪	170
借力造势五技法	172
大营销要有领头牛	174
整合优势势更优	176
联结精英成大事	178
人才共享三得益	180

第八篇 需要与爱 183

温情换得人心归	184
忍着不死的母亲	186
母亲坚持儿不跛	188
营销更要对需要施爱	190
IBM 的“体贴入微”	192

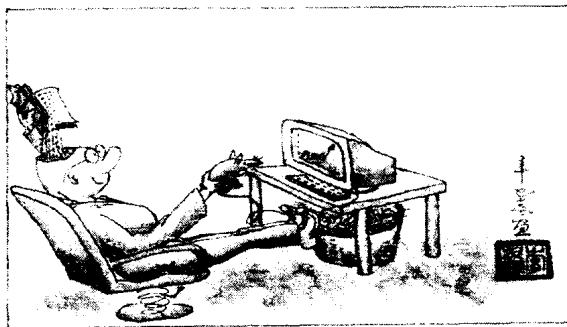
奔驰让顾客无忧	194
施爱与人的五大需求	196
对应层次需求满足法	198
同化员工与企业的需求	200
需要层次决定管理风格	202
工作、企业、大家庭	204
夏普给人高度信任感	206

第九篇 智本网络 209

新经济的入场券	210
商务矛盾与机会	212
老商号与新经济	214
网络经营在网外	216
另类“网络经营”	218
网站投入与产出	220
美国大夫与秘书	222
网络技术平民化	224
分化重组新潮流	226
网网相通善整合	228
变技术人为商人	230
换掉老旧的筷子	232

第一篇 知识管理

福特汽车公司在管理中非常推崇“知识管理”，将“知识管理”看作是“智力资本杠杆”，并认为它具有四两拨千斤的管理效能。“知识管理”其实是一种对人与信息资源的动态管理过程。简单说“知识管理”就是人在企业管理中对其集体的知识与技能（不管它是写在纸上，还是存在人脑中）的捕获与运用的过程。其目的就是寻求信息处理能力与人的知识创新能力的最佳结合。黄金脑智囊群主持人认为，将知识转化为创造财富的智慧，是为“知识管理”。



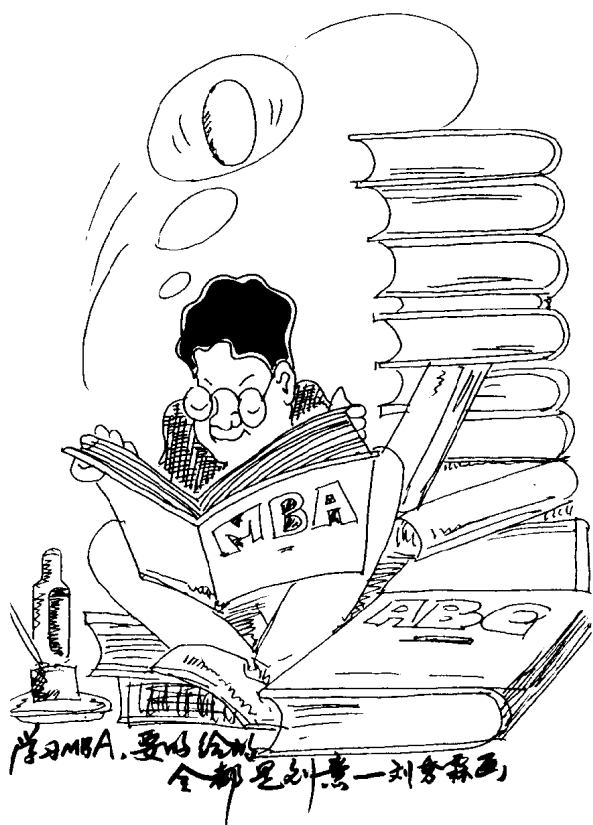
决胜千里 创意为先

西方国家至今仍广泛流传着这样一则寓言：上帝为人间制造了一个怪结，被称为“高尔丁”死结，并许有承诺：谁能解开奇异的“高尔丁”死结，谁就将成为亚洲王。所有试图解开这个怪结的人都失败了，最后轮到亚历山大，他说：“我要创建我自己的解结规则。”他抽出宝剑，一剑将“高尔丁”死结劈为两半。于是他就成了亚洲王。

黄金脑智囊群认为，“高尔丁”死结寓言深入浅出地道出了“创意”二字的真谛。也许，创意本身就是个怪结，没有人能把它解开，它也没有一个真正意义上的解释和定义。但可以肯定的是，创意绝不是一般意义上的摹仿、重复、循规蹈矩、似曾相识；此外，大多数人都能想到的绝不是好的创意，或者说根本就谈不上创意。好的创意必须是新奇的、惊人的、震撼的、实效的。“物以稀为贵”是事物不变的通则。死结就意味着一般人根本无法解开，既然上帝跟我们开了个玩笑，那么，就必须采取超乎寻常的非凡手段。亚历山大给了我们一个很好的启示，今天的创意人是否也应思考思考，他用剑劈，我们为什么不能用枪打用弹炸呢！

打破常规，叛逆传统，引递升华或破旧立新，这就是创意！就是新世纪企业共生时代 MBA 人士竞争致胜的不二法门。

有文化人指出：创意是一种文化底蕴；是一种闪光的震撼；是创造与毁灭的循环；是超越自我，超越常规，跳出庐山之外的新思路。像海尔集团经理人创意迭出，快速推出新产品，努力在市场上“领先一步”，做一块新“蛋糕”，有一年平均每个工作日开发一个新产品，每天申报两项专利，新产品贡献率达到 70%。这样的企业处身共生时代，一定能够无往而不胜。



决胜千里 创意为先

关于人的含金量

“含金量越高的货币越值钱”。在知识经济年代，人亦有“含金量”。

黄金脑智囊群认为，人的含金量可以指两方面，一是他所拥有的货币或物质财富；二是指他的智慧与方法。前者标志一个人的投资能力，后者决定一个人在生灵世界的位置和对未来的把握。越有智慧的人，其品位越高，说话办事的含金量越高，本质力量越强。俗话说：万雀不能挡一鹰。一万只雀不算少，但挡不住一只鹰的冲击。所以我们要突出地强调人的质量，强调思维的质量，强调智慧的质量，反复地强调人的含金量。

历史的经验反复证明，人类社会进步的程度取决于人类应用知识和智慧的程度。用非凡的思维，才能创造非凡的事业，才能造就非凡的民族。脑袋装载思维，思维是可以训练的；只要转识为智，才能点石成金。运用智谋并非圣贤方可为，掌握了思维技能，寻常百姓，也会创造许多奇迹。

当今世界之争，说到底是对人才的竞争，是对人脑的竞争；谁拥有更多的智慧，谁就拥有更多的成功。所以说能够提高人的含金品位即使人聪慧的方法，可以说是照耀人类进步的太阳。科学界传来的最新消息又证明：人的精确记忆力，敏锐的理解力和活跃的想象力等一切反映为智慧的能力，是由在脑神经元之间传递信息的能力所决定，而信息传递所依赖的要素之一，是一种特殊的核糖酸，这种物质的合成，主要是靠后天智力发育过程中的不断激发。因此可以说，提升人的“含金量”，一靠学习，二靠实践，三靠训练。这也许正是新世纪 MBA 在中国大受欢迎的真正原因。