

经营

故事活管理

“人心市场”

林伟 / 著

人人都是天生的赢家，人人都可以不凡。
本书将告诉你如何操纵“加减游戏”，成就不凡的人生。
让员工忠诚企业的最佳方法
经营人心的强势武器



中国时代经济出版社

经营

“人心市场”

故事话管理

林伟 / 著



中国时代经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

经营“人心市场”/ 林伟著. —北京: 中国时代经济出版社, 2006. 1

ISBN 7-80169-810-X

I. 经... II. 林... III. 企业管理 - 通俗读物 IV. F270-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 125561 号

经营
『人心市场』

林
伟
著

出 版 者	中国时代经济出版社
地 址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦 11 层
邮政编码	100007
电 话	(010)68320825 68320496
传 真	(010)68320634
发 行	各地新华书店
印 刷	北京嘉恒彩印有限责任公司
开 本	787×1092 1/16
版 次	2006 年 1 月第 1 版
印 次	2006 年 1 月第 1 次印刷
印 张	13.75
字 数	20 万
印 数	1~5000 册
定 价	25.00 元
书 号	ISBN 7-80169-810-X / F·375

版权所有 侵权必究

前言

1

2005年12月25日,在天堂伊甸城“第二届寰球千年财神论坛”开幕现场,《寰球财神》杂志同期公布的“千年富豪排行榜”显示,万物始创文化传播公司(个人独资,以下简称万创公司)的创始人、董事长——上帝,以其拥有的1002.28万亿美元个人净资产,再度荣登“寰球千年首富”宝座。在同日召开的论坛开幕式上,面对殊荣,万千感恩之中,上帝用上面这一句话,一语道破自己在过去6000年立于财富市场不败的秘密。

千年一度,世纪之交,为了彻底破解上帝所说的“讲故事、经营人心”这一财富密码,2005年12月25日晚8点,中国的“文财神”、《寰球财神》现任总编辑范蠡,在上帝下榻的“诺亚”宾馆,对他进行了独家专访。

财神:您好!上帝先生。在本届论坛的开幕式上,您将自己在市场上获得的巨大成功,简单地归结为“讲故事”三个字。在这里,能否请您具体谈一下“讲故事”?

上帝:这可是万创公司经营最核心的商业秘密(说到这里,上帝笑了)。当然,面对万创公司目标市场亿万忠诚的消费信徒,我还是愿意将这一秘密公布于众。事实上,有关讲故事最核心的秘密,就是如何讲。

故事如何讲?对这一问题的回答,就是要揭示故事讲述的状态。

我注意到,近年来,有不少企业管理者已认识到故事之中所潜藏的巨大财富价值。如,耐克公司所启动的讲故

事计划及相应“首席故事官”岗位的创设,IBM、微软等公司聘请影视故事大师作为本企业的管理顾问,海尔公司力图将企业文化、经营理念故事化的努力,以及不少管理者弃MBA而竞相学习讲故事的行为表现,等等。

不过,在上述这些让世人称羡财富巨人的讲故事行动中,却共同存在着一个有关故事讲述状态的巨大误区,即将故事特定为被讲述的对象,强调被对象化了的故事在具体环境中的声音、语气与态势讲述策略与技巧,而忽视了经营管理行为实践这一更具体的市场语言对非对象化故事的讲述。

事实上,所有企业经营管理的行为实践,不仅是一种讲述财富故事最强有力的市场语言形式,更是将财富故事的创制生成包容于具体讲述过程中。因此,讲故事的“讲”,不仅是故事的一部分,而且是所讲述的故事中最精彩的一部分。

例如,在我所创办的万创公司中,所有财富故事,无不是用行动语言讲述的故事。在《新旧约全书》中,我看,我说,我要,我思考,我造人,我赐福,我降灾,我立约,我审判,我所到之处,我举手投足……我所有的创世行动,我“与人同在”的持续市场行为实践,既是我讲述故事最生动、最精彩的语言,同时又是万创公司经营的所有故事本身。

财神:将企业经营管理所有的行为实践,视为管理者讲述故事最强有力的语言,我大致明白您的意思。在这里,您能否结合现代世俗社会典型的财富实践个案,举例说明。

上帝:杰克·韦尔奇在美国通用电气公司(GE)成功的财富实践,就是此类管理者用市场行为语言来完成故事讲述、财富创造的经典个案。一个显见的事实是,全球绝大多数财富追逐者,将韦尔奇从GE卸任后著述的《杰克·韦尔奇自传》,视为一本企业管理的传奇故事。很显然,这一传奇故事最生动、精彩的语言,并不是韦尔奇所使用的文本语言,而是他供职美国通用电气41年、出任首席执行官20年所有市场经营管理行为实践生成的行动语言。这,恐怕谁也否认不了。

例如,韦尔奇在其自传中曾讲过这样一个故事:1990年前后,在GE全面开展的“群策群力”行动现场,一位在GE家用电器部门供职长达25年的中年员工说,“25年来,你们为我的双手支付工资。而实际上,你们本来还可以拥有我的大脑,而且不用支付任何工钱。”这名中年员工简单的一句话说明了什么?说明,即便是在全球公认管理水平最高的GE,在其经营管理过程中,也长期存在着“买椟还珠”的财富实践悲剧。对于GE而言,揭示悲剧的价值,在于推动管理者采取更为

积极的行动,来寻找破解悲剧继续上演的力量。因此,GE“买椟还珠”的故事,既是GE群策群力市场行为实践的有机组成部分,又是这一行动语言完成讲述的一个具体故事。

值得说明的是,即便是韦尔奇,也不过是在无意之中,实践着用行动语言讲述财富故事的逻辑。因为,在韦尔奇眼里,无论是他所注意到有关GE千百个经营管理实践中的故事,还是他基于市场行为实践需要而反复讲述的众多故事,都不过是一个又一个被对象化了的故事。或许,正是因没有意识到行动语言的价值,才出现韦尔奇自认为“GE管理模式不可复制”这一认识上的误区。

所以,在将韦尔奇成功管理实践归于世俗社会典型财富实践个案的同时,也需要特别强调指出的是:所有用行动语言讲述的财富创造故事都是可以复制的,万创公司如此,GE、IBM、耐克、松下、海尔等也不例外。

财神: 作为一位有着“飞鸟尽,良弓藏;狡兔死,走狗烹”、“居家则致千金,居官则致卿相”传奇经历,且被中国人香火供奉长达 2000 多年的人,我非常赞同您有关用企业自己的行动语言讲故事的意见。不过,现代社会毕竟与您创世之初有着显著的不同。这意味着:在企业经营管理过程中,讲述前人、他人用行动语言完成的财富故事不可避免。而这些故事,对企业经营管理、财富创造的助推功效同样是显而易见。如,您刚才所提到的 GE “买椟还珠”的悲剧故事,显然对其他任何企业的经营管理实践都有着特殊的警示作用。显然,这里的前人、他人故事,都是您所称之为“被对象化了的故事”。讲述此种故事,显然与您所强调的用企业自己的行动语言讲故事模式相冲突。对此,您怎么看?

上帝: 这是一个非常不错的问题。

不过,我并不认为,您问题之中所提及的故事讲述,与企业用自己的行动语言讲故事模式相冲突。因为,对前人、他人财富故事的“讲”,原本就是管理者具体经营管理行为的实践表现。这里的讲述,更准确说应该是复述。所复述的故事,则是这一具体经营管理行为所力图倡导传递的价值符号。

事实上,被复述的价值符号故事分为两种:一种是不为听故事者所知,需要详细讲述的故事。此类故事如,年营业额达千亿日元的日本黄帽子公司,其创始人键山秀三郎40年如一日的“掏大粪故事”。一种是为听故事者所熟知,点到为止,不需要再详细讲述的故事。如,万创公司有关万物始创、伊甸园、诺亚方舟等故事。再如,中国数千年形成并广泛流传众多成语,更是此类价值符号故事的典范,如守株待兔、刻舟求剑等。

对企业管理者而言,所有讲述符号价值类故事的行为,同其经营管理的具体实践是一种相互演绎、包容、互动传承的关系。显然,对于大多数管理者而言,绝对不会是为了讲故事而讲故事。其讲故事的目的,大多与本企业正在展开的某一具体经营管理行动有关。因此,符号工具化故事的讲述,本身就是企业用行动语言,讲述本企业财富创造故事的一部分。

意识到对前人或他人故事的讲述,是企业行动语言的一部分,这对现代企业管理者而言,非常重要。目前,有不少管理者,忽视了前人或他人故事与自己经营管理实践内在的演绎、包容与互动传承的关系,将所讲故事潜藏的行为价值,简单转化为对听故事人(员工)的行动要求。具体到自己,则漠视理应采取行动的必要性。这是对故事化管理理解的误区,同时也是现代企业管理最大的敌人。如,尽管前面所列举的GE“买椟还珠”这一悲剧故事为众多管理者所熟知,但又有多少管理者意识到:悲剧就在自己身边!并借此采取积极行动呢?

从某种意义上讲,无论是用行动语言讲述的故事,还是讲述前人、他人的故事,这所有的故事都是企业用自己经营管理实践串联起来、行为相互包容传承的故事。如,在万创公司,在万物始创之前,世事原本混沌沉寂,万事万物统归于虚无,自然也没有任何故事存在。世间万物,都因我而始;所有故事,都因我而生。而我,原本就安身立命于世间万物所有故事之中。因此,万创公司讲述的所有故事,都是我行为实践表现的故事。对于万创公司的所有客户来说,他们每个人每天每时每刻也都在讲述“我”的故事。正因为如此,万创公司的客户,既是我的市场代言人,同时又都是他们自己的上帝。

财神:按照您的逻辑,故事不仅是一种财富,更是一种用行动语言持续传承的财富。换言之,故事这种财富,原本存在于互动管理行为实践的过程中。这样理解,对吗?

上帝:您总结得很到位。

现代企业所津津乐道的无形资产,不过是故事资产表现的一种具体形式。故事资产,具有正向与反向两个方面的价值效用,并且无论正向还是反向,其价值效用都具有永恒性。这就意味着,故事资产的内涵,要比现有的无形资产内涵要丰富得多。如,美国安然公司财务造假的故事,尽管不能算作无形资产,但却可以归具到故事资产的范畴。因为,这一造假故事,对其他企业管理者的警示效用,是永远存在的。

值得指出的是,管理者用行动语言讲述故事的互动管理行为表现,意味着

所有的企业管理经营现场都是故事现场。例如,海尔公司的张瑞敏在“讲述”砸冰箱的这一故事时,之所以要将公司所有的员工请到砸的现场,其目的就是,要充分发挥这一故事在管理现场的互动价值功效。相应地,故事的可复述性特征决定,砸冰箱的故事在海尔后续经营管理行为互动传承过程中,至始至终发挥着管理现场互动的特征,而故事本身所潜藏的巨大管理价值,在海尔品牌市场化运营过程中,逐步转化为企业品牌价值,进而归列到海尔无形资产的范畴。

事实上,不单是企业的经营管理,其他一切组织或个人行为互动过程的现场,一样都置身于故事现场之中。就拿您和我此次对话本身而言,演绎生成的,显然是一个充满传奇的故事。我们对话的现场,则是一个谁无法否认的故事现场。

财神:说得极是。下面,我们将话题转移到如何“经营人心”这一问题上来,即“经营人心”与您“变得如此富有”之间的内在逻辑联系是什么?

上帝:现代市场所有的组织,包括企业组织在内,无一例外,都是由人建造起来的。当我们将这些组织的层级框架、规则及相应的平衡制约机制统统抽掉的时候,最后惟一剩下的,只有人。与之相对应,对于所有管理者而言,无论是面对企业内部的员工,还是面对外部目标市场的消费者,抽掉他们所有的角色身份,管理者最终要面对的,也只有人。由此不难看出,所有组织经营、企业管理之要义,最终都要归结于经营人、管理人上来。而对人来说,人心显然是其生命价值的核心。在具体经营过程中,如果抓住了企业内部员工的人心,锁定了目标消费消费者的人心,您说,还会有什么东西能抓不住呢?

在经营人心的过程中紧紧抓住人心,这既是万创公司6000年市场经营立于不败之地的秘密,同时也是我变得如此富有与经营人心之间内在的逻辑联系。

财神:从您对上述系列问题的回答解读不难看,用行动语言讲述故事与经营人心显然是您得以成功致富的关键。请问,讲故事与经营人心之间,又会是什么样的关系?对此,能否进一步举例说明?

上帝:在回答问题前,不妨先引用您们中国一句古老的俗话,“人心都是肉长的”。在万创公司,我讲述的所有故事,实际上都不过是完成一个以心换心,进而抓住人心的经营过程。因此,从讲故事到经营人心,其间的脉络关系一目了然。顺便说一句,我们万创公司的目标市场定位是:在深刻洞察人心灵深处活动规律的基础上,给人心以最大的价值关怀,抢占更多的人心份额。下面,不妨以我们万创公司与日本松下公司为例,来进一步分析说明。

在万创公司6000年人心经营的历史上，表现最出色的非前任CEO耶稣先生莫属。正是耶稣天才般的经营能力，才将万创公司“爱”与“希望”这一人心经营理念推向巅峰；正是耶稣给门徒洗脚洗心等无数个身体力行、以心换心的故事，才使得万创公司的品牌插上天使的翅膀，永远翱翔于世俗文明的星空；正是耶稣用自己被钉在十字架上的行动语言讲述的替世人赎罪故事，才使得万创公司创世、惩罚、救赎、复活的企业文化光辉代代传承，万世不灭……很显然，前任CEO耶稣，不仅是万创公司创世、神谕故事的布道者，而且是万创公司持续经营过程中实现故事互动、演绎、传承、创新的开拓者，更是万创公司在今天得以全球人心化经营的奠基人。

接下来看日本松下公司的例子。从某种意义上讲，松下公司的创始人、前任董事长松下幸之助，也是靠“经营人心”致富的典范。在松下创业之初的1918年，松下幸之助就断然决定，在对公司与本人会计财务分开管理的基础上，将企业的经营数据、每月财务状况乃至产品制造方法等，向公司内部所有员工（包括小学徒在内）公开，以期实现透明化经营。后来，更是提出“造物先造人”的经营理念。事实上，当松下幸之助将众人认企业理所当然应当保守的商业机密在公司内部公之于众的时候，其行为实践本身业已在管理者与员工之间创造出一道“以心换心”的互动互信风景。这样做的结果，员工反馈给松下幸之助的是快活、喜悦及十分明确的奋斗目标（快乐的梦想），并用实际行动来回报和偿还。也正因为如此，松下幸之助，才被称为日本人的“经营之神”、“民族英雄”。

财神：关于世俗财富的创造，不得不提及的一个人，就是现代经济学鼻祖亚当·斯密。1776年3月，在斯密所著的《国富论》一书中，斯密创造性地提出，在众人自我私利无限追逐的过程中，却受到一只“看不见的手”牵引，尽管并非出于本意，却比“真正出于本意的情况下更有效地促进社会的利益”。数百年来，在世俗财富创造的过程中，人类尽管无时不感受到斯密所言这只“看不见的手”的力量存在，却又茫然不知这力量来自何处。今天有幸采访到您，您能否给出这只“看不见的手”力量来源的答案？

上帝：斯密这孩子，他是我忠实的信徒，我知道。

关于“看不见的手”的力量来源，就存在于万创公司所经营的整体向善的人心故事之中。大家可曾记得，康德那孩子所说的，让其心灵感到深深震撼的“崇高道德法则”，这其实就是“看不见的手”力量表现的另一种生动描述。

财神：最后的一个问题。本届论坛峰会公布的“千年富豪排行榜”显示，您个

人6000年累计拥有的净资产为1002.28万亿美元。请问,您能否肯定自己拥有如此海量的个人财富吗?如果肯定,您是否知道如此海量财富是如何计算出来的?

上帝:对于“千年富豪排行榜”上显示出来的财富统计数据,我总体上还是认同的。尽管,万创公司累计创造的财富,是我们管理团队集体经营智慧的结晶,但因该公司纯属我个人独资,从法律上讲,将这些财富归于我的名下,亦不为错。

至于榜单上财富的计算方法,财富统计者使用的是概略算法。事实上,“千年富豪排行榜”统计所使用的货币单位为“小时元”。“小时元”是天堂法定通用的时间货币,1小时元=5.15美元(天堂与尘世的汇率,关于时间货币,在前面提及的《故事之手》一手中的专章论述)。具体到我个人拥有的1002.28万亿美元净资产,是以万创公司2005年全年净利润收入乘以100后得出的。根据我“与人同在”的宗教产品消费规律,在2005年,全球20亿教徒1年总计信教消费支出= $365 \times 24 \times 20\text{亿} = 1.752\text{亿小时元}$,此即万创公司全年的净利润收入。财富统计者考虑到,在过去的6000年时间里,万创公司所开发宗教产品的目标市场与消费人群本身所存在的巨大不均衡性,故假设万创公司在过去6000年累计拥有的财富,实为2005年全年净资产收入的100倍。由此计算出,这这位万创公司的投资者,在过去6000年的时间里,个人净资产累计为175.2万亿小时元,折合为1002.28万亿美元。

财神:最后,非常感谢您能公布自己公司商业经营的秘密,同时也再次感谢您接受采访。

目录

CONTENTS
经营「人心市场」

第一篇 故事的力量 1

假如……,人类有史以来第一位世界首富约翰 D·洛克菲勒,将永远被剥光衣服,身无分文、赤身裸体地远离财富?

第一章 故事“无子弹” 4

第二章 故事财富定律 8

第三章 故事运动定律 16

第四章 故事人本定律 23

第二篇 心灵的火炬 29

1987年,75位诺贝尔奖金获得者在法国巴黎聚会。其间,有人向一位白发苍苍的诺贝尔奖获得者提出一个问题:“您是在哪所大学、哪个实验室学到了您认为最主要的东西呢?”答者跳出了问题本身所设定的范围,回答:“是在幼儿园。”.....

第五章 准老板看表,总经理辞职 32

第六章 手起铁锤落,火炬点燃时 41

第七章 厕所里布局,市场上谋篇 49

第八章 人心即核心,造物先造人	58
第九章 关怀中互动,创造中生存	65

第三篇 品牌的翅膀79

所有的人都是故事人。生而平等、拥有与生俱来权利的自然人是故事人;具有虚拟人格主体的人,包括国家、社团乃至大大小小的正式或非正式组织,无一例外,也都是故事人……

第十章 好风凭借力	82
第十一章 信赖的平台	92
第十二章 口碑的力量	104

第四篇 故事场119

人生而平等,无时不在故事场中。封闭的故事场是生命的囚笼和枷锁,开放的故事场是生命的动力和财富。……

第十三章 布道者之“道”	123
第十四章 MBA之“道”	128
第十五章 故事场的边界	140
第十六章 小故事场	146
第十七章 大故事场	165

第五篇 管理的风景183

无数人持续前行,演绎生成出无数个生命故事。

无数个人与人之间,生命故事的互动交流、接力传承,堆积而成的就是人类文明持续演绎前行的风景。……

第十八章 故事接力	185
第十九章 人的世界	195
第二十章 世界的人	201



第一篇

DI YI PIAN

故事的力量

GU SHI DE LI LIANG

假如……，人类有史以来第一位世界首富约翰·D·洛克菲勒，将永远被剥光衣服，身无分文、赤身裸体地远离财富？

假如……，当代世界首富、美国微软公司的董事长比尔·盖茨，将永远找不到年轻时曾经拥有的生命梦想激情，以及那财富接力传承的力量？

假如……，全球第一财富品牌可口可乐，将在一把大火中永远化为灰烬？

假如……,人类有史以来第一位世界首富约翰·D·洛克菲勒,将永远被剥光衣服,身无分文、赤身裸体地远离财富?

假如……,当代世界首富、美国微软公司的董事长比尔·盖茨,将永远找不到年轻时曾经拥有的生命梦想激情,以及那财富接力传承的力量?

假如……,全球第一财富品牌可口可乐,将在一把大火中永远化为灰烬?

上述3个假设问题的提出,源于如下一组事实:

约翰·D·洛克菲勒的一句财富语录:“即使你们把我身上的衣服剥得精光,一个子儿也不剩,然后把我扔在撒哈拉沙漠的中心地带,但只要有两个条件:给我一点时间;并让一支商队从我身边路过。那要不了多久,我就会成为一个新的百万富翁。”

比尔·盖茨在发迹前,每当读到洛克菲勒上面这句财富语录时,总是按捺不住内心的狂跳,并常借此自勉。最终,当盖茨也坐拥世界首富宝座的时候,他说:“我心目中的英雄只有一个,那就是洛克菲勒。”

被誉为“可口可乐之父”的罗伯特·伍德鲁福说:“只要有可口可乐这个品牌在,即便有一天,公司在大火中化为灰烬,那么第二天早上,全世界新闻媒体的头条消息就是,各大银行争着向可口可乐公司贷款。”在此基础上,可口可乐这一财富巨人仍可以卷土重来。

一组假设的问题,一组逐一对应的言词话语事实。很显然,作为假设存在的问题,一题多解是极其自然的。在这里,我们不妨将三个假设问题的答案,全部假定为“没有故事”,接下来再看如此逻辑演绎的效果。

假如约翰·D·洛克菲勒没有故事:没有他那童年时代“破衣烂衫、又脏又饿”赤贫生活砥砺心志的故事;没有他那生命阅历中财富辉煌与知识积累的系列故事;没有他那一度垄断美国90%的石油市场,并为余下10%的控制权继续奋斗的系列故事;没有他那因企图消灭竞争,被舆论称为“那个年代最大的罪犯”的系列故事;没有他那直面30年反垄断诉讼,却最终难逃公司被分拆厄运的系列故事;没有他那节俭成性,却又被誉为美国历史上最大慈善家的系列故事……此时,即便是给予再多的时间,并让无数支商队,从被抛在撒哈拉沙漠中心的洛克菲勒身边走过。在他人眼里,被剥光生命故事光辉的洛克菲勒,将不名一文。如此,失去生命故事记忆的洛克菲勒,必将永远赤身裸体地远离财富。

假如比尔·盖茨没有故事:没有阅读那持续激发他生命梦想激情、按捺不住内心狂跳的系列财富英雄故事;没有遇到那1980年与IBM偶然签约,开发个人电

脑操作系统软件的撞大运故事；没有实施那捆绑销售策略，并对竞争对手“无情杀戮”的攻城略地故事；没有演绎那电脑天才思维与慧眼洞察先机，并采取快速行动的抢滩市场故事；没有凸显那魔鬼般敛财速度，与超凡市场控制能力的知识英雄故事；没有置身那面对美国政府反垄断诉讼中，斗智斗勇、好像是一个“冒名顶替家伙”的故事；没有秉承那与老洛克菲勒有过之而无不及的“乐善好施”故事……那么，无法获得生命梦想激情与财富接力传承力量的盖茨，将不再是社会公众、大众传媒与竞争对手眼中的盖茨。

假如全球第一财富品牌可口可乐没有故事：没有那赢得目标消费人群无限信赖的产品质量故事；没有那长期坚持对银行等金融机构有借有还的诚实守信故事；没有那同商务合作伙伴精诚合作的市场口碑故事；没有那因抱持“7*100配方”而衍生出来的众多神秘故事；没有那与本企业品牌一道成长的文化故事……那么，罗伯特·伍德鲁福嘴里吐出来的那把大火，必将把可口可乐烧得万劫不复，永远不会再有卷土重来的机会。

从人类历史上第一位世界首富，到当代世界首富，再到全球第一品牌，从一组假设的问题，到一组与之相对应的言词话语事实，再到假如没有故事的具体假设，最后落脚于离奇而又合乎情理逻辑的结论。这一切最终得以彰显的，就是故事的力量。

第一章

故事“原子弹”

1945年7月16日上午5时24分，在美国新墨西哥州阿拉莫戈多的“三一”试验场，进行了人类有史以来的第一次核试验。此次试验，显然是改变人类文明历史的一件大事：它宣告，人类正式进入“有核”时代！

然而，如果有人告诉你说，在1945年7月16日上午5时24分这一刻，摁下核按钮的，既不是美国的核科学家，也不是美国前总统富兰克林·罗斯福统率的将军们，而是原本生存于18、19世纪“无核”时代，此时此刻却正在天堂里呆着的法兰西帝国皇帝拿破仑·波拿巴，你相信吗？

一则小故事：1803年8月的某一天，美国年轻的发明家富尔顿获悉，法兰西皇帝拿破仑正准备越过英吉利海峡对英作战。于是，富尔顿兴致勃勃地来到法国，向拿破仑推销自己的新产品蒸汽动力船。富尔顿说，可把法国现有战船的桅杆砍掉，撤去风帆，装上蒸汽机，把木板换成钢板，建立一支由蒸汽机舰艇组成的舰队。这样的舰队，不用挂帆，不管刮什么风，也无无论什么天气，都可以在英国登陆。然而，拿破仑却认为，军舰没有帆能走是荒诞不经的，木板换成钢板更会让船沉没。于是，拿破仑赶走了富尔顿。英国历史学家阿克顿认为，拿破仑这一缺乏见识的举措，才使英国在当时的欧洲战争中得以幸免。假如拿破仑采纳了富尔顿的建议，19世纪的世界历史或许将是另外一个样子。

又一则小故事：1939年8月2日，阿尔伯特·爱因斯坦等科学家联名给美国总统罗斯福写了一封信，信中建议美国应加快对核武器的研究工作，理由是，法西斯德国正紧锣密鼓地开展同类研究工作。白宫经济顾问萨克斯，在将爱因斯坦等人的长信面呈给罗斯福总统的同时，也扮演起说客的角色。不过，无论是爱因斯坦等人的长信，还是萨克斯的反复游说，都没能打动罗斯福。后来，萨克斯利用一次与总统共进早餐的机会，讲述了上述那个有关拿破仑的小故事，包括英国史学家的评价。拿破仑的故事打动了罗斯福，也意味美国核武器开发决策的

按钮最终被摁下。

看完上述两则小故事，你难道不认为，是生存于“无核”时代的拿破仑，摁下了人类有史以来的第一枚核按钮？或许，更准确的说法应该是，人类有史以来第一枚核按钮，不过是由上面那则有关拿破仑的小故事摁下的。

故事“原子弹”催生出真实原子弹，这是故事作为人类世界力量幽灵存在最强有力的证明。事实上，在人类文明发展史上，组织群体的聚集或离散，恐惧哀伤的化解或滋生，痛苦欢乐的品味或转换，经验阅历的洗练或升华，文化知识的累积或催生，文明历史的演进或传承，科学技术的改进或创新，无不是故事力量的具体表现。

在很久很久以前，人类就已认识到故事力量的综合价值，并于有意无意之中将故事广泛应用于组织、部落、宗教、民族、国家、军事、政治、教育等各个领域，发挥其应有的组织管理功效，作为博取荣耀、身份、权利、财富及其他各种利益的工具。

人类早期故事化管理，突出表现在宗教领域。宗教教义，原本就是由众多宗教故事相互串联、包容、演绎、传承，且不断解读升华的结果，宗教信徒很容易从中解读出众多神谕暗示，及不变的道德规范与生存准则。宗教故事衍生的道德规范与生存准则，使其信徒的日常行为实践表现趋于一致，并让他们的精神充满渴望。宗教领袖们，正是借助“致力于上帝的光荣”这一神圣使命，得以建立传教布道的层级组织框架，并在工作、用餐、祈祷和休息等日常事务井然有序的基础上，在管理过程中不断强化内部等级与命令传达链的控制力，从而使宗教的图腾故事及其伴生的教义，成为信徒精神家园中永远飘扬的旗帜。

故事化管理在民族勃兴、军事指挥等方面的运用十分常见。例如，1810年9月16日，当墨西哥独立运动的领导人伊达尔哥敲响多洛雷斯（镇）教堂的钟，召来了附近的民众，发出雄狮般的怒吼追问：“你们愿意自由吗？300年前，可恨的西班牙人夺去了我们祖先的土地，你们愿意夺回来吗？”追问声中，民众齐声高呼：“独立万岁！”“绞死殖民强盗！”很显然，在所有墨西哥人眼里，伊达尔哥雄狮怒吼追问的背后，交织闪现的，是墨西哥不言自明的民族历史故事，当然也包括西班牙300年殖民统治下的血泪故事等。故事聚集起民众，故事催生民族力量，由此揭开的，是墨西哥独立战争的序幕。再如，在二战期间，英伦三岛的大不列颠人，无不和着丘吉尔那“V”字形手势“奏起”的民族故事乐章，在微笑中迎接死神，用血肉之躯，捍卫那见诸于大不列颠文化历史故事之中的文明家园使命。