

管理學

— 名著精華 —

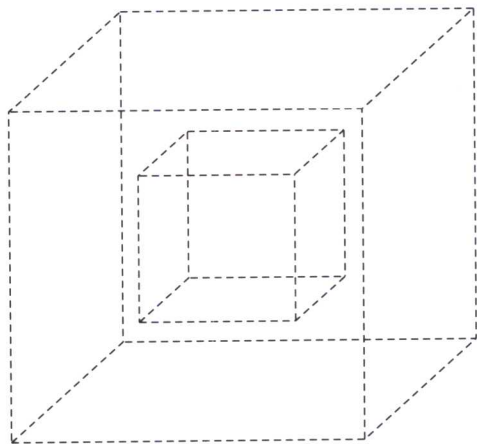
吳智勇 編



职业经理人管理思想库

2

- ↓ 《蒙牛内幕》
- ↓ 《适时管理与人》
- ↓ 《如何推进公共关系》
- ↓ 《消费者行为与管理决策》
- ↓ 《重构新千年零售业供应链》
- ↓ 《一个成本杀手的管理自白》
- ↓ 《伯乐相马——招聘策略与技巧》
- ↓ 《创建和维护企业的良好声誉》
- ↓ 《管人——让下属拼死效命的法门》
- ↓ 《冠军业务员——教练方法和培养细节》
- ↓ 《金字塔原理：思考、写作和解决问题的逻辑》
- ↓ 《不用惩罚手段的纪律——变不良雇员为优秀员工的有效策略》



廣東省出版集團
廣東人民出版社

管理學

— 名著精華 —

吳智勇 編

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学名著精华 / 吴智勇编. —广州: 广东经济出版社, 2006.3

(职业经理人管理思想库②)

ISBN 7-80728-253-3

I. 管… II. 吴… III. 管理学—著作—简介—世界
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 012556 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
印刷	广东科普印刷厂 (广州市广花四路棠新西街 69 号)
开本	787 毫米×960 毫米 1/16
印张	20.25 1 插页
字数	270 000 字
版次	2006 年 3 月第 1 版
印次	2006 年 3 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80728-253-3 / C·58
定价	38.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路永胜中沙 4-5 号 6 楼 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 83781210

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

·版权所有 翻印必究·



序

我很欣赏吴智勇出版此书的思路,《管理学名著精华》在不失原义的前提下对原著进行合理的压缩,不是简单摘录,也不是冗言赘语不得要旨,而是对原著进行专业化的压缩,提取精华。这种形式十分适应现代企业管理者的生活节奏快、信息获取量大、知识更新迅速、专业领域扩大、生活情趣多样(直接导致读书时间减少)的大趋势。

同时,我更欣赏吴智勇能做到长达十年的坚持不懈。一个人要想推动一个庞大而又沉重的飞轮旋转,需要花费很大的力气才能做到,但是在一段很长的时间内,坚持不懈地推动飞轮朝同一个方向旋转,飞轮就会积累动量,最终实现突破。

吴智勇十年的坚持不懈,使得他也最终实现了突破,于2004年出版了属于自己的第一本书。现在飞轮已经旋转起来,在很短的时间里第二本又面世了。希望吴智勇如他所预计的,一年出一本,十年达成十本的愿望。另外,期望他在工作岗位上,同样能够发挥所长,事业更进一步。

分众传媒董事长 江南春

2005年10月

前 言

持续自我充电——阅读

现今社会的进步一日千里，转眼间过往的经验也许就不再适用了，唯一能够让自己保持前进的只有一个方法——不断学习。学习的方法有很多种，有的喜欢到正规的学校中进行系统的学习、有的喜欢参加各类培训课程为自己充电，而我比较喜欢阅读。

在许多应聘面试中，当我问起应聘者他们会用什么方法增强自己能力时，我听到的大多数是上网、向有经验的人请教、进修等等，但往往很少人会提到购买书籍来阅读。

不可否认，互联网确实是现代社会的一大奇迹，上面浩瀚的信息确实在一定程度上能够帮助我们，但我不认为它能够替代书籍，因为，互联网上的知识是支离破碎的、不完整的，想只通过互联网上的阅读就了解某个范畴的知识，无疑是缘木求鱼。

据2004年的“全国国民阅读与购买倾向抽样调查”发现，5年来中国国民的读书率持续走低。根据这项调查，中国国民2003年图书阅读率为51.7%，比1998年下降了8.7个百分点。其中城镇居民为69.6%，农村居民为45.3%，均比1998年有所下降。在基本不读书的人群中，选择没时间读书的人为50.6%，超过了一半。没时间读杂志的比例也在提高，有32.3%的人是因为工作学习太紧张，没时间读杂志。

有时候我会开玩笑地和朋友说，就因为有这么多人不肯花时间阅读的人，所以才有我们现在生存的空间。

刚刚看到蒙牛乳业股份有限公司董事长牛根生所写的一篇文章，



文章提到：“本领从哪里来？一来自继承，二来自超越。学习就是继承，学好才能超越。”然而，面对学习，不少人心中还是直犯嘀咕：手头的大事都干不完，却挤占时间抓学习，这是不是有点本末倒置呢？牛总在原企业时就碰到过类似的情况，当时抓学习抓出了怨言……但许多年过去后，当年的抱怨者今天再遇见牛总时却充满了感激：“什么都过去了，只有当时学的那点东西没想到正好成了我吃饭的本钱、赚钱的本领。”实际上，一个人真正的“本”是他的本事，他所处理的一切具体事情反而是“末”——长了本领也许一天干好两件事，不长本领也许两天干不好一件事。社会需要“带工具的人”，而学习恰恰就是为了变革你手中的工具。再长的镰刀，挥不过收割机；再快的汽车，跑不过直升机；再好的眼力，赛不过使用望远镜——光发力不行，光忠心也不行，你一定得用上好的工具。

很以为然。

销售管理成功的要点——招聘

一直以来，在不同的公司做销售管理工作时，我的领导都授权我组建销售团队。完成一般的招聘程序（发布招聘广告、筛选简历、安排时间面试、录用）后，我曾采用《掌握洛克菲勒的习惯》中介绍的方法——每天和每周的工作例会，来了解每个人在工作中遇到的问题并予以指导。

但几个月过去了，我自己被累得半死（因为每天的例会使得我除了处理自己的销售工作外，每天还要花不少时间和他们在一起讨论），但被录用者离我的要求还是有很大的差距，于是我又在思索，是什么地方出了问题？

直到我阅读罗伯特·J. 卡尔文的著作《销售管理》时，我才恍然大悟。罗伯特在此书中最重要的观点就是：

“什么是销售经理应该履行的最重要的职能？答案是聘用。无论你在培训、激励、评估和计划方面做得多么出色，所有这些都会因为平

庸的销售人员而导致平庸的结果。”

我发现遇到问题是件好事，因为一旦你解决了这个问题，你的能力将得到提升。问题越难解决，当解决之后，你的能力的提升会越大。

找到解决问题的方向后，我除了阅读罗伯特在此书中所描述的招聘方法的同时，还找来了《伯乐相马——招聘策略与技巧》《面试战略——如何招聘优秀员工》《如何选、育、用、留人才》《招聘中的45个细节》《招聘！招聘！》《招聘与留用最好的员工——中层管理能力提升培训》等书籍——细细阅读，并综合这些书籍中的方法，在实践中不断应用。开始的时候还不够纯熟，慢慢地就越来越得心应手了。

我在离开某公司前，运用此方法，又招聘了一名销售人员。这一次招聘之后，鉴于以往的失败，我并没有继续以每天开例会的方式教导他了。然而非常意外，这个应聘者在我没有太多直接指导的情况下，居然在试用期过后，业绩级级上升，现在已成为那家公司业绩最优秀的销售人员。2005年的中秋之夜，他亲自上门给我送来月饼。当聊起他的成绩时，他表示对他影响最大的人居然是我（我感觉自己对他并没有什么帮助），他说他看到我和其他人不一样，在工作时间并没有像其他人那样，一到时间就谈“球经”，而是不知疲倦地不断联系和开发客户。他说他常常十分用心观察我的工作方式，并模仿我的方式去开发客户，才有现在的成绩。

看吧，招聘到不同的人，结果天壤之别。

员工的培养——让对方先说

招聘这关过了，接下来的就是员工的培养。琳达·理察森所著的《冠军业务员——教练方法和培养细节》中所表达的核心观点是“让对方先说”。我们在表达自己的评估之前，一定要先让受训者说出自己的看法，这一点非常重要。我们无论如何都要尽量避免先透露自己的观点，即使像“不错”这样空泛的评论也不行。这个简单的原则，事实上有助于缩短训练的时间，因为它能够让双方更快地进入到问题的核



心，了解业务人员对于该问题的感受。

琳达描述的方法和我以前所采用的指导方法“了解每个人在工作中遇到的问题并予以指导”是完全不同的，效果确实也是截然相反的。

阅读战略管理的书籍——有助于你洞悉行业的发展

有的人也许会问：“我又不是公司老板，只是公司的中层管理人员，我为什么要阅读战略管理的书籍呢？”我认为，了解战略管理的书籍有助于你洞悉行业的发展，从而正确选择行业和公司。当然，战略管理理论：写得好是很不容易的，我看了不少相关论著，但真正浅显易懂而又有价值的只有少数几本。当然，战略管理并不能给你带来立竿见影的好处，但它对你的影响是潜移默化的，当要作重要决定时，它的作用就会显现。

阅读的好处还有很多，这里就不再赘言。现在，就让我们马上进入管理的殿堂吧。

吴智勇

2005年10月于广州穗园小区

书评选登

《中国广告》2004年第10期

管理浓缩书的典范

——评《管理学名著精华》

涧 鹄

21世纪竞争异常激烈，许多经理人非常渴望能够在短时间内阅读到大量能提升自己能力的书籍，但在竞争压力下几乎所有的职业经理人都非常忙，除了工作之外还有应酬还要顾及家庭，时间成本非常高，即使想阅读也没有那么多的时间，而当挤出时间阅读时，管理类书籍汗牛充栋，良莠不齐，常常花了时间购买和阅读，一读之下发现有不少书籍内容实在难以恭维。《中国经营报》2004年1月5日“与老板对话”栏目中，采访了点击科技的王志东，问其最近在读什么书，王志东回答道：“外面流行的书我都有，但发现有的书太浅，有的书太偏，真要吸收精髓太不容易。”

书是人类文明的记录，经典名著则是人类文明的结晶。在今天这个信息社会、这个知识爆炸的时代，一个人究竟要读多少书，实际能读多少书，恐怕是一个需要认真思考的问题。根据法国阅读学专家B.皮沃近十五年的研究结果，一个现代人一生大约应读2500本书；美国教育家C.迪瓦恩认为，以一个大学生一学期读10本书推算，不停地读50年，一个人的一生也不过只读1000本书左右。而实际上能达到这个数字一半的人都不多。那该怎么办呢？怎样才能不被迅速发展、



变化的社会所淘汰呢？

在20世纪70年代末，美国开始面临海外战后经济复苏的挑战，信息社会初露端倪，经理人充电需求日益高涨。而这些均非商学院和管理顾问公司所能全部解决。不用说读书还是最可靠和经济的办法。可问题是书海茫茫，哪本书值得读呢？还有就是即使手头有一本值得看的必读之作，洋洋数百页对忙碌的经理人来说如何有时间从中挖掘出智慧的宝藏呢？浓缩书公司的创业者们（他们本身就是工商界经理）发觉自己碰到的问题非常普遍，于是有人提议来做这个很有意义和市场的产品。1978年别具特色的美国经理人浓缩书（Soundview Executive Book Summaries）在美国推出。1980年《华尔街日报》撰文评论道：“圆满解决了工商界经理日益苦恼的问题：信息超载。”迄今20多年来，浓缩书受到了全球136个国家的工商界经理主管的推崇。从CE、Shell、Toyota等全球500强到Holiday Inn，AT&T、Anderson等国人尽知的服务业巨头，更有众多中小工商经理主管均把浓缩书作为持续提高技能的最佳选择。浓缩书的影响还渗透到其他领域，如教学研究、政府机构等部门。就连世界最有名的经理工厂——哈佛商学院亦在其中。浓缩书在全球更是赢得了“商务图书人”的美誉。

国内虽然也有名为《经理人浓缩书》的系列书籍，但细看之下，也只是普通的管理编著书籍，里面的内容和形式有本质上的不同。

“浓缩书”实际上是将经过历史考验的经典著作经过专家的浓缩提炼，形成1:20~1:50的比例的精华本。浓缩书是在不失原义的前提下对原著进行合理的压缩，既不是简单摘录，更不是冗言赘语不得要旨，所以才称之为“浓缩”；浓缩书是对原著专业化的、等比例的压缩，不损害原著主旨的系统性、全面性，必须有完整的文字和结构，所以才称之为“书”。

“浓缩书”这种形式十分适应现代人的生活节奏加快、信息获取量大、知识更新迅速、专业领域扩大、生活情趣多样（直接导致读书时间减少）的大趋势，更适应广大企业各级各类管理者的工作、生活

需要。

从市场出版情况来看，目前国内直接摘录管理书籍精华的书很少，类似的书有是有，不过均是以导读或解读的形式出现，但由于编者的眼光和水平问题，所选之书不太符合读者的需求，因此导致此类书籍的实用性不够。

最近看完的这本《管理学名著精华》我感觉是一本标准的浓缩书。此书编者长期养成了在阅读了大量管理类书籍的同时将其精华内容总结出来的习惯。他的初始想法是因为每一本书内容都很多，如果不将其精华摘录下来，那他如果要重新了解该书的内容的话必须要重新把这本书看一遍，这样实在是太浪费时间了，于是以后他将他所看过的好书之精华一一摘录（一本50万字的书，他所总结出来的内容有1万~2万字）。这样的习惯坚持了十年，这个习惯造就了他的独特视点，对精华与否有了辨别能力。

据了解，十年来，他花在购买管理书籍上的金钱是2.5万元，觉得有价值的有100本左右，在这100多本书中精选出52本最具有代表性的书籍之精华集结成此书。由于授权的问题，分成多册出版，第一册选择了11本书，分别属于战略管理、领导、人力资源管理、销售管理、客户关系管理等领域。细看之下，确实字字珠玑，收益匪浅。特别是其中的《重点客户管理》，原书非常厚，当时我看了好长时间才全部阅读完毕，而《管理学名著精华》所摘录的内容确实是该书的精华所在。编者如果不在这些领域深入进去，是不可能将精华提炼出来的。

期望其余的内容能够顺利得到授权而出版，使得我们读者能有机会一览其他的“管理浓缩精华”。



《民营经济报》2004年7月30日

《广告导报》2004年9月

《广告人》2004年9月

经理人语：管理思想的精读

杨俊杰

看一本经营管理类图书一般要花多长时间？这个问题问得很现实，我刚刚看完《追求卓越》、《从优秀到卓越》两本书，前前后后拖拉了4个多月。我记得用时最短的就是看《杰克·韦尔奇自传》，一个星期就看完了。总体来说，看一本经管类图书，我大概用一个月以上的时间才能吃透内容，毕竟经管类图书不是小说，它时常需要闭卷深思，甚至做些笔记。

以前，许多人都抱怨经管类图书太少，可选择的余地小，然而也就这几年之间情况发生了极大的变化，经管类图书多得让人目不暇接，选择太多而令人不知所措。经管类图书是当前图书市场成长最快的种类之一。

这两三年来，美国亚马孙网站经管类图书销售排行榜前15位的书，多数都被很快翻译引进国内，同时，国内人士撰写的经管类著作更是层出不穷，加上众多财经管理类报纸、期刊的冲击，经理人已经被信息所包围。

现在竞争激烈，许多经理人想通过读书而获取知识，以提高自己的能力，紧跟时代的步伐。然而读书仅是提升的一种方式之一，还有再教育、培训等等。大多数工作中的问题，书本是解决不了的。但读书确实是让一个人提升的重要手段。然而，工作很忙，家庭要顾及，生活质素要高，社交也不能缺，谁有那么多时间来看书？尤其是那些有点专业难度、枯燥无味的经管书。这绝对是个难题。

从阅读时效来划分,阅读可简要分为三种:精读、略读、快读。这三种阅读方法分别反映了阅读的深度、广度和速度,是一位经理人必须兼备的综合技巧。目前,我们已经越来越习惯于略读和快读,这其实也是一个人没办法的办法,比如,每一天互联网上关于财经管理类信息层出不穷,看都看不完,如果不略读和快读,那其他什么事都不用干了。然而,即使如此,对经典著作、信息量丰富且价值较高的书,我们少不了精读的方式。我一直认为,有一些书显然是需要精读的。

当今人们的时间都如此宝贵,确实需要有人为我们过滤掉书中那些“无用”的内容。看书摘可以看作是一种精读,书摘已经融入书摘者的思想和价值观。

一本50万字的书——《管理学名著精华——职业经理人管理思想库》,作者吴智勇用自己的丰富经验来解读,他将所看过的好书的精华一一摘录,最后所总结出来的内容仅有1万~2万字。

本书按照直接摘录的方式,从战略管理、变革与创新管理、领导、管理思考模式、人力资源管理、市场营销管理、销售管理、客户关系管理、公共关系管理、管理会计、物流管理、运作管理等方面精选该领域的最具价值的书籍,将其精华呈现给读者。

本书与国内其他类似书籍的不同之处在于,所选之书是该领域真正有价值的名著,原书具有易读性和可操作性,以及本身就是当时的畅销书。

十年来,吴智勇花了2.5万元购买管理书籍,他从众多书中精选出52本最具有代表性的书籍,集结了用自己的思想进行解读的52本书的精彩书摘,奉献出了这本书。

我认为读这样的书摘,就犹如对众多管理思想进行一次精读。实际上,我们也可以姑且把阅读这本书看作是对吴智勇个人对经营管理的判断、对管理前沿的洞察力和他个人管理思想的一种借用,值得好好去读一读。

(作者是《经理人》杂志社主编)



《广告大观》2004年9月

《管理学名著精华——职业经理人管理思想库》

易 江

案头上的这本《管理学名著精华——职业经理人管理思想库》的确使我吃惊不小。我惊叹编者吴智勇的眼光，能从浩瀚的战略管理、变革与创新管理、领导、管理思考模式、人力资源管理、市场营销管理、销售管理、客户关系管理、公共关系管理、管理会计、物流管理、运作管理、项目管理的诸多著作中，精选出经典的具有代表性的著作。我惊叹编者的毅力，从经典著作中摘录出数百万字的精华，许多摘录都体现了编者的一片赤诚——对中国管理者提升的愿望。我惊叹编者的概括力，许多摘录不是简单的重复，而是凝聚了编者的思考和创造。

在信息化时代，以信息的加工、沟通和储存为主要特征。而这些特征又与知识经济的四类知识分不开，即人类的积累性知识，思想家、科学家的创造性知识，实践者的扩张性知识以及人们的默会性知识。以上述这些知识为基础，形成了纷繁多样的信息交流表象，以印刷文字和电子文字传播。我们如何从繁多的传播信息形态中找到信息时代的内在知识，就需要有人引导。所谓“开卷有益”，并不能在信息时代体现。因此吴智勇先生潜下心来做了这项工作，他把世界上管理方面的著作进行梳理、分类，确定经典性的著作的入选，然后作出摘录，使有志于提高管理水平的人有“开门见山”之感，使在管理中有困惑的人有“那人却在灯火阑珊处”的豁然开朗的寻觅快乐，使新的管理者找到进入管理世界的路径和攀登管理科学顶峰的台阶。

总之，这是一本耗费作者心血的书，是一本节省我们时间成本的书，是一本指引我们进入管理殿堂的书，值得我们一睹为快！

（易江：南华工商学院院长、博士、教授。中国研究行为经济学首

人。擅长深入浅出分析经济现象。著有《行动与行动说明》《管理新观念与方法创新》《世界经济分析与对策》等。)

《中国经营报》2004年7月30日

一分钟快读

作者：杜爽

《管理学名著精华》

吴智勇

本书作者从10年来阅读的管理书籍中，选择出真正具有价值的若干精华书籍集结成此书。本书采用直接摘录的方式，按战略管理、变革与创新管理、领导、管理思考模式、人力资源管理、市场营销管理、销售管理、客户关系管理、公共管理、管理会计、物流管理、运作管理等几个方面精选而成。所涉及的书包括了《公司战略透视——波士顿顾问公司管理新视野》《戴尔战略》《大转变——企业构建工程的七项原则》《人在企业——世界著名企业用人之道》等等。

《南方都市报》2004年8月16日

新书上架

《管理学名著精华》

吴智勇

本书精选了近十年来国内出版的经管类各领域的优秀著作，并将其中精华编辑成册。本书采用直接摘录的方式，按战略管理、变革与



创新管理、领导、管理思考模式、人力资源管理、市场营销管理、销售管理、客户关系管理、公共管理、管理会计、物流管理、运作管理等几个方面精选该领域的最具价值的书籍，将其精华呈现给读者，这些经典书包括：《公司战略透视——波士顿顾问公司管理新视野》《戴尔战略》《首先，打破一切常规》《销售经理工具书》《重点客户管理》等等。



目 录

领 导 篇

1 《蒙牛内幕》

..... 孙先红 张治国 著(3)

草原旋风	(4)
与自己较劲	(4)
目标倒推法	(6)
目标:是消费者,而不是竞争对手	(6)
法制化管理:少数人改变多数人的一场革命	(6)
猴子与香蕉的实验	(8)
整合智力资本做品牌:“两次思维性散谈”付费 18 万元	(9)
盘古开天——蒙牛创世“三板斧”	(9)
炼金术之一:起名的哲学	(9)
炼金术之二:先建市场,后建工厂	(10)
炼金术之三:产品质量的好坏等于人格品行的好坏	(12)
战上海	(12)
两龙斗法——牛犊在老虎脚下生存的秘密	(15)
借势升云:创内蒙古乳业第二品牌	(15)
没有棋局的成功,就没有棋子的成功	(17)
经营人心者赢天下	(17)