



MANAGEMENT
STORIES AND
PHILOSOPHY

故事看似简单，背后的管理哲学，参透即高人

管理故事 与哲理

中外管理◎编著

把务实的管理理念与深刻的人生洞察，在片刻间，
融入短小而有**趣的真实故事**。

直抵人性深处，**上手就能用的管理哲学**。
帮你**修炼卓越的管理思维，真正成为管理者**。

通俗的故事，论今说古，不容错过 有趣的漫画，幽默随性，生动传神

管理大师的案例集结，优秀企业家的经验汇总，生动有趣的管理学读本。

通过故事和漫画，将稻盛和夫、李嘉诚、张瑞敏等优秀管理者的经验倾囊相授。将管理的原理、策略、方法、技巧融入故事，寓教于乐，让你轻松学习管理知识，快速掌握深刻的管理智慧和哲理，提升自己的管理艺术。

众所周知，不少中华文化经典善于用故事来启发读者，把博大精深的思想内涵通过一个个小故事来进行传递。这本《管理故事与哲理》很好地继承了这一点，将管理的智慧通过发人深省的故事和通俗的语言向读者娓娓道来，将思想性和趣味性有机结合，是值得一读的佳作。

—— 宁波方太集团董事长 茅忠群

管理不是教科书，它是一种实践艺术，源于平凡，且又超越平凡。在平凡中寻找感动，在日常中遇见机遇，在故事中悟出至简哲理，这就是《管理故事与哲理》带给我们的惊喜。这是一本汇集平凡故事、博采众家智慧、启迪管理者灵魂的上乘佳作。期待与此书结缘的您，能在“大道至简”的故事中，找到那个不平凡的自己，书写出属于自己的平凡故事！

—— 哈尔滨中央红集团股份有限公司董事长 栾芳

故事是文化的传承与传播，故事里有主张、有哲理、有方法、有情感……小故事、大道理！管理，是把一个个个体的人联系并组织起来，去完成一个共同的目标。这本身就是一个非常了不起的故事！通过讲故事来讲管理是非常好的学习方法，有事，有理，有情，有趣，深入浅出，耐人寻味，易于垂范！好故事是艺术的，通过讲好故事来讲管理，亦佐证了管理确是一门永无止境的艺术！

—— 大白鲸世界管理（大连）有限公司董事长 肖峰

当今这个激流湍急的市场中，作为一个管理者需要随着经营目的和需求的变化，灵活改变自己的策略，《管理故事与哲理》从一个个生动的小故事出发，多视角讲述管理的奥秘，传授大智慧，为传统的管理制度注入一股新的源泉，是每一个管理者在工作之中都能用到的案头书。

—— 红星美凯龙家居集团有限公司总裁 谢坚

妙趣横生的故事，精彩绝伦的观点，悠远深邃的思想之光，让我们在轻松的气氛中感受学习的快乐，顿悟管理的精髓。

—— 石家庄以岭药业股份有限公司总经理 吴相君



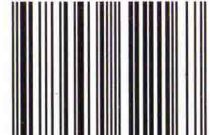
《管理故事与哲理》音频



中外管理公众号

上架建议：管理哲学

ISBN 978-7-5596-2216-7



9 787559 622167 >

定价：68.00元



管理故事 与哲理

MANAGEMENT
STORIES AND
PHILOSOPHY

中外管理◎编著

 北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目(CIP)数据

管理故事与哲理 / 中外管理编著. —北京: 北京联合出版公司, 2019.5
ISBN 978-7-5596-2216-7

I. ①管… II. ①中… III. ①企业管理—通俗读物 IV. ①F272-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第073110号

管理故事与哲理

作者: 中外管理
产品经理: 赵琳琳
责任编辑: 喻静
特约编辑: 杨亚琼

北京联合出版公司出版
(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)
北京联合天畅文化传播公司发行
天津光之彩印刷有限公司印刷 新华书店经销
字数: 304千字 710mm×1000mm 1/16 印张: 30.5
2019年5月第1版 2019年5月第1次印刷
ISBN 978-7-5596-2216-7
定价: 68.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有, 侵权必究
如发现图书质量问题, 可联系调换。质量投诉电话: 010-57933435/64258472-800

“21 世纪什么职业最吃香？”

当我在本世纪初看到这个源自美国的命题时，深为其答案所震撼。

“说书的！”

当然，所说的并非刚过世的评书大师单田芳先生，而是略带调侃地指出了一件古老事物及其背后能力的非凡时代价值，那就是——讲故事。

作为 21 世纪的管理者，你必须学会讲故事。

言外之意，在 20 世纪做管理可以不会讲故事。比如，你可以单纯用权力来管理，谁不听话你就扣他奖金，或者不给他分房，那可是致命的，于是被管理者都会规规矩矩、服服帖帖。比如，你可以单纯用命令来管理，再调皮的人在准军事化氛围中都会自觉地安分守己，不敢造次。再比如，你也可以单纯用利益来管理。在一个每个员工甚至管理者自己都有挨饿记忆的年代，没有什么比利益（而且未必很大）更能让人抓狂，比如举手之劳调高半级工资，甚至高抬贵手多发一些劳保用品，抑或是居高临下地请一顿饭，都可以引诱出足以打破头的顺从。当然，如果你足够柔软，还可以单纯用情感来管理。仅凭同姓、同乡、同学，就足以凝聚起一群本来互不相干的人。

但是，到了 21 世纪，单靠这些都不灵了。

因为，这时候管理者所面对的主流部下——“80 后”“90 后”们，在他们的人生记忆里，挨饿只是传说，匮乏只是调侃，他们无惧权威，不屑于管束，他们甚至也不怕失去饭碗，不等老板瞪眼发威，他们就先已拂袖而去。于是在 21 世纪，有了无比方便的电子邮件，但管理者们也最怕电子邮件——因为全年 365 天，随便哪一天你都可能毫无征兆地突然收到一封充满感谢言辞的邮件——没有温度，全是冰点，因为又有骨干不可挽救地要离职了。

就算他们暂时还没有离职，你要让他们替公司赚回自己的工资，并进而迸发出一些创造性的激情，也都是很困难的。你还指望像当年那样苦口婆心、拖腔带调地念报告、讲道理吗？你错了，从他们悄悄低下头打开手机将耳机塞入耳朵起，他们就不属于你了。而 21 世纪最大的难题便是，你永远不知道你的员工在办公室里紧盯电脑屏幕时，他们心里其实在想什么。就算你抓住了他们的个把溜号把柄，你会发现，所有的批评，都被视为羞辱；所有的处罚，都被视为伤害——如果对伤害都无感，那就更糟了。你抱怨他们太脆弱吗？可他们从来就没打算赖在你这儿，你反而要担心会不会马上要收到感恩邮件。

是的，他们不在乎你给的那点工资，不在乎你给的那一官半职，也不在乎你作为老板的脸色红与黑，他们只属于他们自己。

除非，你真的能打动他们。

那么，如何才能打动看起来“垮掉的一代”？你又错了，他们并不是垮掉的一代，只是现实需要我们更新我们的管理方式。而管理，本质上是通过传播与行动，来达成思维与实践上的共识。而在 21 世纪，你所要传播的内容，已经不如你所使用的传播方式重要了。

而这个方式，首推讲故事。

钱锺书先生曾说过，越趋时，往往也就越容易过时。由此我们发现，所有科技色彩过于浓重的风口工具，往往只是表面的热闹而已。反之，抓住热闹背后的本质，我们又往往会发现，它恰恰都是亘古已有的。比如，讲故事。

自古以来，所有最具管理功效的事物，基本都是依托于讲故事。比如宗教，《圣经》成为人类历史上最畅销的图书，并在数千年里流传至今，就缘于它里面有着各种故事。比如治理，中国上下五千年来，所有的帝王学习执政阶段，都离不开勤读历史著作（典型如《资治通鉴》），而历史就是无数个故事的串起。再比如一个颇具哲学意味的命题：我是谁？从哪里来？全世界各个民族都必须回答这些问题。而这些需要上溯久远而且越久远越好的问题，基本上都不是靠科学数据解答，而是靠神话传说。传说的，都是故事。而我们管理者这一代，从幼时的孙敬修爷爷，到如今的好莱坞大片，其杀伤力都来自于善于讲故事。至于当下最流行的短视频，本质上依然是讲故事。

故事的本质，从没有改变过。故事的影响力，也从没有衰减过。

那么，作为管理的首席工具，为什么故事在 21 世纪尤为重要呢？

第一是生动。故事的优势当然在于生动。但问题是我们的传统意识里往往过于强调正襟危坐的意义，而忽略生动有趣的价值。也因此蒲松龄能将古板严肃的文言文写到妙趣横生，却一生考不取功名。如果蒲老先生活到今天，一定是首席网络名人。这真是生不逢时的最大讽刺。但古人越是不以为然的，往往在今天越能大放异彩。十多年前，于丹女士的谈经论道虽然广受老学究们的争议，但她讲故事的专业方式，决定了她远比老学究们对推广儒道入户更具效能。在当今，没有权威，没有指令，没有人可以垄断真理时，一切就看你的“真理”能不能让人听得进去。你的故事生动了，你的人就生

动了，你所要讲的道理，才能跟着一起生动。否则，一切都是白搭。

第二是简单。故事为什么比经文的传播力度更大？历史书为什么比哲学书传播得更广？就因为它们简单通俗，好懂易记。能将复杂问题相对简单化呈现，不仅不意味着粗糙，反而意味着更精致的深刻和更集约的智慧。简单，在 21 世纪的中国尤其重要。在过去半个世纪，人们都把亚洲说成“压洲”。因为它承载了全世界的生产与竞争压力，特别是中国，一方面日新月异，一方面又朝不保夕。因此，在大家已被身边现实折磨得疲于奔命、超负荷承受时，与其再去啃咬那些刻板艰涩的管理模型，抑或发泄于抖音而忘掉管理，真不如跳出来品味这些简单深刻的管理故事，在片刻轻松中领悟辞短意长。这不只是效率问题，更是人文问题。

第三是简短。并不是所有故事都能成为 21 世纪的宠儿。故事能成为优势，往往就在于短，或者能够切成无数个短故事。诚如电台里的单田芳评书，精妙而且挠人之处就在于每一段就半小时，想多听没有，明天同一时间再说。在时间碎片化，进而人们注意力碎片化，又进而导致人们耐心随之碎片化的 21 世纪，越短的东西，越能吸引人。而洋洋洒洒的长篇大论，除了自我标榜与吓跑读者，已别无他用。这就好比大名鼎鼎的满汉全席如今只能出现在相声贯口里，而大家真想吃的就是分分钟出锅的鱼香肉丝。何况，在节奏如此快捷的今天，留给我们管理者看故事、讲故事，留给被管理者听故事、传故事的时间，又能有多少呢？

第四是距离。艺术美最高的境界，大都是通过距离来呈现的。越是看似不搭界的事物，当你能将它们内在联系起来时，就越会激发受众们强烈的思想冲击与审美愉悦。记得十多年前，一次和朋友聚餐用甜点，面对颇具创新意味的“冰激凌火锅”，我不经意一句——“它就像人生——冷暖与沉浮”，立即引得朋友惊呼喝彩，也让我自己记忆至今。最绝妙的管理布道，就是在你的受众以为你的天马行空与管理遥不可及时，却突然被你生生拉出一道交

集高光！就事论事永远正常，但也注定沦为平庸，最终难免说完就完。反之，你若能自如驾驭“联系产生价值”，你就能凝聚三心二意的部下，还能借众人之口传为经典。管理故事之妙，就在于对不相干事物之间内在联系的机敏洞察与深刻顿悟。

第五是好看。好看不只是指抽象层面的大餐，有时也指直观眼前的欢喜。有效管理的真谛，就是可视化。它既可以理性地可视为数据，也可以感性地可视为绘画。这也就是连环画能够超越农业时代、工业时代与信息时代，始终畅销不衰的原因。好的故事绘画，绝不仅仅是对故事情境的机械再现，更包括一种艺术化的二度创作。诚如精妙的翻译与配音，共同组成了一部进口大片得以长久流传不可或缺的有机元素。文字与绘画相结合，更彻底地激发了我们每一位读者的想象空间与阅读愉悦。

于是，“管理故事”就构成了《中外管理》杂志创刊28年来，最具特色、最受欢迎，也是我仅有的每月笔耕不辍的两个栏目之一。因为我深知，我和我的同事们一起持续十多年坚持在做的，究竟是件多么有意义的事！

而今，我们将十多年积攒下来的数百则生动故事及内在哲理的挖掘，加以选择，重新汇编结集成书。我亦深知，我和我的同事们所编著的，将是一本管理者睡前的枕边书、梦中的灵感书、会上的布道书、席间的段子书、路上的伴手书，最终成为我们企业文化的落地书！

说书的说完了。接下来，就该由您来读书、品书和荐书了。

《中外管理》杂志社社长兼总编 杨光

2019年清明后一日

管理也是讲故事，你讲别人的管理故事，别人讲你的管理故事，你讲别人的讲多了，你就是名嘴，别人讲你的讲多了，你就是名家。《管理故事与哲理》，是讲别人的管理故事，讲多了就是名著。

——北京腾驹达猎头公司董事长 景素奇

管理是一门科学，更是一门艺术，是对实践的总结、提炼和升华。寓管理的哲理性与趣味性于一体的最好表达方式无疑就是管理故事。《管理故事与哲理》之于管理者，既可作为团队培训的故事宝典，又是指导管理实践的思想宝库，实在是一本难得的案头好书！

——黑龙江华彩建材科技有限公司董事长 孙国忠

人类依靠自身智慧和创造得以不断地演绎和进化，而这些智慧和创造又大多源于日常生活的经历。《管理故事与哲理》一书立意独特，它将人们生活中一个个平凡的小故事挖掘出来，从管理的视角剖析，引发思考，启迪智慧。

他山之石，可以攻玉。广大读者定能于轻松中悦读，于掩卷后联想，这本书实为不可多得的好书。

——湖南松井新材料股份有限公司董事长 凌云剑

管理是对事不对人，做事关键在于流程，94% 的错误都在于流程。

敢管理是对人不对事，不迁就任何人，不敢管理的必定是少数人，这就是对多数人的不公平！

——哈尔滨森鹰窗业股份有限公司董事长 边书平

哲理往往来自外部，而感悟来自内心。从故事中悟出的往往是自己的原创，更好记忆，更易传播，也更有说服力。

《中外管理》编辑精选的管理故事与哲理，短小精悍，发人深省，适合各个层次的读者阅读。

——帽仕汇品牌创始人 孙建华

读故事，悟管理，管理不仅仅是科学，更是实践，是艺术！管理对象千差万别，优秀的管理技巧蕴藏在一个又一个管理现场的实践案例中，《管理故事与哲理》鲜活不枯燥，灵动有深意。他山之石，可以攻玉，该书小故事、好内容，悟管理、易实践。轻松读管理故事，快乐提升管理能力。

——四川麻辣空间餐饮管理有限公司董事长 肖守建

人类自从有了集体活动，就出现了管理，管理存在于人们生产、生活的各个方面。随着社会生产力的发展、科技水平的不断进步、生产社会化程度的日益提高，管理逐步演化成一项专门的社会全职能，而且其本身的复杂性和重要性也在日益提高。但对于“什么是管理”这一问题，始终众

说纷纭，至今没有一个公认的答案，因为每个人的角度不同，考虑问题的出发点不一样，所处的时代背景和社会背景也各不相同。《管理故事与哲理》却给我留下了深刻的印象，其非凡的意义、博大的精髓，深深地吸引了我。它对以往传统的以经验为主的管理模式是重大的突破，并使人对管理有了新的认识。

——亚蒂芙(北京)贸易有限责任公司董事长 朱娜莎

当今社会商业环境的变化如此快捷，已经不可能像过去两百年那样产生那么丰富的管理理论了，所以发生在一些成功企业或企业家身边的这些鲜活的故事就变得更有价值了。把这些故事精选编辑成书，就好像有了一本可供随手翻阅的“管理辞典”。

——湖南万容科技股份有限公司董事长 明果英

每次收到《中外管理》杂志，总是会迫不及待地找管理故事与哲理先睹为快，因为看得懂、记得住、用得上。一个个小故事总是蕴含着大道理，它们通俗易懂，给人启发；短小精悍，令人回味无穷；深入浅出，令人印象深刻；寓意深远，堪称经典。

——北京瑞京医院管理有限公司董事长 卓国金

管理故事是在管理中发生的，故事反映的哲理都是管理实践经验。小故事，大道理。用故事反映管理问题，用哲理剖析问题本质与根源，从而解决管理实际问题。《管理故事与哲理》是一本好书，能够成为管理者的好助手。

——阳坊胜利投资管理有限公司总经理 李晶蕾

故事背后是场景，场景很容易拉近距离，更容易让人产生共鸣，引人思考，记忆深刻，理解容易，应用则更容易。

——中外管理商学院·泰山书院院长、股权战略理论提出者 马方

古今中外，优秀的经营者既是管理学家又是哲学家，他们能把好的经营哲学渗透到组织内部。《管理故事与哲理》用小故事的形式将经营者丰富的人生观、经营观进行归纳、总结。看似简单的故事背后往往蕴含着丰富的哲理。

——郑州大兴餐饮管理有限公司总裁 许宁

能够用严密清晰的逻辑去阐述一个道理是一种技术，但能够用浅显生动的故事去启悟事情的本源是一门艺术。毫无疑问，管理就是技术和艺术的结合体，《管理故事与哲理》用艺术的手法去描绘技术背后的哲理！

——江苏百邦人力资源有限公司总裁 杨华

小故事见大智慧，一字洞悉天下，一语道破天机。简单故事给人意味深长的启示。经营的高手，总善于用通俗的语言表达出深刻的哲理。

——广州道成智聚咨询集团创始人 田和喜

成功无大小，故事有乾坤。从管理故事中跨界学习，践学践行、渐行渐悟，让《管理故事与哲理》伴随工作实践，创造每个人自己的管理故事，悟出企业经营之道，修炼领导心性。

——零牌顾问机构技术导师 祖林

是真佛只言家常。《管理故事与哲理》，像一位深邃的智者，以朴实的语

言娓娓道来，讲述意味深长的故事，揭示管理的真谛。阅读《管理故事与哲理》，常给我柳暗花明、醍醐灌顶之惊喜！

——青岛知行合一企业管理咨询有限公司合伙人、总裁 姚凤鹏

企业家最应该学习的知识是心理学和哲学，因为：不学心理学，无以洞察人性；不学哲学，无以洞察真理。《管理故事与哲理》是用真实的商业故事讲授商业的哲理、人性的真谛！

——普智私董学院院长 刘百功

小故事有大道理，好故事有大智慧。讲好故事是现代管理者的一项必备技能。

我们今天生活在信息流的时代。风起云涌，波澜壮阔，俯拾皆是的机遇塑造着无数绚丽的梦想。但是浮华和急功近利的心态让无数人折戟沉沙。真正立于潮头并到达理想彼岸的，绝不是扬鞭奋蹄一冲到底，而是笃守恒定的信念：低潮时，耐得住寂寞，凝心聚力；必须冲刺时，义无反顾，勇往直前！

成功者的故事千差万别，但核心要义颠扑不破！

——安徽长安开元投资集团董事长 吴成月

成功的故事和成功的人宛如璀璨星辰，熠熠生辉但只可远观，难以深入观察和体会。本书见微知著，浅显易懂，引人入胜，带领读者探索和领略管理智慧的浩瀚和美妙，了解成功背后的哲学。好的故事，精彩纷呈，领略一二以致用，足矣。

——联通创新互联股权投资基金董事长

大华大陆投资公司总经理 王勇

管理，是科学，更是艺术。科学的规律有其内在的逻辑可循，艺术的殿堂，除了勤奋，更需要感悟。《管理故事与哲理》就像 MBA 教学的一个个小案例，通过故事的形式，给我们启迪，让我们去感悟管理的艺术，让我们在自己的管理实践中去尝试，值得推荐给身边的朋友。

——重庆智展齿轮传动有限公司董事长 何荣

学、商、咨询、媒体各界视角天然不同，对于管理自然形成了不同的认知；就算是长期在一线拥抱实践的企业家，对于管理也有林林总总的思维模型。众声喧哗中，常识让位于热点，逻辑让位于情怀……看似热闹，其实缺乏有质量的讨论和有价值的共识，于是，错误的认知被一次又一次地重复，执迷者还浑然不知。《中外管理》用最简单的管理故事来阐释哲理，让不同视角能够回归同一坐标，开悟心智，意义深远！

——穆胜企业管理咨询事务所创始人

北京大学光华管理学院工商管理博士后 穆胜

亚里士多德说过：“我们无法通过智力去影响别人，感情却能做到这一点。”成功的企业家多是哲学家，哲理属于思辨智慧，理性的哲理要想影响别人，最佳载体就是故事，因为故事带有温度和情感，更易触动人心。所以，无论企业家还是管理者，都应该成为会讲故事的人。《管理故事与哲理》一书，通过一个个富有哲理、引人入胜的故事，启发读者“悟道”，从而“明体达用”。这是一本启发企业家和管理者如何有效布道，实现企业文化落地的“故事书”，是一本值得收藏和反复阅读的枕边书。

——山东蓝海酒店集团创始人、董事长 张春良

赫尔曼·谢勒说：“我们给孩子讲故事，为了哄他们入睡。我们给大人

讲故事，为了让他们醒来。”《中外管理》中的管理故事是讲给企业人听的，它有让企业家清醒、奋发、坚持、快乐、长寿的影响力……持续二十多年的年会就是一个大故事会，年年聊过去说现在讲未来，年年都有精彩，企业家愿意听，因为有味道。《中外管理》为企业编著的《管理故事与哲理》，使企业的本质得到了回归。企业的本质都是“搞教育”的，是首先培训合格职业人，而后提供“有灵魂”的产品与服务，如此企业才可能长久，员工才有欢乐。

——济南金达药化有限公司总经理 程玉水

作为全国领先的管理大刊，《中外管理》杂志社编著的《管理故事与哲理》值得您拥有和阅读，短小精悍，雅俗共赏，发人深思，启迪智慧。

——厦门立方家居有限公司董事长 高力永

《管理故事与哲理》是很好的展示企业文化的载体，透过一个个故事，读者可以了解公司文化的方方面面，进而认识公司，认同公司文化。来应聘的员工和新进入公司的员工通过阅读故事，可以快速了解公司，认知公司，融入公司。《管理故事与哲理》是推广传播企业文化的好平台。

——胜利油田森诺胜利工程有限公司董事长 姜传胜

两百多个超有趣的管理故事，分享了成功企业的价值观。这些价值观的体现正是企业文化，也正是企业家精神。人人都是自己的CEO，自我管理也应像经营企业一般。从事管理工作需要此书，因为它是实用指南；努力生活的你更需要此书，因为它能指引你通往幸福的人生。

——侯马市家和商贸有限公司总经理 张萌

通过讲故事的形式，把一些管理哲理和人生哲学变得更生动、更鲜活、更有说服力。

一个好的企业文化，首先肯定会由许许多多来自基层、来自一线的故事组成，这些故事，会不断地激发员工的向心力、凝聚力，促进企业持续健康地发展。

《中外管理》把发生在各行各业的故事汇编成书，对企业的发展和成长起到非常重要的意义。

——青岛海佳机械有限公司行政总监 邢相虎

想要打动人心，必须会讲故事。讲故事已经成为一门需要掌握的必备技艺，更是一项成效强大的领导技巧，但凡成功的领导者都是讲故事的高手。好的故事相比空洞的说教和枯燥的数字，更能赢得听众的心，起到事半功倍的效果。企业家应学会用讲故事的办法向员工传达自己的经营理念，从而达到“上下同欲者胜”的目的。

——湖南松柏集团董事长 侯瀚雨

中外管理三十年
智慧天下人才全
财经商界和企业
一路随行立航帆
小小故事大道理
拨云见日现蓝天
航灯穿透茫茫夜
迷途指引好归返
运筹帷幄大智慧