

<<常识与管理>>

图书基本信息

书名：<<常识与管理>>

13位ISBN编号：9787111257929

10位ISBN编号：7111257928

出版时间：2010-10

出版时间：机械工业出版社

作者：肖知兴

页数：192

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

上大学的时候，我们有一个很出名的老师，主编了很多大部头的丛书，每次出国都背很多英文书回来，家里的英文书多得几乎快要擦不下了。

大家都觉得他很有本事，见过世面，很佩服他。

有一次上课，他跟我们说，西方人的思维方式跟我们不同，他们的思路是跳跃性的，我们中国人很难理解。

大家作恍然大悟状：怪不得西方人的文章，不管翻译的还是原版的，都那么难读！

觉得这老师水平就是高，所以能看出这一点来，跟那些只知道照本宣科的老师，就是不一样。

后来，我在国外念博士，读浩如烟海的各种英文文献，用英文写各种作业和论文，才发现，西方人的思路一点都不跳跃。

普通的说理文章是这样，正规的学术论文更不用说，都非常讲究逻辑性，从最简单的常识和公理出发，然后丁是丁，卯是卯，一个萝卜一个坑地往前推进，轻易找不到概念不清、逻辑不稳之类的错误。

反倒是自己写的东西，不知道被老师当头棒喝了多少次，才慢慢地改变了原来那种峻急、情绪化、以偏概全、好为高论等各种典型的中式思维的毛病，一步一步地脚踏实地起来。

管理不是什么火箭科学（It is not rocket science！

），不过是对常识的一些整理和加工。

中国学校的老师上课的时候喜欢问学生：大家听懂了没有？

西方的老师则喜欢问：我讲清楚了没有？

言下之意，如果大家没有听懂，是因为我没有讲清楚，我需要讲得更清楚。

可惜，多少想学点管理学的中国人已经被装腔作势的老师、咨询师、译者和作者吓怕了，觉得自己是不是弱智，所以才无法理解他们讲的这些高深的管理学道理。

<<常识与管理>>

内容概要

本书虽以“常识与管理”命名，却没有局限于常识与管理，而是包罗了“企业与行业”、“历史与环境”、“评论与反思”等各类随笔，看似洋洋洒洒，实则高屋建瓴、纤微毫末并蓄，借古今中外之事，而发管理之幽思。

第五篇更收入2007年“中欧总经理深圳沙龙”讲演稿，娓娓而谈，于平实处功力自现。

作者简介

肖知兴，1972年生于江西吉安，1993年毕业于中国人民大学，先后任职于中国技术进出口总公司和诺基亚(中国)投资有限公司，2004年获得法国欧洲工商管理学院(INSEAD)组织行为学博士学位，现执教于中欧国际工商学院(CEIBS)。

他是《欧洲管理评论》(EMR)的编委，国际中国管理研究协

<<常识与管理>>

书籍目录

前言 第一篇 常识与管理 建筑美的背后 餐馆中的管理 地铁中的城市 物业、权力与暴力 海洋馆里的小把戏 出租车里的忙乱 酒桌上的生意人 广播与集体主义 我们注定无处可逃? 发现儿童 沪宁路上的思考 客厅里的电视机第二篇 企业与行业 管理溢价的来源 《华为的世界》，世界的华为 小狗叫, 大狗跳 教育产业化的悲剧 超市之超 家电业的溃败 旅游业的内需 危险的关系第三篇 历史与环境 授权、分权与放权 中国式管理，“台湾式管理”？城市与商业 关于家臣战略 《劳动合同法》的“障眼法” 中国企业的出身问题 耶弗他之女 批评与进步 繁荣与危机 分工与专业第四篇 评论与反思 大师的足迹 错过明茨伯格 蓝海战略如何落地 一级品是怎样制造出来的 被批评的商学院第五篇 沙龙与访谈 “报”的哲学与实践 如何把一群平凡的人组织起来做不平凡的事情 15条高投资政策易说不易做 员工流失率如何控制 关于培训、轮岗和平等的困惑 人才甄选之感：才与德的平衡 关于平等的注解 契约文化在中国的前途 “中学为体，西学为用”？
论中外经营管理的黄金法则 问答录（一） 问答录（二） 问答录（三）

章节摘录

陆的中餐馆主要是温州人经营，店堂装修、服务方式、菜的样式，都惊人地一致。

酸辣汤、西兰花、咕咾肉之类，反正就是那几个菜。

中国人到了国外，天不怕，地不怕，就怕国外的中餐。

有那么点中餐的意思，但又完全不是一回事，反倒把大家吃中餐的胃口勾起来，只好搞精神会餐，一起回忆国内的各种风味的菜，越说越馋，越馋越说，那可真叫个“欲火中烧”！

所以，如果有人跟你说，他多么地爱国、急于回国报效之类，不要轻易相信他，难说事情的真相其实就是肚子爱国。

巴黎还好点，有一些面向华人的比较地道的中餐馆。

十三区一带还有很多越南侨民开的餐馆，虽然装修不太好，但还算是比较地道的越南菜，实在是馋急了，还可以换个口味。

欧洲别的地方就没有这个奢侈了。

虽然不管多么偏远的国家、多么偏远的小镇都能找到中餐馆，但进中餐馆之前，一定要先端正思想，不能想入非非，拿中国的餐馆的标准去期待它们，否则后果肯定不堪设想。

有时候与这类中餐馆的老板聊天，说起国内在菜式方面的各种创新，为什么不与时俱进，换换菜谱，老板多半会告诉你，鬼佬就爱吃那几个菜，你要是换菜，他们还不买账。

听起来也有点道理，可惜，与这种几十年、上百年一贯制相关的一个现象是，中餐馆总是要比旁边别的餐馆便宜一大截。

据说，因为连日餐卖得都比中餐贵，所以逐渐有了很多中国人开的日本餐馆，也算是曲线实现“产业升级”了。

吃的方面，刚从国外回来的中国人，就像到了天堂一样，随便找一个餐馆，就能吃出“今夕何夕”的感慨来。

时间一长，就发现，与国外中餐馆的几十年一贯制相比，在国内要找一家几年、十几年味道、服务都保持一致的餐馆，却又比登天还难。

一般的餐馆，如果火了，也就火个半年八个月。

到了第二年，地毯脏了，服务员胖了，菜的味道也不一样了，只好又重新关注当地报纸杂志的美食版，寄希望于下一家“当红炸子鸡”了。

不说别的，以靠新派川菜在北京、上海红透半边天的“俏江南”为例，刚开始是开一家，火一家。

我观察他们的透明厨房，确实非常干净、整齐，摆脱了中国传统厨房那种油腻腻、黑糊糊的形象，非常让人振奋。

我一度还想拿它做个研究题目，看他们是怎么解决中餐流程化、编码化、可复制化这个世界级的难题的。

过了一段时间就发现，菜品和服务的质量明显下滑，完全不是这么回事了。

透明厨房倒还在，但如果你还想在那吃饭，估计还是不要花太多时间往里看比较稳妥一些。

一般人都以为餐馆卖的是美食，其实餐馆还卖一样东西——一贯性。

美食是值钱的东西，但更值钱的是能几年、几十年保持一贯的美食。

开餐馆的可能会说，这年头，人们嘴刁，一家餐馆，只能火一段时间，是这个行业的客观规律。

是的，不能完全排除这个因素，但是，作为餐馆老板，你更应该问的是，你是否下过工夫，让你的餐馆的质量、服务在较长的一段时间内保持一致呢？

要做到这一点，不在管理上下点真工夫，把基本功练好，让员工们有那种把简单的事情做一千遍、一万遍都不变形的职业化素质，是不太可能的。

当然，高质量与一贯性之间还是有一定的取舍关系：越是高质量的美食，要做到一贯就越难。

熟悉美食的人们可能都听说过《米其林指南》。

这家轮胎公司从1900年开始出版的旅游指南，是欧洲尤其是法国餐馆业的无冕皇帝。

一颗星的餐馆表示“值得停车一尝的好餐馆”；两颗星的餐馆表示“一流的厨艺，提供极佳的食物和

<<常识与管理>>

美酒搭配，值得绕道前往，但所费不赀”；三星的餐馆表示“完美而登峰造极的厨艺，值得专程前往，可以享用手艺超绝的美食、精选的上佳佐餐酒、零缺点的服务和极雅致的用餐环境，但是要花一大笔钱”。

获得一星的餐馆只要维持既有的水准，这颗星通常可以一直保留。

但是二星或三星的餐馆只要被发现一点疏忽就会被降等，特别是被评鉴为三星的餐馆，一定要经过好几年的观察，年年维持在水准以上的表现（由米其林公司秘密派员负责独立品鉴，每年多至几十次），才有可能获得三颗星的评价。

所以，米其林三星餐馆成为人们心目中的传奇，提前几个月预订，专程买机票，就为了吃那一顿饭！

同样的道理，走平民路线的肯德基与麦当劳这种快餐品牌，在这个取舍关系中，偏重的是一贯性：重要的不是吃得有多好，而是走到哪里，口味、服务都一致。

所以，必须在编码和流程上下大工夫，才有可能做到。

有意思的是，很多朋友都觉得，国内的肯德基与麦当劳往往比国外的肯德基与麦当劳质量和服务都要好一些，也许是因为在中国，它们毕竟是跨国公司，市场定位比起国内的其他餐馆业同行来相对要高一些吧；当然，更离不开中国员工的聪明、勤奋、荣誉感和我们几千年的饮食文化的沉淀和积累了。

回过来看，国外中餐馆几十年一贯地卖咕咾肉，应该也属于在他们那种竞争环境中被逼出来的生存之道吧。

我注意到，法国与中国有两点非常相像：自行车多、美食多。

但让人无可奈何的是，中国虽然是自行车大国，在自行车运动上，却根本排不上号。

如果在这个我们最引以为豪的美食上，我们还是输得那么惨，那可真是情何以堪！

<<常识与管理>>

媒体关注与评论

从普通人的角度，从日常生活的角度，通过常识来学习管理，是《常识与管理：日常生活中的管理学》的宗旨所在。

通行的管理书很多要么是“翻译体”，以一幅貌似有知识的样子拒人千里之外；要么是“寓言体”，容易接近却有被人嘲笑为头脑简单之可能。

很多人因为这些原因厌烦甚至怀疑管理学，我希望《常识与管理：日常生活中的管理学》能让很多普通读者恢复对管理和管理学的兴趣。

——肖知兴

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>