

<<水煮三国>>

图书基本信息

书名：<<水煮三国>>

13位ISBN编号：9787508638362

10位ISBN编号：7508638360

出版时间：2013-6

出版时间：中信出版社

作者：成君忆

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>

<<水煮三国>>

前言

《水煮三国》2003年首次出版，而后畅销海内外，至今已有五个年头。它以令人啧啧称叹的销售量成为管理学著作的传奇，并且在一段时间之内造成所谓的“水煮现象”，出现了大约一百多种跟风的图书。这种以人文历史的路径来诠释人生与管理理念的写作方式，也对后来的商战小说、职场小说以及历史题材的作品产生着冲击波似的影响。除此之外，它的盗版也是铺天盖地。某天傍晚，我走过北京长安街，每走十来步就看见一个小贩在卖盗版图书，其中赫然陈列着《水煮三国》。

我要感谢命运女神对我的偏爱，也要感谢中信出版社的潘岳女士和方希女士——抑或命运女神那时就附着在两位女士身上，让她们成为我的编辑和老师，使得《水煮三国》有了“招摇过市”的机会。还有那些负责图书发行与市场营销的朋友，也为此做出了许多卓有成效的努力。每当念及于此，我就不免为自己的幸运而自鸣得意起来。

从那以后，我便一“煮”成名。就像《细说三国》的黎东方先生当年所说的那样：“用和平的方法翻了身。”我不再是一个追赶电梯的上班族，也不再从事卖弄聪明的管理咨询工作。因为有了了一定的知名度和财务自由，我能够以自由职业者的身份，或者外出讲学，或者回家写作，同时也有了更多的时间去读我喜欢的书。

与此同时，我也常常为《水煮三国》中那些精彩却失于轻佻的论述而惶恐不安。我就像一只开屏的孔雀，一面展示着羽毛一样华丽的语言，一面却唯恐露出屁股一样丑陋的学养。于是我发了一个宏愿，要认真研读中国历史文化中的管理智慧，作为改过自新的证明。我开始试图从“用人文历史来诠释管理”的写作方式。

走向“用人文历史来研究管理”的求学方式。在我的眼里，历史就是管理学的案例，无论是国家的历史、民族的历史，还是企业的历史。所谓以史为鉴，其实就是对这些案例的研究与借鉴。于是，就有了《水煮三国》之后的几部论著，尽管它们并不像《水煮三国》这样畅销，但那种“从历史学的路径来看管理，从管理学的路径来说历史”的尝试，却也是一种很有意思的学术特点。各位读者朋友如果有心，也可以找来看看。

记得两年前在河南郑州，有一位记者询问我对《水煮三国》的评价，我说了五个字：“不是很满意”。

这位记者便联想起钱钟书先生的《围城》，因为钱钟书先生在《围城》的“重印前记”里也说过四个字：“不很满意。”

我深知自己有轻佻而易于激动的毛病，不敢与钱钟书先生相提并论，但心中却萌生出一种见贤思齐的仰慕之情。

我已经深深地知道，与其做一个哗众取宠的作者，不如做一个独善其身的学者。让我感到惭愧的是，在独善其身方面，我还做得很不好。

每次跟读者们见面，总有人问起小女成都，问起她的名字有什么意义。我以前在“初版前言”中解释过，而今在“再版前言”中，我想换一种新的解释。所谓成都，就是成为一个长耳朵的人——一个善于倾听的人。我愿意和我的女儿一起，学会倾听生命中那些玄妙的声音。

成君忆 2008年3月5日于珞珈山下

<<水煮三国>>

内容概要

在华语管理学界，《水煮三国》激起的波澜至今无人能平复。且不说后来追随者云集，批评之声也从未间断，仅仅是百万余册的销量就足以反映出那些或共鸣、或愤懑、或钦佩、或鄙视的复杂心态。

引起纷争本不是一本经典的必须，但小小的支点撬动华语文化圈如此激烈的思想碰撞，何尝不是一件值得自豪的事情。

低俗也好，通俗也罢，如今回看《水煮三国(十周年纪念版)》——这个早已跳出三界之外的这个小小支点，又岂止一句麻辣过瘾而已？

<<水煮三国>>

作者简介

成君忆，自1992年从业于企业管理咨询，被誉为管理学界的文学派和文化学派。

2003年出版成名作《水煮三国》，开创了管理文学的写作流派。

此后陆续有《孙悟空是个好员工》、《爱情经济学》、《在梁山公司野蛮成长》和《千里走三国》等一系列具有成氏风格的管理文学著作问世，奠定了他在管理学界的江湖地位。

另有译著《老人与海》、《峰与谷》、《一分钟经理人的第四个秘诀》，亦是颇得读者们好评。

<<水煮三国>>

书籍目录

十年序再版前言初版前言第一章 创业时代的七堂必修课第二章 能把梳子卖给和尚吗？第三章 箍水桶的学问第四章 管理是一种控制性的游戏第五章 胡萝卜的种类与用途第六章 老母鸡的烦恼第七章 刘备的菜市场理论第八章 曹操煮酒论人才第九章 关公的脸谱第十章 袁绍的管理学手记第十一章 曹丕的办公室恋情第十二章 猎人的狗力资源管理第十三章 在职场中如鱼得水的生存智慧第十四章 让时间快速增值的囊妙计第十五章 管理老板的勇气第十六章 做一个勇敢的部属第十七章 料敌制胜的促销管理第十八章 攻心为上的泡妞兵法第十九章 蚂蚁靠什么绊倒大象第二十章 雇佣军的困境与出路第二十一章 长尾猴、斑马和狮子的故事第二十二章 管理是一种文化活动第二十三章 如何完成任务的学问

<<水煮三国>>

章节摘录

求职遭遇奇妙陷阱话说刘备大四毕业那年春天，卢植因为得罪了校办公室主任左丰，被指控犯罪批捕入狱，案由涉及男女情色和贪污受贿。

直到刘备毕业离校，才因为查无实据而无罪获释。

只是等他出来时，他已经不是校办公公司的总经理了，一个叫董卓的人顶替了他的职位。

准确地说，卢植前脚入狱，董卓后脚上任。

这个董卓并不是长江大学的教职员工，而是一介商人。

他上任之后，立即把校办公公司换了招牌，名曰奇妙保健品有限公司。

又在校报上刊登了一则广告，招聘市场营销人员，并且在学校大礼堂举办了一场招聘说明会。

刘备、关羽、张飞相约一起前去应聘，走到门口一看，前来应聘的人还挺多。

刘备苦笑道：“看来工作岗位也成了一种稀有资源，竞争激烈得很呀！”

总经理董卓亲自主持招聘说明会。

首先，他展示了奇妙公司的专利产品“奇妙聪明梳”。

他介绍说：“这把木梳看似普通，其实有着极高的科技含量。

它选用云南边境神奇的阳橙树为原材料，经过18道现代化制作工艺制成。

值得说明的是，作为原材料的阳橙树是一种珍稀树种，很多植物学家都不知道，我们公司特地在云南边境买了7000多亩山地来培植这种濒危的珍稀树种。

还有一点，这把木梳是用特制药水浸泡过的，木梳的齿儿也是经过特别设计的，通过这38道齿儿对头皮的梳理，能有效刺激大脑的沟回，激活脑细胞，达到醒脑益智的保健效果。

台下有人问：“这把木梳多少钱哪？”

董卓说：“原价2880元，但为了回报广大消费者对奇妙聪明梳的厚爱，现价880元，仅仅是原价的一个零头儿。

他强调说：“这是很便宜的。

大伙儿说：“880元一把木梳，那也不便宜呀！”

董卓说：“你们不要拿它和普通木梳相比，它毕竟是高科技产品啊！”

再说了，它是为人的大脑服务的，大脑的价值是无限的，是不能等同于猪脑袋的，对吧？”

这下，大伙儿就无话可说了。

接下来，董卓介绍公司的薪酬待遇，每月底薪16000元，另外还有绩效奖金和在职培训。

16000元？

会场上顿时沸腾了。

一出校门就能拿到16000元底薪，简直就像天方夜谭似的不可思议，这奇妙公司可真是奇妙啊！

大伙儿争先恐后地往前挤，把发放求职申请表的小姐围得水泄不通。

把梳子卖给和尚刘备、关羽、张飞都顺利地通过了初选，成为奇妙公司的试用员工。

公司还特地在虎牢关商务度假区为他们安排了为期三天的ABC岗前培训。

A是assertive的简写，英文原意是有主见。

B是beautiful的简写，英文原意是美丽。

C是creative的简写，英文原意是有创意。

董卓解释说：“A的主见不是井底之蛙的固执，而是意味着良好的个人素质，以及由此形成的自信心。

“B的美丽也不是那种虚有其表的漂亮，而是意味着训练有素的职业表现，能给出顾客喜欢的第一印象。

“C的创意则意味着随时可以从工作和生活中加入有意义的、有发展性的、新的、进步的刺激变量，从而使工作更有意义、更丰富。

他说：“ABC就是效能。

公司举办这一期ABC岗前培训的目的，就是希望在座的每一位都能够成为有效能的员工。

在这一期ABC培训的后面，我们安排了一道实践性的试题：以一个月为试用期，每人推销100把奇妙聪

<<水煮三国>>

明梳。

凡是通过这道测试的，就可以证明他是一个有效能的人，并且可以立即成为奇妙公司的正式员工，享受‘底薪16000元+绩效奖金’的薪酬待遇。

”学员们吃了一惊，纷纷议论说：“一个月推销100把梳子？

搞错没有？

这怎么可能呢？

”董卓让大家安静，进一步解释说：“之所以安排这道实践性的试题，是因为公司认同相马不如赛马的人才选拔理念。

真正有效能的人就像千里马一样，一‘赛’就出来了，对不对？

你们知道吗？

在你们前面，甚至有人成功地把梳子卖给了和尚，以高难度的推销技巧答出了这道试题。

既然他们能做到，你们为什么做不到呢？

”学员们更加惊奇了：“有人成功地把梳子卖给了和尚？

谁呀？

他是怎么做到的？

”董卓问：“是啊，和尚怎么会买梳子呢？

众所周知，梳子是用来梳理头发的，而和尚是光头，不用梳子，把梳子卖给和尚有悖常理。

可是，尽管大多数人认为这是不可能办到的事情，但还是有敢为人之不敢为者，把不可能变成了可能，变成了现实。

你们想不想听这个富有传奇色彩的故事呀？

”学员们说：“想！

”于是，董卓像幼儿园的阿姨教小朋友那样，请大家端正听讲姿势，然后开始讲述《把梳子卖给和尚》的故事：这是奇妙公司创业之初发生的一个故事。

为了选拔真正有ABC效能的人才，公司要求每位应聘者必须经过一道测试：以赛马的方式推销100把奇妙聪明梳，并且把它们卖给一个特别指定的人群：和尚。

这道立意奇特的难题、怪题，可谓别具一格、用心良苦。

几乎所有的人都表示怀疑：把梳子卖给和尚？

这怎么可能呢？

搞错没有？

许多人都打了退堂鼓，但还是有甲、乙、丙三个人勇敢地接受了挑战……一个星期的期限到了，三人回公司汇报各自的销售实践成果，甲先生仅仅卖出一把，乙先生卖出10把，丙先生居然卖出了1000把。

同样的条件，为什么结果会有这么大的差异呢？

公司请他们谈谈各自的销售经过。

甲先生说，他跑了三座寺院，受到了和尚无数次的臭骂和追打，但仍然不屈不挠，终于感动了一个小和尚，买了一把梳子。

乙先生去了一座名山古寺，由于山高风大，把前来进香的善男信女的头发都吹乱了。

乙先生找到住持，说：“蓬头垢面对佛是不敬的，应在每座香案前放把木梳，供善男信女梳头。

”住持认为有理。

那庙共有10座香案，于是买下10把梳子。

丙先生来到一座久负盛名、香火极旺的深山宝刹，对方丈说：“凡来进香者，多有一颗虔诚之心，宝刹应有回赠，保佑平安吉祥，鼓励多行善事。

我有一批梳子，您的书法超群，可刻上‘积善梳’三字，然后作为赠品。

”方丈听罢大喜，立刻买下1000把梳子。

公司认为，三个应考者代表着营销工作中三种类型的人员，各有特点。

甲先生是一位执着型推销人员，有吃苦耐劳、锲而不舍、真诚感人的优点；乙先生具有善于观察事物和推理判断的能力，能够大胆设想、因势利导地实现销售；丙先生呢，他通过对目标人群的分析研究

<<水煮三国>>

、大胆创意、有效策划，开发了一种新的市场需求。

由于丙先生过人的智慧，公司决定聘请他为市场部主管。

吕布卖出了999把梳子一个月的试用期很快就要到了，可是刘备连一把梳子也没卖出去。

问关羽，关羽同样如此。

问张飞，张飞卖出了6把。

刘备说：“哎哟，还是三弟有能力呀！”

”张飞眨了眨眼：“我有什么能力？”

还不是姑妈、姨妈、舅妈、堂姐、表妹看我可怜，一人买了一把。

”关羽说：“那也只有5把呀！”

”张飞苦笑着说：“还有一把，我自己买下送给女朋友了！”

”刘备慨然长叹道：“想当初我们勤工俭学时也做过不少事，为什么现在连一把梳子都卖不出去呢？”

我们兄弟三个怎么突然变得这样窝囊呢？”

”关羽也发愁地说：“眼瞅着这个月的销售任务是完不成了，这可怎么办呢？”

”张飞咂了咂嘴巴，说：“我女朋友给我出了个主意，说自个儿把100把梳子全买下来。”

”关羽问：“那为什么呀？”

”张飞说：“还不是冲着那16000元的月薪吗！”

一个月16000，6个月，买梳子的钱不就全回来了吗？”

还落100把梳子呢！”

”刘备说：“那不是欺骗公司吗？”

”张飞说：“公司的领导只要求你完成销售量，他管你卖给谁？”

”刘备说：“你这种看法不对，公司给我们一个月的试用期，考核的是我们的能力，不是销售量。”

”张飞说：“大哥啊，你这人忒实诚了。”

我只问你，你究竟还想不想要这份工作？”

”刘备想了想，毅然决然地答道：“我父亲临终前叮嘱过我两句话：‘做好人，自当有正大光明气象；成大事，不可无勤勉谨慎功夫。’

我宁可不要这份工作，也不能这样自欺欺人！”

”关羽也附议着说：“大哥说得对。”

大丈夫为人处世，当如日月经天，江河行地。

没准儿，公司要的就是大哥的这种人品呢！”

”张飞举手认输，说：“好好好，既然你们都这么固执，我也只好牵着你们的衣角走啦！”

嗯，在学校咱们兄弟三个是优等生，这月底考核咱们兄弟三个就成了劣等生！”

咱们啊，就厚着脸皮等着吧！”

”果然不出张飞所料，月底业绩考核，其他的同事几乎都超额完成了任务，其中，吕布以999把的销售量成为当月的冠军，唯独他们兄弟三个名列黑榜。

董卓把兄弟三个叫进他的办公室，虎着脸问：“我就弄不懂了，为什么别人都能完成任务，唯独你们三个这么不中用呢？”

你们看看人家吕布，跟你们一起进公司，一起在虎牢关培训，可人家就做出了999把的好成绩，比我当年的这个丙先生仅仅差一把！”

我真是搞不懂，整整一个月，你们都在想什么？”

”张飞不服气地说：“谁知道他们是怎么完成任务的？”

我敢担保，他们中间肯定有人弄虚作假，自己掏钱买梳子来充数！”

”董卓生气地说：“自己掏钱怎么啦？”

自己掏钱，意味着他喜欢自己推销的产品。

己所不欲，勿施于人，推销自己喜欢的产品就是一种良好的职业道德的表现。

你们为什么就不能学着点儿呢？”

”他用水笔敲打着大班台，沉吟了两分钟，口气缓和了下来，说：“这样吧，我再给你们一个月的考核期。”

<<水煮三国>>

不管是别人掏钱还是自己掏钱，总而言之，公司是靠业绩来论英雄的。

我希望你们不要辜负我对你们的期望！

”刘备满脸羞愧，一边向董卓鞠躬致谢，一边示意关羽、张飞，一起慌忙退了出去。

更令他羞愧的是，第二个月又没有完成任务。

按照公司规定，试用期内的推销员如果没有业绩，也就没有工资。

连续两个月没有收入，吃饭都成了问题。

没有办法，兄弟三个只好放弃了这份高薪的推销员职位，到人才市场去另谋出路。

两个月后，他们在徐州贸易有限公司找到了第二份工作，可月薪只有1600元。

张飞说：“还是这1600元实在。

奇妙公司的16000元虽然高出10倍，可到底像水中的月亮似的，摸都摸不着。

”刘备叹息说：“那只能怪咱们没本事。

你瞧瞧人家吕布，那可真是一员虎将，每个月都是销售冠军。

”两年后，刘备再次来到虎牢关商务度假区，参加在这里举行的中国市场营销高峰会议，很有些意外地遇到了吕布。

故人相逢，自然都很高兴，吕布告诉刘备，自从他们离开之后，奇妙公司的发展很快，不仅在保健品市场取得了长足的进步，而且在此基础上向房地产业进军，成立了京都实业集团股份有限公司。

他给刘备、关羽、张飞每人递上一张名片，名片上赫然印着京都集团副总裁的职衔。

吕布说：“今天下午开完会，我请你们吃川菜。

你们兄弟三个，可都得来。

”俨然一副少年得志的潇洒劲儿。

天机终于被泄露了“你们混得怎么样？

”酒过三巡，吕布有些扬扬自得地问道。

刘备十分谦卑地回答：“我们可不敢跟吕总相比，我现在是一家小公司的小主管。

”吕布说：“朋友一场，不是我说你，你这人哪，忒实诚了。

你看我，如今是年薪200多万元。

你再看你，每个月为了1000多块钱奔命。

也就是说，你辛辛苦苦干上两辈子，也比不上我一年的收入。

这人跟人哪，鼻子眼睛哪儿都一样，就这脑袋里面不一样，不一样的脑袋也就造就了不一样的命运。

”张飞一边给他斟酒，一边问道：“吕总啊，为什么您每个月都能当上销售冠军呢？

您有什么秘密武器吧？

或者，还真的有什么办法把梳子卖给和尚？

”吕布笑道：“你们真是实诚——不，笨得可爱！

”兄弟三个给骂得一愣。

吕布说：“你们难道没有从《把梳子卖给和尚》这个故事中看出什么奥妙吗？

也不开动脑筋想一想，和尚怎么会买梳子呢？

你们亲眼见过？

把梳子卖给和尚？

要么故事里的和尚是傻瓜，要么听故事的人是笨蛋，只有讲故事的永远是别有用心的聪明人。

”刘备说：“您这么一说，我倒是想起来了。

那位不屈不挠的甲先生，受到了无数次臭骂和追打，终于感动了一个小和尚，‘卖’出了一把梳子。董总夸奖他‘锲而不舍，终有所获’，恐怕有些谬赞。

小和尚买他一把梳子，是看他可怜，对不对？

那么，甲先生就不能说是‘卖’出了一把梳子，对不对？

别人的恩惠，怎么可以忘记并算作自己的成绩呢？

”关羽也说：“那位乙先生卖出的10把梳子，也很值得怀疑。

他说在每一座香案上放一把梳子，以供善男信女梳头。

要说善男信女们在佛像面前蓬头垢面是不敬的话，在佛像面前梳头恐怕也不太礼貌吧？

<<水煮三国>>

”张飞一拍大腿，也叫了起来：“对呀，那位丙先生的事儿也是假的！

和尚买梳子有风花雪月之嫌，买1000把积善梳送给香客就更不可能。

如果我是方丈，肯定不会干这种有损佛门清誉的蠢事。

”刘备说：“是啊，使用梳子和做善事有什么关系呢？

把这两件事绑在一起，好像也很牵强啊。

还不如送劝人为善的书画作品或者茶叶之类的礼品给香客。

在茶叶盒上写几个字：‘涤虑清心，善气迎人’——准保比那个胡说八道的积善梳来得合适。

”兄弟三个这才恍然大悟：《把梳子卖给和尚》的故事，原来纯属虚构。

“可是……”刘备疑惑地看着吕布，“您卖出的999把梳子呢？

”吕布大口喝了一杯啤酒，毋庸置疑地告诉他们：“试用期的那段时间，我可确实卖出去了999把梳子。

”“那您是怎么做到的呢？

”兄弟三个奇怪地问。

“我呀……”吕布得意忘形地大笑起来，“董卓不是用16000元的高薪作为诱饵，招了我们这批推销员吗？

为了得到这份高薪工作，很多人都自己垫钱来冒充销售业绩……”张飞说：“这事儿我知道。

可你是怎么做的呢？

999把梳子，那可是好几十万块钱哪，你哪儿来那么多钱垫呢？

”吕布笑道：“何谓弱肉强食呀？

弱在哪里强在何处呀？

都在这颗脑袋上！

因此，每一个有商业头脑的人都会盯住一群傻瓜和笨蛋。

董卓会这样，我吕布也会。

他用16000元的月薪做诱饵，找了一群垫钱的推销员；我也如法炮制，找了一群帮我垫钱的部下。

”兄弟三个大吃一惊。

没想到这商场之中，居然步步是计！

张飞又问道：“为什么你卖出的是999把梳子，而不是1000把呢？

”吕布摇摇头说：“你怎么连这都不懂呢？

作为故事中的丙先生，董卓的销售记录是1000把。

我怎么能抢他的风头呢？

”张飞“喔”了一声，不好意思再吱声了。

“你们知道吗？

”吕布继续说道，“当年的奇妙公司发展成今天的京都集团，靠的就是我的这套营销手段。

每年几个亿的营业额，90%都是全国各地的推销员自己掏的腰包。

你们能说这不是奇迹吗？

”兄弟三个再次大吃一惊。

那些傻瓜蛋的推销员没有想到，原来他们自己竟然就是故事里的和尚！

满脸酒红的吕布，舒服地把头靠在椅背上，点着了一支香烟，吐了两个烟圈，缓缓地说道：“如今，董卓发明——不，我吕布在董卓的思想基础上发明的和尚销售法，已经广泛地被美容会所、健身会所、人寿保险、教育培训等行业引用。

只要你们在谷歌中键入‘把梳子卖给和尚’这个标题，你们就能搜索到数以万计的相关网页。

还有更多的人把它改头换面，变成了所谓的无店铺销售法或特许经营。

可惜我的这套和尚销售法没办法申请专利，没有哪家公司向我支付过一分钱的专利权费，更无法谈及什么申请专利保护了。

”张飞气愤地问道：“难道就没人管你们了吗？

”“谁管？

”吕布歪着脑袋，说，“奇妙公司从一开始就是董卓的私人产业，之所以披上校办企业的外衣，为的

<<水煮三国>>

是取信于顾客。

俗话说，拿人家的手软，吃人家的嘴软，长江大学的头头脑脑，谁没有把柄捏在董卓的手里？从来就没有谁敢管！

”

<<水煮三国>>

编辑推荐

《水煮三国(十周年纪念版)》编辑推荐：在华语管理学界，《水煮三国》激起的波澜至今无人能平复。且不说后来追随者云集，批评之声也从未间断，仅仅是百万余册的销量就足以反映出那些或共鸣、或愤懑、或钦佩、或鄙视的复杂心态。引起纷争本不是一本经典的必须，但小小的支点撬动华语文化圈如此激烈的思想碰撞，何尝不是一件值得自豪的事情。低俗也好，通俗也罢，如今回看《水煮三国(十周年纪念版)》——这个早已跳出三界之外的这个小小支点，又岂止一句麻辣过瘾而已？

<<水煮三国>>

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>