

Mobile Book 员工培训  
随身读

簌 簌◎编著

# 方法总比 问题多



世上没有解决不了的问题，只有找不到方法的人  
成为方法高手，做问题的终结者

搜狐读书  
book.sohu.com

“搜狐读书”推荐阅读的员工培训实用读本  
最受企业欢迎的员工素质读本 / 员工自动自发的修炼秘籍

华夏出版社



随时 / 随地 / 随心



简称MBook，译为便携书，特点是方便携带，精巧实用，可随时随地随心阅读，极为便捷。

我们从读者的实际阅读需求出发，推出了针对不同领域的特色服务，力求给读者带来切实的帮助：

- 【职场充电】让读者轻松提升职场竞争力，从而在职场中如鱼得水，步步高升；
- 【成功激励】为读者指引人生前进的方向，帮助读者超越险阻，走向成功；
- 【自我实现】帮助读者全面提升自身素质，从而在生活中能左右逢源，无往不利；
- 【心灵修养】帮助读者解析人生的种种困惑迷团，从而能够澄心静志，超然洒脱；
- 【员工培训】帮助读者提升职业理念，更好地规划个人发展；
- 【历史快读】透过故事读历史，让读者在历史盛衰中吸取经验，鉴知往来；
- 【生活休闲】增添智慧，创造乐趣，愉悦身心，为平凡的生活加点点料。



# 方法总比 问题多

簌簌◎编著

华夏出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

方法总比问题多 / 簌簌编著. —北京: 华夏出版社,  
2011.3

(MBOOK随身读)

ISBN 978-7-5080-6201-3

I. ①方… II. ①簌… III. ①成功心理学—通俗读物  
IV. ①B848.4—49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第247641号



出品策划:

网 址: <http://www.xinhua bookstore.com>

## 方法总比问题多

---

编 著 簌 簌

责任编辑 陈文龙

封面设计 思想工社

排版制作 思想工社

出版发行 华夏出版社

(北京东直门外香河园北里4号 邮编: 100028)

总 经 销 新华文轩出版传媒股份有限公司

印 刷 北京通州皇家印刷厂

开 本 720mm × 1020mm 1/32

印 张 10

字 数 140千字

版 次 2011年3月第1版 2011年3月第1次印刷

定 价 18.00元

书 号 ISBN 978-7-5080-6201-3

---

本版图书凡印刷、装订错误,可及时向我社发行部调换

## 只要精神不滑坡 方法总比问题多

在一次企业家论坛上，主持人问了一位成功的企业老总这样一个问题：“在您的企业里，您最怕听到的一句话是什么？您最想听到的一句话又是什么？请将您心中的答案写在题板上。”

这时，台下的观众开始窃窃私语，都在揣测究竟是什么话让老总那么害怕，又是什么话让老总那么喜欢。

有人猜测，老总喜欢听的话也许是“我又拿下了一个大订单”，“我们和××的合作谈妥了”之类振奋人心的消息，而不喜欢听的话也许是“我们的订单泡汤了”或者“我们的产品出现了问题”这样的坏消息。

就在大家议论纷纷时，只见那位老总从容不迫地在题板上写下了这样两行字：

我最怕听到的一句话：老总，这件事该怎么办？

我最想听到的一句话：老总，我们一定会有办法，您放心吧！

一句是询问的话，一句是充满信心的肯定回答，这代表了两种态度，也代表了公司里的两种人。前一种人带给老板的是永无休止的问题，后一种人带来的永远是解决办法。

每一个企业中都存在着这两种人，这位老总的喜好想必也代表了所有企业对员工的衡量与评价。遇到问题时就积极主动地想办法，用自己或团队的智慧和力量将难题化于无形，这样的员工始终是企业钟情的对象，同时，也会成为个人职业道路上的最终受益者。

如果你去蒙牛乳业集团参观，就会看到他们的厂区里挂着这样一副对联：“只要精神不滑坡，方法总

比问题多。”牛根生说：“在一个单位，不管是领导还是员工，只要有着这样的精神，有什么困难不能克服，有什么问题不能解决呢！”

问题和方法似乎是同时出现的：问题高一尺，方法就高一丈；有一千个问题出现，就有一千零一个方法。只要用心去找方法，再难的问题也会迎刃而解。

“方法总比问题多”是一种无所畏惧的态度。无论是生活中还是工作中，我们都会对问题有所畏惧，甚至不敢尝试着去解决就选择了远远地逃避。其实，问题本不足以畏惧，使我们裹足不前的是我们内心的陈旧观念，是我们随时随地找借口的坏习惯。

“方法总比问题多”是一种压不垮的精神。要求我们在工作中要全力以赴，而不只是尽力而为。

“方法总比问题多”是一种坚定的信念。我们相信没有解决不了的问题，只有找不到方法的人。在工作中，永远也不存在最好，只有做到更好才能出类拔萃。

“方法总比问题多”是一种力求卓越的动力。在它的推动下，我们可以玩好手中的坏牌，也可以将自己选择做的事情做到最好。

《方法总比问题多》是一本阐释理念的书，更是一本方法论的指导书。它从全新的视角将方法与问题的辩证关系予以阐述和分析，并为你提供了超越自我、开拓思维、寻找方法、锐意创新、高效工作、迈向成功的具体操作方法，可以对你的思想观念、行为举止给予全方位的修正指导。读罢此书，你不仅会自动自发地去寻找问题的解决方案，更可以凭借对方法的掌握而创造辉煌的业绩。更重要的是你将树立起面对问题的自信，同时也将树立起对生活、对工作的自信。

“只要精神不滑坡，方法总比问题多！”卓越人士必是方法高手，事业的成功与荣誉也永远都属于在工作中找方法的人。

用勇气直面问题，用方法解决问题，从现在开始！

第一章

只要精神不滑坡，  
方法总比问题多



- 卓越人士必是方法高手 002
- 尽力而为，还是全力以赴 007
- 只要精神不滑坡，方法总比问题多 013
- 一千个问题，必有一千零一种方法 019
- 给自己的观念来一场革命 023

第二章

不要过程要结果，  
不要苦劳要功劳



- 勤奋未必成功，方法才能制胜 030
- 要汗水，更需要方法 035
- 正确的方法比执著的态度更重要 038
- 不重过程重结果，不重苦劳重功劳 042

### 第三章

## 没有解决不了的问题， 只有找不到方法的人



- 问题高一尺，方法高一丈 050
- 没有解决不了的问题，只有找不到方法的人 055
- 没有最好，只有更好 059
- 做问题的“终结者” 064

### 第四章

## 只为卓越找方法， 不为平庸找借口



- 公司是老板的，舞台是自己的 072
- 若一件事值得做，就一定值得做好 077
- 不能改变手中的牌，就改变出牌的方式 082
- 尽一切努力超越平庸，用方法达到卓越 086

## 第五章

### 观念决定一切， 不换脑袋就换人



- 培养自己的“狼族”观念 094
- 成功源自1%的不同 100
- 不换脑袋就换人 108

## 第六章

### 工作中不是缺乏创意， 而是缺乏想象



- 只要能够想到，就能够做到 114
- 胜在创意：赢的就是想法 119
- 工作中不是缺乏创意，而是缺乏想象 126
- 成功 = 敢想 + 巧做 132

## 第七章

# 戴上6顶思考帽， 智慧产生于思维的拐点处



- 平面思维——换一个地方打井 140
- 侧向思维——旁敲侧击得真知 144
- 逆向思维——由果索因，反向思考 150
- 发散思维——每个问题都是多项选择题 155
- 系统思维——全面思考，整体把握 161
- 共赢思维——大家赢才是真的赢 167

## 第八章

# 斩断心中的“罗马结”， 在自己身上找方法



- 问题的98%是自己造成的 174
- 问题面前最需要改变的是自己 178
- 不做“问题猎物”，做“问题猎手” 183
- 方法就在你自己的大脑里 189

## 第九章

# 畅游“蓝海”， 开辟“同质化突围”的创新路



- 让别人一眼就认出你 196
- 突破心中的枷锁 201
- 向自己要创意，向市场要结果 206
- 抓住你的“长尾巴” 212
- 有限的资源产生无限的价值 218

## 第十章

# 带着思想来工作， 改变心中的“不可能”



- 用大脑工作，而不只是用手 226
- 工作中没有“不可能” 229
- 柠檬太酸，就做成柠檬水 234
- 解决问题才是硬道理 239

## 第十一章

### 找对方法做对事， 成就工作高效能



- 正确地做事，更要做正确的事 246
- 第一次就把事情做对 253
- 专注于有效的工作，把工夫用在点子上 258
- 借助他人的智慧登上事业的高峰 265
- 在分解难题中实现高效 269

## 第十二章

### 问题也能变机会， 成功一定有方法



- 从KnowHow到KnowWhy——提升问题发现力 276
- 没有问题，只有机会 280
- 抓住问题的根源，在危机中找转机 285
- 非常的智慧让劣势变优势 291
- 可以离开学校，但永远不能放弃学习 297
- 学会用“脚”做梦：事业的成功靠实践 301

## 第一章

# 只要精神不 滑坡，方法 总比问题多

问题并非洪水猛兽，而只是前进途  
中的一段小插曲。有些事情并不是难以  
做到，而是因为我们没有用心去找方法  
解决问题。只要心智不老，开启充满智  
慧的头脑，方法就一定比问题多。



## 卓越人士必是方法高手

卓越人士必是方法高手。在他们的世界里，问题并非洪水猛兽，而只是前进途中的一段小插曲。他们相信凡事必有方法去解决，而且能够用最巧妙的方法将问题解决得最完美。事实也一再证明，看似极其困难的事情，只要用心去寻找方法，必定能有所突破。

古时候有一位国王年纪大了，他决定在自己的两个儿子莫言和喻术中选择一位才智过人的接班人。

因他们都很精通骑术，国王决定用赛马的方式来作决断。他说：“我知道你们二人都很善于骑马，这里有两匹同样好的马，我要你们比赛一下，胜利者将成为我的接班人。”

他把白马交给了莫言，把黑马交给了喻术。二人接过马后，不约而同地打量着马，并在心中衡量自己的骑术。

喻术心想：“幸好我一直都在坚持练习骑马的技术，看来国王的宝座非我莫属了！”想到这里，他不禁沾沾自喜起来。

这时，国王开始宣布比赛的规则：“我要你们从这里骑马跑到农场的那一边，然后再跑回来。谁的马跑得慢，也就是谁最后到目的地，谁就是胜利者。”

听了这话，喻术简直不相信自己的耳朵，一下子从自己的美梦中清醒了过来。

他心里很是纳闷：“骑马比赛都是比速度，谁快谁就赢，怎么会比谁的马慢呢？”

莫言以为自己听错了，呆立着不知如何是好。

国王见两人都张着嘴巴没说话，便又说：“我再重复一次比赛规则，这次比赛是比‘慢’而不是比‘快’。你们赶快准备好，我数一二三便开始。”

一会儿，莫言突然灵机一动，迅速跳上了喻术的黑马，然后快马加鞭地向前急驰而去，他自己的马却留在了原地。

喻术感到莫言的举动很奇怪：“咦！他怎么骑了我的马呢？”当他终于想通了是怎么一回事时，已

经太晚了。他的黑马遥遥领先，无论怎样追也追不上了。

结果，喻术的马最先到达终点，他输了。

“好样的！”国王高兴地对莫言说，“你能想出有效的方法，能出奇制胜，这证明你有足够的才智来接替我的位置。我宣布，你就是继我之后的下一位国王了！”

的确，有些事情并不是难以做到，而是因为我们没有用心去找方法解决问题。

只有想办法才会有办法，这是我们都应该明白的道理。再简单的问题，若不去找方法，问题也会重如山；再困难的问题，只要积极地去找方法，最终一定能迎刃而解。

稻盛和夫被日本经济界誉为“经营之神”。他所创办的京都陶瓷公司，是日本最著名的高科技公司之一。该公司刚创办不久，就接到著名的松下电子的显像管零件U形绝缘体的订单。这笔订单对于京都陶瓷公

司的意义非同一般。

但是，与松下做生意绝非易事，商界对松下电子公司的评价是：“松下电子会把你尾巴上的毛拔光。”

对于新创办的京都陶瓷公司，松下电子虽然看中其产品质量好，给了他们供货的机会，但在价钱上却一点都不含糊，且年年都要求降价。

对此，京都陶瓷有一些人很灰心，因为他们认为：“我们已经尽力了，再也没有潜力可挖了。再这样做下去的话，根本无利可图，不如干脆放弃算了。”但是，稻盛和夫认为：松下出的难题，确实很难解决，但是，屈服于困难，也许是给自己未全力地挖掘解决办法找借口，只有积极主动地想办法，才能最终找到解决之道。

于是，经过再三摸索，京都陶瓷公司创立了一种名叫“变形虫经营”的管理方式。其具体做法是将公司分为一个个的“变形虫”小组，作为最基层的独立核算单位，将降低成本的责任落实到每一个人身上。即使是一个负责打包的员工，也都知道用于打包的绳

子原价是多少，明白浪费一根绳子会造成多大的损失。这样一来，公司的营运成本大大降低了，即便是在满足松下电子苛刻的要求下，利润也甚为可观。

有些问题的确非常棘手，想了许多办法，仍无法解决，于是有人便认为“已是极限”，或是“已经尽力”，再努力也是白搭。当你真正经过一番努力奋斗后，你就知道所谓的“难”，其实只是自己的“心灵桎梏”。只要不断努力，问题终归会得到解决。

卓越的员工必是方法高手，如果你也想成为卓越的人，取得人生的辉煌成就，就请行动起来，运用智慧向工作中的一个个问题发起挑战吧！

### 智慧点拨

从某种程度上讲，员工面对问题的态度可以反映员工的精神面貌。一个卓越的员工，一定是一个解决问题的方法高手，善于用创造性的方法令问题“灰飞烟灭”。



## 尽力而为，还是全力以赴

曾经有这样一则寓言故事：

一年冬天，猎人带着猎狗去打猎。猎人击中了兔子的后腿，受伤的兔子拼命地逃跑，猎狗在后面穷追不舍。可是追了一阵子，兔子跑得越来越远了。猎狗知道实在是追不上了，只好悻悻地回到猎人身边。猎人生气地说：“你真没用，连一只受伤的兔子都追不到！”猎狗听了很不服气地解释道：“我已经尽力而为了呀！”而兔子带着伤成功地逃回家后，兄弟们都围过来惊讶地问它：“那只猎狗很凶呀，你又受了伤，是怎么甩掉它的呢？”兔子说：“它是尽力而为，我可是竭尽全力了呀！它没追上我，回去最多挨一顿骂，而我若不竭尽全力地跑，可就没命了呀！”

这则故事告诉了我们两个概念：尽力而为和全力

以赴。

什么是尽力而为？是为了一个目标而努力，但不以得到好的结果为宗旨。

什么是全力以赴？同样是为了一个目标而努力，却会激发自己全部的潜能，用尽自己的全部力量和智慧，为了得到一个好的结果而前进。

如果你抱着尽力而为的态度，那么，即使问题得不到有效的解决也认为无所谓，所得到的结果往往也只能差强人意。而如果你抱着全力以赴的心态，则会让工作中的难题迎刃而解。

在工作中，我们要全力以赴，而不只是尽力而为。

很多人都以为做一件事的时候，无论成功与否，只要尽力而为就行了，这也逐渐成了他们掩饰失败的借口。牛根生非常喜欢一句话：“没有任何借口。”一个全力以赴的人，不会为任何失败的可能性寻找开脱的借口，不会为所要达到的目标寻找任何退路，他会拿出破釜沉舟的勇气同一切困难与阻碍誓死搏斗，因为没有退路，于是绝处逢生，创造了按常理难以想

象的突破。尽力而为，最多只能发挥一个人80%的潜能，而全力以赴却可以发挥出一个人120%的潜能。健康的猎狗没有追上受伤的兔子，是因为猎狗只是尽力追赶，而兔子虽然受了伤，但为了逃命全力以赴地奔跑，竟然跑出了超出平常能力范围的速度。

在蒙牛，没有尽力而为，只有全力以赴。从领导层到普通员工，正是各个岗位上员工的全力以赴所汇聚的力量成了蒙牛速度的助推器。

我们来听听作为蒙牛经销商中的“三大闯将”之一的乌日娜在接受《蒙牛内幕》作者张治国采访时叙述的酸甜苦辣：

1999年4月29日或30日，乌日娜给杨文俊及牛根生打电话，决定开始做牛奶。

那时市场不太好，伊利在深圳没几天就失败了。乌日娜对牛根生说：“相信我吧，我一定干好。”

5月8日，牛根生和杨文俊拎着十几箱牛奶来到深圳，到先行人广告公司落脚。大家一起在市场上买了各种品牌的牛奶，进行盲测，结果每个人都感觉蒙牛

是最好的。大家因此充满了信心。

一个月后，乌日娜将所有商场走了一遍，一说内蒙古的产品，都不要。说，我们老板就喝澳牛，喝保利，内蒙古的牛奶不喝。

万事开头难，没有促销费，乌日娜自己做T恤衫，登报纸广告，印DM单，穿蒙古袍促销。沃尔玛当时就要1件小奶，1件大奶。第三次，要了3件。没有送货车，乌日娜就坐公共汽车送，骑自行车送。

当时一天走十件八件货。第一批10吨牛奶，乌日娜没卖出去。但不想让大家对她失去信心，又进了第二批货，20吨。

困难接踵而至，乌日娜咬牙坚持。由于是先赊货，后付钱，十几个分销商，有两家欠了八九万元，始终没给钱。有个被辞掉的分销商还开车撞乌日娜的房门。

刚开始做促销时缺乏经验，用低工资雇用的促销员卷走了货款，住宅小区内做促销丢得更多。7、8月间，深圳下大雨，箱底都开始长毛，又损失了一批货；又累又气之间，乌日娜的身体也出了问题，先是做了直肠息肉的手术，不久，又查出了糖尿病；南方雨水多，

在外跑业务，鞋里常浸水，结果脚趾变了形，得了类风湿病；9月份，乌日娜父亲去世，她又被台风堵在机场。

但乌日娜没有被困难打倒，她从失败中作总结，找教训，第一年下来，300万的合同，她完成了600万。第二年，合同一下就订了3600万。这可是个“天文数字”！听了这样的消息，本来应该在呼和浩特治疗脚疾的乌日娜，当日就赶回了深圳。当时，原先的一批骨干听了这样的合同，都走了，只留下了她一个人。

但这一年下来，乌日娜把“天文数字”做成了“现实数字”，3600万的数字也不是什么神话！

乌日娜用全力以赴的精神演绎了一段传奇。不是尽力而为，而是全力以赴，只有全力以赴才会化被动为主动，才会以强大的自信挑战自我，突破原有的极限，创造奇迹。

在工作中，许多人都会选择“尽力而为”，并自认为已经“相当不错”了，至少比逃避问题的人值得称赞。实际上，当他在说“尽力而为”时，已经在为一个坏的结果

作打算，他封闭了自己的智慧源泉，不再为解决问题去努力找方法，即使问题没有得到解决，他也有借口可找：我尽力了。这些人表面敬业，实则是一群懒惰者。他们懒得思考、懒得实践、懒得总结、懒得创新，最后，也就懒得解决问题。我们不太相信这些人在职场中能够得到重用，能够得到展示才华的平台。最终，这些曾经“尽力而为”的人也难免沦于平庸。

而真正要实现卓越，则要“全力以赴”。在问题面前主动开启智慧，主动寻找方法，找到能够用到的所有力量，包括他人的帮助，要为了一个目标矢志不渝地前进。这样的人才是职场上的精英，才是能为企业创造价值的卓越人士。

若想成为职场上的卓越人士，只做到“尽力而为”是不够的，你必须全力以赴。

#### 智慧点拨

“尽力而为”和“全力以赴”是两种工作状态，“尽力而为”并不以结果为导向，而“全力以赴”则是为了得到一个好成绩。我们在工作中选择“尽力而

为”还是“全力以赴”，得到的也将是不同的结果。



## 只要精神不滑坡， 方法总比问题多

在蒙牛集团，有这样一副对联：“只要精神不滑坡，方法总比问题多。”这是一种无所畏惧的信念，也是一种工作的指导方针。牛根生说：“在一个单位，不管是领导还是员工，只要有着这样的精神，有什么困难不能克服，有什么问题不能解决呢！”

在工作中，随时都会遭受挫折和失败，但只要心



智不老，开启充满智慧的头脑，相信，方法一定比问题多。

相信大家对2003年上半年的“非典”仍然记忆犹新，它带给我们的不只是对“SARS”病毒的恐慌，也是对我国企业前所未有的一种冲击和考验。

虽然炎炎夏季来临，但冰激凌市场似乎依然冻结在“冰点”。不必说“吃冰激凌不利于预防‘非典’”的传言，也不必说店铺纷纷关门，单论大街上锐减的人流，对于随意消费、冲动购买型的产品冰激凌来说，命运多舛就是注定的。

2003年4月下半月，冰激凌整体销量急剧下滑，一些小厂相继关停。但自古“危机”具有两面性，对退缩者而言是坟墓，对进取者而言是天堂。乱“市”出英雄，旧的市场格局每动乱一次，行业格局就调整一次。蒙牛正是在此期间打了一场胜利的营销仗。它在三个方面采取了“与众不同”的措施。

第一，转移阵地，开辟“第二渠道”。

食品一旦走出工厂，最基本的营销法则就是到

“嘴多”、“胃多”的地方去。

既然“非典”把人们逼到了社区，那么，社区就是最佳的“卖场”。

阵地变了，策略也要跟着变。蒙牛冰激凌紧急调整部署，在社区发展经销商，发展零售点。同时，改换包装形式，根据人们在“非典”期间不愿打开包装而愿整箱购买的情形，发展家庭装、组合装。结果是领先一步，“抢位”成功。

许多社区都提出了“不让‘非典’进社区”的口号，蒙牛冰激凌何以出入于社区？原因只有两个字：中转。到了小区门口，打个电话到里面，只交流货，不交流人。

第二，密播广告，强化“品牌经营”。

进入5月份，冰激凌市场萎靡不振，许多在中央电视台播放广告的强势品牌不愿再做“守望者”，纷纷撤片。连2002年销量第一的某冰激凌品牌，同样撤下了在央视播放的广告。

销量第二的蒙牛却反其道而行之，不但不撤广告，甚至加大了播出密度，如在央视一套《走向共

和》每晚三集剧前广告时段里(这是央视一套第一次采取三集连播方式),蒙牛冰激凌广告与液体奶广告集集不落,各出现三次,气势逼人;同时在全国15家卫视联播中也加大了播出密度。为什么这样做?因为“非典”将人们堵在家里,电视成为联系外界的主要窗口,正是品牌传播的好机会。

如果别人都撤了广告,那又平添了一样好处:品牌的相互干扰减少了。

第三,众志成城,采取“播种行动”。

时任蒙牛冰激凌销售部长的赵全生说,“非典”到来,有的冰激凌品牌选择了放弃,业务员放假的放假,观望的观望;蒙牛的营销队伍却选择了“播种”,戴上口罩,主动出击。在产品结构调整上,放弃三类,淡化二类,主攻一类。

由于目标集中,聚焦收效,“随变”、“绿色心情”、“顶呱呱”等产品,随着“你变我也变”、“绿色好心情”、“健康顶呱呱”的宣传主题,一路畅销。

正所谓有无相生,长短相形,祸福相依。全国市

场一会儿这里燃起一团火，一会儿那里燃起一团火，众人拾柴火焰高，“冰点”化做“沸点”，蒙牛冰激凌5月份的销量比上年同期翻了一番，工厂所有机器满负荷运转，仍然供不应求，一再断货。6月份销势更猛。

一扇门关上了，另一扇门自然会打开。没有过不去的坎，除非你自己不愿跨过去。面对问题，只是沮丧地待在屋子里，便会有禁锢的感觉，自然找不到新的出路。不妨离开屋子，享受一下新鲜的空气、温煦的阳光，你的心情会豁然开朗，精神会为之振奋，走出困境，你将会有积极的想法、果敢的行动。

联邦快递成立之初，尽管弗雷德·史密斯绞尽脑汁，想尽一切办法融资，但公司仍然频频陷入资金短缺的尴尬境地。有一段时间，联邦快递必须撑过一个季度才能获得资金。是坚守公司，与公司存亡与共呢，还是抽身离去？这是横亘在所有联邦快递人面前的一个重大考验。

令人吃惊的是，月底时，员工们仍收到了装有工资卡的信封。惊讶的联邦快递人打开信封，发现了一张便条，上面写着：“请不要兑现，因为工资卡里没有钱。不过，沉住气。只要大家共同努力，公司肯定能成功。弗雷德·史密斯”当时，除了极少数人离开公司外，绝大多数人都选择了和公司坚守在一起。

为了支付员工的工资，弗雷德甚至坐飞机到拉斯维加斯赌场赌博，用几百美元赢回了2.7万美元。最终，就像我们看到的，联邦快递不但度过了困难时期，而且步入了快速发展阶段。

人的一生总会遭遇许多意外的困难与失败。对许多人来说，挫折并不足惧，可怕的是你在心理上被彻底打败了，而又未能体会真正的“教训”，反而一再重蹈覆辙，最后落到无可救药的地步。

成功者与失败者最大的不同，就在于前者珍惜失败的经验，他们善于从失败中吸取教训，寻找新的方法，反败为胜，获得最终的胜利；后者一旦遭遇失败的打击，就坠入痛苦的深渊中不能自拔，每天闷闷不

乐、自怨自艾，直至自我毁灭。

### 智慧点拨

俗话说：“山不转，路转；路不转，人转。”我国古书《易经》上也说：“穷则变，变则通。”的确，天无绝人之路，遇到问题时，只要肯找方法，上天总会给有心人一个成功解决问题的机会。



## 一千个问题， 必有一千零一种方法

工作中，我们总会碰到各种各样看似无法解决的问题。这些问题就像拦路虎，挡住了我们的去路，使我们战战兢兢，不敢前行一步。也许我们努力了，但还是无法成功，于是更多的人选择了放弃，并安慰自己：算了吧，这是一个解决不了的问题，我还是不要再浪费时间了。

但是，问题真的解决不了吗？情况似乎并不是这样的。我们说：如果有一千个问题，必有一千零一种方法。

詹妮芙·帕克小姐是美国鼎鼎有名的女律师。她曾被自己的同行——老资格的律师马格雷先生愚弄过一次，但是，恰恰是这次愚弄使詹妮芙小姐名扬美国。

事情是这样的：一位名叫康妮的小姐被美国“全国汽车公司”制造的一辆卡车撞倒，司机踩了刹车，卡车把康妮小姐卷入车下，导致康妮小姐被迫截去了四肢，盆骨也被碾碎。康妮小姐说不清楚是自己在冰上滑倒摔入车下，还是被卡车卷入车下。

马格雷先生则巧妙地利用了各种证据，推翻了当时几名目击者的证词，康妮小姐因此败诉。

绝望的康妮小姐向詹妮芙·帕克小姐求援，詹妮芙通过调查掌握了该汽车公司的产品近5年来的15次车祸——原因完全相同，该汽车的制动系统有问题，急刹车时，车子后部会打转，把受害者卷入车底。

詹妮芙对马格雷说：“卡车制动装置有问题，你隐瞒了它。我希望汽车公司拿出200万美元来给那位姑娘，否则，我们将会提出控告。”

老奸巨猾的马格雷回答道：“好吧，不过，我明天要去伦敦，一个星期后回来，届时我们研究一下，作出适当的安排。”

一个星期后，马格雷却没有露面。詹妮芙感到自己上当了，但又不知道为什么上当，她的目光扫到了日历上——詹妮芙恍然大悟，诉讼时效已经到期了。

詹妮芙怒气冲冲地给马格雷打了电话，马格雷在电话中得意扬扬地放声大笑：“詹妮芙小姐，诉讼时效今天过期了，谁也不能控告我了！希望你下一次变得聪明些！”

詹妮芙几乎要被气疯了，她问秘书：“准备好这份案卷要多少时间？”

秘书回答：“需要三四个小时。现在是下午一点钟，即使我们用最快的速度草拟好文件，再找到一家律师事务所，由他们草拟出一份新文件，交到法院，那也来不及了。”

“时间！时间！该死的时间！”詹妮芙小姐急得在屋里团团转，突然，一道灵光在她的脑海中闪现，“全国汽车公司”在美国各地都有分公司，为什么不

把起诉地点往西移呢？隔一个时区就差一个小时啊！

位于太平洋上的夏威夷在西十区，与纽约时差整整5个小时！对，就在夏威夷起诉！

詹妮芙赢得了至关重要的几个小时，她以雄辩的事实、催人泪下的语言，使陪审团的成员们大为感动。陪审团一致裁决：康妮小姐胜诉，“全国汽车公司”赔偿康妮小姐600万美元！

像这个故事一样，寻找解决问题的办法虽然不很容易，但方法总是有的，只要我们去努力地思考。工作中的难题也是这样。所以在工作中，如果我们遇到了难题，就应该坚持这样的原则：努力找方法，而不是轻易放弃。

对于通过思索来寻找解决问题的方法的重要性，许多杰出的企业家都深有体会。

比尔·盖茨曾说：“一个出色的员工，应该懂得：要想让客户再度选择你的商品，就应该去寻找一个让客户再度接受你的理由。任何产品遇到了你善于思索的大脑，都肯定能有办法让它和微软的视窗一样

行销天下的。”

洛克菲勒也曾经一再地告诫他的员工：“请你们不要忘了思索，就像不要忘了吃饭一样。”只要努力去找，解决问题的方法总是有的，而这些方法一定会让你有所收益。

#### 智慧点拨

问题面前有两种人：一种人是一味退缩，“我不行，我找不到好方法”；另一种人就是迎难而上，坚信如果有一千个问题，必有一千零一种方法。后一种人永远不会被问题难倒，他们总能找到适当的方法。



## 给自己的观念来一场革命

在面对问题时能否找到方法，无论对组织还是对个人都有着重要的作用，它会影响企业的生存，会影响个人的职业发展。每一个人都都不想沦落到被淘汰的

境地，每一个企业都不想被市场大潮吞没，那么，就需要我们在工作中不断地转换观念，在问题的压力下找方法。然而，一个人能否真正地转换观念，让自己在工作中充满活力，关键是看有没有“革自己的命”的决心。

一个人，只有勇于给自己的观念来一场革命，才能够有所成长，并变得强大起来，这与生物界的“化蛹成蝶”有点相似。

不知你有没有看到过由蛹化成蝶的过程。那是一种怎样的经历？可能只能用“痛苦”来形容。

只见那幼虫口吐丝线，将自己一圈一圈地缠个严严实实，这样过了许多天之后，幼虫就要经历人生的第二次洗礼了。

在蛹中，幼虫并没有呼呼地睡大觉，而是在积聚能量，自身的外形和各个组织的功能都在发生根本性的变化。

它一点一点地弄破厚厚的茧，破开一点就休息一会儿，那种疼痛也许曾经让它试图退缩，但是，退缩

的结果只有一个——死亡。在死亡面前，再大的痛苦都已经变得微不足道了。

最终，当第一束阳光进入它的视线，它已经化成一只翩翩起舞、色彩艳丽的蝴蝶。

我们经常面临的场景就像极了这“化蛹成蝶”的过程。我们渴望成功，渴望活得更出色、更自在，在这个过程中，我们需要改变，需要像幼虫一样给自己来一场彻底的革命，这种革命不只是身体上的，更是观念上的。

任何以市场为导向的企业都必须不失时机地推动企业变革。三星集团总裁李健熙曾说过一句轰动韩国的话：“要具备世界一流的竞争力，必须勇于改变。除了老婆孩子，一切都要变！”

格兰仕集团的执行总裁梁昭贤曾说：“除了孩子不能变，一切都可以变。”

他的解释是：“对于妻子，我们有太多复杂的感情，如果妻子变得太优秀，我们会患得患失。孩子

就不同了，中国人最爱的是孩子，对孩子全身心地付出，就是希望他好。办企业要像养孩子那样，用心用情才可能打下百年基业。格兰仕所面临的环境正在发生急剧的变化，我们不能做被温火‘煮熟的青蛙’，到发现有性命之忧时才着急，那时想跳都跳不动了。在千变万化的今天，不进行变革就没有出路。对格兰仕来说，只有两样不变——做百年企业的目标不变，做‘苦行僧’的企业文化不变。”

格兰仕确实到了必须大变革的时候。微波炉、空调双线推行，到2004年企业已有两万多名员工，与全球两百多家企业合作，“大企业病”征兆初显，唯有改变长久以来“集团化企业、工厂化管理”的模式，搭建新的高效组织架构才是出路。

2004年11月，格兰仕推出了变革方案：分成六大公司，四大中心。六大公司为空调器、微波炉、小家电、销售、压缩机、漆包线公司；四大中心是财务中心、模具中心、研发中心、采购中心。各公司独立核算。

与此同时，格兰仕顺应发展的需要，打破了不

使用职业经理人的传统，引进了包括日、韩、法等世界各地的经营人才和技术专家，变封闭组织为全开放组织。

与任何变革一样，格兰仕的变革也遇到了一些问题。但是，若不进行变革，组织将面临着更重大、更复杂的问题，那才是真正可怕的。

变革必然会带来阵痛，甚至会带来短期的不适应，但是，为了更好地生存，变革是一个势在必行的选择。暂时的疼痛之后，你将获得豁然开朗的舒畅与源源不断的智慧。

#### 智慧点拨

勇于找方法，就要给自己的观念来一场革命。也许，革命的过程会充满无奈与痛苦，会面临危险与困境，但是，给自己的观念来一场革命带给你的将是开拓的思路、全新的机遇与更广阔的天空。

## 行·动·方·案



⊙ 当问题出现时，想一想曾经历的比这更难的问题，然后告诉自己，这不算什么。

⊙ 无论老板交代给你什么任务，都要竭尽全力将它做好。

⊙ 每当问题出现时，刻意地尝试多找出一套解决方案，然后告诉自己，方法总比问题多。

⊙ 重新审视自己，将自己的优点写下来，缺点也写下来，相互对比，想一想该怎样改正缺点。

## 第二章

# 不要过程要 结果，不要 苦劳要功劳

工作需要付出汗水，更需要智慧的头脑和科学巧妙的方法。公司要的不是奋斗的过程，而是结果；要的不是员工的苦劳，而是功劳。



## 勤奋未必成功， 方法才能制胜

按照一般人的观点，成功人士应该是世上最忙的人，然而实际上他们常常在打高尔夫球，而且定期度假。显然，人的付出和所得并不总是成正比的。

现在，我们已经找到了其中的奥妙所在，那就是方法。如果没有正确的方法作为指导，所有的汗水都可能付诸东流，不会带来更大的价值，再勤奋的人也会离成功很远。但若你找到了解决问题、完成任务的最佳方法，则会收到事半功倍的效果。

希望下面这个故事能够带给你一些启示，让你明白勤奋、方法与成功之间的关系：

有两个和尚住在隔壁。所谓隔壁是：中间隔着一座山。

他们分别在相邻的两座山上的庙里，这两座山之间有一条溪。于是这两个和尚每天都会在同一时间下

山去溪边挑水，久而久之，他们便成为好朋友了。

就这样，时间在每天挑水中不知不觉过去了五年。

突然有一天，左边这座山的和尚没有下山挑水。右边那座山的和尚心想他大概睡过头了，便不以为意。哪知第二天，左边这座山的和尚，还是没有下山挑水。

第三天也一样，过了一个星期，还是一样。

直到过了一个月，右边那座山的和尚，终于忍不住了。他心想：“我的朋友可能生病了，我要过去拜访他，看看能帮上什么忙。”

于是他爬上了左边这座山，去探望他的老朋友，等他到达左边这座山的庙里，看到他的老友之后，他大吃一惊，因为他的老友正在庙前打太极拳，一点也不像一个月没喝水的人。

他好奇地问：“你已经一个月没有下山挑水了，难道你可以不用喝水吗？”

左边这座山的和尚说：“来来来，我带你去看。”

于是，他带着右边那座山的和尚走到庙的后院，指着一口井说：“这五年来，我每天做完课后，都会抽空挖这口井。即使有时很忙，能挖多少就算多少。如今，终于让我挖出井水，我就不必再下山挑水了，我可以有更多的时间练我喜欢的太极拳了。”

看了两个和尚的故事，我们应该问一下自己：我是在拎水桶，还是在挖管道？我有没有给自己的工作找到一种最恰当的方法，还是一直在埋头苦干，白白地浪费自己的时间和精力？

固然，勤奋是一个人成功所不可或缺的品质，然而，只有勤奋而没有适当的方法，就像一只善于飞翔的小鸟总也找不到正确的方向，也就难以到达目的地。

诸葛亮出师的故事也告诉了我们一个同样的道理：用恰当的方法，可以让我们更好地达到目标。

诸葛亮少年时，曾和徐庶、庞统等人同拜水镜先生为师。三年求学期满，这天早上，先生把大家召集

起来说：“从现在起到午时三刻，谁能想出好主意，得到我的许可，走出水镜庄，谁就算学成出师了。”

弟子们陷入了深深的思索之中。

有的弟子说：“庄外失火了！我得出去救火。”

先生微笑着摇摇头。

有的弟子谎称：“家有急事，要速归。”先生毫不理睬。

庞统说：“先生，如果你能让我出去，我一定能想出办法。请先生允许我到庄外走走。”先生也不为所动。

眼看午时三刻就要到了。诸葛亮脑子一转，计上心来。只见他怒气冲冲地奔到堂前，指着先生的鼻子破口大骂：“你这先生太刁钻，尽出歪题害我们，我不当你的弟子了！还我三年的学费！快还我三年的学费！”

这几句话把先生气得脸色发青、浑身颤抖，他厉声喝道：“快把这个小畜生给我赶出去！”

诸葛亮却执意不走，徐庶和庞统好说歹说把他拉了出去。

但是一出水镜庄，诸葛亮哈哈大笑，捡起一根柴棒，跑回庄内，跪在水镜先生面前说：“刚才为了考试，不得已冒犯恩师，弟子甘愿受罚！”说着，送上柴棒请罪。

先生这才恍然大悟，立即转怒为喜，拉起诸葛亮高兴地说道：“为师教了这么多徒弟，只有你真正可以出师了。”

在现代社会里，一味地强调苦干已不能快速地达到我们的目标，我们必须开启智慧，寻找有效的方法。那时，事业的成功就会在不远处向我们招手。

#### 智慧点拨

我们的认识上一直存在一个误区，认为只要足够勤奋就能够成功，殊不知，如果没有正确的方法作指导，再勤奋也难以得到成功的果实，正确的方法才是制胜的关键。



## 要汗水，更需要方法

国人一向崇尚“埋头苦干”，以任劳任怨为荣。“我每天都卖力地工作12个小时。”这是他们的一句典型的夸耀。夜以继日地努力工作本身并没有什么错——只要你不介意牺牲个人健康、家庭生活及精力。

如果你在一小时之内完成一件事，你也可以在两小时之内完成两件类似的事情，但你每天最多能完成12件事，这无疑是一个不用动脑的算式。但如果你的目标是一百万件类似的事情呢？如果你想要成功到足以让投资者、银行家们围着你团团转，你就需要用新的方式来替换“12小时工作制”那种埋头苦干的方式。

这种“1+1+1+1”的单调的累加工作方式就像是用数数来结束数学教育一样荒诞。

该是结束这种以“汗水换业绩”的工作方式的时候了。埋头苦干固然重要，但是，在新的竞争形势下，只付出汗水是远远不够的，我们更需要的是方法。

靠汗水纵然能够获得业绩的进步，但如果没有融入更多的方法，工作也难以取得突破。凡是取得卓越成就的人，他们都有着共同的成功经验，那就是：付出汗水的同时，也要寻找方法。

几十年前，一位青年住在美国犹他州的首府盐湖城，靠近大盐湖。

他是一个勤勉的人，工作非常努力，生活非常节俭，他所有的朋友都对他的良好习惯赞不绝口。然而有一天，他做了一件反常的事，使得许多人都怀疑他的判断是否明智。

他从银行里取出他的全部积蓄，一共有4000多美元，到纽约市汽车展销处买了一部新车。在人们看来，仅此似乎不足以显示他的“愚蠢”，更让人不解的是，当他把新车开回家后，就把车开进他的车库里，顶起4个车轮，动手拆卸汽车，一件一件地拆，直到整个车库摆满汽车零件。他仔细地检查了每个零件，然后又把汽车装好。人们觉得他简直发疯了，而他却不止一次，而是多次拆卸汽车，再把汽车装好。

大惑不解的人们开始嘲笑他。

几年后，那些嘲笑过他的人不得不改变看法，并已深信不疑——他有明智的见识。这个反复动手拆装汽车的青年就是沃尔特·珀西·克莱斯勒。他开始制造汽车了，他的产品领导了整个汽车工业，他在汽车这个领域里还做了许多有价值的改进和革新，他成功了。

人的劳动可分为两种：一种是创造性劳动，一种是重复性劳动。创造性劳动是先进生产力的代表，重复性劳动是创造性劳动的再现。未来的重复性劳动将越来越多地被机器所取代，未来的雇员将越来越多地从事创造性劳动，更多地用头脑、用方法去解决工作中的问题，并努力将工作做得更好。

有一句话说得好：“聪明地工作比努力地工作更重要。”要工作，就要注重成效，而要取得成效，光洒汗水是不够的，还需要把卓有成效的方法引入到工作中，在工作中注入智慧，不断地改进工作方法，从而不断地提高工作效率。这才是我们努力的方向，也是工作中必须遵循的准则。

### 智慧点拨

在工作中，挥洒汗水、埋头苦干固然重要，但面临着多变的环境和更高难度的挑战，更需要我们打开智慧的大门，让好的创意、好的方法一一跃出，以取得更好的成效。



## 正确的方法 比执著的态度更重要

我们无一例外地被教导过，做事情要有恒心和毅力，比如“只要努力，再努力，就可以达到目的”等说法，我们早已十分熟悉了。你如果按照这样的准则做事，你会不断地遇到挫折和产生负疚感。由于信守“不惜代价，坚持到底”这一教条的原因，那些中途放弃的人，就常常被认为“半途而废”，令周围的人失望。

正是因为这个害人的教条，使我们即使有捷径也不去走，而是选择去简就繁，并以此为美德，加以宣扬。

一个胖女孩最近在减肥，她一直认为发胖是因为吃的食物太多造成的，所以，从决定减肥时起便开始节食。她也果然是很有毅力，每天的主食绝不超过二两，其余皆用水果、蔬菜来填补。然而，两个月之后，她的脂肪就像舍不得离开她一样，依然牢牢地附在她的身上。由于营养不良，她已变得比较虚弱，爬三层楼梯都会气喘吁吁。

尽管这样，她仍认为是自己坚持的时间太短，又过了一个月，情况还是那样。

没有办法，家人把她拉到了医院，征求医生的意见。医生告诉她，减肥是要讲科学、讲方法的，不能只靠节食，还要结合运动，并保持心情舒畅。

女孩听了医生的话，意识到了曾经的“坚持”都是无谓的。按照医生教的方法，她每天坚持锻炼，适当节食，并通过听音乐等方式来愉悦心情。现在，她已经取得了很大的成效。

其实，不止减肥要讲方法，无论做什么事都要讲究正确的方法。在我们的工作和生活中，类似的例

子屡见不鲜。销售经理对业务受挫的推销员经常说：“再多跑几家客户！”父母对拼命读书的孩子常说：“再努力一些！”但是这些建议都存在一个漏洞。就像有人曾经问一位高尔夫球高手：“我是不是要多做练习？”高尔夫球高手却回答道：“不，如果你不先把挥杆要领掌握好，再多的练习也没用。”其实，正确的方法往往比执著的态度更重要。

如果有人准备学打高尔夫球这种难度极高的运动项目，他将为设备、附件、教练和训练花上大笔的金钱，他还会将昂贵的球杆时而打进池塘，他也常常会遭受挫折。如果他学习打高尔夫球的目的是成为一位高尔夫球好手，或者在与朋友们相聚时可以共同打打球，那么这种投入是十分必要的。而且他还必须持之以恒，才会达到自己的目的。

但是，如果他的目标是为了每周运动两次，减轻几磅体重并加以保持，使自己神清气爽的话，他最好放弃打高尔夫球，在住宅附近快走就足够了。如果他在拼命练习了一个月或两个月的高尔夫球之后，渐渐认识到这一点，他放弃高尔夫球，开始进行快步走的

锻炼方式，我们应该怎样评价他呢？说他是一个没有恒心、半途而废的人，还是说他的选择非常明智？

为工作设定目标是一件很重要的事情，我们也常常会设计一套工作方案，并执著地依照这套方案行事，而完全忘记了要根据形势的变化更换方案。其实，大脑稍稍地转动一下，选用正确的方法，就可以获得更好的结果。

态度执著者经常自己摸索方法。但既然成功可以复制，经验可以传承，又何苦去慢慢学炸鸡的技巧？加盟肯德基开家分店吧，操作手册上写得很清楚，你会很快就能够炸出美味的鸡肉，并且招聘来的员工即使没学过做快餐，按照炸鸡配方及流程照做一遍，也能有和你所见的肯德基炸鸡一样的味道。走遍每一家分店，都会吃到一样好吃的炸鸡，就是这个道理。

在工作中，我们不可能总是一帆风顺，当遇到难题的时候，绝对不应该一味下蛮力去干，要多动些脑筋，看看自己努力的方向是不是正确。

### 智慧点拨

失败者常常混淆了工作成果与工作本身。他们以为只要大量工作，尤其是艰苦工作，同时有着执著的态度，就一定会取得成功，但事实却总是事与愿违，因为他们还不懂得，正确的方法比执著的态度更重要。



## 不重过程重结果， 不重苦劳重功劳

不仅要有苦劳，更要有功劳。

在工作中，有一句话常常被提到：“没有功劳也有苦劳。”特别是那些能力不够的、对待工作没有尽力的人，这句话常常被他们用来安慰自己，也常常成为抱怨的借口。他们认为，一项工作，只要做了，不管有没有结果，都应该算成绩。

当今企业中，有不少员工存在这样的想法。当上司交给的任务没有成功地完成的时候，就会产生“没

有功劳也有苦劳”的观念，觉得管理者会谅解自己的难处，会考虑自己的劳力因素。

但是，事实上，没有功劳的所谓苦劳不但耗费了自己的时间，还浪费了公共的努力资源。

市场只认效率，公司只认功劳。企业只能创造效益，员工只能拿出业绩。假如企业生产的产品质量不好，顾客不会因为这种产品虽然质量不好，但也是通过企业员工千辛万苦的努力制造出来的就将就买去的。即使企业员工真的很辛苦，消费者也绝对不会这样做的！

承认没有功劳也有苦劳具有严重的危害性。承认苦劳就是承认低效率，就会导致企业员工不积极进取，得过且过，这样的企业就没有效益可言。没有得到结果的所谓苦劳只能是浪费资源。

我们做任何工作绝不是为了得到一段“回忆起来很可以玩味一番”的过程，而是要结果，而且是一种好的结果。

所以在工作中，每个人都应该树立一种“结果心态”，不是想要，而是一定要。姜汝祥先生在《请给

我结果》一书中解释道：“既然锁定了目标，锁定了结果，那么我们对于结果，就不是要，而是一定要。在结果面前，你需要一个‘一定要实现’的决心！”

在“结果导向”的思想贯彻下，“执行力”将被作更现实主义的理解。“决心第一，成败第二；速度第一，完美第二；结果第一，理由第二。”这是保证执行力的关键。

我们所说的“苦劳”只是迷惑人心的一种幻景，公司更喜欢拿出结果、作出功劳的人。若你不能为企业带来结果，而一味强调自己的“苦劳”，最终只能落得被淘汰的结局。

经过数十年的努力，老张终于从一名普通的财务人员坐上了公司财务部门总监的位子，享受着优厚的薪水和福利待遇。老张是公司的老员工，论资历在公司很少有人能与他相比，这也使他养成了自以为是、目中无人的习惯。

随着公司发展步伐的加快，公司陆陆续续地引进了一批新人，财务部也引进了一个名牌财经大学的毕业

生。为了让新员工尽快适应工作岗位，公司要求老员工尽量帮助新人。在新人到来的时候，身为财务部的负责人，老张口口声声说要多帮助这位新来的员工。

但是很快老张就感到了一种压力，因为这个新员工工作能力极强，除了懂财务、营销、外语和电脑，还曾经获得全国珠算大赛的大奖，可谓是才华出众。

相比较之下，老张除了资历以外，几乎没有什么可以与人家相比的。别说帮助别人了，自己有时还得向这位新员工请教一些问题。经过暗中观察，老张发现这名新员工性格柔弱内向。经过一番计划，老张对她制定了“全面遏制”政策：处处为她设置障碍，尽量不让她接触核心业务，甚至连电脑也不让她碰，并美其名曰“专人专用”。

可这也没有难倒这位新员工，一支笔、一个算盘，把经她手的账目做得漂漂亮亮、无可挑剔。几年来她都忍辱负重，工作上一丝不苟、精益求精，工作业绩想抹杀都抹杀不了。

老张自己做的一些项目却频频出错。一次，他做的一个重大项目的账目被税务局指责不规范，面临

处罚。公司新领导忍无可忍，给老张施加压力，让新员工参与全面的“纠错”。不久，公司领导又毅然决定，由新员工担任公司财务总监，老张负责内务，这个决定让他处在了下岗的边缘。

俗话说：“革命不分先后，功劳却有大小。”企业需要的是能够解决问题、勤奋工作的员工，而不是那些曾经作出过一定贡献，现在却跟不上企业的发展步伐，自以为是，不肯埋头干活的老员工。在一个凭实力说话的年代，讲究能者上庸者下，没有哪个老板愿意拿钱去养一些无用的闲人。商业时代以效率为先，凭业绩说话；企业中员工不管多么辛苦忙碌，如果缺乏效率，没有业绩，那么一切辛苦皆是白费，一切付出均没有价值。现在一切用成功说话，只有成功，员工的付出才能得到回报。

这是一个凭业绩说话的时代，在这个时代，只有功劳，没有苦劳。

戴尔公司的核心经营原则就是靠业绩说话。戴尔对业绩优秀的员工一向给予奖励。同时，对业绩平平

者执行的是“严厉的走人政策”。

戴尔对各部门、各分支机构的考核更看重最后的结果，主要包括：一是业绩方面的成果考核；二是削减成本的考核。戴尔的成果考核指标很多，有客户忠诚度的指标考核，有投资回报率的考核等。戴尔以业绩指标考核作为标准，引导员工为结果打拼。

对结果负责，体现的是一个企业追求效率、超越自我的决心。凭业绩和效益说话，才能在企业中形成良好的工作和人才环境，才能使企业不断前进，在市场竞争中站稳脚跟并日益壮大。

#### 智慧点拨

无论黑猫白猫，能够抓住老鼠的就是好猫；无论多干少干，能够找方法、出业绩的员工才是企业最需要的员工。追求效率是对一个员工最基本的要求，在市场经济时代，做任何事情都应该追求一个好的结果。不仅要做事，更要做好事。

## 行·动·方·案



- ⊙ 接到任务后，不要埋头去做，而是仔细想一想，该用怎样的方法。
- ⊙ 在做每一件事之前，都给自己设定一个要得到的结果，而不考虑过程有多么艰难。
- ⊙ 如果一种方法难以解决问题，学会适时放弃，寻找另一种方法。
- ⊙ 工作中遇到问题，不要抱怨，而是去找方法。

### 第三章

# 没有解决不了的问题，只有找不到方法的人

没有解决不了的问题，只有找不到方法的人。方法是解决问题的关键，只要找到了方法，任何问题都能迎刃而解。



## 问题高一尺，方法高一丈

现代心理学的研究表明，在困难面前积极想办法的态度会激发我们的潜在智慧。因为，我们大多数人的智力在平常都处于半开发的状态，而一个人只有在兴奋和激动的时候才会有意想不到的智力表现。因此，一些成功的企业在遇到困难的时候，非常注意营造一种动脑筋、想办法的精神氛围，他们相信问题高一尺，方法就高一丈，无路可走的人总是那些不下工夫找路的人，而成功永远属于积极去寻找解决方法的人。

一位和尚画家云游到京城，被召进宫里作画。有一天，慈禧太后让太监给他一张5尺长的宣纸，要他画出9尺高的观音菩萨的站立像，这简直是为难人。

臣子们心里紧张极了，谁都认为这是一件根本办不到的事情。和尚却不着急，他借研墨的工夫，冷静思考，很快就有了主意，只见他挥毫泼墨，一挥而

就。原来，他笔下的观音菩萨并不是笔直站立的姿势，而是弯腰在拾地上的柳枝，5尺长的纸，弯着腰的人，站立起来应该就是9尺了吧，慈禧太后看罢，点头称是，众大臣也松了一口气。

和尚画家的出色表现正体现了“问题高一尺，方法高一丈”。无论问题有多么难，只要去找方法，就一定能够解决。

对待问题的态度和方法往往能够体现出一个人的心理承受能力和智慧的大小。在古代的众多名人中，提到智慧和方法我们不得不提的一个人就是纪晓岚大学士，他多次面对乾隆皇帝的诘难，都能够巧妙地应对。下面就是一个他用巧妙的方法克服难题的故事：

有一次，乾隆皇帝和文武百官在御花园里饮酒，开始的时候，你一言我一语，可后来渐渐地都没有话了，乾隆知道纪晓岚平时说话幽默滑稽，就想让他来调节一下气氛。于是他就向纪晓岚问道：“纪爱卿你说你是忠臣，还是奸臣？”

“当然是忠臣了！”纪晓岚答得一点儿也不含糊。那些大臣不知乾隆葫芦里卖的是什么药，注意力立刻被乾隆吸引过来。

“忠臣讲究什么呢？”乾隆接着问。

“君让臣死臣就死。”纪晓岚还是答得很干脆。

“既然君让臣死臣就死，那你就到荷花池投水自尽吧！”乾隆这话虽然说得轻巧，但大臣们可都吓坏了。这还了得，乾隆的话就是金口玉言呀！话一出口就是板上钉钉，说别的还不要紧，可这是让纪晓岚投水自尽，是人命关天的大事呀！大臣们都吓傻了，可纪晓岚却像没事儿人一样，不慌不忙地答道：“好吧！”

纪晓岚说完，迈着四方步就向荷花池走去，那帮大臣们的心都提到嗓子眼儿了。纪晓岚离荷花池越近，大臣们的心就越沉重。

这时，纪晓岚已经来到荷花池边。可就在他头朝下、刚要往下扎时，身子却停在那里一动不动了，只见他嘴唇一张一合，好像在跟水里的什么说话，有时还见他微微点头，众人都很纳闷。这样，纪晓岚待了一会儿，他又回来了，跪在乾隆面前为难地说道：

“万岁，不行啊！有人不让我死！”

“这人是谁？”乾隆和大臣们都有点丈二和尚摸不着头脑了。

“屈原呀，屈原他不让我死。”乾隆和大臣们更让他说迷糊了。心想：屈原都死了两千多年了，怎么会跟纪晓岚说话呢？这时纪晓岚接着说：“就在刚才我要往下扎时，屈原突然从水里冒出来，我对他说：

‘屈夫子，我真羡慕你呀，当年你投的是滚滚的汨罗江，今天我只能投进这小小的荷花池啦。不过为了表示我的忠诚，投荷花池我也是心甘情愿的！’可屈原对我说：‘纪昀，你不能自尽呀！我那时跳汨罗江自尽，是因为当时皇帝昏庸无道、残害忠良，我是被逼无奈才这样做的，我听说乾隆帝是明君，如果你跳水自尽，这事要传出去，不是给乾隆帝脸上抹黑吗？’我听了这话，仔细一想，他说得也对，我死事小，可给圣上抹黑事大呀！所以我没跳。”

大臣们听了这话，这才长长地舒了一口气。乾隆听罢，哈哈大笑，指着纪晓岚道：“纪爱卿，真有你的。”

这是一种怎样的智慧啊！在这种方法高手的眼中，任何问题都能找到合适的方法加以解决。

罗斯福曾说过：“克服困难的办法就是找办法，而且，只要去找，就一定有办法。”生活或工作中，每个人都会遇到一些被人视为畏途的困难和障碍，我们应该坚强地面对它们，积极地寻找办法，努力克服这些困难和障碍。滞销不可怕，市场不景气也难不倒我们，问题层出不穷，方法也源源不断，而且方法的“咒语”总能将问题“魔怪”降住，让它在我们面前屈服。

#### 智慧点拨

成功的企业在遇到困难的时候，非常注意营造一种动脑筋、想办法的精神氛围，他们相信问题高一尺，方法就高一丈，无路可走的人总是那些不下工夫找路的人，而成功永远属于积极去寻找解决方法的人。



## 没有解决不了的问题， 只有找不到方法的人

我们常常听到这样的抱怨：“这份工作太难了，我根本就做不好嘛。”

“这么难，让我无从下手，可怎么做啊？”

他们认为找不到方法来解决问题，自然工作是做不好的。这些只能说是推托之词，只有主动去找方法才会有办法。

我们说：没有解决不了的问题，只有找不到方法的人。只要拥有方法这把宝剑，工作中再大的障碍也会被攻克。

第25届世乒赛时，有一个戏剧性情节：中国选手容国团战胜了自己的同胞队友杨瑞华。杨瑞华则大胜匈牙利老将西多，不是偶然获胜，而是每战必克，被称为西多的克星。西多则每每战胜容国团，不是偶胜，而是常胜，两天前的团体赛就赢得很爽快，被称

为容国团夺冠的拦路虎。最后的冠亚军决赛由容国团对阵西多。第一局，容国团很快就告负了。赛场预测，男单冠军必属西多无疑。可是，最后的结果却相反，容国团为我国体育代表队夺得了第一个世界冠军。这是为什么？中国队采取了什么战术？

在第一局结束后，教练傅其芳退后，队员杨瑞华临时充当教练，指导容国团。杨瑞华时而比比动作，时而侧目西多，眼中充满火药味。西多见杨瑞华为容国团面授机宜，浑身觉得不自在，心里直发怵。他双眼直盯着杨瑞华，自己的教练说了什么都未能听进去，一副忧心忡忡的样子。第二局开始，荣国团士气大振，越战越勇，西多却步伐错乱，连连失误。最后，容国团以3:1捧回金杯。

教练导演了一个戏剧性变化，从而使容国团赢得了中国体育历史上值得大书特书的一块金牌。

让我们看看这一方法的根蒂：

一是场上条件不足场外补。根据历史表现与现实表现，教练断定，容国团战胜西多的概率很小，换句

话说，仅靠容国团个人在场上的力量很难制伏对方。场上条件不足，但我们有场外条件优势，让它发挥出来，不无小补，这是一个极为出格的决策。

二是技术条件不足心理补。很明显，在技术条件上，容国团根本不占优势。场外条件虽好，但鞭长莫及，替代不了，那就要提供心理力量：教练的创新打击了西多的求胜心理。对阵的还是容国团、西多两人，两人的技术也不可能在瞬间发生很大的变化，客观条件很难改变。着力点就在主观上——让西多的克星杨瑞华站到教练席上，对西多实施精神压迫。让杨瑞华面授机宜，尽管客观上不一定发挥多大作用，但这让西多听不懂、猜不透，以为自己的弱点被对方抓住了，心中没了底气。同时，安排杨瑞华“侧目怒视”，充满火药味，进一步给西多施加压力。

通过教练的计谋，容国团增添了自信心。而有杨瑞华点破西多的破绽，自己对西多的畏惧也消除了，在杨瑞华的点拨下，他对自己的攻击力也有自信了，斗志自然更加旺盛了。

我们常常看到这样的情况：面对同一种工作，有

的人认为无从下手，而有的人却可以做得很好。其中的关键差别就在于能不能转换自己的思路，并积极地寻找解决问题的方法。

相信大家都读过“把梳子卖给和尚”的故事。乍一看，这是一个难以完成的任务，却有人可以作出很不错的业绩。原因就在于，他突破了传统思维的限制，梳子除了用来梳头发还可以做什么呢？可以做纪念品。如果在其上刻上“积善梳”三字，其意义又非同寻常了，根据不同的香客身份赠送不同品种的梳子，市场也就更为广阔了。

这就是方法的力量。有了找对方法的人，原来看似难以解决的困难都可以迎刃而解，看似难以完成的工作都可以顺利完成了。

#### 智慧点拨

没有解决不了的问题，只有找不到方法的人。面对同一种工作，有的人认为无从下手，而有的人却可以做得很好，其中的关键差别就在于能不能积极地寻找解决问题的方法。



## 没有最好，只有更好

新飞电器有一句广告语相信大家都很熟悉：“没有最好，只有更好。”

在工作中，在寻找方法的道路上，“没有最好，只有更好”也应成为指导我们的理念。一个人无论从事什么样的职业，都应该积极主动地对待自己的工作。在工作过程中，尽自己最大的努力寻找更好的方法来解决问题，以求得不断的进步。

有一个刚刚进入公司的年轻人，自认为专业能力很强，对待工作十分随意。

有一天，他的上司交给他一项任务——为一家知名的企业做一个广告宣传方案。

这个年轻人自以为才华横溢，用了一天的时间就把这个方案做好了并交给上司。他的上司一看不行，又让他重新起草一份。结果，他又用了两天时间，重

新起草了一份交给上司，上司看了之后，虽然觉得不是特别好，但也还能用，就把它呈报给了老板。

第二天，老板让年轻人的上司把他叫进了自己的办公室，问他：“这是你能做得最好的方案吗？”年轻人一怔，没敢回答。老板轻轻地把方案推给了他，年轻人什么也没说，拿起方案，折回了自己的办公室。

然后，他调整了一下自己的情绪，又修改了一遍，重新交给了老板。老板还是那句话：“这是你能做得最好的方案吗？”年轻人心中还是忐忑不安，不敢给予一个肯定的答复。于是，老板又让他拿回去重新斟酌、认真修改。

这一次，他回到办公室，费尽心思，冥思苦想了一个星期，彻底地修改完后交了上去。老板看着他的眼睛，依然问的是那一句话：“这是你能做得最好的方案吗？”年轻人信心百倍地回答说：“是的，我认为这是最好的方案。”老板笑着说：“年轻人，我这么问你并不是向你最好的方案，因为对于广告创意来说是不存在最好的，只有更好的。经过你几次的修改，现在的方案已经比以前的好了许多倍，这个方案

可以通过了。”

有了这一次经历之后，年轻人明白了一个道理：工作中没有最好，只有更好。只有想尽一切办法，尽职尽责地工作，才能把工作做得尽善尽美。

明白了这一点，当你面对新问题的時候，你要逼着自己想出更好的方法，这样新的问题才能得到更好的解决。

“公用科技”是一家不太显眼的上市公司，但是在股民的心目中，它却是一家不断发展的、一年比一年创造更好业绩的公司。其实，这与“公用科技”的企业理念是分不开的，原公司董事长陈杰就经常向他的员工灌输“没有最好，只有更好”的做事原则。陈杰认为，干任何工作都没有最好的标准，关键看能不能做得更好，只有把每一次做得更好，才能体现出工作的进步。有了这种时刻想着“更好”的企业，员工怎么能不激发出全部的工作热情呢？因为工作干得好与坏不是和别人比，而是和自己的过去比，自然就形

成了企业“多干实事，少谈经验”的传统。

虽然许多人都明白“没有最好，只有更好”的意思，但是要真正把它和实际行动相结合，却非容易之事。这就需要我们必须调整好对待工作的态度，显然不是“有人要你好好做”，而是“自己要想做得好”。这个“好”是持续的，但不要被“最”所累，而是对前一个“好”的否定之否定或提高，以至于达到“更好”。

日本的管理专家士光敏夫在自己多年的工作中深刻体会到：“人们能力的高低强弱之差固然不能否定，但这不是人们工作好坏的关键，而工作好坏之关键在于他有没有干好工作的强烈欲望。”他还认为，尽管有的人具有做好工作的才能，但由于缺乏工作的热情，往往不能做得很好。换一种说法，如果两个人的能力相当，但由于对工作的态度不同，一段时间以后，也会产生很大的差异。

有关“硅谷神话”，谁都听到很多，但留给人们最深的感触却不是天才、财富和创新，而是那些疯狂

工作的硅谷人。在这个地方，人们的生活和工作观就是“活着是为了工作”，在他们看来，工作本身就是乐趣，创业本身就是目标。毋庸置疑，事业的成功及一旦成功后的巨大利益是硅谷人巨大的工作动力，因此，硅谷人才把紧张和劳累当成一种习惯，时刻不忘自我提醒要做得更好。只有做得更好了，才能产生创造“硅谷神话”的机缘。由此可见，即使是在不缺少人才和资本的硅谷，同样离不开“没有最好，只有更好”的工作态度。硅谷人从不认为“神话”就是最好的，他们说只有下一个“神话”才是更好的。假如说创业精神是硅谷的灵魂，那么对工作的态度则是硅谷灵魂所依附的一种积极的行为指令。

“一只木桶到底能盛多少水，取决于桶壁的那块最低的木板，而不是取决于那块最高的木板。”这是管理学上的“木桶效应”，其实和“没有最好，只有更好”很有相似之处。前者是把简单的道理形象化，而后者则是直接把道理说白了。既然道理已经一目了然，关键还是要看你的造化，即能否学以致用，只有运用到工作中去才是硬道理、好道理。

### 智慧点拨

在寻找方法、解决问题的过程中，并不存在最好的方法，而是每一种方法的背后都隐藏着一种更简便、更有效的方法，我们要不懈地追求“更好”，而不能安于现状，更不能退而求其次。



## 做问题的“终结者”

美国总统杜鲁门上任后，在自己的办公桌上摆了个牌子，上面写着“Book of stop here”，翻译成中文是“问题到此为止”，意思就是说：“让自己负起责任来，不要把问题丢给别人。”把这句话引申到职场上，做问题的“终结者”，不把问题留给老板，这是一个人不可或缺的职业精神。大多数情况下，人们会对那些容易解决的事情负责，而把那些有难度的事情推给别人，这种思维常常会导致我们工作上的失败。

有一个著名的企业家说：“员工必须停止把问题

推给别人，应该学会运用自己的意志力和责任感着手行动，处理这些问题，让自己真正承担起自己的责任来。”

让问题止于自己的行动，不把问题留给别人的最佳典范是给加西亚将军送信的安德鲁·罗文中尉。

这个被授予勇士勋章的中尉最宝贵的财富不仅是他卓越的军事才能，还有他令人钦佩的职业精神。

那是在多年前，美西战争即将爆发，为了争取战场上的主动，美国总统麦金莱急需一名合适的送信人，把信送给古巴的加西亚将军。军事情报局推荐了安德鲁·罗文。罗文接到这封信之后，没有提出任何困难，孤身一人出发了。整个过程是艰难而危险的，罗文中尉凭借自己的勇敢和忠诚，历经千辛万苦，冲出敌人的包围圈，把信送给了加西亚将军——一个掌握着军事行动决定性力量的人。

罗文中尉最终完成任务，凭借的不仅仅是他的军事才能，还有他在完成任务过程中所表现出的“一定

要将问题解决”的敬业精神。

除了一定要将任务执行到底的决心和意志之外，一名不把问题留给老板的员工在面临工作中林林总总的问题时，还应当有自己的主见。面对问题，他们既不会幻想逃避，也不会犹豫不决，更不会依赖他人的意见，而是敢于作出自己的判断。

对于自己能够判断，而又是本职范围内的事情，他们会大胆地拿主意，“让问题到此为止”，而不是全部请教老板。

美国钢铁大王安德鲁·卡内基年轻的时候，曾经在铁路公司做电报员。有一天正好他值班，突然收到了一封紧急电报。原来，在附近的铁路上，有一列装满货物的火车出了轨道，要求上司通知所有要通过这条铁路的火车改变路线或者暂停运行，以免发生撞车事故。

因为是星期天，一连打了好几个电话，卡内基也找不到主管上司，眼看时间一分一秒地过去，而正好有一列车驶向出事地点。此时，卡内基作了一个大胆的决定，他冒充上司给所有要经过这里的列车司机发出命

令，让他们立即改变轨道。按照当时铁路公司的规定，电报员擅自冒用上级名义发报，得到的处分就是立即开除。卡内基十分清楚这项规定，于是在发完命令后，就写了一封辞职信，放到了上司的办公桌上。

第二天，卡内基没有去上班，却接到了上司的电话。来到上司的办公室后，这位向来以严厉著称的上司当着卡内基的面将辞职信撕碎，微笑着对卡内基说：“由于我要调到公司的其他部门工作，我们已经决定由你担任这里的负责人。不是因为其他原因，只是因为你在正确的时机作了一个正确的选择。”

老板聘用一个人，给他一个职位，给他与这个职位相应的权力，目的是为了让他完成与这个职位相应的工作，妥善及时地解决工作中出现的问题，而不是听他讲关于问题的长篇累牍的分析。

美国肯塔基丰田装配厂的管理者迈克·达普里莱把丰田生产方式描述为3个层次：技术、制度和哲学。他说：“许多工厂装了紧急拉绳，如果出现问题，你

可以拉动绳子让装配线停下来。5岁的孩子都能拉动这根绳子，但是在丰田的工厂里，工人被灌输的哲学是，拉动这根绳子是一种耻辱。所以人人都仔细操作，不使生产线出现问题。那根绳子潜在的意义远远大于它的实际作用。”



在这里，是否拉动这根绳子，其实体现的是对待工作的态度问题。一个对工作积极负责，不把问题留给别人的员工是不容许自己去拉动这样的紧急拉绳的，相反，他们会使出自己所有的办法，让问题止于自己。

在老板眼中，没有任何事情能够比一个员工处理和解决问题，更能表现出他的责任感、主动性和独当一面的能力。一个经常为老板解决问题的人，当然能得到老板的青睐。首先，他没有让问题延误，酿成大患；其次，他让老板非常省心省力，老板因此可以把精力集中到更重大的问题上。有了这样的员工，老板就少了很多后顾之忧。

#### 智慧点拨

如果企业中的每一个人都能做到“问题止于自己”，自己对问题负起责任，不把问题丢给别人，那么，这个企业所遇到的问题都能够得到及时、有效的解决，这个企业将变得高效、强大。

## 行·动·方·案



- ⊙ 列出自己平时不太擅长的工作，尝试做一次，在工作中体会方法。
- ⊙ 尝试用一种新的方法来做你最拿手的那道菜，看看有怎样的体会。
- ⊙ 做完一项工作后，想一想有没有更好的方法来解决，并记录下来。
- ⊙ 遇到问题不要再说“我该怎么办”，学会说“我想想该怎么办”。

## 第四章

# 只为卓越找方法，不为平庸找借口

若决定去做一件事，就将它做好，否则就不做。谁都会遭遇困境，重要的是要找到摆脱困境的方法。



## 公司是老板的， 舞台是自己的

在职场中，我们常常见到这样的员工，他们总以打工者的心态对待自己的工作。他们认为，公司是老板的，我只是替老板做事，工作做得再好，为公司赚再多的钱，得到好处的还是老板，企业的命运与自己无关。所以，他们在工作中产生诸多的借口，遇到问题不会主动地去找方法，而是将所有的问题都推给老板。

那么也就千万别指望老板重用你、提拔你，打工仔将是你永远的身份。

其实，虽然公司是老板的，但展示才华的舞台是自己的。在自己的舞台上就要做一名优秀的舞者，做到每一个动作都完美无比。就像英特尔总裁安迪·葛鲁夫应邀对加州大学伯克利分校毕业生发表演讲时所说的：“不管你在哪里工作，都别把自己当成员工——应该把公司看作自己开的一样。”只有把公司当作展示自己魅力的舞台，以主动的态度去做好你所

从事的工作，为你所遇到的问题找对策，你就会在职场中慢慢成长起来，最后获得成功。

周亮高中毕业后随哥哥到海南打工。

周亮和哥哥在码头的仓库给人家缝补篷布。周亮很能干，做的活儿也精细，当他看到丢弃的线头碎布也会随手拾起来，留作备用，好像这个公司是他自己开的一样。

一天夜里，暴风雨骤起，周亮从床上爬起来，拿起手电筒就冲到大雨中。

哥哥劝不住他，骂他是个憨蛋。

在露天仓库里，周亮察看了一个又一个货堆，加固被掀起的篷布。这时候老板正好开车过来，只见周亮已经成了一个水人儿。

当老板看到货物完好无损时，当场表示给周亮加薪。周亮说：“不用了，我只是看看我缝补的篷布结实不结实，再说，我就住在仓库旁，顺便看看货物只不过是举手之劳。”

老板见他如此诚实，如此有责任心，就让他到自

己的另一个公司当经理。

公司刚开张，需要招聘几个文化程度高的大学毕业生当业务员。周亮的哥哥跑来，说：“给我弄个好差使干干。”周亮深知哥哥的个性，就说：“你不行。”

哥哥说：“看大门也不行吗？”周亮说：“不行，因为你不会把工作当成自己家的事干。”哥哥说他：“真憨，这又不是你自己的公司！”临走时，哥哥说周亮没良心，不料周亮却说：“只有把公司当成是自己开的公司，才能把事情干好，才算有良心。”

几年后，周亮成了一家公司的总裁，他哥哥却还在码头上替人缝补篷布。

这就是以老板的心态做事与以打工者的心态做事所产生的不同结果。只有把公司当作自己的舞台，才能尽情展示自己的风采。

以完美舞者的形象要求自己，才能更快地迈向卓越的阶梯。

当你找到了自己的舞台，认识到只有通过自己的精彩演绎才能够有华丽的谢幕，你就会慢慢培养起老

板的心态，你就会去考虑企业的成长，就会去考虑企业的明天，就会感觉到企业的事情就是自己的事情，就知道什么是自己应该去做的，什么是自己不应该去做的，就会在问题发生时的第一时间找方法，而不会选择拖延。

谭丁是沃尔玛公司中国区的总商品经理。从1995年沃尔玛在中国开始筹备的时候，刚刚从上海交大毕业的谭丁就加入了这家大公司。由于对采购工作根本没有任何经验，当时的谭丁工作进行得极其艰难，但是，她始终坚持一个原则，随时都要想着为公司争取到最大的利益，她要用智慧和方法在这个舞台取胜。

她在工作中逐渐积累经验，逐渐掌握了谈判的要诀和技巧，同时注意把握一种双赢，考虑到供货商的利益，终于打开了采购工作的局面。就这样，她从一个普通的采购员升任到助理采购经理，再到采购经理，到现在已经成为总商品经理。如今她已经被列为沃尔玛的TMAP培训计划，这个培训计划的目標就是成为接班人，可能是上一级主管，也可能是更高的管理

层。同事们都认为她会有无限制的上升空间。

谭丁的事例告诉我们，如果认识到“公司是老板的，舞台是自己的”，无论在工作中遇到什么问题，都会时刻从公司的利益出发，以完美的职业精神去完成自己的工作，实现卓越的人生。

公司是老板的，舞台是自己的。这是一种力求卓越的职业态度，也是一种“公司就是我的船”式的主人翁意识的体现。

“我属于这个企业，并不仅仅因为我在这里工作，因为我的内心告诉我，我对企业负有责任，我必须忠诚于我的企业。”在一个企业年终总结大会上，一位获得嘉奖的优秀员工这样说。的确，一个人不属于一个企业，并不仅仅在于他是否在企业中工作，关键看他的心在不在这个企业，他是不是真正地将公司作为他的人生舞台。只有全身心地融入企业中，才会把公司的问题当做自己的问题，才会像解决自己的问题一样去为公司的发展找方法，才能够向卓越的目标又迈进一步。

### 智慧点拨

公司是老板的，但舞台是自己的。只要你以老板的心态去对待公司，为工作的改进积极地找方法而不是找借口，你就会在职场中慢慢成长起来，最后获得成功。



若一件事值得做，  
就一定值得做好

不论什么行业，什么工作，既然值得做，就应该做到最好。成功学家格兰特纳说：“如果你有自己系鞋带的力量，你就有上天摘星星的机会。”韦尔奇也说：“要去摘星星，而不是沉迷于‘令人厌烦的’小数点。”

当你选择了一份工作的时候，你也在选择一种生活方式：你可以选择马马虎虎地把活干完，让别人在背后指责你；也可以选择把工作做得漂漂亮亮，用行动赢得别人的尊重。既然做了一件事，就要把它做成功，抱怨你的工作或薪水并不能使你成功，务必把焦

点放在尽可能作出最好的成绩的努力上。

要成功，要作出骄人的成绩，要成就事业、创造财富，就必须最大限度地发挥自己的才能，使出全部力量，尽最大努力把事情做好。所谓“谋事在人，成事在天”的本质，应该是“谋事在人，成事亦在人”，这个“人”就是将工作做到最棒的人。

但是在现代职场中，有很多企业的员工凡事都得过且过，做事做不到最好。主要表现是做事做不到位，在他们的工作中经常会出现这样的现象：

5%的人看不出来是在工作，能偷懒就偷懒，闲聊、睡觉、上网，一下班就不见人影；

10%的人正在等待着什么，被动地接受老板的吩咐；

10%的人没有对公司作出贡献，虽然在做，却是负效劳动；

20%的人正在为增加库存而工作，简单问题复杂化，把工作做成一锅粥，整天一片混乱；

40%的人正在按照低效的标准或方法工作，缺乏灵活的思维和智慧，永远忙乱却永远到最后才完成任务；

只有15%的人属于正常范围，但绩效仍然不高，并没有做到踏踏实实、全力以赴。

每个人都有自己的职位，每个人都有自己的做事准则。医生的职责是救死扶伤，军人的职责是保卫祖国，教师的职责是培育人才，工人的职责是生产合格的产品。社会上每个人的位置不同，职责也有所差异，但不同的位置对每个人却有一个最起码的做事要求，那就是做事做到位，要做就做到最好，否则就不做。

王建文是一家汽车修理厂的修理工，技术很过硬，就是喜欢喋喋不休地抱怨工作。“修理这活太脏了，瞧瞧我身上弄的。”“真累呀，我简直讨厌死这份工作了。”诸如此类的话很多。王建文几乎每天都在抱怨和不满的情绪中度过，他认为自己在受煎熬，在像奴隶一样卖苦力。因此，王建文每时每刻都窥视着师傅的眼神与行动，只要一有机会，师傅不在身边，他便偷奸耍滑，应付手中的工作。

转眼几年过去了，当时与王建文一同进厂的三个工友，各自凭着在工作中磨炼出的精湛手艺，或加薪

晋职，或被公司送进大学进修，或是独当一面地开辟了属于自己的新事业，唯独王建文，仍然在抱怨声中做他讨厌的修理工。

王建文的教训让人反思：要么不做，要做就要做到最好，否则浪费的只是自己的时间，影响的也只是自己的前程。

其实，工作不分贵贱，任何工作都值得我们好好去做。很多员工认为自己所从事的工作是无足轻重的，对工作敷衍了事，根本没有认识到自己工作的价值，谈不上做得好，更谈不上做得最好，反而经常将心思放在怎样才能寻找到一个薪水高、轻松又体面的工作上。以他们这种对待工作的态度，还想找一个好工作，那不是痴心妄想吗？

其实，在各行各业中都有施展才华和加薪晋职的机会，关键要看你是不是以积极主动的态度来对待你的工作。如果有什么事情值得你去做，就值得你把它做好。

谁是真正的“明星员工”？就是恪守“如果有什么事情值得去做，就一定值得把它做好”这一卓越价

价值观的员工，就是以最短的时间、花最少的力气去把事情做好的员工。

无论你在哪里工作，你都要尽自己的最大努力，全力以赴地把工作做好、做到位。

实际上，要做就做到最好，这是每个人工作的前提。但你如果总是偷工减料、偷奸耍滑，那还谈什么将工作做好？职场中是没有道具的，你要做好你的工作，就必须付出百分百的努力！

要么不做，要做就做到最好！因为只有充分发挥自己的聪明才智，对每一项工作都尽心尽力，才会使自己越来越能干，才可能获得更大的发展空间，获得更多的成功。

#### 智慧点拨

如果你决定做一件事，那么你一定认为你值得做这件事；若一件事值得你去做，就一定值得你把它做好。要做就做到最棒，要么就不做，这是卓越人士所遵循的做事准则。



## 不能改变手中的牌， 就改变出牌的方式

艾森豪威尔年轻的时候，有一次和家人玩牌，他连续几次都拿到很糟糕的牌，情绪非常不好，态度也开始恶劣起来。她母亲见状说了段刻骨铭心的话：“你必须用你手中的牌玩下去，这就好比人生，发牌的是上帝，不管是什么样的牌，你都必须拿着，你所做的就是尽你全力，求得最好的结果。”

这句话流传了下来，受益的不仅仅是艾森豪威尔，还有千千万万同他一样手中拿着一把“坏牌”的人。他们都在寻找一种方法，要玩好手中的坏牌。

这让我们想到了“命运”之说，有人这样解读“命运”：“命”是由基因决定的，是伴随我们一生难以改变的那一部分；“运”则是后天形成的，是可以通过我们的努力加以改变的。我们或许会有一个不如别人的出身，会有一个贫寒的童年，甚至或许会有残缺的身体，这些就

像手中拿到的坏牌，这是不可变更的。但是，究竟怎样来玩这把牌，主动权在我们的手里，我们可以变换出牌的方式，尽全力得到最好的结果。

美国心理学家福·汤姆逊有一次外出回家时，天色已晚，大街上静悄悄的，连个人影都没有。他摸了摸旧大衣口袋里的2000美元，心里不免为之担忧。因为当时费城的强盗很猖獗，人们外出时往往只带上几美元，目的是在被劫时乖乖地奉上，以保全自己的性命。

汤姆逊边走边警惕地观察四周，果然发现身后几米远的地方，有个戴鸭舌帽的彪形大汉紧紧尾随着他。他慢跑快走，怎么也甩不掉这个“尾巴”。汤姆逊毕竟是个心理学家，他急中生智，冷不防地向后转，朝大汉迎面走去，并用凄惨的声音对大汉说：“先生发发慈悲，给我几角钱吧！我快饿得发昏了。”

大汉上下打量他一番，见他一副寒酸相，嘟囔着说：“倒霉！我还以为你口袋里有钱哩！”说完，他从口袋里摸出一点儿零钱扔给汤姆逊，然后把大衣领子竖起来半遮着脸，很快闪进黑暗里去了。

你一定会说：太聪明了。的确，善于找方法的人无论面临怎样的困境，都能将主动权紧紧地掌握在自己手中。

企业无不喜欢“玩好坏牌”的员工，有了这种精神和智慧，无论是在工作中还是生活中，都可以把问题解决得很完美。

有一个人卖菜，每天挑担子去菜市场，一天大概能赚两百块，生活过得不好不坏。可是他观察到，在台湾，人们在农历每月的初二和十六，都要拜土地爷，很多公司的会计或采购小姐会到菜市场买鱼、买肉、买水果等。他灵机一动，如果他们都需要出来买东西，就不能在公司工作了，对老板来说，这是不划算的。如果我提供给他们这样的服务，那不是有了很大的赚钱机会吗？

于是他去了一幢16层的大楼，这幢楼共有160家公司。他对那些公司的老板们说：“我是菜市场卖菜的，就在你们这幢楼附近。我看你们的会计每月都需要出来买菜，每月要浪费两天的工作时间，你们发给他们的工资不是让他们来买菜的，买菜这种事交给我

来做好了。我这儿有三种菜单可以让你选，一种是A餐，一种是B餐，一种是C餐。A餐有水果，有鸡鸭鱼肉，有饼干，还有烧的那些金子银子；B餐有水果、糖果、饼干和拜烧的东西，但是没有肉；C餐有饼干、拜烧的东西，可是没有水果。A餐台币1500块，B餐1000块，C餐500块，一个月两次准时配送到你们公司门口，只要一年结4次账，每季度结一次就好。”

于是，很多公司都开始预订C餐，因为它分量最少。可是每次拜土地爷的时候发现，隔壁那一家供的是B餐，土地爷会不会去吃B餐而不来吃C餐？所以他们下一次的供品全部都改成B餐，结果又发现别人先走了一步，已经用A餐了，所以他们又全部都改成A餐。A餐1500块，一个月两次3000块，这幢楼有160家公司，一个月就是48万，一年就是576万，而他现在已经揽到了15幢楼的业务了，营业额将近一个亿。

卖菜也能卖出花样，卖出创意，并能根据人们的心理引导大家的消费，不可谓不聪明。如果有更多的人具有卖菜人的智慧，生活至少会变得好很多。

不能改变手中的牌，就改变出牌的方式。这是一种智慧，是一种变通，是一种寻求方法的途径。当问题出现时，就像我们的手中握着一把糟糕的牌，我们只能改变自己的思路，改变行事的方法，力求将“坏牌”变成“好牌”，继而让自己变得优秀，变得卓越。

#### 智慧点拨

你必须用你手中的牌玩下去，不管拿到手的是什么样的牌，你都必须拿着，你所做的就是尽你的全力，求得最好的结果。



尽一切努力超越平庸，  
用方法达到卓越

哲人说，矢志追求者必须勇于从平凡中崛起，在淡泊中丰富智慧、孕育卓越。

卓越是一个从平凡到优秀的过程，卓越的人有

远见卓识而不人云亦云，卓越的人追求真理而永不懈怠。一个追求卓越的人，必定是一个充满自信、勤奋忘我、拼搏进取的人。一个追求卓越的团体，必定是一个朝气蓬勃、奋发图强、充满生机和希望的集体。人生可以平凡，但不应安于平淡，一个成功者必有追求卓越的勇气和智慧。

只有努力工作，懂得创造并且不甘于平庸的人才能得到更多的回报，而那些被动面对生活和工作，甚至任何事情都要找借口的人，只能与平庸为伍。

一家化工厂是生产日化用品的，由于厂房地势较低，每年都要经历1~2次的抗洪抢险。有一年夏天，老板到广东出差去了。走之前，他叮嘱几位主要负责人：“时刻注意天气预报。”

有一天晚上，远在广东的老板给几位负责人打电话，因为他看到天气预报说有雨，担心厂房被淹。当时，厂房所在的地区已经下雨了，可能由于天气关系，老板一连打了几个电话，都打不通，最后打到了财务经理的家里，让他立即到公司察看一下。

“嗯，我马上处理，请放心！”接完电话，财务经理并没有到公司去，他心里想：这事归安全部管，不该我这个财务经理去处理，何况我家离公司还有好长一段路，去一趟也费事。于是，他给安全部经理打了一个电话，提醒他去公司看一下。

安全部经理接到电话时有些不愉快，心里说：“我安全部的事情，不需要你来管。”他也没有去公司，当时他正在打麻将，连电话也没有打一个，他心里想：反正有安全科长在，不用管了。

安全科长没有接到电话，但他知道下雨了，并且清楚下雨意味着什么。但他心想有好几个保安在厂里，用不着他操心。当时，他正在陪朋友喝酒，甚至把手机也关了。

那几个保安的确在厂里，但是，用于防洪抽水的几台抽水机没有柴油了，他们打电话给安全科长，科长的电话关机，他们也就没有再打，也没有采取其他措施，早早地睡觉去了。值班的那一位保安睡在值班室里，睡得很沉，他以为雨不会下得很大。

到凌晨两点左右，雨突然大起来，值班保安被

雷声惊醒时，水已经漫到床边！他立即给消防队打电话。

消防队虽然来得很及时，但由于通知得太晚，六个车间还是被淹了五个，数十吨成品、半成品和原、辅材料泡在水中，直接经济损失达三百多万元！

事后，追究责任时，每一个人都说自己没有责任。

财务经理说：“这不是我的责任，而且我是通知了安全部经理的。”

安全部经理说：“这是安全科长的责任。”

安全科长说：“保安不该睡觉。”

保安说：“本来可以不发生这样的险情，但抽水机没有柴油了，是行政部的责任，他们没有及时买回柴油来。”

行政部经理说：“这个月费用预算超支了，我没办法。应该追究财务部责任，他们把预算定得太死。”

财务部经理又说：“控制开支是我们的职责，我们何罪之有？”

老板听了，火冒三丈：“你们每个人都没有责任，那就是老天爷的责任了！我并不是要你们赔偿损失，我要的是你们解决问题，要的是你们对这件事情的反思，要的是不再发生同样的灾难，可你们却只会推卸责任！”

这些人在出现问题时，不是想办法去解决，而是急于推卸责任，而且每一个人都理由充分，这显然是



一个令老板悲哀的局面。如果他们都能以一个负责的态度去对待问题，那么工厂的损失不会这样惨重。

因为态度不同，即使同样的工作，不同的人会干出不一样的效果。而干同样工作的人，也会有不同的体验和收获。

在工作过程中，最好的执行者，都是自动自发找方法的人，他们确信自己有能力完成任务，有方法解决问题。这种人的个人价值和自尊是发自内心的，而不是来自他人，也就是说，他们不是凭着一时的冲动做事，也不是为了得到老板的称赞，而是自动自发地、不断地追求卓越。

#### 智慧点拨

人生可以平凡，但不可以平庸，一个成功者必有追求卓越的勇气和智慧。懂得创造并且不甘一生平庸的人才能得到更多的回报，而那些被动面对生活和工作的人，只能与平庸为伍。

## 行·动·方·案



- ① 尊重你的老板，感谢他给你提供了一个平台。
- ② 将自己岗位上的每一件小事都做好。
- ③ 生活中，如果你遭受了不幸的打击，就换个角度来看待，不要让自己的意志沉沦。
- ④ 不要等待老板交代，主动完成应该做的事。

## 第五章

# 观念决定 一切，不换脑袋 就换人

喜欢动脑，努力找方法来解决职场中难题的人是最优秀的人，也是公司需要的人。观念决定前途，换一种观念，就会换一片天空。



## 培养自己的“狼族”观念

在河边，一只狼要带几只小狼过河，以我们粗浅的经验，它一定会一只一只地叼过去。但事实并非如此。老狼为了避免子女受伤害，它会咬死一只动物，把动物的胃吹足气，然后再用牙咬住，做成一只鼓鼓囊囊的皮筏，借着这生命的皮筏，全家渡河。

在动物界，狼是一种非常聪明的动物，如果让单个的狗与单个的狼搏斗，败北的肯定是狗。虽然狗与狼是近亲，它们的体形也难分伯仲，但为什么败北的总是狗呢？有人曾就此问题对狗和狼进行研究，结果发现，经人类长期豢养的狗，因为没有生存的危机，狗的脑容量大大小于狼；而生长在野外的狼，为了生存，它们的大脑被很好地开发，不但非常有创造性，而且有着异乎寻常的生存智慧。

与自然界的其他生命相比，狼并不是最强的动

物。它没有猎豹的速度、狮子的凶悍、犀牛的体魄。另外，在生存的过程中，它还要经历人类的猎捕、毒杀、陷阱，以及其他动物的袭击。可以说，狼的一生是艰辛的，时刻充满着危机感。在野外，一只狼可以存活约13年，但大部分狼只有9年左右的寿命。然而，为人类所捕获并饲养的狼，其寿命通常都会超过15年。显而易见，狼群在野外的生活万分艰辛，并且处处隐藏着危机。

生活在野外，狼不但要与人类及其他动物进行殊死搏斗，以求生存，同时，狼还必须经常与自己的同类争夺食物和领地，因为狼群只能在自己的领地进行生活、捕猎，领地的大小根据它们捕食对象的多少而有很大的变化。

这种情况取决于这个地区的猎物数量。在猎物分布较密集的地方，狼不必奔跑很远便可获得美餐；而在较荒凉的、猎物比较少的栖息地，狼有时则需要跑很远，才能捕猎到食物。

由狼的生存环境联想到员工与企业的生存环境，二者有很多相似之处，同时也有值得我们深思的地方。优胜

劣汰的竞争环境是产生强者的地方，越是强者越会感谢环境的残酷，作为企业的一名员工，也必须意识到企业和市场竞争的残酷，必须意识到危机的存在。企业的员工是企业的一分子，企业和员工是“一荣俱荣，一损俱损”的关系。皮之不存，毛将焉附？如果企业的员工满足于现状，满足于眼前的成绩，企业失去了活力，变得步履蹒跚，那么迟早会被市场所淘汰。

联想集团曾发生过一次大规模的裁员事件，在全国范围内引起了一系列的轰动效应。有的人不理解联想的这一举动，甚至在网上发出了“联想不是我的家”的感慨。其实我们大可不必这样惊诧，因为深思一下，这样的选择是非常正常的。

2004年春节后，联想所有的员工都收到了一封信——《狼性的呼唤》，这是杨元庆激活联想文化的一份檄文。而2004年3月出现在互联网上的联想被裁员工的帖子《联想不是我的家》，则是新文化分娩中真切的呻吟。

2004年的联想没有退路，只能背水一战，重新在PC市场找回领导者的尊严；2004年的杨元庆别无选

择，必须鼓舞士气，再现当年PC市场攻城略地的霸气。因为对手是比联想强大十倍甚至几十倍的惠普、戴尔、IBM等跨国公司。

“要战胜比自己强大的竞争对手，我们自身面临的挑战将会更严峻，如果我们每一个细胞、每一个个体不具有竞争力，那这个企业会有竞争力去抗争吗？”联想高层意识到了这个严重的问题。

这几年戴尔的攻势咄咄逼人。戴尔的人均产出相当于800多万元，而联想的人均产出只有300万元。联想员工必须适应丛林生存法则：优胜劣汰。这里只有对手，没有朋友；这里只有尊重，没有友谊。

其实，联想作出这样的决策，正是它意识到了危机的存在所采取的措施，只不过联想的举措在实施的过程中操作过于简单，过于刚性，没有真正上升到管理的层面而已。

狼的血液中流淌着一种强者的精神，同样，一名优秀的员工内心也要时刻保持一种强者的心态，无论环境怎样险恶，竞争怎样残酷，都要积极地投入战斗。

唤起自己心底的强者意识，为自己增添一点“狼性”，你必能为自己的人生和事业创造卓越和辉煌。

美国作家杰克·伦敦在他1903年写的小说《荒野的呼唤》中讲述了一只家犬的故事。一只雪山救生犬与大牧羊犬的杂交狗布克被偷走并送到了科隆代克。从此，布克经历了无数的坎坷和磨难，经受住了死亡的考验，逃过了各种各样的陷阱和危险。在这样严酷的环境中，在这样频繁的生存斗争中，它逐渐抛弃了狗身上那种懦弱和依赖的性格，狼的本性被一点一点地唤醒。它经常听到狼的嗥叫——自由的呼唤，那对于它是一种不可抗拒的诱惑，布克终于走向了荒野。布克在为生存而拼搏的过程中逐渐明白：杀或者被杀，吃或者被吃，是自然法则。它服从了这条超越时代的训令，经过一系列的浴血奋战，具有英雄风范的布克终于成为一群纯种狼的头领。

杰克·伦敦堪称一位深刻的社会进化论者，通过布克的遭遇和斗争历程，他歌颂了原始的强大、坚忍

不拔的奋斗精神，歌颂了奔向自由的渴望，歌颂了强者和英雄主义。他展现给人们的就是这种“狼族”观念。结合现实来看，“狼族”观念主要包括：永不屈服，永不言败；目标明确，坚决执行；团队合作，牺牲个体；方法至上，克服难题；等等。

市场竞争遵循的是“优胜劣汰”的丛林法则。狼性精神正是所有企业、所有员工所必须具有的，尤其是在面对越来越激烈的国际竞争的时候。那么，要想成为狼，就必须先唤起我们心中的“狼性”。企业和公司就是狼群，而员工就是其中的一匹狼。狼，才是真正的问题解决者，才是真正的创业者！

#### 智慧点拨

狼是一种非常聪明的动物，这种智慧源于它的危机意识，还有永不停息的进取精神。一个人，要想在激烈的社会竞争中不被淘汰，必须培养自己的“狼族”观念和危机意识，并使自己成为强者。



## 成功源自1%的不同

成功者与失败者之间是否有着天壤之别？他们是否在做着两种截然不同的工作？答案并非如此。其实，据相关专家通过大量的观察研究表明，成功与失败往往源自1%的不同。

我们都知道，在正常的大气压下，水烧到99℃仍不能沸腾，唯有再升高1℃，到了100℃，才能成为真正的开水。就像烧开水一样的道理，有的人多做了那1%，就达到了成功，而有的人少做了1%，就注定了失败。

1%的差别也许微乎其微，但将这些1%进行汇总，得到的将是一个大的改观，所取得的成就及成就的实质内容，也常常有天壤之别。

在很多人眼里，子敏的运气特别好。

她的专业在这个行业里并不占什么优势，长相一

般，能力也并不出类拔萃，但她在进入公司后短短的两年时间里，在每一个部门都做得有声有色，每一次调动都令人刮目相看。关于她的升迁，有各种各样的说法，却有一点是一致的，那就是大家都觉得是好运气眷顾了她，给了她得天独厚的机会，否则她凭什么从人事部文员到营销部经理，一路绿灯、一路凯歌呢？

只有她自己清楚机会是怎么得来的。

进这家大公司的时候，专业优势不明显的她先被分到人事部，做一个并不起眼的文员。那个部门，能言善道、八面玲珑的女孩子和深谙权术、势利平庸的男人比比皆是。她不惹是非，只是恪尽职守。不过偶尔露露峥嵘，比如发现别人输错了数据，她悄悄地修改了，也并不大肆渲染。领导让她做什么，她就竭尽所能，总是在第一时间做到让人无可挑剔。别人扎堆抱怨工作百无聊赖、老板苛刻、地铁太挤时，她在悄悄熟悉公司的各个部门、产品以及主要客户的情况。

有一次营销部经理偶尔经过她的办公室，看到她处理一件小事情时表现出的得体和分寸，就打报告要求她去顶他们部门的一个空缺。

营销部令她的世界骤然广阔起来。同原先一样，她的特色就是默默地努力。半年后，她的几份扎实的调查分析报告，为她赢得了一片喝彩。一年后，她已经是营销部公认的举足轻重的人物了，看到她在会议上气定神闲、无懈可击的发言，原来行政部的同事都大跌眼镜。

刚刚荣升营销部经理不久，老板请她喝茶，问她愿不愿意接受挑战，去情况并不乐观的北方公司。

子敏选择了库存积压最厉害的第一销售处，开始了她的第一步工作。寒风凛冽的冬天，她一个人借了一辆自行车，找公司产品的代理商了解产品滞销的原因。几个月后，情况就开始明显改善了。

不知情的人，当然以为她这两年走红运，哪里知道她一天下来腰酸背痛的艰辛。

子敏去拜访某局长时，偶然听到他同业内另一位局长在打电话，谈论第二天去某风景点开会的消息。子敏回公司后做的第一件事情，就是了解他们在那里入住的酒店。第二天傍晚，一身旅行装束的子敏与局长们相遇在酒店大堂里，她是来自助旅行的，虽然醉

翁之意不在酒，但谁也没有看出来。

后来的几天，他们邀请她一起参加活动——唱歌、打牌、聚餐。再后来，认识她的人同她关系更密切了，不认识她的人也慢慢接纳了她，她的客户名单上增加了强势的一群人。第一张大单子就在半年后出现在这群人中。

关于机会，子敏最有感触：机会来的时候，并不会同你打招呼，告诉你：“我来了，千万不要错过我啊！”不疏忽平时的每一个点滴，做好每一件不起眼的小事，就是在为自己创造最佳的机会。

和子敏不同，有些职场中人，只是被动地应付工作，为了工作而工作。他们在工作中没有投入自己全部的热情和智慧，他们只是在机械地完成任务，而不愿多付出那1%，自然离成功越来越远。

世事总是这样奇妙，往往与成功只有一步之遥，却又失之交臂。其实，这只能怨自己没有多付出那1%的努力。

“1%”虽少，但有无这1%却对我们的生活和工作影响巨大。思考多加1%，激情多加1%，主动多加1%，创造多加

1%，你就会发现你的收获不只是多增加了1%。

换一种观念，换一片天空

马尔比·D·巴布科克说：“最常见同时也是代价最高昂的一个错误，就是认为成功依赖于某种天才，某种魔力，某些我们不具备的东西。”成功的要素其实掌握在我们自己手中，那就是正确的观念。一个人能飞多高，并非由他的其他因素决定，而是由他自己的观念所制约。

下面这个故事，相信对大家会有启发。

有两位老太太，年满70了，俗话说“人生七十古来稀”，因此这样的老太太，一般来说大部分人会选择颐养天年。

一位老太太认为，到了这个年纪可算是人生的尽头了，还有什么希望呢？于是便开始料理后事，没几年就死了。

而另一位老太太却认为，一个人能做什么事不在于年龄的大小，而在于怎么个想法。于是，她在70岁高龄之际，“异想天开”，开始学习登山。她就这样

不断地攀登，20多年的时间，居然登上了很多高山，其中还有好几座是世界上有名的山峰。95岁时，老太太成功地登上了日本的富士山，打破攀登此山年龄最高的纪录。

这位老太太就是著名的胡达·克鲁斯老太太。

70岁开始学习登山，这乃是一大奇迹。但奇迹是人创造出来的。成功人士的首要标志是他的观念。一个人如果是个积极思维者，实行积极思维，喜欢接受挑战和解决麻烦事，那他就成功了一半。胡达·克鲁斯老太太的壮举正验证了这一点。

须知，人生就是一连串的思考过程，每个人的前途和命运完全掌握在自己手中，只要有正确的观念，成功就离你不远。

1926年，毕业于东京大学法律系的在村文年进入“三菱矿业”成为一名小职员。

当公司为新人举行欢迎会时，他对那些与他同时进入公司的同事说：“我将来一定要成为这家公司的

总经理。”

他在豪言壮语之后，开始了他的长远计划。凭其良好的决策思维与旺盛的斗志，在毫无派系背景之下，完全凭借自己的实力，最终当上了“三菱矿业”的总经理。

以三菱财阀的历史而言，刚到60岁就成为直系公司的总经理，可以说是史无前例。他的就职惊动了日本工商界人士，人们无不惊讶，并深感佩服。

我们常常感叹：面对相同的境遇，拥有相近的出身背景，持有相同的学历文凭，付出相近的努力，为什么有的人能够脱颖而出，而有的人只能流于平庸？为什么有的人能够飞黄腾达，演绎完美人生，而有的人只能满怀怨恨而终？

我们不得不说，这些区别和差距的产生往往也源于观念的不同。

换一种观念，就会换一片天空。你的观念是正确的，就会得到晴空万里；你的观念若是错误的，天空将会乌云密布。

爱迪生有位叫阿普顿的助手，出身名门，是大学的高才生。在那个门第观念很重的年代，阿普顿对小时候以卖报为生、自学成才的爱迪生很有些不以为然。

一天，爱迪生安排他计算梨形灯泡容积，他一会儿拿标尺测量，一会儿计算。几个小时后，爱迪生进来了，问阿普顿是否已计算好，满头大汗的阿普顿忙说：“快好了，就快好了。”爱迪生看到稿纸上复杂的公式，明白了是怎么回事。于是他拿起灯泡，倒满水，递给阿普顿说：“你去把灯泡里的水倒入量杯，就会得出我们所需要的答案。”

显然，阿普顿的观念陷入了一种局限，不懂得用变通的方法解决遇到的实际问题。我们的工作中也常常有这样的员工，他们固守着原有的观念，而不想有丝毫的改变。自然，在遇到问题时也不懂得找方法，问题也往往处理得捉襟见肘，不能使人满意。实际上，在观念决定一切的今天，只需将观念做一点小小的改变，就可以得出解决问题的方法，拥有不一样的结果。换一种观念，你得到的将是更广阔的天空。

### 智慧点拨

在正常的大气压下，水烧到99℃仍不能沸腾，唯有再升高1℃，到了100℃，才能成为真正的开水。工作也是同样的道理，成功与失败往往源自1%的不同。



## 不换脑袋就换人

企业购置的机器设备都会按一定的年限折旧，这是谁都明白的道理。可是，随着知识更新速度的加快、就业竞争的日趋激烈，人们赖以生存的知识、技能，也会随着岁月的流逝而不断地折旧。据美国国家研究委员会的一项调查发现：半数以上的劳动技能在短短的3~5年内就会因为跟不上时代的发展而变得无用，而以前这种技能折旧的期限则长达7~14年。

现在职业的半衰期也是越来越短，所有的高薪者若不学习，不需5年，就会再次变成低薪者。

未来社会只有两种人：一种是忙得要死的人，另一种是找不到工作的人。据统计，25周岁以下的从业人员，职业更新周期是人均一年零四个月。比如，当10个人中只有1个人拥有某种职业的初级证书时，那个有证书的人的优势是明显的，而当10个人中有9个人拥有同一种证书时，那么他原有的优势便不复存在了。

在职场中，主动换脑去适应社会、适应环境的人是老板需要的人，他们是企业的稀有资源。不管是在国内还是在海外，这样的人总是非常受老板欢迎，他们不但能保住自己的职位，而且有可能节节攀升。相反，那些面对知识折旧越来越快、信息量日趋膨胀的社会现实，不知更新自己的知识结构、及时转变自己的思维观念的人，很可能很快就被老板所嫌弃，同时也会被社会所淘汰。人作为高级动物，其最大的特点就是会动脑筋。美国著名企业家艾柯卡之所以能够成功，便在于他时刻铭记刚参加工作时分公司经理的话：“你要记住，马更有力气，狗更忠诚。你作为人类的唯一长处就是你有一个智慧的脑子，这是你唯一能超越它们的地方。”

北京某白酒厂职工铁亮虽然平时工作不认真，但关键时刻肯动脑筋，公司根据他的这一个人特点派他去推销库存的白酒。铁亮望着库房中堆成山的成品酒，心中盘算：这百年酒厂，素以质量取胜，深受各界人士欢迎，而今大量滞销，是因为产品已不适销，特别是主要市场——北京及各郊区(县)消费水平正在不断提高，饮酒的口味发生了变化，但其他一些较落后的地区的白酒市场却有待开发。于是，铁亮果断地带10箱白酒，由一位朋友带领，北上通辽等地。铁亮每到一地，就请当地批发部门领导品酒，还自作主张，允诺可以赊销。而当时公司的情况正是大量欠款收不回来。可铁亮自有他的高招，在打通主批发渠道后，又将带来的酒瓶商标送给各小饭馆、旅店、零售店做招贴画。接着他又跑到各商店里，在人家的烟酒柜台上摆放一些美观的玻璃容器，然后注满甘冽的白酒，顿时酒香满堂，竟也有些“葡萄美酒夜光杯”的韵味。许多消费者十分好奇，争相购买，于是各销售网点纷纷向批发商进货，一时竟供不应求。这时铁亮反过来要求批发商以现金付款，同时提价5%。原来，

他使用的是欲擒故纵的计谋。

公司领导很快了解到了这些情况，立即任命铁亮为东北、内蒙古地区销售经理，负责东北、内蒙古地区的产品销售。

这个故事给我们的启示是：喜欢动脑、努力找方法来解决职场中难题的人是最优秀的人，也是公司需要的人。公司领导一定会发现这种优点，予以重用。假如你通过找方法、动脑筋做了一件乃至几件让人佩服、让领导赏识的事，你就会很快脱颖而出，并获取更多的发展机会。

#### 智慧点拨

在观念决定一切的今天，企业欢迎的员工不再是只会拼命工作的人，而是能够聪明工作的人。企业为了生存，为了赢利，要求员工能够在工作中“换脑袋”，如果员工不换脑袋，企业就会换人。

## 行·动·方·案



- ① 在做一件事之前，将自己设想为强者，并积极思考成为强者的方法。
- ② 每天笑容多一点，主动与同事打招呼，主动做分外的工作，用自己的热情去感染身边的人。
- ③ 平时做事情不要钻牛角尖，及时转换思维。
- ④ 在职场中，要善于动脑，努力找方法来解决难题。

# 工作中不是缺乏创意，而是缺乏想象

现在是个重视创意的时代，在竞争中获胜的一个重要因素就是富有创意的想法。工作中并不缺乏创意，而是缺乏想象。只要敢想，再加上巧妙的做事技巧，离成功就会更近一步。



## 只要能够想到，就能够做到

广告行业流行一句话：只要能够想到，就能够做到。其实，这种理念在任何行业、任何企业都是适用的。没有什么困难是不可克服的，关键在于你能不能想到办法。



柯特大饭店是美国加州圣地亚哥市的一家老牌饭店。由于原先配套设计的电梯过于狭小老旧，已无法适应越来越大的客流量，于是，饭店老板准备改建一个新式的电梯。他重金请来全国一流的建筑师和工程师，请他们一起商讨该如何进行改建。

建筑师和工程师的经验都很丰富，他们讨论的结果是：饭店必须新换一部大电梯。为了安装好新电梯，饭店必须停止营业半年时间。

“除了关闭饭店半年就没有别的办法了吗？”老板的眉头皱得很紧，“要知道，这样会造成很大的经济损失。”

“必须这样，不可能有别的方案。”建筑师和工程师们坚持说。

就在这时候，饭店里的一名清洁工刚好在附近拖地，听到了他们的谈话，他马上直起腰，停止了工作。他望望忧心忡忡、神色犹豫的老板和那两位一脸自信的专家，突然开口说：“如果换成我，你们知道我会怎么来装这个电梯吗？”

工程师瞟了他一眼，不屑地说：“你能怎么

做？”

“我会直接在屋子外面装上电梯。”

工程师和建筑师听了，顿时诧异得说不出话来。

很快，这家饭店就在屋外装设了一部新电梯。在建筑史上，这是第一次把电梯安装在室外。

客流量增加了，必须再安装一部电梯缓解客流，这是解决问题的方法。但是怎样才能既不影响饭店营业，又能安装电梯呢？这就需要有一个最佳方案。将新电梯安装在饭店外面，这无疑是从未有过的尝试，但就是这创新的想法，解决了缓解客流和正常营业之间的矛盾，这就是最佳方案。

在困难面前保持足够的韧性，遇到困难不惧怕，是优秀员工获得事业成功的重要因素，也是一种积极的人生态度的重要表现。反过来，积极的人生态度有助于人们克服困难，实现成功。成功学家卡耐基曾经说过：“生活只需要积极的人，而消极的人只能在这个世界上逐渐萎缩，最后消失。”古今中外，任何一个获得成功的人，无不是在经历了重重艰难、战胜了

数不尽的困难后，才取得伟大的个人成就的。

如果一个人总是有意无意地夸大困难，看到困难掉头就跑，缺乏韧劲，那么最后得到的就只能是失败或碌碌无为的结果。

我们不妨将困难比作优美风景前的一座大山，如果你看到山高就扭头便走，或者爬到一半就放弃，那么你永远都不会看到山那边的景色；如果你不怕山高路远，能以坚忍不拔的精神和毅力越过大山，你不仅可以看到山那边最美的风景，而且还可以继续起程，爬上更高的山，看到更美的风景。

伟大的爱默生曾经说过：“每一次挫折或者突变，是带着同样或较大的有利的种子。”赫胥黎也说过：“没有哪一个聪明人会否认痛苦与忧愁的锻炼价值。”隐藏在困难背后的价值是无限的，那些卓越的人往往比其他人更早认清困难的价值。

很多人把困难当作沉重的包袱和痛苦的累赘，他们从来不考虑困难本身蕴含的价值，更不会考虑通过战胜困难来体现和增强自身的价值。优秀员工则对困难的价值认识得非常深刻，也正因为如此，他们才会

获得比他人更高的成就，才会得到更多的发展机会。

许多人之所以不能成为优秀员工，不是因为他们能力不够、诚心不足，或者没有对成功的热望，而是因为他们困难面前缺乏韧劲。这种人做事时往往虎头蛇尾、有始无终，做起事来也是东拼西凑、草草了事。他们总是把困难想象得过于强大，总是目光短浅，看不到战胜困难之后的大好前景。

企业需要具有韧劲的优秀员工，在困难面前保持韧劲不仅是员工个人实现成功的必要条件，也是整个企业增强竞争力、发展力的重要因素。

#### 智慧点拨

困难就像是优美风景前的一座大山，如果你看到山高就害怕长途跋涉，那么你永远都不会看到山那边的景色；如果你不怕山高路远，能以坚忍不拔的精神和毅力越过大山，你不仅可以看到山那边最美的风景，而且还可以继续起程，爬上更高的山，看到更美的风景。



## 胜在创意：赢的就是想法

当今时代是一个信息爆炸的时代，它为人们的创富提供了无限广阔的天地，一个好的创意即有可能成就一个富翁，而墨守成规、没有想法的人常常会被社会所淘汰，他们会被同行迅速地甩在后面。美国成功学大师拉波里恩·希尔博士依赖自己所创的“心理创富学”而拥有亿万资产，他曾指出：“人的心灵能够构思到而又确信的，就可以成为财富。”这就是心灵学创造财富的公式：财富=智慧+信念。

我们知道，智慧对创富成败的影响是不言而喻的。一个错误的决策往往与其预见能力不足有关，而一个正确的预见则可以帮助你快速获得财富。

有的人能够取得成功，让他赢的往往不是学历，不是经验，而是即时产生的创意和将想法付诸实践的行动。

1958年的一天，在美国克利夫兰市的一家西餐馆里，一个叫刘文汉的中国人正同两个美国商人共进午餐。刘文汉问美国商人：“在美国，什么行当最能大行其道？”

“Wigs！”其中一个美国商人答道。

“假发？”刘文汉的眼睛一亮，脱口而出。

“Yes, Wigs！”那个美国人又一次肯定地说。他放下手中的刀叉，从随身所带的包中取出一个长的假发，表示说，他还有意购买13种不同颜色的假发。像这样餐桌上的交谈，在当时来说，只不过是商场上普通的谈话。但是说者无意，听者有心。餐桌上的一句话，触动了刘文汉聪明的头脑。这顿午餐，就成了反应敏捷、有心眼的刘文汉发迹的起点。

后来，刘文汉在香港被人称为“假发业之父”。

据刘文汉当时所做的调查，“假发热”的确在20世纪60年代的美国十分流行。

美国市场对假发的需求量空前巨大，无疑给假发制造业创造了一个史无前例的黄金时机。

一个广泛的市场展现在刘文汉的眼前了。刘文汉一

回到香港，就马不停蹄地开始了新的调查。当时，香港有人利用从印度和印尼进口的人发(真发)制成各种发型的发笠(假发笠)，如短笠(短发型的发笠)、长笠(长发型的发笠)、须仔(纯手工制作的发笠)，等等。成本相当低廉，最贵的每个不过近百元港币，而售价高达300港币。刘文汉经过一番估算，立即决定在香港创办假发工厂。

决心下了，可是制造假发的专家又找不到，刘文汉为此非常着急。一天，一位朋友来访，在交谈中，刘文汉问他哪里有懂得制造假发的专家时，这位朋友提起在油麻地的后街似乎有一个专门替粤剧演员制造假须、假发的师傅，但具体的住址这位朋友并不清楚。

油麻地大街小巷数条，人口稠密，要在这里寻找一个名不见经传、默默无闻的工匠，谈何容易！刘文汉求贤若渴，疲于奔走，穿梭在街头巷尾，出入于人山人海，终于在一个僻静的陋巷深处，打听到了这位平素避见生人的假发师傅。

刘文汉如获至宝，把这位千辛万苦请来的、当时香港独一无二的假发师傅奉为上宾。当他恭恭敬敬地给师傅献上一杯香茗之后，便迫不及待地大谈假发在

美国如何如何受欢迎，大谈在香港办厂制造假发向美国出口如何赚钱的生意经。

“您需要多少假发呢？”师傅啜了一口茶，问道。

“每月至少500个。”刘文汉的如意算盘早已打好，自然心中有数。

“你疯了！”师傅把茶杯重重一顿，瞪大眼睛看着这位生意人。

“怎么啦？”刘文汉这时是丈二和尚摸不着头脑。

原来，制造假发得心细工精。师傅告诉他，一个假发经他手中制成，得花3个月时间。

假发师傅的一席话，像一盆劈头盖脸的冷水，冲得刘文汉的心一下子凉到脚后跟，但是，刘文汉并不因此感到沮丧，他请求这位师傅领他前去参观制造假发、假发的小工厂。在那里，刘文汉仔细观察了工厂里几名工人制造假发的方法，心里默默盘算着其中哪道工序可以采用现代手段来代替。参观完整个假发制造过程后，由于他懂得机械技术，一个采用机器生产假发的蓝图也就随之呈现在他的脑海中了。

回到家，刘文汉聘请了一名女工，请这位师傅对

这名女工进行培训，并设计了制造假发的机器供这名女工操作。

3个月后，刘文汉的手下员工经过培训，能熟练地操作机器、采用现代生产方式制造假发的女工已超过30名，刘文汉又购买了一批用于制造假发的机器，从印尼购进大批原料。厂房亦已租下，修葺一新，第一个假发制造厂在香港成立了。

刘文汉为这个制造厂的创建花去了大量的时间和精力，耗费了大量的人力、财力和物力。但是，这一切努力并没有白费，汗水和心血换来了丰硕的成果，第一批假发果然从机台上生产出来了。

刘文汉走进连卡佛公司，向这家公司一名高级行政人员兜售他所制造的，也是香港第一个用现代化生产手段生产出来的新型假发。

对方接过假发，以行家的眼光审视一番，面带喜色地问刘文汉这些假发是哪里生产的。

“香港？不可能！”这位高级行政人员以为刘文汉在开玩笑。“这一定是欧洲产品，香港没有这样的假发制造厂。”据他所知，质地这样优良的假发，只

有法国才能够制造出来。

“现在有了！”刘文汉颇为自豪地回答道。连卡佛公司的高级行政人员对刘文汉工厂出产的假发质量颇为满意，立即签订订货合同，成批订购刘文汉生产的假发。第一炮打响了，消息不胫而走，数千张订货单雪片似的飞来，刘文汉靠假发生意成就了自己。

刘文汉的钱袋能迅速膨胀起来，原因即是他具有有创意的想法。



创意，就有这样非凡的作用与威力。许多企业就是凭一个好的创意开始发达的，许多人就是靠奇妙的创意发财致富的。好的创意不仅能创造财富，更是财富的化身。

所谓创意，就是拓宽思路，不断创造新点子，以想人之所未想，为人之所不能为，从而以新、以奇取胜，用常规思维之外的想法赢得成功和收获！

任何人的一生，都会有很多好的创意产生，关键是要认识到它的价值，抓住机会，让创意付诸实践，成为财富增长的源泉。不要放弃任何一个好的创意，好的创意就是获得财富的机会。如果你具有这种能力，就应该把握生活与工作的最佳时机，从而在工作中创造伟大的业绩，为企业带来财富的同时也会给自己带来相应的回报。

#### 智慧点拨

创意，无论对企业还是对个人，都有着其他事物难以匹敌的价值。在这个创意制胜的时代，赢的就是想法，好的创意就是取得财富的机会。



## 工作中不是缺乏创意， 而是缺乏想象

“这个产品没有创意。”

“这个方案没有创意。”

“这个人没有创意。”

这是我们在工作中常常会听到的声音。我们一直都认为，产品做不好是因为没有创意，工作效率低是因为没有创意，工作质量下降也是因为没有创意。实际上，我们并没有触及问题的本质，因为，工作中真正缺乏的并不是创意，而是想象。

产品设计得差劲，工作做得糟糕，并不是因为我们做不好，而是因为我们想不到。俗话说：“不怕做不到，就怕想不到。”只要敢于想象，并将之付诸实际行动，你就有可能创造出奇迹。

很多人都知道法国著名化妆品公司——香奈尔公

司，它的发展壮大就是得益于一名员工在关键时期的一个关键性的想法。

刚开始时，香奈尔公司没什么名气。产品滞销，公司陷入困境。这时，销售部的一位员工突发奇想，并把想法向香奈尔汇报，立即得到了她的大加赞赏。

没过几日，在巴黎《日日新闻》上，人们看到了这样一则广告：香奈尔化妆品公司精选10名丑女，将在星期六晚上在巴黎大舞台与诸君见面。

广告刊出后，一时间被传为奇闻。当周六夜晚来临时，到场参观的人非常多。

帷幕拉开，丑女们鱼贯而出。果然个个都是长得奇丑无比。观众们顿时嘘声一片，大家无不惊叹：“竟然会有这么丑的女人！”

这时，只见香奈尔女士笑容可掬、神态自如地走上台，她对大家说：“为了展示本公司化妆品的功效，请诸位朋友稍等片刻，让丑女们化妆，以谢诸君。”

过了一会儿，随着音乐再起，丑女们一个个涂脂抹粉地走出来了，霓虹灯下果然是另一番模样。

观众无不叹服，自此，香奈尔公司生产的化妆品在市场上成了畅销货。

那名提出想法的员工无疑拯救了整个香奈尔公司，不用说，随着公司的发展壮大，他也会为个人赢得良好的发展机遇。

我们不妨设想一下，如果是你，如果你现在就是那家化妆品公司的员工，老板正为公司的窘境而愁眉不展，正广泛地征求良策，你会怎样做呢？会不会像那位员工一样产生不错的想法？

或许你会问：“做个具有无限创意的人是不是很难啊？”

事实并不像你想的那样。

有一位思想家说过一句很著名的话：“生活中不是缺少美，而是缺少发现。”

我们也可以把这句话换一种说法：在我们个人成功的道路上，并不缺乏机遇，而是缺乏能够创造机遇的想象力。

在工作当中，我们经常会遇到各种各样的偶然

事件。假如我们能够利用这些偶然的机，充分发挥自己的想象力，挖掘对自己有用的信息，我们就会发现，工作中处处充满着创意和机遇。

1955年2月24日，乔布斯出生于美国旧金山。他小时候淘气、聪明，又好动。

1961年，因工作需要，他们全家搬到地处硅谷的山景镇。从此，乔布斯就生活在这个充满着世界上最新的科学技术与最先进的管理知识的环境里，耳濡目染中，他的性格也表现出硅谷人的特点——敢于创新，对自己的工作和爱好非常专注。

有一天，邻居赖瑞带了一只原始的碳制麦克风回家，接上电池，挂上喇叭，就可以发出声音。这可把乔布斯给迷住了，他一个劲地向赖瑞问些奇怪的问题。

赖瑞不胜其烦，干脆把麦克风送给他，让他自己去仔细研究。此后，乔布斯每天晚上都待在家中，一点一滴地汲取有关电子的知识。

赖瑞见这个小家伙聪明好学，就推荐他参加惠普

公司的“发现者俱乐部”。

在这里，乔布斯第一次见到了电脑。一见到电脑，乔布斯就迷上了它。那天晚上，俱乐部展示了一种新式桌上电脑，让大家打着玩。乔布斯一边玩，一边梦想着自己要有这么一台电脑该多好呀！

在一次同学聚会上，乔布斯与比他年长5岁的渥兹尼克见面了。渥兹尼克是学校电子俱乐部的会长，是个天生的电子设计师。乔布斯与他一见如故。

乔布斯经渥兹尼克介绍加入了学校电子俱乐部，成了一名“电子迷”。高二时，他利用课余时间到一家名为哈尔德克的电子商店打工。

渥兹尼克工作之余，整天都埋头于设计新型电脑，而乔布斯则更多地在思考如何在电脑上赚点钱。他们有一个共同的愿望，就是拥有一台自己的电脑。

就是这个强烈的愿望，使他们推出了物美价廉的个人电脑。

这台电脑严格地讲只是装在木箱里的一块电路板，但有8K储存器，能显示高分辨率图形。虽然简单，却相当诱人，俱乐部成员纷纷提出要订购这种

电脑。

1974年4月1日，乔布斯、渥兹尼克等人签署了一份协议，共同创办一家新的电脑公司。为了纪念乔布斯当年在苹果园打工的经历，公司取名苹果(Apple)，标志是一个被咬了一口的苹果，因为“咬”(Bite)与“字节”(Byte)同音。他们生产的第一款电脑也就命名为“苹果1”(Apple1)。

这个时代并不欠缺创意，而是欠缺想象。只要你有想法，并去付诸行动，你就已经成功了一半。也许，在偶然的时机中，就会隐藏着工作和事业上的巨大创意，如果我们能够想到这一点，不断地从偶然的时机中挖掘对自己有用的信息，将会对自己的事业有着莫大的帮助。另外，善于从偶然的时机中挖掘对自己有用的信息，也可以不断地挖掘出自身的潜力，让自己创造出更辉煌的工作业绩。

想象，对我们每一个人都很重要，如果在工作中缺少了想象，那时，我们将思路枯竭、思想贫乏，很难作出令人信服的创意。没有创意的工作也就失去

了本来的乐趣，日日重复着毫无创造性的工作，生活也会变得苍白，那是多么可怕的一件事。为了避免这一天的到来，我们亟须唤回自己的想象能力，有了想象，工作才会更有创造力，生活才会更精彩。

### 智慧点拨

许多人在抱怨，现在的人太缺乏创意。而我们要说，工作中不是缺乏创意，而是缺乏想象。俗话说：“不怕做不到，就怕想不到。”只要敢于想象，并将之付诸于实际行动，你就有可能创造出奇迹。



## 成功 = 敢想 + 巧做

老刘在垂垂老矣之时开始慨叹命运的不公，为什么自己辛劳了一生却没有成功，而别人似乎轻轻松松就能够抵达成功的殿堂。

那么，让我们来看一看他在生活中的情景吧：

朋友甲想劝他一起投资一个新型的项目，如果顺利的话，一年可以赚1个亿。他赶忙说：“我听说那个项目很有风险的，还是不要做了吧。”结果，那一年，朋友赚了1.5个亿，他的钱仍存在银行里生利息。

几年前，当传出美国准备发射载人航天飞船时，他赶快摇摇头：“不行，不行的，这个事情做不好会出问题的，那可是人命啊！”结果，美国发射成功了，中国也发射成功了，他才快快地说：“还真能行啊！”

这只是老刘这一类型的人在生活中的一些片



段，但从中足以看出他们远离成功的根本原因，那就是——不敢想。

我们常说：“心有多大，舞台就有多大。”敢想，就是将心开阔到了一定的程度，心所触及的地方，就是灵感产生的地方，也是动力产生的源泉。敢想，再加上巧做，离成功就会越来越近。

我们熟悉的企业家大多是敢想、巧做的杰出人士，敢想表现的是一种魄力，巧做则表现的是一种智慧，两者合二为一、相得益彰，也奠定了他们事业成功的基础。他的敢想并不是毫无根据的瞎想，而是展示在大家面前的一个目标，并且，他能够为实现这个目标找到合适的方法。

1999年成立的蒙牛，2000年的销售收入不到3亿元，2001年前三个季度做到了5亿元。但是在2001年制订未来“五年计划”时，牛根生将2006年的销售目标定在了100亿元。

此言一出，众人哗然。5年时间，从3亿元到100亿元，相当于增长33倍，每年翻一番的速度根本不可能

实现目标。更大的限制是，2000年中国乳业的总销售收入也才200亿元，100亿元即是2000年中国乳业的半壁江山。这个目标向所有的蒙牛人提出了一个挑战。大家纷纷对这个指标产生怀疑，认为牛根生是在“放卫星”，太冒进，太突进。但是牛根生的回答让人更诧异：“这是因为我胆子小才定这么一个指标，如果换成别人当总裁，那可就不是100亿元，而是200亿元。”

为什么牛根生敢“口出狂言”？因为他的思维方式是目标导向式。

我们都知道，在制定目标的过程中人有两种思维模式：一种是“资源导向式”，另一种是“目标导向式”。

普通人的思维倾向于“资源导向式”，即从现有资源出发，正向推演，步步为营，以物质决定思维。因此总是觉得自己资源不够、精力不够、财力不够、智力不够，到头来弄得束手束脚、一事无成。

而“目标导向式”思维是将目标进行倒推。不问自己现在有什么，只问自己要实现什么目标，想做什么。在目标执行过程中，一切从目标出发，根据目

标的要求，规划实现目标的路径，明了实现目标的条件，并在实际工作中努力去发现、借助和创造实现目标的条件，按照路径一步步推进，最终实现目标。

牛根生的思维方式就是目标导向式，但这并不意味着他在制定目标的时候是简单地拍脑袋。根据当时中国的人口与经济状况，他十分清醒地认识到中国乳业的巨大发展空间，经过科学的分析，图谋全国市场乃至国际市场的战略已然成竹在胸。

牛根生在做了大家的思想工作后，从这个目标出发，倒推资源配置，倒推时间分配，已有的充分发挥作用，没有的想办法创造，大家都全心全意地向这个目标奔去：盖全球样板工厂，建国际示范牧场，开拓香港市场并最终上市，打北京、上海几大战役，天上有航天员，地上有运动员，形成海陆空的整体进攻态势。

2002年，蒙牛年销售收入达到16.7亿元。

2003年，蒙牛年销售收入达到40.7亿元。

2004年，蒙牛年销售收入达到72.138亿元。

这时候，大家又觉得当初制订的销售计划太偏低了，当时胆子太小了。

2005年，蒙牛销售收入首次突破百亿大关，达到108亿元，提前一年实现了目标。

回过头来看，如果当初不是按照目标倒推法，根据目标进行资源的整合，眼睛只盯住自己篮子里的菜，只想着在现有资源的情况下进行操作，蒙牛不但不可能达到现在的高度，恐怕连生存状况都会受到影响。而现在蒙牛的成功，很大一部分要归功于牛根生的敢想和巧做。

成功的路上需要我们的大脑转动起来，不要再抱怨没有创意产生，先让自己变得敢想，在敢想的基础上改进自己的方法，巧妙地将设想变成现实，成功也就不请自来了。

#### 智慧点拨

很多人不成功，不是因为不能做到成功，而是不敢想。不敢想的人，思路永远会固着于一点而不能够突破。敢想，再加上巧做，成功便会不请自来。

## 行·动·方·案



⊙ 生活中无论有什么样的新奇想法，都不要轻易放弃，将它记下来，也许日后会带来创见。

⊙ 遇到问题时多思考一番，为一个问题多想一些办法。

⊙ 在生活中培养自己前瞻性的眼光，要敢于去想，不要认为自己的想法幼稚或不可行。

⊙ 敢想并不等于鲁莽，在敢想的基础上更要巧做，用巧妙的方法解决工作中的困难。

## 第七章

# 戴上6顶思考帽，智慧产生于思维的拐点处

当用一种方法无法解决问题时，要学会换个地方打井。当问题从正面难以突破时，要学会从侧面找到切入点。大家赢才是真的赢，在工作中应树立“共赢思维”。



## 平面思维—— 换一个地方打井

有这样一个故事：

一家有父子两人。一天早晨，父亲派儿子去城里打酒。儿子走到城门口，跟正出城门的人相遇了。两个人互不相让，一直站到中午。

家中的父亲见儿子迟迟不归，便前去寻找。他到了城门口，了解了情况后，便对儿子说：“你先回去吃午饭，让我来替你站着。”

故事中的父子俩真够执著的，执著到退后一步都不肯，让人既觉着好笑，又觉着好气。

事实上，生活中也不少见这样的人，他们一根筋思维，碰到南墙也不知道转向。这种一根筋的思维方式对工作任务的落实是有制约作用的。

在工作的过程中，人们遇到困难时应该坚持不

懈，有韧劲，不达目的绝不罢休。但这里所说的有韧劲，并非是要在一棵树上吊死，而应该在适当的时候转换思路、转向思考。

所谓转向思考，就是在思考问题时，如果在一个方向上受阻了，就换一个路径来思考问题。这就是“打得赢就打，打不赢就走”，或者说是“换一个地方打井”的思维。

“换一个地方打井”，也就是“平面思维”，是著名的思维学家、“创新思维之父”德·波诺提出的概念。这个概念的意思非常明确，就是在碰到难以解决的问题时，不要一条道走到黑，要学会转换思路。思路一变，问题就可能迎刃而解。

德·波诺打比方说：“在一个地方打井，老打不出水来。具有纵向思维方式的人，只会嫌自己打得不够深，而增加努力程度。而具有平面思维方式的人，则考虑很可能是选择打井的地方不对，所以与其在这样一个地方努力，不如另外寻找一个更容易出水的地方再打井。”

纵向思维总是使人们放弃其他的可能性，大大局

限了创造力；而平面思维则不断探索其他的可能性，所以更有创造力。

佛勒是一个靠卖8美分一把的小刷子起家的刷子大王。大家看到做刷子有利可图，纷纷生产，结果给他的公司造成了很大的压力。感到竞争激烈的佛勒开始将目光从一般百姓身上移到了军人身上。

当时正是第二次世界大战期间。佛勒精心设计了一种擦枪的刷子，并找到军队的有关人士说：“这种特制的刷子，可以将枪刷得又亮又好。”军队接受了他的建议，与他的公司签订了3400万把刷子的合同。这种“换地方打井”的策略，使他赚了一大笔钱，更加奠定了他“刷子国王”的地位，让其他还在百姓范围里争夺消费者的对手们望尘莫及。

任何事物都是由各种不同的要素构成的。我们在遇到某些难以解决的问题时，不妨采取一些措施来改变事物所包含的某些要素，让事物发生符合“落实”需要的变化，以达到换地方打井的效果。

在第二次世界大战期间，一艘满载军用物资的轮船，秘密地从日本某港口开出。

这艘货轮要经由上海、福州、广州，再经过马六甲海峡，驶向泰国，然后去缅甸，给那里的日军提供给养。

这艘货轮装的是从我国东北三省掠夺到的大豆。我抗日组织得知情报，立即指示我方特工人员将这艘货轮在大海中炸沉。

我方特工人员接到指示，想办法混进了日本货轮。结果，他们没费一枪一弹，就将日本货轮给“炸沉”了。

原来，他们运用的是“换地方打井”的思维方式，在大豆的性质上做文章。

他们偷偷地向装满大豆的货仓里灌水，让大豆膨胀，从而改变了大豆的性质：原来存放的是干燥的大豆，现在存放的是浸泡的大豆，这些大豆就变成了沉船的“枪炮”了。

以膨胀的大豆作为沉船的武器，是平面思维的一个巧妙运用。如果我们在工作中能够多用一些平面思维，当问题难以解决时也就不会死守着一个方法不放

了，而是考虑问题的多方面因素，尝试从问题的另一个层面入手，使难题更快更好地得到解决。

### 智慧点拨

在找方法的过程中坚持固然很重要，但一味地坚持往往会使我们放弃别的可能性，所以大大局限了创造力。而“平面”则不断探索其他可能性，所以更有创造力。



## 侧向思维—— 旁敲侧击得真知

我们在考虑某个问题时，有人总是死抱正面进攻的方法一味蛮干，结果丝毫不能解决问题；而有人则从侧面进攻，用意想不到的方法，轻而易举地获得成功，这就是智慧的功劳，这种思维方式就是侧向思维。

侧向思维的关键是能否摆脱他人常规的思维方式

或习惯思维(思维定式)的束缚，换一种新的观察角度去思维，主动寻求“柳暗花明又一村”。

有个聪明人想过一条水流湍急的河，便向船码头的人们大声问道：“哪位船老大会游泳？”话音刚落，好几个船老大围了过来，只有一位没有过来，他便问那人：“你水性好吗？”“对不起，20多年中，我只会行船不会游泳！”“好，我坐你的船！”人们要问，为什么偏选不会游泳的船老大呢？原来，这个聪明人正是运用了侧向思维——船老大不会游泳，必然会小心划船，这样反而比较安全。

侧向思维一般在两种情况下常用：第一种情况是实现目标的途径相当明确，原有各种思维方式均可达到既定目标，但由于惯性思维，尽管原方法有优有劣，人们往往总是一条道走到黑。在这种情况下，就必须果断寻找新途径。例如，要剪一块圆纸板，通常先在纸板上画出一个相应直径的圆，再用剪刀仔细剪下，花费时间较长。有人想到用圆规画圆，把圆规的

笔尖改装为小刀片，则成为一个很好的切圆片专用工具。用不同的方法解决了同一问题，而且还节省了时间。

第二种情况更为多用。为解决某一问题孜孜以求、朝思暮想，但按常规方法却难以完美解决，这时不妨转换一下思路，从与自己研究无关的领域中寻找解决的方法，或者请“外行”来参谋、出点子，或许很容易就能解决问题。例如，大家比较熟悉的鲁班发明锯、莫尔斯发明电报就是这种思维的典范。

生活中需要解决的某些问题，如果从正面来找突破口，往往比较困难，这时，就可以考虑从侧面去寻找。

有一位老板想在一个城市的东区开一家电影院，便命令他的助理去做市场调查，看电影院开在哪里比较好。

我们通常理解的市场调查，应该是去接触客户、征求意见，但这位助理却完全不按照常规行事，他出了公司就径直去了派出所。去派出所做什么？原来，

他去调查东区哪一片丢钱包的案件比较多，再决定将电影院开在哪一片。

这是什么逻辑？丢钱包与电影院有什么关系？你也许有这样的疑问。实际上，这位助理运用的就是侧向思维。直接调查电影院开在哪里实在是个复杂的工作，但电影院需要开在繁华的地方是没有问题的，那么，人多的地方就比较容易丢东西，只要到派出所查出哪一片丢东西的现象比较多，就证明哪里的人流量大，是开电影院的理想场所。

让我们来看看上面开电影院找派出所调查的例子中所用的思路：

(1) 目标：最理想的地方——人最多的地方。

(2) 人最多的地方的表现：①人头涌动；②拥挤；③吵吵嚷嚷；④容易丢东西；⑤其他。

(3) 去掉其他方面的表现，仅选一个重要的侧面：容易丢东西。

(4) 从哪里才能知道什么地方最容易丢东西——派出所。

这样从侧面顺藤摸瓜地找下去，问题很快就解决的方法了。

运用侧向思维法，往往可以帮助我们侧向寻找问题的突破口，当年法国向百姓推广土豆的种植便运用了这一方法，并取得了意想不到的好效果。

当土豆刚开始引入欧洲时，并不被百姓所认同。法国国王想尽了办法来宣传土豆的优点：高产、耐旱、省肥、抗病虫害、营养丰富、便于储藏，等等，虽然使出了浑身解数，却没有收到什么效果，百姓仍对其敬而远之。

后来，有个小官向国王献计，由国王下令在一片空地上种植土豆，并且在白天派兵看守，晚上再将守兵撤去。这一下激发了百姓们浓烈的兴趣，大家都在猜测这究竟是什么好东西，竟然需要卫兵来看守？于是，几个胆子大的人晚上将土豆偷来种在自家地里。这样，偷种的农家越来越多，土豆也就在法兰西的田野上很快推广开了。

当正面的努力难以取得进展时，不妨从侧面进行旁敲侧击，找到问题的突破口。这种方法也可以用于谈判中，当双方的对话陷入尴尬境地时，便可以从侧面刺激对方与我们交流，以便掌握更多的信息，在谈判中占据优势。

就像我们在走路时，正前方出现一块巨石挡住了去路，我们不必沮丧，也不必往回走，我们可以尝试走旁边的小路，也许这样可以更快地到达目的地。侧向思维在解决问题时所起的就是那“小路”的作用。

#### 智慧点拨

侧向思维法指的是：思考问题时，不从“正面”角度，而是通过出人意料的侧面来思考和解决问题。生活中某些需要解决的问题，如果从正面来找突破口，往往比较困难，这时，就可以考虑从侧面去寻找。



## 逆向思维—— 由果索因，反向思考

人一旦形成了某种认知，就会习惯性地顺着这种定式思维去思考问题，习惯性地按老办法想当然地处理问题，不愿也不会转个方向解决问题，这是很多人都有的一种愚顽的“难治之症”。这种人的共同特点是习惯于守旧、迷信盲从，所思所行都是唯上、唯书、唯经验，不敢越雷池一步。而要使问题真正得以解决，往往要废除这种认知，将大脑“反转”过来。

有一道趣味题是这样的：有四个相同的瓶子，怎样摆放才能使其中任意两个瓶口的距离都相等呢？可能我们琢磨了很久还找不到答案。那么，办法是什么呢？原来，把三个瓶子放在正三角形的顶点，将第四个瓶子倒过来放在三角形的中心位置，答案就出来了。把第四个瓶子“倒过来”，多么形象的逆向思维啊！

在日常生活中，有许多通过逆向思维取得成功的例子。

某时装店的经理不小心将一条高档呢裙烧了一个洞，如果用织补法补救，也只是蒙混过关，欺骗顾客。这位经理突发奇想，干脆在小洞的周围又挖了许多小洞，并精于修饰，将其命名为“凤尾裙”。一下子，“凤尾裙”销路顿开，该时装商店也因此出了名。逆向思维给这位经理带来了可观的经济效益。

无跟袜的诞生与“凤尾裙”异曲同工。因为袜跟容易破，一破就毁了一双袜子，商家运用逆向思维，试制成功无跟袜，创造了非常良好的商机。

学习逆向思维法最有魅力的地方之一，就是对某些事物从反面进行利用。运用逆向思维是一种创造能力。逆向思维就是违背常理，从反面探索问题和解决问题的思维。

南唐后主李煜派博学善辩的徐铉到大宋进贡。按

照惯例，大宋朝廷要派一名官员与其使者入朝。朝中大臣都认为自己辞令比不上徐铉，谁都不敢应战，最后反映到宋太祖那里。

太祖的做法大大出乎众人意料，他命人找来10名不识字的侍卫，把他们的名字写上送进官，太祖用笔随便圈了个名字，说：“这人可以。”在场的人都很吃惊，但也不敢提出异议，只好让这个还未明白是怎么回事的侍卫前去。

徐铉见了侍卫，滔滔不绝地讲了起来，侍卫根本搭不上话，只好连连点头。徐铉见来人只知点头，猜不出他到底有多大本耐，只好硬着头皮讲。一连几天，侍卫还是不说话，徐铉也讲累了，于是也不再吭声。

这就是历史上有名的宋太祖以愚困智解难题之举。

照一般的做法，对付善辩的人，应该找一个更善辩的人，但宋太祖偏偏找一个不认识字的人去应对。这反倒引起了善辩高手的猜疑，认为自己面前的人是代表宋朝“国家级水平”的人，既猜不透，又不敢放肆。以愚困智，只因智之长处根本无法发挥，这实际上是一种“化废为宝”的

逆向思维方式。这种思维方式在经营管理或者技术发明等领域，同样具有很大的创新性。

1820年，丹麦哥本哈根大学物理教授奥斯特，通过多次实验证实存在电流的磁效应。这一发现传到欧洲大陆后，吸引了许多人参加电磁学的研究。英国物理学家法拉第怀着极大的兴趣重复了奥斯特实验。果然，只要导线通上电流，导线附近的磁针立即会发生偏转，他深深地被这种奇异现象所吸引。当时，德国古典哲学中的辩证思想已传入英国，法拉第受其影响，认为电和磁之间必然存在联系并且能相互转化。他想既然电能产生磁场，那么磁场也能产生电。

为了使这种设想能够实现，他从1821年开始做磁产生电的实验。几次实验都失败了，但他坚信从反向思考问题的方法是正确的，并继续坚持这一思维方式。

十年后，法拉第设计了一种新的实验，他把一块条形磁铁插入一只缠着导线的空心圆筒里，结果导线两端连接的电流计上的指针发生了微弱的转动，电流产生了！随后，他又完成了各种各样的实验，如两个

线圈相对运动，磁作用力的变化同样也能产生电流。

法拉第十年不懈的努力并没有白费，1831年，他提出了著名的电磁感应定律，并根据这一定律发明了世界上第一台发电装置。

如今，这一定律正深刻地改变着我们的生活。

法拉第成功地发现电磁感应定律，是运用逆向思维方法的一次重大胜利。

传统观念和惯性思维常常阻碍着人们创造性思维活动的展开。逆向思维就是要打破固有模式，从现有的思路返回，从与它相反的方向寻找解决难题的办法。常见的方法是就事物的结果倒过来思维，或就事物的某个条件倒过来思维，或就事物所处的位置倒过来思维，或就事物起作用的过程或方式倒过来思维。生活实践也证明，逆向思维是一种重要的思考能力，它对于人才的创造能力及解决问题的能力培养具有相当重要的意义。

### 智慧点拨

学习逆向思维法最有魅力的地方之一，就是对某些事物从反面进行利用。运用逆向思维是一种创造能力。



## 发散思维—— 每个问题都是多项选择题

发散思维的概念，是美国心理学家吉尔福特在1950年以《创造力》为题的演讲中首先提出的，半个多世纪来引起了普遍重视，促进了创造性思维的研究工作。发散思维又称求异思维、扩散思维、辐射思维等，它是一种从不同的方向、不同的途径和不同的角度去设想的展开型思考方法，是从同一来源材料、从一个思维出发点探求多种不同答案的思维过程，它能使人产生大量的创造性设想，摆脱习惯性思维的束缚，使人的思维趋于灵活多样。

发散思维要求人们的思维向四方扩散，无拘无束，海阔天空，甚至异想天开。通过思维的发散，要求打破原有的思维格局，提供新的结构、新的点子、新的思路、新的发现、新的创造等一切新的东西，特别是对于创造者可提供一种全新的思考方式。

在一次有许多中外学者参加的关于如何开发创造力的研讨会上，日本一位创造力研究专家应邀出席了这次研讨活动。

面对这些创造性思维能力很强的学者同仁，风度翩翩的村上幸雄先生捧来一把曲别针(回形针)，说道：“请诸位朋友动一动脑筋，打破框框，看谁能说出这些曲别针的更多用途，看谁创造性思维开发得好、多而奇特！”

片刻，一些代表踊跃回答：“曲别针可以别相片，可以用来夹稿件、讲义。”

“纽扣掉了，可以用曲别针临时钩起……”

大家七嘴八舌，大约说了十多种，其中较奇特的想法是把曲别针磨成鱼钩，这个观点引来一阵笑声。

村上对大家在不长时间内讲出曲别针的十多种用途，很是称道。

人们问：“村上您能讲多少种？”

村上一笑，伸出3个指头。

“30种？”

村上摇头。

“300种？”

村上点头。

人们惊异，不由得佩服这人聪慧敏捷的思维，但也有人怀疑。

村上紧了紧领带，扫视了一眼台下那些透着不信任的眼睛，用幻灯片映出了曲别针的用途。这时只见中国的以“思维魔王”著称的怪才许国泰先生向台上递了一张纸条。

“对于曲别针的用途，我能说出3千种，甚至3万种！”

邻座对他侧目：“吹牛不罚款，真狂！”

第二天上午11点，他“揭榜应战”，走上了讲台。他拿着一支粉笔，在黑板上写了一行字：村上幸

雄曲别针用途求解。

原先不以为然的听众一下子被吸引过来了。

“昨天，大家和村上讲的用途可用4个字概括，这就是钩、挂、别、联。要启发思路，使思维突破这种格局，最好的办法是借助于简单的形式思维工具——信息标与信息反应场。”

他把曲别针的总体信息分解成重量、体积、长度、截面、弹性、直线、银白色等10多个要素，再把这些要素用根标线连接起来，形成一根信息标。然后，再把与曲别针有关的人类实践活动要素作分析，连成信息标，最后形成信息反应场。

这时，现代思维之光射入了这枚平常的曲别针，它马上变成了孙悟空手中神奇变幻的金箍棒。许国泰从容地将信息反应场的坐标不停地组切交合。

通过两轴推出一系列曲别针在数学中的用途，如，曲别针分别做成1、2、3、4、5、6、7、8、9、0等数字，再做成“+”、“-”、“ $\times$ ”、“ $\div$ ”等符号，用来进行四则运算，运算出数量，就有1000万、1亿种用法；在音乐上可创作曲谱；曲别针可做成英、

俄、希腊等外文字母，用来进行拼读；曲别针可以与硫酸反应生成氢气；可以用曲别针做指南针；可以把曲别针串起来导电；曲别针是铁元素构成的，铁与铜化合是青铜，铁与不同比例的几十种金属元素分别化合，生成的化合物则是成千上万种。实际上，曲别针的用途，几乎近于无穷！他在台上讲着，台下一片寂静。与会的人们被“思维魔王”深深地吸引着。

几乎从启蒙那天开始，社会、家庭和学校便开始向我们灌输这样的思想：每个问题只有一个答案，不要标新立异，这是规矩，那是白日做梦，等等。

当然，就做人的行为准则而言，遵循一定的道德规范是对的，正所谓没有规矩，不成方圆。然而，对于思维方法的培养，制定唯一的准则这一做法是万万要不得的。

如果对思维进行约束，则只能看到事物或现象的一个或数个方面；在思考问题时，我们也往往认为找到一个答案就万事大吉了，不愿意或根本想不到去寻找第二种，乃至更多的解决方案，因而难以产生大的突破。

有人曾对一群学生做过一个测试，请他们在五分钟之内说出红砖的用途，结果他们的回答是：“盖房子、建教室、修烟囱、铺路面、盖仓库。”

尽管他们说出了砖头的多种用途，但始终没有离开“建筑材料”这一大类。

其实，我们只需从多个角度来考察红砖，便会发现，如压纸、砸钉子、支书架、锻炼身体、垫桌脚、画线、做红标志，甚至磨红粉等诸多其他用途。这种从多个角度观察同一问题的做法所体现的就是发散思维。

具有发散思维的人，在观察一个事物时，往往通过联想与想象，将思路扩展开来，而不仅仅局限于事物本身，也就常常能够发现别人发现不了的事物或规律。

#### 智慧点拨

具有发散思维的人，在观察一个事物时，往往通过联想与想象，将思路扩展开来，而不仅仅局限于事物本身，也就常常能够发现别人发现不了的事物与规律。



## 系统思维—— 全面思考，整体把握

系统思维是“看见整体”的一项修炼，它是一种思维框架，能让我们看到相互关联的非单一的事情，看见渐渐变化的形态而非瞬间即逝的一幕。这种思维方法可以使我们敏锐地预见到事物整体的微妙变化，从而对这种变化制订出相应的对策。

美国人民航空公司在营运状况仍然良好的时候，麻省理工学院系统动力学教授约翰·史德门就预言其必然倒闭。果然不出其所料，两年后这家公司就倒闭了。史德门教授并没有很多精确的数据，他只是运用了系统思考法对人民航空公司的“内部结构”进行了考察，发现这个公司内部一些因果关系还未“搭配”好，而公司的发展又太快了，当系统运作得越有效率，就越容易出问题，走错一步，满盘皆输。史德门之所以能够看到问题的本质，是因为他运用了整体动态思考方法，透过现象看到了问题的本质。

世界上任何事物都可以看成一个系统，系统是普遍存在的，大至茫茫的宇宙，小至微观的原子，一粒种子、一群蜜蜂、一台机器、一个工厂、一个学会或团体都是系统，整个世界就是系统的集合。

系统论的基本思想方法告诉我们，当我们面对一个问题时，必须将问题当作一个系统，从整体出发看待问题，分析系统的内部关联，研究系统、要素、环境三者的相互关系和变动的规律性。

有一年，稻田里一片金黄，稻浪随风起伏，一派丰收景象。令人奇怪的是，就在这片稻浪中，有一块地的水稻稀稀落落，黄矮瘦小，与大片齐刷刷的稻田形成了鲜明的对照。

这是怎么回事呢？原来，田地的主人急于用钱，于是在这块面积为2.5亩的田块上挖去一尺深的表土，卖给了砖瓦厂，得了10000元。由于表面熟土被挖，有机质含量锐减，这年春上麦苗长得像锈钉，夏熟麦子的收成每亩还不到150斤。水稻栽上后，尽管下足了基肥，施足了化肥，可是水稻长势仍不见好。

有人给他算了一笔账，夏熟麦子少收1000多斤，损失400元，而秋熟大减产已成定局，损失更大。今后即使加倍施用有机肥，要想使这块地恢复元气，至少需要5年时间，经济损失至少在2万元以上。这么一算，这块农田的主人叫苦不迭，后悔地说：“早知道这样，当初真不应该赚这块良田的黑心钱。”

这位农地主人用土换钱，没能看到表土与庄稼之间的关系，本以为是将无用的东西换成金钱，结果却让他失去更多，需要花费更多的钱来弥补自己的损失。这就是缺乏系统眼光和系统思维的结果。

与之相反，“红崖天书”中的破译却是得益于从整体上去把握事物的系统思维。

所谓“红崖天书”，是位于贵州省安顺地区一处崖壁上的古代碑文。在长10米、高6米的岩石上，有一片用铁红色颜料书写的奇怪文字，文字大小不一，大者如人，小者如斗，非凿非刻，似篆非篆，神秘莫测。因此，当地的老百姓称之为“红崖天书”。近百

年来，“红崖天书”引起了众多中外学者的研究兴趣，甚至有人推测这是外星人的杰作。据说，郭沫若等著名的学者也曾经尝试破译，但是一直没有定论。

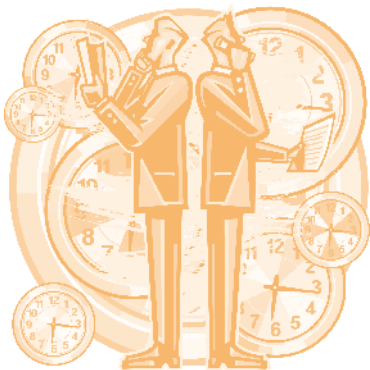
直到上海江南造船集团的高级工程师林国恩发布了对“红崖天书”的全新诠释，学术界才一致认为，这一“千古之谜”终于揭开了它的神秘面纱。

那么，非科班出身的林国恩是如何破译这个“千古之谜”的呢？林国恩于1990年了解到“红崖天书”以后，对它产生了浓厚的兴趣，从此把他的全部业余时间都放到了破译工作上。他祖传三代中医，自幼即背诵古文，熟读四书五经。他于1965年考入上海交通大学学习造船专业，但是他业余时间钻研文史，学习绘画。由于他是造船工程师，系统学习对他有很深的影响，使他掌握了综合看待问题的方法，这为他破译“红崖天书”打下了坚实的基础。

在长达9年的研究中，他综合考察了各种因素，查阅了7部字典，把“红崖天书”中50多个字从古到今的演变过程查得清清楚楚。在此基础上，他做了数万字的笔记，写下了几十万的心得，还3次去贵州实地考

察，为破译“红崖天书”积累了丰富的资料。

经过系统综合的考证，林国恩确认了清代瞿鸿锡的摹本为真迹摹本；文字为汉字系统；全书应自右向左直排阅读；全书图文并茂，一字一图，局部如此，整体亦如此。从内容分析，“红崖天书”成书约在1406年，是明朝初年建文皇帝颁发的一道讨伐燕王朱棣篡位的“伐燕诏檄”。全文直译为：燕反之心，迫朕逊国。叛逆残忍，金川门破。杀戮尸横，罄竹难书，大明日月无光，成囚杀之地。需降服燕魔，做阶下囚。丙戌（年）甲天下之凤皇（御制）。



我们可以设想，如果不能将这些文字与其历史背景、文字结构、图像寓意结合起来，不能将它们作为一个整体去考察、去把握，恐怕“红崖天书”到现在也只是一个谜。

由此，我们可知：问题的内部不仅存在关联，与外部环境也同样产生作用。我们必须将其分开进行考察，然后再将其按照系统的模式来进行分析。

从上面的例子我们也可以看出：在系统思维中，整体与要素的关系是辩证统一的。整体离不开要素，但要素只有在整体中才成其为要素。从其性能、地位和作用看，整体起着主导、统帅的作用，因此，我们观察和处理问题时，必须着眼于事物的整体，把整体的功能和效益作为我们认识 and 解决问题的出发点和归宿。

#### 智慧点拨

系统思维是“看见整体”的一项修炼，它是一种思维框架，能让我们看到相互关联的非单一的事情，看见渐渐变化的形态而非瞬间即逝的一幕。



## 共赢思维—— 大家赢才是真的赢

螃蟹在陆地上也可以生存，不过离开水的时间不能太久，所以它们就不停地吐泡沫来弄湿自己和伙伴。一只螃蟹吐出的泡沫是不大可能把自己完全包裹起来的，但几只螃蟹一起吐泡沫，连接起来就形成了一个大的泡沫团，它们也就营造了一个能够容纳它们的富含水分的生存空间，彼此都争取到了生存的机会，营造了一种共赢的氛围。

当今时代已经不是一个“天下唯我独尊”的时代了，今天的人们更倾向于达到一种共荣共赢的状态，这样，共赢思维的培养更显得重要和迫切。

共赢思维是一种基于互敬、寻求互惠的思考框架与心意，目的是实现更丰盛的机会、财富及资源，而非敌对式竞争。共赢既非损人利己，亦非损己利人。我们的工作伙伴及家庭成员要从相互依赖式的角度来

思考。共赢思维鼓励我们解决问题，并协助个人找到互惠的解决办法，是一种信息、力量、认可及报酬的分享。

下面这个故事，可以让我们更形象地认识共赢。

在美国一个农村，住着一个老头儿，他有3个儿子。大儿子、二儿子都在城里工作，小儿子和他在一起，父子相依为命。



突然有一天，有一个人找到老头儿，对他说：“尊敬的老人，我想把你的小儿子带到城里去工作。”

老头儿气愤地说：“不行，绝对不行，你滚出去吧！”

这个人说：“如果我给你儿子找的对象，也就是你未来的儿媳妇是洛克菲勒的女儿呢？”老头想了想，终于同意了，让儿子当上洛克菲勒的女婿这件事打动了她。

过了几天，这个人找到洛克菲勒，对他说：“尊敬的洛克菲勒先生，我想给你的女儿找个对象。”

洛克菲勒说：“快滚出去吧！”

这个人又说：“如果我给你女儿找的对象，也就是你未来的女婿是世界银行的副总裁，可以吗？”

洛克菲勒同意了。

又过了几天，这个人找到了世界银行总裁，对他说：“尊敬的总裁先生，你应该马上任命一个副总裁！”

总裁先生说：“不可能，这里这么多副总裁，我为什么还要任命一个副总裁呢，而且还必须是马上？”

这个人说：“如果你任命的这个副总裁是洛克菲勒的女婿，可以吗？”

总裁先生同意了。

在这里，我们不去探究故事的真伪，而将目光着重放在共赢局面的打造上。故事中的人物都得到了一个“正”的结果：年轻人从一个穷小子一跃成为世界银行副总裁，而且娶到了富豪的女儿；洛克菲勒得到了一个做世界银行副总裁的女婿，对其日后的商业活动大有益处；世界银行的总裁得到了洛克菲勒的女婿作副手，以后可以更好地与大财团合作，以增加自己的效益；至于中间的介绍人，故事中虽未说明他会得到怎样的好处，但我们不难想象出他也是整个事业中的大赢家。因为他，三方都拥有了难得的好收益，他们又怎会怠慢这位牵线人呢？

这个故事很好地体现了介绍人的共赢思维，他巧妙的举动使几个毫无关系的人紧密地联系到了一起，并打造了共赢的局面，真正地体现了共赢思维法的主旨——大家好才是真的好。

无论是在日常生活中还是在商业活动中，“大家赢才是真的赢”一直是智者坚持奉行的理念。每一

个人、每一个组织都不是孤立的个体，尤其是当今社会，人与人之间的联系更加紧密，事与事之间的关联之紧密也常常超乎我们的想象。欲寻求更大的收益，越来越不能仅靠自己，而应与其他人结为利益共同体，向着共赢一起努力。李嘉诚的买卖不可谓不大，他的生意经中就有这样一条：只有自己赚钱的买卖坚决不做，钱要大家赚才好。

拥有了共赢思维，我们就可以团结更多的人，大家一起将“蛋糕”做大，一起享受蛋糕带来的美味。

#### 智慧点拨

共赢思维是一种基于互敬、寻求互惠的思考框架与心意，目的是更丰盛的机会、财富及资源，而非敌对式竞争，既非损人利己，亦非损己利人。

## 行·动·方·案



- ⊙ 平时的生活中，注意提高自己思维的灵活度。
- ⊙ 多做一些推理题目，锻炼自己的逻辑思维能力与逆向思维能力。
- ⊙ 有意识地发散自己的思维，对问题多考虑几步。
- ⊙ 在处理问题时，要统观全局，培养自己的整体视角。
- ⊙ 遇到问题时，不要再抱怨，多想一想怎样解决问题。
- ⊙ 随时都要有共赢的思想，不可因贪一己私利而毁坏共赢的局面。

## 第八章

# 斩断心中的“罗马结”，在自己身上找方法

不要总从别人身上找问题，问题往往是出在自己身上。问题出现时，首先应改变的就是自己。只要自己改变了，任何事物都可以改变。



## 问题的98%是自己造成的

人们有着一个共同的特点，就是总将问题归结到别人的身上，认为别人是问题的制造者，而自己只是一个无辜的受害者。殊不知，问题的98%都是自己造成的，如果自己身上没有问题或在自己的环节将问题彻底解决，便不会出现一发而不可收拾的局面了。

一本杂志曾记录了这样一个故事：

当巴西海顺远洋运输公司派出的救援船到达出事地点时，“环大西洋”号海轮已经消失了，21名船员不见了，海面上只有一个救生电台在有节奏地发着求救的信号。救援人员看着平静的大海发呆，谁也不想不明白在这个海况极好的地方到底发生了什么，导致这条最先进的船沉没。这时有人发现电台下面绑着一个密封的瓶子，打开瓶子，里面有一张纸条，21种笔迹，上面这样写着：

一水汤姆：3月21日，我在奥克兰港私自买了一个台灯，想给妻子写信时照明用。

二副瑟曼：我看见汤姆拿着台灯回船，说了句这小台灯底座轻，船晃时别让它倒下来，但没有干涉。

三副帕蒂：3月21日下午船离港，我发现救生筏施放器有问题，就将救生筏绑在架子上。

二水戴维斯：离岗检查时，我发现水手区的闭门器损坏，用铁丝将门绑牢。

二管轮安特尔：我检查消防设施时，发现水手区的消火栓锈蚀，心想还有几天就到码头了，到时候再换。

船长麦特：起航时，工作繁忙，我没有看甲板部和轮机部的安全检查报告。

机匠丹尼尔：3月23日上午，理查德和苏勒的房间消防探头连续报警。我和瓦尔特进去后，未发现火苗，判定探头误报警，拆掉交给惠特曼，要求换新的。

机匠瓦尔特：我就是瓦尔特。

大管轮惠特曼：我说正忙着，等一会儿拿给你们。

服务生斯科尼：3月23日13点，我到理查德房间找他，他不在，坐了一会儿，我随手开了他的台灯。

大副克姆普：3月23日13点半，我带苏勒和罗伯特进行安全巡视，没有进理查德和苏勒的房间，说了句“你们的房间自己进去看看”。

一水苏勒：我笑了笑，也没有进房间，跟在克姆普后面。

一水罗伯特：我也没有进房间，跟在苏勒后面。

机电长科恩：3月23日14点，我发现跳闸了，因为这是以前也出现过的现象，没多想，就将闸合上，没有查明原因。

三管轮马辛：我感到空气不好，先打电话到厨房，证明没有问题后，又让机舱打开通风阀。

大厨史若：我接马辛电话时，开玩笑说，我们在这里有什么问题？你还不来帮我们做饭？然后问乌苏拉：“我们这里都安全吗？”

二厨乌苏拉：我也感觉空气不好，但觉得我们这里很安全，就继续做饭。

机匠努波：我接到马辛电话后，打开通风阀。

管事戴思蒙：14点半，我召集所有不在岗位的人到厨房帮忙做饭，晚上会餐。

医生英里斯：我没有巡诊。

电工荷尔因：晚上我值班时跑进了餐厅。

最后是船长麦特写的话：19点半发现火灾时，汤姆和苏勒的房间已经烧穿，一切糟糕透了，我们没有办法控制火情，而且火越烧越大，直到整条船上都是火。我们每个人都犯了一点小错误，最终酿成了人毁船亡的大错。

看完这张绝笔纸条，救援人员谁也没说话，海面上死一样的寂静，大家仿佛清晰地看到了整个事故的过程。

船长麦特的最后一句话是最值得我们深思的：“我们每个人都犯了一点小错误，最终酿成了人毁船亡的大错。”问题出现时，不要再找借口，因为你自己才是问题的真正根源，问题的98%都是你自己造成的，“环大西洋”号的覆灭不正说明了这一点吗？

失败者的借口通常是“我没有机会”。他们将失败的理由归结为不被人垂青，好职位总是让他人捷足先登，殊不知，其失败的真正原因恰恰在于自己不勤

奋，没有好好把握得之不易的机会。而那些意志坚强的人则绝不会找这样的借口，他们不等待机会，也不向亲友们哀求，而是靠自己的勤奋努力去创造机会，因为他们深知，很多困境其实是自己造成的，唯有自己才能拯救自己。

### 智慧点拨

很多人抱怨问题频频出现，从不给自己喘息的机会，并以“问题都是别人造成的”为借口，推卸自己的责任。殊不知，问题的98%都是自己造成的，只有认识到这一点，才能找到通往成功的大道。



## 问题面前 最需要改变的是自己

英国伦敦泰晤士河南岸有座西敏寺，安葬于此的一位英国主教的墓志铭十分特别，墓碑上写着这样一

段话：“我年少时，意气风发，当时曾梦想要改变世界。但当我年事渐长，发觉自己根本无力改变世界，于是决定改变自己的国家。但这个目标我还是无法实现。步入中年之后，我试着改变自己身边的最亲密的人，但是，他们根本不接受改变！当我垂垂老矣，终于顿悟了一件事，我应该改变自己，以身作则影响家人。若我能为家人做榜样，也许下一步能改善我的国家，再接下来，谁又知道呢，也许我连整个世界都可以改变！”

我们也许都曾有过类似的困惑，费尽一切力气要改变别人，甚至要改变世界，让世界来顺应自己的喜好，然而，这是不现实且是最徒劳的。

我们常常意识不到自身的问题，总想着换个环境吧，换个环境就会好了，可是，这并不是问题的关键。

一只乌鸦打算飞往南方，途中遇到一只鸽子，一起停在树上休息。鸽子问乌鸦：“你这么辛苦，要飞到哪里去？为什么要离开呢？”乌鸦愤愤不平地说：

“其实，我也不想离开，可是那里的人都不喜欢我的叫声。所以，我想飞到别的地方去。”鸽子好心地 说：“别白费力气了。如果你不改变自己的声音，飞到哪儿都不会受欢迎的。”

环境的变化，虽然对一个人的命运有直接的影响，但是，任何一个环境都有可供发展的机遇，紧紧抓住这些机遇，好好利用这些机遇，不断随环境的变化调整自己的观念，就有可能在社会竞争的舞台上开辟出一片新天地、站稳脚跟，这就需要我们自己作出妥协，进行改变。有时，你会发现，你发生了变化，一切都变得美好起来。

推销员戴尔做了一年半的业务，看到许多比他后进公司的人都晋升了职位，而且薪水也比他高许多，他百思不得其解。想想自己来了这么长时间了，客户也没少联系，薪水也还够自己开支，可就是没有大的订单让他在业务上有所起色。

有一天，戴尔像往常一样，下班就打开电视若

无其事地看起来，突然，有一个名为“如何使生命增值”的专家专题采访的栏目引起了他的关注。

心理学专家回答记者说：“我们无法控制生命的长度，但我们完全可以把握生命的深度！其实每个人都拥有超出自己想象十倍以上的力量。要使生命增值，唯一的方法就是在职业领域中努力地追求卓越！”

戴尔听完这段话后，决定从此刻作出改变。他立即关掉电视，拿出纸和笔，严格地制订了半年内的工作计划，并落实到每一天的工作中。

两个月后，戴尔的业绩明显大增；9个月后，他已为公司赚取了2500万美元的利润；年底，他自然当上了公司的销售总监。

如今，戴尔已拥有了自己的公司。他每次培训员工时，都不忘说：“我相信你们会一天比一天更优秀，只要你下决心作出改变！”于是员工信心倍增，公司的利润也飞速增长。

“我们这一代最伟大的发现是，人类可以由改

变自己而改变命运。”戴尔用自己的行动印证了这句话，那就是：有些时候，面对一些棘手的问题，应该迫切改变的或许不是环境，而是我们自己。换句话说就是：有些时候，我们不是找不到方法去解决问题，而是在问题面前，我们没有真正地作出努力。要相信，在完善自己的同时，我们也就找到了解决问题的方法。



问题面前最需要改变的是我们自己，面对环境的发展变化，我们要及时改变自己的观点和思路，及时改变自己的生存方式，只有这样，才有可能最终走向成功。

### 智慧点拨

当问题出现的时候，我们总忙着改变这、改变那，殊不知，最需要改变的其实是我们自己。而世上最难改变的也莫过于自己，如果改变了自己，面前的问题自然会迎刃而解。



不做“问题猎物”，  
做“问题猎手”

生活中，形形色色的问题是一种客观存在，而解决问题的方法也必然存在，因此，若要高效地解决问题、实现目标，方法比什么都重要。有人视问题为

“庞然大物”，心怀疑惧，只能做问题掌中的“猎物”；有人却视之为“纸老虎”、“黔之驴”，积极发现其致命区，一箭中的。

古时候，有个齐国人非常喜欢打猎，尽管他比别人付出了更多的心血和耐心，收获却总是不大。

绞尽脑汁分析后，他发现失败的最大原因不是自己的技术差，而是他缺少一只优秀的猎犬。而购买一只优秀的猎犬需要很大一笔资金，这对于当时家境贫困的他是一个双难题。

于是，他转而努力耕作农田，家境渐渐富裕起来，同时，他也注意时常练习，使狩猎的本领也得到了提高。

几年以后，有了钱的他花了很多钱买来了一只非常优秀的猎犬，开始了自己喜欢的狩猎生活。由于猎犬的帮助，这个猎人收获特别大，成为当地最负盛名的猎手。

可见，寻找突破点、找对方法是高效解决问题的

关键。方法不对，结果只能是“南辕北辙”。而一个真正的“问题猎手”，不仅能做到“未雨绸缪”，而且能做到“刨根究底”、“釜底抽薪”。

爱迪生是人类历史上最伟大的发明家之一，他一生发明的东西有1600多种，有人不无夸张地说：“如果没有了爱迪生的发明，人类文明史至少要推迟200年。”

那么，爱迪生的发明天赋从何而来呢？对他一生进行长期研究的专家指出，爱迪生的发明很多来自提问。平时，爱迪生会对常人熟视无睹的问题提出无数个“为什么”，虽然他并没有获得自己所问的全部问题的答案，然而他已得出来的答案也多得惊人。

有一天，他在路上碰见一个朋友，看见朋友手指关节肿了，便问：“为什么会肿呢？”

“我不知道确切的原因是什么。”

“为什么你不知道呢？医生知道吗？”

“唉！去了很多家医院，每个医生说的都不同，不过多半的医生认为是痛风症。”

“什么是痛风症呢？”

“他们告诉我说是尿酸淤积在骨节里。”

“既然如此，医生为什么不从你的骨节中取出尿酸来呢？”

“医生不知道如何取出来。”病者回答。

“为什么他们不知道如何取出来呢？”爱迪生生气地问道。

“医生说，因为尿酸是不能溶解的。”

“我不相信。”爱迪生说。

爱迪生回到实验室里，立刻开始关于尿酸到底是否能溶解的试验。他排好一系列试管，每只管内都灌入四分之一不同的化学溶液，每种溶液中都放入数颗尿酸结晶。两天之后，他看见有两种液体中的尿酸结晶已经溶化了。于是，这位发明家有了新的发现，一种医治痛风症的新方法问世了。

爱迪生这种凡事都爱问个“为什么”的习惯，为他以后的各种发明创造开辟了一个广阔的天地。

多问一些为什么，我们可以用更少的力气、时间

来解决更多的难题，取得更多的成就。

一名杰出的职场人士在应对问题时，经常会运用到“5W2H”法。

“5W2H”法由美国陆军兵器修理部首创，诞生于第二次世界大战中，由于应用方便，易于理解、使用，富有启发意义，曾被广泛用于各项工作中，对于决策和执行性的活动措施也非常有帮助，也有助于弥补考虑问题时的疏漏。它包括：

(1) why——为什么？为什么要这么做？理由何在？原因是什么？

(2) what——是什么？目的是什么？做什么工作？

(3) where——何处？在哪里做？从哪里入手？

(4) when——何时？什么时间完成？什么时机最适宜？

(5) who——谁？由谁来承担？谁来完成？谁负责？

(6) how——怎么做？如何提高效率？如何实施？方法怎样？

(7) howmuch——多少？做到什么程度？数量如何？质量水平如何？费用产出如何？

这七问概括得比较全面，把要做的事情、可能遇到的问题都包括进去了。我国教育学家陶行知先生曾对“5W2H”法给予高度的评价，认为这是指导我们工作的“好老师”。他曾在一首诗中这样写道：“我有几位好朋友，曾把万事指导我。你若想问其姓名，名字不同都姓何：何事，何故，何人，何如，何时，何地，何去，好像弟弟和哥哥。还有一个西洋派，姓名颠倒叫几何。若向八贤常请教，虽是笨人不会错。”

记住，想成为真正优秀的“问题猎手”，你必须认准目标，寻其要害，做到箭无虚发，一矢破的。

### 智慧点拨

在问题面前你可以选择做“问题猎物”或是“问题猎手”，但不同的选择会决定你是失败还是成功。想成为真正优秀的“问题猎手”，你必须认准目标，寻其要害，做到箭无虚发，一矢中的。



## 方法就在你自己的大脑里

有这样一个故事：

有一个农夫拥有一块土地，生活过得很不错。但是，当他听说有的土地下面埋着钻石时，这个农夫把自己的地卖了，离家出走，四处寻找可以发现钻石的土地。农夫向着遥远的异国他乡跋涉着，然而始终未能发现钻石。最后，他囊空如洗。一天晚上，满怀绝望之情，他在一个海滩上自杀身亡。

真是无巧不成书！那个买下这个农夫土地的人在散步时，无意中发现了一块异样的石头，他拾起来一看，石头金光闪闪，反射着光芒。他仔细察看，发现这竟是一块钻石。这样，就在农夫卖掉的这块土地上，新主人发现了从未被人发现的钻石宝藏。

那个自杀身亡的农夫并不懂得：财富不是仅凭奔

走四方就能发现的，它只属于那些去挖掘的人，只属于相信自己能力的人。

我们又何尝不是常常犯农夫式的错误。当遇到问题时，我们总是习惯于从外界找方法，却忘记了自己的头脑就是一个方法的宝库。



有个客人在机场坐上一辆出租车。这辆车上铺了羊毛地毯，地毯边上缀着鲜艳的花边，玻璃隔板上镶着名画的复制品，车窗上一尘不染。客人惊讶地对司机说，自己从没有搭过这样漂亮的出租车。

“谢谢你的夸奖。”司机笑着回答。

“你是什么时候开始装饰你的出租车的？”客人问道。

“车不是我的，”他说，“是公司的。多年前我本来在公司做清洁工人，每辆出租车晚上回来时都像垃圾堆，地板上尽是烟蒂和火柴头，座位或车门把手甚至有花生酱、口香糖之类黏糊糊的东西。我当时想，如果有一辆保持清洁的车给乘客坐，乘客也许会多为别人想一点。

“我领到出租车司机牌照后，便马上照这个主意办。我把公司给我驾驶的出租车收拾得干净、明亮，又弄了一张好看的薄地毯和一些花。每个乘客下了车，我就查看一下车子，一定要为下一个乘客把车准备得十分整洁。

“从开车到现在，乘客从没有让我失望过，从来

没有一根烟蒂要我捡拾，从没有花生酱或冰淇淋蛋筒尾，更没有一点垃圾。先生，就像我所说的，人人都欣赏美的东西。如果我们的城市里多种些花草树木，把建筑物弄得漂亮点，我敢打赌，一定会有更多人爱护这个城市。”

一个普通的出租车司机，想办法改变了自己的车子，很好地用自己的行动影响了身边的人。这是一种智慧，也是一种自信。

有时，机会就摆在我们的面前，只需要我们用头脑中的智慧和方法去牢牢地把握它，并将其发挥到极致。

美国得克萨斯州的某个城市里有一座很大的女神塑像，因年久失修，当地政府决定把它推倒。女神塑像被推倒以后，广场上留下了几百吨的废料。之后发生的事情，说起来大部分人可能都不会相信：有一个人竟把这堆废料变成了宝贝，从中净赚了125万美元！

这人名叫斯塔克。他请人将大块废料切割成小块，并进行分类：把废铜皮集中起来，改铸成亮晶晶

的纪念币；把女神的帽子弄成很好看的小块儿，逐一标明这是神像那顶著名桂冠的某个部分，他把这些纪念物装在一个个十分精美的小礼品盒里，还在盒子上写了一句令人伤感的话：“美丽的女神已经去了，我只留下她的这一块纪念物。我永远爱她！”

谁也想不到，这些纪念品一上市，就供不应求。小的卖1美元一个，大的卖10美元一个，卖得最贵的是女神的嘴唇、桂冠、戒指等，150美元一个。很快，这些纪念品就被抢购一空。

曾有人作出这样的比喻：方法就像我们身上的“虱子”，只要我们认真地去找，就一定能够找到。这需要我们具有信心，更需要我们有耐心。

#### 智慧点拨

当遇到问题时，我们总是擅长从外界找方法，却忘记了自己的头脑就是一个方法的宝库。有了困难，向自己要方法吧，相信自己可以做得很好。

## 行·动·方·案



⊙ 在生活中遇到问题时，多从自己身上找原因，不要再轻易抱怨别人。

⊙ 参加一些“勇者训练”，摆脱自己的畏惧心理。

⊙ 将自己的缺点列出来，给自己制订一个计划，逐一地进行改正。

⊙ 不要面对问题就想：我没有办法，而要说：我会有办法解决的。

⊙ 学会在自己身上找方法，可以自己“冥思苦想”，也可以向他人寻求帮助。

# 畅游“蓝海”， 开辟“同质化突围”的创新路

创新，就要进行“同质化突围”，让自己从同类事物中脱颖而出。要创新，就要突破心中的枷锁，将“传统观念”、“专家权威”、“经验之谈”统统抛掉。资源有限，创新无限。



## 让别人一眼就认出你

在产品过剩的今天，随着竞争的加剧及技术进步的日新月异，一方面，产品的同质化日益变成了一种常态，另一方面，产品的功能也在企业的想方设法中不断增添、不断雷同。因此，如何在几乎“长着同一张脸”的产品之林中“木秀于林”，也就是如何让别人一眼就认出你，就成了众多企业人士苦苦思索的永恒性课题。

其实，只要多一些“蓝海思维”，多一些创意和创举，我们同样可以从惨淡的“红海”中全身而退，成功实施“同质化突围”。

曾经有一个衣衫褴褛的男孩，跑到摩天大楼的工地向一位建筑承包商请教：“我该怎么做，长大后你会跟你一样有钱？”

这位建筑承包商看了小男孩一眼，回答说：“小

伙子，去买件红衬衫，然后埋头苦干。”

小男孩不明白成功与红衬衫有什么关系，只好再请他说明。承包商指着那批正在脚手架上工作的建筑工人，对男孩说：“看到他们了吗？这些人全都是我的工人。我无法记得他们每一个人的名字，甚至对有些人连面孔都没印象。但是，你仔细瞧，他们之中，只有那边那个晒得红红的人，穿一件红色衣服。我很快就注意到，他似乎比别人更卖力，做得更起劲。就因为他那件红衬衫，使他在这群工人中间特别突出。我现在就要过去找他，派他当我的监工。从今天开始，我相信他会更卖命，说不定很快就会成为我的副手。”

这个故事常被用来教导我们要努力工作，可我们常常忽略了故事中传达的另外一种智慧，那就是要保持自己的个性，要做到与众不同，让别人一眼就认出你。

做工作是这样，做产品也是同样的道理。如果你的产品与别人的长着同一张脸，怎么能让它更快地

引起别人的注意？设计得与众不同一些，虽然这些不同也许是外观上的，也许是功能上的，也许是服务上的，总之要与众不同，才能打动人心。

2004年的4月初，国内外知名服装企业和经销商像往年一样，十万大军云集北京，参加号称亚洲最大、世界第三的中国国际服装服饰博览会（CHIC）。

一年一度的招商大战打响。在这场争夺通路和眼球的商战中，多数企业“萧规曹随”地遵循着服装招商的游戏规则——明星代言，制造人气；美女搭台，招商唱戏；甚至不惜余力地打造数百万元计的奢华展位；场外更是花重金在央视打广告造势。

然而，本次服装博览会很可能成为最没有悬念的一届：SARS带来后“非典”时代的内忧，WTO入关“狼群”的外患。竞争的白热化和大量库存积压，使得经销商对招商表现得异常理智与冷静，因此缺少了往年的激情。

由于出现了这样一匹“黑马”——仕奇职业装，它所采用的以全新的差异化战略策划和一个独具匠心

的“结婚证广告”为爆破点的特立独行的招商手法，赢得本届服装博览会“最具策划力企业”之美誉。它没有在央视大规模投广告，展位设计不出彩，却吸引众多的经销商咨询加盟，展会期间熙熙攘攘，招商人员连“方便”的时间都没有；它没有聘请明星作形象代言，但它的招商材料却总是被一抢而空。

“定制直销”和“事件营销”是仕奇职业装此次招商大战制胜的两大关键，而核心是“差异化”。

仕奇职业装创造性地像“戴尔”定做商用电脑一样定制职业装。

服装传统的“坐商”模式，在客户资源方面很被动，缺乏个性化服务，很难满足顾客购物的便捷性和心理需求。同时，商场经营趋同，购买分散，流通费用过高，货款账期拖沓，产生库存。服装传统的营销模式对场地、租金、首批进货款要求相当高。经销商经营品牌服装一般需要投入六七十万元，甚至一两百万元以上，风险很大。而加盟“仕奇11分满意定制”直销渠道，三类地区加盟费用只需5万元，二类、一类地区加盟费用只需十几万元，大致相当于传统分

销模式投入资金的1/10~1/4。直销方式不需金街旺铺，不需进现货，甚至可以采用无店铺经营，只需设立办公间和展示间就可以开业大吉。

这种经营模式大大地增强了企业活力与市场触角，使服装更贴近客户，而且为加盟商提供了便利。同时，也使自己更加具有特色，使得一出马便成为一匹“黑马”。

“同质化突围”，关键在于找准自己的定位，树立自己独特的亮点，并在这个区别于别人的特点上做足工夫，工夫到家了，自然能让别人在众多同类物品中一眼就认出你来。

### 智慧点拨

思维改变，行为改变；行为改变，命运改变！只要多些“蓝海思维”，我们同样可以从惨淡的“红海”中全身而退，成功实施“同质化突围”。



## 突破心中的枷锁

很多人在成长的过程中特别是幼年时期，由于遭受外界（包括家庭）太多的批评、打击，奋发向上的热情被上了枷锁，因此既对失败惶恐不安，又对失败习以为常，丧失了信心和勇气，渐渐养成了懦弱、狭隘、自卑、孤僻、害怕承担责任、不思进取、不敢拼搏的性格。

在西点军校有个小虎鲨的故事，被西点军人作为反面教材：

小虎鲨长在大海里，当然很习惯大海中的生存之道。肚子饿了，小虎鲨就努力找大海中的其他鱼类吃，虽然有时候要费些力气，却也不觉得困难。有时候，小虎鲨必须追逐很久才能猎到食物，这种难度，随着小虎鲨经验的生长，越来越不成问题，并不能对小虎鲨的生存造成影响。

很不幸，小虎鲨在一次追逐猎物时被人类捕捉住了。离开大海的小虎鲨还算幸运，一个研究机构把它买了去。关在人工鱼池中的小虎鲨虽然不自由，却不愁猎食，研究人员会定时把食物送到池中。

有一天，研究人员将一片又大又厚的玻璃放入池中，把水池分割成两半，小虎鲨却看不出来。研究人员把活鱼放到玻璃的另一边，小虎鲨等研究人员放下鱼后，就冲了过去，结果撞到玻璃，疼得两眼冒金星，却什么也没吃到。小虎鲨不信邪，过了一会儿，看准了一条鱼，咻地又冲过去，这一次撞得更痛，差点没昏倒，当然也没吃到鱼。休息10分钟后，小虎鲨饿坏了，这次看得更准，盯住一条更大的鱼，咻地又冲过去，情况仍没有改变，小虎鲨撞得嘴角流血。它想，这到底是怎么回事？小虎鲨趴在池底思索着。

最后，小虎鲨积蓄了全身的力量，再冲！但是仍然被玻璃挡住，这回撞了个全身翻转，鱼还是吃不到。小虎鲨终于放弃了。

不久，研究人员又来了，把玻璃拿走，又放进小鱼。小虎鲨看着到口的食物，却再也不敢去吃了。

西点军校的教官告诫学员：人类也很容易像小虎鲨一样被过去心中的枷锁所限制，如果你不想没有食物吃，就要勇敢地突破心中的枷锁。

你的心里是否也上了一把锁？

生活中种种看似艰难异常的事情真的就无法解决吗？种种看似无法逾越的险峰真的是无法超越吗？所谓枷锁，其实只是心理作用，是自己给自己的心上了枷锁。

打开心灵的枷锁吧，只有打破思维的定式，才能冲破一道道难关，才能使我们不断迈向成功。

在人生的道路上，总要经历无数的选择，在人生每一个决定性的转折点上，都需要灵活地运用头脑。如果你能突破墨守成规的教条，善于换一个角度去思考问题，就会获得许多意想不到的收获。

下面是一个真实的故事：

第二次世界大战结束之后不久，美国的建筑业迅速发展，街上处处可以看到招募大量砖工的广告。一时间，砖瓦工人的行情看涨，待遇也节节提高。

一位曾经当过砖瓦工的青年，听说城里以高薪招

募砖瓦工，也从乡下进城找工作。

“这么多人需要砖瓦工，到哪里找最合适呢？”  
当他看到四处的广告，心中起了疑问。脑筋一转，他突然跳了起来：“对啊！我何必去应征砖瓦工呢？”

青年回乡筹措了一些钱，又回到城里租了个小店，在店门口和所有的应征砖瓦工的广告的下方，打出了自己的广告——“培训砖瓦工”。

许多想要当砖瓦工，却没有技术、不够资格的人知道了这个消息，纷纷挤进小店，掏钱来学习技术。

青年动脑筋从另一个角度选择了途径，使他大赚了一笔。

我们从这个故事中领悟到：打破心中的枷锁，善于转换视角是多么奇妙和宝贵。

有一个小故事也十分动人：

一天，儿子从幼儿园回来，向父亲报告幼儿园中的新闻，并告诉父亲，他有一个重大发现。

“什么发现？”父亲漫不经心地问。

“苹果里藏着一颗小星星。”

父亲瞪大了眼睛：怎么会呢？

儿子拿出一个苹果，拿起小水果刀，郑重其事地向父亲展示他的发现。他费力地切开了苹果，但是孩子不是从茎部到底部这样竖着切，而是横向拦腰切了下去。

儿子把切开的苹果放在父亲面前：“爸爸，看，多漂亮的星星。”

父亲真正地惊呆了：我们吃过了多少个苹果，每一次都是用“祖传”的规规矩矩的切法，从来也没有想到另一种切法，当然也从没有见到苹果中美丽的“星星”。

换一个角度去看待事物，很多情况下会使我们看到完全不同的景象。上面苹果里的星星的故事，也是带给我们的最好启示吧。

正如一位大诗人所言：“树是深入地下的根，根是伸向天空的树。”这是一个多么美妙的视角！变换一下视角，颠倒一下视角，奇迹就会出现。

开辟头脑中的“蓝海”，首先应该突破心中枷锁对自己的限制，为自己的头脑打开一条无障碍通道。只有这样，才能有机会看到市场的“蓝海”，才能畅然驰骋于“蓝海”。

### 智慧点拨

心，可以超越困难，可以突破阻挠，可以粉碎障碍。正如一位哲人所说：“世界上没有跨越不了的事，只有无法逾越的心。”心中有枷锁，便限制了人潜在能量的爆发，所以，要想开发和利用生命潜能，最关键的事情在于突破心中的枷锁。



向自己要创意，  
向市场要结果

有一个推销员，他以能够卖出任何东西而出名。他已经卖给过牙医一副假牙，卖给过面包师一个面

包，卖给过瞎子一台电视机。但他的朋友对他说：

“只有卖给马鹿一个防毒面具，你才算是一个真正优秀的推销员。”

于是，这位推销员不远千里来到北方，那里是一片只有马鹿居住的森林。

“您好！”他对遇到的第一只马鹿说，“您一定需要一个防毒面具。”

“这里的空气这样清新，我要它干什么！”马鹿说。

“现在每个人都有个防毒面具。”

“真遗憾，可我并不需要。”

“您稍候，”推销员说，“您已经需要一个了。”说着他便开始在马鹿居住的林地中央建造一座工厂。

“你真是发疯了！”他的朋友说。

“不是，我只是想卖给马鹿一个防毒面具。”当工厂建成后，许多有毒的废气从大烟囱中滚滚而来。

过了不久，马鹿就来到推销员处对他说：“现在我需要一个防毒面具了。”

“这正是我想的。”推销员说着便卖给了马鹿一个防毒面具。

“真是个好东西啊！”推销员兴奋地说。

马鹿说：“别的马鹿现在也需要防毒面具，你还有吗？”

“你真走运，我还有成千上万个。”

“可是你的工厂里生产什么呢？”马鹿好奇地问。

“防毒面具。”推销员兴奋而又简洁地回答道。

这虽是一则带有戏谑性质的故事，且违背了我们现在的环保理念，但是，我们仍能从幽默中得到一点启示：从事商业就要想办法为客户制造需要，从而激发他们内在的购买欲望，如此，还用担心你的产品没有销路吗？

我们常常慨叹推销难做，生意难谈，实际上，如果我们能够真正俯下身来倾听客户的声音，任他们来客观地评说产品的好与坏，也许，可以收到令我们意想不到的效果。

我们常说“不识庐山真面目，只缘身在此山中”，我们自己往往很难认识到产品有何缺点，可以做怎样的改进，但旁观者的一句话也许就会给我们很有用的提示。

余世维先生曾讲过这样一件事：

他的公司新开发出一款香水，在一次展览会上初次亮相，准备着若此次展览效果很好就投入批量生产。

余先生自己也在展览会上观看，这时，他看到一位女士走进了这款香水的展台，他便假装也是顾客，走近她，问了一句：“您觉得这款香水怎么样？您会考虑买它吗？”

那位女士瞥了一眼香水，说：“不会！”

余先生很震惊，他不清楚为什么这位顾客只是“瞥”了一眼就决定不买。

他装作轻描淡写地问：“为什么呢？您能告诉我这款香水有什么缺点吗？”

之后，这位女士一连说出了三四条这款香水的缺点，这更让余先生震惊了。

“我们的专业开发人员没有注意到的问题，这位顾客只是一瞥就能说出那么多，幸好这款香水没有投入市场。”

送走了这位女士，余先生马上将刚才那位女士提出的产品问题记了下来，并立刻打电话给台湾公司：“马上停产这一款香水，等我回去再处理。”

余先生后来说，如果当时没有这一幕发生，公司恐怕在这一款香水上就要损失至少几十万。

海尔认为：嫌货才是买货人。所以，一定要去了解客户的需求，并且尽全力去满足客户的需求。

了解客户的需求，并不一定要找客户询问，有时，生活中的一件小事所表露出的就是客户的需求点，抓住了这一点，就可以有所创新，使产品更贴近市场。

有一个年轻人刚刚开始创业，以生产小家电为主。但是，由于市场竞争的白热化，销量并不理想。

一天，愁闷的他在家附近的小巷中边走边思考应

该怎么办，这时，旁边一家人的对话引起了他的注意。

他听到一个男孩的咳嗽声。之后，是一个女人的声音：“北方的鬼天气，就是不如我们南方好，冬天的时候空气那么干燥，孩子咳嗽得那么厉害，我的皮肤也都变得粗糙了。”

这时，男人说话了：“那也没有办法啊，北方一直都这个样子，我们总不能让空气变湿吧？”

“把空气变湿？”年轻人听到这句话时很是兴奋，“我怎么没想到呢？”

北方的空气到了秋天就开始变得异常干燥了，令很多人都感到不舒服，而且，干燥的空气不但对身体不好，对室内家具也有破坏作用。那么，生产一种能够使室内空气变湿的电器不就可以了？而且，这种电器在北方一定很有销路。

想到就去做。

事实证明年轻人的想法是正确的，这种电器经过几次改善之后被推向市场，立刻受到了消费者的欢迎，年轻人的公司也开得有声有色。这种电器就是我们现在常见的室内加湿器。

一次散步偶获的信息就是一个发展的机会，这需要我们在生活、工作中修炼自己的观察力与职业敏感度，在接受相关信息时，头脑绝不能闲置，要思考、思考、再思考，让自己更接近市场，更能够经受市场的考验。

#### 智慧点拨

想要畅游“蓝海”，就要有创意。创意从何而来？客户、市场一向都是我们的导向标。要重视客户的意见，生产出的产品只有满足消费者的需求，才会有市场。



## 抓住你的“长尾巴”

一年前，一位做广告的年轻人很困惑，因为广告业的竞争日益激烈，形势多种多样，覆盖了传统媒

介、网络等各种渠道。他的公司规模很小，在各著名大广告公司的打压下，生存得极其艰难。

一年后，年轻人神采飞扬。

原来，一年前的某天，他回到家里，那里是一处城乡接合部，正是此次“考察”，让他发现了机会。

他发现家乡近几年成立了许多企业，大大小小的企业都有做广告的需求，却拿不出那么多钱来在大的传播媒介上宣传，很是苦恼。

他顿时醒悟：这不正是一个市场吗？

他立刻决定：转战城乡接合部！

一般的大广告公司不屑于为这种城镇小企业作宣传，高额的广告费用也是这些企业所承受不起的，那么，何不开一家专为这类企业服务的小广告公司？

从此，墙体广告、车体广告、报纸广告等广告形式，年轻人全部承接，连满街跑的三轮摩托的车体上都打着广告。

一年的效益证明了年轻人选择的正确。

这位年轻人的成功是一种偶然吗？不是的。他的

选择和举动正印证了“长尾理论”。

“长尾理论”这个概念是Wired杂志主编克里斯·安德森在2004年提出的。

最简单的例子：在一个平面坐标系里面，纵轴对应销售收入，横轴对应同一产业中不同品牌的产品或服务。一般会出现名列前茅的几个品牌占据大部分，其他无数的小品牌占据小部分的现象。

我们常犯的一个毛病就是固守于利润较高的“头部”，而忽略了平均利润额较少的“尾部”，然而，这个长长的“尾巴”所创造的利润总和却可以与头部创造的总利润相媲美。

克里斯·安德森在他的畅销佳作《长尾理论》中提到，在过去的一个世纪里，娱乐业一直想方设法聚焦于大热门。毕竟，大热门能让电影院座无虚席，能让商店财源滚滚，能防止听众和观众们调换频道。这种做法本身并没有问题。社会学家会告诉你，大热门现象与人类心理直接相关——它们是社会潮流和口头传播效应导致的共同结果。况且，有相当多的大热门确实名不虚传：那些动人心弦的歌曲、鼓舞人心的电

影和发人深省的书籍，能够赢得大众消费者的喜爱。

但是，我们大多数人需要的都不仅仅是大热门，每一个人的品位都与主流文化有些许不同之处。我们发现了更多的其他选择，就会更多地被它们吸引。遗憾的是，在最近几十年中，这些选择已经被排挤到了边缘地带。

要理解过去的有限选择和今天的丰饶世界有什么不同，我们可以把我们的文化想象成一片海洋，露出水面的陆地就是一个个大热门之岛：有热门唱片组成的音乐岛，有热映大片组成的电影岛，有流行电视节目组成的电视群岛，等等。水面就是踏上这些岛的经济门槛：能让商家们满意的销量。各岛就代表着能够跨过这个门槛（突破水面）的产品，它们的流行度足够大，因此通过它们能换来足够多的利润。放眼眺望一下远方的文化海平线，我们能看到的都是那些高耸于海浪之上的流行之峰。

但是，岛屿当然只是广阔的海底山脉的尖端区域。当海平面下降后，曾经隐藏在水下的东西会在刹那间显现出来，而水下世界的丰富多彩远非水上可

比。水下的世界就如那长长的“尾巴”，善加利用，可以为我们创造不比山峰逊色的业绩。

今天，市场上的音乐产品有99%不在沃尔玛的货架上。在已经正式发行的20万余部电影、电视节目、纪录片和其他影像产品中，一般的百视达店只有3000余部。其他任何顶尖零售商都一样，从书籍到厨房装置，其他任何商品也都一样。绝大多数的产品都不在你身边的那些商店中。

举一个例子，亚马逊网上书店成千上万的商品书中，一小部分畅销书占据总销量的一半，而另外绝大部分的书虽说个体销量小，但凭借其种类的繁多积少成多，占据了总销量的另一半。从“长尾理论”模型图中可以发现，主体区域和长尾区域的面积大约相等。

抓住“长尾巴”，在商业上运用得比较成功的例子是亚马逊网上书店。目前，这种模式也被我国最大的网上书店当当网成功模仿，其所创造的效益已经初见端倪。

从2007年开始，登录当当网上书店的客户都可以

发现，当当网增加了一个功能，即相关图书推荐。在你所浏览的图书信息中，会有一些关键字背后有网页链接，链接的是含有此关键词的当当其他图书。而在过去，这些图书往往会被读者所忽略。受营销方式的引导，读者一般会比较关注畅销的图书，即长尾模型中的红色区域，而对蓝色区域中更多的图书不甚了解。现在，以推荐阅读的形式进行链接，在增加了读者选择面的同时，也使当当的蓝色区域书获得了较好的销量，在提高总销售额方面占据了越来越重要的作用。

在经济学当中，开拓蓝海与抓住长尾是一脉相承的，都需要我们先对整体发展方向进行全面分析，之后分析市场空白点或利润长尾区，再加以有效利用。

### 智慧点拨

长久困于“红海”的人经常会“顾此失彼”，只看到头部市场的高额利润，而看不到长尾市场的累积利润和新的发展空间。真正的创新人士能够把眼光放得更长远，既能统筹全局，又能专注于局部，既能保住“头部”，又能抓住“长尾”。



## 有限的资源产生无限的价值

许多年以前，美国某城市的大街上，有个人卖一块铜，喊价28万美元。好奇的记者一打听，方知此人是个艺术家。不过，对于一块只值9美元的铜块来说，他叫的价格简直令人不可思议。于是那位艺术家被请进电视台，讲述了他的道理：一块铜价值9美元，如果制成门柄，价值就增为21美元；如果制成工艺品，价值就变成300美元；如果制成纪念碑，就应该值28万美元。他的创新说法打动了华尔街一位金融家，结果那块铜最终被制成一尊优美的铜像——也就是一位成功人士的纪念碑，价值为30万美元。

艺术家可以用自己的创意使这块铜的价值从9美元增长到30万美元，其间的差额也就是他的创意的价值。这也验证了“资源有限，创意无限”的道理。

我们在工作中也会遇到资源匮乏的问题，但只要我们肯动脑、善创新，激发脑中的无限创意，就一定能够将问题完满解决。

工作对于刚毕业的小马来说，是十分乏味的。小马在一家房地产销售中心做推销员，中心拥有代理权的楼房，要么年代久远，要么地点偏僻，要么布局不合理。另外，几乎所有的房地产公司都有自己的销售部，可以直接销售楼房，客户问问价，就直接找他们了。两个月下来，小马一套房子也没卖出去，好像再努力也不会有好结果，就准备离开了。

此时，小马仔细地想了想自己的现状：以目前的实力，想买一套住房无疑只是梦想；即使利用分期付款，首期付款也不够。但是，如果将一些各方面条件均不太好的积压楼以分期付款的方式，卖给一些有一定经济能力但又买不起新建小区的大学毕业生，一定会有市场。因为这些楼房价格不高，首付一两万，月供五六百，仅略高于每月房租，十余年便拥有了全套产权，到时经济实力改观后自己不住了还可以出租。

这样的房子简直就是为大学毕业后留在城市的年轻人量身定做的，而且每年还会有许多学生涌入这座省会城市，市场巨大！于是，小马下定决心选择离开。

小马不是不干了，而是联合几个同学，注册“第一套房产经纪公司”，专门为工作不久的白领们提供购房、租房服务。公司找到了那些手头有积压商品楼的开发公司，要求代理销售楼房，条件优惠，但要求获得面向单身白领销售的独家代理权。房地产公司自然乐意，于是第一套房产经纪公司同时拥有了十几处楼盘的代理权。这些楼盘各有优劣，有的位置偏僻但是环境好，有的服务设施较差但是交通便利，他们将这些一一比较后，明示出来，一是有利于客户鉴别，二来也增加了客户的信任度。一年后，开发商积压的房子卖了，客户为自己这么快便拥有住房而高兴，而第一套房产经纪公司也挣了不少钱。

也许我们手里的资源不充足，但那又有什么关系呢？只要我们敢想、敢做，有创意在，就会有成功的那一天。

资源不在多少，而在于怎样利用。巴西的矿产资源非常丰富，但国民生产总值却远远比不上日本；瑞士更可以说是个弹丸之地，却创造出举世瞩目的财富。资源的确有限，可是对资源的利用方式是无限的，这无限的可能性则来自无限的创意。



2006年德国世界杯开战在即，酒吧成了看球的好去处。不过机会到来的同时也意味着激烈竞争的到来，个个酒吧都想尽了办法吸引顾客。中国的大部分酒吧都走酒水降价促销的路线，但球迷的数量不会短期内增多，而且还要面对新增酒吧的竞争，简单的降价只能带来少量的销售增长。怎样才能竞争中真正获利，我们可以参考一下德国酒吧的做法。

德国有一个酒吧想出了一个新招，他们专门学习了世界杯决赛阶段各个参赛国的特色菜做法，推出了“世界杯主题套餐”，比如在荷兰队与阿根廷队比赛的当晚，酒吧会推出由荷兰特色菜与阿根廷特色菜组合到一起的套餐，让顾客在观看这两队比赛的同时，能够品味到这两个国家的美食。平时就餐时，顾客也可以自由点选各国特色美食进行组合。这一招果然奏效，世界杯还没正式开始，前来尝试及预订套餐的顾客就已经络绎不绝了。

此外，这个酒吧还增设了专门的家庭席位，顾客可以带着家人一同前来就餐，这还解决了很多男性

足球爱好者看球和照顾家人的矛盾。为了给自己的国家助威，酒吧更是别出心裁地研究配制出上下分黑、红、黄三层的鸡尾酒，象征德国国旗的黑、红、黄三色。这些举措为这个酒吧在当地赢得了头彩。

原本主要是球迷的消费场所，增设了家庭席后就可以迎来球迷之外的顾客；三色的鸡尾酒可以卖高价，但原料还是原有的酒和饮料。变了一下花样，同样的取材换来的却是不一样的价值。

无限的价值蕴含在有限的资源当中。整天抱怨资源不足的人是不会具有创新观念，更不会进行创新实践的，当然也就无法发现其中的无限价值。他们只在竞争中处于被动，渐渐落后，最终走向失败。

#### 智慧点拨

我们在工作中常会遇到资源匮乏的问题，但只要我们肯动脑、善创新，激发脑中的无限创意，就一定能够将问题圆满解决，让有限的资源产生无限的价值。

## 行·动·方·案



- ⊙ 做事要有自己的特色，打上自己的标记，让别人能够一眼就认出你。
- ⊙ 生活中或工作中，在解决问题时，做一次“违反常规”的举动，向自己的习惯挑战一次。
- ⊙ 做任何创新行为之前，要进行相关的市场调查，在得到客户反馈意见的基础上对自己的工作进行改进。
- ⊙ 不要放弃市场的长尾端，在抓牢“头部”的同时保住“长尾”。
- ⊙ 不要再抱怨手中的资源太少，要学会自己去找方法，进行资源整合。

## 第十章

# 带着思想来工作，改变心中的“不可能”

工作不只要用手去做，更要用大脑去做。工作中没有“不可能”完成的事情，所有的“不可能”都是自己心里产生的抵触与畏惧。不论工作中遇到了怎样的困难，解决问题才是硬道理。



## 用大脑工作，而不只是用手

同样一项工作，有的人可以十分轻松地完成，而有的人则会出现这样或那样的问题。其实，关键在于有的人用大脑工作，他们会去考虑如何用最有效的方式、在最短的时间内干好事情；相反，有的人仅仅是凭经验去做。

现在是拼智慧与创意的时代，我们无论做什么样的工作，都应该养成创新的习惯，长此以往，你才能在同行中脱颖而出。

汤荣坤是厦门民兴工业公司的一名普通职工。该公司的主要产品是汽车铝轮圈。测试轮圈是否漏气，以前一直用的都是专用试漏机，但这种试漏机有不少毛病，比如压力不稳定，如果突然发生故障，往往会压伤操作人员的手；如果发生爆炸，则容易伤及操作

人员头部。汤荣坤花了一个月时间设计出一套试漏自动监控系统，具有自动补充压力、故障全方位监控和自动报警功能。该系统获得了厦门市优秀发明革新三等奖。

此外，还有很多著名的案例，如通过扩大牙膏开口口径以及增加胡椒粉瓶子出粉孔等措施来增加销量的例子，都是在工作中勤于动脑的典范。

长沙有一位日杂店的老板，在其他日用百货商店相继推出“五元一件”、“一元店”等促销措施进行恶性竞争的时候，他不是盲目地采取同样的促销手段，而是将商品进行组合销售。比如，把常用的毛巾与销售不出去的圆珠笔包在一起，提高一些新产品的售价，然后把台灯等生活必需品作为赠品，结果引来了大家的抢购热潮。同样是“买一赠一”的打折销售，但只是采取了一些新方式，产生的效果却与别的商家大大不同。

不只是销售手段，在经营中，在事业的发展中，不时对原有的做法或大众的做法进行审视，想想有没有新的更加有效的方式。这样的想法成为习惯后，将会使我们受益一生。

李明星是奇瑞涂装生产线上的一名工艺员，虽然只是一名普通的蓝领，但他却和同事们一起，经过一个月的研究和摸索，彻底地解决了瑞虎车型在涂装生产中遇到的质量问题。

在工艺改进之前，每辆瑞虎车在涂装生产线出来后，都需要点修补漆。随着瑞虎销售量的攀升，这不仅大大影响了生产效率，还使涂装成本大幅上升，甚至给产品质量带来隐患。李明星经过细致观察，发现在涂装的过程中，油箱口盖和前仓的横梁处会产生油漆“碰伤”，这是导致油漆缺陷的主要原因。于是，李明星和同事们在工作中认真研究涂装的每一个细节，业余时间认真研读相关著作，并相互交流意见，终于在一个月后提出了改进方法：对两个随车辅具稍作改进，便彻底解决了涂漆“碰伤”的问题。

带着思考来工作，就需要我们思考现在的工作应该如何改进，思考以后的工作应该如何筹划，思考为自己的职业生涯应该画上怎样的一笔。无论什么时候都要记住：用大脑工作，而不只是用手。

#### 智慧点拨

工作应该是一项用大脑来做的事，而不只是用手。优秀企业的成功人士有个共同的特点，那就是善于思考、找方法，他们相信凡事都会有解决方法，而且总是有更好的方法。



## 工作中没有“不可能”

在工作中，“不可能”经常被人们所引用，它使人们对自己或他人失去信心，也让人们不相信奇迹的发生。但是人们应该想想过去所创造出的奇迹，如：

海伦·凯勒听不见声音，看不见东西，但她创造了文学史上的奇迹；约翰·库缙斯曾被医生断言活不过一周，但他活到了34岁，成为轮椅橄榄球运动员、室内板球健将、国际著名的演讲大师，并有了妻儿。

世上没有不可能，我们应该对自己有信心。在奥运会上，运动员最不可缺少的也正是这种信念——相信“没有不可能”。

在第19届奥运会的跳远比赛中，当美国的鲍勃·比蒙第一次试跳，记分牌上亮出“8.90米”时，在场观众、裁判以及比蒙本人都一下子惊呆了，他超出了当时的世界纪录整整55厘米。

这是一个奇迹，是一个出人意料的成绩。所以，“没有不可能”不是一句空话，事实会超乎人们的想象，奇迹也会发生的。

美国的李·伊万斯在4×400米接力队，又创造了世界纪录，成绩是2分56秒1，电计时为2分56秒16，这

一纪录保持了长达24年之久。

又是一次奇迹。人们认为奇迹是遥不可及的，但在那届奥运会上出现了这么多长期无法被突破的纪录，这又说明了什么呢？对，没有不可能！只要去努力争取，世上没有什么不可能。

那届奥运会上有一项世界纪录5次被突破，令人惊叹。三级跳远比赛中，意大利运动员跳出了17.10米的世界纪录，而苏联运动员超过了他0.01米，接着巴西运动员跳出了17.27米的好成绩，最后苏联运动员以17.39米的成绩夺得金牌。

这件事不禁令我们吃惊，世界纪录5次被突破不是一件轻松的事，并且十分罕见，但是那些运动员们做到了，最后的成绩超过原先纪录0.36米。数字看似很小，但是它有原先的世界纪录作为基础，难度就大大增加了。

苏联运动员创造了新纪录，这件事在我们面前再次展现了“没有不可能”的事实。

“好像没什么事能难住王总。很多大家觉得不可能做成的事，一到他手里，就变得轻而易举。”这句话是业界对奥康的老总王振滔的评价。

王振滔就是一个在工作中奉行“没有什么不可能”的典型代表，他在工作中的许多细节就体现了这一点。

一次，王振滔出差在外，答应了一位客户第二天回到温州和他见面谈合作，当天必须返回温州。于是，他急急忙忙去买票。谁知售票小姐却告诉他，当天飞往温州的机票已经没有了。

或许很多人遇到这种情况，都会想：算了，这也不是我能做主的，改天再回去吧。但王振滔却觉得，毕竟已经答应别人了，如果爽约的话，会让人觉得自己不讲信用，同时，他也不相信买不到票。

于是，他干脆来到机场，一直站在售票窗口等。他当时只有一个想法，就是今天必须回去，也一定能回去。

他在窗口等了足足3个小时，皇天不负有心人，他

终于等到了一张退票，顺利返回了温州。

当第二天他出现在公司与客户见面时，大家谁都无法相信：不是买不到机票吗？他是怎么回到温州的？

事后，王振滔自己说：“这虽然是一件小事，却体现了我在奥康一贯倡导的理念——没有什么不可能！”

的确如此，一般人在买票时，如果确认没有票了的话，大部分都会走掉，等改天再来；哪怕有人在窗口等着，也不一定能坚持到最后，可能在中途就选择了放弃。能一直坚持到最后的人，就是少数能成功的人。

奥康在发展过程中，创造了许多别人觉得无法做到的“神话”，而这些所谓的“神话”的产生，其实正体现了敢于蔑视困难、把问题踩在脚下的精神。

“不可能”并非真的不可能，而是被夸大的困难吓住了前进的脚步。要想面对生活、工作中的多种“不可能”，就要相信“没有什么不可能”！

只要坚信“没有什么不可能”，“不可能”就将变为可能。

### 智慧点拨

一切皆有可能。不敢向高难度的工作挑战，是对自己潜能的画地为牢。如果你想取得事业上的辉煌，使自己成为公司发展的关键力量，你就要丢掉心中的限制，积极寻找方法，用行动改写工作中的“不可能”。



## 柠檬太酸，就做成柠檬水

像昆虫具有夜间趋光的特性一样，人都有趋利避害的本能，在遇到困难时，都会挖空心思想办法避免危害，并努力将害转为利，将负转为正。

今天的人早已习惯了电脑键盘上字母的排列方式，虽然起初你也觉得既难记忆又不顺手，但还是认为那是理所当然的。当你深究其形成过程后，就会发现它的排序也许并不是最合理的，但却在发明之初解

决了很大的难题。这又是怎么一回事呢？

19世纪70年代，由于当时机械工艺不够完善，打字机的字键在击打后弹回速度较慢，打字员击键速度太快，就很容易发生两个字键绞在一起的现象，必须用手小心地把它们分开，这严重影响了打字速度。肖尔斯公司作为当时最大的打字机生产厂家，时常收到客户的投诉。为了解决这个问题，工程师们伤透了脑筋，因为材料的局限，他们实在没有办法再增加字键的弹回速度了。

当大家都在为增加字键弹回速度绞尽脑汁时，有一位聪明的工程师提出了一条趋利避害的新思路：既然我们无法提高字键的弹回速度，为什么不想办法降低打字员的击键速度呢？这无疑在当时条件下的一个好思路。

在降低打字员击键速度的诸多方法中，最简单的是打乱26个字母的排列顺序，把常用的字母摆在较笨拙的手指下，使用概率低的字母反倒由最灵活的手指来负责。结果，我们常见的字母组合键盘诞生了，并且逐渐定型下来。

正是这样一个小小的变通，既解决了字键缠绕的问题，又为企业摆脱了投诉的困扰。如果不能让字键弹回速度加快，为什么不让打字员击键速度减慢呢？同样，如果不能更好地改良纺织工艺，为什么不“将错就错”，制造一种新的面料呢？

日本有个“东洋人造丝公司”，他们在生产中遇到一个难题，即合成每根纱的5根线粗细总是纺不均匀，技术人员想尽办法也解决不了这个难题，大量次品直接影响了公司的效益。这时有个生产班长建议，既然5根线纺不均匀，何不索性生产一种表面粗糙的面料，给一贯追求光滑闪亮衣服的顾客来个惊喜呢？公司采纳了他的建议，结果这种表面粗糙、质地柔软的新型面料投放到市场后，很受顾客欢迎。

次品的处理办法通常是降价销售，而日本这家公司转换思路，变通地将次品制成了新型面料，投放到市场，次品竟摇身一变成为畅销品，公司不仅没有受到损失，还获取到额外的利润。

有时，工作中遇到的困难会让我们很难向前迈进一步，但只要用大脑想一想，就可以想出将“坏”变“好”的方法。

美国有个商人叫威尔逊，专门经销香烟。几年来，他的商品几乎无人问津，一直亏本，他也濒临破产。经过苦苦思索，他决定改变经营方法。一天，他在商店门口画了一张大幅广告，写着：“请不要购买本店生产的卷烟，据估计，这种香烟的尼古丁、焦油含量比其他店的产品高1%。”另外还用红色大字标明“有人曾因吸了此烟而死亡”。这一别具一格的广告引起了电视台记者的注意，通过新闻节目，人们知道了这家商店，纷纷来观看和买烟。有的人专程从外地赶来买这种烟，说：“买包抽抽，看看死不死人！”有人来买这种烟抽，是想表示一下自己的男子汉气概。结果，这个店的生意日渐兴隆，现在已成为拥有五个分厂和十个分店的大企业。

威尔逊的高明之处，就在于他利用了人们的一种

“逆反心理”。正如有些小说，社会评论越多，特别是评论越差，人们越想看一看。企业经营，莫不如此。通常情况下，经营者越是宣传自己的商品质量差，关注的人就会越多。聪明的经营者，也正是利用了消费者的这种心理，才不断使自己走出困境，进而大获利益。

看来，只要我们用心，就能从任何一件“坏事”中找到正面的因素，只要能够变通地思考、变通地行动，就能够达到趋利避害的目的。

已故的西尔斯公司董事长亚当斯·罗克尔说：“如果有个柠檬，就做一杯柠檬水。”柠檬，真的是太酸，不能称作美味，但是，只需稍稍变通一下思路，把柠檬做成柠檬水，就可以使它比任何甘甜的果汁饮料都更有味道。

#### 智慧点拨

“如果有个柠檬，就做一杯柠檬水。”柠檬，真的是太酸，不能称作美味，但是，把柠檬做成柠檬水，却可以使它比任何甘甜的果汁饮料都更有味道。



## 解决问题才是硬道理

曾在报纸上看到过这样一篇报道，讲的是中央某部委公开招聘公务员的一道面试题：如果你的领导交代给你一个任务，但你意识到这个任务若按领导的意愿执行会出现故障，当你向领导反映时，领导对你的意见并不采纳，坚持按自己的意愿行事。最后，这种行事方法果然出现了纰漏，造成了比较严重的后果。请问，你认为这是谁的责任？

众多参加面试者大多是高学历，他们的答案也是五花八门。有人说：“这是领导固执己见造成的，自然应该由领导来负责任。”有人说：“没有劝服领导是我的失职，所以，我也应该承担一些责任。”更有人圆滑地说：“都是我的错，若是出了这种事情，我保证领导肯定不会有问题。”可是，这些人的回答都没有打动面试官。最终，该部门录用的是一个本科

生，他的回答使在场的每一位考官都颇为满意。让我们来听听他的回答：“我认为，现在不是讨论该由谁来负责的时候，现在最先要考虑的是怎样解决问题，尽量挽回损失。当问题完全解决后，再追究责任，如果是我的责任，我决不推脱。”

这样一个简单的回答为什么能够打动面试官？因为这位考生抓住了问题的关键：解决问题才是硬道理，其他事情都要向后靠。

这位考生的理念应该成为我们每一个人心中的信条。无论什么时候，解决问题都是第一位的，不能解决问题，讨论任何事情都是无意义的。

每一个员工，都应该积极主动地帮助公司解决问题，不论问题是大是小、是难是易，只要能够用智慧将问题化解，就具备了成为卓越员工的潜质。

日本某化学公司的参观团来到法国某著名的化学公司参观，这让这家公司的主管们不由得紧张起来。因为在他们看来，日本人出奇地聪明，他们到哪里参

观就会学会哪里的核心技术，这样，那些被参观的公司不知不觉之中，就为自己培养了竞争对手。

但是，这次参观已经是上面洽谈好的，他们以这种理由拒绝是不可能的。于是他们就作出了一个规定，不让那些日本的参观人员碰车间的任何东西。

日本参观团人员很快同意了这个条件。

参观那天，开始很顺利。突然，一个冒冒失失的日本人一低头把自己的领带掉入了化学试剂之中。

他慌忙说：“对不起！我太冒失了。”

一个法方的陪同员工看出了他的目的，这个日本人想用这种方法带走化学试剂。

他心里感叹道：日本人太聪明了。但是现在的紧急情况是：怎样才能不让那个日本人带走珍贵的化学试剂呢？

强行让那个人摘下领带，显然是行不通的，而且还会给公司带来不好的影响；但不摘，公司蒙受的损失将是巨大的。

突然，他灵机一动，去找来一条崭新的领带，走上前说：“先生，您的领带脏了，现在我代表我们公

司送您一条新的，把您那条换下来，我洗干净了再还给您。”

那个日本人不得不换下了自己的领带。

这个善于动脑的法国员工，用换领带的办法保住了公司的核心技术，而且也让客人保全了面子。



这名法国员工是聪明的，更是敬业的。他为了公司不受损失而积极地想办法，将这个看似两难的问题圆满地解决了。

我们的企业需要的就是这样自动自发地解决问题的员工。他们是企业的一笔财富，总会在企业最需要他们的时候及时出现，而后排除万难，奋力前行。

企业在发展过程中，随时都会出现各种各样的问题，这些问题也许影响较小，也许关系着企业的生死存亡。每一个员工的头脑中都应该树立“解决问题才是硬道理”的理念，少一些抱怨，多一些实干，少一些借口，多一些方法，将工作中的问题完美解决。

### 智慧点拨

问题出现时，抱怨无用，追究责任也为时过早，最应该做的是找方法将问题解决。因为，在任何工作中，解决问题才是硬道理，然后才是善后工作。

## 行·动·方·案



- ⊙ 在工作中养成独立思考的好习惯。
- ⊙ 在遇到问题时，告诉自己：我可以将它解决掉。
- ⊙ 遇到难题不要悲观，想办法将它解决，并相信总会找到合适的方法。
- ⊙ 在问题出现时，告诉自己：我要解决问题，而不是逃避责任。并且，每一次出现问题时，都以解决问题为准则。

## 第十一章

# 找对方法做对 事，成就工作 高效能

做正确的事比正确地做事更重要。  
第一次就把事情做对是高效能工作法则。要把时间用在有效的工作上。如果问题错综复杂、难以解决，就将其分解为小的阶段。



## 正确地做事， 更要做正确的事

管理大师彼得·德鲁克曾在《有效的主管》一书中简明扼要地指出：“效率是‘以正确的方式做事’，而效能则是‘做正确的事’。效率和效能不应偏废，但这并不意味着效率和效能具有同样的重要性。我们当然希望同时提高效率和效能，但在效率与效能无法兼得时，我们首先应着眼于效能，然后再设法提高效率。”

多么经典的论述！请注意，在这段论述中，彼得·德鲁克提出了两组并列的概念：效率和效能，正确做事和做正确的事。在现实生活中，无论是企业的商业行为，还是个人的工作方法，人们关注的重点往往都在于前者：效率和正确做事。但实际上，第一重要的却是效能而非效率，是做正确的事而非正确地做事。正如彼得·德鲁克所说：“对企业而言，不可缺

少的是效能，而非效率。”

“正确地做事”强调的是效率，其结果是让我们更快地朝目标迈进；“做正确的事”强调的则是效能，其结果是确保我们的工作是在坚实地朝着自己的目标迈进。换句话说，效率重视的是做一件工作的最好方法，而效能则重视时间的最佳利用——这包括做或是不做某一项工作。麦肯锡卓越工作方法的最大秘诀就是，每一个麦肯锡人在开始工作前必须先确保自己是在“做正确的事”。

“正确地做事”与“做正确的事”有着本质的区别。“正确地做事”是以“做正确的事”为前提的，如果没有这样的前提，“正确地做事”将变得毫无意义。首先要做正确的事，然后才存在正确地做事。试想，在一个工业企业里，员工在生产线上按照要求生产产品，其质量、操作行为都达到了标准，他是在正确地做事，但是如果这个产品根本就没有买主，没有用户，这就不是在做正确的事。这时无论他做事的方式方法多么正确，其结果都是徒劳无益的。

正确地做事，更要做正确的事。这不仅仅是一种

重要的工作方法，更是一种很重要的管理思想。任何时候，对于任何人或者组织而言，“做正确的事”都要远比“正确地做事”重要。对企业的生存和发展而言，“做正确的事”是由企业战略来解决的，“正确地做事”则是执行任务。如果做的是正确的事，即使执行中有一些偏差，其结果可能不会致命；但如果做的是错误的事情，即使执行得完美无缺，其结果对于企业来说也肯定是灾难。

对企业而言，倡导“正确做事”的工作方法和培养“正确做事”的人，与倡导“做正确的事”的工作方法和培养“做正确的事”的人，产生的效果是截然不同的。前者是保守的、被动的，而后者是进取创新的、主动的。

要保证工作的高效能，我们要正确地做事，更要做正确的事。以下是一些参考方法：

### 1. 找出“正确的事”

工作的过程就是解决一个个问题的过程。有时候，一个问题会摆到你的办公桌上让你去解决，问题本身已经相当清楚，解决问题的办法也很清楚，但

是，不管你要朝哪个方向走，想先从哪个地方下手，正确的工作方法只能是：在此之前，请你确保自己正在解决的是正确的问题——很有可能，它并不是先前交给你的那个问题。

## 2. 开始时就心怀最终目标

每一件事和每一项工作都会有其特定的最好结果，这个最好结果就是我们做一件事和一项工作所期望达到的最终目标。在开始做事之前，只要明确地记住了最终目标，不管哪一天干哪一件事，都不会违背你为之确定的最重要的标准，你做的每一件事都会为这个最终目标作出有意义的贡献。

如果没有目标，就不可能有切实的行动，更不可能获得实际的结果。高效能人士最明显的特征就是，他们往往在做事之前，就清楚地知道自己要达到一个什么样的目的，清楚为了达到这样的目的，哪些事是必须做的，哪些事往往看起来必不可少，其实是无足轻重的。他们总是在一开始时就怀有最终目标，因而总是能事半功倍，能卓越而高效。

## 3. 编排行事优先次序

一个人在工作中常常难以避免被各种琐事、杂事所纠缠。有不少人由于没有掌握高效能的工作方法，而被这些事弄得筋疲力尽、心烦意乱，总是不能静下心来去做最该做的事，或者是被那些看似急迫的事所困扰，根本就不知道哪些是最应该做的事，结果白白浪费了大好时光，致使工作效率不高、效能不显著。

#### 4. 精心确定主次

做要事而不是做急事的观念如此重要，但常常为我们所遗忘。必须让这个重要的观念成为我们的工作习惯，在每开始一项工作时，都必须首先让自己明白什么是最重要的事，什么是我们最应该花精力去重点做的事。

#### 5. 了解事情的四个层次

我们每个人每天面对的事情，按照轻重缓急的程度，可以分为以下四个层次：重要且紧迫的事；重要但不紧迫的事；紧迫但不重要的事；不紧迫也不重要的事。

(1) 重要而且紧迫的事情。这类事情是你最重要的事情，而且是当务之急，有的是实现你的事业目标

的关键环节，有的则和你的生活息息相关，它们比其他任何一件事情都值得你优先去做。只有它们都得到合理高效的解决，你才有可能顺利地进行别的工作。

(2) 重要但不紧迫的事情。这种事情要求我们具有更多的主动性、积极性和自觉性。从一个人对这种事情处理的好坏程度，可以看出这个人对于事业目标和进程的判断能力，因为我们生活中大多数真正重要的事情都不一定是紧急的。比如读几本有用的书、休闲娱乐、培养感情、节制饮食、锻炼身体，这些事情重要吗？当然，它们会影响我们的健康、事业，还有家庭关系。但是它们紧迫吗？不。所以很多时候，这些事情我们都可以拖延下去，并且似乎可以一直拖延下去，直到我们后悔当初为什么没有重视，没有早点来着手解决它们。

(3) 紧迫但不重要的事情。有这样的事情吗？当然，而且随时随地会出现。本来你已经洗漱停当准备休息，好养足精神明天去图书馆看书时，忽然电话响起，你的朋友邀请你现在去泡吧聊天。你就是没有足够的勇气回绝他们，你不想让你的朋友们失望，然

后，你去了。次日清晨回家后，你头昏脑胀，整个白天都昏昏沉沉的。你被别人的事情牵着走了，而你认为重要的事情却没有做，这或许会使你很长时间都比较被动。

(4) 既不紧迫又不重要的事情。很多这样的事情会在我们的生活中出现，它们或许有一点价值，但如果我们毫无节制地沉溺于此，我们就是在浪费大量宝贵的时间。比如，我们吃完饭就坐下看电视，却常常不知道想看什么和后面要播什么，只是被动地接受电视传播的信息，往往在看完电视后觉得不如去读几本书，甚至不如去跑跑健身车，那么刚才我们所做的事无异于浪费时间。其实，很多时候我们花在电视上的时间都是被浪费掉了的。

#### 6. 把重要的事情摆在第一位

工作是要有章法的，不能眉毛胡子一把抓，要分轻重缓急，这样才能一步一步地把事情做得有节奏、有条理，达到良好的效果。我们应该将重要但不紧急的事情放在紧急但不重要的事情之前做，不要让一时的紧急蒙蔽了你的视线。高效能地工作，就要去做最

重要的事情。

### 智慧点拨

正确地做事，更要做正确的事，这不仅仅是一个重要的工作方法，更是一种很重要的工作理念。任何时候，对于任何人或者组织而言，“做正确的事”远比“正确地做事”重要。



## 第一次就把事情做对

“第一次就把事情做对”是著名管理学家克劳斯“零缺陷”理论的精髓之一。第一次就做对是最便宜的经营之道！

到中国一汽大众的现代化车间参观过的人，都会在感叹那里汽车流水线现代化的同时，发现在车间的醒目位置上有一排巨幅广告——“第一次就把事情做对”。

初看之下，众人皆哗然。怎么这么“现代”的

车间里，竟然会有这么“不客观”的理念？这样的广告，不禁让我们思考：第一次就把事情做对，可能性到底有多大？

静下心来想一想，不禁为一汽大众的理念所折服：要把事情做对，需要多少次？是四次，还是三次？最好是几次呢？当然是——一次！

第一次就把事情做对，是对员工的期待，它时时刻刻警醒员工们，要尽最大的可能，在接手每一件事情时，抱着“一次就做对”的信念。

第一次就把事情做对，是对“质量”品质的要求，只有“第一次就做对”，才能尽可能减少废品，保证质量。

第一次就把事情做对，需要员工有扎实的职业技能基础，需要员工对“第一次”从事的工作有充分的准备。

“第一次就把事情做对”，这几乎是每个企业对员工最基本的要求。但在工作中，有时即使是最简单的工作，还是有人会一再出错。

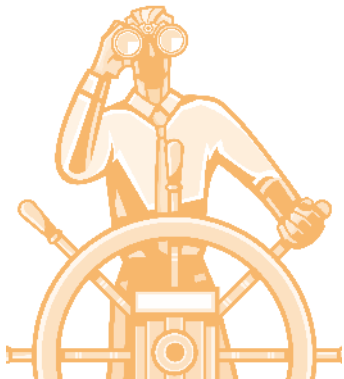
某广告公司的员工就犯过这样的—个错误，在为客户制作的宣传广告中，将客户的联系电话中的一个数字弄错了。当他们把制作的宣传单交给客户时，由于时间紧，第二天就要在产品新闻发布会上使用它，客户没有详细审核就接收了，直到新闻发布会结束后，在整理剩下的宣传单时，才发现关键的联系电话有错误，而这样的宣传单已发放了5000多份。

客户—怒之下，向广告公司要求巨额赔偿。由于错在己方，而且客户召开新闻发布会的费用的确巨大，无奈之下，广告公司只好按照客户的要求进行了赔偿。但事情并没有就此结束，这件事情传开后，该广告公司便在客户中失去了信誉，渐渐没有生意可做了，因为没有人再敢把自己的业务交给他们去做，害怕再出差错给自己造成麻烦和损失。

—次小小的失误，就把—家本来极有前途的广告公司打垮了。我们不妨设想—下，假如那个广告公司的员工在工作中能细心点，能—次就把事情做对，那么，这样的现象是完全可以避免的。

“第一次就把事情做对”，虽然企业如此要求自己的员工，但是，部分员工却错误地认为这个要求太苛刻、不近情理，因为“我们都是凡人，怎么可能不犯错误呢”。有的员工甚至认为，在工作中出现一点小错是很正常的。比如，生产工人认为一个零件不合格，对公司并不能造成什么明显的损失，没有必要小题大做，因为规章制度中就允许合理的损耗。

但是，在很多成功的企业里，“第一次就把事情做对”不仅是可能的，而且是必须的。



在麦当劳，炸鸡腿、鸡翅的时间是用秒来控制的。少一秒，鸡肉没熟透；多一秒，鸡肉会显老。也就是说，无论多一秒还是少一秒，都会影响鸡肉的口感。因此，每个麦当劳员工都必须一次做对，因为顾客还在服务台前等着。福特公司也如此要求员工。在整条流水生产线上，每一个零配件生产出来之后，马上就被送去组装，因为没有库存，任何一个环节出了问题，都会导致全线停产，所以必须第一次就把事情做对，没有任何回旋或找借口的余地。

第一次没把事情做对，不仅会自己的工作带来很大的麻烦，还会给上司和同事带来工作上的不便，严重时还会给公司造成经济损失或形象损失。对于上司安排你去做的事，你不去做，上司就得去做；你做不到位，上司就得返工。从管理角度来说，公司花了高薪聘请你的上司，成本是你的10倍以上；从经济意义上来说，他花1小时能做好的事，你花1天的时间做好也值。同样的道理，一件小事，你花了1小时做完交给了他，当他发现了不完善

的地方,再去补充、修改,花半个小时,如果这样,还是你费半天时间把事情第一次就做好要合算。你把小事做到位了,他的工作效率就提高了。

所以,只要在工作完成之前想一想出错后可能给自己和公司带来的麻烦、造成的损失,就应该能够理解“一次就把事情做对”这个要求的重要性。

#### 智慧点拨

“第一次就把事情做对”是著名管理学家克劳斯“零缺陷”理论的精髓之一。第一次就做对是最便宜的经营之道!



专注于有效的工作,  
把工夫用在点子上

美国的时间管理之父阿兰·拉金说过,“勤劳不一定有好报,要学会聪明地工作”。拉金先生的意思

是，一个人只靠忙并不能保证取得好的结果，只有善于掌控时间、能够时刻忙于要事的人，才能够取得好的结果，成为工作和辛勤劳动的受益者。

能够时刻忙于要事，是一个人提高工作效率的关键。区别一个人工作效能高低的一个重要标准不是看他工作有多么努力，而是要看他能不能时刻忙于要事，是不是忙在点子上。

有这么一个小故事，生动地反映了时间与工作效能之间的关系。

在一节课上，一位教授在桌子上放了一个装水的瓶子，然后又从桌子下面拿出一些正好可以从瓶子口放进瓶子里的鹅卵石。教授把石块放完后问台下的学生：“你们说这瓶子是不是满的？”

“是！”所有学生异口同声地回答。

“真的吗？”教授笑着问。然后又从桌子底下拿出一袋碎石子，把碎石子从瓶子口倒进去，摇了摇，又倒进去一些，然后又问学生：“你们说，这瓶子现在是不是满的？”这时他的学生们不敢回答得太快。最后，

班上有位学生怯生生地回答道：“也许没满。”

“很好！”教授说完后，又从桌子下面拿出一袋沙子，慢慢地倒进瓶子里。倒完以后，再次问班上的学生：“现在你们再告诉我，这个瓶子是满的，还是没有满？”

“没有满。”全班同学这次都变聪明了，大家很有信心地回答。

“好极了！”教授再一次称赞这些聪明的学生。随后，他又从桌子底下拿出一大瓶水，把水倒进看起来已经被鹅卵石、小碎石、沙子填满的瓶子，意味深长地问他班上的同学：“你们从上面这些事情中可以得出什么样的重要结论呢？”

班上一阵沉默，终于有一位勇敢的学生站起来回答说：“无论我们把工作做到何种程度了，只要我们努力，就还可以做得更好一些。”这位学生回答后心中很得意。

教授听到这样的回答后，点了点头，微笑着说：“答案不错，但这并不是我要告诉你们的最重要的信息。”说到这里，这位教授故意停住，用眼睛向全班同

学扫视了一遍，然后才慢慢说：“我想告诉各位的最重要的信息是，如果你不先将大的鹅卵石放进瓶子里去，也许以后你就永远没有机会把它们放进去了。”

故事反映了这样一个简单的道理：如果一个人把自己的精力放在一些不重要和无意义的事情上，那么他就没有时间去做重要的事情了。这也是很多人总是忙得团团转，但是工作还是不见成效的重要原因。时间并不能直接为你带来结果，只有正确的行动才能为你带来正确的结果。一个人只知道忙而不知道忙于做正确的事，就好像一个把宝押在了错误的地方的赌徒，最后只能是连本带利地输光。

李斯特是一家企业的采购部经理。由于公司原来生产的数控车床已经落伍，订单日渐减少，利润直线下降，在这种情况下，公司把主要战略目标转移到生产新的换代产品上来，并决定逐步淘汰已经落伍的老产品。

但是，由于过去生产的数控车床产量大，拥有

很多客户，这些客户仍旧到这个企业来采购一些零部件，用于车床的维修。李斯特看到这种情况，认为老式数控车床依然大有可为。在他的安排下，他手下的采购员到各原配件生产厂家调回大量零配件，以满足企业生产和客户的购买。

没过多久，企业生产的换代产品就出来了，那些老客户也纷纷购买新的换代产品。企业停止生产原来的产品，致使采购回来的零部件大量积压，企业因此损失了一大笔资金。因李斯特的努力方向并不符合公司的目标，所以，他的努力不仅白费了，反而给企业造成了本来可以避免的损失。

一个员工应该追随企业的目标，把个人的努力融入到公司的发展目标中去。员工的使命就是对公司的目标远景了然于胸，努力去帮助老板完成他的现实目标。要追随公司的目标，就要知道公司的目标是什么，知道怎样去努力实现公司的目标。

与公司的目标保持步调一致，了解公司的目标并努力帮助老板实现目标，向企业盯紧的目标射击，是

一个员工的使命，也是一个员工应该具备的特质。

把工夫用在点子上，需要我们用心、用脑，无论老板在不在，都能够主动去做公司最需要的事。那么，究竟什么才是公司最需要的事情呢？

著名的管理咨询顾问鲍伯·尼尔森在《员工的终极期望》一文中，用这样一段话道出了老板对员工的终极期望。他是这样说的：“亲爱的员工，我们之所以聘用你，是因为你能满足我们一些紧迫的需求。如果没有你也能顺利满足要求，我们就不必费这个劲了。但是，我们深信需要有一个拥有你那样的技能和经验的人，并且认为你正是帮助我们实现目标的最佳人选。于是，我们给了你这个职位，而你欣然接受了。谢谢！在你任职期间，你会被要求做许多事情：一般性的职责，特别的任务，团队和个人项目。你会有很多机会超越他人，显示你的优秀，并向我们证明当初聘用你的决定是多么明智。然而，有一项最重要的职责，或许你的上司永远都会对你秘而不宣，但你自己要始终牢牢地记在心里，那就是企业对你的终极

期望——永远做非常需要做的事，而不必等待别人要求你去做。”

尼尔森认为，他所说的终极期望有一个简单的前提：那就是你绝对不需要任何人的许可，就可以把工作做得漂亮出色。无论你在哪里工作，无论你的老板是谁，管理阶层都期望你始终运用个人的最佳判断和努力，为了公司的成功而把需要做的事情做好。

不同公司的要求是不同的，正如它们所招聘的员工技能各不相同。但是，从根本上说，所有公司和老板要找的基本上是同一种人——那些能沉浸在工作状态中、积极主动地把该做的事情做好的员工，那些不用老板吩咐就能够忙于要事的人。

#### 智慧点拨

每一个企业、每一个老板都有自己的发展目标。作为企业的一名优秀员工，必须与公司制定的目标保持步调一致，才能把握自己努力的方向，为企业创造财富。



## 借助他人的智慧 登上事业的高峰

作为团队的一员，只有把自己完全融入团队中，借助他人的经验与智慧，才能发挥个人的全部力量，才能解决个人无法解决的问题。

古代的智者无不千方百计地借用别人之力以成己事，这样的例子多得数也数不清。我们先来看一则和尚巧借民力的例子。

江西大庾县境内有座雄山，山上有处飞瓦岩。说起飞瓦岩的得名，来源于一则历史故事。

相传，当初和尚们在这山上建造寺院时，需要木料和砖瓦。木料好解决，满山都是大树，可就近砍伐；但是砖瓦却需要从山下运来，可是缺少人手，实在让和尚们犯了难。后来，一个聪明的和尚想了一个借力的主意，他先让人把需要的砖瓦堆积在山下，然

后四处宣扬，说自己擅长飞瓦砌屋，不用工匠，砖瓦便会自动飞起来把房盖好。听到的人半信半疑，都想当面看个究竟。到了预定的那天，山下聚积了数千人。可是砖瓦还堆在山下，几个和尚正在懒洋洋地挑砖瓦上山。观众们为了早一点看到和尚飞瓦，都争着帮忙搬运砖瓦。人多手快，不一会儿，堆积在山下的砖瓦便被搬到了山上。搬完砖瓦，大家都选好位置等着看和尚作法。那和尚出来连连施礼，说：“刚才作法已经完毕，砖瓦不是已经‘飞’上山来了吗？”大家一听被戏弄了，虽有些不快，但都佩服和尚的智慧，就当是积德行善了。这事传扬开去，人们便把此地命名为飞瓦岩。

善于借助别人的力量，有助于你在竞争中脱颖而出。

钢铁大王卡内基曾经亲自预先写好他自己的墓志铭：“长眠于此地的人懂得在他的创业过程中起用比他自己更优秀的人。”

大部分美国人都有一种特长，就是善于观察别

人，并能够吸引一批才识过人的朋友来合作，激发共同的力量。这是美国成功者最重要的、也是最宝贵的经验。

任何人如果想成为一个企业的领袖，或者在某项事业上获得巨大的成功，首要的条件是要有一种鉴别人才的眼光，能够识别出他人的优点，并在自己的事业道路上利用他们的这些优点。

一位商界著名人物、也是银行界的领袖说过，他的成功得益于把每一个职员都安排到恰当的位置上，而且他还努力使员工们知道他们所担任的职责对于整个事业的重大意义，这样一来，这些员工无须他人监督，就能把事情办得有条有理、十分妥当。

相比之下，不善于向他人借力的刘芳就没有那么幸运了。

刘芳应聘到一家公司做销售。上司交给她一项任务，让她在本市做一下公司产品的市场调查，然后策划一份市场营销活动方案。

刘芳是第一天上班，工作又是上司亲自交代的，

因此不敢有丝毫懈怠。她一个人来到各大商场做了一番调查，然后带着手头资料躲进写字间，搞起方案来。很长时间过去了，她的方案还是没有做出来。

实际上，她收集的那些资料公司都有，她只要向有关部门借阅一下即可，而她却不懂得向他人寻求帮助，用别人的智慧来帮自己克服工作中的困难，只是一个人像没头苍蝇似的蛮干，当然理不出任何头绪。

很多人之所以觉得问题难，是由于他只倚重自己的才华和能力，而不懂得去获取别人的帮助。有的人甚至为了过于突出自己，把本来可以帮助自己的人赶走了。

实际上，每个人都应该明白这样一个道理：人不是孤立的，而是活在群体中的。所以员工在任务面前要充分考虑自己的现状，善于和别人合作，把两者的长处有机地结合起来，用他人的智慧来帮助自己迎接、挑战困难，这样才有可能避免陷入生存的绝境，并且能够取得成功。

### 智慧点拨

不管你要成为一个优秀的员工，还是要成为一个成功的人，都不要忘记这样一句话：智者找助力，愚者找阻力。没有一个人能够独自成功，让更多的人帮助你成功，这是一种高超的社会智慧。



## 在分解难题中实现高效

有时候，我们碰到的难题无法局限在某一个层次进行处理，但分成不同层次就好解决了。

早年，美国有一位青年到西弗吉尼亚兰伯堡镇访问。他发现电车只通到镇外3公里远的地方，中间隔着一条两岸很高的河流，过了河才能到镇上去。原来，在这条河上造桥很困难，费用也高，电车公司不愿投这一大笔钱。

后来，这位青年又了解到与修桥和线路有关的还

有另外两个单位：一个是铁路公司，当时他们的火车调车地点与一条隧道相交叉，既阻碍交通又易发生事故，若修好电车道，原来的道路就可以移到别处，这对他们有好处；另一个是地方政府，如能解决这个问题，可提高政府的威望。

于是，这位青年便对电车公司领导讲，如果电车公司能投资三分之一，其余三分之二的资金可由他负责解决。结果电车公司高兴地同意了。接着他又到另两个单位，也用同样的方法征得了他们的同意。前后只用了5个月的时间，大桥和线路就修好了，有关三方面和市民皆大欢喜。

许多困难乍一看起来很难解决，然而我们本着从零开始、点点滴滴去实现的决心，有效地将问题分解成许多板块，就能大大提升我们攻克难关的信心和效率。

一位名叫希瓦勒的乡村邮递员，每天徒步奔走于各个村庄之间。有一天，他在崎岖的山路上被一块石

头绊倒了。

他发现，绊倒他的那块石头样子十分奇特。他拾起那块石头，左看右看，有些爱不释手了。

于是，他把那块石头放进自己的邮包里。村里的人们看到他的邮包里除了信之外，还有一块沉重的石头，感到很奇怪，便好意地对他说：“把它扔了吧，你还要走那么多路，这可是一个不小的负担。”

他取出那块石头，炫耀地说：“你们看，有谁见过这样美丽的石头？”

人们都笑了：“这样的石头山上到处都是，够你捡一辈子的。”

回到家里，他突然产生一个念头：如果用这些美丽的石头建造一座城堡，那将是多么美丽啊！

于是，他每天在送信的途中都会找到几块好看的石头。不久，他便收集了一大堆，但离建造城堡的数量还差得很远。

于是，他开始推着独轮车送信，只要发现中意的石头，就会装上独轮车。

此后，他再也没有过上一天安闲的日子。白天他

是一个邮差和一个运输石头的苦力；晚上他又是一个建筑师，他按照自己天马行空的想象来构造自己的城堡。

所有的人都感到不可思议，认为他的大脑出了问题。

二十多年以后，在他偏僻的住处，出现了许多错落有致的城堡，有清真寺式的，有印度神教式的，有基督教式的。当地人都知道有这样一性格偏执、沉默不语的邮差，在干一些如同小孩建筑城堡的游戏。

1905年，法国一家报社的记者偶然发现了这群城堡，这里的风景和城堡的建筑格局令他慨叹不已，为此他写了一篇介绍希瓦勒的文章。文章刊出后，希瓦勒迅速成为新闻人物。许多人都慕名前来参观，连当时最有声望的大师级人物毕加索也专程参观了他的建筑。

现在，这个城堡已经成为法国最著名的风景旅游点，它的名字就叫做“邮递员希瓦勒之理想官”。

在城堡的石块上，希瓦勒当年刻下的一些话还清晰可见，有一句就刻在入口处的一块石头上：“我想知道一块有了愿望的石头能走多远。”

据说，这就是那块当年绊倒过希瓦勒的第一块石头。

看似困难的问题，被分解之后，也有被解决的可能。的确，用捡来的石头建造一座座城堡的确是相当困难的，似乎是一个几乎无法解决的大问题，所以当年有很多人嘲笑这位邮差。但是当邮差将它分解到每日行动中时，他所要做的仅仅是每天捡些石头，将它们放在自己认为最合适的地方而已。

分解问题有助于解决问题，当一个原来令你畏惧的问题被分解成一个个小问题放在你面前时，你就能够轻而易举地征服它们。

#### 智慧点拨

无论问题多么复杂，只要你能够做到分几步走，只要你能够把问题分解为一个个较易实现的目标，那么，再难的问题也会被一步步地解决。小目标的实现是大目标实现的前提，而大目标的实现是小目标实现后的结果。

## 行·动·方·案



⊙ 在做事情之前，要明确做事的目标，确定所做的事情是正确的，再选用正确的方法来达到目标。

⊙ 在接到任务后，仔细思考做事的程序与方法，保证第一次就把事情做对。

⊙ 在工作中，学会节约时间，并且要明确最能够产生收益的那部分工作是什么，集中精力将那部分工作做好。

⊙ 工作中要学会团结协作，不能只靠一个人的力量。

⊙ 遇到难度大的问题不要灰心，用“分”的智慧将其解决。

## 第十二章

# 问题也能变机会，成功一定有方法

问题并不总是麻烦，同时也是改进的机会。在解决问题前，要抓住问题的根源，对症下药，这样才能从危机中找到转机。运用适当的方法，可以使劣势变为优势。



## 从Know How到Know Why ——提升问题发现力

苹果落在了牛顿的头上，于是，一个伟大的定律出现了。有人说，如果没有那个苹果落下来，万有引力定律也许不会由牛顿提出。其实，苹果也许已经落下来许许多多，也许已经砸了无数人的头，可大家的反应都是“这个苹果真是讨厌，砸得我头好疼”。没有人能够像牛顿一样去想：苹果成熟后为什么会向地面上落，而不是向天空飞呢？这就是牛顿与一般人的不同，牛顿有发现问题的能力，这种能力也就决定了包括万有引力定律在内的很多发现是由牛顿来实现的。

在工作中，如果我们能够像牛顿一样保持职业敏感性，将自己的思维从“Know How”转换到“Know Why”，从知道“怎么样”到知道“为什么”，随时从不寻常的事物中发现问题，并能够拿出合理的解决方案，我们就会成为企业不可或缺的人。

下面故事中的主人公就是这样一个善于发现问题的人。

一天，工程师梅斯塔打猎回家，他发现自己衣服上挂着一些牛蒡草的子实。在显微镜下，他发现每一个子实都环绕着许多小钩，正是这些小钩使牛蒡子实挂在衣服上掉不下去。

受此启发，他突发奇想：如果在布条上也安上相似的小钩，不就可以用做扣带了吗！他花了八年的时间把这个设想变成原始的产品：两条尼龙带——一条上布满成千上万个小钩，而另一条则是更为细小的丝绒。当两条尼龙带合在一起的，就迅速成为一条实用的扣带。这项发明之所以叫尼龙搭(Velcm)，是因为它取自两个法语单词，一个是天鹅绒(Velour)，一个是钩针编织品(Crochet)。

梅斯塔并没有停留于将牛蒡草的子实从衣服上摘下来，而是从中发现了问题：为什么它会挂在衣服上掉不下去呢？继续观察，明白了为什么，也就为下

一步的发明做了准备。

生活常常会给我们提供很多发现的机会，就看我们能不能练就一双慧眼，将发现的问题转为实用的创造。

1976年12月的一个寒冷早晨，三菱电机公司的工程师吉野先生两岁的女儿将报纸上的广告单卷成了一个纸卷，像吹喇叭似的吹起来。然后她说：“爸爸，我觉得有点暖乎乎的啊。”孩子的感觉是喘气时的热能透过纸而被传导到手上。正苦于思索如何解决通风电扇节能问题的吉野先生突然受到了启发：将纸的两面通进空气，使其达到热交换。他以此为原型，用纸制作了模型，用吹风机在一侧面吹进冷风，在另一侧面吹进暖风，通过一张纸就能使冷风变成暖风，而暖风却变成了冷风。此热交换装置仅仅是将糊窗子用的窗户纸折叠成像折皱保护罩那样一种形状的东西，然后将它安装在通风电扇上。室内的空气通过折皱保护罩的内部而向外排出，室外的空气则通过折皱保护罩的外侧而进入保护罩内。通过中间夹着的一张纸，使内外两方面的空气相互接触，使其产生

热传导的作用。如果室内是被冷气设备冷却了的空气，从室外进来的空气就能加以冷却，比如室温 $26^{\circ}\text{C}$ ，室外温度 $32^{\circ}\text{C}$ ，待室外空气降到 $27.5^{\circ}\text{C}$ 之后，再使其进入室内。如果室内是暖气，就将室外空气加热后才进入室内，比如室外 $0^{\circ}\text{C}$ ，室内 $20^{\circ}\text{C}$ ，则室外寒风加热到 $15^{\circ}\text{C}$ 以后再入室。这样，就可节约冷、热气设备的能源损耗。

三菱电机公司把这一装置称做“无损耗”的商品，并在市场上出售。使用此装置，每当换气之际，其损失的能源可回收 $2/3$ 。

有人说解决问题很重要，爱因斯坦却说：“发现问题比解决问题更重要。”发现一个问题，有时就是发现了一个机遇。

工作中不怕问题的出现，最怕的恰恰是“没有问题”。这里的“没有问题”不是真的没有问题产生，而是发现不了问题，至少在问题刚刚出现时发现不了，直到问题发展得不可控制，或者遭受重大损失，或者失去了绝好的机会，才后悔莫及。

所以，从现在开始，我们要培养自己发现问题的

能力，从“Know How”转换到“Know Why”，能够在工作中更好地发挥自己的优势，才能够做到更加卓越。

### 智慧点拨

爱因斯坦说：“发现问题比解决问题更重要。”只有能发现问题，才能够进一步寻求解决问题的方法和途径。我们要将自己的思维从“Know How”转换到“Know Why”，努力提升问题的发现力。



## 没有问题，只有机会

工作中常常见到有的人因为害怕问题而躲避问题，认为只要没有问题就万事大吉。其实，任何事物的特征都是辩证存在的，有不好的一面，必然就存在着好的一面。问题也是如此，它会给我们带来麻烦与困扰，同样也可以带给我们机会。

有这样一个故事：

一个老总叫来第一个人，说：你在十分钟之内，给我倒一杯水来。第一个人说到第一点：公司饮水机里没有水了。老总说，你不会想别的办法吗？第一个人说到第二点：我可以去邻居家借一杯水，可是我跟邻居家的小妹不熟，再说邻家小妹长得太丑，我看了怕有心理阴影。老总又说，没有别的办法了吗？第一个人说第三点：我可以下楼去超市买一杯水，可是我担心十分钟之内不能赶回来；我还担心这一笔财务开支，财务部的主管比较凶，他可能不会批。

大家说，这个故事里的第一个人，是不是一个称职的员工呢？不是！

这个老总又叫来第二个人，说：你在十分钟之内，给我倒一杯水来。第二个人说：好的。说完就出了办公室。离开办公室后，第二个人想到第一点：公司饮水机里没有水了，那我可以用的办法得到水，

这是一次锻炼我才能的机会。他又想到第二点：我可以去邻居家借一杯水，虽然我跟邻居家的小妹不熟，但是今天正好有了认识她、和她混熟的理由和机会，今天不熟，以后就会熟了；虽然邻家小妹长得太丑，但是我多看几眼，可以锻炼并增强我的心理承受能力。假如去邻居家借不来水呢？他又想到第三点：我可以下楼去超市买一杯水，动作快一点就能来得及，多跑几步正是锻炼身体的机会；虽然这是一笔财务开支，虽然财务部的主管比较凶，但是和他交往，可以锻炼我的沟通能力和部门协调能力。于是，一分钟后，他写了个报告提交给老总，提出了两个方案，一个是去邻居家借水，一个是去超市买水，让老总选择。

那么，你认为这个故事里的第二个人，是不是一个称职的、甚至可以说是优秀的员工呢？是！他正是每个企业所需要的称职的、优秀的员工！

一个总是让领导做问答题的员工，不是好员工；一个总是让领导做选择题的员工，才是优秀企业所需要的优秀员工。

通过上面这个故事，我们看到，同样一件事，为什么第一个人看到的是问题，而第二个人看到的却是机会呢？我们每个人，每天都会遇到各种各样的人、各种各样的事、各种各样的东西，它们究竟是问题，还是机会呢？

有人说，人生的一半是问题，另一半是机会；还有人说，我们要学会从问题中找到机会。但是对于一个积极乐观、优秀卓越的人来说，他的字典中，没有“问题”一词！

一位企业家曾讲过这样一个故事：

有一天，一位好友到他家中聊天，突然，朋友很生气地抱怨起他公司的产品和一些客户。原来，他在一家机械制造商的服务部门上班，每天都会遇到一些机械出问题，或客户使用时出现的问题，要他去解决。久而久之，他对这些制造问题的客户和产品产生了很强烈的反感。等他吐完苦水后，这位企业家对他笑着说：“其实我觉得，你不但不应该怪这些产品和对客户生气，反而应对他们产生感恩的心才对。”他

睁大眼睛问企业家：“为什么？”企业家回答说：“就是因为产品会产生这些问题，公司才需要请你来工作，否则公司何需花钱请你来上班呢？问题的制造者，才是促使你今日有饭吃的缘由，不是吗？再比如说：到医院看病的病人，难道他们都愿意自己生病吗？他们本来就因为生病心情不好，情绪不稳定那是必然的，给予他们多一点关心、多一点理解，更多一点细心，有何不可？”他顿时哑口无言。

之后，这位朋友尝试着改变态度去面对工作和客户，渐渐地，佳评不断，开始升职，薪水也提高了不少。

这位企业家说出的道理实际是最浅显的，就是因为有问题存在，需要去解决，公司才需要我们，否则，有哪家企业会拿出钱来养“闲人”呢？而且，出现了问题，也就给了我们改进的机会，我们确实应该感恩而不是抱怨啊。

问题本身就是机会，能否抓住这个机会，还要看我们的表现。这就要求我们在工作中不但要不畏惧问题、不躲避问题，更要积极地发现问题，在问题中把

机会挖掘出来。

### 智慧点拨

问题带来的不仅仅是麻烦，往往会带来更重要的机会。对于我们的工作和方法来说，问题本身就是一个很好的改进机会。



抓住问题的根源，  
在危机中找转机

有这样一则故事：

有一天，动物园的管理员们发现袋鼠从笼子里跑出来了，于是开会讨论，一致认为笼子的高度过低。他们决定将笼子的高度由原来的十米加高到二十米。结果，第二天，他们发现袋鼠还是跑到外面来，所以他们又决定再将高度加高到三十米。

没想到，隔天居然又看到袋鼠全跑到外面，于是管理员们大为紧张，决定一不做二不休，将笼子的高度加高到一百米。

一天，长颈鹿和几只袋鼠们在闲聊，“你们看，这些人会不会再继续加高你们的笼子？”长颈鹿问。

“很难说。”袋鼠说，“如果他们继续忘记关门的话！”

看到故事的结局，我们会哑然失笑。这个故事是在向我们讲述一个道理：解决问题要抓住问题的根源。如果不能探究根源，所想出的办法大多也只是“隔靴搔痒”，不能起到“釜底抽薪”的作用。

在老板看来，一名称职员工最关键的素质是解决问题的能力，尤其是在紧要关头。正如一家知名的跨国集团总裁所说的那样：“通向最高管理层的最迅捷的途径，是主动承担别人都不愿意接手的工作，并在其中展示你出众的创造力和解决问题的能力。”

然而，解决问题不能一味地靠决心和蛮力，最重要的还是要发现问题的关键。

1793年，守卫土伦城的法国军队叛乱。叛军在英国军队的援助下，将土伦城护卫得像铜墙铁壁，前来平息这次叛乱的法国军队怎么也攻不下来。土伦城四面环水，且有三面是深水区。

英国军舰就在水面上巡弋着，只要前来攻城的法军一靠近，就猛烈开火。法军的军舰远远不如英军的军舰，根本无计可施，法军指挥官急得团团转。

就在这时，在平息叛乱的队伍中，一位年仅24岁的炮兵上尉灵机一动，当即用鹅毛笔写下一张纸条，交给指挥官：“将军阁下：请急调100艘巨型木舰，装上陆战用的火炮代替舰炮，拦腰轰击英国军舰。”

指挥官一看，连连称妙，赶快照办。

果然，这种“新式武器”一调来，英国舰艇无法阻挡。仅仅两天时间，原来把土伦城护卫得严严实实的英军舰艇就被轰得七零八落，不得不狼狈逃走。叛军见状，也很快缴械投降。

经历这一事件后，这位年轻的上尉被提升为炮兵准将。

你知道这位上尉是谁吗？他就是后来成为法国皇

帝、威震世界的拿破仑。

和许多卓越的人一样，拿破仑的成功在相当程度上是在关键的时候开动了脑筋，为指挥官找到了突破难关的方法。就这样，他才走上了一个有高度的新起点。他后来每一步的升迁，几乎都和他善于运用智慧突破难关的惯常做法有关。

抓住问题的关键，可以让你在最短的时间内有效地把握主动，在危机之中找到转机。

在美国纽约，有一家联合碳化钙公司，为了进一步谋求发展，斥巨资新建了一栋52层高的总部大楼。工程马上就竣工了，但如何面向社会宣传而又不引起人们的反感呢？公司的广告部人员绞尽了脑汁，仍然找不到一个满意的宣传方式。

就在这时，值班人员报告，在大楼的32层大厅中发现了大群的鸽子。这群鸽子似乎将这个大厅当成巢穴了，把整个大厅搞得脏乱不堪。可是，应该怎样处理这群鸽子呢？如果处理得不好，势必会引起环保

组织的攻击。如果处理得巧妙，就可以使麻烦变成机遇。相关工作人员冥思苦想，终于得到了一个“一举两得”的好办法，那就是利用鸽子这一偶然事件大做文章，制造新闻。他们先派人关好窗子，不让鸽子飞走，并打电话通知了纽约动物保护委员会，请他们立即派人妥善处理好这些鸽子。

可想而知，历来以注重动物保护而自誉的美国人会怎么样。

动物保护委员会的人闻讯后立即赶来了，他们兴师动众的大举动马上惊动了纽约的新闻界，各大媒体竞相出动了大批记者前来采访。

三天之内，从捉住第一只鸽子直到最后一只鸽子落网，新闻、特写、电视录影等连续不断地出现在报纸和荧屏上。这期间，出现了大量有关鸽子的新闻评论、现场采访、人物专访。而整个报道的背景就是这个即将竣工的总部大楼。此时，公司的首脑人物更是抓住这千金难买的机会频频出场亮相，乘机宣传自己和公司。一时间，“鸽子事件”成了酷爱动物的纽约人乃至全美国人关注的焦点。

随着鸽子被一只只放飞，这家碳化钙公司的摩天大楼以极快的速度闻名遐迩，而这家碳化钙公司却连一分钱的广告费都没花。

回过头，我们再想一想，如果这家碳化钙公司没有找到问题的根源，没有意识到鸽子的处理方式会关系到公司的利益，若处理不当，不但会损害公司的形象，更会丧失免费宣传公司大楼的机会。

在工作中，没有人不希望能最快、最有效地解决问题，但有的人能做到，有的人却做不到，这其中的原因有很多，而是否懂得抓要点、抓根本是关键。

眉毛胡子一把抓，结果往往是事事着手、事事落空；即使事情能做成，也要付出很多的时间和精力。与此相反，有的人不管遇到多棘手的问题，都能够以最快的速度，抓住问题的要点，并采取相应的手段，这样，再棘手的问题也能很快得到解决。

### 智慧点拨

眉毛胡子一把抓，结果往往是事事着手、事事落空。与此相反，有的人不管遇到多棘手的问题，都能够以最快的速度，抓住问题的要点，并采取相应的手段，这样，再棘手的问题也能很快得到解决。



## 非常的智慧让劣势变优势

当你身处劣势时，可以选择两种表现：

一是一味抱怨。抱怨自己生不逢时，有才华却毫无用武之地；抱怨天公不作美，陷自己于困顿之中。

二是积极行动。面对劣势，积极思考，用灵活的思维、巧妙的办法解决问题。

与之相对应，两种表现也会产生两种截然不同的结果：一味抱怨的仍在抱怨，因为他仍旧身处劣势而没有丝毫变化；积极行动的则会开怀一笑，因为他已经用

头脑与行动化解了困难，甚至会将劣势转化为优势。

有一次，英国一家足球工厂接到了一份“莫名其妙”的控诉，因此而面临一场不大不小的危机。但他们的工作人员凭借着超常的智慧和方法将自己所处的“劣势”转变成了“优势”。

一天，在英国麦克斯亚州的法庭上，一位中年妇女声泪俱下，面对法官，严词指责丈夫有了外遇，要求和丈夫离婚。她对法官控诉了自己的丈夫，指责他不论白天还是黑夜，都要去运动场与那“第三者”见面。法官问这位中年妇女：“你丈夫的‘第三者’是谁？”她大声地回答：“‘第三者’就是臭名远扬、家喻户晓的足球。”

面对这种情况，法官啼笑皆非，不知如何是好，只得劝这位中年妇女说：“足球不是人，你要告也只能去控告生产足球的厂家。”不料，这位中年妇女果真向法院控告了一年可生产20万只足球的足球厂。

更让人意想不到的却是这家被人控告到法庭上的足球厂，他们在接到法院的传票后，不怒反喜，竟十

分爽快地上庭，并主动提出愿意出资10万英镑作为这位中年妇女的孤独赔偿费。这位太太喜出望外，破涕为笑，在法庭上大获全胜。

大家知道，英国是现代足球的发祥地，国人对足球的酷爱几乎达到了发狂的地步，这场因足球而引起的官司自然在全英国产生了巨大的轰动效应，各家新闻媒体纷纷出动，作了大量的报道。

头脑精明的厂长，敏锐地利用了一次非常糟糕的事件大做文章，没花一分钱的广告费，却让他和他的足球厂名声大震。

这位足球厂厂长在接受记者采访时说：“这位太太与其丈夫闹离婚，正说明我们厂生产的足球魅力之大，并且她的控词为我厂做了一次绝妙的广告。”后来，这家足球厂的产品销量因此直线上升，成为同行中的“领头羊”。

被告上法庭，是每一个企业都比较头痛的问题，更不用说是如此“无厘头”的原因。处于劣势的足球厂却没有放掉这个让劣势变优势的机会，而是积极地

促成它的转化，让人们在对这起案子“津津乐道”之时也将这家足球厂深深地记在了心里。

优秀的员工往往能从危机中找到可以利用的商机，在失利中寻找契机，从而使自己反败为胜。只要思路再灵活一些、方法再得当一些，遇上的麻烦可能会带给你推销自己和企业的机会。

每一个人都有可能成功，但有时就差这么一点点火候，把握好时机，你便走到别人的前面了。



1966年底，低迷了近两年的香港房地产业开始复苏。

但就在此时，内地的“文化大革命”开始波及香港。1967年，北京发生火烧英国代办事件，香港掀起五月风暴。香港人心惶惶，触发了自第二次世界大战后的第一次移民大潮。

移民者自然以有钱人居多，他们纷纷贱价抛售物业。自然，新落成的楼宇无人问津，整个房地产市场卖多买少，有价无市。地产商、建筑商焦头烂额，一筹莫展。

李嘉诚在此次事件中显然也受到了重大影响。但他一直在关注、观察时势，经过深思熟虑，他毅然采取惊人之举：人弃我取，趁低吸纳。

李嘉诚在整个大势中逆流而行。

从宏观上看，他坚信世间事乱极则治，否极泰来。

于是，在整个行市都在抛售的时候，李嘉诚不动声色地大量收购。

李嘉诚将买下的旧房翻新出租，又利用地产低潮

期建筑费低廉的良机，在地盘上兴建物业。李嘉诚的行为需要卓越的胆识和气魄，不少朋友为他的“冒险”捏了一把汗，同业的地产商都在等着看他的笑话。

这场战后最大的地产危机，一直延续到1969年。

1970年，香港百业复兴，地产市场转旺。这时，李嘉诚已经聚积了大量的收租物业，从最初的12万平方英尺，发展到35万平方英尺，每年的租金收入达390万港币。

李嘉诚成为这场地产大灾难的大赢家，并为他日后成为地产巨头奠定了基础。他在困境中逆流而上，勇于化劣势为优势的胆识与气魄也着实令人钦佩。

工作中，劣势与优势是可以相互转化的。因此，虽然每个人都希望求取势能，但只有那些勇于开拓思路、积极寻找方法、谋得有利于发展的资源的人，才能成就大业。

### 智慧点拨

工作中，劣势与优势常常是可以相互转变的。如果找到巧妙的方法，劣势就可以变成优势。因此，虽然每个人都希望求取势能，但只有那些勇于开拓思路、积极寻找方法、谋得有利于发展的资源的人，才能成就大业。



可以离开学校，  
但永远不能放弃学习

孔子说：“好学近乎智。”说到底，方法作为一种智慧的产物，是离不开知识这一基础的，而学习则是获得知识的有效途径。

邓中翰如果没有深厚的物理学和电子工程学基础，就不可能带领他的团队研发出具有中国自主知识产权的芯片；如果没有对经济学的学习，他也不会关注世界经济，从而走上以知识创新驱动民族经济发展的道路。

杰克·韦尔奇说：“当今企业放弃了学习，就等于放弃了成功。”当今世界，无论是个人、企业或是国家，面对激烈的竞争，都在学习中努力赶超对方，以使自己立于不败之地。

有一个著名的理论叫LCD理论，意思是讲学习（Learning）小于变化（Change）就等于死亡（Die）。这一句话很有道理。

比尔·盖茨说：“你可以离开学校，但你不可以放弃学习。”确实如此，学习应当成为我们的工作方式，学习还应该成为我们的生活方式。

学习的内容有很多，方式也有不少。技术工人需要学习专业技能，市场人员需要学习业务知识，管理人员需要学习管理知识，领导人员需要学习领导技巧。我们可以通过读书学习，可以通过网络学习，可以通过培训项目学习，还可以通过其他的你可以想到的一切方式来学习。

有一类学习现在被许多企业所运用，并取得了很好的效果，那就是——向竞争对手学习。

美国斯图·伦纳德奶制品商店的经理斯图·伦纳德培训中层干部的方法很独特，其做法就是访问竞争对手。

他经常挑选一个与自己商店的经营有相似之处的竞争对手作为访问对象。去访问时，不管是远是近，即使是几百公里以外的地方，他也会带上15个下属一同前往。

为此，他还专门设计了定员15人的面包车，组成一个“主意俱乐部”，看谁能第一个从竞争对手的经营管理中受到启发，提出对本公司有用的新思想，看能不能保证自己至少提出一条新思想。

斯图·伦纳德这样做的目的，就是让每个访问者都能至少找到一处比斯图·伦纳德商店干得好的地方。斯图·伦纳德说：“我们应当尽量找出一些竞争对手比我们干得好的事，很可能那只是些小事，但是只有这样，你才能不断改进自己的工作。”

山姆·沃尔顿是1991年的世界首富，当时他的资

产高达250亿美金。他是靠什么起家的呢？

他把食杂店变成连锁商场，后来成为全美零售业王国，即“沃尔玛百货”。

他开第一家商店的时候，虽然只是一家小食杂店，可是他的人生目标就是成为行业中的顶尖，他知道一旦达到这个目标，财富自然会涌向他。

他每天做什么呢？他不但每天早晨4点半起来工作，督促他店里的员工提供最好的服务，而且一有空就跑到他的竞争对手的商店里，不断研究竞争对手。

山姆·沃尔顿不断到他的竞争对手的商店里面去，看看对手的价钱是不是比自己便宜？对方的货摆放得是不是比自己美观？对方的服务是不是比自己优良？他不断地看他的对手做对了哪些事情，哪里做得比较好，以及做错了哪些事情。他不仅吸取对手的经验、教训，而且每当发现竞争对手比他做得好的时候，他就立刻想出一个办法，在那方面超越他的竞争对手。在他不断这样做的过程中，他的店自然变成全美最完美的商店，然后逐步成长为庞大的零售业王国。

讲方法的时代要求我们不断学习和善于学习，在信息时代，我们更要时刻激励自己不断学习，站在众人的肩膀上前进。

### 智慧点拨

现在已经步入终身学习的时代，作为一名优秀的员工，不能放过任何一个能学习、提升技能和寻求挑战任务的机会。持续不断地学习，才能提高自己的整体素质，适时地激发出自己的潜能。



## 学会用“脚”做梦： 事业的成功靠实践

有个落魄的中年人每隔两三天就到教堂祈祷，而且他的祷告内容几乎都相同。

第一次他到教堂时，跪在圣坛前，虔诚地低语：“上帝啊，请念在我多年来敬畏您的份儿上，让我中

一次彩票吧！阿门。”

几天后，他又垂头丧气地回到教堂，同样跪着祈祷：“上帝啊，为何不让我中彩票？我愿意更谦卑地服侍您，求您让我中一次彩票吧！阿门。”

又过了几天，他再次出现在教堂，同样重复他的祈祷。如此周而复始，不间断地祈求着。

到了最后一次，他跪着祈祷：“我的上帝，您为何不垂听我的祈求？让我中彩票吧！只要一次，让我解决所有困难，我愿终身奉献，专心侍奉您。”

就在这时，圣坛上空发出了一阵宏伟庄严的声音：“我一直在听你的祷告。可是——最起码，你老兄也该先去买一张彩票吧！”

你曾想过要中一次彩票吗？你是否真的想过要成功？要成功，光有梦想是不够的，还必须拥有一定要成功的决心，配合切实的行动，并坚持到底。只有这样，你才有资格摘取成功的甜美果实。

而大多数的人，在开始时都拥有很远大的梦想，如同故事中的那位祈祷者，却从未掏腰包真正去买过

一张彩票。于是，缺乏决心与实际行动的梦想开始萎缩，种种消极与不可能的思想衍生，甚至从此不敢再存任何梦想，过着随遇而安、乐于知命的平庸生活。这也是为何成功者总是占少数的原因。

如果你还在为自己的梦想而迷茫，那么，就让我们来看一看别人的梦想是怎样实现的吧。

如果有人告诉你，用80美元可以环游世界，你也许会大吃一惊，并半信半疑地问：“有可能吗？”那么，我们就肯定地回答你，这是一个真实的故事，主人公是一位叫罗伯特·克里斯托弗的美国人，他的的确确做到了用80美元环游世界。

罗伯特与我们每一个人一样，从小就有着许许多多的梦想，80美元环游世界就是其中的一个。当别人认为他的想法近乎疯狂时，他用行动告诉大家：没有什么梦想不能实现，只要你能找到方法。

那么，他是怎样做的呢？

罗伯特找出一张纸，写下他为用80美元环游世界所做的准备：

1. 设法领取到一份可以上船当海员的文件。
2. 去警署申领无犯罪记录证明。
3. 取得YMCA(美国青年会)的会籍。
4. 考取一个国际驾驶执照，找来一套世界地图。
5. 与一家大公司签订合同，为之提供所经国家和地区  
地区的土壤样品。
6. 同一家航空公司签订协议，可免费搭机，但要  
拍摄照片为公司做宣传。

.....

当罗伯特完成上述的准备后，年仅26岁的他就在口袋里装好80美元，兴致勃勃地开始自己的旅行。

以下是他旅行的一些经历：

1. 在加拿大巴芬岛的一个小镇用早餐，他不付分文，条件是为厨师拍照。
2. 在爱尔兰，花4.80美元买了4箱香烟，从巴黎到维也纳，费用是送船长1箱香烟。
3. 从维也纳到瑞士，列车穿山越岭，只需4包香烟。
4. 给伊拉克运输公司的经理和职员摄影，结果免

费到达伊朗的德黑兰。

5. 在泰国，由于提供给酒店老板某一地区的资料，受到酒店贵宾式的待遇。

.....

最终，通过为达到目标而设置的一系列巧妙的计划，罗伯特实现了他用80美元环游世界的梦想。

罗伯特的经历告诉我们：只要朝着自己的目标坚持不懈地努力，只要积极地开动脑筋、寻找方法，就没有什么实现不了的梦想。我们的工作也是如此，只要我们坚信“方法总比问题多”，能够积极想办法，我们就一定能够成功。

### 智慧点拨

大多数人都喜欢做梦，却不懂得应该用“脚”去做梦。人不能徒有空泛的梦想，更应该为实现梦想去寻找方法，靠脚踏实地的实践让梦想成为现实。

## 行·动·方·案



- ① 工作中要多提出问题，知道了为什么会出现问题，才能够知道该怎样解决问题。
- ② 遇到问题不能眉毛胡子一把抓，要分析哪些是重要的问题，问题的关键在哪里，找到了关键，问题就能迎刃而解了。
- ③ 不要为身处的劣势而气馁，多想一想怎样把不好的处境变成好的处境。
- ④ 工作之余积极参加企业提供的培训机会，并结合自己的发展计划进行专业技能等方面的学习。
- ⑤ 把自己最近要做的事情列一张清单，之后列一个尽量详细的计划，按照计划去做，并养成列工作计划的习惯。