

事在人为

◀ 工欲善其“事”，必先谋其“势” ▶

徐文钦◎编著



辨势

蓄势

做势

顺势

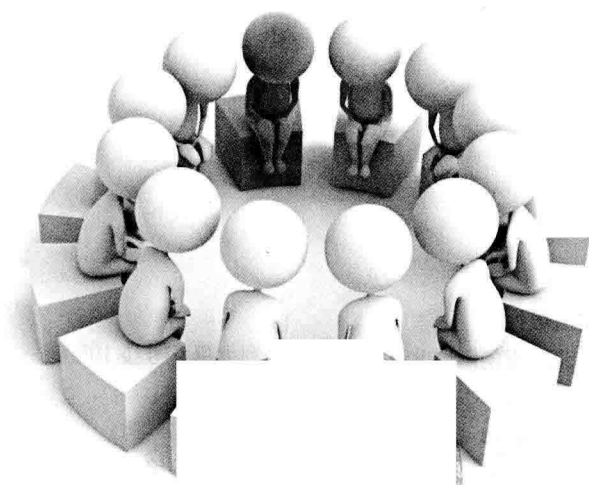
转势

变势

一部帮助您学会辨势、蓄势、做势、顺势、转势、变势，
以最小的成本，**实现成功之梦的智谋宝典。**

事在人为

徐文钦◎编著



图书在版编目 (CIP) 数据

事在人为/徐文钦编著. —北京: 中国言实出版社, 2013. 10
ISBN 978-7-5171-0201-4

I. ①事… II. ①徐… III. ①成功心理-通俗读物
IV. ①B848. 4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 215462 号

责任编辑: 谢 玉 田 木

出版发行 中国言实出版社

地 址: 北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 政: 100101

电 话: 64924716 (发行部) 52666122 (邮 购)

64924853 (总编室) 64963105 (一编部)

网 址: www.ysfazhan@163.com

E-mail: yanshicbs@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京业和印务有限公司

版 次 2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

规 格 710 毫米×1000 毫米 1/16 12.5 印张

字 数 248 千字

定 价 28.00 元 ISBN 978-7-5171-0201-4

前言

有人轻轻松松，日进斗金，叱咤风云；有人庸庸碌碌，身心俱疲，却终无大成。究其原因，那些卓越人物，都非常善于把握时机，他们懂得审时度势，总是事半功倍，四两拨千斤，牵一发而动千钧，以最小的成本快速取得成功。

本书旨在帮助读者走出平庸的思维，学会辨势、蓄势、做势、顺势、转势、变势，以最小的成本，实现自己的财富之梦，成功之梦！

前三篇讲审势做势，包括辨势、蓄势、做势。

后三篇讲随机应变，包括顺势、转势、变势。

第一篇：辨势——看清形势和趋势才能抓住主要矛盾。保持一颗儿童一样的好奇心，才能不断捕捉到对自己有用的信息，才能改变惯性思维，这是学会审时度势的最根本的基础。不要只顾低头做事，要学会抬头观察形势，这是确定方向的基础。不同的时间点，有不同的形势，只有学会审时度势，才能准确地预测未来趋势变化的方向。观察形势，要善于见微知著，一叶落而知秋。每往前迈一步，都要重新判断形势，确定未来的行动方向和行动方案。要学会见机行事，过早地行动容易遭遇挫折。不但要看到前方的利益，也要看到利益背后隐藏的风险，学会规避风险。才能更好地前进。准确地认识和评价自己，才能更好地给自己进行角色和行动定位。看到机遇，要迅速行动。要善于抓主要矛盾。方向比速度更重要。起点越高，越容易达到目的。不要只在乎赚了多少钱，更要重视赚钱的方法。走别人走过的路不如开创自己的路，改变命运比改变生活更重要。

第二篇：蓄势——只有蓄势才有优势。看清形势，确定方向和行动方案以后，要学会蓄势。蓄势是做势的基础。高楼万丈平地起，有了钱去消费不如把钱装进脑袋，要活到老学到老。对待学习、工作、事业和爱情，不要急于求成，要

步步积累，小事做不好，大事就做不来。不要碰运气，更不要迷信，要靠自己积累。不要把过程当累赘，要在过程中找机会，要学会积蓄自己的势。修养自己的品德，是发展人脉和人际交往的基础。学会借助别人的力量成就自己，不要为钱自断人脉。与人互助会让自己办事更顺利。另外，学会时间管理是学会蓄势的重要基础。

第三篇：做势——大事是一点一滴做出来的。做势的第一要点是要及时行动，果断行动。做势的第二要点要学会智慧行动，不要只喜欢存钱，更要喜欢投资，批评别人的劣势不如经营自己的优势。做势的第三要点是要有坚忍不拔的毅力。保持持久的激情，不轻言放弃才能更好地发挥优势。做事不要只求交差，要追求卓越。做势的第四要点是要求求真务实。学富人的样子不如坚持真实的生活。虚张声势不如虚实合一。

第四篇：顺势——顺水推舟最省力。顺势往往事半功倍。首先，要学会顺应自己的兴趣和欲望，顺应自己的能力和优势。其次，要学会顺应环境。墨守成规不如顺应潮流，顺应环境才能更好地成就自己。第三，要学会顺应他人。顺应对方的创造力，采取诱导比强迫更容易达到目的。包容、退让，必要时投降都是顺应他人的方略。

第五篇：转势——对于能够改变、必须改变的，我们就必然要有勇气改变，促使事情由负面向正面转变。面对困难、权威、危机和失败，我们往往需要有改变的勇气，才能有所作为。要树立独立自信的信念，就要敢于挑战神灵、有问题的权威，敢于战胜自己消极的思维。不要把贫穷看成苦难的源泉，要把贫穷看成幸福的沃土。不要知难而退，要知难而战。不要贪图安逸，要敢于迎接挑战。危机时不要逃避，要积极化解。失败后不怕重来，不要找借口，要找原因，找理由不如找方法。

第六篇：变势——随机应变看趋势做事。形势往往是不断变化的，所以，我们的思想不能僵硬，只有灵活地以变应变、随机应变才能更好地解决问题，达到目的。变势的根本是要敢于在必要时改变自己的思维方式，养成积极乐观的思维方式。看结果做事不如看趋势做事，做事不仅要拿得起还要能放得下，恐惧失去机会不如不断创造机会。变势要有勇气改变自己。抱怨环境不如改变自己，不要跟自己妥协，要跟自己较真，喜欢别人表扬自己不如喜欢别人指导自己，仇恨对手不如学习对手，改善自身弱点就能变劣势为优势。

本书是根据东方传统哲学的精髓演绎出的现代成功学、现代励志经管书。本书结构和内容完全原创，绝不与任何书雷同，属于哲学成功学。

从哲学上分析，本书简单、精炼、精髓，非常适合现代社会快节奏的读者；从成功学上分析，本书有思维启示，有方法指导和建议。

本书中涉及不少经营管理理念和案例，也可以视为经管书，书中案例具有很强的实用启发价值。

本书不但适合工薪族和青少年，还非常适合企事业单位经营管理者和领导干部作为治学施政和经营管理参考书。

目 录

第一篇 辨势——看清形势和趋势才能抓住主要矛盾

第一章 看清形势、辨清趋势才能成大事	3
眼观六路，耳听八方	3
“低头拉车”不要忘了“抬头看路”	7
要识时务	10
明察秋毫	13
“不谋全局者，不足谋一域；不谋万世者，不足谋一时”	16
“是非皆因多开口，烦恼皆因强出头”	18
逐利不忘避险	21
第二章 抓住重要矛盾是成大事的关键	25
善于抓主要矛盾	25
方向第一，速度第二	28
选择高起点才能更快达到目的	31
赚钱的方法比赚多少钱更重要	33
平庸者被卓越者经营，卓越者则是在经营自己	36
追风不如独辟蹊径	38
改变命运比改变生活更重要	41

第二篇 蓄势——只有蓄势才有优势

第三章 合抱之木起于毫末	47
--------------------	----

学富人的消费不如学富人的智慧	47
不要急于求成，要步步为营	50
天下大事必作于细 天下难事必作于易	52
靠运气不如靠积累	56
过程不是累赘 过程中蕴藏着机会	58
如何积蓄自己的钱势	61
经营账本不如经营人品	64
第四章 善借力才能成大事	67
平庸者为钱自断人脉 卓越者花钱营造人脉	67
平庸者自力 卓越者借力	70
与人互助是为自己铺路	73
第五章 成大事要学会时间管理	78
平庸者消磨时光卓越者惜时如金	78
卓越者是如何管理时间的	81

第三篇 做势——大事是一点一滴做来的

第六章 立即行动是做大事的基本素质	89
你越是积极行动你的前景就越明朗	89
积极的态度从停止抱怨开始	90
即使面临最糟的情况 你仍然有选择的权利	92
主动去改变你可以改变的	93
第七章 用智慧比用蛮力更省力	97
用智慧去拼才会赢	97
平庸者喜欢存钱卓越者喜欢投资	100
面对危机要学会如何减少损失	103
第八章 永不放弃才能成大事	106
保持持久的激情才能最大限度地发挥自己的潜能	106
平庸者喜欢安逸 卓越者渴望挑战	108
平庸者逃避危机 卓越者在危机中寻找机遇	110
做事不能只求交差，要追求卓越	112
第九章 虚张声势不如求真务实	116
学富人的样子不如追求真实的生活	116
“良贾深藏其若虚，君子盛德貌若愚”	117

第四篇 顺势——顺水推舟最省力

第十章 基本上要先顺应自己	123
顺应自己的心声	123
顺应自己的能力	125
顺应自己的特长	126
第十一章 顺应环境才能达到目的	130
顺势事半功倍	130
顺应潮流	133
顺应社会	136
第十二章 诱导、包容、妥协才能保全、发展	139
诱导比强迫更容易达到目的	139
“恕”	141
“难得糊涂”	143
退一步海阔天空	146

第五篇 转势——敢于挑战有问题的权威和困难才有创新和突破

第十三章 敢于超越挑战有问题的权威挑战自己才能不断地创新发展	153
破除对权威的迷信才能相信自己	153
不断地否定自己才能不断地提升自己	156
第十四章 敢于挑战困难、危机和失败才能找到新的机遇	160
贫穷是幸福的沃土	160
平庸者知难而退 卓越者知难而战	162
逃避危机不如化解危机	165
与其找借口，不如找原因	168
找理由不如找方法	170

第六篇 变势——随机应变看趋势做事

第十五章 改变自己的根本是改变思维	175
看结果做事不如看趋势做事	175
平庸者害怕失去机会 卓越者不断创造机会	177

第十六章 不断地否定自己、提升自己	181
平庸者跟自己妥协 卓越者跟自己较真	181
平庸者喜欢别人表扬自己 卓越者喜欢别人指导自己	184
平庸者仇恨对手 卓越者学习对手	187

辨势——看清形势和趋势才能 抓住主要矛盾

保持一颗儿童一样的好奇心，才能不断捕捉到对自己有用的信息，才能改变惯性思维，这是学会审时度势的根本基础。不要只顾低头做事，要学会抬头观察形势，这是确定方向的基础。不同的时间点，有不同的形势，只有学会审时度势，才能准确地预测未来趋势变化的方向。观察形势，要善于见微知著，一叶落而知秋。每往前迈一步，都要重新判断形势，确定未来的行动方向和行动方案。学会见机行事，过早地行动可能会容易遭遇挫折。不但要看到前方的利益，也要看到利益背后隐藏的风险。学会规避风险，才能更好地前进。准确地认识和评价自己，才能更好地给自己进行角色和行动定位。看到机遇，要迅速行动。要善于抓主要矛盾。方向比速度更重要。起点越高，越容易达到目的。不要只在乎赚了多少钱，更要重视赚钱的方法。为老板打工不如为自己打工。走别人走过的路不如开创自己的路。改变命运比改变生活更重要。

第一章

看清形势、辨清趋势才能成大事

眼观六路，耳听八方

卓越者与平庸者的最大区别在于他们善于辨别平庸者看不到的市场趋势。二战硝烟刚刚散尽，以美英法为首的战胜国们几经磋商，决定在美国纽约成立一个协调处理世界事务的联合国。得到这一消息后，美国著名的洛克菲勒家族经过商议，马上出资 870 万美元，在纽约买下一块地皮，并将这块地皮无偿地赠给了刚刚挂牌的联合国。对洛克菲勒家族的这一出人意料之举，当时许多美国大财团都吃惊不已。870 万美元，对于战后经济萎靡的美国和全世界，都是一笔不小的数目，洛克菲勒家族却将它拱手赠出，而且什么条件也没有，简直令人难以置信。消息传出后，美国许多财团主和地产商名流纷纷嘲笑说：“这一举动简直是愚蠢至极！”并纷纷断言：“这样经营不出十年，著名的洛克菲勒家族财团便会沦为著名的洛克菲勒家族贫民集团！”然而，这些人哪里知道，洛克菲勒家族同时也将毗连联合国的大面积地皮全部买下。联合国大楼刚刚建成完工，四周的地价便立刻飙升起来，相当于赠款近百倍的巨额财富源源不断地流进了洛克菲勒家族财团。看到这些，当初那些曾经讥讽和嘲笑过洛克菲勒家族捐赠之举的财团和商人们无不目瞪口呆！

在现代信息社会，信息就是金钱，光会眼观六路，耳听八方还不够，还要能够从这些信息中捕捉到对自己有价值的信息。卓越人物总是能够经常保持儿童般的好奇心，他们思想柔软，随时准备捕捉有用的信息。一条不经意中发现的信息，就可能在他们手中变成一笔惊人的财富，变成源源不断的财源。

20 世纪 50 年代，麦当劳商业帝国发展史上里程碑式的功臣雷蒙德·克罗克因为善于捕捉有价值的商场信息而使麦当劳名扬全世界，成就了麦当劳帝国长盛不衰的商业传奇。

人们常说，麦当劳兄弟创造了麦当劳，而克罗克创造了世界名牌。那么，原本推销奶昔机的雷蒙德·克罗克是怎么摇身一变成了“麦当劳”帝王的？“麦当劳”帝国这个世界名牌又是怎样在克罗克手中诞生的呢？

1954年的一天，作为经销奶昔机的老板，雷蒙德·克罗克发现圣伯丁诺市一家普通餐馆竟然一下子就定购了8台奶昔机！

以前可从来没有人一次就要买这么多奶昔机！为了出售更多的奶昔机，我必须前往圣伯丁诺的那家餐馆弄清楚这是怎么回事。

出于这样的动机，雷蒙德·克罗克立即去圣伯丁诺市调查那家餐馆。

经过调查，雷蒙德·克罗克得知这家餐馆就是当年麦当劳兄弟经营的餐厅。1937年，一对犹太人兄弟——麦克·麦当劳和迪克·麦当劳来到美国开了这家汽车餐厅。他们主要销售每个15美分的汉堡包，其经营方式采用自助式用餐，使用纸餐具，提供快速的服务。这种独一无二的汉堡包小餐厅经营方式大获成功。后来麦当劳兄弟开始建立了连锁店，并亲自设计了金色双拱门的招牌。到1954那年，麦当劳汉堡包餐厅拥有10家连锁店，全年营业额高达20万美元！

不过，那时麦当劳兄弟的目光还没有现在这么长远，他们根本没有意识到自己的创意会有今天这样的市场潜力，所以，当时麦当劳的扩张速度还不够快，其规模根本无法与今天的麦当劳同日而语。

克罗克赶到麦当劳时正值中午，他看到店旁小小的停车场里挤满了人！在麦当劳餐厅前正排着一条长长的队伍！细心的克罗克认真地数了数，排队的人足有150人之多！

他看到麦当劳的服务员们的动手速度非常惊人，他们竟然可以在15秒之内交出客人所点的食品。这种作业方式，克罗克可从未见过！这一节深深地震撼了克罗克。

“我可从来没有为买一个汉堡包而心甘情愿地排过长队。”克罗克站在队伍旁边故意大声抱怨说，以期引起旁边顾客的注意。

“哦，”旁边立刻有客人搭话说，“您也许不知道这里的食品价格低、品质好，餐厅干净，服务又周到。何况速度这么快，别看排队人多，一会儿就能买到。我可是这里的常客。先生，您不妨也试一试？”

听了对方的这番话，商业意识敏锐的克罗克马上察觉到：看来，麦当劳餐厅将会有很大的市场潜力，麦氏兄弟已经踏进了一座“金矿”！当时，克罗克只是在盘算着如何向麦当劳餐厅多销售一些他正在经销的奶昔机。如果麦当劳能多开几家餐厅，而每家麦当劳餐厅都买我8台机器的话，我可就发财了！

想到这里，克罗克立刻进店找到了店主麦当劳兄弟，他的第一句话就是：“二位先生，你们的生意既然这么好，为何不多开几家餐厅呢？”

听了克罗克的建议，迪克·麦当劳连忙摇了摇头，指着附近的山坡说：“你看到上面那栋房子了吗？那就是我们的家。我喜欢那块地方，要是连锁餐馆开得太多了，我们就忙得甬想回家了。”

麦氏兄弟这出乎他意料的答案让克罗克大吃一惊！

麦氏兄弟真是身在“金矿”不识“金”。

就在此时，克罗克灵机一动：

既然麦当劳已经有了很好的经营模式及很大的市场潜力，他们又不愿意开更多的连锁店，为什么自己不能加盟他们呢？

回去以后，克罗克经过一番深思熟虑，一个美妙的加盟方案就在他心中诞生了！

第二天清晨，克罗克径直去找麦氏兄弟协商自己加盟麦当劳连锁餐厅的事。

麦氏兄弟见有坐享其成的利润和好处，自然就答应给克罗克在全国各地开连锁分店的经销权。

不过，麦氏兄弟的条件相当苛刻，他们规定克罗克只能抽取连锁店营业额的1.9%来作为服务费，而其中只有1.4%是属于克罗克的，0.5%则归麦当劳兄弟。

一心想干一番大事业的克罗克，毫不犹豫地接受了上面的条件。

1955年，经过克罗克的精心筹划，第一家真正意义上的现代麦当劳特许经营店在芝加哥东北部开设了。该店体现了克罗克对快餐店的理解，那就是重视品质、服务、卫生和经济实惠。

为了把该店作为未来加盟店的样板，克罗克创建了一套极其严格的经营制度。以后建立特许经营系统时，克罗克都严格执行这一制度。这就是著名的以QSCV为核心的统一经营系统。

Quality——汉堡包质优味美、营养全面；

Service——服务快速敏捷、热情周到；

Cleanness——店堂清洁卫生、环境宜人；

Value——价格合理、优质方便。

所有以后要加盟的连锁店都要严格按照以上标准执行，否则就关掉。

果不出克罗克所料，这家连锁店开张的第一年就创造了年收入15.8万元的好成绩！

在克罗克的推动下，到了1960年，麦当劳公司5周年之际，其连锁店已发展到228家，销售总额突破3800万美元！

麦当劳成功了，这可以说完全是克罗克的功劳！

后来，克罗克为了成为麦当劳真正的拥有者，成为真正的主人，他接受了麦

氏兄弟提出的 270 万美元的天价，签下了不平等契约。1961 年，签完契约的克罗克终于成为了麦当劳的老板，他终于可以大展拳脚了。

克罗克的经营之术，给公司带来极大的效益。公司的形象也因他的经营有方而树立起来。随之而来的，就是滚滚而来的财富。

取得这一系列辉煌的业绩后，克罗克并没有感到心满意足，他将自己的眼光又放到了美国之外。随后，一座座麦当劳餐厅如雨后春笋般在世界各国安家落户、勃勃成长起来。

一个简单的市场信息，然后是重复去做，克罗克最终缔造了闻名全球的超大型企业，将金色的麦当劳旋风刮向了全美国，刮向了全世界，在全世界演绎着他和麦当劳的传奇。从 1955 年开始在不到 50 年的时间里，以经营汉堡包为主的美国麦当劳快餐店已经成为了名副其实的“世界厨房”。某种程度上麦当劳是社会组织化的“典范”，当它席卷全球时，“麦当劳化”现象成为一种无可阻挡的过程。如今麦当劳已经和万宝路、可口可乐成为了地球人都知道的世界三大名牌。麦当劳已经成了美国企业文化和世界先进企业文化的一个象征。

有心人雷蒙德·克罗克是在想尽力多推销一些奶昔机的过程中发现了加盟麦当劳、把麦当劳做大这一有价值的市场信息的，他立即采取行动，最终获得了成功。如果他不善于和其他顾客们交流，当然不能发现这一有价值的信息。要发现有价值的市场信息，不仅需要对市场高度的敏感性，更需要有捕捉有价值信息的远见卓识和果断快速行动的勇气。

那些善于捕捉有价值的市场信息的人，总是能够把握住别人把握不到的市场机遇。美国人哈默也是一个非常善于捕捉有价值的商业信息的大富翁，他的发迹就是因为他随时随地都在注意搜集有价值的市场信息。一天，俄国的哈默在与一位来自美国的老朋友聊天中，得知当时富兰克林·罗斯福正在竞选美国总统，提出了解决美国经济危机的“新政”，已经博得部分美国人的鼓励和赞赏。有心的哈默立即搜集来大量有关新政的信息进行研究分析，他发现“新政”一旦实施，就一定会废除美国 1920 年公布的禁酒令。而禁酒令的废除，将意味着酒业的繁荣。他知道美国人最喜欢啤酒和威士忌，而这两类酒的盛放都需要一种经过处理的白橡木制成的酒桶。于是，哈默有了自己的商业计划。他盼望罗斯福上台，没多久，罗斯福果然当选了美国总统。哈默已经在俄国生活多年，知道俄国有丰富的白橡木，可作为供应制造酒桶的原料。他立即在美国开起了分厂，并着手向俄国订购了几船白橡木，制造起哈默品牌的酒和酒具。当哈默的酒桶从生产线上不断地投到市场上时，罗斯福的“新政”开始实施了，禁酒令果然被废除了。这时，已多年被禁止用粮食生产酒类的美国酒厂，为了满足人们对酒类爆发式的需求，纷纷开始恢复啤酒和威士忌酒的生产，各地酒厂当然需要大量的酒桶了。哈

默的酒桶及时地满足了酒厂的需求，哈默品牌的酒品也大行其道，哈默特公司从此走向振兴，哈默也从此日富一日。

在现代信息社会，每一个人都扮演着信息传递者和信息接受者的角色。那么，如何捕捉、利用有价值的商业信息呢？

- 思想上要高度敏感，才能及时捕捉到有价值的商业信息。
- 朋友的聊天、书报、杂志、电视新闻、街头广告……时时处处都可能捕捉到有用的信息。
- 熟练掌握一些网络等现代通讯工具，随时了解收集捕捉外界的信息。
- 随时注意收集商业信息，包括休假、到国外旅游。
- 必要时给予提供有价值信息的重要人物以物质奖励和报答，不断激励他人帮助自己收集各种信息。
- 逐步建立自己的信息管理系统，最起码也要有信息管理文件，并加以分析研究、筛选，形成自己的商业计划，然后结合整个市场的形势，依据自己的经营能力，做出相应对策。例如：上海的一家食品企业陷入了经营困境，只好请一位咨询专家为他们提供帮助。这位专家从该企业的垃圾中，根据产品名称、重量、数量进行分类，如此反复，经过一年的研究后，最终从他们的垃圾中为他们提供了有价值的市场信息。
- 及时利用有价值的商业信息。
- 有时，得到看似无价值的市场信息，经过自己的改造、开发，就能将看似无价值的市场信息变成有价值的市场信息。

“低头拉车”不要忘了“抬头看路”

我国旧时有地位、有势力的人家的家宅大门一般都是朝南开的，大门内一般都有影壁，所以出了门就要向左或右行，直着走肯定要撞南墙！于是，人们经常用“不撞南墙不回头”来形容那些只知低头做事、行为固执、听不进不同意见、不知适时调整方向的人。“不撞南墙不回头”与“一条道走到黑”、“不到黄河心不死”有相同的意思。

1985年秋，呼啦圈这种运动突然风靡全球，几乎人手一个。制造呼啦圈并不需要什么技术，也不要多大资本，于是许多人争相投资，当时确实销路很好，一进货就卖光，供不应求，许多人因此赚了一笔。然而不久，这股热潮突然间不流行了。许多厂商不看形势，还拼命制造，结果退货如山，纷纷倒闭了。

如果只知“低头拉车”，不知“抬头看路”，不经意间就会把工作、事业、友情引向死胡同。在向前奋进的人生旅途中，如果不能及时反思自己走过的路，判