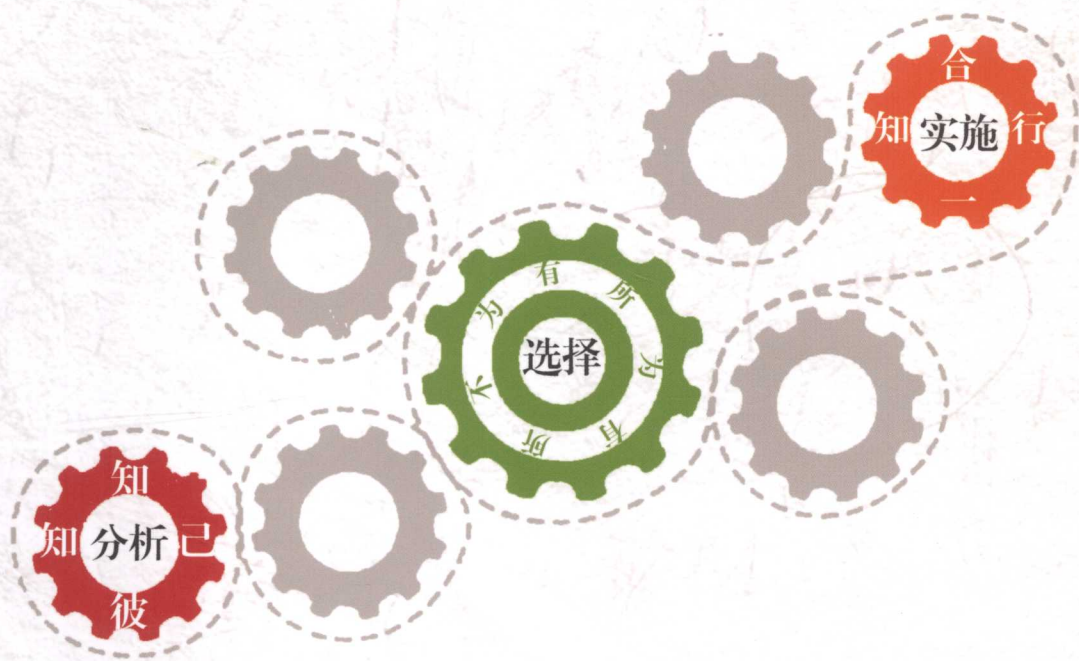




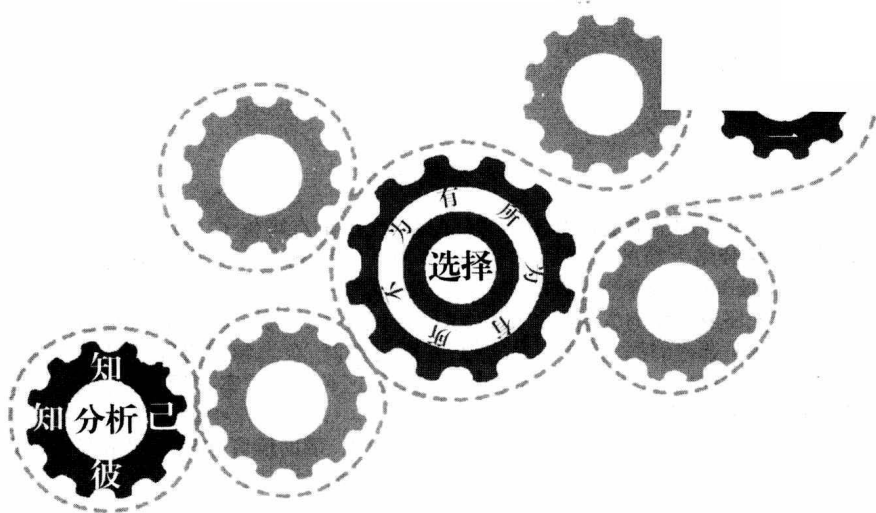
金占明◎著

无战略 悲人生

——战略书写人生



清华大学出版社



金占明◎著

无战略 悲人生

——战略书写人生

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书在扼要地介绍战略起源和基本特征的基础上,重点辨析了人生战略的含义,赋予战略“5P”在人生战略上新的内涵,并扩展为“6看”人生,解构了人生的战略管理的三部曲:分析——知彼知己;选择——有所为有所不为;实施——知行合一。

本书分析了环境变化的大趋势和民族文化、组织文化,尤其是笔者首次提出的4种家庭文化对人生战略选择的深刻影响,对品德、智商与情商、意志和健康等耳熟能详的概念赋予了新的说明,指出了人生容易陷入的几个重要误区和解决方案,以及“过去派”、“现在派”和“将来派”各自的局限,怎样塑造自己的人生。本书的鲜明特色是用战略的视角和框架诠释人生的过程和结局,建立个体与外部世界的联系,帮助读者从战略的角度上审视自己过去人生中的得与失,明确未来的方向和期许,书写更有意义的人生。

本书适合本科生、研究生、企业中高层管理者及其他追求成功和幸福的人阅读和参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

无战略悲人生:战略书写人生/金占明著. —北京:清华大学出版社,2015
ISBN 978-7-302-40658-7

I. ①无… II. ①金… III. ①儿童文学—作品综合集—中国—当代 IV. ①I287

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 153202 号

责任编辑:刘志彬

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:19

字 数:284 千字

版 次:2015 年 10 月第 1 版

印 次:2015 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:46.00 元

产品编号:062674-01

序

圣人云：三十而立，四十而不惑，五十而知天命。少不更事的时候，觉得圣人说的未免过于谦虚和保守，三十才立，四十才不惑，五十才知天命是不是太晚啦，及至今日，看看身边发生的事和身边的人，再想想世界上每天发生的很多匪夷所思的事和令人困惑不解的人，才明白圣人说的也的确只是自己的经验之谈。圣人，也只有圣人才能做到三十而立，四十而不惑，五十而知天命。我们这些凡夫俗子，或者说多数人是做不到的，三十未立，四十还惑，五十更不知天命不是我们很多人的真实写照吗？殊不见，很多人三十多岁还没有找到合适的岗位和职业，成为啃老族；还有很多人正是在四十多岁的时候经不起金钱和美色的诱惑，在最该发挥聪明才智的年龄写下了不堪回首的人生悲剧；而五六十岁创业，大起大落的人也是屡见不鲜。

记叙科学家、艺术家、企业家、政治家和各种成功人士的书籍可谓汗牛充栋，解释他们成功的原因也是五花八门。海尔成功了，写张瑞敏的书多了；华为成功了，任正非一时成了企业家的偶像；阿里巴巴在纽交所上市了，马云成了各级政府领导的新宠，乃至学术界追逐和讴歌的对象，不一而足。同样，描写、揭露和声讨各种贪腐行为和事件的报道也不绝于耳，不绝于目。薄熙来倒台了，大家说他放纵了妻子；徐才厚垮了，大家指责他一贯贪得无厌；周永

康被查了,大家都摇着头唏嘘不已。毫无疑问,这些记叙、感叹和分析都有一定的道理,但又显然不能解释和说明为什么一些人天资聪颖却一事无成,一些人好大喜功却平步青云,一些人会在大红大紫的巅峰上跌落而锒铛入狱,一些人在大众羡慕的目光中和耀眼的光环下过着寂寞和空虚的时光,甚至自绝于世的复杂现实,需要我们做出更多的探索和理论上的阐释。

人生的结局是一种被动的宿命,还是一种主动的选择?换句话说,是命运和机遇主宰了人生,还是人们的追求或堕落改变了命运?也许,不同出身和不同阅历的人,或者处在不同环境和不同年龄阶段的同一个人对这一问题的答案并不相同。如果是前者,问题也许就简单了,我们要做的也许就是每天从早到晚虔诚地祷告;如果是后者,我们又能做些什么或者该做些什么?人生的成功和幸福的道路是否有迹可循,或者说,决定一个人成功和幸福的关键要素是什么?面临人生的十字路口时我们应该做出怎样的选择?我们应该采取怎样的思维方式,遵守怎样的准则,利用怎样的方法才能做出正确的决策?也许,战略管理的分析框架能够给我们很多有益的启示。

“战略”一词来源于希腊语 strategos,是由 stratus + eg 两个词根构成,意为“将军指挥军队的艺术”。克劳塞维茨(Clausewitz)在其理论巨著《战争论》中指出:战略是为了达到战争的目的而对战斗的运用。冯·纽曼认为:战略是一种完整的计划,旨在说明在每一种情况下应该做出怎样的选择。彼得·德鲁克则说:战略是以建立持久的竞争优势为目的的一系列协调行动。^[1]

虽然战略管理自20世纪70年代起才正式成为管理学科中一个独立的研究领域,但经过近40年的努力,已经积累了丰富的研究成果。其中很多成果虽然都是以企业或不同的组织为研究对象,正像军事战略以对抗双方——军事集团作为研究对象一样,但作者认为其中运用的很多原理和方法同样适用于个人,这不仅仅因为战略管理理论具有普适性,而且还因为任何企业和组织的主体也是人,企业和组织说到底就是不同个性和特质的个体的集合。当我们对自己的人生进行战略管理的时候,也许我们就踏上了成功和幸福的康庄大道。

海南的朋友告诉我,可以用海南的三种树比喻人生的三个阶段:人的青

少年时代就像槟榔树,青翠而充满生机;人的壮年时代恰似椰子树,挺拔而有力;人的老年时代就是棕榈树,饱经磨难而显沧桑。在人生的每个阶段,我们都将面临多次选择,从上哪家托儿所和幼儿园到上哪所小学和中学;从大学学什么专业到从事什么工作;从选择哪个工作地点到选择什么样的人生伴侣。在以上各个阶段的选择正确与否一定程度上决定了一个人的人生走向和成败荣辱,而战略正是一种有关选择的科学和艺术。

军事战略的思想库里可谓琳琅满目,企业竞争的策略和方法的画廊前同样令人目不暇接,成功和幸福则是我们个人希望到达的理想的彼岸。以前多数战略方面的著作研究的对象都是军队、企业和其他类型的组织,似乎和个人的成长没有什么关系;而探讨人生,尤其是成功与幸福方面的著作则主要基于心理学和组织行为学方面的考量,缺少战略的思维与洞见,切断了个体与外部世界的联系,忽略了个人的成败得失并不仅仅取决于自己素质和能力,还受很多外部因素的影响,是动态竞争和多方博弈的结果。换句话说,武器库里刀枪剑戟,十八般武器应有尽有,但多数人却赤手空拳行走在险象环生的人生旅途上举止失措。其实,多数情况下人们要做的只是审视一下横在自己前进道路上的障碍到底是什么?是踏过去还是绕过去?用长矛还是用大刀?而且思想武器库既没有警卫也没有封条,更不用付现金或转账,需要的仅仅是多数人与生俱来的一点理性和思考。而本书正是希望在读者满意或不满意的现实和理想的彼岸之间架起一座便捷的桥梁,系紧人生与战略的纽带,帮助大家走向成功和幸福。同时,也从战略的角度上审视自己过去的人生中的得与失,明确未来的方向和期许,书写更有意义的人生。

如果你是语言学家和画家,可以不懂或少懂点数学;如果你是诗人或作家,可以不懂或少懂点化学;如果你是数学家或物理学家,可以不懂或少懂点五线谱或G大调或B小调,等等;但正像一个人从出生到死亡都需要阳光、水分和营养,也都需要亲情、友情和爱情一样,在通往成功和幸福的道路上,每个人都需要方向、动力和工具,而战略就恰恰具有这样的功能和作用。

人生需要战略,战略缔造人生。

无战略,悲人生。

衷心感谢清华大学出版社经济管理事业部主任刘志彬先生的热情帮助,他多次与作者一起讨论书稿的写作内容与风格,并共同确定了“无战略悲人生”的书名。同时,作者还要感谢未来出版社的《意林》编辑部,本书从其编纂的《小故事大智慧》里引用了很多妙趣横生又发人深省的寓言和案例,在此向原作者表示感谢!我们希望按国家规定向原作者和有关出版单位支付稿酬,请及时与清华大学出版社经济管理事业部取得联系。

金占明

2014年岁末于清华园

目 录

第一章 辨识人生战略的含义与主要特征

第一节 战略的起源	2
第二节 人生战略的“6 看”	3
一、人无远虑必有近忧——向远处看:战略是以未来为主导 (future)	4
二、梦想点亮人生——向上看:战略是一种观念(perspective)	9
三、别不知道自己是谁?——向下看:战略是一种定位 (position)	25
四、不战而屈人之兵——向近处看:战略是一种计策(ploy)	27
五、凡事预则立——向前看:战略是一种计划(plan)	32
六、让历史告诉未来——向后看:战略是一种模式(pattern)	33
第三节 人生战略的菱形特征	37
一、不谋全局者难以谋一域——全局性	38
二、风物长宜放眼量——长期性与稳定性	43
三、适者生存——适应性	45
四、不冒险意味着最大的冒险——风险性	45

第二章 解构人生的战略管理过程

第一节 人生为什么要有战略	48
一、战略对成功的影响	48

二、战略的多重作用	49
第二节 人生战略管理的三部曲	51
一、知彼知己——战略分析	52
二、有所为有所不为——战略选择	52
三、知行合一——战略实施	53
■ 第三章 认识和适应环境	
第一节 环境变化的大趋势	56
一、从小作坊到地球村——全球化	57
二、从原住民到新移民——网络化	59
三、从福特制到海尔的“人单合一”——个性化和多元化	59
第二节 PEST 分析	62
一、做人要有底线——政治法律环境(P)	62
二、经济大势水涨船高——经济环境(E)	65
三、水能载舟亦能覆舟——社会环境(S)	67
四、成也萧何败也萧何——技术环境(T)	77
第三节 机遇偏爱有准备的头脑——机遇与成功	84
■ 第四章 识别文化和利益相关者的要求	
第一节 民族文化及其对个人战略行为的影响	91
一、民族文化的概念	91
二、反映不同民族文化差异的综合模型	93
三、霍夫斯蒂德的文化五维	96
四、中西方的文化差异——外圆内方与内圆外方	100
第二节 组织和家庭文化对个人战略行为的影响	103
一、组织文化	103
二、4 种类型的家庭文化	109
三、家庭成员的要求及其影响	113

■ 第五章 了解和塑造自己

第一节 健全的性格	115
第二节 高尚的品德	127
第三节 完善的智能	130
一、智力结构	130
二、智商的分布	135
三、知识结构	137
四、人才的类型	139
第四节 可塑的情商	141
一、情商的概念	141
二、提高情商的途径	143
第五节 坚强的意志	158
第六节 充分的自信	163
第七节 宝贵的健康	169

■ 第六章 提出人生的各种战略方案

第一节 成功与幸福的含义	174
第二节 职业百态	178

■ 第七章 评估人生的各种方案

第一节 适用的才是最好的——适用性	185
第二节 可行的才是现实的——可行性	188
第三节 可接受的才是大家喜欢的——可接受性	191

■ 第八章 选择合适的职业生涯

第一节 选择的标准与原则	194
第二节 选择的工具与方法	199

第三节 避免战略选择的误区及对策	202
一、错位及其调整	202
二、马太效应	207
三、朝秦暮楚	211
四、旗杆与薄纸	213

■ 第九章 分配时间和精力

第一节 时间——最宝贵的资源	217
第二节 分配时间	221

■ 第十章 缔造领导力和影响力

第一节 能干和可靠的下级	231
一、个人目标融入组织目标	232
二、很强的执行能力	235
三、大事成于微	239
四、掌握与上司打交道的技巧	241
五、酒好也怕巷子深	243
六、学会变通与调整	243
第二节 值得信赖的同事与朋友	245
一、个人与群体	245
二、以己度人与换位思考	247
三、妥协与沟通	250
四、“己所不欲，勿施于人”与“萝卜白菜，各有所爱”	253
第三节 知人善任的领导	255
一、建立和执行合理的制度	255
二、因人而异，攻心为上	261
三、因才使用，用人所长	264
四、掌握最佳时效原则	266

■ 第十一章 控制人生行为和关键环节	
第一节 成功的关键在行动	269
第二节 避免生活的误区	275
一、金钱不是万能的	275
二、安逸是生命的“杀手”	277
三、要有平和和感恩的心	279
四、别一条道跑到黑(逆向思维)	283
五、朋友和熟人不是越多越好	286
第三节 控制人生的关键环节	286
■ 参考文献	290

第一章

辨识人生战略的含义与主要特征

时至今日,多数战略管理人员和企业家也许都不怀疑战略对企业和组织发展的重要作用,普通的读者也从小说、电影、电视和文学作品中对战略思想有一定的认识 and 了解,然而,对于究竟什么是战略、一个成功的战略应具备哪些基本要素和特征、战略管理应该包括哪些基本内容、按照何种程序与步骤进行战略规划等一系列战略管理的关键问题并没有形成清晰和一致的认识,这就在很大程度上限制了将战略管理作为一种管理思路和科学分析方法在实践活动中进行应用。一般读者往往认为战略是军事家、企业界和领导者关注和思考的事,与自己风马牛不相及,产生这种认识有多方面的原因,首当其冲的问题也许就是人们对“战略”一词的神化,其实,战略管理的思想和方法不仅是军队、大型企业和组织决策的理论指南,同样也适用于小型企业和组织;不仅是军事统帅克敌制胜必须熟练掌握的工具和手段,也是我们个人追求成功和幸福的桥梁与纽带。毫无疑问,忽略战略的概念与本质去进行战略管理或者没有目的地追求与探索无异于缘木求鱼。因此,本章首先介绍战略的概念和特征,并在此基础上追溯与回顾中西方战略管理的发展历程及其对个人的启示。

第一节 战略的起源

虽然战略管理自 20 世纪 70 年代起才正式成为管理学科中一个独立的研究领域,还非常年轻,但是在军事史和战争史上,早在两三千年前就能够发现“战略”的概念及其应用,可以追溯到凯撒大帝和亚历山大大帝发表的军事学原理,以及我国伟大的军事家孙武早在公元前 360 年撰写的《孙子兵法》。“战略”一词来源于希腊语 strategos,是由 stratus + eg 两个词根构成,意为 covering everything + lead/do/act(覆盖一切 + 做),合在一起的含义是“将军指挥军队的艺术”。在中国,战略一词历史久远,“战”指战争;略指“谋略”。克劳塞维茨(Clausewitz)在其理论巨著《战争论》中指出:“Strategy is the economy of force”——战略是关于战争的经济学,并且是为了达到战争的目的而对战斗的运用^[2]。毛泽东同志在《中国革命战争的战略问题》中提出:“战略问题是研究战争全局的规律性的东西。”“凡属带有要照顾各方面和各阶段性质的,都是战争的全局,研究带全局性的战争指导规律,是战略学的任务。”

《辞海》中对战略一词的解释是:“军事名词,指对战争全局的筹划和指挥。它依据敌对双方的军事、政治、经济、地理等因素,照顾战争全局的各个方面,规定军事力量的准备和运用。”

一直以来,战略都是一个军事名词,直到 20 世纪六七十年代,西方的一些学者开始尝试将战略的理念引申和应用于政治和经济领域和企业管理领域,其含义演变为泛指统领性的、全局性的、左右胜败的谋略、方案和对策。尤其是在 1965 年美国著名管理学家伊戈尔·安索夫(Igor Ansoff)发表《企业战略论》之后,企业战略一词获得了越来越广泛的关注和应用,大批的学者、研究人员投入到这一领域的研究中去,随着企业战略管理理论研究的不断深入,企业战略的内涵也在不断丰富和完善。

虽然军事战略和企业战略的概念广为人知,它们在赢得战争和企业竞争

过程中的作用不言而喻,但战略在人生过程中的地位和作用在战略管理的著作中却少有提及,人们也很少思考战略与日常工作和生活之间的关系。一个非常有趣却令人遗憾的事实是一些人谈及战略理论和那些伟大的军事家和政治家,如亚历山大、彼得大帝、拿破仑、毛泽东时口若悬河,眉飞色舞;对古今中外的很多著名战例也是耳熟能详,能够娓娓道来;但对工作和生活上面面临的问题和矛盾却束手无策,异常痛苦和无助。个别人甚至在几次求职无果或失恋的打击下选择了轻生或报复杀人等极端行为;还有一些人不顾自己所处的社会和家庭环境及自身的条件,会在“一夜暴富”和“明星”梦的驱使下徘徊在北京电影制片厂和北京电影学院的大门前,希望邂逅哪位大导演后一举成名。当然也有一些人身怀绝技却报国无门,他们笃信“酒好不怕巷子深”的信条,殊不知现代社会是“信息爆炸”和“注意力”经济,“酒好也要会吆喝”,否则,就会“养在深闺人不识”。凡此种种,其实都与人们将战略与工作和生活的人为的割裂有关,与人生的战略选择有关。人们往往会错误地认为战略是一种“高大上”和“形而上”的东西,和自己的工作与生活毫无关系,其实这是一种误解,战略管理的原理和分析框架不仅适用于军队和各种各样的组织,同样也适用于个人。本书将用这样的原理和分析框架辨识人生战略的含义与特征,解构人生的战略管理过程。

第二节 人生战略的“6 看”

实际上,战略并不是一个简单的概念,或者仅仅从某一个方面就能够加以描述的。换句话说,理解战略这一概念需要多维的视角,它不仅要确定个人或企业的未来方向和使命,还涉及个人和企业所有的关键活动,同时需要根据内外部环境的变化不断加以调整,以期实现其确定的战略目标。由于它们的内涵非常丰富,因而在理论文献中尚不存在对战略,尤其是企业战略共同认可的定义,不同的学者与管理专家赋予它们以不同的含义。其中安索夫

(Ansoff)、肯尼斯·安德鲁斯(K. Andrews)、詹姆斯·布赖恩·奎因(James Brian Quinn)和亨利·明茨伯格(Henry Mintzberg)的观点具有代表性。这里,我们以明茨伯格的5P^[3]观点为基础,结合其他学者的观点和笔者对个人和企业行为的观察来阐明战略的含义,简单地说,战略乃是“6看”,如图1-1所示。

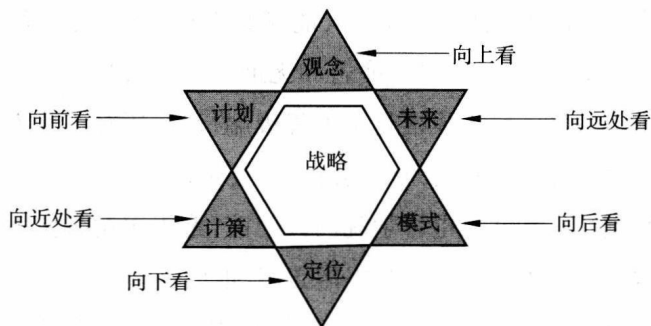


图 1-1 战略的概念和含义

一、人无远虑必有近忧——向远处看：战略是以未来为主导 (future)

我们知道,传统的管理是根据个人和企业过去的情况和当前的状态思考未来应该做些什么,而战略管理则要根据未来可能发生的变化和挑战思考今天和当下应该做些什么。换句话说,个人和企业应该把未来的生存和发展作为制定战略的出发点和归宿。也就是说,一个好的战略应该有助于个人和企业实现长期生存与发展的目标。而要做到这一点,个人和企业不仅要了解自身及所处行业的过去与现在,尤其需要关注外部环境将来变化的趋势及其对自身的可能影响,从而把握自身的未来。在政治、经济、社会和技术环境不断发生跳跃性变化的超竞争时代,仅凭过去的教育和传统的方法已不能满足个人和企业建立长久竞争优势的要求,失去对未来环境和竞争动态的充分估计和把握,个人和企业都将失去目标、方向和机会。反之,则可能抓住有利的时机,建立起自己的竞争优势,从而加速获得发展。20世纪60年代Levis公司开发宽线斜纹布生产牛仔服,占领当时的“新生代”市场;70年代日本汽车厂

家开发节能牌小型家用轿车进军欧美市场;中国招商银行较几家大的国有商业银行较早开展信用卡业务及阿里巴巴较早开始电子商务和互联网金融业务都是企业着眼于未来,从而取得竞争优势的好例子。实例专栏 1-1 和 1-2 是两个更典型的例子。

实例专栏 1-1

预见未来^①

◎ 龚咏雨

1910 年,28 岁的他观看一场飞行表演,引起了对飞机的强烈兴趣。通过对飞机构造的仔细观察,他确信可以将当时的飞机改造成经济适用的交通工具。当时飞机只处于启蒙时期,驾乘飞机只是少数人用以娱乐、运动的一种昂贵消费。当时科学界对所谓“发展航空事业”嗤之以鼻。28 岁的他也只是一个从耶鲁大学中途辍学的木材商人。

在他开始造飞机的十年之后,他觉得替美国邮政运送邮件将会是一门赚钱的生意。他决定参加“芝加哥—旧金山邮件路线”的投标,把运输价格压得不能再低,许多专家认为他的公司必倒无疑,就连邮政当局也怀疑他能否撑得下去,要求他交纳保证金才肯签约。然而,人们忽视了一个简单而明显的“漏洞”——飞机本身越轻,它所载的货也就越多。这是获得效益的根本途径。他着力减轻飞机的重量,不出所料,他的邮件运送业务开始获利,很快,他从运送邮件发展到载运乘客。

第一次世界大战后,航空工业空前萎靡。他的公司停产了。他转为制作家具维持生计,仍另筹资金供养飞机公司的几个主要工程师,继续其进行中的研发计划。很多人认为他太过狂热,不切实际,而他深信航空业终究会柳暗花明。他说:“我可以预见未来……”

他就是这样我行我素,自行其道。今天,这个自以为是的人创立的飞机

① 案例来源:意林杂志社·小故事大智慧[M]. 西安:未来出版社,2007:40.