



唯一合法授权翻译本 07
卡内基训练[®]专用教材

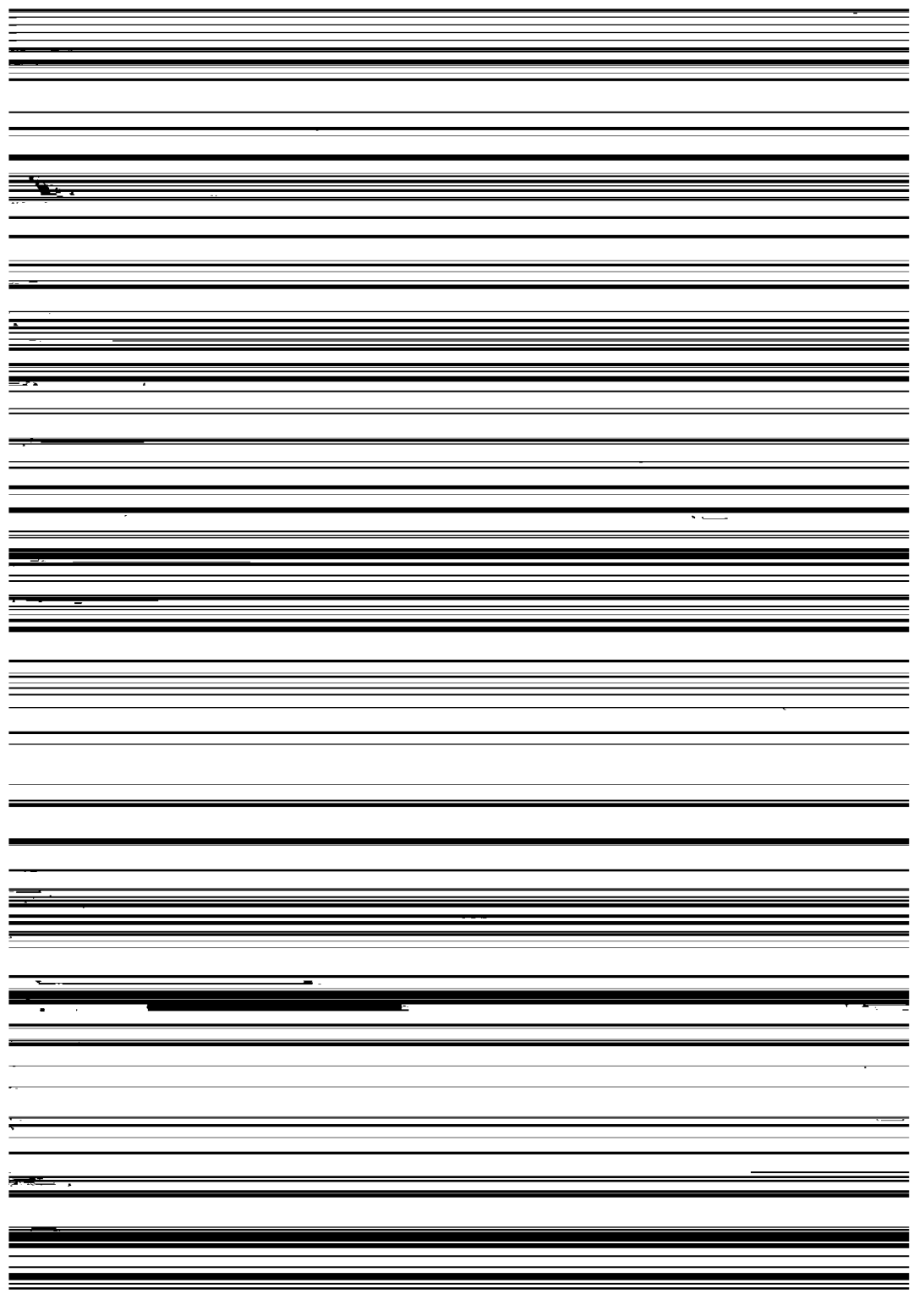
The Leader In You

新世纪 领导人

斯图尔特·莱文
迈克·克罗姆 著
黑幼龙◎主编 陈真◎译



中信出版社
CHINA CITIC PRESS



图书在版编目 (CIP) 数据

新世纪领导人 / (美) 斯图尔特·莱文、迈克·克罗姆著; 陈真译. —北京: 中信出版社, 2008.12

(卡内基成功经典)

书名原文: The Leader In You

ISBN 978-7-5086-1348-2

I . 新… II . ①斯… ②迈… ③陈… III . 成功心理学—通俗读物 IV . B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 164580 号

THE LEADER IN YOU by Stuart Levine, Michael Crom

Copyright © 1974, 1978 by Dale Carnegie & Associates, Inc.

Published by Simon & Schuster, Inc.

Chinese Simplified translation Copyright © 2008 by China CITIC Press

All Rights Reserved.

新世纪领导人

XINSHIJI LINGDAOREN

著 者: [美] 斯图尔特·莱文 迈克·克罗姆

译 者: 陈 真

策 划 者: 中信出版社策划中心

出 版 者: 中信出版股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

经 销 者: 中信联合发行有限公司

承 印 者: 中国农业出版社印刷厂

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印 张: 7.625 字 数: 143 千字

版 次: 2008 年 12 月第 1 版 印 次: 2008 年 12 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2008-5286

书 号: ISBN 978-7-5086-1348-2 / F · 1472

定 价: 25.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84264000

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84264033

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

授权说明

本人是卡内基及卡内基训练® 机构著作中文翻译版权的唯一拥有人。

在合同有效期内，现将卡内基及卡内基训练® 机构下列10本书的中文简体翻译版权授予中信出版社：

《卡内基沟通与人际关系》 (*How to Win Friends & Influence People*)

《如何停止忧虑，开创人生》 (*How to Stop Worrying & Start Living*)

《成功有效的团体沟通》 (*The Quick and Easy Way to Effective Speaking*)

《成熟亮丽的人生》 (*Don't Grow Old, Grow Up*)

《优质的领导》 (*Managing Through People*)

《卡内基每日一智》 (*Dale Carnegie's Scrapbook*)

《新世纪领导人》 (*The Leader In You*)

《享受工作，享受生活》 (*How to Enjoy Your Life and Your Job*)

《销售的五大金科玉律》 (*The 5 Great Rules of Selling*)

《优势销售》 (*The Sales Advantage*)

此授权为唯一授权，盗版必究。



2008-11-12



我写这篇序的时候，感受真的与往常不同。

我与两位作者都认识，而且还是多年的同事。

1987年3月，我第一次与克罗姆（Crom）先生见面的时候，他还在圣迭戈担任卡内基训练的地区经理。在那一年中间，他日夜（因为很多课程是在晚上）指导我所有跟卡内基训练有关的事。当时我觉得这位年轻人很专注、很重视自己的持续成长。例如，他本人就接受过三次卡内基训练，真的很了不起。

克罗姆最喜欢教的课程是卡内基训练中专门为经理人设计的领导课程。他非常推崇彼得·德鲁克。最近一次遇到他时，他还告诉我他又去参加了德鲁克的讲座。可见在现代社会中经理人真的需要持续地获得进步和成长。最重要的是，进步是一件相当开心的事。

莱文（Levine）先生是本书的另一位作者。虽然我们每年只见面两次，谈话时间也不多，但我一直觉得这位老板很有魄力，敢冒风险，很有企业眼光。后来听说他在25岁时就当选纽约州众议员了，真可谓年轻有为。

《新世纪领导人》就是他们两位访问各行各业有卓越成就者的纪事。其中包括：

奥运女子体操冠军——雷顿

美国广播公司著名节目主持人——唐斯

汤普森微电子有限公司总裁——柏森

康宁公司董事长——霍顿

温布尔登网球公开赛冠军——阿什

还有很多，很多。

这些成功的人都谈些什么呢？

他们在这本书里告诉我们——

- 成功的领导人要能消除同事对他的恐惧，这样才能赢得信任。

- 聆听是领导人必须学习、必须养成的习惯。不能只是被动地听，而且还要充满关怀、真心对他人感兴趣地倾听。

- 控制忧虑、紧张。的确，在今天的商业社会中，压力如此之大，步调如此之快，领导人一定要学会控制忧虑。

- 成功的领导人会激励同事，让他们觉得受到赏识，并全心投入工作。过去我们常听到“授权”，而今要求的是自发地投入 (empowerment)，其效果远非指派式的授权所能比拟。

- 热忱。有人说，今天，除非你爱上了你的工作，否则不太可能成功。这点与本书很多成功领导人所强调的热忱极为近似。

还有很多特点，也是成功的共同点，都因书中的人物故事而让人印象深刻。

这本书还有一个特色，那就是它常印证、对照卡内基的沟通与人际关系原则。很多事例与卡内基当年的理念不谋而合：一方面印证了人性的本质是恒常持久的，另一方面也说明了卡内基训练的效果与影响力。

当今美国 500 强企业中，选择卡内基训练以提升员工素质的公司超过了 420 家。中国台湾也有相同的发展趋势。更珍贵的是很多中小企业派员工到卡内基训练班受训，老板自己也参加领导管理的训练。每当看到他们沟通能力增强，团队合作比以前更好，质量、绩效突飞猛进，欣喜之情即充满我心。

的确，我们如果不会计算机操作，会去计算机中心学计算机，英文不好一定会去英文补习班学英文。想做一位新世纪的领导人，也一定要去学习领导力，才能踏上坦途。



人际关系的变革

永远对改变保持开放的态度。欢迎它，甚至礼遇它。因为只有对自己的观点与想法反复审视，才能不断进步。

——戴尔·卡内基

21 世纪，全世界正经历着巨大的变革，这是一连串强而有力的变动，也是充满契机的历程。仅仅在短暂的几年中，我们亲身经历了后工业化社会的兴起、信息时代的来临、计算机狂潮、生化科技的诞生，以及不啻为一场革命的人际关系演变。

冷战结束后，企业环境变得极为紧张。竞争不但白热化而且是全球性的，科技竞赛更是瞬息万变。任何企业都再也无法漠视顾客的需求，管理者再也不能指望员工顺从地接受命令，人与人的关系再也不是理所当然的，公司也不能再逃避持续提高质量的压力。人类的创造力再也不甘长期被埋没。

要想在未来的世纪中生存，任何组织——不论是企业界、政府或非营利机构——都必须经历深层的文化变革，方可攀上成功

的高峰。组织内的人们必须能迅速地思考、更有效地工作、更大胆地梦想，并以崭新的方式将此三者加以整合。

其中最重要的一点是，这种组织文化的变革需要一种全新的领导族群，这类新领导人将不同于我们过去的老板，可能也与我们当中的某些人不一样了。事实上，高高在上发号施令的时代早已成为明日黄花。

新世纪领导人必须为他的组织描绘出未来的远景，并建立一套价值体系。他们要比传统的领导人更善于沟通与激励，在恒变的状态中擅长运用智慧。新领导人尤其必须善用组织中每一位成员的才智与创意——不论其来自基层还是高层。

事实上，二战结束后即已埋下了目前这种变动的因子。战后初期，美国的公司几乎不论做什么都能成功。欧洲与亚洲的经济已被战争摧毁，新兴国家尚不成气候。财大气粗的美国公司背后有庞大的劳工队伍与有力的政府撑腰，毫无顾忌地用自定的标准去衡量别人。当时那些公司不见得运营管理得当，可是它们根本也没有那个必要。它们以垂直的层级管理、严格的职务分类以及目空一切的态度，在 20 世纪中期的那几年进行得很顺利——它们的管理者个个脑满肠肥、心情愉快，并尽可能地赚满腰包。

这些企业为员工提供了无比优厚的保障。对多数人而言，为大公司工作是一辈子的事，就像公务员一样，不过，其待遇与福利都比公务员优厚得多。

裁员？穿着西装、套裙上班的人哪听过这个名词？工人朋友

们还有可能遇到，但是，绝对不会发生在经理人的身上。人们挂在嘴边的是“成功的阶梯”，大家的事业都能循序渐进，既不比别人快，也不会比别人慢。我们现在回顾那个年代，会看到那种轻松而舒适的富裕生活方式已难以为继。

就在美国人坐享战后丰硕成果的同时，日本人却已高瞻远瞩。虽然他们的经济与基础设施已全然葬送在废墟中，但这只是日本人克服困难的开始。日本人当时还享有制造廉价次等商品以及对顾客提供二流服务的国际名声。

可是，经过了艰苦的磨炼，日本人已准备在错误中学习经验。他们到国外延揽最优秀的顾问，其中一位是爱德华兹·戴明博士（Dr. W. Edwards Deming）。戴明博士是一位统计学专家，战时在美国陆军质量管理部门服务。

戴明告诉日本人，绝对不要抄袭美国大企业的复杂组织架构。戴明与其他顾问的建议是：建立一种全新的日本公司，一个追求员工参与、质量提升以及顾客满意的公司，并且团结所有的员工共同追求这些目标。

虽非一蹴而就，但是日本经济却实现浴火重生。日本成为一个科技创新的领导者，产品与服务的质量不断提升。以一种崭新的管理精神，日本公司不仅迎头赶上国外的竞争者，并且在许多重要的工业领域中遥遥领先。很快，日本这套方式影响了全世界——德国、北欧、远东以及太平洋盆地。而美国是最后一个才察觉到的国家，因此必须付出巨大的代价。

美国的富裕不着痕迹地渐渐失去了动力。20世纪60年代与70年代的持续经济繁荣仍能勉强掩盖美国偶尔的疲态，可是问题的严重性终于浮出水面，逼得人不得不正视它。

油价上涨，通货膨胀与利率跟着飙涨，而美国的竞争对手也不再只是德、日两国。许多不起眼的国家似乎在一夜之间以崭新的科技实力、超强的竞争能力突然出现。不久之后，它们就开始分食原来由通用汽车、真利时（Zenith）、IBM、柯达以及其他沉睡中的美国企业巨人所垄断的市场。

到了20世纪80年代中期，美国企业的问题已经纸包不住火。房地产业应声而倒。公司负债与政府财政赤字不断膨胀。股票市场开始越来越不正常，一直到90年代初期经济衰退的阴影挥之不去，充分显示出这个世界已变得多么与前不同。

身临其境的人面对这种改变完全措手不及。公司不是彼此并购、重组，就是因破产而上法院。解雇、裁员司空见惯，而这一次变革之冷酷及快速，并非只限于蓝领阶层。专业人士、主管等白领阶层亦未能幸免，他们的未来之路越来越狭窄，他们茫然然不知所从。

如此强劲快速的改变，无疑影响了人们对自己与事业的想法。美国经济由盛及衰，带来了史无前例的不满与恐惧的浪潮。

有些人把信心寄托于科技，指望世界能在科技进步中走出一条道路。当然，科技的贡献是没有人可以否定的。

托马斯·桑德斯三世（Thomas A. Saunders III）是桑德斯·卡

普公司 (Saunders Karp & Co., 一家私人银行) 的合伙人, 他说: “我现在坐在纽约办公室里可以和日本同时使用完全相同的信息。我们一天 24 小时与同样的数据系统联机。世界任何一个角落的人都可以运用同样的通信网络, 这实在是以前无法想象的事。金融外汇市场已脱离了政府的控制, 要了解这些市场信息, 我连报纸都不用看。”

乔纳斯·索尔克医生 (Dr. Jonas Salk) 是一位享誉医学界的研究学者, 他说: “人们现在亲眼目睹了工作效率提高的好处, 因为潜力的激发使人们得以在更短的时间内完成更多工作。和 100 年前相比, 现在人们可以隔着更远的距离合作。你拥有的资源越多, 就必须开发出更多的工具。”

“还记得刚有计算机的时候吗?” 《福布斯》杂志主编马尔科姆·福布斯 (Malcolm S. Forbes Jr.) 说, “人们怕它会沦为政府的控制工具, 也担心电视成为政治宣传的工具。还好, 感谢高科技的发展, 它们带来的效果刚好相反。计算机的体积越来越小, 而电力越来越足, 人们不再受到局限。”

“芯片成为人脑的延伸, 如同 19 世纪, 人们通过运输机械来延伸人类的肌肉。今天取代钢板的是软件。光纤与数字屏幕正如同铁路与公路, 至于原料呢, 那当然非信息莫属了。”

福布斯又说: “现在, 你只要在大腿上放一部两磅重的计算机就可以工作了, 当然得在有插座与卫星的地方。”结果是, 有更多的人可以获得更多的信息。

可是，光凭科技尚不足以渡过难关，就算通信工具日新月异，也并不表示人们已经学会彼此沟通。事实是，人们在沟通方面更有待学习！这正是一种科技时代的矛盾：通信越发达，人们越疏离。如果人们不懂得彼此分享，信息又有何帮助？

不久以前，哈佛商学院对它的学生、校友与新生作过一项调查。其结果倒也颇符合人们的想象。哈佛商学院教授约翰·奎尔奇（John A. Quelch）说：“我们发现对毕业生最满意的是专业能力。”

这些聪慧的青年精于数字，长于市场分析与制订商业计划，但是，说到人际关系方面的技能，哈佛大学生正准备进一步努力。奎尔奇教授注意到，“口头与书面沟通、团队合作以及其他人际关系的能力，似乎是一个需要改进的领域”。

然而，真正决定这些年轻的企业领导人未来能否成功的，却正是这些能力。

诚然，世界大步向前迈进，科技仍占有重要的地位，不过，它只算是进入新纪元的入场券。优胜劣汰并非由计算机容量来决定。成功的机构将拥有更具创意的卓越领导人，他们懂得运用有效的沟通与激励，不论是在公司内还是在公司外。

美国纺织龙头美利肯公司（Milliken & Company）管理发展部主任约翰·拉姆佩（John Rampey）说：“要把管理者蜕变为领导者靠的是良好的人际关系能力。”人们绝对可以学会“由发号施令转为引导，由竞争转为合作，由暗箱操作转为分享信息，

由消极等待转为甘冒风险，由把员工视为成本转为视员工为资产”。他们也将学会如何“将仇恨转为满足，将漠然转为投入，并能反败为胜”。

这些能力通常并非与生俱来。世界知名的智威汤逊广告公司（J. Walter Thompson Company）董事长伯尔特·曼宁（Burt Manning）谈到这个话题时说：“要让主管提升人际关系并非简单的事。生来就有良好人际关系的人没有几个。大部分人都需要学习，具体地说，他们需要接受训练，就好像汽车厂的机械人员要设计更精良的活塞必须经过更多的训练，道理是完全一样的。”

曼宁还说：“公司必须培养出一群核心领导者，他们能真正了解公司提升竞争力的重要性，这样的公司才算真正了解服务与人际关系乃是决定未来成败的关键。”

戴尔·卡内基本人并未能亲眼目睹近几年爆炸性的改变，美国往日的富裕美景已然不再。他也未能见证新人际关系的革命已然降临。然而，在人们还没听说过“公司愿景”、“授权”、“质量管理”等名词之前，卡内基先生早年提出的一些人际关系基本理念，就已经是这些新名词的核心了。

卡内基先生于1912年开始在纽约市闯天下之前，是一位密苏里州的农家青年。他找到的第一份工作是在纽约第125大街的基督教青年会（YMCA）为成人班教授团体演说课程。

卡内基多年后写道：“开始时，我只教授演说课程，也就是

训练成年人经过练习提高临场反应的能力，更清晰有效地表达，以及在面谈与面对听众时更加镇定。可是渐渐地，我发现他们不只需要沟通的训练，更需要的是如何在工作与应酬中与人相处得更融洽的训练。”

卡内基从此将课程扩展到人际关系的基本能力。他既没有教科书、教学大纲，也没有学员手册。不过，他渐渐总结出一系列人际关系技巧，他自己每天身体力行实践这些方法。

他告诉学员：“要从对方的角度看问题，给予真诚的赞赏与感谢，对他人感兴趣。”卡内基教导学员如何将这些基本的人际关系原则融入他们的日常生活。

刚开始时，卡内基只是把这些原则随意写在小卡片上，活页纸很快取代了小卡片，后来又变成了小册子，每次都比上一次更有分量。经过15年相当辛苦的实践之后，卡内基终于把所有人际关系原则汇集成书，这就是1936年出版的《卡内基沟通与人际关系——如何赢取友谊与影响他人》(*How to Win Friends and Influence People*)，这完全是一本卡内基指导人如何与他人相处的著作。

这本著作一问世，立即洛阳纸贵。销售量冲破3000万册时，这本书已荣登美国历史上最畅销书之一。这本书的其他语种译本就有几十种，而且目前仍销售得很好。

卡内基成立了“戴尔·卡内基公司”以传达他对人际关系的看法，他同时发现全世界对这一方面的需求殷切。他经常接受

电台与电视的采访。他培训其他人作为课程的讲师，并且后来又完成了两册有关人际关系的著作，也就是《如何克服忧虑，开创人生》（*How to Stop Worrying and Start Living*），以及《成功有效的团体沟通》（*The Quick and Easy Way to Effective Speaking*），这两本书也都登上了畅销排行榜。卡内基虽已于1955年去世，但是他的理念却未停止传播。

现在，全世界70个国家已引进了卡内基训练，美国本土更有上千的城镇开展卡内基训练。全世界平均每周有3 000多人报名受训。卡内基公司早已开始为其他公司设计内训课程，因此美国《财富》杂志公布的500强企业中有400家以上是卡内基训练的客户。

卡内基的理念在新世纪中能够重新界定自己以符合改变后的世界需求，这无疑是一种不可思议的能力。与他人有效沟通、激励他人成功、激发每个人心中的领导特质——这些都是戴尔·卡内基的主要思想。以目前全世界人们渴望乱中求序的状况来看，卡内基的时代已再次来临。本书其他章节即探讨卡内基的人际关系原则将如何发挥效用，帮助人们面对今日的特殊挑战。

这些原则其实非常简单易懂。掌握这些原则，不需要任何教育背景或专业能力，只需要实际演练与学习的意愿。

你准备向自己的某些成见挑战吗？你打算更轻松有效地处理人际关系吗？你准备让自己最珍贵的资产增值吗？你在生活

与工作中接触的人就是你的资产。你愿意发掘并发挥你心中的领导特质吗？

如果你的答案是肯定的，请继续阅读。这本书可能会改变你的一生。