

“一分钟 M B A”系列丛书

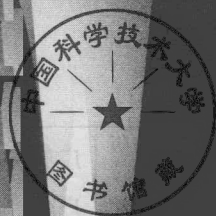
我是不会选择去做一个普通人的

李代维 阿 苇 唐 颖 编著

商业领袖

广东经济出版社

“一分钟MBA”系列丛书



李代维 阿 苇 唐 颖 编著

商业领袖

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业领袖/李代维、阿苇、唐颖编著. —广州: 广东经济出版社, 1999.7

ISBN 7-80632-432-1

I. 管… II. ①李②阿③唐… III. 企业领导学 IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 29992 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东省新华书店
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	850 毫米×1168 毫米 1/32
印张	8.5
字数	188 000 字
版次	1999 年 7 月第 1 版
印次	1999 年 7 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80632-432-1 / F·203
定价	15.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

读者热线: 发行部 [020] 83794694 83790316

·版权所有 翻印必究·

我是企业家

我是不会选择去做一个普通人的。

如果我能够做到的话，我有权成为一位不寻常的人。

我寻找机会，但我不寻求安稳。

我不希望在国家的照顾下成为一名有保障的
市民，那将被人瞧不起而使我感到痛苦不堪。

我要做有意义的冒险。

我要梦想，我要创造，我要失败，我也要成功。

我拒绝用刺激来换取施舍；

我宁愿向生活挑战，而不愿过有保证的生活。

我宁愿要达到目的时的激动，而不愿要毫无生气的安逸。

我不会拿我的自由去与慈善作交易，也不会拿我的尊严去与发给乞丐的食物作交易。

我决不会在任何一位大师的面前发抖，也不会为任何恐吓所屈服。

我的天性是挺胸直立，骄傲而无所畏惧。

我勇敢地面对这个世界，自豪地说：在造物主的帮助下，我已经做到了。

所有的这一切都是一位企业家所必备的。

目 录

我是企业家	1
--------------------	---

素质培养

企业的领头兵	3
职业经理人的价值	4
黑格尔的名言	7
知识为王	10
雄辩致胜	17
形象工程	27
为成就而工作	32
逼出来的灵感	32
心灵控制大师	34
蓝色意识	36
到别的领域看一看	37
更多的资料	38
不经意的发现	39
心灵地图	40
生命的有效价值	41
驼鸟的腿和山鹰的翅膀	43
尽职的经理人	44
正确地提出问题	45
无声的反对	48
完美的“T”型	49
破坏今天	51

心理上的控制优势	52
创造自己的传奇	55
掌握主动	56
个性和权力	59
保持神秘感	60
成为主宰	61
强调自己的权威	63
成为说最后一句话的人	66
休利曼的梦想	68
自我实现	69
不成熟的天才	70
生活中的超人	71
沉默的原因	74
杠杆作用	75
有竞争力的“空缺”	77
“不公平”的情况	78
常见面的员工	79
为何打字员不易提升	80
永不歇息的进取精神	82
独特的气质	84
虚假的形象	86
媒介的力量	88
头衔的力量	91
带血的讲稿	93
艾森的小手册	95
全才的企业领袖	96
学会放弃	98
“纲”与“目”	101

满怀热情	103
职业经理人不必修假	105
少赚一点	106
不实之地	107

经营决策

意志决定	113
忍耐和决心	114
通观全局	115
没有百分之百赞同	116
神奇的市场需求法则	118
获得利润的关键	121
长期的成功	123
从成本看利润	124
有效的努力	127
寻求有利的竞争地位	128
隐藏的成本	130
神奇的关键问题图	132
权威的面具	136
不同的事实	140
最基本的细节	142
不利的信息	146

有效管理

开枪打仗的是士兵	151
赢得战争靠的是人	152
摩托罗拉总裁辞职之后	152
跨到未来的大桥	153

妨碍成功的死敌	155
榜样的标准	156
许诺的四个原则	157
金钱可以购买勇敢	158
赢得智力	159
人的创造力	161
资料与垃圾	163
有职有权的职业经理人	165
讲究实效的权力	167
提高影响力	169
授权的艺术	170
以攻为守	173
强制与风险	175
强制力	176
力量对抗	178
借力使力	181
奖励展示权力	183
象征性奖励	184
象征和权力	186
信息的力量	189
少透露自己的情况	191
提高警觉	193
让资讯变成力量	195
有效的假象	197
无识无障	198
站在自己的地盘上	199
派系斗争中的平衡	200
外交家的手法	201

韬晦之术·····	204
成功的无足轻重者·····	205
将敌意冲淡·····	206
限制在有利范围内·····	207
重复的力量·····	208
调动各方面的力量·····	209
满足下属的自我归属感·····	211
合理的授权·····	212
细分责任·····	214
哪里有行动，哪里就有权·····	215
反授权·····	217
被架空的经理·····	219
刺猬的社交法则·····	221
获得他人协助·····	223
完美的结局·····	225
知己知彼·····	226
双赢的结局·····	227

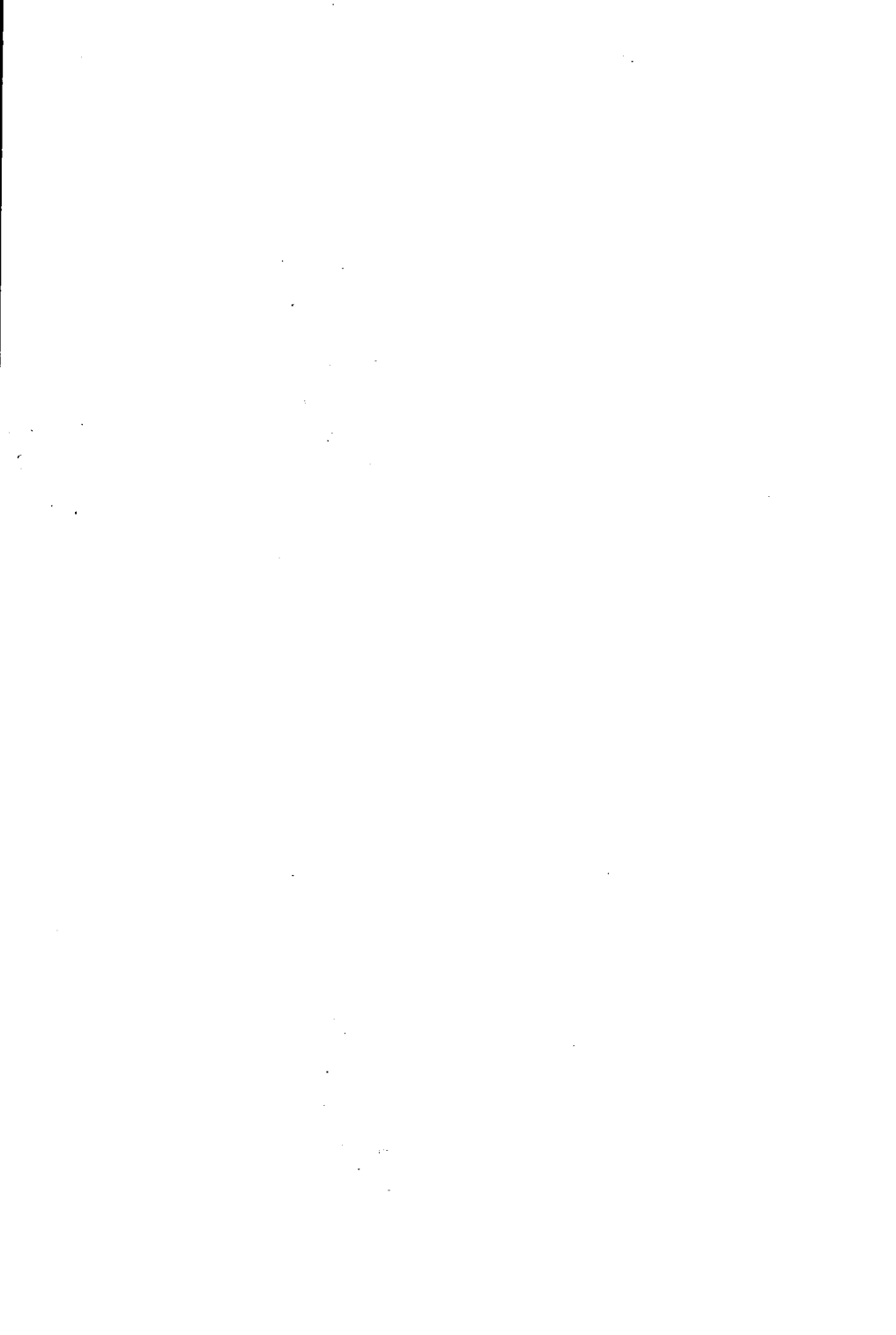
效率大师

搜集信息的四个工作规则·····	233
缩短“检索时间”·····	235
“截稿”的意识·····	238
巴比伦塔的故事·····	239
从媒体中淘金·····	242
利用图书馆·····	244
神奇的资料袋·····	246
文件社会的七个原则·····	248
电子资料的特征·····	248

危险的电子档案	250
身份的象征	250
换个更容易的工作	251
重新聚焦	253
额外的任务	256
成功的会议	259

素质培养





企业的领头兵

职业经理人是群众中的一员，是被领导对象中的一分子，而不是高出于被领导对象，在它之外存在的人格化的象征物。

职业经理人是具有较高威信，具有一定的领导能力和一定影响的人群，是企业的领头兵。

职业经理人的领导活动是针对被领导对象的，否则，他就像站在高山之巅，面对无尽的苍穹和茫茫大地发号施令一样，除了空气的震动和回响，不会有任何结果的。此时，他也就称不上职业经理人，他的活动也称不上领导活动。这一切只能是自封的，是顾影自怜的。

因此，职业经理人必须对被领导对象施与领导活动，并且自己应参与到该活动中去。

胡克对英雄和领导人物的作用曾做过分析。

他认为，英雄人物高出于市民大众只是在历史处于十字路口，需要作出选择的时候。

他把英雄分为两类，一是事变性的，二是事变创造者式的。

前者只在众多的选择面前作出了重大抉择，后者不仅作出了选择，且他的活动还创造了这种选择。

然而，胡克却忽略了一点，即不论哪类选择，它最后必须得到大众的认可，必须融合于大众的实践中，在群众的实践中变为现实。

就是说，职业经理人与被领导对象之间既是一种领导

的关系，又是一种协作的关系。

林肯在南北战争中之所以能取胜，并荣登美国总统宝座，靠的是人心所向，靠的是广大市民的支持与协作。

“罗斯福新政”之所以取得成功，拯救经济危机，离不开内阁成员及两院议员的配合，更离不开各主要经济部门和广大市民的响应与认真实施。

如果一位领导自认为高高在上，具有对下属发号施令的权力，而看不到其权力是其领导对象赋予的，其决策应建基于其领导对象的实践之上，那他必定会被其领导对象从领导岗位上请下来。

也许，双方会处于相安无事状况，被领导对象不管职业经理人的决策如何，职业经理人也不管被领导对象对其决策、领导的态度如何，这样，领导也就失去了实际意义。这是一种“默契”中的两不管，而不是协作。

职业经理人的价值

世界上没有两片相同的树叶。

这是对自然现象的精辟描绘，也是对社会事物的绝妙分析。

社会活动掺杂了人的感情、意愿，比自然界的活动更为复杂、精巧、诡变。

因此，没有两项相同的社会活动。

不同的职业经理人有不同的领导方式和方法，即使是同样的事件，每次都会有不同的活动对象和目的。它们活动的后果不可能相同，其产生的价值也不尽相同。

某地区要兴办一座大型水电站，这座水电站是依湖道两旁的山峰这一地理优势，拦腰截断水流，变自然力为电力，服务于市民。

此地区处于温带多雨地带。每年夏季雨量较大，湖泊须承担防洪、泄洪任务。

根据这些特点和要求，专家们在详细分析了 100 多年来的水文资料后，作出了 29 孔泄洪闸的设计方案。

然而，在上层决策机构中，领导 A 专营权术，不懂领导方式、方法，更不懂技术，强迫专家组将 29 孔改为 19 孔并进行施工。

领导 B 急市民之所急，从集团利益出发，且懂领导方式、方法，尊重专家组的意见，毅然出面为专家组承担一切政治上的风险，并为专家组、施工组排除一切干扰，保证水电站按原计划施工。

在水电站竣工 8 个月后，一场百年不遇的特大洪水爆发了。

各种仪器检测的结果表明，大坝没有移位，没有倾斜，没有下降，经受住了考验。

这是一个极其简单的例子。但是从领导哲学来看，它又不简单。

领导 B 成功了。他倾听专家组的意见，去实地考察，具有一位领导必备的尊重科学、尊重事实、相信下属的精神；他出面为专家组排除各种困难，为专家组营建一个良好的环境，又具有一位领导必备的体察下情、坚持真理的品格。

正是由于他的正确的领导活动和领导方式，使得水电站得以建成并达到科学标准，从而为社会造福，即发电、灌溉、排洪等，产生了极大的社会价值。

这种对市民有利，符合广大市民的心愿，满足了社会和市民的需要价值，就是正面价值。

用通俗的话来说，这种行为是好的，这种价值也是好的，是有正面作用的。

也许，这项领导活动的正面价值显露得不充分，我们不妨再看看它的负面价值。

如果领导 A 的建议和命令得以实施，可以肯定地说，水电站的大坝不可能经受得住竣工 8 个月后的特大洪水的考验。

大坝的决堤，垮掉的不仅仅是大坝，浪费的也不仅仅是投入水电站建设的物力、财力和人力，而是被大水无情吞噬的成千上万的市民的生命财产和被破坏的自然环境、社会环境。

这种领导活动、领导方式引起的结果不仅没有满足市民的利益和需求，相反侵吞和剥夺了市民、社会的利益和需求。它是不好的，是具有极大的反作用的，因而是一种负面价值。

同理，如果领导 B 只是给专家组下令按原设计方案施工，而不去为专家组排忧解难，那么，领导 B 的领导方式就不完备、不健全，专家组也不可能按原设计方案施工，事情的后果也只能同领导 A 的行为后果一样，产生极其恶劣的负面价值。

不同的职业经理人、不同的领导行为和方式在对待同一件事情时，会产生截然不同的价值；同一职业经理人在对待不同事件时，也会产生不同的价值。

每个个案都有自己的特点、特性，有自己的发展规律。它们同其他事物的联系各不相同。

即使是同一事物也同众多的事物发生不同的联系，如

一个玻璃杯子，我可以用它喝水，可以用作烟灰缸，可以用在实验室，也可以用它插花等。

所以，作为一名职业经理人，面对复杂多变的事物时，绝不能以不变应万变，自始至终以同一领导行为、领导方式对待。我们不能强迫一位同实验室没有任何关系的人只能把这个杯子作化学器皿使用，而不允许作其他用途，也不能强迫一位从不抽烟的人只能把这个杯子作为烟灰缸，而不能用来喝水。这样，只会是胶柱鼓瑟，产生各种负面价值。

相反，如果我们根据不同情况与事物的不同特点，作出不同的行为决策并付诸实施，那么，我们就可以得到我们期望的效果，就会产生出多种正面价值。

黑格尔的名言

看过地球仪的人都明白，地球上的任何一个点，具体地讲，任何一个村庄、矿藏、湖泊、城市等都具有一定的经度和纬度，处在经线和纬线的交叉点。

这样就保证了事物的具体位置，不致流于空泛。同样，在社会历史中，也存在着经度和纬度，这就是时间和空间，任何一件事情总是发生在一定时间和空间的交叉点上。

时间和空间使事物变成了具体的、可认识的东西；时间和空间又阻隔了人们的认识和事物间的联系，而这种阻隔的目的又是为了让此事物与彼事物相互区分开来，让事物既具有连续性，又具有间断性，从而具有历史性。