



股权激励整体解决方案必备图书

股权激励

打造企业利益共同体

张坤 ◎ 著

一本关于如何“融资、融人、融智”的专业书籍
成功从股权激励开始

杨伟国

中国人民大学劳动人事
学院院长/教授/博士生
导师

彭剑锋

中国人民大学劳动人事
学院教授/博士生导师、
华夏基石管理咨询集团
董事长

盛希泰

洪泰资本控股董事长、
资深投资银行家、前华
泰联合证券公司董事长

联袂
推荐

写给所有创业者、在准上市企业的奋斗者以及走在股权投资路上的人



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



股权激励

打造企业利益共同体

张坤 ◎ 著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书分为8章,以丰富的企业股权运作案例,从激励员工、吸引优质人才和整合资源、让企业与上下游价值链、投资者、竞争者形成战略同盟等主旨内容出发,多角度地进行详细阐述,从而实现借力股权突破企业发展瓶颈、成功转型的目的。

图书在版编目(CIP)数据

股权激励:打造企业利益共同体/张坤著.

—北京:机械工业出版社,2017.9

ISBN 978-7-111-57685-3

I. ①股… II. ①张… III. ①股权激励-研究

IV. ①F272.923

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第191971号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:马佳

责任编辑:马佳

版式设计:张文贵

责任校对:赵蕊

责任印制:李飞

北京铭成印刷有限公司印刷

2017年8月第1版·第1次印刷

170mm×240mm·17.75印张·292千字

标准书号:ISBN 978-7-111-57685-3

定价:69.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线:(010) 88361066

机工官网:www.cmpbook.com

读者购书热线:(010) 68326294

机工官博:weibo.com/cmp1952

(010) 88379203

教育服务网:www.cmpedu.com

封面防伪标均为盗版

金书网:www.golden-book.com

推荐语

★ 本书是作者依据多年的股权激励工作经验撰写而成，对目前的股权激励现状做了深入地思考与研究，用独特的视角，对股权激励的方法、技巧和经验与读者分享，堪称经典。知易行难，愿本书可以助力落地。

——蔡方方 中国平安执行董事、首席人力资源官

★ 现代企业要实现飞腾一定要先学会分享，你只有学会分享了才会有更多的人加入进来，只有学会分享了才会有更多的人帮助你圆梦！

——范丽萍 唯品会副总裁

★ 单打独斗的时代已成过去，如今，我们要学会将资源、智慧、资本三资（智）融为一体，我为您用，您为我用，相互利用，虎狼结亲，赢得共赢，股权激励无疑在整合资源、智慧、资本中是重要的桥梁和纽带。

——李华新 太平洋建设集团董事、副总裁

★ 员工激励是一门艺术，而股权激励是这门艺术中的精彩体现，管理者掌握好怎样启动员工动力的激励艺术，就会走向成功的彼岸。

——刘容 时尚集团副总裁

★ 赚小钱靠个人，成大业靠团队，优秀企业的成功并不是做大了之后才做股权激励的，而是通过股权激励一步步把事业做大的！通过股权激励把个人的梦想变成全体员工的梦想是企业成长过程中必须做的一件大事，是企业成长过程中最重要的一次变革！

——裴启迪 迪信通副总裁

★ 股权激励不是给特定的人确定的数量，而是建机制、定标准，也就是说股权激励并不是一种简单的面向特定员工的激励计划，而是要建立一种价值分配机制以及确定切实执行该机制的各种标准。

——曲国安 顾家集团副总裁

★ 自瓦特工业革命开启的左脑时代后，当下正快速穿越至人工智能引领并推

动的右脑时代。面对全新时代特征，企业与员工如何实现共鸣、共振、共情、共赢？面对这一课题，本书做了诸多有益探索，不仅有效总结了过往的历史实践，也对企业股权激励当下的热点领域及操作方式进行了深度解析。

——谭亮 GE 中国首席学习官兼克劳顿校长

★ 这是一本关于融资、荣智、融人的书，最终的落脚点还是在人力资源管理上，通过股权激励机制的设计，让优秀人才与企业一起发展前行，这是企业做强做大的永续动力！

——王博 探路者副总裁

★ 股权激励作为一种充满诱惑力的企业财富再分配方式，一直受到开明老板的重视。这是因为股权激励实际上是一门“聚财”的艺术：看似散财，实则聚财。只有“散”才能更好地实现“聚”，最后多赢。

——王永峰 正邦集团人力资源副总裁

★ 企，始于人亦止于人。用人，用好他/她的长处和激发他/她的潜能。通过股权激励机制，让更多的优秀人才与你共同前行。管人—管心，这是人力资源管理的最高境界，也是企业发展的必由之路！

——文宏芳 正威集团副总裁

★ 股权是每个企业必须面对的事，不论是大众创业还是企业创新，立足股权的视角，发掘股权的力量，研究股权创新，对于企业的发展来说都有至关重要的作用。

——许芳 TCL 集团副总裁

★ 股权激励知易行难，即说起来容易做起来却十分困难，它需要企业家外在立身、内在立心，有海纳百川的宽广胸怀，有大格局、大智慧。

——曾力 中兴通讯人力资源副总裁

★ 企业最大的资产是员工的智慧资产，而员工在一个企业看到了希望并有了奋斗目标才能更好的奉献出他的智慧财产。企业要用股权激励留住核心人才，并用企业的文化和感召力来汇聚人才。

——张如国 新东方人力资源副总裁

注：以上按姓氏拼音排序，不分先后。

推荐序

据美国《财富》杂志报道，美国中小企业平均寿命不到7年，大企业平均寿命不足40年。而中国，中小企业的平均寿命仅2.5年，集团企业的平均寿命仅7~8年。美国每年倒闭的企业约10万家，而中国有100万家，是美国的10倍。中国的企业不仅生命周期短，能做强做大的企业更是寥寥无几。

中国企业发展的短期效应确实令人扼腕叹息，那么，有什么办法能避免国内企业的“短命”从而走向成功呢？股权激励应该是一个好办法。股权激励作为一种制度创新，近年来在国内得到了广泛的宣传，势头火热，经常看到上市公司高管频频套现而成为千万甚至亿万富翁的情况，股权激励的创富效应得到了媒体和社会的高度关注，股权激励的实施在企业中有日渐普及的趋势。

国内外都有一群更有前瞻性的创业者，他们本来可以把企业作为家族私有，却为了做的规模更大，也为了和打拼的兄弟们一起享受胜利的成果，刻意地把自己的股权消弱，甚至成了小股东，将企业交于职业经理人打理，最后企业没有因为创始人股权的变动而减弱，反而越做越大。因为大家都意识到，现在不再是替老板挣钱了，而是在为自己工作，打造自己的前程，所以能够激发出来惊人的主观能动性和创新力。

在一些发达国家，全员持股的企业屡见不鲜，比如微软，作为当今世界最伟大的公司之一，它的崛起并不仅仅是因为技术、运气或人际关系，而是得益于股票期权这种“价差式”激励工具的巨大推动力。随着经济全球一体化的推进，西方的股权激励理念已经逐渐影响到中国，像阿里、腾讯、小米等也都拿出了很多股权给核心骨干人员。华为有十几万名员工，有分红权的大概占一半，在过去20多年里，任正非的股权也稀释到1.4%了，员工持股会才是大股东。现在很多互联网公司一开始融资，就有了股权激励计划，投资人跟创始人一起协商，拿出多少股权来给高管层和员工层。将来的公司机制里，只有将股权激励进行得越彻底的企业，才有机会在激烈的竞争中立于不败之地。阿里巴巴之所以能够成为中国互联网的传奇，主要原因之一就在于马云对股权激励的深刻理解和恰当运用。因为持有阿里股权7%

的阿里巴巴董事局主席马云坚信，只有股权分散，“其他股东和员工才更有信心和干劲”。

总之，企业要建立“以人为本、按能分配”的股权激励体系，实现人力资源的资本化，就一定要深刻领悟股权激励之道，警惕股权激励的两面性，规避相应的风险。这便是张坤撰写此书的缘起与目的。张坤拥有多年的股权激励运作经验，对国内外的股权激励理论与现状做了深入地思考与研究，用自己独特的视角，对股权激励的方法、技巧和经验进行详细阐述，以便给从事该领域的人士以及拟实施股权激励制度的企业提供有价值的参考。

如果中国的企业家都具有博大的胸怀，都具有公平的精神和分享的勇气，将股权激励作为实现企业内部分配公平、使员工分享企业成长利润的科学制度，则股权激励必能为企业插上腾飞的翅膀，使得企业能够快速持续地发展，最终达成股东、经营者和员工多赢的局面。

杨伟国

中国人民大学劳动人事学院院长、教授、博士生导师

2017年9月

前 言

股权激励就像一股旋风席卷而来，在企业中掀起不小的波澜，天天忙于经营的企业家们大多数都不知道该何去何从。做还是不做？什么时候做？都有哪些潜在的风险和问题？对这些问题并没有做深入的研究。其实股权激励是一门很好的激励艺术，近 20 年来在世界范围内得到了广泛推行和迅猛发展，全球 500 强中已有超过 85% 的企业对高层管理者实施了股权激励，并取得了良好效果。

企业为了吸引人才、留住人才，充分挖掘人才的价值潜力而采取各种各样的激励措施与手段。在这些措施和手段中，唯有股权激励越来越受到企业的重视，有更多的企业越来越倾向于采用股权激励。实施股权激励的目的是激励经理人和骨干员工的斗志，使被激励人在激励期间更加努力地工作，鼓励他们为企业的目标而齐心协力、共同奋斗；其手段是将企业的利益和激励对象的利益进行捆绑，使两者的利益追求尽可能趋于一致。股权激励作为一种制度创新，近年来在国内得到了广泛的宣传和认可，已成为很多企业的“标配”，股权激励的创富效应得到了媒体的高度关注，股权激励的手段也被越来越多的企业所采用。

股权激励在国内的发展时间并不长，在很长的一段时间里，企业老板还停留在“一股独大”的传统思维中，所以老板不敢授股权于员工，担心公司控制权旁落他人，从而引发企业的整体效率低下、核心员工流失等一系列重大问题。对于企业面临的亟待解决的问题，老板如果选择适当的股权激励，定会收到意想不到的效果。

股权激励作为一种充满诱惑力的企业财富再分配方式，一直受到开明老板的重视。这是因为股权激励实际上是一门“聚财”的艺术，看似散财，实则聚财，只有“散”才能更好地实现“聚”，最后双方皆大欢喜。

那么，企业如何有效地实施股权激励，取得良好的效果呢？本书将告诉你答案。笔者依据多年的股权激励实操经验，对目前的股权激励做了深入的研究，并与读者分享其方法、技巧和经验，以供企业家及人力资源同仁参考和选择。

笔者在撰写此书的过程中，尽量突出股权激励的实用性、全面性、可读性，理论与实践相结合。本书共分为8章，以丰富的企业股权运作案例，从激励员工、吸引优质人才和整合资源、让企业与上下游价值链、投资者、竞争者形成战略同盟等主旨内容出发，多角度地进行详细阐述，从而实现借力股权突破企业发展瓶颈、成功转型的目的。

相信通过本书的引导，企业能够与自身实际情况相结合，制定适用的股权激励方案，形成利益共享、风险共担的企业激励机制，做大企业这个“蛋糕”。让股权激励为现代企业插上腾飞的翅膀，促使其快速持续地发展壮大，最终形成股东、经营者和员工多赢的局面。

目 录

推荐语

推荐序

前言

第1章 实施股权激励，管理者必备的管理智慧	001
-----------------------------	-----

1.1 工欲善其事，必先利其器	001
-----------------------	-----

1.2 企业经营哲学与股权激励	010
-----------------------	-----

1.3 分享精神，“各得其宜”而不是“各得其所”	017
--------------------------------	-----

1.4 “渡人如渡己”	023
-------------------	-----

第2章 顶层设计，不同阶段的企业股权激励方法	027
------------------------------	-----

2.1 创业期：初创企业成立后要做的第一件事	027
------------------------------	-----

2.2 成长期：中小民营企业的股权激励让内部裂变到快速成长	036
-------------------------------------	-----

2.3 拟上市：拟上市企业的股权激励助力企业腾飞	040
--------------------------------	-----

2.4 新三板时期：股权激励，准备突围	044
---------------------------	-----

2.5 上市期：上市公司的股权激励炼成术	051
----------------------------	-----

第3章 股权激励的系统理论	056
---------------------	-----

3.1 内涵：到底什么是股权激励	056
------------------------	-----

3.2 模式：股权激励策略，做好长远规划	060
----------------------------	-----

3.3 方案：股权激励计划的实施流程	065
--------------------------	-----

3.4 工具：股权激励实施工具	073
-----------------------	-----

3.5 落地：股权激励整体解决方案	078
-------------------------	-----

3.6 评估：股权激励计划的业绩评价设计	092
----------------------------	-----

3.7 管控：股权激励的会计、法律处理及陷阱	095
------------------------------	-----

第 4 章 解决股权激励的 7 大关键问题 102

4.1 动力问题：让被激励者尝到甜头 102

4.2 协调问题：建立股权激励协调机制很有必要 105

4.3 执行问题：股权激励执行的 5 个方法 108

4.4 持续问题：干股 + 实股 + 股份期权，确保股权持续 111

4.5 分配问题：股权激励到底应该给谁 114

4.6 定价问题：分层次定价要慎重 118

4.7 退出问题：挑选合适的退出时间 122

第 5 章 激活个体，让企业内部员工成为事业合伙人 128

5.1 渐进式激励法：持续激励核心高管 128

5.2 延迟分红激励：让职业经理人充满工作激情 129

5.3 在职分红：对岗激励而不是对人 131

5.4 人才培养激励：用虚拟股份培养人才 134

5.5 身股创新激励：让员工关注企业需求 137

5.6 “金色降落伞”：让老员工功成身退 139

第 6 章 整合资源，让企业外部力量形成联盟 142

6.1 经销商：成为企业的分公司 142

6.2 供应商、终端店：股权的小船不会翻 145

6.3 连锁门店：高效管控，店长带头 147

6.4 竞争者：打造行业巨无霸 151

6.5 销售：股权也可以当产品来卖 153

第 7 章 借助资本，实现企业腾飞发展 155

7.1 股权融资：解决企业资金难题 155

7.2 股权质押：让债务融资更顺畅 157

7.3 增资扩股：增加企业流动资金 160

7.4 股权投资：实现企业上市目标 166

7.5 私募股权：助企业快速抢跑 168

7.6 兼并与收购：实现跨越式发展 171

7.7	股权并购：攫取超高利润	173
7.8	上市：让股权投资者安全“着陆”	175
7.9	股份回购：解决股东退出问题	178
第8章	股权赢天下，共创股权新时代	184
8.1	放股权，不强调一股独占	184
8.2	把权利关进法律的笼子里	188
8.3	共赢，“股权释兵权”	191
8.4	复制更多的老板	194
8.5	自组织，向“公司”告别	196
8.6	股权创新才是终极共创	201
8.7	开启“全民股东”新时代	203
附录：	股权激励相关范本与法规	209
1.	《股权激励制度管理办法范本》	209
2.	《股权激励计划协议书范本》	214
3.	《上市公司股权激励管理办法》	218
4.	关于印发《国有控股上市公司（境内）实施股权激励试行办法》的通知	231
5.	关于印发《国有控股上市公司（境外）实施股权激励试行办法》的通知	240
6.	关于规范国有控股上市公司实施股权激励制度有关问题的通知	246
7.	关于国有高新技术企业开展股权激励试点工作的指导意见	251
后记：	赚钱之前，先谈分钱	255
记者手记：	重用自己，上不封顶	268

第 1 章

实施股权激励，管理者必备的管理智慧

经营企业就是经营人心，一个好的股权激励方案，可以起到既能有效激励员工，又能有效聚拢人心的作用，这需要管理者一定要具备企业管理的大智慧。

本章导读

- 工欲善其事，必先利其器。
- 企业经营哲学与股权激励。
- 分享精神，“各得其宜”而不是“各得其所”。
- “渡人如渡己。”

1.1 工欲善其事，必先利其器

1.1.1 改变观念，更新思维

所有的企业管理者都希望员工对工作抱有积极热情、认真负责的态度。企业只有拥有这样的员工才会让企业不断发展进步。富有激情的员工会感染其身边的每一个人，使事态向好的方向发展。工作热情是一种积极向上的态度，是一种高尚珍贵的精神，是对工作的执着、喜爱和热衷，是一种强大的力量，推动着人们不断向前进，使人有能力去解决遇到的一切问题。

然而有许许多多管理者常常苦恼：员工为什么总是那么马马虎虎、敷衍了事？为什么总是偷懒？为什么不能目光长远、以大局为重？……太多的为什么，让管理者无法理解。最后，他们终于找到这样一个办法：激励。管理是一门艺术，而激励



是这门艺术中的艺术。管理者的重要天职就是提高每位员工的工作积极性以及挖掘他们的潜能。无数实践证明，善于激励的管理者通常更容易获得成功。管理者必须明白，员工管理不是简单集合在一起就能发挥作用，因为十个零加在一起的结果还是零。管理者必须掌握怎样启动员工动力的激励艺术，才能够获得成功。

如果企业的管理者能够改变观念、更新思维、恰当地运用股权激励，那么一定会收到不一样的效果。股权激励是公司股票、股份或股票与股份的增值权，以某种方式授予企业的技术骨干和高层管理人员，使他们能够分享企业成长所带来的好处的一种制度安排。

管理者使用股权激励的方式，恰恰可以弥补传统管理方法和激励手段的不足。在管理理念上，它通过雇员对股权的拥有使雇主与雇员的关系由原来简单的雇佣与交换关系变为平等的合作伙伴关系；在激励与约束的方法上，它通过建立所有者与雇员之间在管理权、经营收益、所有权、企业价值以及事业成就等方面的分享机制，形成所有者、企业与雇员之间的利益共同体；在管理效果上，它变以外部激励为主为以雇员自身的内在激励为主，变以制度性的环境约束为主为以自律性的自我约束为主。股权激励有利于充分调整员工的工作积极性，为人力资本潜在价值的实现创造出无限的空间。

案例

新疆千面之王某加盟店是一家非常有影响力的美容美体连锁机构，旗下拥有3家美容美体中心。该加盟店的老板王总是记者出身，对美容行业没有深入的了解，也不会美容技术，更没有美容行业从业经验，只是听朋友说美容行业是朝阳产业，就毫不犹豫地投资开了这间美容美体中心，高薪招聘了几位经验丰富的美容人才，制定了具有竞争力的薪酬与激励机制。

然而在后续经营过程中，有几个有能力的美容师相继离职开美容院去了，给美容院造成了短期的服务人才短缺的困境，也大大影响了业绩。王总这才意识到了人才的重要性，并在专家的指导下引入股权激励机制，针对核心员工，先从店长开始，实行股权激励，鼓励以实资入股，美容院再赠送部分股份。实施后，不仅店长等核心员工稳住了，团队凝聚力和战斗力也大大提高，而且还开了2家分店，3家店的业绩蒸蒸日上，成了名副其实的美容业的明星企业。

由案例不难看出，股权激励是吸引和稳定核心人才的有效策略，也是提高团队凝聚力和绩效的利器，做好股权激励是美容院永续经营的必由之路。但要做好股权激励，美容院老板还必须具备以下三种心态：

1. 舍得的心态

一位专家说过，一个人要成功，离不开团队，要么组建一个团队，要么加入一个团队。一个人是难以成功的，这就是团队制胜的道理。美容院是以服务和技术为核心的经营组织，离不开店长、美容师等核心员工，要想让她们对美容院忠诚，愿意与美容院同呼吸共命运，就得用利益的链条把她们和美容院的命运连接起来，这就是股份制。而作为美容院老板，一定要有舍得的心态，有舍才有得，必须有接纳别人成为股东的胸怀，必须要有舍弃一部分利益的格局。

2. 多赢的心态

美容院老板不仅要有“舍”的心态，更要有“多赢”的心态，让你的店长和你的美容师都能因为在你的平台上，收入得以提高、能力得以提升、发展空间更大；要有希望她们都和你一样成为成功人士的心态；要有成就人的超前思维和理念。

3. 做强、做大的心态

很多美容院老板胸无大志，守着二亩三分地，小富即安，小家意识太过浓重，没有强烈的事业心，吸引不来优秀人才，留不住核心员工。无数鲜活的事例充分证明：胸无大志的老板越做越累，越做越没有信心，看不到前途和希望。因此，聪明的老板一定要有做强、做大的雄心，这样你的格局和心态就完全不一样了。

1.1.2 高瞻远瞩，大格局才有大作为

我们如何理解格局的含义？格局就是指一个人的胸襟、眼光、胆识等心理要素的内在布局。个人的发展往往受到局限，其实“局限”就是格局太小，为其所限。谋大事者必要布大局，对于人生这盘棋来说，我们首先要学习的不是技巧，而是如何布局。如果一个人的格局大了，未来的路才能更加宽阔。如果把人生当作一盘棋，那么人生的结局就由这盘棋的格局来决定的。如果你要想赢得人生这盘棋的胜利，关键在于如何把握住棋局。

案例

通用电气公司总裁杰克·韦尔奇的多元化经营理念无人能及，他改写了营销界对多元化经营的误判观念，他独一无二的眼界、视野和胸怀成就了他“世界第一CEO”的尊号和一个伟大的品牌。

在国内，比较早具有国际经营格局和国际品牌观的人当属张瑞敏。他在不足二十年的时间里，把海尔塑造成了一个知名的国际品牌。一切得益于海尔的领导者张瑞敏的经营格局和正确的品牌观。

大千世界，芸芸众生，不同的人有着不同的命运。能够左右我们命运的因素有很多，而人生的格局，是其中最为重要的因素之一。人生需要格局，你拥有怎样的格局，就会拥有怎样的命运。很多大人物之所以能够取得成功，是因为他们从自己还是小人物的时候就开始构筑人生的大格局。所谓大格局，就是拥有开放的心胸，可以容纳远大的理想，可以设立长远的目标，以战略的、全局的、发展的眼光来看待问题。对一个管理者来说，格局有多大，成就就有多大。那些想成就大业的人需要高瞻远瞩的视野和不计前嫌的胸怀，需要“活到老、学到老”的人生大格局。古今中外，概莫能外。大凡成就伟业者，无一不是一开始就从大处着眼，从内心出发，一步步构筑他们辉煌的人生大厦的。《财富》杂志主编吉夫科文曾经说过这样的人生格言：“企业家的格局决定企业的结局，企业家的高度决定企业的高度、远度。”在企业与企业家之间形成了千丝万缕的纽带之后，他们彼此影响而又彼此制约的因素便落实在了成长历程的各个阶段。领导者的格局以其宽广的心胸、开阔的眼界、未雨绸缪的坚定越过企业成功路上的每一次障碍，终究会伴着企业的发展鹤立于激烈的市场竞争之中。

案例

如果论起企业家的人格魅力，最具代表性的就当属苹果公司联合创始人史蒂夫·乔布斯了。2011年，乔布斯因胰腺癌并发症逝世，他的人格魅力影响了世界各国的人们。苹果公司现任CEO蒂姆·库克是这样评价乔布斯的：“乔布斯的影响力无人可以取代，希望苹果的工人们铭记乔布斯所创造出的产品，并将这种精神延续下去。乔布斯的眼界远超他所生活的年代，他所创造出的价值也一直伴随在苹果公司

以及我们的左右。苹果公司目前研究的很多想法和项目都是在乔布斯去世后启动的，但是乔布斯对这些项目以及所有人的影响无人可以取代。”

库克的评价是非常客观的，乔布斯的格局并非常人所能及。乔布斯曾经质问百事公司副总裁约翰·斯卡利：“你是想卖一辈子糖水呢，还是想抓住机会来改变世界？”这句问话后来在全世界的科技领域广为传颂。越来越多的人开始努力复制乔布斯的成功案例，数不胜数的作家开始杜撰他的人物传记，乔粉儿们深刻挖掘着他看似矛盾的两大特质：“永远的好奇”与“狂热的专注”之间的必然联系……是的，乔布斯的格局和魅力，帮他也帮苹果公司赢得了所有的一切。

知易行难，外在立身、内在立心的对企业领导者的苛刻要求似乎并不是轻易能够把握得好的。当企业家通过各种努力实现企业的发展时，其内心的强大已经清晰可见。但不容忽视的是，在实现物质条件的追求和满足的同时，很多企业家却忽略了自己的心智模式，模糊了内心深处真切的渴望和永无止境的追求。

随着企业的发展，企业家在不同空间和时间上对同一事情的审视程度也是不同的。善于将视野放得长远者，自然比那些急于求成却准备不充分的人拥有更充裕的时间和精力，这样一来，很多复杂的事情也就变得简单而流程化，格局自然也就比一般人大得多。

大格局是一种深度、一种品性、一种境界、一种智慧、一种姿态，它预示着成功者平凡的谦逊必定会演变为亘古的光芒。那么，何为格局之“大”？

大格局者宽胸襟阔、掌控局势，思路清晰、度势审时，善于授权、用人不疑；大格局者大事小做、心气平和，琐事简做、惠风如畅；大格局者懂得分权放手，任有能者多劳多得、有德者名利兼得；大格局者善于调控，目有形势胸有略，缓行悠履静有度；大格局者适度而忙，大事急事分内其所，小事缓事搁浅不躲。

老子《道德经》中称大格局者“不知有之”和“亲而誉之”。在中国的企业中，也有许多管理者能够引领行业、并进潮流，精准把握时代脉搏，走向成功。在这个大众创业、万众创新的时代，企业的发展除了需要充足的资金和广阔的行业前景之外，企业家的发展理念、思维模式、价值格局均有着强大的影响和作用。创新是这个时代的主题，足够的格局是企业家管理企业的利器，是带动整个企业前行的影响力，是海纳百川的宽广胸怀和大气凛然、以身作则的人格魅力。