

ザ・プロフェッショナル

专家要控制感情，并靠理性而行动。他们不仅具备较强的专业知识和技能以及伦理观念，而且无一例外地以顾客为第一位，具有永不厌倦的好奇心和进取心，严格遵守纪律。以上条件全部具备的人才，我才把他们称为专家。

专业 21 世纪你唯一的生存之道 [日] 大前研一 著

专业主义



中信出版社

ザ・プロフェッショナル



专业主义

「日」大前研一 著

裴立杰 译

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

专业主义/[日]大前研一著;裴立杰译.-北京:中信出版社,2006.6

书名原文: The Professionalism

ISBN 7-5086-0637-X

I. 专… II. ①大… ②裴… III. 人事管理-研究-日本 IV. D731.333

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第036922号

The Professionalism by Kenichi Ohmae

Copyright © 2005 by Kenichi Ohmae

Original Japanese edition published by Diamond Inc.

Chinese simplified character translation rights arranged with Diamond Inc.
through Shin Won Agency Co.,

Chinese simplified character translation rights © 2006 by China CITIC Press

ALL RIGHTS RESERVED.

专业主义

ZHUANYE ZHUYI

著 者: [日]大前研一

译 者: 裴立杰

策 划 者: 中信出版社策划中心

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 **印 张:** 8.75 **字 数:** 120 千字

版 次: 2006年6月第1版 **印 次:** 2006年6月第1次印刷

京权图字: 01-2006-0486

书 号: ISBN 7-5086-0637-X/F · 1025

定 价: 28.00 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:010-85322521

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

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

导 读

任何人都可以成为企业家

姜汝祥 北京锡恩企业管理顾问有限公司总经理

在亚洲，真正称得上管理学家，真正对企业管理思想有贡献的，大概就只有大前研一了。这不仅是因为亚洲优秀公司的崛起，也就是70年代之后的事，而且在于日本与韩国都是重经验轻逻辑的国家，当日本、韩国公司在国际上异军突起的时候，这两个国家的企业家，并不相信什么商学院，甚至直到今天，日本、韩国也没有什么像样的商学院。这与今天中国企业家热衷于EMBA形成了鲜明的对比。

但大前研一是个例外，我在美国哥伦比亚大学商学院学习的时候，就听教授说，日本企业家很尊重一个名叫大前研一的管理专家，他也是唯一赢得西方企业家与管理学界尊重的亚洲专家。

他的优秀不仅在于他精通西方管理理论，因为他本身就是麦肯锡公司的咨询专家，更在于他是真正懂亚洲企业特殊性的管理专家，从这个意义而言，他更像一个有着社会学家视野的管理学家。

我的导师是一位研究日本企业的世界知名的专家，我能够从她的眼神中感受到她对这位叫大前研一的专家的尊重。我相信，如果你读了这本《专业主义》，你就会懂这种尊重从何而来，因为我们这些中国大陆的读者，身处中国企业热火朝天的发展中，更加懂得这本书的深刻与价值所在。当大前研一强调“希波克拉底誓言”对于企业职业价值的意义时，我们仿佛又回到了SARS时期，多少医护人员在这个誓言下献出了生命？而当时，也恰恰正是红包在医院流行的时候。

当有一种誓言，让人从“红包世界”中重新唤起职业尊严，甚至有人为此献出生命的时候，我们仿佛也看到了中国企业的未来——我们多么渴望中国企业家与企业员工们也能够找到一种誓言，让他们信守诚信，让他们崇尚公平竞争，让他们永不放弃对客户价值的追求呀。

由此我们也就懂了这本书对于中国企业的现实意义。因为大

任何人都可以成为企业家

导读

前研一在对专家的定义中，强调的是，我们并不是因为专业技术成为专家，而是因为“向上帝发誓，以此为职业”——把顾客作为出发点，而成为专家，所以，人人皆可以成为专家！

就是说，专家是以专业为前提的，而专业是以业为前提，而不是以专为前提。什么是业？我们常说“成家立业”，在这里“业”指的是某种成就或结果。比如，做事是为了立“业”，所以叫事业。事在前，业在后，做事如果无业（没有结果），就等于白做。同样，行业，也是行在前，业在后，但如果某一行不出结果，即无“业”，这个行业就不再存在。

既然专业强调的“专”是为顾客创造价值，为顾客创造价值就是业，那么把客户价值当成前提，就使业绩获得了独立——业绩价值并不因为老板的不同而不同，无论谁是老板，创造的业绩都是由市场制度与客户决定的。

这种独立性是现代职业经理人的根本支柱。所谓职业经理人，就是以市场制度与客户价值为行动准则，通过管理创造价值的那一群人。如果没有市场制度与客户价值的独立性，就不可能有职业经理人的独立性，这是为什么职业经理人宁可冒着被老板开除

的风险，也要誓死遵循商业规则与捍卫商业道德的原因。

由此看来，在现代商业文明中的专业、敬业、职业等概念里，“业”是根本。我们从大前研一对日本的分析中可以看到，日本不具备“现代职业”传统；中国同样也不具备。传统中国社会是一个小农经济为主体的社会，小农经济最大的特点就是没有社会分工，大家守住一亩三分地，各做各的，老死不相往来。据说，有中国人曾经迁移到寒冷的某个岛上，以打鱼为生，但他们总要在山上敲开坚硬的冰层撒下种子，看是否能种出点什么，由此可见农业文化的强大。

既然没有分工，也就没有大范围或大规模的交易，有的只是自给自足。在一个自给自足的环境中，“业”没什么固定的规则，没规则，就只好用道德调节。

中国文化这种对职业的定义，与现代商业文化的定义有着本质的不同。现代商业文明中，业是清楚的，是第一位的，这才有对事（业）不对人（职）。而在传统中国文化中，业不清楚，但人却是清楚的，这就是权谋思想的来源：对人不对事，没有一个客观的标准，那就只好用道德或权谋来调节。这就是为什么即使

是今天充分竞争的市场，仍然有相当多的中国企业家在管理中，把“专”放在第一，把“业”放在第二。因为在他们看来，没有对个人的忠诚，“专”就毫无意义。所以，我们大可怀疑目前相当一批强调以“德”治理公司的企业家，他们对德的解释多半就是对他的忠诚。

所以，在接触了太多企业家的造神运动之后，我提出了一个概念，叫“企业家第一推动”。企业家的自我革命，是“上帝之手”，是企业职业化的第一推动力。但难也就难在这里，你要企业家革别人的命，这不难，但革自己的命，那就难了。可做企业如同跑马拉松，哪一个优秀运动员不是赢在对自己极限的突破上呢。

所以，我宁愿大家把我这段提醒，作为研读大前研一这本书的一个注解，这样你会发现这位天才管理思想的智慧，对我们今天的企业有着莫大的帮助。比如当我读到，他强调没有纪律前提下的管理教育是无用的教育，我就对目前企业家们热衷EMBA现象有了新的认识。

如果这种认识让我们对中国企业的未来感到悲观，那我们也

能够从大前研一的预言中找到安慰——“任何人都能成为专家。”是呀，既然人人皆可以为专家，那么，我们为什么不可以预言“任何人都可以成为企业家”呢？

这个预言至少使我们不再相信那些当红企业家的总结，因为我们知道了决定成败的不是权势金钱，而是“业”——现实中活生生的客户价值！

现在的书太多了，真的是看不过来。如果你今年下决心只读一本书，那就是这本吧，我个人的建议！

前 言

预言将自我实现

我想做出这样的预言：“专家阶层的势力迟早会增强，并动摇日本的产业界。”

在职业化的时代，资本主义越来越纯粹，自由竞争越来越健全，真正拥有实力的人越来越受到推崇。企业家无处不在，他们根据问题、情况和优先顺序，利用知识与技能解决问题。努力钻研、力求在更高水平上解决问题的专家不断增多，这正如电脑处理信息的能力在不断提高一般。如今，这样的时代正在到来。

各位读者，你们听说过“预言的自我实现”这种说法吗？这是美国社会学家罗伯特·K·默顿提出的一个概念，他是罗伯特·C·默顿的父亲。罗伯特·C·默顿曾经与迈伦·斯科尔斯共同获得诺贝尔经济学奖，是1998年破产的投机性投资集团——美

国长期资本管理公司（LTCM）的创始人之一。这种说法指的是以没有确凿证据的预言为契机，唤起一种新的行动，这种行动最终使起初的预言变为现实。基于此，我做出了文章开头的预言。

被称为“专家”的这个社会阶层并非与生俱来，而是由真正拥有实力的人们组成的。我之所以做出这样的预言，是因为我非常希望这个社会阶层的势力增强，能够有越来越多的人才挣脱羁绊，提高效率，为21世纪的日本开辟道路。

例如，参议院准备在日本国会召开第162次定期会议时通过邮政民营化法案，自民党的执行部门要求各家媒体“审议还没有结束，请不要报道说‘难以通过’”。正如他们所担心的那样，“难以通过”的预言最终实现，对此人们依然记忆犹新。

众所周知，我一直毫不客气、锋芒毕露地表明自己的意见，被认为“蛮不讲理”或“性情乖僻”。为此，那些旧秩序的守护者多次批评我说：“你那么说，真的就会变成那样。”的确如此，回顾过去的1/4个世纪，尽管并非百分之百准确，但我的发言与构想有不少都变成了现实。

但本书写作的目的并不在于做出预言，而在于强调培养专家

的方法。我从对专家的体会谈起，对成为专家的理性的平台（基本条件）做出详细的论述。因此，不要期待着我会告诉大家如何成为专家。不经过思考便想成为专家，这不是专家应具备的态度。这方面的学习当然必不可少，但真正的专家首先要理解专家的基本条件，然后再去思考如何成为专家。

因此，我在归纳总结本书时，对当时自己连载于《哈佛商业评论》上的文章内容产生了怀疑。最终我重新确定了写作的理念，删掉了大部分内容。

我以前是一名核工业工程师，进入从事经营咨询的麦肯锡公司工作，也许是缘分所致。然而，我没有上过商学院，仅仅学习过科学方面的知识，作为一名商务专家，只能靠自己独创的一套，在不断失败中摸索。因此，我希望通过本书，向此后肩负日本社会重任的各位商务专家介绍自己成长过程中的体验，也就是专家所要求的最低限度的思考方式。不过请大家切记，一定要用自己的头脑思考，而不要囫囵吞枣地阅读我的文字。

本书的底稿是2004年7月开始连载于《哈佛商业评论》的文章。在三四十岁的那段异常忙碌的岁月里，我经常阅读这本杂志

的英文版。因为我的大部分客户都阅读这本杂志，我想与他们就杂志中出现的见解和组织框架进行一番讨论。既然是商务专家，那么不熟读《哈佛商业评论》恐怕不太合适。在熟读这本杂志的基础上，还可以发表文章，与那些作者就某些观点相互切磋。事实上，与其按照杂志上所写的内容进行“空拳攻防练习”，倒不如实际参加拳击比赛，或怀疑，或反驳，或颌首，这样做将更有意义。

最后，我再提出一个预言，那就是：“任何人都能成为专家。”

全国书业巨擘联合推荐

(按姓氏拼音排序)

国家与国家之间比综合国力，人才与人才之间比专业能力，这是每一个职场人士的生存之道！

——**蔡国诚** 上海东方发行代理有限公司 总经理

上至企业高管，下至普通上班族，缺乏专业精神与技能是无法成就一番事业的。《专业主义》不啻为所有职业人士的成功手册。

——**陈定方** 广东学而忧图书文化发展有限公司 总经理

国际出版业的发展历史证明，任何大的出版集团都不可能垄断任何国家的出版市场，随着网上销售的出现，中小型出版社的活动空间依然很大。如果出版社能走出一条有专业特色的出版之路，及时把握时代的节奏，提升品牌价值，就依然会拥有可观的市场空间。

——**陈锦涛** 深圳市发行集团公司 总经理

只要掌握了正确的方法，你也可以成为专家。从现在开始培养自己的先见能力、构思能力、讨论能力、适应矛盾的能力，你就能成为一流的专业人才。

——**陈阳** 哈尔滨学府书店 总经理

21世纪最需要的是什么？人才！人才最需要的是什么？专业！

——**胡小军** 江苏新华发行集团图书公司 经理

在专业化的年代，我们只需要把我们的需求分解成不同的环节，再在市场上寻找把这些环节做得最专业的公司即可。

——**黄思铭** 广东新华发行集团股份有限公司 总经理

大前研一在书中告诫那些功利的职业人士切勿轻率而盲目地追求所谓的职业窍门。这种企图一蹴而就的功利性职业心态是一个专业人士最最忌讳的。显然,学习是不可避免的,真正的专业性首先是敢于大胆质疑那些所谓的方方法论。

——江海燕 广州购书中心有限公司 副总经理

“竞争力的体现是拥有众多的掌握专业知识的人才”,想拥有专业知识人才,《专业主义》这本书值得一读。

——金琳 浙江省新华书店集团有限公司 副总经理

管理者常感叹“人才太少”,言下之意往往是“不够专业”。如何培养具有专业精神与技能的一流人才?本书可引为镜鉴。

——靳小文 山西西雅书店有限公司 总经理

很多人对于“专业”心存误解,认为“专家”与己无关。其实,惟有专业才能成就事业,人人都可以成为专家。

——阙敏 当当网图书事业部 总经理

每个企业的领导者都声称自己一定要成为“领域内的专家”,而他们所称的“专家”(specialist)具有狭隘的专业性的意味,迥异于大前研一在本书中所提出的专家(professionalist)。这个视角是颇为睿智的。

——李兵 武汉新华书店股份有限公司 总经理

在本书中,大前研一先生深入浅出地剖析了专业人士必须具备的四种能力,令人受益匪浅。知易行难,专家的修炼任重道远。

——李桂云 辽宁北方出版物配送有限公司 总经理

专业是企业与个人成败的关键。既专业,又敬业,这样的人才能在职场中脱颖而出。

——李勇 昆明新知图书城有限责任公司 总经理

大前研一先生的“专业主义”,也将成为自我实现的预言,成为21世纪纵横管理界的真理!

——李忠钰 天津图书大厦 副总经理

在西方管理大师的著述充斥图书市场时,来自东方的管理大师大前研一先生推出了最新力作《专业主义》,书中提出的思考与建议发人深思,值得借鉴。

——林琳 海南省新华书店批销中心 副总经理

拥有具备一流专业素养的人才,企业就拥有了独步世界舞台的利器。本书为所有企业管理者提供了辨识人才的透镜。

——林义良 福州市新华书店 总经理

一流的企业必然是专业化的企业，一流的人才必然是专家级人才。

——刘冰凌 文德广运发行有限公司采购部 经理

2006年最值得一读的一本书！

——刘景明 广州市新华书店集团有限公司 总经理

专业主义让我们看到了这样一群具有职业精神的专家：他们全身浸透着职业化特性，讨厌马马虎虎的工作。他们对工作一如既往地勤勤恳恳，即使年事已高，也要亲临一线，即使报酬微薄，也会尽心竭力。最重要的是，他们无一例外地以顾客为第一位、具有永不厌倦的好奇心和进取心。

——刘森 东莞永正购书中心有限公司 副总经理

这本书在日本一直稳居排行榜之首，台译本上市仅一个月销售就超过5万册，这吸引我关注这本书。细读之下觉得名至实归。专业精神是当今最值得提倡的，大前在书中的诠释可以给人以很多启示，他所指出的专业人才必须具备的四种能力，职场人士都应该自觉地去培养！

——刘秀云 卓越网图书 产品总监

实际上，专业主义不仅仅适用于经济管理领域，而且同样适用于公共行政领域，也就是说公共行政人员应该以一种专业的态度，运用专业的技能，致力于培养行政能力和建立公共标准，从而实现最广泛的公共利益。

——龙挺 湖南弘道文化传播有限公司 总经理

大前研一指出，全世界范围内正在引发一股企业猝死风潮，很多曾经辉煌的优秀企业由于未能及时转变商业模式，在新的数码革命浪潮中轰然倒塌。其实专业与否也是中国企业与世界500强之间的主要差距。

——龙晓君 湖北新华书业文化股份有限公司 总经理

惟有专业才能开创蓝海，才能创新。《专业主义》为在创新之路上求索的职业人士指明了成功之道。

——曲柏龙 大庆市新华书店 总经理

专业人士是企业发展的催化剂，有了这样的人才，企业才能实现从优秀到卓越的跨越。

——宋保安 河南省新华书店郑州市店 总经理

这本书对于当代中国社会和企业界具有重大的启发和指导价值。我们需要的不是拥有各种徒有虚名的资格证书的“人才”，而是那些在实践中努力学习和改进自己的技能，并把这种经验传授给他人的“专业主义”人才。

——孙池 厦门市光合作用文化传播有限公司 总经理

专业是现今所有企业及个人的核心竞争力所在。培养专业素养，是可以受益终身的事情。

——**汤静芬** 北京市新华书店首都发行所采购中心 经理

大前研一先生的这本书无疑将在2006年掀起一股强劲的专业主义热潮！

——**唐代伟** 陕西嘉江汉唐书城 总经理

在生产日益精细化的时代，掌握专业技能的优秀人才业已成为一种稀缺资源。《专业主义》应时之需，是所有渴望觅得贤才的企业管理者不可不读的经典著述。

——**唐辉** 新疆维吾尔自治区新华书店批销中心 总经理

大前研一堪称与德鲁克齐名的世界级管理大师，他的智慧会让每个人受益匪浅。

——**滕家富** 北京图书大厦有限责任公司 总经理

《经济学人》评出的五位全球管理大师，大前研一位列其一，也是唯一一位东方管理大师。期待他的作品能给中国的读者带来全新的理念！

——**王常永** 中国图书团购网 总经理

专业是创新的基础，每个行业、每个人都需要！

——**王焕然** 安徽新华发行集团有限公司 副总经理、
安徽新华图书音像连锁有限公司 董事长

其实从20世纪80年代开始，美国公司已经进行产业拆分，开始专业化的过程了，这也是其经济历经风雨而始终不衰的重要原因之一。

——**王俊** 广东新华发行集团股份有限公司 副总经理

创新的基础就是专业，无论在哪个行业、无论是哪个人，都需要做到专业！

——**王庆** 四川新华文轩连锁股份有限公司 董事长

在近期管理学界一直关注的跨文化差异的讨论中，日本学者大前研一先生以一种振聋发聩的方式，将人们的视线吸引到了专业主义这个话题上来。

——**王新** 深圳市求实图书有限公司 总经理

东方管理大师的又一力作，专业主义，开辟21世纪的管理新视界！

——**吴风** 长春学人文化传播有限责任公司 总经理

真正的专家是任何领域和行业都需要的，这种需求在21世纪也将越来越强烈。这就要求当代管理者把握时代的脉搏，努力培养自己的“专业主义”精神！这本书将给所有的管理者带来意想不到的启发。

——**萧然** 贵州西西弗文化传播有限公司 总经理