

THE OZ PRINCIPLE

& THE WONDERFUL WIZARD OF OZ

# 奥芝法则

附：奥芝国的魔法师

[美国] 罗杰·康纳斯 汤姆·史密斯 克雷格·希克曼 著



凤凰出版传媒集团

译林出版社



让你充满力量的神奇法则

个人责任和企业责任的经典畅销书

# 奥芝法则

THE OZ PRINCIPLE

& THE WONDERFUL WIZARD OF OZ

■ [美国] 罗杰·康纳斯 汤姆·史密斯 克雷格·希克曼 著

■ 赵震 郭熙琳 译

OZ

附：奥芝国的魔法师

## 图书在版编目(CIP)数据

奥芝法则(附:奥芝国的魔法师)/(美)康纳斯(Connors, R.),  
(美)史密斯(Smith, T.), (美)希克曼(Hickman, C.)著;赵震,  
郭熙琳译. —南京:译林出版社, 2006. 11

书名原文: The OZ Principle

ISBN 7-80657-738-6

I. 奥... II. ①康... ②史... ③希... ④赵... ⑤郭... III.  
企业管理-美国-现代 IV. I712.45

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 132426 号

Copyright © 1994, 2004 by Roger Connors, Tom Smith, and Craig  
Hickman

This edition arranged with Penguin Group (USA) Inc. through Big  
Apple Tuttle-Mori Agency, Inc.

Simplified Chinese edition copyright © 2006 by Yilin Press

登记号 图字:10-2004-111号

书 名 奥芝法则(附:奥芝国的魔法师)  
作 者 [美国]罗杰·康纳斯 汤姆·史密斯 克雷格·希克曼  
译 者 赵 震 郭熙琳  
责任编辑 张远帆 陈 叶  
原文出版 Portfolio, 2004  
出版发行 凤凰出版传媒集团  
译林出版社(南京湖南路 47 号 210009)  
电子信箱 yilin@yilin.com  
网 址 <http://www.yilin.com>  
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>  
印 刷 高淳印刷股份有限公司  
开 本 880×1230 毫米 1/32  
印 张 11.375  
插 页 2  
字 数 267 千  
版 次 2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷  
书 号 ISBN 7-80657-738-6/F·1  
定 价 29.50 元  
译林版图书若有印装错误可向承印厂调换



这是来自奥芝国的神奇法则，是近年来最具影响力、最实用的商业理念之一。当工作遭遇瓶颈或环境发生改变时，您是不是常常视而不见、怨天尤人、推卸责任，坐等“魔法师”来改变这一切？本书从经典的童话故事《奥芝国的魔法师》（又名《绿野仙踪》）中获得启示，采取明确可行的步骤与法则，辅以激励人心的翔实案例和简洁实用的自我测评表，一步步教您如何摆脱“受害者循环”，**正视现实、承担责任、解决问题、采取行动**，从而掌控自己的际遇，并为组织带来成功。

《奥芝法则》推出十余年来，在世界各地受到了广泛欢迎，被众多大型企业的各级部门所采用，包括全面应用于高级管理层，是所有正在探索成功之道人士的必备宝典。

小女孩多萝西寻找奥芝魔法师的旅程，是人类永恒的觉醒之旅。

“奥芝法则”是激发人类潜能，让您充满力量，带您踏上成功之路的神奇法则。

如果您想了解更多“奥芝法则”的相关信息，  
请登陆网站：<http://www.ozprinciple.com>

此为试读，需要完整PDF请访问：[www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

“维克多·雨果曾经说过：‘有一件东西胜过全世界所有的军队，那就是应时而生的好点子。’《奥芝法则》就是一个可以改变美国企业、让我们为二十一世纪做好准备的好点子。”

——迈克·伊格尔

礼来制药公司(Eli Lilly and Company)全球生产副总裁

“《奥芝法则》以一种深刻而直接的方式探讨了责任这个复杂的话题。本书一一列出了建立责任感的方法，大大提高了企业行为的效果。我自己的亲身经历证明，运用《奥芝法则》的概念的确可以提高个人和全公司的业绩。”

——艾德·凡尼奥

雀巢普瑞纳宠物食品公司罐装食品部总经理

“《奥芝法则》使责任变得浅显易懂，使我们的效率明显提高了。我们公司不仅接受了其中的概念，还将达到成功线上的目标纳入了公司文化。最重要的是，《奥芝法则》能让任何一位新员工在最短的时间了解辉瑞普拉特制药，包括我们的文化和我们的团队工作方式。”

——迪克·瑞吉尔

辉瑞制药普拉特分公司培训发展部高级副总裁

“《奥芝法则》轻松易懂,内容实用。它的主题非常直接,以至于常常被人们所忽视……我们要完全负责实现目标。这一观点已经深入人心。”

——戴维·格里姆斯

美国电话电报公司(AT&T)销售副总裁

“这本书介绍的观点非常实用,是我们每天都要经历的。语言轻松活泼,仿佛是作者与你面对面地交谈。书中没有抽象的理论,但有许多可供借鉴的例子和方法。我们运用《奥芝法则》的观念,促使整个部门的员工朝着目标努力。这些观点的确是非常好的激励工具,拉近了管理层与普通员工之间的距离。”

——文森特·特瑞里斯

美国眼力健(Allergan)有限公司外科设备部副总裁

“《奥芝法则》可以激发你的潜力,让你换一种方式看待个人生活和工作经历。它的语言很容易借鉴,故事和启示意义也会引起你的共鸣。如果你接受了《奥芝法则》并对其中的观点加以运用,你就会改变自己的处事方式,更好地实现你期待的成果。”

——凯里·费顿

布林克尔国际公司(Brinker International)人力资源副总裁

“《奥芝法则》告诉我们如何形成一种紧迫感和责任感,促使每个级别的员工在完成自己使命的同时,还要抓住机会共同开发新的

解决方案。这在公司上下形成了一股巨大的力量。”

——金杰·格雷厄姆

艾米林制药有限公司 (Amylin Pharmaceuticals, Inc.)

总裁兼首席执行官

“它给我的工作和个人生活带来了非常持久的影响。在《奥芝法则》的影响下,我能更好地认清自己,更好地与他人进行沟通。”

——丹尼思·安蒂诺里

佳腾公司 (Guidant) 企业财务与销售运营高级副总裁

“一年到头,我们总是绞尽脑汁地想提高销售额,却很难成功。但参加了奥芝法则责任培训后,商店销售额马上提高了,而且在十一个月持续上升。我们遇到了不少困难,但整个团队始终保持在‘成功线上’,牢牢盯准了年终预算这个目标。”

——肯尼斯·怀特

史密斯食品药品公司 (Smith's Food and Drug) 总裁

“一本见解深刻、揭示并分析个人和企业成功秘诀的好书。”

——约瑟夫·A. 坎农

日内瓦钢铁公司董事长兼首席执行官

“它用黄砖砸碎了老掉牙的‘我是受害者’的借口。这是一份重建责任感、个人成功和企业活力的计划书。”

——保罗·R. 特里姆博士

布里汉杨大学组织领导与战略教授

“我们有过辉煌的业绩,但我们不满足于在原地踏步。为了更上一层楼,我们需要更注重结果。《奥芝法则》就是实现这个目标的基础。”

——保罗·J. 伯纳

必确健身器材有限公司(Precor Inc.)总裁

“《奥芝法则》巧妙地抓住了战胜困难、实现成功的秘诀。书中的观点对个人和企业实现结果来说是必不可少的。这本书提出的这条朴素的法则比许多管理理念热潮更经得起时间的考验。如果你已经厌倦了所谓的管理魔法,迫切地想实现实实在在的成果,我个人愿向你们推荐这本书。”

——堪萨斯州的多萝西·布朗宁

## 前 言

自《奥芝法则》第一版问世以来,企业、团队和个人责任的重要性与日俱增。毋庸置疑,责任感已经成为所有企业文化的一项重要内容。勇敢承担责任并达到成功线上(Above The Line®)上的人总是能达到目标。只要公司人人各负其责,就会做出一番非凡业绩。

在过去十年中,我们欣慰地看到《奥芝法则》给读者们带来的影响。无数事实向我们证明:只要建立起责任感,就会带来实实在在的成果,如股东价值上升、利润增加、成本降低、生产力提高等等。除了财务上的出色表现外,我们还看到了士气的高涨,员工们更加热爱自己的工作,能有效地应付日常工作中的困难,并实现他们期望的结果。

看到《奥芝法则》对我们的读者和客户的生活产生了如此大的影响,我们深受感动。他们主动提供的意见表明,《奥芝法则》在我们的个人生活和工作中都能发挥作用。强烈的责任感也许不能解决世界上的一切问题,但它至少可以提供一个基础,在此之上你可以逐步发掘出长期的解决方案。

目前,全球各地的企业纷纷进入一个新的领域——减小规模、扁平化、赋权、团队合作、解放、以知识为基础、网络化、注重质量、持续提高、过程计划、转型、再设计等等。有些公司的确取得了不小的进步。但对其他公司而言,这种种令人眼花缭乱的理论和实战秘诀

却让他们有上当受骗之感,因为承诺的成功似乎总离他们有一点距离。我们认为,这些热潮和计划都缺乏一点最本质的东西:人们只有为实现结果承担起责任,才可能实现结果。关键词是:责任。没有它,任何计划都不可能成功;有了它,所有计划都能带来意外的收获。

这样的故事我们见过太多太多了。不论在全球最成功的大企业,还是在失败边缘苦苦挣扎的小公司,只要员工们对实现结果有了更强的责任感和主人翁意识,公司就会有更好的表现。员工们为什么愿意这么做呢?我们相信,大家都是愿意承担责任的。责任感让他们感觉更好。责任感促使他们取得令人惊叹的结果。正因为如此,全世界才会有那么多人热情地接受了《奥芝法则》。

只有逃脱了受害者心态的致命陷阱,踏上通向个人责任的阶梯,我们才能将自己的命运和企业的未来掌握在自己手中。

我们写作《奥芝法则》的目的是帮助读者为自己的思想、感受、行为和结果承担起更大的责任;并使他们的企业达到新的高度。在这段荆棘丛生甚至险象环生的旅途中,我们希望大家能像多萝西和她的伙伴们一样,发现自己其实拥有一种无所不能的力量。

请和我们一起走入这段奥芝国的奇妙旅程吧。

罗杰·康纳斯

汤姆·史密斯

克雷格·希克曼

## 致 谢

《奥芝法则》十年版首先要感谢成千上万的读者,感谢你们认为这本书对你们个人和企业有所帮助。我们感激所有热心读者的支持,是你们使《奥芝法则》获得了成功。我们也要感谢《奥芝国的魔法师》的作者莱姆·弗兰克·鲍姆,是他用丰富的想象力创造了这一段通往个人责任的旅程。用《奥芝国的魔法师》进行比喻是一种很有效的方式,可以帮助不同国家的读者认识到责任感的好处。为此,我们要特别感谢帕特·斯纳尔,是她建议我们用多萝西和她的伙伴们的故事来比喻这段艰苦的旅程。

在探索这个最有力的成功法则的过程中,我们走进了全世界的许多大公司,听取了许多人的意见。在此,我们一并向他们表示感谢。他们的贡献包括父母的例子、客户提出的问题、同事们的经验、向我们学到的法则以及在企业中建立更强责任感的实战经验。

通过与客户长达二十年的合作,我们也进一步了解了《奥芝法则》如何运用在不同类型、不同规模的企业。我们要特别感谢迈克·伊格尔、戴维·施洛特贝克、杰伊·格拉夫、迪克·诺德奎斯特、金杰·格雷厄姆和约瑟夫·坎农,他们对成功线上的理解让我们也大受启发。

我们还要对合作伙伴迈克·斯纳尔表示感谢。在本书写作过程中,他一直不遗余力地向我们提供建议和鼓励。他本人就是一个成

功线上的最好例子,因为他总是能帮助大家实现更好的结果。

我们也非常感谢对本书初稿和修订稿提出意见的众多人士:奥布里·平赫罗、布莱德·斯塔尔、约翰·格罗弗、艾德里安娜·斯格曼、特蕾西·斯考森以及整个领导伙伴(Partner In Leadership®)团队。我们还要感谢培生集团(Prentice Hall)的克里斯·克罗尔、约翰·芬克、迈克·格特博士、汤姆·卡斯帕、兰恩·琼斯、戴维·普利勒、罗伯特·斯卡格斯和汤姆·鲍尔。我们也要感谢我们的父亲克雷格·康纳斯、弗莱德·史密斯和温斯顿·希克曼详细审读了本书。对上述人士的宝贵意见和真诚鼓励,我们一并表示感谢。

谢谢我们的编辑艾德里安·扎克海姆,他一直不遗余力地投入《奥芝法则》十年版的出版工作。

最后,我们要感谢我们的妻子对这个项目的建议和鼓励。格温、贝基和帕姆,衷心地谢谢你们。没有你们的支持和参与,我们不可能做到这一切。

# 目 录

|         |   |
|---------|---|
| 前言..... | 1 |
| 致谢..... | 3 |

## 上 篇

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 奥芝法则:从责任中获得成果 .....            | 1  |
| 第一章:出发去找魔法师:在工作中努力承担更多的责任..... | 3  |
| 第二章:黄砖路上:陷入受害者循环 .....         | 19 |
| 第三章:回家真好:关注结果 .....            | 45 |

## 中 篇

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 个人责任的力量:让个人达到成功线上 ..... | 69  |
| 第四章:狮子:鼓起勇气,正视现实.....   | 71  |
| 第五章:铁皮人:下定决心,承担责任 ..... | 92  |
| 第六章:稻草人:开动脑筋,解决问题 ..... | 116 |
| 第七章:多萝西:采取行动,实现目标 ..... | 138 |

## 下 篇

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 集体责任的成果:帮助企业达到成功线上 .....    | 165 |
| 第八章:好女巫甘林达:掌握成功线上的领导才能..... | 167 |

## 2 奥芝法则

第九章:翡翠城:帮助企业达到成功线上..... 185

第十章:在彩虹上:将奥芝法则运用于当今最棘手的商业问题 ...  
..... 207

## 上 篇

---

### 奥芝法则： 从责任中获得成果

一旦人们挣脱受害者循环的欺骗圈套并踏上责任阶梯,个人和集体所获得的结果就会明显提高。在上篇,我们将描述受害者态度如何扼制了公司的发展,并解释人们为什么必须躲过受害者循环的负面影响。最后,我们将引入责任阶梯的概念,它将指引你获得个人、团队和企业所期待的成果。

