

公司 正能量

企业可持续发展的
核心动力



华夏智库
金牌培训师
书系

张旭婧 著

【把正能量成功导入企业运营】
中国第一本研究企业正能量专著

 中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

公司 正能量

企业可持续发展的
核心动力



张旭婧 著

【把正能量成功导入企业运营】
【中国第一本研究企业正能量专著】

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公司正能量: 企业可持续发展的核心动力 / 张旭婧著. —北京: 中国财富出版社, 2013. 7

(华夏智库·金牌培训师书系)

ISBN 978-7-5047-4723-5

I. ①公… II. ①张… III. ①企业管理 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 122880 号

策划编辑 范虹轶

责任印制 方朋远

责任编辑 刘淑娟

责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-4723-5/F·1961

开 本 710mm×1000mm 1/16

版 次 2013 年 7 月第 1 版

印 张 14

印 次 2013 年 7 月第 1 次印刷

字 数 181 千字

定 价 35.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换



真正的发展动力在每个员工的心中

一个人能完成的事情大体不会超越自己的心灵。心灵只是一个人意念的起点，实际上人生的任何成就，都需要成熟的自我管理能力和自我管理能力。自我管理是企业管理的最新假设，也是在复杂灵动的市场中实现商业价值的最佳实践。

在当下中国经济发展的过程中，存在的最大的现实问题是管理机制限制了人力资源的发展。一个不能积累人力资源的国家是没有前途的，一个不能配置人力资源的国家同样是没有前途的。无论是国家的发展、组织的发展还是企业的发展，归根结底离不开人才，这是最浅显的道理，但是这个道理天天讲、日日讲，怎么运用到实践去呢？我们认为的是该抛弃不合时宜的管理机制和管理理论的时候了。一个充满活力的国家，一个充满活力的城市，一个充满活力的企业，该如何让个人充满活力，发挥潜能，这是中国管理的核心问题。

不解决个体活力的问题，中国就不会成为全面的发达国家。中国企业



正面临着发展的瓶颈，而其中最大的瓶颈就是社会钳制了个人的发展。

中国需要成为一个充满正能量的国家，但是现在只在形式上是充满正能量的，在内核上我们生活中却充满了负能量。研究大多数企业的发展现状，我们发现那些发展不好的企业，都是因为没有充分发挥人的核心作用，企业的绝大部分资源用在了内耗上，这种内耗型企业是没有市场竞争能力的。一个全心全意服务于顾客的企业尚不能保证在竞争中胜出，何谈内耗巨大的企业？

本书中主要谈及中国企业面向未来的管理系统变革，变革的核心在于尊重个人，激发个体本身的激情，激发个人身上的正能量，然后激发组织的正能量。

在当下中国的企业界，各色管理理论层出不穷，有让员工注重细节的，有让员工无条件服从的，有让企业采用军队型管理的……说出来都是有些道理的。但是我们在这些管理理论中总是觉得企业中的管理层和领导层是优秀的，其实这仅是一个假设。那些在企业中身处高位的人不一定就是企业中的智者。你不知道企业的哪位员工能够在工作中找到企业变革的新方向，而变革的速度的加快，使得企业领导者只能成为企业走向某一个阶段的接力棒者。在接完自己最擅长的一棒之后，企业领导者就要真诚地去做一个支持者。

这就是面向未来的企业变革，尽管在传统企业的生产线上，我们看不到这样的变革管理行为，也不主张每一个员工都有自己的想法，也不注重他们的工作激情。但是这些员工也是产业价值链上的一环，在对外提供顾客价值的过程中，最终还是需要知识工作者的参与。企业的未来价值不仅体现在生产线上，而且还体现在如何去理解顾客，和顾客进行互动。这种互动过程才是企业产生顾客价值的过程。所以这样一群人的工作状态，最终决定了企业在市场中的地位。

未来的管理是个性化的，目标在于激发个人的潜能，将个人的长项发挥到极致。如何激发一个人内心的激情显得尤为重要。很多国内的管理者对我们说，这种想法很好，但是我们企业的员工没有那样的素质，我们没有办法用西方前沿的管理模式来要求我们的企业。

总是有人跟我说这是中国，这很像我们不拒绝一切技术产品，不拒绝汽车，不拒绝手机，不拒绝抽水马桶，但是独独拒绝一套成熟的、经实践证明行之有效的制度系统。同样在我们的企业管理中，我们为什么要拒绝国际上最前沿的行之有效的管理模式？现在的企业竞争，即使在一条小街上，你也必须具有全球竞争力。因为在你的不远处，可能就有沃尔玛这样的强大对手，任何企业面临的竞争对手都是国际化的。你在温州做一个小小的剃须刀，在家门口可能就会遇到飞利浦的强力竞争。他们凭借自己的战略优势，可以死死地将这些温州小制造者压制在产业链的最低端。

而温州这些小企业，大多数是老老实实的产业工人所组成的实业企业，他们经营的是产品，而不是顾客和创意！

中国企业如何实现突破，最重要的问题就是发挥人本身所拥有的正能量。只有员工首先达到了世界的前沿，中国企业才能做成国际一流的事情。没有人的现代化；就不可能有中国的现代化；没有一流的自我学习能力，一个企业就无法自我突破，无法实现华丽的蜕变。推动变革的核心不是资源和金钱，而是蕴藏在人们身上的正能量。激发他们的热情，提升他们的价值观，让他们全部成为自己领域的专家，发挥出自己的价值。这样的企业，才能成为全球一流的企业。

德鲁克说，美国 21 世纪最大的挑战，就是如何管理知识工作者，让他们发挥最大的效能。其实，我们所说的正能量，正是中国化的语义表达，正能量永远发自个体的内心表达。换句话说，中国 21 世纪最



大的挑战，就是如何管理知识工作者，让他们发挥最大的效能。21 世纪的竞争，说到底还是人才的竞争。管理要满足个体的充分发展，能够完成这种管理转变的国家才能成为可持续发展的国家，一个充满正能量的国家。

本书能在较短的时间内出版真诚感谢秦富洋、方光华、陈德云、刘星、曾庆学、李志起、杨勇、李高朋、孙汗青、陈春东、王京刚、陈宁华、王军生、辛海、蒋志操、王咏、赵国星等人在制图、文字修改以及图书推广宣传方面的协助。

作 者

2013 年 5 月



第一章 管理能量，个体强则公司强 1

每个人身上都有着一一种隐秘的能量，有些是正向的，有些是负向的。我们能够感受到别人传递过来的潜意识能量，有时候不是语言散发出来的，而已经成为了一种气质。我们欣赏那些能够带给我们正能量的人。在一流的企业中，大部分员工都是能够传递正能量的人，是具有自我管理能力的人。他们不仅能够激发自己，也能够激发别人。

每个人都是自己的 CEO / 3

个体能量和企业团队能量的交融 / 7

企业个体能量的累积、爆发、调动和较量 / 12

能量输导：解放企业人的灵魂 / 17

个体能量聚焦性：核聚变能量威力无边 / 21

企业正能量存储：史玉柱东山再起的启示 / 26

第二章 公司正能量生成的内外环境 31

心理能量场存在于每个人的周围，不同的人有不同的生活环境和人际关系网，因此每个人心里都有各自独特的心理场，在一个狭小的空间范围内不同的心理场会彼此影响对方的心理。企业主导情绪的调节是现代企业领导者一个主要的管理课题。这个调节应该是一个系统的技术



课，我们在寻找这样的领导技能的时候，可以看一下心理咨询师们是如何解决这样的问题的。对于组织的员工施加正向的能量影响，企业家和领导者最要懂得的是员工和顾客的价值观的变迁。把握了这些，就能够用适当的策略去引导他们。

企业信心和愿景是正能量的源泉 / 33

企业能量来自于企业人健康的体魄 / 36

企业人际关系中的心理能量影响力 / 41

资本、智本与个人心理正能量的激发 / 46

企业人围绕信念和希望进行自我管理 / 53

企业运营中信任和被信任的力量 / 58

第三章 企业人向上的个性特征 65

个人心理正能量的激发，需要一些基础的条件。在如何锻造一个人的问题上实际有很多的说道。一个人生活得比较健康，至少需要一两个健康向上的爱好。而且要将这个爱好变成促进职业生涯发展的调剂物。

企业人千万不可丧失对美的感知力 / 67

信用是一个企业人的关键品质 / 71

企业人科学思维的效能决定人生格局 / 76

企业人需保持率真的心和快速的行动力 / 82

勇敢者游戏，企业人一定要创新 / 90

生道哲学，任何企业人都需秉持开放的世界观 / 97

第四章 企业人性互动游戏：控制思维，激发正能量 105

这一章的文字处于中立的地位，人际关系的策略思维是必不可少的，输出正能量的过程实际上有着自己的规律。如何去领导一个人，实际上有很多种方式，通过适宜的策略是可以影响他人的，比如永远给人阳光向上的东西，别人就乐意跟你在一起。

企业需建构积极阳光的思维模式 / 107

信念落实：管理者需做个自动自发的人 / 112

企业员工和顾客的意识如何“被操纵” / 117

新大陆：网络时代的企业话语能量 / 124

网络能量场，企业的商业舆论引导行为 / 129

企业需要建设性的愉快管理学 / 133

第五章 打造企业团队整体正能量 141

每一个人的肉体都是弱小的，但是思想却是强大的，当领袖周围站立着成千上万的支持者的时候，领袖就自然而然地成为最有权力的人，企业领袖就有可以借用的力量，他们正是借助团队的力量将一个个伟大的梦想变成了现实。

企业领袖能量决定团队能量 / 143

企业协同能量是子系统能量之乘积 / 147

知识企业需构建智慧型的百变章鱼团队 / 152

利益共和：现代企业正能量的根本动力源 / 157

布道者：能量传导的企业管理新启示 / 163

先进企业是正能量社会的基石 / 173

第六章 引爆市场正能量的深度策略 183

一个企业做好自己的产品仅仅是个基础，这是本书所持的观点，企业需要输出自己的产品和服务，就需要去影响顾客，影响顾客的核心是话语权。我们在前文中已经就企业内部的话语能量做过探究，本章就市场的话语权把握做另一番探究。

第五元素：话语权是影响市场和顾客的正能量 / 185

共赢和分享是网络时代最大的正能量 / 190

价值观灌输：强大的意识形态核弹 / 194

安全感和正义感：企业长治久安的正能量 / 200

把握趋势：做全球行业的整合者和引领者 / 207

管理能量，个体强则公司强

每个人身上都有着一种隐秘的能量，有些是正向的，有些是负向的。我们能够感受到别人传递过来的潜意识能量，有时候不是语言散发出来的，而已经成为了一种气质。我们欣赏那些能够带给我们正能量的人。在一流的企业中，大部分员工都是能够传递正能量的人，是具有自我管理能力的人。他们不仅能够激发自己，也能够激发别人。

每个人都是自己的 CEO

每个人都是自己的 CEO，每个心理能量强大的人都是自己的管理者。

经济发展的核心是人而不是其他资源，认识不到这一点的国家是不可能获得持久的发展的，不能持有这样价值观的企业也不能成为一个有竞争力的企业。一般人会认为企业发展的根本动力是资本，实际上推动资本增值的永远是人，而不是资本本身。企业发展的根本动力是来自于团队心中服务于顾客，实现自我激励的正能量。

在科学世界里，能量无论转化为哪一种形式，都是守恒的，其不会凭空的产生，也不会凭空的泯灭。能量会在不断的转化中形成不同的存在形式。但是在心理领域，有一种能量叫做心理能量。心理能量大小决定了一个人的作为。心理能量和物理学中的能量不一样，这是一种精神能量，不受物理学定律的制约。精神力量可以凭空的产生，影响人们的行为，推动人们在生活中努力向上，实现自我价值。

很多人都在讨论生命中的心理能量对于个人命运的影响，这种讨论超越了经济学的范畴，而成为人们生活中的动力。由于关于人们心灵领域的讨论太多了，研究的范畴非常的广泛，所以我们在本书中仅谈论企业的正能量。

信心比黄金更重要是关于正能量对于经济影响的最精确的表达。人们的看法会影响人们的行为。如果信心形成了正能量，形成了正向的价值循环，那么，随着时间的推移，事物就会逐步向好的方向转化，一切都会好起来。

在一些规模巨大的企业中，风气的建设被放在了比较重要的位



置。好风气实际上就是正能量的表达。心理能量能够超越企业的物质属性，通过激发蕴藏在员工身上的能量，外化为员工事业上的进取心和行动。

在一个企业中，员工的心理能量会聚以后能够做出不平凡的伟业。一个缺少正确价值观指导和心理能量推进的企业是没有战斗力的。企业很多时候只是注重了物质方面，却无视员工的内在活力的激发，而只有超越自身的物质属性，才有可能成为一个杰出的企业，一个拥有强大正能量的企业。

在一个企业中，心理能量给创业团队注入了最强的动力能量。这种能量可以超越企业自身所拥有的物质资源，实现企业的超速发展。或者努力突破，在市场上占据一个重要的开拓者的位置。每一件事情的背后，都是一颗颗火热的事业心在推动着。

中国企业目前最需要的就是界定自身的事业，提起对工作的热情。中国的国有企业的人员激励问题一直都是令人困扰的问题，很多时候，国企背负的东西是政治任务，为了中国经济大局的稳定，他们将自己定位为中国经济的稳定器。其实在一个企业中，服务的对象应该是一个个具体的人，而不是抽象化的顾客。

在企业中，有一种心理能量是守恒的，那就是无论我们有多大的心理正能量，物化为市场产品的时候，我们都不能超越客户的期待。客户即使短期内的需求得到了满足，但是他们在一段时间内还会提出新的要求。

市场需求的能量和企业服务于顾客的能量是一种动态的平衡关系。一个企业创造了多少的正价值，市场就会吸纳多少的正价值。

三一重工董事长梁稳根说，我们在激励员工去做伟大事业的

时候，首先想到的不是产业报国，而是我们每一个用户在使用我们的挖掘机和其他重工机械的时候他们的感受。做出世界最好的品质，司机们的笑容就是我们的正能量。正是这样的正能量使得我们不断地去冲击世界重工机械领域的最高点。我们的产业报国的能量在每一个用户的笑容里，不在我们抽象的口号里。

三一重工在市场上的成功，就是注重用户使用体验的成功，他们在引导员工的时候，告诉每一个员工，如果你就是三一重工机械的使用者，你对你自己的工作会提出什么样的需求？正是立足于用户的正向思考，使得三一重工在过去的数年内创造了很多的世界第一。在日本的地震中，三一重工向日本提供了世界最长的混凝土机械。这正是为客户思考的正能量在起作用。这一行为使得一个小的民营企业，变成了享誉世界的全球重工机械品牌，成为中国实业界的骄傲之一。

如何激发员工内心的正能量，已经成为当代管理的主要议题。我们可以用心理能量的视角去很容易地分辨一个人。心理能量可以有一个计量的单位，成为衡量员工自我发展潜质的一个很好的评估标准。

一个拥有心理正能量的人能够激发自己，也能够激发别人。能够激发别人的人当然会成为组织的领导者，不管在企业中，还是在其他的非赢利组织中，他们能够完成自己本职工作之外的更多的工作，他们能够超越自己的职位思考整个组织的发展方向和如何立足于现实去做改变。如果一个拥有强大正能量的人，同时也具有将心里的愿望变成切实可行的行动，我们可以认为这是一个能够不断地进行自我完善的人，在自己的事业发展生涯中，他们也将成为领导者和管理者。

在企业组织中，我们也容易看到秉持心理负能量的人，他们自卑



自闭，对于自己是合作者总是传递比较悲观的信息，而不是正面的信息。他们行事比较消极，总是在等待和拖延，害怕面对事情朝自己不利的方向去发展。但是在心理学上有一个很常见的规律，也就是所有的预言都会自我实现，所以他们在做事的过程中，也是尝到生活苦果最多的人。他们愁眉不展的形象深深地印刻在自己的交往圈子里，他们也会对周围的合作者造成一定的困扰。

在组织中，人们愿意接受有强大正能量的人的引导，而逐步远离那些总是给自己带来负面信息的人。因为趋利避害的本能要求人们在互动中更多地去响应正面积积极的东西。

其实在现代，企业竞争已经到了白热化的阶段，变革成了一种常态，能够领导变革的人在企业中显得弥足珍贵。而变革者往往都是创业者，创业者的要求就是在无路的地方走出路来，而不是去完成一件具体的事情。对于这样的员工，首先就能够判断他是一个心理很强大的人，在无人看好的地方能够开拓出一片天地，需要很大的勇气。

所以，我们在观察一个企业有没有作为的时候，最重要的观察点就是企业的领导层，如果领导者是一个拥有强大正能量的人，那么这个企业就能够不断的突破限制，获得持续发展。而那些不那么强大的企业，就缺少这样的核心发展要素。

也许，伟人、杰出人士和一般人的区别就在于心理能量的大小不一样。这虽不是一个能够用物理学去测量的东西，但是从追随者的神情和行为中，我们能够感受到这样的心理能量。

心理能量不能像测量物质能量那样，因而一些心理学家在物理学家的面前很有自卑感，他们觉得像电能、动能、光能等能量形式是“客观存在”的，而心理能量则只是一个假设性的概念，是不是真存在很难说。

在这些心理学家的心目中，除非有一天，科学家测量出心理能量是身体里的一种生物电能量或者化学能量，否则就不能说心理能量存在。心理学家在物理学家面前的这种自卑由来已久，行为主义心理学不就是在竭力模仿物理学，在寻求物理学一样的客观性吗？但是这自卑本来是大可不必的，因为随着现代物理学的发展，机械的唯物主义的观点越来越势微。现代的物理学家发现，物理学中的“能量”也不过是一个概念而已，也不过是为了说明一些物质运动的现象而假设的存在而已。本来它和心理学中的“心理能量”概念就没有什么差别，都是为了解释现象提出的概念。

物理学中的能量具有很好的数理模型，可以进行验证。但是现在国内外关于正能量对于企业中人们的相互影响，却没有一个模型对于商业结果进行评估。在本书中，我们会逐步围绕经营的本质，将正能量对企业的发展贯穿到企业经营中，从而推导出正能量数理模型。

个体能量和企业团队能量的交融

经济学上讲的组织中人们心中的正能量对商业结果能够产生巨大的影响，所以不能不去研究它们。

很多书中都在谈个体和企业团队的影响力，实际上来自内心的正能量是对外在影响力的内在诠释。一个人的影响力有了一个可以量化和思考的词汇，这个词汇就是正能量。在组织中，对于一件事情而言，有些人发挥关键作用，有些人发挥辅助作用，有些人则不会发挥作用，有些人则变成事情的阻碍者。在具体评价一个人的时候，总是离不开一件具体的事情。这是我们评判一个人身上正能量的立足点。

在全球的企业中，现在已经逐步形成了一种对人的评估标准。也