



小故事
大道理

夏

改变就在现在

林知◎主编



20
精华全集



小故事
大道理

夏

改变就在现在

20^年
精华全集

图书在版编目(CIP)数据

小故事 大道理:20 年精华全集. 夏/林知主编. —哈尔滨:黑龙江科学技术出版社,2011.7

ISBN 978 - 7 - 5388 - 6732 - 9

I. ①小… II. ①林… III. ①故事—作品集—世界
IV. ①I14

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 135984 号

小故事 大道理:20 年精华全集. 夏

XIAOGUSHI DADAOLI ERSHINIAN JINGHUA QUANJI XIA

作 者 林 知
责任编辑 项力福 刘红杰
封面设计 白冰设计
出 版 黑龙江科学技术出版社
(150001 哈尔滨市南岗区建设街 41 号)
电 话 (0451)53642106 传真 53642143(发行部)
印 刷 三河市骏杰印刷厂
发 行 全国新华书店
开 本 710 × 1000 1/16
印 张 14
字 数 170 千字
版 次 2011 年 10 月第 1 版 · 2011 年 10 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5388 - 6732 - 9/Z · 842
定 价 19.80 元

CONTENTS

目录

第1章

领导智能

- 01 让自己变得不可替代 / 002
- 02 给下属成长的机会 / 002
- 03 木桶定律 / 003
- 04 杜绝贪婪 / 004
- 05 培训自己的合作伙伴 / 005
- 06 开发非明星员工 / 006
- 07 清除酒中的污水 / 007
- 08 给士兵提供发展
成为将军的机遇 / 008
- 09 把员工和公司绑到一条船上 / 009
- 10 永远让员工充满希望 / 010
- 11 目标的强大动力 / 011
- 12 要有容人的肚量 / 012
- 13 值得付出1000万美元 / 013
- 14 以德报怨，赢得忠心（一） / 014
- 15 以德报怨，赢得忠心（二） / 015
- 16 容忍员工的个性 / 017
- 17 不要吝啬赞扬 / 018
- 18 用人格魅力打动下属 / 019
- 19 攻心为上 / 020
- 20 凝聚人心的力量 / 021
- 21 怪招用人见效快 / 023
- 22 送个老板给他当 / 024
- 23 用他就给他权利 / 025
- 24 别让员工“闲得无聊” / 025
- 25 学会激励你的员工 / 026
- 26 把工作交给拿手的人 / 027
- 27 让员工拥有自己的头脑 / 028
- 28 考察员工的品德 / 029
- 29 百闻不如一见 / 030
- 30 用人不能“功能过剩” / 031
- 31 各用其才 / 032
- 32 用心识别“野心家” / 032
- 33 激励手段因人而异 / 033
- 34 在整个组织中培养领导者 / 034
- 35 留住20% / 035

第2章

职场人生

- 01 努力才会优秀 / 037
- 02 利用黄金时间办要事 / 037
- 03 一次性请多位朋友聚会 / 038
- 04 整理你的办公桌 / 038
- 05 先从最重要的事情做起 / 039
- 06 分清轻重缓急 / 040
- 07 诚信立身，让别人敢于依靠 / 041
- 08 每天说声早上好 / 042
- 09 大声说出你的目标 / 043
- 10 相信自己的潜力 / 044
- 11 工作是工作，生活是生活 / 045
- 12 创造高效益 / 045
- 13 二八定律 / 046
- 14 任何时候都要保持
清醒的头脑 / 047
- 15 独立思考（一） / 048
- 16 独立思考（二） / 048
- 17 当资本遇上智慧 / 049
- 18 善假于物 / 051
- 19 盲人不盲 / 051
- 20 被游戏拯救 / 052
- 21 南辕北辙 / 053
- 22 一线千金 / 054
- 23 引狼入室 / 055

第3章

赚钱智慧

- 24 多低头自省 / 056
- 25 一元钱借贷 / 057
- 26 盯住你的目标 / 058
- 27 准确定位自己 / 059
- 28 寻找自己的最佳位置 / 059
- 29 锁定目标，追求效益 / 060
- 30 善于捕捉信息 / 061
- 31 将想法付诸于实践 / 061
- 32 不要被挫折吓倒 / 062
- 33 建立自己的人际关系网 / 063
- 34 要有团队精神 / 064
- 35 做人要忠诚 / 065
- 01 眼见不为实 / 067
- 02 价格上的“猫腻” / 067
- 03 别让好奇心蒙骗了你 / 068
- 04 分蛋糕的博弈法则 / 069
- 05 老太太买房子 / 070
- 06 找好一个参照物 / 071
- 07 马屁股和铁路 / 071
- 08 哇哈哈和超级解霸 / 072
- 09 以情动人 / 073
- 10 与众不同的广告 / 074
- 11 培养顾客的忠诚度 / 075
- 12 无为胜有为 / 076
- 13 后发制人 / 076
- 14 麦穗理论 / 078
- 15 合谋定律 / 078
- 16 公共地的悲剧 / 080
- 17 堵车的故事 / 081
- 18 隐蔽的利润 / 081
- 19 猎人分财 / 083
- 20 抓住最新的信息 / 083
- 21 斗鸡博弈 / 085

第4章

中国式人脉

- 01 朋友多多，机会多多 / 087
- 02 编制人情网 / 087
- 03 有人脉就有金矿 / 088
- 04 多个朋友多条路 / 089
- 05 以友为镜明得失 / 090
- 06 人脉和业绩不得不说的故事 / 091
- 07 贵人无处不在 / 092
- 08 伯乐扶助走上红地毯 / 094
- 09 靠得住的朋友要深交 / 095
- 10 老乡关系的收益 / 095
- 11 善用属下的能量 / 097
- 12 与朋友分享人脉资源 / 097
- 13 结识关键人物 / 098
- 14 给足朋友面子 / 099
- 15 必要的真诚的谎言 / 100
- 16 给谎言加点“作料” / 101
- 17 欲擒故纵 / 102
- 18 游说的技巧——换位思考 / 103
- 19 游说的技巧——利用好奇心 / 103
- 20 游说的技巧——因人而异 / 104
- 21 赞美拉近距离 / 104
- 22 忘掉仇恨 / 105
- 23 演好你的角色 / 106
- 24 人脉源于敬重他人 / 106
- 25 委婉的语言 / 107
- 26 动之以情，晓之以理 / 108
- 27 人脉宽，信息广 / 109

第5章

管理学中的心理学

- 01 提防恩将仇报的人 / 111
- 02 防止轻易被小人欺骗 / 112
- 03 以情动人 / 113
- 04 以理服人 / 114
- 05 借助幽默的力量 / 114
- 06 是非原则的艺术 / 115
- 07 相互弥补，积极配合 / 116
- 08 注意沟通的方式 / 117
- 09 合作才有桃子吃 / 118
- 10 判断你的反应能力 / 118
- 11 合理的不公平法则 / 119
- 12 分散员工的敏感度 / 121
- 13 宽容的力量 / 122
- 14 善待失意者 / 122
- 15 让员工感受到你的厚道 / 123
- 16 只能“理”，不能“管” / 124
- 17 使人才形成互补 / 125
- 18 各尽其才 / 125
- 19 先通情，后达礼 / 126
- 20 活用上级的权威 / 127
- 21 准确认清阿谀奉承的现象 / 128
- 22 学会揣摩上级意图 / 129
- 23 要学会听话音 / 130
- 24 把握进言的尺度 / 131
- 25 在吃苦耐劳中得到磨练 / 131

第6章

修炼你的第二颗心

- 01 拥有牛屎运的时候 / 134
- 02 练好金钟罩 / 135
- 03 尊人律己 / 136
- 04 该出口时就出口 / 137
- 05 保管好自己的私人物品 / 139
- 06 关好话匣子 / 139
- 07 把握与同事之间的距离 / 140
- 08 火鸡与牛粪 / 141
- 09 在上司面前掩盖你的光芒 / 142
- 10 办公室政治 / 143
- 11 砸住自己的垫脚石 / 143
- 12 最好的人生大餐 / 144
- 13 别总拿上帝当回事 / 146
- 14 枯井中的驴子 / 147
- 15 大祸后面必大福 / 148
- 16 塞翁失马焉知非福 / 149
- 17 早点睁开你的眼睛 / 150
- 18 控制你的贪欲 / 151
- 19 生命不能承受之“高” / 153
- 20 馅饼VS陷阱 / 154
- 21 没事别飞那么高 / 154

第7章

用心才能优秀

- 01 问题出在哪 / 158
- 02 不关我的事 / 159
- 03 不能干与不想干 / 159
- 04 从小事做起 / 160
- 05 用心才会完美 / 161
- 06 积极主动的心思 / 162
- 07 把职业当事业 / 163
- 08 做有头脑的人 / 164
- 09 分清工作的轻重缓急 / 165
- 10 投机取巧要不得 / 166
- 11 一条10000美元的线 / 166
- 12 见微知著 / 167
- 13 在细节上下功夫 / 167
- 14 做到精致 / 168
- 15 注重细节 / 169
- 16 从小事做起 / 169

第8章

以德为先

- 01 公私分明 / 172
- 02 莫贪小利 / 172
- 03 精打细算才是好员工 / 173
- 04 主动赢得机遇 / 174
- 05 脚踏实地，尽职尽责 / 175
- 06 敬业至上 / 176
- 07 小事当做大事 / 176
- 08 卓越源自“主人” / 177
- 09 宽恕别人就是善待自己 / 177
- 10 感恩生活 / 178
- 11 怀着感恩去工作 / 178
- 12 看品德用人 / 179
- 13 堂堂正正做人，
扎扎实实做事 / 180
- 14 培养好心性 / 181
- 15 做事与做人 / 182

第9章

把职业当事业

- 01 改变自己才是硬道理 / 184
- 02 三思而后行 / 184
- 03 感恩的心 / 185
- 04 扬起生命之帆 / 186
- 05 分享即是幸福 / 187
- 06 发挥你的优势 / 188
- 07 搬着石头过河 / 189
- 08 秀出你自己 / 189
- 09 搬走那块石头 / 190
- 10 懒蚂蚁也很重要 / 190
- 11 效率兼顾身体 / 191
- 12 自己才是主宰 / 192
- 13 永不贬值的自我 / 193
- 14 自信生金 / 194
- 15 培养胜任素质 / 194
- 16 在猎人没来之前
磨好你的牙齿 / 195
- 17 认定前行的目标 / 195
- 18 我服从我快乐 / 196

第10章

责任胜于能力

- 01 与公司同命运 / 198
- 02 小事情大因素 / 198
- 03 责任即荣誉 / 199
- 04 责任与敬业 / 200
- 05 负责人让你出类拔萃 / 201
- 06 为自己工作 / 201
- 07 用好头等舱的条件 / 202
- 08 尽职尽责才能优秀 / 203
- 09 挖掘未知的潜能 / 204
- 10 让自己不可替代 / 205
- 11 责任保证绩效 / 205
- 12 责任宣言 / 206
- 13 做更好的员工 / 206
- 14 踢皮球 / 207
- 15 不找借口 / 208
- 16 总理轶事 / 208
- 17 工作无小事 / 209
- 18 细节中的责任 / 210
- 19 尽职尽责 / 210
- 20 人、鸡、牛 / 211
- 21 积极面对现状 / 212
- 22 承担责任，释放潜力 / 213
- 23 绝对服从 / 214
- 24 责任胜于能力 / 214

第1章

领导智能

领导智能即领导的智慧和能力的简称。智慧主要体现在出主意上，即谋划的能力；能力主要体现在识人用人上，即用干部的能力。它是指领导所具有的特有素质，主要表现为领导能力。领导智能主要包括领导、协调、决策、沟通、判断、创新、稳重等能力素质和特征。

01 让自己变得不可替代

生物学家研究发现，在成群的蚂蚁中，大部分蚂蚁都很勤快，寻找食物、搬运食物争先恐后，少数蚂蚁却东张西望地不干活。

为了研究这类懒蚂蚁如何在蚁群中生存，生物学家做了一个实验：他们把这些懒蚂蚁都做上标记，断绝蚂蚁的食物来源，并破坏了蚂蚁窝，然后观察结果。

随后，发生了令生物学家意想不到的情况。那些勤快的蚂蚁只会一筹莫展，而懒蚂蚁则“挺身而出”，带领伙伴向它们早已侦察到的新食物源转移。接着，实验者再把这些懒蚂蚁全部从蚁群里抓走，他们马上发现，所有的蚂蚁都停止了工作，乱作一团。直到他们把那些懒蚂蚁放回去，整个蚁群才恢复到繁

忙有序的工作中去。

大多数蚂蚁都很勤奋，忙忙碌碌，任劳任怨，但他们紧张有序的劳作往往离不开那些不干活的懒蚂蚁。懒蚂蚁在蚁群中的地位是不可替代的，因为他们能看到事物的未来，能正确地把握当前的行动。



西班牙著名的智者巴尔塔沙·葛拉西安在其《智慧书》中告诫人们：“在生

活和工作中要不断完善自己，使自己变得不可替代。让别人离了你就无法正常运转，这样你的地位就会大大提高。”事实确实如此，如果一个人在他所供职的公司中变得不可替代，就像蚁群的那些懒蚂蚁一样，那他的成功也就指日可待了。

02 给下属成长的机会

一个领导者，如果任何事都亲自过问，下属也将乐意将问题上交，统统由你去处理。你可能会为会计改正她的账目差错，而不是退给她自己去改；平时你还自己起草业务方案，而不是交给业务经理去执行。

把困难工作留给自己去做，是因为他们认为别人胜任不了这种工作。他们觉得亲自去做更有把握。当被问及有关这种工作的问题时，他们自信能对答如



流。如果一个企业的领导者总这样大包大揽，下属就没有任何学习成长机会了。

美国著名管理学家哈默有一位纽约客户就是这种类型。当他在自己的办公室时，除了要与客户电话联络外，还要处理公司大大小小的事情，桌子上一大堆的公文等他去处理，他每天都忙得不可开交。

哈默每次到加州出差，都要约他早上六点半见面，他必然会提前三个小时起床，处理公司转来的传真，做完后，再将传真回送给他的公司。哈默曾与他谈论，觉得他做得太多，而他的员工只做简单的工作，甚至不必动脑筋去思考、去回答他的客户，也不必负担任何的责任与风险。像他这种做法，好的人才不可能留下奉陪到底。

而这位顾客说，员工没有办法做得像他一样的好，对此，哈默向他说明两点：

“第一，如果你的员工像你这么聪明，做得和你一样好，那他就不必当你的员工，早就当老板了；第二，你从不给他机会去尝试，怎么知道他做得不好呢？”



一个人只有一双手，一天即使不睡觉也只有二十几个小时可供使用，况且不可能天天不睡觉。因此，人们不可能什么事都自己做，惟有授权属下。当员工

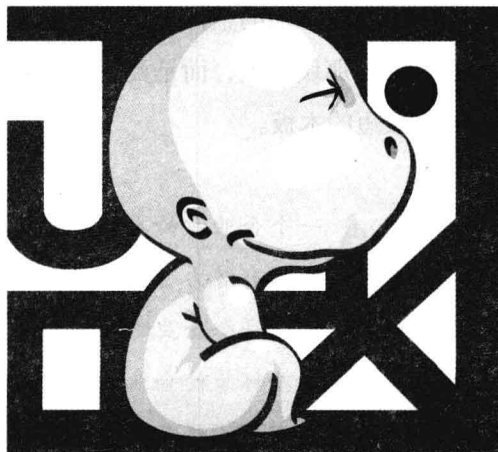
做错事情，你必须去分析、去了解，无论是故意或是疏忽还是不懂。除非是故意做错事，否则不该大声责骂，让他难堪。如果事情已经发生，责备就于事无补，此时员工所需要的，就是领导的体谅与细心的指导，告诉他该如何去做，如何去解决问题。问题得到解决，不仅员工能进步，长期而言，公司也能受益，可谓一举两得。

03 木桶定律

对于企业的发展，有一个非常恰当的比喻——“木桶定律”：一只木桶盛水的多少，并不取决于桶壁上最长的那块木板，而恰恰取决于桶壁上最短的那块木板。人们把这一规律总结为“木桶定律”“木桶理论”或“木桶效应”。

根据这一核心内容，木桶定律还有三个推论：

——只有构成木桶的所有木板都足





够高，木桶才能盛满水；

——所有木板比最低木板高出的部分都是没有意义的，高的越多，浪费越大；

——要想增加木桶的容量，应该设法加高最低木板的高度，这是最有效也是最直接的途径。

木桶定律告诉我们：一只沿口不齐的木桶，盛水的多少，不在于木桶上最长的那块木板，而在于最短的那块木板。要想提高水桶的整体容量，不是去加长最长的那块木板，而是要下工夫依次补齐最短的木板。



一个企业做的再好，管理上都有潜力可挖，换句话说，每个企业都有它的薄弱环节，正是这些环节使企业许多资源闲置甚至浪费，发挥不了应有的作用。

如常见的互相扯皮、决策低效、实施不力等薄弱环节，都严重地影响并制约着企业的发展。企业要想做好、做强，必须从产品设计、价格政策、渠道建设、品牌培植、技术开发、财务监控、队伍培育、文化理念、战略定位等方面一一做到位才行。任何一个环节太薄弱都有可能使企业在竞争中处于不利位置，最终导致失败的恶果。

04 杜绝贪婪

有一群猴子喜欢偷吃农民的大米，而它们又是一种很难捕捉的动物。多年来，人们想尽办法，用装有镇静剂的枪去射击，或用陷阱去捕捉它们，但都无济于事，因为它们的动作实在太快了。后来，人们去请教生物学家。生物学家根据这种猴子的习性找到了一种捕捉猴子的巧妙方法。

他把一只窄瓶口的透明玻璃瓶固定在树上，再放入大米。到了晚上，猴子来到树下，把爪子伸进瓶子去抓大米。这瓶子的妙处就在于猴子的爪子刚刚能够伸进去，等它抓一把大米后，由于握着拳头，爪子却怎么也抽不出来。而那个瓶子又系在树上，使它无法拖着瓶子走。贪婪的猴子十分顽固，或者是太笨了，始终不愿意放下已到手的大米。就这样，第二天，当生物学家把它抓住的时候，它依然没有放手。



在人生的道路上，许多人都会与猴子犯同样的错误，由于太看重眼前的利益，该放弃时不能放弃，结果铸成大错，甚至悔恨终生。人类其实是很聪明的，但是，在面对利益诱惑时又往往是不理性的。人有时太贪婪，所以毁了大好前程；有时明知是圈套，却因为抵御不住诱惑而落入陷阱。很多时候他们不是败给自己的聪明，而是败给自己的贪欲。因此，人仅有聪明是不够的，还需要用理智驾驭自己的贪欲，在面临危机时要果断地松开抓着“大米”的手。

05

培训自己的合作伙伴

一次，美国奥尔玛人力资源管理顾问约翰·洛夫斯基在与记者聊天时，谈到了企业“组织”的范畴：从人力资源学和社会关系学来讲，每个公司都有自己的“小组织”和“大组织”。

“小组织”的范畴一般局限于该公司的人力资源和组织构架，而“大组织”的范畴则要大得多，它包括该公司的合作伙伴、客户和社会关系等等，甚至自己客户的客户、伙伴的伙伴和员工的社会关系都可以包含在其中。

“大组织”是一个公司的“培养基”，公司如果能充分利用“大组织”中的资源，将可取得“小组织”所难以想

象的成功。从这个理论的角度来看，原制造商的经销商和各级代理商自然是公司“大组织”中的一部分。

APC美国区域总经理奥格·托马斯很清楚经销商和各级代理在APC美国这个“大组织”中的重要性，他把用于衡量企业内部竞争力的“木桶定律”扩展到“大组织”中来，经销商和各级代理也成了APC这个“木桶”中的一块“木板”，在某些时候甚至成了制约木桶容积的“最短一块木板”。

APC的解决办法是培训。对员工有培训，对制造商同样有培训——最近制订的一套完整的经销商培训体系正是解决办法之一。

据APC美国区培训与发展部经理霍桑墨尔介绍，公司目前有20%左右的员工来自APC和竞争对手的经销商或代理商，他们已经从APC的“大组织”跨入



了他的“小组织”，也为APC缓解人才压力提供了一条有效的解决途径。从这个角度来看，APC对经销商的培训，实际上是在为自己的团队培训“预备队”。



如果制造企业的经营管理能力越来越强，而经销商、分销商、供应商的能力越来越差，那么企业整体的经营管理水平如何评价，就只能以经销商或代理商的水平来界定。尽管企业内部的物流系统、供应链水平很先进，但脱离外部供应链也是不行的。从经销商的角度来看，这些针对性的培训不仅提高了自身的业务水平，也提高了公司的自身竞争力。



06 开发非明星员工

有一个华讯员工，由于与主管的关系不太好，工作时的一些想法不能被肯定，从而忧心忡忡、兴致不高。

刚巧，摩托罗拉公司需要从华讯借调一名技术人员去协助他们搞市场服务。于是，华讯的总经理在经过深思熟虑后，决定派这位员工去。去之前，只对那位员工简单交待了几句：“出去工作，既代表公司，也代表我们个人。怎样做，不用我教。如果觉得顶不住了，打个电话回来。”

一个月后，摩托罗拉公司打来电

话：“你派出的兵还真棒！”

“我还有更好的呢！”华讯的总经理在不忘推销公司的同时，着实松了一口气。这位员工回来后，部门主管也对他另眼相看，他自己也增添了自信。



中国民间有一句至理名言，叫作“三个臭皮匠，顶个诸葛亮”。能请到“诸葛亮”这样的高明之士，的确是一件喜事，但努力挖掘“臭皮匠”的能力，路子也许将会更宽、更好些。“明星员工”的光芒很容易被看见，可是，别忘了非明星员工的努力，他们也需要鼓励。而且，对“非明星员工”激励得好，效果可以大大胜过对“明星员工”的激励。



丹尼斯·罗德曼是一个篮球运动员，在他的职业生涯中，他先后效力过5支球队——底特律活塞队、圣安东尼奥马刺队、芝加哥公牛队、洛杉矶湖人队和达拉斯小牛队。除了在湖人队和小牛队罗德曼是混饭吃之外，在前三支球队，罗德曼都有足够的能力“不辱使命”。

1986~1993年，罗德曼在底特律活塞队度过了7个赛季：虽然在兰比尔等人的教导下，他打球不够光明磊落，并且为自己赢得了“坏孩子”的称号，但他尽自己最大的能力为球队做出了贡献，所以底特律活塞队时期的罗德曼，是球队团结稳定、积极向上的一个因素。然而，在1993年，罗德曼转会到马刺队的时候，事情发生了变化：虽然罗德曼的到来使球队变得更加强大，但他的特立独行、惟我独尊让马刺队吃尽了苦头。

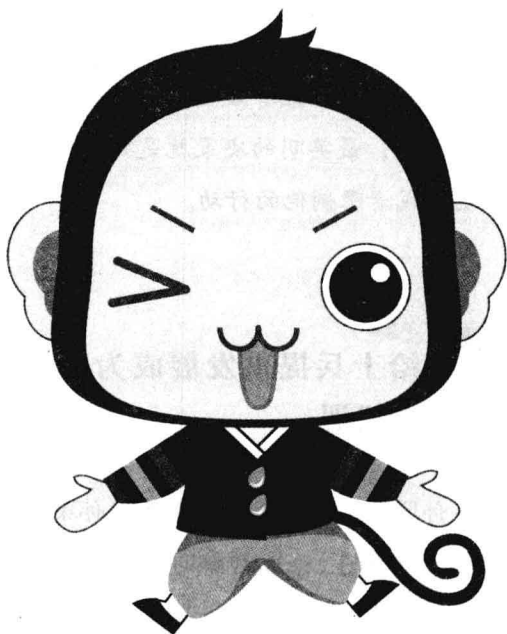
他最“不耻”三类人，或者说他把三类人看成自己的敌人：首先是戴维·斯特恩——NBA的总裁。因为斯特恩要维护NBA的形象，不允许罗德曼为所欲为，对罗德曼的很多行为都会给以处罚。这让罗德曼很不高兴，他认为斯特恩干涉了他的自由，所以他就要和他对着干。

第二类人是马刺队当时的主教练希

尔，以及对球队指手画脚的球队总经理波波维奇。因为，他们希望驯服罗德曼，使罗德曼听从指挥，在球场上更大地发挥作用。但当时的罗德曼已经获得了两个总冠军，自视极高，他甚至希望教练听从他的指挥，这种矛盾不可调和。

第三类人是戴维·罗宾逊等球员。罗宾逊是马刺队的绝对核心和精神领袖，工资比罗德曼高很多。但罗德曼认为罗宾逊是高薪低能，在关键比赛中总会“拉稀”。反而是自己这种能“左右”比赛胜负的选手不受重用，挣的钱还很少。事实上，罗德曼无论在活塞队，还是在马刺队，以及在公牛队，他挣得钱都不和他的名声成正比。

在这种思想指导下，罗德曼成为球队中的不稳定分子，也可以说是一个破坏者。在1994~1995赛季季后赛的第二



轮比赛中，马刺队对阵湖人队的第三场比赛中，罗德曼在第二节被换下场，当时他很不满，在场边脱掉球鞋，躺在记者席旁边的球场底线前。暂停的时候，罗德曼也不站起来，不到教练面前听讲战术。后来，马刺队输掉了那场比赛。

当时，摄像机一直对着罗德曼。球赛节目播出后，马刺队的管理层大为光火，联想到罗德曼平时的所作所为，他们认为罗德曼已经严重影响了球队的团结，于是决定对罗德曼禁赛。在随后的比赛中，马刺队团结一致，将湖人队淘汰出局。



如果把一杯污水倒入一桶酒中，得到的是一桶污水；如果把一杯酒倒入一桶污水中得到的仍是一桶污水。对于企业来说，最大的“短板”莫过有几个极具破坏力的员工了，只有把这些人彻底地从企业中清除出去，才能大大提高组织的工作效率和经济效益。对于团队中的破坏者，最英明的决策就是将他清除出去，或者限制他的行动。

08

给士兵提供发展成为将军的机遇

孙坚死后，孙策投靠袁术。孙策，人称“小霸王”，战刘繇时曾有过“挟死一将，喝死一将”的记录。以袁术军

中无人的状况，如此卓越的人才理当得到重用才是。谁知袁术用是用了，却不给以重任。让其冲锋杀敌，却屡开空头支票，许诺孙策的九江太守、庐江太守先后成为水中花、镜中月，真是想让马儿跑得好，还不给马儿吃草。孙策一看在袁术军中没发展，拉了一帮人马自己去打天下，没多长时间在江东羽翼丰满，成为袁术的竞争对手。此时袁术真是悔不当初，只有望江兴叹的份儿。

如果你是老板，你会不会眼看着孙策这样的人才弃你而去？如果不想，你就要看看公司里是否有一个良好的晋升制度。影响人才提拔的因素大致有以下几点：

1. 唯功臣论

很多老总把过去一起创业的“功臣”视为心腹，安插在公司要害部门。善待功臣无可厚非，可没有必要弄成功





臣终身制。世界在发展，公司需要最适合的人才，而不是永远都定为某个人。

2. 唯亲友论

许多老总认为亲戚、朋友最可靠，也不管他们能力是否能胜任，公司重要部门人员的任用成为世袭制。一个位置空开了，赶快找找有没有闲着的亲友安上去。公司内部近亲繁殖，造成外来人才空间窒息感，人家不可能只认定你这一棵树，另选一棵更适合发展的树，“良禽择木而栖”是迟早的事。

3. 按资排辈

许多企业仍是以计划经济时期的用人法则来衡量人才。升迁的标准不是能力而是资历。小王进公司两年了，又没犯什么大错误，开个会讨论一下，定为部长吧。没出什么意外，再过几年小王又会向上升一级。慢慢往上熬，总有独当一面之时。可这种冗沉的、没有挑战

性的晋升制度会吸引多少真正有能力的人？



拿破仑说，不想当将军的士兵不是好士兵，如果你想统领优秀的士兵，

你就得为他们创造一步一步向将军发展的机会。每个人都希望自己的努力会有结果，也希望这种结果会得到公司的重视，最好能有实质性的体现。加薪并不能完全满足人才的这一需求，他们会期望一种地位上的保证。如果某位员工才智卓越，其能力足以担当更高的职位，而由于各种原因老板没能给予相应的提拔，日子久了，这位仁兄等得不耐烦之时，也就是老板被炒之日。



09 把员工和公司绑到一条船上

当年，下邳之役，关羽走投无路，土山降汉。曹操欲留住关羽，用的便是金钱攻势：刚回许都就给关羽拨一处宅院，此后三日一小宴，五日一大宴，又送美女，又送宝马，上马一提金，下马一提银，衣服破旧马上做一套新的，真是无微不至，殷勤有加。可结果却不尽如人意，关羽知道大哥刘备的去处，便挂印封金，义无反顾地投义兄而去。

表面上看，关羽千里寻兄是为了一份承诺，其实不然，从经济学的角度讲，关羽离开曹操的主要原因是曹操没



有给关羽“股份”。在“家天下”的游戏规则中，关羽和刘备是“兄弟”，是江山的所有者，在曹操那里他只不过是一个“高级打工仔”，这才是问题的根本。相反，徐晃、张辽、陈琳、庞德等都很容易地归顺了曹操，原因也极其简单，在哪儿都是打工，哪儿待遇好就去哪儿。



企业要想长远地留住骨干人才，最好是把他和公司绑到一条船上。应该说，

每个老板都会忠诚于自己开创和努力奋斗得来的事业。这一点毫无疑问。如果员工持股，那么，每一个员工都会认为自己是老板，是企业的主人，就会自觉地用老板意识参与工作，而不会有“这不是我分内的事”的想法，会对所有的事情都尽职尽责、精益求精。即使是在企业困境时，股份就像一只强有力的手，牢牢地把员工抓在企业这条船上。

10 永远让员工充满希望

松下担任松下电器公司社长时，常找机会向员工畅谈自己对未来的设想，1955年他公布了“五年计划”，即计划用五年的时间，使公司效益从220亿日元增加至800亿日元。这种做法不但让员工看到了光明的前景，也震惊了商界，同行纷纷改变政策，向松下电器公司看齐。当然，这样做到底有多少效果，是无法确知的，况且这种做法也存在被其他公司获悉自己计划内容的反作用。

松下明知存在这些问题，却果断地公布了它，这么做一方面是为了让员工有坚定的目标与期待；另一方面，是由于他确信这是经营者的必备素质和应有做法。此后，他又陆续向员工提出，采用每周五天工作制，并把工资提高到西方发达国家的水平的目标，同时请大家共同努力去实现。这些做法，从经营策略上说，可能遭遇很多批评，同时在推动事业时，也多少有不利的一面。但松下认为，让员工彻底了解经营者的经营方针和信念，完全可以超越这种不利。

五年后，松下先生在员工面前公布的“五年计划”以及实现与西方发达国家相等的薪资劳动条件的承诺，都一一实现。从此员工士气大振，与松下先生一道，筑起松下电器王国。也许有人会说，松下电器之所以能够把梦想变为现实，完全是因为松下电器公司的经营