

这是一本独特精妙的著作

Ideenklau macht Schlau

借



别人的想法，
使自己变得更聪明

Friedhelm Schwarz

(德)福里德海尔姆·施瓦茨/著

译者/马震洲 魏薇

获得重要与有价值的信息的
最快办法是什么？



民主与建设出版社

借别人的想法， 使自己变得更聪明

Ideenklau racht Schlau

Friedhelm Schwarz
(德)福里德海尔姆·施瓦茨/著

译者/马震洲 魏薇

民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

借别人的想法,使自己变得更聪明/(德)施瓦茨著,马震洲等译. - 北京:民主与建设出版社,2004

ISBN 7-80112-630-0

I. 借… II. ①施… ②马… III. 经济信息-知识获取-方法 IV. F208

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 040103 号

©民主与建设出版社.2004

Copyright © 2002 Redline Wirtschaft bei werlag moderne industrie AG&CO.KG, GmbH, Germany. All rights reserved. (版权所有)

中文版通过德国荷库尔斯商业文化发展公司 (Hercules Business&Culture Development GmbH) 引进。

责任编辑	刘云华
封面设计	柏平工作室
出版发行	民主与建设出版社
电 话	(010) 65523123 65523819
社 址	北京市朝阳区大街吉祥里 208 号
邮 编	100020
印 刷	北京顺义振华印刷厂
开 本	148mm × 210mm
印 张	6.5
字 数	78 千字
版 次	2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN7-80112-630-0/F·300
定 价	21.50 元

注: 如有印、装质量问题, 请与出版社联系。

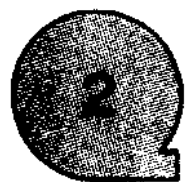
➤ 前言



“借别人的主意”在英语中是 Braindrain 这个词意思的引申。由此引发的想像可能会使大多数人觉得倒胃口。Brain（大脑）与 drain（下水管道）相关联，生成的场景好似来自恐怖片中。有些人大概会联想到汉尼拔·莱克特^①那样的变态杀人狂，好像他就在面前，拿着勺子插入受害者已被打开的脑腔。

实际上，Braindrain 这个词只是以略显夸张的方式描述知识资本的流失罢了。这种流失通常表现为专业人才从相对弱小穷困的企业或国家被那些更强盛、更财大气粗的竞争对手挖走。就好像美国起用大批从欧洲去的高手，而德国

^① 电影《沉默的羔羊》中的男主人公，变态杀人、吃人狂——译者注。



借别人的想法，使自己变得更聪明



对每个工作的人而言，拥有能使自己显得重要并有益的知识是个关键。

的政府和企业则只能再去打别人的主意，比如招揽印度和前苏联、东欧集团的高科技人才。

Braindrain 的手段也自然而然地跻身名牌大学。薪资优厚的猎头人满世界地到处搜寻聪明的脑袋。为了攫取知识，掌握主动权和必要时不讲情面先下手为强成了胜算之道。尽管听来让人难以置信，知识居然还是稀缺资源。更精确地讲，甚至是最为紧缺的了。

这一切表明，在今日的就业市场上，真正的知识和才干具有何等重要的价值地位。毕竟它们不是你拿着零钱在每个街角都可以买到的。今日德国有如此庞大的失业者队伍，几十年以来错误的教育目标肯定是难逃干系。不把培养精英当做首要任务，反而搞知识领域里的平均主义，没人得以突出，众人皆应平等。不求优秀的结果就必然导致大家一样地差劲、一样地低能、一样地无知，并会进而奠定社会趋向没落的基石。

知识与无知之间日渐形成了宽阔的，有时甚而是不可逾越的鸿沟。有真才实干的人无需用力去挤进企业的大门，自会有人来替他们铺出红地毯。“争夺天才的战争”这样的说法并非危言耸听。

每个企业都急需有特长的专家。企业的成

败正是取决于他们的表现。对每个工作的人而言，拥有能使自己显得重要并有益的知识是个关键。无论大大小小各种企业的员工，还是个体户或企业家，一概如此。

知识的流动、转让并非只能通过到外国或其他挖墙脚、聘请专家才能实现。其实知识本身也常常是可以转让的。

一个人，只要他能更好地界定对知识的需求，先于别人取得知识、存储知识——至为关键的是——创造性地运用知识，那么他个人的成功机会也就越大。至于如何着手去做，无论作为企业家或普通人，这正是本书所要告诉你的。



一个人，只要他能创造性地运用知识，那么他个人的成功机会也就越大。

➤ 目 录

⑤ 前 言 /1

⑤ 关于知识的知识 /1

➤ 信息饱和的社会 /4

信息改造世界/7

➤ 知识究竟是什么? /11

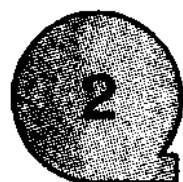
知识与现实 /13

数据和信息并不是知识 /17

知识公平转换的基本原则 /21

➤ 智力是人所固有的, 知识则要由人去争取 /22





借别人的想法，使自己变得更聪明



每个人都有他自己独到的知识协调体系 /26

➤ 知识给人以力量 /33

⑤ 怎样开发适用于企业的知识 /41

➤ 与知识携手工作 /44

有的时候“宁可少些，但要好些” /47

信息的“推来”与“拉进” /48

➤ 日本式的求知之路 /49

➤ 在企业里将知识的天堑化为通途 /58

从错误中吸取教训 /58

集思广益 /60

⑤ 精诚合作，共同获得新知识 /63

➤ 数据的开采与研究—更好地认识客户 /64



➤ 有目的地应用客户的知识 /69

聊天时顺手捎带一些新的主意 /73

➤ 作为参照的基准比较
——竞争带来的好处 /88

➤ 购买外在的知识——企业
咨询业务 /98

讲故事，以明志 /100

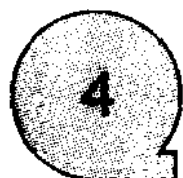
➤ “偷”别人的主意 /104

⑤ 偷偷摸摸地获取知识 /113

- 德国刑法法典（StGB）中的
相应条款/114
- 想从竞争对手那里知道些什么 /122
- 从竞争对手那里招徕员工 /126
- 商业情报一缺什么，就打探什么，
但要做得漂亮 /131

信息掮客——精明而又不好对付 /132
貌似和善的谈话艺术 /136





借别人的想法，使自己变得更聪明



竞争性情报工作——商场上的
斗士 /142

只要合法，就可以去做 /150

灰色地带里的专业人士 /153

➤ 不法行为——使用强硬的手段监视竞争对手 /159

经济间谍活动——连国家也来
插手 /164

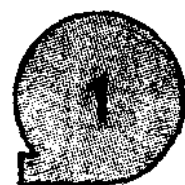
➤ 在全球范围内搜寻知识 /165

⑤ 保护好现有的知识 /171

➤ 光靠信任不行，还得有确切
的规定 /172

⑤ 专业词汇 /175





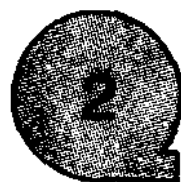
➤关于知识



如果你想从别人的知识中得益的话，你应当首先明确到底要获取什么样的知识以及借此所要实现的目标。从小学到大学这一路上，我们主动地或是被动地积累了不少知识。很多人这么做只是出于惯性，而并不带有什么特定的目标，最多也就是顾虑到升级、升学罢了。这多半也是因为学校把自己看做是基本常识的传播者，只是为日后专业知识的传授打下基础而已。

令人遗憾的是，各类学校并没有让学生足够清楚地了解到，他们所学的只不过是基础知识，必须进一步深化才行，反而使学生产生了错觉，误以为这点儿知识和方法论便是惟一正确的。实际上，这些知

如果你想从别人的知识中得益的话，你应当首先明确到底要获取什么样的知识以及借此所要实现的目标。



知识还得靠自己
不断地、有目的地去
充实。

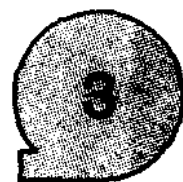
识只能构成一个框架，还得靠自己不断地、有目的地去充实。正如弗莱蒙·马立克所言，学校教育只是使人变得有用，远还没有使人变得优秀。

在此有必要再重申一遍，核心问题是：你准备运用你想要学的知识去实现什么样的目标？不但你的下一步行动取决于这个问题的答案，它还将指定你应当到哪里去寻求知识，以及如何存储知识并进行再加工。

如果你是在某家企业的市场营销部门工作，或许会特别有兴趣知道，你的竞争对手是如何进行价格核算的，或者是在开发什么样的新产品。你也可能想探听到他们不久以后会采用什么样的广告宣传策略。

如果你是在企业的生产部门就职，那你兴许会对别人的生产工艺更感兴趣。大部分的知识并不是抽象的，而是非常实用的：比如怎么成功地同客户谈判；如何安全地使用电焊机；怎样布置橱窗以期收到最好的效果。

有些你要寻找的知识，早已有人写了书、登了报。这就是公开、公布了的知识。



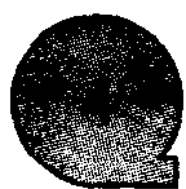
不过，时常人们并没有意识到自己所拥有的知识，那些便是隐秘的知识。

也有可能你所渴望得到的知识确实存在，只不过是不得其门而入，比如人家为提防竞争对手而设置了重重障碍。至于竞争对手则并不一定是来自企业之外，也可以是在企业内部。另一种可能，你需要的是全新的知识，尚属“前不见古人”，得先由你或你与其他人共同创造出来。



本书主要是介绍知识的源泉，以及如何使之喷涌。只是顺带地谈到知识的记录与保存。如今的软件商为不同规模的企业和形形色色的行业研发了各种各样的程序，有些甚至是针对特定任务的。但要给予具体的推荐和建议却非易事，因为有那么多的细节都要考虑，而且时时又会出现新的变数。

至于学习，也就是掌握知识之道，它并不是本书的主题，因为学习方法涵盖从手脚勤快到锻炼记忆力诸多方面，牵涉到个人的技巧、智商和主观能动性。而且对此类问题不仅已有很多的著书立说，还有不少专门的培训班供你学习。



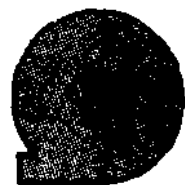
► 信息饱和的社会



我们今天生活在一个信息量近乎无限的时代，与之相伴的却是现有知识之间的相互关联越来越模糊不清。举例而言，医学领域日复一日地公布出全新、细致入微的研究成果，而这些新知识的数量是如此之大，以至无法被尽数、妥善地运用到诊断与治疗中去。

如果信息太过冗杂，不但失去自身价值，还会成为累赘。终会有那么一天，它们被辗转送到档案库里，自此不再有人来问津——从那儿的旧纸堆到垃圾桶只是一步之遥。对于知识的存档管理似乎也日渐普及了所谓的“Fino”(First in, never out.)原则：只进不出。当初显得那么重要的东西，到头来没派上过一次用场，只因为后续紧接的新信息堆积如山，隐匿其间就不会再有出头之日。

如果信息太过冗杂，不但失去自身价值，还会成为累赘。



⑤ 规则：

如果信息太过冗杂，不但失去自身价值，还会成为累赘。

有关信息饱和的绝佳例子恰恰就是知识管理这个课题本身。2000年6月，格罗·冯·朗多夫在《时代》周报上撰文抨击有关知识管理的著作多如牛毛，渐成滥觞。他仅在互联网上售书的亚马逊公司的当月目录中就查到了59部书。数量如此之多，令他摇头叹息不已，何况又是些不能给人提供什么具体帮助的泛泛之谈。

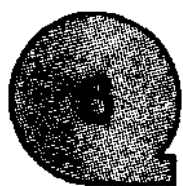
到了2002年，同样是在亚马逊公司，这个题材的书籍已多达240部，而这还仅限于德语版的——在两年内翻番到了原先的4倍。不过这个涨幅比起英语的版本还是小巫见大巫，有关知识管理的英文书目已经累积到了317部。

那么信息的叠加是不是就意味着知识的增长呢？并不见得！就好像应当是言必信，行必果，然而话说了太多就来不及跟着做一样，太多的信息量常常会起阻碍实际工作的作用。



信息的叠加是不是就意味着知识的增长呢？并不见得！

太多的信息量常常会起阻碍实际工作的作用。



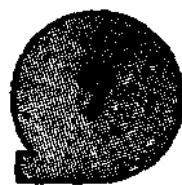
最有用的知识包
含在言简意赅、令人
刻骨铭心的信息里。

路易·卡罗·德·米科在他的著作《交流推销之道——如何作自主的顾客》中试着揭示信息浪潮对广告的影响以及如何才能与顾客沟通。他在书中提到了几个令人吃惊的数字：在德国，每年大约出版3万部新书，而一个人即使24小时不停地看，也得花上17年时间才能读完一年内出的新书。

普通的德国家庭每星期平均看49个多小时电视，也就是说，每天大约接收到75万个电视画面。单单是星期六版的《南德意志报》就囊括了50多万字。想要从头看到底的话，一个普通程度的读者起码需要28个小时。

德·米科得出结论，在我们头脑里的信息高速公路上早已是堵得水泄不通了。当年《圣经——旧约》里上帝授予摩西的“十戒”才不过用了297个字，而欧共体“进口香蕉标准”的行政命令却要用去整整2.5万字。因为它的字数多就会比“十戒”的有效期更长吗？当然不是！

其实，最有用的知识包含在言简意赅、令人刻骨铭心的信息里。使我们的现代世



界产生了翻天覆地变化的是阿尔伯特·爱因斯坦的一个公式： $E = mc^2$ ，能量是质量乘以光速的平方。知识浓缩成公式，这真是再简单不过了。

😊 规则：

知识内容的措辞表达，越简洁越好。



● 信息改造世界

眼下世界上的知识量每5年就翻一番。乍听上去实在很了不起，不过其中真正的含义并非马上就能让人明白的。试想，一个20年前从大学毕业的人，今天所要面对的知识量在统计意义上是当年的16倍。倘若20年前的图书馆，只需1 000册藏书就能把各个学科的知识大致收集齐全的话，到如今那就得是16 000册书了。

我相信，要是能以图像来描绘的话，才可以让大家更为清晰地体会到，我们自己日复一日引发的“知识雪崩”是何等的壮观。

200年前还有上知天文、下知地理的通

我们自己日复一日引发的“知识雪崩”是何等的壮观。