

心不难，事就不难

哪里有困难，哪里就需要这本书
哪里要业绩，哪里就需要这本书

谁能创造 最好业绩？

做最能挑战困难与问题的一流员工

—— 吴甘霖◎著 ——

超级畅销书《方法总比问题多》**思想升华版**
首次披露挑战困难创造最好业绩的**6大绝招**



石油工业出版社



七十年來 香港中學

國際化教育 國際化課程

谁能创造 最好业绩？

世界级的跨国企业高管的一流员工



—— 詹姆斯·柯林斯 ——

詹姆斯·柯林斯（James H. Collins）是斯坦福大学商学院教授，也是《哈佛商业评论》的编辑。他是《基业长青》（Built to Last）和《当优秀遇见平凡》（When Good Goes Bad）的作者。

John C. Collins

心不难,事就不难

哪里有困难,哪里就需要这本书
哪里要业绩,哪里就需要这本书

谁能创造 最好业绩?

做最能挑战困难与问题的一流员工

— 吴甘霖◎著 —

挑战困难就有业绩 解决问题就是效益

石油工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

谁能创造最好业绩：做最能挑战困难与问题的一流员工 / 吴甘霖著.
北京：石油工业出版社，2009.7

ISBN 978-7-5021-7242-8

I . 谁…

II . 吴…

III . 成功心理学 - 通俗读物

IV . B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 101496 号

谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工 吴甘霖 著

出版发行：石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号楼 100011)

网 址：www.petropub.com.cn

编辑部：(010) 64523616 64523714

发行部：(010) 64523603 64523604

经 销：全国新华书店

印 刷：北京晨旭印刷厂

2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

710×1000 毫米 开本：1/16 印张：12.25

印数：50000 册 字数：252 千字

定价：25.80 元

(如出现印装质量问题，我社发行部负责调换)

版权所有，翻印必究

3. 所有故事要求真实、原创。拒绝任何转载和抄袭。一旦发现有转载与抄袭行为将立即被取消参赛资格。

★ 参赛方式

◎ 邮寄：北京市朝阳区安华里二区一号楼石油工业出版社 李廷璐
收 邮编 100011(注明“征文”字样)

◎ 电子邮箱：zuihaoyeji@126.com

◎ 请附上您的个人详细资料，以便领奖核对身份。

个人资料 (请用正楷完整填写，并附上名片)

姓 名：_____性 别：_____年 龄：_____

联系电话：_____手 机：_____

E-mail: _____工作单位：_____职务：_____

通信地址：_____

身份证号：_____

◀ 读石油版书，获亲情馈赠 ▶

亲爱的读者朋友，首先感谢您阅读我社图书，请您在阅读完本书后填写以下信息。我社将长期开展“读石油版书，获亲情馈赠”活动，凡是关注我社图书并认真填写读者信息反馈卡的朋友都有机会获得亲情馈赠，我们将定期从信息反馈卡中评选出有价值的意见和建议，并为填写这些信息的朋友**免费**赠送一本好书。

《谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工》

1. 您购买本书的动因(可多选):

- | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| ☐ 书名 | ☐ 封面 | ☐ 内容 | ☐ 价格 |
| ☐ 装帧 | ☐ 纸张 | ☐ 双色印刷 | |
| ☐ 书店推荐 | ☐ 朋友推荐 | ☐ 报刊文章推荐 | |
| ☐ 作者 | ☐ 出版社 | ☐ 其他 | _____ |

2. 您在哪里购买了本书(若是书店请写明书店地址和名称)?

_____ 购书时间_____

3. 您是怎样知道本书的(可多选)?

- | | |
|---|------------------------------------|
| ☐ 报刊介绍_____ (报刊名称) | ☐ 朋友推荐_____ |
| ☐ 网站_____ (网站名称) | ☐ 书店广告_____ |
| ☐ 书店随便翻阅 | ☐ 其他_____ |

4. 您对本书印象如何(可多选)?

- | | | | |
|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| 封面: ☐ 新颖 | ☐ 吸引眼球 | ☐ 一般,没创意 | ☐ 不适合本书内容 |
| 内容: ☐ 丰富 | ☐ 有新意 | ☐ 一般 | ☐ 较差 |
| 排版: ☐ 新颖 | ☐ 一般 | ☐ 太花哨 | ☐ 较差 |
| 纸张: ☐ 很好 | ☐ 一般 | ☐ 较差 | |
| 定价: ☐ 太高 | ☐ 有点高 | ☐ 合适 | ☐ 便宜 |

5. 您对本书的综合评价和建议(可另附纸):

● 您的资料:

姓名_____ 性别_____ 年龄_____ 职业_____

学历_____ 电话(写明区号)_____ 手机_____

电子邮件_____ 邮编_____

通信地址_____

● 我们的联系方式:

地 址: 北京安定门外安华里2区1号楼石油工业出版社社会图书中心 王 昕 李廷璐

邮 编: 100011 E-mail: good9112@126.com litinglu999@126.com

销售部电话: 010-64523603 64523604 编辑部电话: 010-64523616 64523714

6月17日下午2:30在深圳政协礼堂向深圳公众公开发情演讲
主办：深圳市青年企业家联合会
深圳市中小企业发展促进会
深圳市灵感企业管理顾问有限公司

前言

困难是业绩的试金石 Preface

顾名思义，这是一本讲述如何创造最好业绩的书，同时也是一本挑战困难与问题的书，更是一本讲述两者之间密切关系的书。至于其关系如何亲密，可以用这样一句话来概括：

“哪里有困难，哪里就应该有挑战。谁最能挑战困难与问题，谁就有可能创造最好的业绩。”

得出这样的理念绝非危言耸听，而是在研究众多业绩最优秀的人之后，同时也是在出版《方法总比问题多》一书后，与众多读者、学员和客户交流后得出的体会。

数年以前，本人出版了《方法总比问题多》一书。该书在出版后，连续几年，它都持续在中国经管图书畅销排行榜上，至今已经发行超过 60 万册了。在多次与管理者和员工交流对这本书的体会时，不少人都说，那本书之所以能受到他们的欢迎，固然在于讲述了不少具体的方法，但更在于该书所提出的“只为成功找方法，不为失败找借口”、“只要思想不滑坡，方法总比问题多”等理念，这些理念正是弘扬了一种面对问题和困难无所畏惧的挑战精神。

他们的这一体会，进一步激发了我深入研究众多创造最好业绩人士的兴趣。通过研究，我确定无疑地得出这一结论：能创造最好业绩的人，无一例外都是最能挑战问题与困难的人。困难和问题就是业绩的试金石：对于庸庸碌碌的人而言，困难和问题会把他们吓倒；但对于优秀



人士而言，困难和问题恰恰是帮助他们淘汰竞争者的有力武器——正因为别人知难而退，他们却能知难而进，所以他们取得了许多人难以想象的业绩与成功！

于是，在总结了这些成功人士的经验、学员体会以及我自己的一些亲身经历之后，我将此书奉献到读者面前。我相信：通过和我一起分析，每位读者都不难接受书中所阐述的“心不难，事就不难”、“没有不能，只有不肯”、“改‘绝对不能’为‘绝对可能’”等理念，并因此找到那种勇于面对困难的力量，从而创造可能连自己都想象不到的工作奇迹。

这本书可以称为《方法总比问题多》一书的思想升华版。在写作上，我不仅发扬了《方法总比问题多》的写作特点，而且在某些方面还进行了超越。

第一，把原创性看成“第一竞争力”。

我认为，原创性，不仅是写作人最重要的职业素养之一，同时也是作品的“第一竞争力”。而当前不少的所谓“经管书”、“员工书”，其实不过是一些互相抄袭的产物，这已经成为出版界最恶劣的现象之一。这不仅引起读者极大的不满，也使我极为鄙视和痛恨。因为这些年来，我的不少著作都惨遭这些毫无职业道德者的“扒皮”。所以我在写书的过程中，无论是总体构思，还是具体写作的内容和形式，都格外重视原创性。如果有引用处，我一般会指出出处。读者不仅可以从本书中得到验证，而且也可因为我的这一特色，而得到更多的参考和启示。

第二，观点一定鲜明、透亮。

读者都希望在最短的时间内汲取最好的思想营养，而某些作者“掉书袋”、“裹脚布”、“白开水”式的写作方式是绝对无法满足这一需求的。于是，我格外注意提炼一些精炼而鲜明的观点以满足读者的这一需求。如“命运的雏形先在心中形成”、“洗瓶子也要洗出状元境界”、“方向是金，方法是银”、“不留退路，才有活路”、“重环境，更重心境”、“要登上业绩的高峰，先得征服内心的高峰”，等等。

我可以很自豪地告诉读者：这些观点都是我自己总结出来的，不仅能让人耳目一新，而且读者容易吸收消化，在有关单位用于组织文化或企业文化建设时，还有更充分的利用价值。

第三，以鲜活而典型的故事阐述问题。

书中涉及的人物有我在培训和咨询过程中所遇到的优秀人士，如黄金搭档总经理刘作伟，还有活跃在各界的著名人士如袁隆平、杨利伟、王石、马云、董明珠、金志国、唐骏、王宝强等。他们在不同的岗位上尤其是在担任员工和普通管理者期间的成功经验更值得我们学习和借鉴。不仅如此，我还融入了自己一些十分重要的人生体验。之所以这样做，是想要进一步告诉读者：本书所倡导的理念，实际上也是曾经帮助我走出人生和事业低谷，创造理想业绩的关键。希望读者在阅读这些故事时，不仅觉得本书“好看”，而且能对书中这些成功人士有真切感悟，从而指导自己的实践。

第四，以更全面和更具体的操作技巧，让读者运用起来更加有效。

本书分为三个单元，第一单元阐述积极心念怎样创造工作与生活的奇迹，以及对这些奇迹出现的科学性进行探究；第二单元讲了实现“工作奇迹”的6大绝招；第三单元教读者具体从三个方面打造超级“心灵磁场”。

我在书中格外强调的是“怎么办”。目前市场上的心理自助书和励志书，更多的是“应该”。可是读者越来越渴求：“应该”固然重要，但“怎么办”才更管用。要更为有效，就必须将“应该”进一步转化为“怎么办”。

细心的读者可能会发现：本书所倡导的“运随心转法则”与被誉畅销全球的“心灵励志第一书”《秘密》（拜恩著）所倡导的“吸引力法则”有很大相通之处。是的，本书出版时，正是《秘密》登陆中国不久。在本书出版之前，根据我出版的习惯，先寄了一些样章给一些读者和图书经销商征求意见。不少人反映：这本书可以称之为《秘密》法则



的工作版。

如果就将积极心态应用于如何创造一流工作业绩而言，本书的确在一定程度上体现了这样的追求。但是我认为《秘密》一书将创造“奇迹”的过程分为“要求”、“相信”、“接收”三个方面太简单了，而且容易产生“唯心灵论”的嫌疑。于是我在“相信”与“接收”之间，增加三点——“承诺：得到的代价是付出”、“行动：想到更要做到”、“开智：方向是金，方法是银”。加上这三个环节，成为创造工作奇迹的“六大绝招”。不仅更全面，也更科学，当然在实践应用中也更为有效了。

在本书出版之际，格外感谢石油工业出版社的各位领导和有关人士。尤其感谢白泽生社长、张卫国副社长亲自关心此书，社会图书出版中心主任郎东晓，责任编辑王昕、李廷璐为本书做了许多细致工作，发行部各位领导和骨干为此书的发行的各个方面做了许多工作，深表感谢。

江苏省新华书店营销经理汤年华为此书出版提供过很好的建设性意见，也特表感谢。

在本书出版时，正逢弥漫全球的金融危机，许多人的工作正因此遭遇很大的压力甚至困境。我们可以相信：把握本书的理念和方法，一定能提升我们挑战问题和困难的勇气与信心。不仅如此，由于遭遇困难和问题是工作中永远难免的，而创造最好的业绩，又是我们每个人永恒的追求，所以我们还有足够的理由坚信：把握了本书的核心理念，我们便把握了创造最好业绩的核心法则——

业绩都从挑战来！“心不难，事就不难”、“没有困难，只有被‘难’困住的心”。只要我们勇于挑战困难和问题，就能粉碎前进中的所有障碍，在工作中创造一个又一个奇迹！

2009年6月13日于北京

中国顶级培训师 吴甘霖先生领衔培训课程

被誉为“商界布道师”的吴甘霖不仅是一位著名经管畅销书作家，更是享誉海内外的培训师、甘霖智慧国际培训机构理事长。由其领衔推出的系列管理课程不仅深受中国石油、中国航天、中国移动、长虹集团、黄金搭档等众多知名企业欢迎，而且还为财政部等 30 多个中央部委进行培训，新华社等国内外有 500 多家媒体以“甘霖智慧旋风”等为标题，纷纷报道。

吴甘霖还主编了“甘霖智慧培训文库”，出版了众多深受欢迎的书籍，如《方法总比问题多》，至今已经销售 60 万册，印刷 40 次。在雅虎中文网上发表的读后感和新闻达到 1100 多万条，创员工培训图书第一记录。

主要课程：

谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工

方法总比问题多

做最好的中层

执行重在到位

空杯心态与高绩效团队

一流员工的 10 大职业素养

甘霖智慧培训网. <http://www.glwe.com>

联系电话：010-66010396 87136390



“谁能创造最好业绩”有奖征文

《谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工》一书在总结众多成功人士经验的基础上，披露了一个十分重要的理念——“业绩都从挑战来”、“谁最能挑战困难与问题，谁就能创造最好的业绩”。这一理念，相信作为读者的你，也有相同的感受。

为了让更多人分享您的经验，石油工业出版社特进行“谁能创造最好业绩”有奖征文，我们将从中评选出优秀文章。获奖者将荣获作者吴甘霖亲笔签名赠送的《谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工》一书，并获得石油工业出版社颁发的获奖证书。

现将有关参赛事项公布如下：

★ 征文主题

如何拥有面对问题迎难而上的精神，并因此而创造理想的业绩。

★ 具体要求

1. 通过自己的亲身经历，结合读《谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工》的体会，写一篇 1500 ~ 3000 字的故事。

2. 故事要求生动而完整，其中包括：

① 你在工作中遇到了什么问题，面对问题你开始时的反映如何？

② 后来你采取怎样的方法和步骤解决了问题？

③ 最后达到了怎样的效果？尤其在提升业绩方面起到了怎样的积极作用？

④ 通过这一经历，你有怎样的成长感悟？这些感悟在哪些方面体现了《谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工》中提出的有关理念？或者在哪些方面，丰富了《谁能创造最好业绩——做最能挑战困难与问题的一流员工》的观点？

目录 Contents

第一单元 心不难，事就不难

第一章 没有不能，只有不肯 003

面对“不可能”解决的困难，或者“不可能”完成的工作任务，假如你勇于去挑战，“绝不可能”就会变为“绝对可能”。

越敢挑战困难和问题，越能创造超凡业绩	003
你要登上业绩的高峰，首先就要征服内心的山峰	009
亲身体验“运随心转”的奇迹	015

第二章 把“难”丢到太平洋 025

没有难以创造的业绩，只有不敢挑战困难和问题为员工。

“难”，往往是阻碍我们前进的第一障碍。但如果冷静地分析，这个“难”，其实是一种靠不住的心理反应，是懒汉躲避努力的手段，是平庸者放弃奋斗的借口！

没有“困难”，只有被“难”困住的心	025
困难不是放弃的借口，而恰恰是坚持的理由	029
挑战问题的 12 字方针	032



第三章 从“绝不可能”到“绝对可能” 038

积极心态能创造的最大奇迹，就是能将当初看起来“绝不可能”完成的任务或要做成的事情，变为“绝对可能”。

打破“心牢”，一切皆有可能	038
转变思维，一切皆有可能	042
冷静面对，一切皆有可能	045
山到绝顶我为峰	050

第四章 “心灵磁场”怎样创造奇迹 054

创造工作的奇迹或吸引好运，不仅有着众多成功者的见证，也有着科学依据。

一个人假如拥有了积极心念而且积极心念够强，就能形成最好的“意焦”，创造一个强大的“心灵磁场”。它不仅能将自己追求的动力和潜能激发出来，而且能吸收“宇宙的正面能量”——这世界上一切能帮助你的东西。

命运的雏形先在心中形成	054
“意焦”的“磁场效应”	058
格局有多大，“磁场”就有多大	065

第二单元 创造工作奇迹的六大绝招

第五章 要求：从“想要”到“一定要！” 071

你要吸引“好运”或创造超凡的业绩，就首先要对自己提

出最强烈的要求：

不是“想要”，而是“一定要”！

看起来只有一两个字的差别，却是成功与失败的分界线，“做大”与“做小”的根本区别。

让“能不能”为“要不要”让路.....	071
洗瓶子也要洗出状元的境界.....	074
从“条件导向”到“目标导向”.....	079

第六章 相信：信心比黄金更重要 084

什么是信念？通俗地说，就是带着信心甚至信仰的念头。

有了信念的支撑，“我一定要”的要求，才能像一粒种子掉到土壤中扎根，并不断吸收多方面的能量，在挑战风雨中长成参天大树。

先“相信”，再“看见”.....	084
“心中更上一层楼”.....	088
末班车总在绝望中来临.....	092

第七章 承诺：得到的代价是付出 95

承诺就是你要确保：为了让理想和信心落到实处，你必须首先有所付出。

“树雄心壮志易，为理想努力难。努力是拥有之母，拥有是努力之子。”

非凡的付出才有非常的收获.....	095
不留退路，才有活路.....	099