



亚马逊网络书店 **5** 星超级畅销书，同类书排名第 **1**

做一个积极的付出者

The Go-giver

A Little Story About A Powerful Business Idea

(美) 鲍勃·伯格 (Bob Burg) 约翰·大卫·曼 (John David Mann) / 著 冷迪 / 译

“这是自《谁动了我的奶酪?》之后我最喜欢的一本寓言书。你
有必要细读《做一个积极的付出者》并和你最在意的人们分享它所
传达的信息。这是一本能触动你灵魂、震撼你心灵的美妙之书。”

——大卫·巴赫，《纽约时报》畅销书作者



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS





做一个 积极的付出者

(美) 鲍勃·伯格 (Bob Burg) 约翰·大卫·曼 (John David Mann) / 著 冷迪 / 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书是一则精炼的商业寓言，像一次充满惊奇、坎坷和曲折的旅行，揭示了企业成功和个人完善的关键。

年轻的主人公乔的导师帮助乔重新思考他一直以来对人生的看法：“大多数人在听说成功的秘诀是付出的，只会哈哈大笑。于是，大多数人都远不如自己所希望的那样成功。”

乔学会了“终极成功五大定律”：价值定律、收入定律、影响力定律、真实定律和收获定律，这引导着他从平凡走向富足。

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition published by arrangement with Portfolio, a member of Penguin Group (USA) Inc.

Chinese simplified character translation rights@2009 by China Machine Press.

本书版权引进登记号：图字：01-2008-2663

图书在版编目 (CIP) 数据

做一个积极的付出者 / (美) 伯格 (Burg, B.), (美) 曼 (Mann, J. D.) 著; 冷迪译. —北京: 机械工业出版社, 2009.5

ISBN 978-7-111-27133-8

I. 做… II. ①伯…②曼…③冷… 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 074526 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 文菁华 责任编辑: 文菁华 侯振锋

版式设计: 张文贵

责任印制: 李 妍

北京振兴源印务有限公司印刷厂印刷

2009 年 6 月第 1 版 · 第 1 次印刷

145mm × 210mm · 4.375 印张 · 1 插页 · 80 千字

0001 - 6000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-27133-8

定价: 20.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换
销售服务热线: (010) 68326294

购书热线: (010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线: (010) 88379001

封面无防伪标均为盗版

本书获得的推荐

“《做一个积极的付出者》抓住了商场取胜和成就人生主题的要害。作者深知助人成功就是助己成功。我强烈推荐这本书。”

——伊凡·米斯纳 (Ivan Misner) 博士, 畅销书《成功大师》

作者, 国际商业联盟 (BNI) 的创始人

“《做一个积极的付出者》是一本极其伟大的书! 它会完全颠覆你的商业观和人生观, 并为你的职业生涯增添巨大的价值。”

——卡梅伦·约翰逊 (Cameron Johnson), 《你呼叫成功》作者

“伯格和曼精心打造了一个能与斯宾塞·约翰逊博士 1998 年广受好评的《谁动了我的奶酪?》一书相提并论的商业寓言。对这一启示的接受程度也许要因人而异, 但至关重要的是要学习并理解它……这个世界总是需要崭新的方式来揭示其重大启示。为此,《做一个积极的付出者》开拓了一条伟大之路, 继续传播让世人受益匪浅的积极启示。”

——《Soundview 管理图书快讯》

“终于, 一声集结号宣告了一个商业新纪元的到来。《做一个积极的付出者》不仅应该是更好的商业模式, 更应该是唯一的商业模式。”

——詹妮弗·库什尔 (Jennifer Kushell), 畅销书《年轻和成功的秘密》

作者, YSN.com 网站的创始人

“这本书揭示了为人们的生活增添价值才是爬上经济成功之梯的唯一之路。”

——弗兰·塔肯顿，“荣誉榜”上榜职业橄榄球四分卫，
GoSmallBiz.com 网站首席执行官。

“五大定律美在简约，但是伯格和曼生动形象的故事叙述使其从简单的说教升华为真正的灵魂震撼。”

——斯科特·艾伦 (Scott Allen)，Fastcompany.com
网站专栏作家，《虚拟握手》作者

“偶尔会出现这样一本书，它会讲述整个世界此刻需要倾听的事实。《做一个积极的付出者》就是这样一本稀缺之书。”

——肯德拉·托德 (Kendra Todd)，真人秀《明星学徒第三季》冠军，
家居生活电视台 (HGTV)《我的房子值多少?》栏目主持人

“最伟大的领袖是仆人式领袖。《做一个积极的付出者》就是讲述了通过服务于人走向成功的精彩故事。”

——约翰·阿狄森 (John Addison)，普里莫利卡金融服务公司
副首席执行官

“作为《高效能人士的七个习惯》和《海鸥乔纳森》混合体的《做一个积极的付出者》是一个变革的故事……这本书给那些被欲无止境的‘成功秘诀’所误的人们讲述了另一个秘诀，也就是他的商业秘密：付出。遍游全球与人分享《做一个积极的付出者》理念的作者鲍勃·伯格和约翰·大卫·曼齐心协力创作了这

部催人奋进、通俗易懂的作品，吸引着那些想为自己的生活注入更多温情和全局使命感的人们。”

——康尼·米尔斯 (Connie Mears)，《新纪元零售商》作者

“情真意切、深思熟虑，《做一个积极的付出者》充满了洞察力。”

——奥利·布拉夫曼 (Ori Brafman)，《海星和蜘蛛》作者

“一种看待生活的全新方式。依我之见，《做一个积极的付出者》必须一读。”

——大卫 J. 沃克 (David J. Walker) 博士，《你足够》作者

“《做一个积极的付出者》的核心是一种哲学——实际上是一种存在哲学，它会显著地推动你的事业，丰富你的生活，并且让你在世界上留下非凡的印记。”

——加里·凯勒 (Gary Keller)，“凯勒威廉斯国际房产”的创始人及董事会主席，畅销书《百万房产经济人》作者

“作者把复杂的商业游戏变得既清晰又明确。”

——菲利普 E. 哈里曼 (Philip E. Harriman)，2007 年“美国百万圆桌协会”特许人寿理财师、企业理财师

“《做一个积极的付出者》太精彩了，从头到尾都引人入胜。本书将给你积极和深入的启发。”

——佩吉·麦科尔 (Peggy McColl)，畅销书《命运开关》作者

“在实干家辈出的年代，《做一个积极的付出者》为如何取得真正的‘终极成功’提供了一个深刻又新颖的视角。读到最后一页时，我的眼里满含泪水。”

——特莱西·芬顿 (Traci Fenton), WorldBlu 公司的
创始人及首席执行官

“伯格和曼讲述的这个伟大的故事让我们记住：付出不是背负的一笔债，而是撒下的一粒种。”

——吉姆·斯德沃尔 (Jim Stovall), 《终极礼物》作者

这个现代商业寓言用精炼的语言诠释了《世界上最伟大的推销员》和《一分钟经理人》两本书的精神实质，对于那些渴望在工作中勇攀高峰的人们意义匪浅，虽然本书探讨的主题——以他人为先，无论他是同事、竞争对手、顾客、朋友还是家人——最初可能颇让人费解。在这个雄心壮志的年轻销售员乔的故事中，作者借一个神秘莫测（但却备受推崇）的导师型人物品达之口表达了他们的观点。这个导师没有立马帮助乔拿下一笔单子，相反他给乔介绍了一系列将“终极成功五大定律”付诸实践的“付出者”。在五天的时间里，餐厅老板、首席执行官、金融顾问、房地产经纪人和一位神秘的“牵线人”分别向乔传授了价值定律、收入定律、影响力定律、真实定律以及收获定律，这些概念在虚构的情景中比商业教科书体现得更为直观。作者用简洁、自如的语言对古老的格言“付出就有收获”作出了深入的诠释。

——《出版商周刊》

“《做一个积极的付出者》用一个绝妙的故事在娱人同时又传达出可以即刻付诸实践的、催人奋进、让人信念坚定的启示，实为罕见。”

——戴伦·理查森 (Darren Richardson), 《心理科学》

“书名中所指的‘大理念’是‘商业成功和个人满足的关键是把重心从收获转移到付出——即以他人为先——上来’……对这些概念及其应用的诠释既清晰又到位，与所有成功的商业书籍一样，这本书会促使你思考并进一步付诸行动。”

——《书讯》

“《做一个积极的付出者》拥有我所期望的好书的一切。一口气读到底。”

——迈克尔 E. 格伯尔, 《电子神话》作者

“这本好书妙不可言地展现了奉献、富足、服务和成功的原则。”

——史蒂芬 M. R. 卡维, 《信任速度》作者

“这本迷人的小书提醒我们：慷慨行事的人们会得到这个丰裕的世界的嘉奖。”

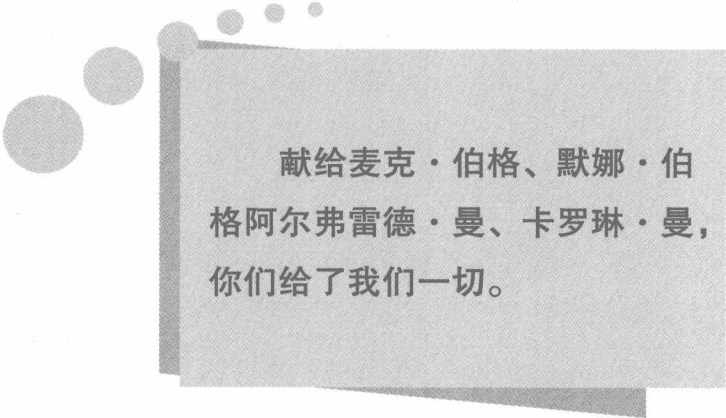
——洛伊斯 P. 弗兰克尔博士, 《女性领导》和
《职业女性易犯的致命职业错误》作者

“这五个简单的定律会帮助你达成目标、实现梦想!”

——布赖恩·特蕾西,《成功心理学》作者

“这本书正应了那句名言‘浓缩的才是精华’。”

——汤姆·霍普金斯,《如何掌握销售的艺术》作家



献给麦克·伯格、默娜·伯格
阿尔弗雷德·曼、卡罗琳·曼，
你们给了我们一切。



1. 实干家 / 1
2. 经商秘诀 / 8
3. 价值定律 / 21
4. 条件 / 33
5. 收入定律 / 37
6. 冲咖啡 / 49
7. 雷切尔 / 53
8. 影响力定律 / 58
9. 苏珊 / 67
10. 真实定律 / 74
11. 格斯 / 89
12. 收获定律 / 94
13. 圆满 / 106
14. 付出者 / 114
- 终极成功五大定律 / 121
- 致谢 / 122

1. 实干家



若要说克拉森——希尔信托公司里谁有资格称得上实干家，乔当仁不让。他工作兢兢业业，办事风风火火，力争出类拔萃。然而，这仅仅是他事业规划的一部分。乔是一个雄心勃勃的年轻人，他的梦想是成为商界明星。

但是有时往往事与愿违，他工作越卖力，办事越麻利，目标看起来反而越遥不可及。在乔这样一个热诚的实干家看来，他对待工作的确是实心实意、勇于付出的，但似乎却没干出多大成绩来。

但是，由于工作一直很繁忙，乔根本抽不出时间来琢磨这个问题。尤其是今天——星期五，本季度只剩下这最后一个星期，生死攸关的最后期限已经迫在眉睫，错过了这个最后期限他可担待不起。

下午的时间慢慢流逝，是时候寻求援助了，乔终于下定决心。于是他拨通了一个电话，但结果却让他始料不及。

“卡尔，你不是在骗我吧……”乔做了个深呼吸，压抑住声音中的绝望，“尼尔·汉森?! 尼尔·汉森是什么鬼东西? 我不管他报什么价，我们都能达标……等等——得了吧，卡尔，你还欠我一个人情呢! 你心里清楚! 喂，去年那一笔单子是谁救了你? 卡尔，别挂……卡尔!”

乔摁下手机上的通话键，尽量平心静气地放下话筒，然后又做了一次深呼吸。

乔挖空思想要拿下一个大客户，一个他自以为绝对有能力搞定的大客户，而且如果他想完成第三季度营业额的话，他也迫切需要这样一个大客户。乔没有完成第一季度的营业额，第二季度他又重蹈覆辙。两次打击了，第三次打击他想都不敢想。

“你没事吧，乔?” 一个声音问道。乔抬起头来，看到了同事梅兰妮关切的面孔。梅兰妮心地善良，是个真正的好人。这也正是乔疑惑不解的地方，她这种性格的人怎么能在七楼——他俩工作的地方——这样竞争激烈的环境中生存下来呢?

“还好。”乔回答。

“是卡尔·凯勒曼的电话吗? 和‘大户’有关?”

乔叹了口气说：“是啊。”

他无需多作解释。这层楼上的人都知道卡尔·凯勒曼是何许人也。他是一个经纪人，正在为一个客户寻找合适的信托服

务公司，乔把这个客户戏称为“重大客户”（简称“大户”）。

据卡尔说，“重大客户”的老板认为乔的公司不具备整合业务的“威望和影响”，而且现在突然冒出个前所未闻的人物，他的超低报价让他更胜一筹，卡尔表示他对乔是爱莫能助了。

“我真是搞不懂。”乔说。

“我也很难过，乔。”梅兰妮安慰他。

“嗨，有时也会反败为胜哦……”他突然自信地咧嘴一笑，但卡尔的话依然在他脑海里回荡。梅兰妮回到她自己的办公桌，留下乔一个人坐在那里沉思：威望和影响……

过了一会儿，他蹭地站起身来，走到梅兰妮的办公桌前。“嗨，梅？”

梅兰妮抬起头。

“你还记得那天和格斯的谈话吗，说一个大牌顾问下个月什么时候办讲座的事？你叫他什么‘船长’？”

梅兰妮微笑着回答：“品达。‘会长’。”

乔打了个响指。“对了！就是他！他姓什么？”

梅兰妮皱起眉。“我想想……”她耸耸肩，“不知道，我没听人提过。大家都叫他‘会长’或者品达。怎么？你想去听他的讲座？”

“是啊……有可能。”不过乔关心的可不是一个月后的什么讲座，他感兴趣的只有一件事，而且这件事必须在下周五也就是第三季度结束前做好。

“我在想，这家伙确实是个热门人物，对吗？收取大笔咨询费，只给最大、最强的公司卖力。这就是巨大的威望啊。我相信我们能对付这个‘大户’；不过我得找些大人物帮忙来赢回这单业务。我需要影响力。能想办法帮我搞到这个什么‘会长’办公室的联系方式吗？”

梅兰妮惊讶地看着乔，那样子似乎他刚才说的是去和灰熊搏斗。“你要给他打电话？”

乔耸耸肩膀。“当然了。为什么不打？”

梅兰妮摇摇头说：“我也不知道怎么联系他，要不问问格斯？”

乔回到自己的办公桌，暗暗寻思着格斯为什么能在克拉森—希尔信托公司混这么长时间。他从没看到格斯做过什么实际工作。但是格斯拥有自己的独立办公室，而乔却只能和梅兰妮以及其他十几个人共用七层上的这部分公共空间。有人说格斯之所以享有独立办公室是因为他资格老，也有人说他赢得这一殊遇靠的是他的业绩。

办公室谣言纷纷，有人说格斯唯一一次完成客户资产出售也是多年前的事了，经理之所以一直留用他纯粹是因为他忠心耿耿；也有谣言把格斯说成了另一个极端——说他年轻时就取得了无与伦比的成功，现在成了一个衣食无忧的有钱怪人：他床垫下藏着万贯家资，却在公司过着囚犯般备受约束的生活。

乔不相信这些风言风语。他很肯定格斯搞定过很多客

户，但也很难把他想象成一个销售明星。格斯穿得像个中学英语老师，看到他，乔会联想到一个退休的乡下医生而不是积极活跃的商人。他举止休闲、随意，和潜在客户通起电话来絮絮叨叨又漫无边际（他们似乎除了生意什么都谈），他的那些假期拖拖拉拉又总是行踪不定，格斯就像一处远古时代遗留下来的古迹。

他这个人很难算得上一个实干家。

乔停下来敲了敲格斯办公室的门，门敞开着。

“进来吧，乔。”里面应声答道。

“这么说你是想现在就打电话设法面见他本人？”格斯仔细翻看那一大本罗乐德斯名片夹^①，找到他要找的那一页，页角都卷了。他把电话号码抄到一张细纸条上递给乔，又看着乔接过纸条把号码输到手机里。

“在一个周五的下午？”乔咧嘴笑着说，“是的，我正要那么做。”

格斯若有所思地点点头。“乔，关于你我有一点必须一提，那就是你有雄心，我很欣赏这一点。”格斯边说边心不在焉地把玩着海泡石烟斗，“要说这七楼上的实干家，那是非你莫属啊。”

① 美国罗乐德斯公司是全球知名的名片管理和办公用品生产商。——译者注



乔很感动。“谢谢您，格斯。”他朝自己的办公桌走去。

格斯在背后喊道：“先别谢我。”

铃声只响了一下，乔就听到一声愉快的问候，这声问候来自一个自称布兰达的女子。乔自我介绍了一番，告诉她自己想拜访“会长”，然后就做好了碰个大钉子的准备。

然而她的回答却让乔大吃一惊，她说：“您当然可以见他。您明天能过来吗？”

“明……明天？”他结巴起来，“星期六吗？！”

“是啊，如果您方便的话。八点早不早？”

乔目瞪口呆。“您不……嗯，您不用先和他确认一下吗？”

“嗯，不用，”她从容地答话，“明天早上就可以。”