

「日」稻盛和夫 著 吕美女 译  
人は何のために生きるのか

他，是日本的“经营四圣”之一  
他，一人创建了两家“世界500强”企业  
他，缔造了京瓷40余年从未亏损的奇迹

# 人为什么活着

稻盛和夫的哲学

《IT经理世界》杂志社执行总编 **张鹏**

倾情推荐

清华大学中国企业家思想研究中心主任 **王育琨**

# 人为什 么活 着

稻盛和夫  
的哲学

〔日〕稻盛和夫 著 吕美女 译

人は何のために生きるのか：稲盛和夫の哲学

中国人民大学出版社  
·北京·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

人为什么活着——稻盛和夫的哲学 / (日) 稻盛和夫著; 吕美女译.

北京: 中国人民大学出版社, 2009

ISBN 978-7-300-10111-8

I. 人…

II. ①稻…②吕…

III. 人生哲学—研究

IV. B821

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 198486 号

## 人为什么活着

——稻盛和夫的哲学

(日) 稻盛和夫 著

吕美女 译

---

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司

规 格 160 mm × 230 mm 16 开本 版 次 2009 年 2 月第 1 版

印 张 11 插页 3 印 次 2009 年 2 月第 1 次印刷

字 数 119 000 定 价 29.80 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

## 稻盛和夫的过冬术

这是最好的时代，这是最坏的时代；这是智慧的时代，这是愚蠢的时代；这是信任的时代，这是怀疑的时代；这是光明的季节，这是黑暗的季节；这是希望之春，这是失望之冬。

——狄更斯《双城记》

2008年，当全球性金融海啸肆虐而来时，中国制造业遭遇了最严酷的冬天。经济不景气、融资困难、原材料上涨、劳动成本上升，越来越多的中国企业走到了生死存亡的十字路口。

寒冬是危机，更是契机！

从稻盛和夫四十余年的经营历程来看，京瓷正是一次次在寒冬中发展，在寒冬中强大的。

1973年，石油危机席卷全球，日本经济遭受重创，处于高速增长中的京瓷一时间订单锐减，面临严峻的考验；1985年，以美国为首的西方五国集团签署了《广场协议》，日元急剧升值，京瓷面临一个高成本时代的挑战。

危机中的稻盛和夫并没有悲观失望，而是把危机视为企业创新与发展的“契机”，视为“新的转折点”，从不同角度寻求突破困境、安然过冬的方法。

**经济不景气时正是开发新产品的最好时机。**稻盛和夫认为，当经济处于低谷时，既有产品的销量会大幅下降，必须通过开发新产品来扭转局势。在石油危机中，稻盛和夫花了大量的时间来进行新产品群的开发与生产。这一时期开发的新产品有太阳能电池、切削工具、再结晶钻石和医用生物陶瓷。当然，在稻盛和夫看来，此时开发新产品是有前提条件的，那就是在经济景气时必须形成充足的资金储备。

**节减经费。**从尽量减少向外部订货的费用，到一切资材、消耗品的彻底清查，再到关掉除制造现场以外的所有空调，

再到减少人事费用，提出不加班，甚至不允许少量加班。稻盛和夫带领所有员工将节减经费的措施做到了细之又细。

**决不裁员。**在危机中，很多企业纷纷大量裁员。但稻盛和夫却坚持不裁掉任何一名员工。在总工作量减少的情况下，为了保证生产效率，解决人员过剩问题，他把多余的人力编入总务处，让他们修剪花木，打扫卫生，等到订单增加后再回到生产第一线。这样的措施增强了员工的安全感和归属感，更增强了危机中企业的凝聚力。

**管理者和员工都要转变意识。**在危机中，稻盛和夫一再强调，每个人都要善于思考，“只有这样的智慧火花同要克服危机的热情相结合才能进行创造性的经营”；所有员工都是“推销员、总务员、资材员、生产者，大家不仅要帮忙开展经营，更应该为了同样的目的、以同样的思考方式，相互启蒙、相互教育”。在这样的关键时刻，他特别要求“干部们必须具备作为一名管理者应有的哲学”。

正是通过这些强有力的经营策略，稻盛和夫领导下的京瓷突破了石油危机的经济大萧条，并成为日元升值后惟一没有受到泡沫经济影响的日本大企业。

当我们从深层审视稻盛和夫在寒冬中的突围与努力时，你会发现，他始终是以“以心为本”的经营哲学为根基的。那么，今天，当身处寒冬中的中国企业家苦苦寻求开拓与突围之路时，除了向稻盛和夫借鉴应对危机时的种种措施之外，或许，更重要的是，像稻盛和夫一样回归到人性与心灵本身来思考危机、转化危机。这样，无论现在抑或未来的寒冬都将是能够战胜的——企业家获得的是永恒的心灵的力量！

获得“心灵的力量”，这是在寒冬中打开这本心灵之书最温暖的理由。同时，为了能让您更真切地走进稻盛和夫的内心世界，更真切地体会到这位“经营之圣”的思考与实践，我们还在书中为您特别准备了“稻盛和夫的经营哲学”、“‘敬天爱人’的由来与意义”以及“稻盛和夫大事年表”等内容，希望这些内容能够在寒冬中延伸您的思考，提供更多的助益……

## 一切为了您的阅读价值



常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008版的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

- 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？
- 您是否常常在阅读过一本書籍后，才发现不是自己要读的那一本？
- 您是否常常发现书架上很多書籍都是一时冲动买下，直到现在一字未读？
- 您是否常常感慨書籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

### ★ 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。**时间才是读者付出的最大阅读成本：**

阅读的时间成本 = 选择图书所花费的时间 + 阅读图书所花费的时间 + 误读图书所浪费的时间

### ★ 选择合适的图书类别

目前市场上的图书来源可以分为两大类，五小类：

1. **引进图书：**引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) **教科书：**这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) **专业书**：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学的理解和认识。



c) **大众书**：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。



2. **本土图书**：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

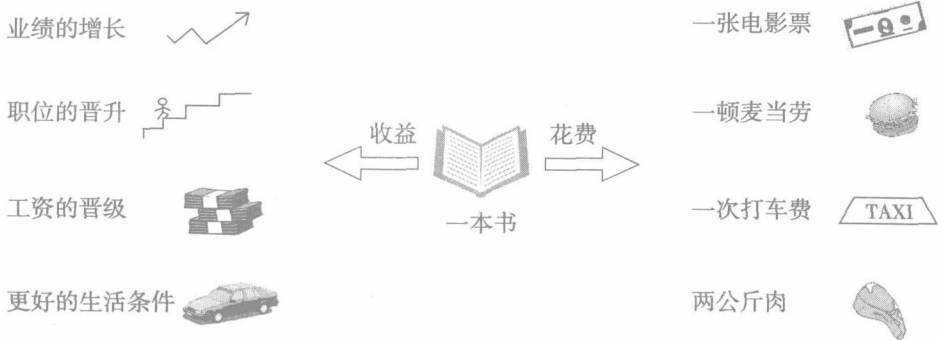
a) **“著”作**：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。



b) **“编著”图书**：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

### ★ 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，应用于自己的工作和生活，获得品质的改善和提升，由此，油然而生一种无限的满足感。



## 从一种个人价值观到一种企业家精神

《IT 经理世界》杂志社执行总编

张鹏

我对于稻盛和夫先生最初的了解，是源于日本企业界“经营四圣”的说法。松下公司的松下幸之助、索尼公司的盛田昭夫、本田公司的本田宗一郎和京瓷集团的稻盛和夫，是公认的日本战后最卓越的四位企业家，而稻盛和夫是四位中目前惟一健在的一位。

稻盛和夫先生不仅仅是成功的企业家，他还是日本非常著名的企业思想家，其创立的“敬天爱人”的经营哲学，汲取了佛家文化的营养，在日本经济界、经营理论界影响颇深。

说实话，早年间由于并没有深入了解稻盛和夫先生的思想，我在“敬天爱人”这四个字中很难感觉到震撼和收获，总感觉无非是“按照客观规律办事”和“以客户为中心”这种耳熟能详的口号而已。但是，在有机会更深入接触其个人信仰和价值观之后，我发现稻盛和夫先生的思想对当今中国企业界甚至中国社会都有着非常重大的意义。

2008 年是中国改革开放 30 周年，而这一年在中国商业界和整个社会发生的很多事件都有着强烈的总结性意味。特别是中国乳制品行业的三聚氰胺事件，几乎瞬间摧毁了众多曾经被看做是“中国优秀企业代表”的企业和“中国优秀企业家典范”的企业家。

作为中国改革开放的开拓者和最大的受益者，中国的企业家群体已经有了不小的规模，而 2008 年则让这个群体的力量在一个令人担心



的层面展现出来。人们开始关心他们的价值观甚至信仰是什么样的？因为这些作为社会精英阶层的企业家们的“永恒动力和终极目标”，不仅仅会决定企业的成败，也必将深刻影响中国社会未来的走向。

刘斯奋曾经这样说过：“中国文化是一种现世文化，没有恒定的全民宗教信仰，没有安定灵魂的彼岸世界，没有一套由上帝掌握着的先验天条，只有由现世哲人构筑的一套道德操守和价值观念，一旦时移世易，社会形态发生剧变，就会随同发生坍塌，出现‘礼崩乐坏’的局面。”

多年来，我们似乎已经习惯了对所有科学不能解释的东西持否定态度，而与此同时，我们对于“灵魂彼岸”的废弃，也让心中失去了“终极约束”——不管这是因为失去了敬畏，还是因为失去了希望。

在中国经济获得了巨大发展的今天，越来越多的人开始意识到社会的文明程度不仅仅取决于财富和金钱，更取决于整个社会，特别是社会精英群体坚守的精神和信仰。而且，后者更是前者得以持续发展的最关键的支撑点。

如同稻盛和夫先生所认为的，企业经营者的的人性、人格对企业的经营是至关重要的。必须要有高尚的品德，才能展开很好的经营。从某种程度上说，他这种受东方佛学文化影响颇深的观点，恰恰与西方文化中新教对资本主义精神的影响异曲同工。

德国著名社会学家马克斯·韦伯的名著《新教伦理与资本主义精神》就曾经指出过信仰带来的精神力量对于社会和经济发展的作用。在一个强调竞争、优胜劣汰、尔虞我诈的社会中，理性的经济伦理——诚实、信任、责任心是很难建立起来的。而欧洲新教改革带来的勤奋、诚信，敬业、视获取财富为上帝使命的新教精神，在中世纪末期适时出现并成为“终极约束”，帮助西方酝酿出了资本主义生活秩序。这种制度背后的巨大精神力量，很长时间来恰恰被片面的唯物主义所忽视。

在今天的社会里，宗教的影响力已经比几百年前大大衰落，这是社会进步和发展的必然，但是如果人类的信仰也随之衰落和崩溃那将是毁灭性的灾难。

稻盛和夫先生对“人为什么活着”的思考之所以有意义，就在于他不是宣扬某种宗教，而是在告诉人们他对人和世界的理解，以及自己恪守的信念是什么。我相信大家从中都可以感受到，这种信念是怎样从一种个人价值观转移为另一种企业家精神，进而让大家从如何做人领悟到如何做企业的真谛。

当然，我个人也并不是完全认同稻盛和夫先生的所有观点，但是我非常认同其把企业和人的成就看做是人性光辉闪耀的一个表现形式，而不是人生的终极目标。其实，这种价值观在任何的宗教和信仰体系中都是被共识的。

我坚信，真理可以被不同的方式来表述，你信奉哪种表述方式并不重要。就如同当今的中国并不需要某种宗教和或者意识形态来统一，人们只要开始认真思考“自己为什么活着”，这就是一个巨大的进步。

## 人生的格局

著名管理专家、清华大学中国企业家思想研究中心主任

王育琨

曾经读过许多企业家的传记，书中所描绘的他们在奋斗中的谦虚、坚韧与执著，一次次打动了我们。可是，在成功之后，他们除了不厌其烦地在那里述说那些成功的往事，常常很难再有更深入的主题——他们陶醉在自己的成功中不能自拔。

而稻盛和夫，则是少有的能够把主题深化的商业领袖。

稻盛和夫在四十余年的经营生涯中，一手创造了两家世界 500 强，并把个人的股份全部捐献给员工，他退休后皈依佛门，转而去追求至高的财富——提升心智。他认为，人生就是不断提升心智的过程。有了这样的超脱和追求，才使他拥有了俯瞰人生的视野。他在新著《人为什么活着》中这样写道：

“并非只有失败才是考验，成功同样也是一种试炼。……有人成功了，就觉得自己很了不起，态度变得傲慢无礼，这就表示其人性堕落了；但也有人成功了，同时领悟到单凭自己无法有此成就，因而更加努力，也因此进一步提升了自己的人性。……无论成功或失败，真正的胜利者都能利用造物主给予的机会，磨炼出纯净美丽的心灵。”

成功同样也是一种试炼，在书中稻盛和夫的这句话可谓一语惊人。许多中国一线企业家，可以经受任何艰难困苦的炼狱，却偏偏经受不住成功的磨难。问题在于，他们没有像稻盛和夫那样认识到“人生与

经营活动是相通的”，没有回到人生和心灵修为的原点去经营企业。其实，正如稻盛和夫在本书中竭力阐发的：人生中信奉的哲学与经营管理中行之有效的哲学如出一辙。

让我们回想一下，2008年，黄光裕、牛根生等遭逢困境的企业家，其实都是在成功中折戟沉沙的。

黄光裕17岁开始闯荡江湖，凭借敢想、敢做、敢坚持闯出了国美的一片天地。他克服了常人无法面对困难，付出了常人无法忍受的炼狱，抓住了常人往往会嗤之以鼻的机会，终于走向了成功。当被成功的鲜花和掌声淹没时，他看人看事的视野开始发生了变化。

起初，当一个人说他有非凡的智慧和魄力时，他一笑置之；当10个人、100个人都说他非同寻常时，他将信将疑；当成千上万的人和各种媒体，整天都在传播他的创业奇迹时，他陶醉了。于是，他的判断力来了，而自以为是也跟着来了。他享受着鲜花和掌声，他沉迷于财富的数字之中，开始为了更大的数字而战。那些创业时曾经使用过的以及没有尝试过的伎俩，只要能够拓展他的财富帝国，一时间都成了有用的工具。逢山开路、遇水搭桥，在黄光裕的字典里，没有办不成的事。

他忘了或压根就没有意识到，小公司生存靠“钱”，大公司生存靠“道”。现代企业实际上就是一个公共机构。先前人们会为他身上体现的、从一无所有到中国首富的“中国梦”而喝彩，而不去计较他那些不具备社会合宜性的伎俩。现在，当他置于首富的位置上，当公平竞争已经成为社会关注的焦点时，首富就不再仅仅是一种华而不实的头衔，而是处于社会360度的监督之下了。这时，他再去玩弄那些过往的伎俩，便很难逃脱成为众矢之的的命运。

挫折和失败，打不倒他们。而唯有成功可以葬送他们！黄光裕的滑铁卢，不是个案。他代表了中外一大批企业家的走向。在他们取得了一个又一个的成功之后，他们忘记了当初打天下的武器——如履薄

冰的敬畏和开放头脑的谦虚。这些最可宝贵的东西，被他们一股脑儿丢到了九霄云外，而自以为是的恶魔开始吞噬了他们的心智。

谦虚带来的是开放的头脑，骄傲带来的是自负的武断。

俯瞰受苦中的中国一线企业家，我内心焦急万分。他们总是在成功的当下，忘了谦虚，态度开始变得傲慢，开始目空一切。他们只想留下更成功、更幸运的欲望，并且任凭欲望肆意膨胀。但是，一旦失去了谦虚和努力，也就失去了支撑自己成功的支点，也因而走向最终的没落和衰退。他们有着高远的志向，却唯独没有“大义”。所以，尽管他们的企业帝国已经看上去很雄伟了，可就是缺乏了大的格局——他们遭遇的是格局的困境。

大义和志向是完全不同的东西。“志向”主要是指个人目标，“大义”则是指对共生的社会有着重大意义的事物。在汶川大地震发生仅仅两个小时后，企业家陈光标就开始打车从兰州赶往灾区。在路上，他调集了江苏本部的60台挖掘机和起重机驰援灾区，还取出了200万现金。他自己救出了27个人，他的团队救出了100多人。他还充任前线指挥，电视上那一幕幕鲜活的场景，让全国人民看得心潮澎湃。现在，陈光标的公司无论到哪一个城市去参加城市改造投标，都“百投百中”。他的公司有一种大的格局，让所有人相信——把工程交给这样的人放心！

企业家把企业做大以后，如果延续此前的小志向，就很难把公司带进大的格局。如果成功以后能够时刻用“大义”来鼓舞自己和激励员工，就可以激发出真正的勇气，这股勇气能够使自己 and 团队拥有无与伦比的“地头力”。

地头力，是稻盛和夫没有明确使用的词汇，却是他的一贯思想和逻辑的起点。地头力是一种在田间地头往前拱的力量，是嫩芽破土而出的冲力，也就是黄光裕说的“敢想、敢做、敢坚持”的力量。推而广之，就是在公司运作的一个个现场，清除掉所有那些教条和经验，能够把握住一刻接一刻的本真，去发现问题，解决问题的力量。这种

力量，依靠单纯的物质刺激不会经久，必须有一种大义来把握和驾驭。

稻盛和夫在企业的经营中，非常推崇“现场有神灵”和“答案永远在现场”。他真正意识到公司的成败与全员的地头力密切相关。在他看来，公司运营的第一目标，不是为了股东的利润，也不是为了客户的利益，而是为了公司员工及其家属的幸福。他坚信，一个公司无论规模多大，只要建立起员工心有所属的平台或道场，就可以释放全体员工的地头力，公司才可能拥有持续的竞争力。正是窥见了这个真理，他在京瓷建立了1 000多个阿米巴组织，最大限度地取消官僚层级，最大限度地让每个人贴近工作现场，释放他们的地头力。

自觉、自知、自信、自强、自胜（大爱），这是心智成长的过程。这个过程的起始是一种责任自觉，是一种使命意识的发现或回归，而其最后一个环节则是大爱，这也是新一轮自觉的开始。正是在这样的循环往复中，才有了像稻盛和夫一样强者族群的出现。但令人堪忧的是，很多的中国企业家还没有建立起自己人生和心灵的道场，还没有像稻盛和夫那样进入自觉、自知、自信、自强、自胜（大爱）这样周而复始的过程。

稻盛和夫是真正大彻大悟的人。

1997年6月，在一次身体检查中，医生告诉他已经患上了胃癌。他没有一点恐惧，只是淡淡地回应：“喔，是癌症吗？”他听完医生的宣告，没事人似的，继续搭乘新干线火车到本州岛西侧的冈山县对一批中小企业家作演讲，然后又跟一些学员喝了点酒交流意见，直到深夜才回家，和平常一样上床休息睡觉。

他知道，他的人格、精神、心智和意识体，已经成形了，没有什么东西可以伤害到他，死亡也不能。

## 稻盛和夫的经营哲学

“为何只有京瓷能够一直保持成功？”

我总是这样回答：

“是由于它拥有坚定的经营哲学，并将之与员工共享。”

——稻盛和夫自述

在缔造京瓷的艰苦时期，稻盛和夫通过对工作和人生中各种疑问的自问自答，不断思索，进而产生了指导京瓷走向成功并保持基业长青的独特而深刻的经营哲学。

稻盛和夫的经营哲学涉及的范围之广、内容之深并不是在有限的文字中可以一一论述的，现将其中一些关键性内容总结出来，与读者分享。

### 1. 回到原点：“何为正确的做人准则？”

这是稻盛和夫经营哲学的原点。稻盛和夫认为，任何经营行为都不得违反社会的一般道德标准，要符合做人的道理，随时都要以“何为正确的做人准则”为标准来作出判断。

“何为正确的做人准则”这一判断标准基于人类与生俱有的良心，衍生自最基本的伦理观和道德观。“不要撒谎、不要贪得无厌、不要给他人添麻烦、要正直……”这些孩提时代父母和老师教导我们的作为人应该遵守的原则，是大家所熟知、最简单最基本的人生规范。

所以，在日常的判断或行为过程中，每个人都应该遵守这些规范，把它们作为经营的指针，作为必须遵守的判断标准。这样，经营就不会迷失方向，并能取得最后的成功。

### 2. “以心为本”的经营

“以心为本”是稻盛和夫经营哲学中的核心概念。他说：“我到现

在所搞的经营，是‘以心为本’的经营。换句话说，我的经营就是围绕着怎样在企业内建立一种牢固的、相互信任的人与人之间的关系这么一个中心点进行的。”

京瓷公司是从一个既没有资金、也没有信誉和业绩的街道小工厂起步的。当时，它所拥有的只是仅有的一点点技术和相互信赖的二十八名员工。白手起家的稻盛和夫认识到，虽然没有比人心更易变、更不可靠的东西，但是一旦建立起牢固的信赖关系，那么也没有比人心更加可靠的东西。因此，他决定“以心为本”来经营公司。为了公司的发展，每个人都竭尽全力。经营者不负众望，努力工作；员工们相互信任，不图私利。之后，在创业中虽然遇到了各种各样的艰难险阻，但依靠着这些坚实而又紧密相连的心性基础，依靠着这一简单执著的经营理念，最终渡过了难关，成就了今天的京瓷。

“以心为本”的经营哲学归根结底是在企业中形成了强大的凝聚力。公司成员不再是受支配的雇员，而是具有主人翁意识的共同创造者。

### 3. 共生循环思想

稻盛和夫提出的共生循环思想其基本含义是：在保持人类社会、地球、自然界生态平衡的基础上，使人类与自然界形成良性循环，和谐共存。他认为，在横向上，人类的发展必须建立在与自然和谐共存的基础上；在纵向上，人类对自然产品的利用必须控制在使其能够循环再生的范围内。基于此，稻盛和夫专门组织人制定了《京瓷环境宪章》，并积极致力于开发环保型产品。

### 4. 制定光明正大、顾全大局的崇高使命与愿景

稻盛和夫认为，企业经营者必须明确经营企业的目的和意义，进而制定出光明正大、顾全大局的崇高目标。



“追求全体员工物质与精神两方面幸福的同时，为人类和社会的进步与发展做出贡献。”这是京瓷公司的经营理念，也是京瓷事业的崇高目标。这个目标表明，京瓷追求的不是经营者个人的利益，而是全体员工及其家属的共同利益。这样的目标自然可以得到广大员工的认同，并形成强大的企业凝聚力。

### 5. 将强烈而积极的愿望深入到潜意识中

稻盛和夫非常强调潜意识在企业经营中的作用。他认为，应该在头脑中不断描绘愿望实现时的情景，这样，日复一日，就能把强烈而积极的愿望深入到潜意识中。即使客观上存在重重困难，几乎没有成功的可能，也必须坚定信念，抱定必须成功的强烈愿望，这是使事业成功的原动力。他认为：“极好的机会都隐藏在平凡的情景中，但它们只能被那些有强烈目标意识的人所发现。”

在此基础上，稻盛和夫特别强调“以将来进行时来看待能力”。在制定新目标时，要给自己规划出一个超出现有水平的更高的目标，并为在未来某一时刻实现这一目标而倾尽全力。哪怕是看似“无能为力”的事，那也只是现在的无能为力，而将来是一定能够成功的，应该相信自己的潜在在机会来临时一定可以唤醒和迸发出来。

### 6. 人生·事业的结果 = 思维方式 × 热情 × 能力

这是稻盛和夫著名的“人生方程式”。人生、事业的结果是由思维方式、热情和能力这三个要素用“乘法”算出的乘积，绝不是“加法”。

所谓能力，是指才能、智力，更多是指先天方面的资质；所谓热情，是指从事本职工作的激情或努力的态度，是可以根据自己的意愿进行控制的后天方面的因素。这两个因素都可以分别用0分至100分表示。因为是用乘法计算，所以和那些炫耀自己有能力而不努力的人