

*Fast Company*的十年间，无数引领全球商业的创新理念和思想在这里被制造和传播，无数大师级的人物成为了这本杂志内容的贡献者。

时代在变，创新的精神和力量是永恒的

创新的力量

FAST COMPANY'S GREATEST HITS

《快速公司》杂志 十年最具创意的商业理念

TEN YEARS OF THE MOST INNOVATIVE IDEAS IN BUSINESS

美 吉姆·柯林斯 (Jim Collins)

汤姆·彼得斯 (Tom Peters)

等著

马克·瓦默斯 (Mark N. Vamos)

戴维·利德斯凯 (David Lidsky)

编

© 刘晓莉、方妙英 译 温荣辉 审校 © 《从优秀到卓越》的作者 吉姆·柯林斯 作序



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

FAST COMPANY'S GREATEST HITS

TEN YEARS OF THE MOST INNOVATIVE IDEAS IN BUSINESS

我猜想海明威是愿意为《快速公司》写作的，这主要缘于“激情”这个基本理念。这些精选出来的优秀文章像一根红线贯穿了这份杂志的十年，我欣赏的这些作者都是激情四溢的——为新的创意、为他们的工作、为纠正身边错误的东西、为理想的目标、为价值标准、为工作成就而充满激情。这些文章如同海明威的小说，即使今天读起来，还会像他们第一次刊登时那样让人爱不释手。他们值得我们阅读、关注、反思、欣赏并续写新的篇章。

最后，希望你能按照以下方式生活：如果你不再对你所从事的事业饱含激情，那么就到了改变的时刻。正如沃尔特·博茨教授所言：“生命如此短暂，这短暂的一生中我们应该做的事情正随着时光的流逝而日益紧迫。”

吉姆·柯林斯 (Jim Collins)

《从优秀到卓越》《基业长青》作者

建议上架类别 管理 创新

图文策划 京师锐文

投稿邮箱 river@bnup.com.cn

ISBN 978-7-303-08464-7

ISBN 978-7-303-08464-7



9 787303 084647 >

定价：42.00元

FAST COMPANY'S GREATEST HITS

创新的力量

——《快速公司》杂志十年最具创意的商业理念
Ten Years of the Most Innovative Ideas in Business

[美] 吉姆·柯林斯 (Jim Collins)

汤姆·彼得斯 (Tom Peters) 等著

[美] 马克·瓦默斯 (Mark N. Vamos)

戴维·利德斯凯 (David Lidsky) 编

刘晓莉 方妙英 译

温荣辉 校



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

创新的力量 / (美) 柯林斯 (Collins, J.), (美)

彼得斯 (Peters, T.) 等著; 刘晓莉, 方妙英译; 温荣辉校.

北京: 北京师范大学出版社, 2007.4

ISBN 978-7-303-08464-7

I. 创… II. ①柯…②彼…③刘…④方…⑤温… III. 企业管理—文集
IV. F270-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 032132 号

Fast Company's Greatest Hits

Copyright © Fast Company, a publication of Mansueto Ventures LLC, 2006

Foreword copyright © Jim Collins, 2006

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2007 by Beijing Normal University Press

This edition published by arrangement with Portfolio, a member of Penguin Group (USA) Inc.

简体中文版由企鹅集团旗下 Portfolio 公司授权北京师范大学出版社出版发行

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

出版人: 赖德胜

印刷: 北京新丰印刷厂

经销: 全国新华书店

开本: 170mm × 240mm

印张: 22

字数: 260 千字

版次: 2007 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 42.00 元

责任编辑: 朱兆瑞 袁博 李洪波 责任印制: 董本刚

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

本书如印装质量问题, 请与出版社联系调换

出版部电话: 010-58800825

FAST COMPANY



这本书里，你会读到

汤姆·彼得斯 (Tom Peters)

丹尼尔·平克 (Daniel H. Pink)

查尔斯·菲什曼 (Charles Fishman)

吉姆·柯林斯 (Jim Collins)

赛斯·高汀 (Seth Godin)

马歇尔·戈德史密斯 (Marshall Goldsmith)

约翰·麦凯恩 (John McCain)

乔纳森·伊夫 (Jonathan Ive)

迈克尔·格雷夫斯 (Michael Graves)

马尔科姆·格拉德威尔 (Malcolm Gladwell)

乔治·斯托克 (George Stalk)

.....

他们的理念与思想

商业创新系列丛书

流程创新·《创新》

理念创新·《创新的力量》

技术创新·《创新的迷失》

思维创新·《全新思维》

需求创新·《微利时代的成长》

.....



京师锐文
RIVER BOOKS

阅读商业智慧 品味精彩生活
www.rbooks.com.cn

封面设计



润和佳艺

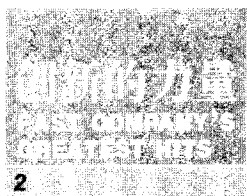
序言 / Foreword

吉姆·柯林斯 (Jim Collins)

20世纪90年代初期，艾伦·韦伯正处在他职业生涯的巅峰——优厚的薪酬、令人尊敬的《哈佛商业评论》执行总裁兼主编；悲哀的是，现有的工作已经不具备挑战性，这深深困扰着他，他已经不再享受这份工作所带来的成功了。在这个职位上的时间越长他就会越成功，放弃这份工作所付出的代价也就越高。代价越高，已有的成就便越像牢笼一样难以挣脱。

这期间，艾伦的同事比尔·泰勒也辞掉了《哈佛商业评论》的编辑工作。“我发现自己被一种像从硅谷或亚洲那样的地方来的强大创造力所吸引，这种力量就是人类本能的创造精神，”泰勒思考着，“我想创办一本杂志，说出他们的心声。”

受到泰勒的激励，韦伯也在考虑他的选择。他可以继续拥有现在这份成功但并不令他开心的工作，或者选择与泰勒合作。如果失败了，那么最坏的情况是什么呢？充其量不过是再找一份工作，这对他来说易如反掌。当然，一旦你尝到了自由的滋味就很难再为别人工作了，但这并不等于无路可走。“我必须要尝试”，韦伯回忆道：“我内心深处的另一种声音告诉我：‘你现在所拥有的一切都是为这一刻而准备的。’”



比尔·泰勒和艾伦·韦伯敏锐地洞察到三大趋势：

- 趋势一：数字化。运用强大的机器设备将使计算机更加个人化和社会化。
- 趋势二：全球化。来自世界各地——俄罗斯、美国、中国、巴西等不同国家——的人们将共享最好的思想和理念，无论他们来自何处。
- 趋势三：民主化。婴儿潮一代出生的人们即将达到50岁，他们将加速社会权利的分散化。

泰勒和韦伯相信那个年代没有杂志可以引领这三大趋势，因此他们创立了《快速公司》(Fast company)。不过，他们的不同凡响之处并非仅在于指出这三大趋势，而是在杂志的使命上——“促成对话，进而塑造新一代”。这与滚石缔造 rock ‘n’ roll 反主流文化的方式如出一辙。“每一本伟大的杂志都有一个高尚的目标，”比尔·泰勒说“我们希望从事的是发挥企业的最大功能，对社会产生积极影响的工作”。

正是出于这种目标，1995年11月，《快速公司》横空出世，致力于寻找广泛关注的话题、推动有影响力的对话。人们看到了这本杂志，杂志上的文章总会使他们充满激情。听到一个成功的CEO说“我所知道的关于领导力的事情原来全都是错的”会让人耳目一新；《自由工作者国度》一文中提到“越来越多地人们放弃他们的原有工作开创自己的事业”会引导更多的人阅读、思考，最重要的是他们参与讨论这些话题。读者们剪下那些文章推荐给周围的人阅读，剪辑相关文本粘贴到邮件中或发送那些文章的链接，三五成群地聚在一起讨论，然后再次上网查看。《快速公司》确实做了一件出版界极少有人做的事情：它创造了一个读者社团。

随后，互联网泡沫开始膨胀并最终破裂了。1995年底，NASDAQ

收盘指数刚过1000点，在之后的五年里，伴随许多“.com”公司在公开上市的首个交易日股价增长就超过300%的势头，NASDAQ综合指数增长了四倍多。当然这些泡沫注定会破裂——但是这并不表明它彻底颠覆了新经济理念。《快速公司》如愿以偿地获得了成功：它经历了爆炸性的增长，2000年泰勒和韦伯以及他们的支持者们看到杂志的销售量就像那个年代的互联网公司一样飞速增长。从那时起，杂志的财务收入已经反映出互联网泡沫的效应，这更无异于支持了人们关于《快速公司》不过是互联网时代代言人的论调，我希望本书可以帮助我们消除这种误解。

1999年，我应艾伦·韦伯之邀为《快速公司》撰稿。韦伯对我说：“我在此观察周围发生的事，我一直在想‘我忽略或遗漏了什么了吗’，我们常常谈论怎么创立公司、改变生活、产生影响、创造更好的工作平台，以及预测未来——而现在所有人都在关注如何迅速上市、一夜暴富、然后套现。”艾伦要我写一篇文章，就是后来2000年3月份刊登的《基业长青》。我们抨击了在90年代后期弥漫的一种心态：可以仅仅为了钱而工作，只要有很多钱就可以，同时，我有权利变得富有。就像禅宗大师手中的竹竿，艾伦想用它敲醒人们：“别做白日梦，你忽略了所有的要点。”

我们需要重新唤起人们对这些要点的关注，需要唤起人们对生活、工作以及两者之间的联系的再思考。从《快速公司》十年杂志中筛选出最经典的文章，透过纷繁芜杂的外表我们可以看见其中潜在的规则，找到了以下五个基本前提——无论互联网泡沫到来还是破灭都始终相关：

前提一：工作不是通向目标的手段，它本身就是目标。如果你充满激情地投入到你的工作中、热爱它、相信它值得你奉献，那么你会发现你可以找到心灵的庇护，让人生更有意义。



前提二：如果你最具竞争力的东西是钱，那么你不会赢得任何东西。致富有两种方式：一是拥有大量的金钱；二是简单的需求。对于“多少钱才够”这个问题你的答案是什么，正如斯坦福大学迈克尔·雷教授所言：互相攀比是现代社会的原罪。

前提三：商业是社会变革好坏的衡量机制。如果你建立了一个伟大的企业，那么这个企业对他的员工、客户以及相关利益群体都会产生很大的影响。问题是：这种影响是积极的吗？除了财富创新之外如何让这个世界变得更美好？

前提四：企业家精神是一种生活理念，而不仅仅是商业概念。我们的生活方式有两种：一种是平淡无奇的生活，在已设定好的条条框框内工作；另一种是从一块白色画布开始，寻求惊世骇俗的成就。即使没有建立一家公司，你也可以通过自己的创造力独辟蹊径成为企业家。

前提五：绩效是基本要求。没有优秀的绩效支持，再好的目标也只是虚幻。商业活动必须注重结果，非赢利活动也必须实现其使命。人们必须各司其职，那些不能完成任务的人是没有生存空间的。

阅读本书中收录的这些精彩文章，就像聆听这个时代最睿智的头脑和最富创造力的思想家之间令人着迷的对话。这不仅仅是商业领域的事情。“我们希望《快速公司》就像工业时代的《财富》杂志一样，在这个新时代发挥它的重要作用，”韦伯进一步解释道，“我记得《财富》1930年第1卷第2期曾刊登过一篇欧内斯特·海明威关于斗牛士经济的文章。此外，我也意识到了《财富》杂志在1930年就发现的東西：一份伟大的商业杂志责无旁贷要关注人生、关注社会、关注经济以及人性的好坏——就像海明威笔下关注的形形色色的事物。我们希望成为海明威也愿意为之写作的商业杂志。”

我猜想海明威是愿意为《快速公司》写作的，这主要缘于“激情”

这个基本理念。这些精选出来的优秀文章像一根红线贯穿了这份杂志，他们都很好地体现了一个主题：没有激情就没有伟大的观点。我最欣赏的《快速公司》的文章作者们都是激情四溢的——为新的创意、为他们的工作、为纠正身边错误的东西、为理想目标、为价值标准、为工作成就而充满激情。这些作者中一部分是商人，但也可能是对“勇气”有独到见解的参议员约翰·麦凯恩，在《草根阶层的领导力——来自美国军事学院的领导力课程》一文中说自己“沉迷于领导力”的托尼·伯吉斯市长。本书收集的这些文章就像海明威的小说，即使在今天读起来，还会像它们第一次出版时那样让人爱不释手。他们值得我们阅读、关注、反思、欣赏、续写新的篇章。

最后，希望你能按照以下方式生活：如果你不再对你所从事的事业饱含激情，那么就到了改变的时刻。正如沃尔特·博茨教授所言：生命如此短暂，这短暂的一生中我们应该做的事情正随着时光的流逝而日益紧迫。

2005年12月1日

于美国科罗拉多州伯尔德镇

吉姆·柯林斯，畅销书《从优秀到卓越》的作者，以及《基业长青》的合著者。他在斯坦福大学商学院任教期间获得杰出教学奖，吉姆现在科罗拉多州伯尔德镇自己的管理研究实验室工作。更多关于吉姆·柯林斯的作品请登录 www.jimcollins.com 查阅。

前言 / Introduction

在《快速公司》创刊的最初几年里，它抓住了美国发展进程中的一个非常时期。这是一个商业发展前景非常乐观的时代，一个渴望快速获得成果的生机勃勃的时代，一个旅途充满激情的时代。

但目前，显而易见是一个日趋理性的时代。经常有人问我《快速公司》在当前的商业社会中扮演什么样的角色。我的答案非常简单：时代变了，但伟大的见解所产生的巨大能量不会改变。

正如这本书里收集的最令人记忆深刻的故事一样，《快速公司》总是关注能够洞察事物的方法。如何成为更好的领导者或工作者？如何发挥设计的能量？如何平衡职业生涯和生活方式？如何解决一个科学悬案或应对组织挑战？如何克服障碍或应对失败？

我们惯常采用的手段是寻找那些使这些思想真正产生作用的人。记者们记载着那些极富想象力的人冒险去完成全新的有价值的工作，没有比这更引人入胜、更有用的故事。这些有价值的工作可能旨在生产一种治疗严重疾病的工具，拯救一个踟躅不前的公司，再造一个全新的行业，但是，无论是什么，他们都是运用丰富的想象力、睿智的头脑和高超的



工作技能来完成的。之所以成为我们关注的焦点，是因为他们的经历是那样的不可思议、激动人心同时具有教育意义。

那些真正发挥作用的创新方案仍然是商业社会中最值得珍视的部分。《快速公司》创业时是这样，现在依然是。无论是产生像 iPod 那样全新的产品还是像 Jet Blue 那样新的商业模式，创新都在奇迹般地发挥着它们的作用。没有创新，个人和组织仍然会陷入白热化的竞争，依然在成本和毛利的拉锯战竞争中消磨时光。

创新让我们超越这些鸿沟而飞速发展，创造真正的商场赢家，获得真实的现金收入，创造真正美好而有用的事物，使消费者生活富裕，社会和谐向上，以及使美国想方设法保持其在全球竞争中的领导地位。

如果你身处一个这样的公司：为了在快速进步的技术手段、不断变化的消费模式和日益激烈的竞争中保持领先（可谁不想成为这样的公司呢？）而渴求有价值的创意，你会发现《快速公司》在杂志发行的第一个十年间就已经清楚地知道了这些内容，在第二个十年仍广受关注，而且比以往更加引人入胜。

出版这个合集的初衷在于我们希望和大家共同分享这份杂志的成果，透过《快速公司》创刊十年、发行百期的历程找到那些这本杂志历史上最引人瞩目的文章，这些文章正是百期杂志的精华所在。

幸运的是，这些文章非常值得阅读。丰富、细致、隽永的情节已经成为这本杂志自创刊以来的标志。但是，像许多月刊一样，我们需要指出的是，这本书需要既具实用性又有趣味性，因此选择那些在今天仍然适用的文章非常重要。他们非常具有阅读价值，那些支持故事情节的见解即使到了2007年的今天依然像首次出版时那样引人共鸣。我们同时也向文章的作者和长期撰稿者征询意见和他们的偏好，他们大多要求我们引用更多的文章。这么多年来我们一直坚持收集读者的

反馈以发现哪些文章最有影响力。

我们希望本书囊括了所有您所喜爱的文章，尽管也可能遗漏了一到两篇多年前你剪下来传递给同事的文章，在此向您表示歉意。我们希望这本书帮助您重拾遗忘多年的旧爱或发现新的惊喜。

马克·瓦默斯

《快速公司》编辑

商业创新系列丛书



《全新思维》A Whole New Mind

* 新浪网、《财经文摘》等联合评选“2006年财经图书风云奖”之“年度概念奖”！

* 卓越网2006年十佳图书非虚构类第一名！

* 知识工程推荐书目

未来将属于那些拥有与众不同思维的人：设计感、故事感、交响能力、共情能力、娱乐感、探寻意义能力

ISBN 978-7-303-08065-6

定价：32.00 元

这本书真是个奇迹。——汤姆·彼得斯

《微利时代的成长》

12位国内著名财经媒体总编 联袂推荐阅读

《21世纪经济报道》主编 刘洲伟、计算机世界传媒集团总裁 刘九如、《经济观察报》报业公司总编辑 何力、《中国企业家》杂志总编辑 牛文文、《中国经营报》总编辑 李佩钰、《环球企业家》执行主编 杨福、《第一财经日报》总编 秦朔、《东方企业家》执行主编 张良、《中华工商时报》总编辑 黄文夫、《销售与市场》总编 李颖生、《中国经济时报》总编辑 包月阳、《经理人》杂志总编辑 杨俊杰



ISBN 7-303-07935-1

定价 32.00 元

影响中国商务人士 15 本书之一《发现利润区》作者最新力作！



《创新》

变革时代的成长之道

“硅谷创新之源”SRI国际机构总裁亲自撰写
继《执行》《转型》后美国Crown出版公司再
次隆重推出这一力作

《商业周刊》等主流财经媒体强力推荐

为什么有的人一辈子只有一个主意就江郎才
尽，而另外一些人（如爱迪生）一辈子不断发明创
造呢？为什么有的企业推出一种产品后就只能坐
吃山空、被人超越，而有一些企业（如苹果公司）
能不断推陈出新呢？

ISBN 978-7-303-08462-3
定价 36.00 元

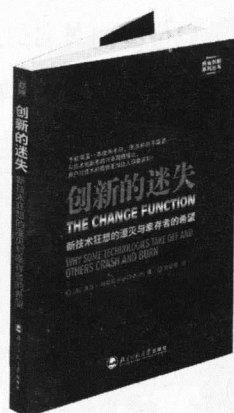
《创新的迷失》

新技术狂想的湮灭和幸存者的希望

手机需要一本使用手册，而茶杯则不需要……
和技术创新者的兴奋期待相比，用户对技术的畏惧
更加让人印象深刻！

每年，都有数十亿美金浪费在莫名其妙的发明上，
还有那些曾经让技术专家们无比激动的产品，如平板电
脑、可视电话等，却始终未被市场接受。

技术变革和创新，究竟是让生活更加方便，还是愈
发复杂和充满迷惑？创新是否迷失了方向？



ISBN 978-7-303-08463-0

定价 32.00 元

Contents

目录

序言 吉姆·柯林斯

前言 《快速公司》编辑 马克·瓦默斯

商业变革指南 /*Handbook of the Business Revolution* 1

艾伦·韦伯 威廉·泰勒(Alan M. Webber & William C. Taylor)

1995年11月

我想我所知道的有关领导力的知识全都是错误的 /*Everything I Thought I Knew About Leadership Is Wrong* 5

莫特·迈耶森(Mort Meyerson) 1996年4~5月

新夜班制下彻夜不眠的工作者 /*Wide Awake on the New Night Shift* 18

玛丽亚·安娜·考克斯(Ana Marie Cox) 1996年8~9月

星波引领网络时代 /*Starwave Takes the Web* 23

迈克尔·马龙(Michael S. Malone) 1996年10~11月

建立你的个人品牌 /*The Brand Called You* 38

汤姆·彼得斯(Tom Peters) 1997年8~9月

自由工作者国度 /*Free Agent Nation* 51

丹尼尔·平克(Daniel H. Pink) 1997年12月~1998年1月