

汤姆·



彼得斯精髓

E S S E N T I A L S

潮流

[美] 汤姆·彼得斯 玛莎·巴莱塔 著
郁楠叶 译

认知 分析 资本化

中国社会科学出版社



汤姆·彼得斯精髓

E S S E N T I A L S

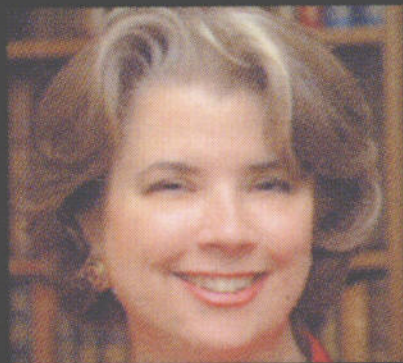
trends

潮流

女人是潮流所在之处！婴儿潮时期出生的人和古怪的老人是钱财所在之处！

如何应对新兴潮流并挖掘潮流引领者的潜力，对于一个组织的成功是至关重要的。

让汤姆·彼得斯和玛莎·巴莱塔新颖的观念伴随着你，用战略性眼光来看待未来吧！



探索： 如何使工作变得重要，获得令人惊讶的效果。

发现： 怎样激发激情、坚韧和想象力来实现目标。

思考： 如何在一个混乱的年代发展壮大。

潮流

“潮流所在就是金钱所在。不是跟上潮流，而是要在潮流到来之前就调整方向，顺时而动。”

汤姆·彼得斯又一次革新了商业理念。

探索： 为什么向女人营销是世界上最大的“潮流”？

发现： 怎样才能够瞄准老年人的钱袋。

思考： 如何进行战略性重组。

汤姆·彼得斯和玛莎·巴莱塔革新了商业理念。

出版策划：任 明

封面设计：弓禾碧工作室
GONGHEBIGONGZUOSHU

汤姆·彼得斯精髓

潮流

[美] 汤姆·彼得斯 / 著
玛莎·巴莱塔 / 著
郁楠叶 / 译



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图字: 01-2006-3924号

汤姆·彼得斯精髓/[美] 彼得斯 (Peters, T.) 著; 郁楠叶译. —北京: 中国社会科学出版社, 2006. 8

书名原文: Tom Peters Essentials

ISBN 7-5004-5686-7

I . 汤... II . ①彼... ②郁... III . 企业管理
IV . F270

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第067846号



Original title: **TOM PETERS ESSENTIALS: TRENDS**

Copyright © 2005 Dorling Kindersley Limited, London

Text copyright © 2005 Tom Peters

出版策划 任 明
特邀编辑 乔继堂
责任校对 郭 娟
封面设计 弓禾碧
技术编辑 李 建

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲158号 邮编 100720

电 话 010-84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印刷装订 北京利丰雅高长城印刷厂

版 次 2006年8月第1版

印 次 2006年8月第1次印刷

开 本 787×1092 1/32

印 张 20

字 数 400千字

定 价 80.00元 (全四册)

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系
调换

版权所有 侵权必究

目录

4		引言
10		第1章 女人的兴起： 金钱所在之处（I）
44		酷友： 费瑟·波普科恩
48		第2章 女人的兴起： 差异是真实存在的
78		第3章 女人的兴起： 它不是火箭技术
108		第4章 成熟的热潮： 金钱所在之处（II）
134		酷友 大卫·伍尔夫
138		第5章 机会的重叠： 黄金时期的女性
156		索引
158		作者致谢
159		关于作者
160		大声地说出来—— 精髓宣言



引言

重新想象——要点介绍

2003 年的秋天，我出版了一本对我而言颇为重要的新书——《混乱年代的出色商业》(*Business Excellence in a Disruptive Age*)。自从 1982 年出版《追求卓越》(*In Search of Excellence*) 一书以后，我在新书中雄心勃勃地企图全面阐释商业是什么(或者会是什么，或者必然是什么)。

第二年——2004 年，当我去各地宣传这本书时，当我忙着履行我常规的演讲和咨询任务时，我注意到了越来越浓重的紧张气氛。那是一种围绕着“外购劳动力”这个话题产生的恐慌。因为工作都流到了印度，或者中国，或者其他的什么地方。

应该怎么办呢？人们怎样应对由于工作大量减少而萦绕心头的忧虑呢？我的答案是（简而言之）：工作减少是不可避免的，不论是由于外购劳动力还是自动化（从长期来看，这也许比外购劳动力影响更大）的发展。你不能指望有什么工作在等待着你，你能够做的是设法使你自己和你的公司连接到价值链上并且进入新经济的核心。

2005 年夏天，我出版了一套四本的小书，其中之一就是你手上的这本。“精髓系列”(*Essentials*) 就是这套书的名字。因为这里有你必须知道的最精华的东西，只要你想在这个不稳定的、发展迅速的、劳动力混乱的时代努力施展才华。

新经济，新任务，新传说

就近期而言，全球化仍然是把双刃剑——虽然有良好的趋势，但当前的影响却是极其混乱、不平稳的。一浪接一浪的科技变化吞没了我们——也困惑了我们；公司丑闻爆发；曾经力量无穷的巨人（指大公司和领导它们的 CEO 们）从高高在上的位置跌了下来。

并且，是的，新经济出现了。

你愿意和你的祖父调换位置吗？你愿意在旧日的伯利恒钢铁厂（Bethlehem Steel Mill）或者大约 1935 年的福特汽车公司制造厂（Ford Motor Company Factory）每天 11 个小时地没命工作吗？我不愿意。我也不愿意和我的父亲调换位置，他在一家血汗工厂努力地干活，在同样的公司、同样的大楼里，工作了长达 41 年。

一场对于工作场所的变革正在悄无声息地展开，明智的人不再期望在同一家公司里干上一辈子。有人称这种变化为“公司责任的结束”，我管它叫做“新的个人责任的开始”，一次难得的让我们把握自己人生的机会。

让我来进行管理吧！让我当汤姆公司的主席、CEO、总裁和 COO（首席运营官）吧！

这是我所要求的！（事实上是乞求。）

我热爱商业，尤其是当它的目标是指向促进成长和向客户传递振奋人心的服务，对员工给予令人激动的机会时。我特别热爱这个时刻的商业，这是个真正神奇的、尽管在很多方面有些唬人的时刻。

我并不是盲目乐观的人，我只是接近而已，我的玫瑰色的镜片（译者注：这里形容只看到世界美好一面、充满希望的心灵。）早已被残酷的现实碾得粉碎。

但是我仍然充满希望，并不是对于人类将会变得更加慈善或者恶魔彻底消失或者贪婪不复存在而充满希望，而是相信在新经济中，人们将有能力对自己的职业生涯负责，并且我还相信人们也会在发挥自己固有的好奇心和创造力的过程中感到愉快。

残酷的消息：这是没有选择的。微芯片统治了所有的

机械运动，我们也不得不忙着重新塑造自己——就像我们被赶出农场、走进工厂时，也像后来被逐出工厂、送进白领塔楼时所做的一样。

兴奋的消息（至少我是这样认为的）：这是没有选择的。被重新塑造的你和被重新塑造的我，别无选择地只能用一些有意义的方式来增加自身价值。

背景故事：关于混乱的传说

这个系列的每本书都建立在一个核心前提上——与我在《重新想象！》（*Re-imagine!*）一书的前几章中提出的一样，也就是关于一系列理念的总结。

1. 舍弃一切赌注行为。这是我们这代人在重新设想我们的企业和组织（无论是私有还是公有的）时最重要的任务，也是责任。听起来这很像是一句华而不实的空话，但我相信它。现在变革正在进行之中，它的最根本的特性扰乱了我们的生活，使我们措手不及。我们组织机构的运行方式都必须经过检验，也不得不进行改变。

2. 我们处于一场没有规则的闹宴中，商业、政治，甚至人类交换的最本质都毫无规律可循。我们不得不推动着事态跟随着我们的脚步发展。（成功=SAV=“精神旺盛地四处鬼混”[Screw Around Vigorously]）（“失败·前进·加速”[Fail·Forward·Fast]）以前的社会结构和对此的非难使我们成为笑柄，我们是悲哀的，我们毫无准备地迎来了这场没有规则的闹宴。从阿尔·盖达（al Qaeda）到沃尔玛（Wal-Mart），世界舞台的新兴力量已经使曾经独霸一方的组织和他们的领导者恐慌了。

3. 渐进主义（Incrementalism）已经过时，大毁灭大行其道。“不断地进步”这个20世纪80年代管理方面的主要预言现在很显然是危险的，这意味着你要不然得到全部，要不然就一无所有（相当于计算机重启）。所以我们必须亲手摧毁我们企业的内部构造，不然我们新的竞争者就会替我们来做——对我们来做。

4. 信息技术改变了一切。商业实践向电子商务的整体转变势不可当，这些新技术是货真价实的，虽然IT行业处

于刚刚起步阶段，但它已经改变了社会的规则——彻底地改变了这些规则，不知要等到多少年以后我们才能开始构造一本收录了这些新规则的书籍。

5. 我们所知道的白领工作中有将近 90%（并且几乎在我们所知道的所有工作中有将近 90% 的工作）将会在未来的 15 年内消失，有的因为做完了，有的因为流失了，有的因为落伍了。在微处理器（60/60/24/7 的连接性能）的使用和发展中国家廉价的劳动力之间，发达国家的白领工作注定没有前途。这种劫难何时到来？15 年或者 20 年以内。我有多肯定？百分之百。

6. 胜利者（即生存者）将会成为自己公司的老板，依靠自己将会取代对公司的依赖，这也是一种必要。旧模式的公司保障正在消失。结局：解放被封闭在小隔间里的奴隶们！唯一的自我防卫就是进行攻击！听起来像陈词滥调？确实，但是没有比这更实在的了。虽有些令人惊慌，但更激动人心的一个自给自足的新时代就在我们的眼前诞生了。让我们尽情欢呼吧！

讲故事时间——一个被载入历史的时代

在这个前提下，本系列中的每一本书都讲述了一个故事——一个关于我们如何在这样一个令人眩晕、混乱的时代生存（也许远远超过生存）的英雄传说。

有一个关于领导（Leadership）的故事。通过命令和控制进行管理的方法已经过时了，新的领导才能需要一系列新的本领——主要强调感悟和随机应变的能力，与女性独特的领导风格不谋而合，通过创造很好的工作环境培养出伟大的天才。

有一个关于设计（Design）的故事。新的附加值越来越少地来源于产品或者服务的质量，而越来越多地依靠其他的一些东西，比如“经历”、“名牌效应”、“设计”。

有一个关于天赋（Talent）的故事。这是一个需要表现自己的世界，在一个公司里工作一生（好像困在小隔间里的奴隶）已经落伍了，一辈子自我重塑才是流行趋势。最可信赖的工作资源就是你自己的天赋，从你交出的一本

令人惊讶的作品集中，或者从你奇特的思维方式中都能体现出你的天赋。

还有一个故事是关于潮流 (Trends) 的。在变化莫测的市场中，机会在哪里？其实很简单，看看那些买主都在哪里，钱在哪里吧——就在女人们那儿，在上了年纪的婴儿潮时期出生的人们那儿。

重新想象的故事：说点新鲜的

为了讲述这些故事，我改写了不久以前出版的《重新想象！》一书中的几个章节。每一章的内容我都从头到尾地进行了剪裁、调整或者修改，直到我认为合适为止。

另外，我，还有我 Dorling Kindersley (DK) 出版公司的同事们，从里到外重新设计了每一本书。从《重新想象！》一书开始，我们创造了全新的商务读物。我们想要讲述一个关于这个世界的故事，它都快被众多的企业撑破了。变革随时可能发生，所以我们创造了一本喷发着激情、活力和色彩的书。我们在这套“精髓系列”中保留了这种质量，但是我们同时使这本书的设计简单到只突出了它的“精髓”，激情依旧，活力依旧，色彩依旧。书很袖珍，方便携带，而且可以满足（我们相信）你的根本需要。

两个新的特点作为这一系列内容的补充：

1. 每章都列出了最需要做的十件事——一页关于本章的摘要，以动作词条形式出现，来鼓励你立刻去做些什么。我们强调的依然是挖掘出最精髓的部分。

2. 在特定的章节之间，我们插入了几段对“酷友”(Cool Friend) 的采访，那都是些聪明的家伙，他们的工作经历可以让我们变得更加聪明。完整版的访谈和其他访谈在我的网站中可以找到 (www.tompeters.com)。

隆重推出我最主要的搭档

为了这本我称之为“价值万亿的潮流”，我需要玛莎·巴莱塔的帮助，她是我的朋友、同事，也是一位女性营销方面的专家。她的第一本书叫《向女性营销》(*Marketing to Women*)。我曾经让玛莎给我作补充，写

出她对于公司如何进入女性市场的深入分析。另外，玛莎的下一本书是关于“黄金时期的女性”。本书所涉及的两大潮流是：女性的兴起和成熟的热潮，玛莎把这二者的交集定义为“黄金时期的女性”（成熟的女性）。所以，在本书的最后一章中，她预先提及了关于“双重机会”的一些内容。

最后的话

我的故事——讲述现代商业精髓——的精神来自一座墓碑。它所记载的墓志铭是我最想避免的，这也就是：

汤姆·彼得斯

1942 - 现在

他本可以做一些很酷的事情……

但是他的老板不让他做

我清楚地知道我到底希望我的墓碑上记载些什么：

汤姆·彼得斯

1942 - 现在

他是位赛手

不是“他很富有”，不是“他很出名”，甚至不是“他事情做得正确”，而是“他是位赛手”。换言之：他并不是板凳队员。

无论你同意不同意我的其他观点，你肯定会认同这一点：不当旁观者——做一名赛手——并不是可以自由选择

的。

不要这样想。事实上，做一名赛手是最为重要的！

第1章

女人的兴起：
金钱所在之处(I)



对比

过去 现在

对女人来说平等是：
一个道德问题
(仍然是真实的，
但是……)

对女人来说平等是：
一次商业机会！
(真实的……)

女人购物花的时间很多
(男人们忽略了这个事实)

女人购物花的时间很多
(男人们接受这个事实)

女人花男人的钱
(仍然是真实的，
但是……)

女人花自己的钱
(真实的……)

女人的收入是：
男人收入的补充

女人的收入是：
比男人的收入涨得快

商务旅客
大多数是男人

商务旅客是
越来越多的女人

假设：男人是大多数
家庭的主要经济来源

事实：女人是大多数家庭
的主要采购负责人

女人包容指向男性
的营销

女人奖励亲和女性
的营销

女人是个特殊
的市场

女人就是市场

女人市场的激发

女人市场的战略

！呼喊

我们没有做好准备……

我们（男性）窃笑女性的购物癖好却固执地针对男性进行营销，好像消费者（购买家具、汽车、食品和计算机之类的）都是男性。●或者我们把市场分割成很多小方块，而只把女人当作许多方块中的一小块来对待。●同时，在我们的组织中，管理高层和董事会绝大多数是由男人组成的，公司文化、产品设计和营销的理念都是男性化的。●但是我们必须清醒过来看到事实：女人才是最主要的购买力，几乎对任何商品都是这样。●现在的市场是令人敬畏、成长迅速但未被开发的，我们必须围绕着这样的市场努力地实现完全的企业重组。

!视野

我设想……

一个汽车经销点……那里的销售人员明白是女人在买车……那里的营销方式、产品和服务都是为了满足女人的实际需要和购物习惯。

一个连锁旅店……那里欢迎女性商务旅客，并为其提供周到的服务，它强调的是沟通、舒适、安全和其他女性注重的品质。

一个广泛的认知，在商务领导者之间传播的显著事实：女人是（就像茨威利·萨顿的银行）钱存在的地方……女人的赚钱能力和消费能力，她们在购物决策中的角色（无论是个人还是公司）都在以惊人的速度发展着。

破晓：我开始看到阳光

1996年12月18日。

大约上午9点的时候，我走进了文字工作公司（wordworks）位于波士顿的总部，这家公司是全美1000万家由女性创立的企业之一。

堂娜·卡朋特（Donna Carpenter）——文字工作公司的女老板，和其他30位女士都聚集在这里。她们拥有自己的企业，也著了书，她们的净资产加起来——还不包括信托基金或来自配偶的财产——有高达上千万美元（至少）。

我在这里……倾听。

我确实在听。

我震惊了。

我的生活因此有了90度的大转折。

我的生活有了90度的大转折

