

解开束缚员工的枷锁，整合员工的精神动力，推动组织迈向绩效巅峰

巅峰绩效

PEAK PERFORMANCE

- 乔·卡岑巴赫 著
- 苑书义 陈基建 王志刚 何西军 译

巅峰绩效

解开束缚员工的枷锁，激发与整合
员工的士气，推动组织迈向绩效巅峰

[美] 乔·卡岑巴赫 (Jon R. Katzenbach) 著

苑书义 陈基建 王志刚 何西军 译

Peak Performance

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

巅峰绩效/(美)乔·卡岑巴赫著;苑书义,陈基建,王志刚,何西军译.

—北京:中国财政经济出版社,2006.1

书名原文:Peak Performance

ISBN 7-5005-8773-2

I. 巅… II. ①卡… ②苑… III. 企业管理 IV. F272.92

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第134317号

著作权合同登记号:图字01-2003-7397号

Jon R. Katzenbach

Peak Performance

ISBN 0-87584-936-9

Copyright © 2000 McKinsey & Company, Inc., United States

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition is published and distributed exclusively by China Financial & Economic Publishing House.

本书中文简体字翻译版由中国财政经济出版社出版。

未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书简体中文版权通过博达著作权代理有限公司(Bardon Chinese Media Agency)代理。

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: webmaster@ewinbook.com

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区阜成路甲28号 邮政编码:100036

发行电话:010-88191017

北京中租胶印厂印刷 各地新华书店经销

787×1092毫米 16开 17.25印张 290千字

2006年1月第1版 2006年1月北京第1次印刷

定价:39.80元

ISBN 7-5005-8773-2/F·7629

(图书出现印装问题,本社负责调换)

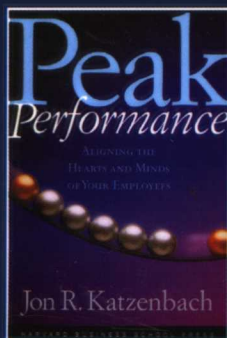
企业组织的巅峰绩效是上至管理者、下至普通员工梦寐以求的目标。然而怎么才能达到巅峰绩效，却是个人言殊、模糊不清的大课题。

本书作者卡岑巴赫是美国数一数二的领导力、团队、企业文化及员工业绩方面的专家。围绕组织绩效课题，他深入到那些创造了行业巅峰绩效的企业和组织中调查研究，其研究的对象既有肯德基、雅芳、万豪集团等跨国集团，也有西南航空公司、麦肯锡这样确立行业标杆的著名公司，甚至还有美国海军陆战队这样创造了“管理神话”的非企业机构。对于每个组织，作者都深入到管理和运营一线，找出它们激发组织活力，最大程度上发挥员工的精神动力，获得巅峰绩效的理念和运作上的共性与个性，从中归纳出五大极具实践性的“平衡路径”，并具体探讨了这五大路径的运作方式、相互关系，以及它们在创建具有巅峰绩效的管理模式和企业文化的价值前景。

本书案例真实，思维缜密，行文流畅，非常值得我们的管理者学习。

作者介绍

乔·卡岑巴赫(Jon R. Katzenbach),卡岑巴赫公司(Katzenbach Partners LLC, <http://www.katzenbach.com>)的创始人兼高级合伙人，曾长期担任麦肯锡咨询公司的高级合伙人，在长达50年的时间里一直致力于协助公司从员工绩效角度获得超常的商业成就。卡岑巴赫公司位于纽约，擅长领导力、团队、员工业绩等方面的管理咨询。卡岑巴赫重要著作还包括《团队工作》(The Work of Teams)、《顶尖团队》(Teams at the Top)、《进行真正变革的领导者》(Real Change Leaders)，以及最佳畅销书《团队的智慧》(The Wisdom of Teams)等。



原版书封面



财经易文 学习的伙伴

销售热线：010-88191017

电子邮件：webmaster@ewinbook.com

网址：www.ewinbook.com



财经易文

www.ewinbook.com

献给我的父母，雷蒙德·罗威尔和毕斯科夫·卡
岑巴赫，是他们赋予了我对真挚情感的景仰之心。

作者简介

乔·卡岑巴赫

卡岑巴赫公司 (Katzenbach Partners LLC, <http://www.katzenbach.com/>) 的创始人兼高级合伙人, 曾长期担任麦肯锡咨询公司的高级合伙人, 近 50 年里一直致力于协助公司从员工绩效方面获得超常的商业成就。卡岑巴赫公司位于纽约, 擅长于领导力、团队、员工业绩等方面的管理咨询。其重要著作还包括《团队工作》(*The Work of Teams*)、《顶尖团队》(*Teams at the Top*)、《进行真正变革的领导者》(*Real Change Leaders*) 以及最佳畅销书《团队的智慧》(*The Wisdom of Teams*) 等。



中文版译者序

关爱公司员工 构建和谐企业

“现代企业最宝贵的资源是什么？”——“是员工！”“是人才！”不论是从企业管理理论中的人力资源管理和人力资本角度出发，还是从中外企业的管理实践和市场业绩来看，我们都可以得出上述一致性答案。因此，基本上我们可以这样认为：“关爱公司员工，构建和谐企业”是个永恒的主题。而本书——《巅峰绩效》^①——就为我们如何获得企业的辉煌成就，从“以人为本”的角度，提供了切实可行的路径选择，也提供了真正值得所有企业家深入思考和谨慎实践的重大现实问题的答案——“既然我们都是关爱员工，都是在以人为本，都是在为了企业的生存发展而奋斗，然而面对通往企业的巅峰业绩之路，我们究竟该怎样走？”

《巅峰绩效》一书对从全球各行各业之中精心挑选出来的 25 家企业进行了深入的调查和研究，阐述了这些顶尖企业如何运用并在最大程度上发挥员工的精神动力，从而创造出全球瞩目的市场成就。通过本书中这些详尽的案例研究成果，我们可以认识到，不论这些企业的业务重心、市场地位、领导哲学之间存在着多么大的差异，它们各自都一贯地采用下述五条路径中的一条或多条来培养和维持员工出众的业绩水平，从而创造了企业的巅峰业绩，获得了辉煌的成就：

1. **任务、价值观与自豪感路径：**它的特点是企业拥有崇高的目标、悠久的历史、以价值观为导向的领导活动以及丰富的团队机会，书中以美国海军、3M 公司为代表。

^① *Peak Performance—Aligning the Hearts & Minds of Your Employees*, Harvard Business Press. 中文书名《巅峰绩效——整合员工的身心和士气》，哈佛商学院出版社，2000 年。

2. **过程与度量路径：**其特点是明确的度量方法和重心确定的业务流程，并且这些度量方法和业务流程既能够反映员工的观点，又能够体现经营的侧重点，书中以雅芳、希尔斯宠物营养公司为代表。
3. **企业家精神路径：**该路径要求高风险、高回报的机遇广泛存在、员工获得“所有权”的可能性较为显著以及管理层“无为”的管理理念，书中以 BMC 公司和汉鼎（Hambrecht & Quist）公司为代表。
4. **个人成就路径：**该路径要有个人成长和发展所需的广泛机遇和动力，书中以美国国家得宝（Home Depot）、麦肯锡咨询公司为代表。
5. **认可与赞赏路径：**该路径高度重视对个人和团队所取得的成就进行非货币性的赞誉和回报，书中以肯德基（KFC）和美国西南航空公司为代表。

不论通过哪条既定的路径取得成功，在企业整体业绩与员工个人价值的自我实现之间取得某种平衡，都是管理活动精要之所在。本书将告诉各级经理们如何以这五种模式为框架进行下述决策：

1. 在什么地方以及如何制造情感力量。
2. 使用什么理论使这种力量在公司业绩的提高方面发挥作用。
3. 如何将所需的纪律和规则融汇成组织文化，从而在惊人的程度上保持员工的动力和责任心。

《巅峰绩效》一书饱含着有助于各级领导者创造成功之路的真知灼见。它阐述了如何在一线员工乃至各级管理层之中，完全释放个人以及集体的潜力的实践方法和应用模式。它为那些希望基于员工而取得优于管理层或顾客的期望、超出竞争对手模仿能力的业绩的各行各业领导者，提供了精辟和详尽的实务指南和最优路径（五种路径及其优化组合）。另外值得一提的是，它将员工的概念予以创新和拓展，例如对美国海军陆战队（U. S. Marine Corps.）的调研和分析等；比较而言，这

就使我们进一步可以认为：一是“员工”内涵的深入认识，即在政府工作就是国家雇员（公务员），在国有企业工作就是企业雇员（职工），在一般意义上的公司工作就是公司员工等；二是“员工”范围的重新认知，即各级管理层也是员工，上至总经理下至基层的雇员其实都是企业的“员工”。

在当今全球经济的市场浪潮中，不论是对于国家还是对于企业来说，全球化的竞争态势和竞争压力都处于不断加剧的进程之中。而全球化竞争的根本和关键可以说是在于人才的竞争，在于人才机制的竞争，在于人才业绩的竞争。因此，我们确实需要树立“以人为本、关爱员工”的理念和机制，充分调动各级员工工作的主动性、积极性和创造性，最大限度地发挥每位员工的聪明才智。只有这样，我们才有可能在市场上建立起企业生存和发展的根基，才有可能创造出更辉煌的巅峰业绩。因此，我们可以认识到“人是企业生存发展的决定因素”。当我们在认真阅读《巅峰绩效》一书之后，对此可能就拥有了更深入的理解和认知。

对于中国的企业来说，《巅峰绩效》一书无疑也同样具有重大的理论和现实意义。“以人为本、关爱员工”的企业文化，不仅仅是要认真去解决员工最关心、最实际、最现实的问题，也确实是构建“和谐企业”以及“和谐社会”的核心理念，同时这也是解决企业改革中各种复杂问题的根本路径。“关爱公司员工、构建和谐企业”始终是体现“科学发展观”之企业价值观的重点所在，也是企业改革的主题和关键所在。

希望在中国的企业之中能够创造出“巅峰绩效”的企业越来越多，希望中国的企业能够作为中华民族产业在全球经济发展进程中发挥出越来越重大的积极作用，希望中国的企业能够为促进社会和谐做出越来越重要的贡献。

也希望《巅峰绩效》一书能够为中国企业经营理念、经营方式和经营机制的转变、以及为中国企业全球市场上创造出巅峰业绩，起到一定的借鉴和激励作用！

苑书义 陈基建 王志刚 何西军

2005年11月

致 谢

一本书的写作过程本身就是一个故事，尤其对于一本需要开展大量基础研究工作的书来说，更是这样。为数众多的人员，通过数不胜数的方法为本书贡献了力量。本书的调研工作历时3年，在此期间得到了主办方、参与企业、调研人员和编辑的大力支持。任何将其一一列出的尝试都会得到一份冗长的名单。我担心这样的单子既不能尽善尽美，又会误导读者。相反，我决定从五类有功之士当中找出几位特别关键的人物加以强调。

两个非同寻常的组织发起了本书的研究工作。它们是麦肯锡咨询公司（McKinsey & Company）和美国咨商公司（The Conference Board）。我感谢它们各自的领导者顾磊杰先生（Rajat Gupta）和理查德·E·卡万纳先生（Richard E. Cavanagh）给予我的恩惠。他们耐心地对这个冗长的项目进行了支持。没有他们的帮助，我根本不可能达到案例分析所需的深度。没有他们的支持，我不仅难于接触那二十几个被本书列为样本的高业绩的企业，而且根本无法完成伴随每个案例的那些费时费力的访问、界定重点团体、调查等工作。

昆廷·霍普（Quentin Hope）先生组织领导了本书的调研工作。他是我的同事及多年的老朋友。他的学识、洞察力和智慧鲜有人及，而且他对细节的关注、为人的正直以及对工作的一丝不苟也同样毫不逊色。与他并肩工作是件乐事：他不仅舍得花力气把事情办好，而且总能提出发人深省的问题推动工作的进展。三年之中，他拥有引导一支“走马灯式团队”的特权（或说是任务）。最初的团队包括麦肯锡公司的艾尔恒斯先生（Hemant Elhence）和麦克佛森女士（Anne McPherson）以及The Conference Board的沃尔特女士（Gina Walter）。后续的团队包括麦肯锡公司的普罗科特先生（Robert Proctor）、米里亚姆女士（Miriam Herman）、凯力先生（Steven Kelley）、福斯特先生（Catherine Forster），

波葛奥斯先生 (Rod Bourgeois), 森达玛利亚先生 (Jason Santamaria)。当然, 仅仅提一下森达玛利亚先生的名字是远远不够的。他的海军背景是我们理解海军陆战队的关键。我需要特别感谢翠希·特福蒂勒 (Tracy Tefertiller), 她出色地整合了多个团队并且是所有同事当中口齿最伶俐的发言人。各团队成员自始至终得到了南希 (Nancy Taubenslag)、吉妮 (Gene Zelazny)、保罗 (Paul Hasse) 等专业人士的大力协助。与此同时, 还要特别感谢我的左膀右臂德比 (Debbie Shortnacy)。她从丽莎·帝诺 (Lisa Tignor) 那里拿过接力棒, 按时、准确地完成了冗杂的填表、跟进工作, 准备了大量的介绍信和手稿, 完成了许多临时的任务。

几位我的合伙人, 不论是过去的还是现在的, 均特别值得一提。他们备受我的早期初稿的折磨, 对不断改进的假设给予了各自的评论, 并且介绍我去访问了高绩效的企业。我现在的合伙人和同事, 马克·费根 (Marc Feigen)、尼可·葛纳 (Niko Canner) 以及阿兰·库勒 (Alan Culler) 不仅是我进行了宝贵的宣传, 而且鼓励我占用本可以用来应对我们的创业挑战的时间。麦肯锡德州分部给予了我特别的帮助。分部领导者约翰·布克奥特 (John Bookout) 坚持不懈地为研究工作提供才华横溢的工作人员。布鲁斯·罗宾逊 (Bruce Roberson)、沃伦·崔克兰德 (Warren Strickland)、杰夫·豪恩 (Jeff Hawn) 也非常能干, 他们不仅抓住了访问令人神往的公司的机会, 而且还针对我的结论发表了各自的观点, 提供了建设性的意见。最后还要特别感谢拉里·卡那雷克 (Larry Kanarek)。他作为麦肯锡组织部门的领导者, 发起并且资助了大部分的初始研究工作。

编辑人员构成了单独一类值得感谢的人员。其中包括哈佛商学院出版社 (the Harvard Business School Press)、沙嘉林文学社 (Sagalyn Literary Agency), 还有我的妻子琳达 (显然她是所有人中最有耐心、奉献最多的人)。马乔里·威廉姆斯 (Marjorie Williams) 给予了我两次采访机会并且还把我引见给尼古拉·沙宾 (Nicola Sabin)。因此需要对他表示特别的感谢。尼克 (Nikki) 的确是个讨人喜欢的人, 他精明、睿智, 而且易于相处。雷夫·沙嘉林 (Rafe Sagalyn) 扮演了非常重要的角色, 他将自己的能力发挥得淋漓尽致, 从而避免了相关团队做出不理智的结论。

最后应该感谢的应当是所有参与调研的企业，尤其是那些在这些企业里工作的员工。他们使得我们能够采用超越常规的条条框框去发掘其惊人之处。显然，很多公司和个人在本书中早已拥有一席之地，但是有几个人的工作是非常引人注目的。首先应该提到的是美国海军陆战队的贺克姆准将（Keith Holcomb）和李上校（Robert E. Lee），还有美国西南航空公司的丽塔·贝磊（Rita Bailey）。他们不仅替我把握了各自机构的本质，而且还大胆尝试在上述两个组织的领导者之间设立了联合讨论会。这一举措的难度可想而知，而它也恰恰鲜明地体现了我们所做的一切工作的基本前提：“一定要真正关心、在乎”每一位员工。

另外，还有几个人对本书大有裨益。提姆·鲁佛（Tim Lupfer）和穆雷（Murray）教授为我们介绍了海军的真谛；科林·巴瑞特（Colleen Barrett）引领我们进入了美国西南航空的家园；布莱德（Brad Bryan）清楚地保留了我们为万豪集团所做研究的记忆，使我能够重启它神秘的大门；还有史迪夫·麦萨那（Steve Messana），他甘冒风险与我们在家得宝公司同甘共苦。特别感谢 BMC 公司的马克斯·沃森（Max Watson）和德州仪器公司（Texas Instruments）的雷·葛姆波特（Ray Gumpert），他们为我们提供了实验性的案例。另外，还有 KFC 公司的大卫·诺瓦克（David Novak）、3M 公司的约翰·缪勒（John Mueller）、派罗特系统公司（Perot Systems）的吉尔·玛姆（Gil Marmol）、First USA 公司的丹·霸（Dan Barr）、希尔斯宠物营养公司（Hill's Pet Nutrition）的卡罗林·安那德（Carolyn Annand）和乔·道格拉斯（Joe Douglas）。他们每个人都是繁忙的决策者，但他们发现了我们研究的价值，并且花时间为我们解决问题提供了至关重要的捷径和角度。名单越拉越长，我谨在此向同样应该得到感谢但却被我无意间不合理地忽略的人士表示歉意。

本书的出版经历了富有挑战性，却又荆棘遍布的旅程。请允许我向所有有功之人士表示诚挚的谢意。

前言

我们都经历过情绪高昂的时刻——完完全全地被“激发”（“fired up”）起来：身体就像被注入了肾上腺素一样，迸发出前所未有的力量，使我们完成了手头的工作。当然，有的时候，情感对工作也会有负面影响。我们可能因为恐惧而在任务面前缩手缩脚；也可能由于困惑而分散了在关键问题上的注意力。不论所起的作用是积极的、还是消极的，毋庸置疑，情感对我们的业绩表现有着巨大的影响。

情感的迸发当然不限于个人，团队之中也可能激荡着某种情感。诸如万豪国际集团（Marriott International）、美国国家得宝（The Home Depot）、惠普（Hewlett-Packard）、美国西南航空公司（Southwest Airlines）以及美国海军陆战队（U. S. Marine Corps.）等一些知名机构——能够独一无二并且自始至终地激发员工的积极情感，同时引导员工用额外激发出的力量创造比竞争对手更高的绩效水平。我早就对这些组织调动运用情感力量的方法产生了浓厚的兴趣。由于在这方面我从未得到过直观的解答，于是我开始着手研究并最终写成了此书。

本书的主题——被激发起来的、创造更出色的（巅峰）绩效的劳动力——可以这样加以定义：不论大小的任何一组员工，他们的责任感使之在某方面为其雇主创造或提供具有可观的比较优势的产品或服务。我们所讲的巅峰绩效（Peak Performance）是指优于普通标准、优于人们所期望、优于竞争对手、优于其他地方的同类生产力团队所创造的绩效水平。此类高绩效水平的团队往往身处组织一线：他们或者与顾客进行重要的沟通，或者直接影响组织所提供的产品或服务。

将其劳动力满足上述定义的公司列一份清单，并非难事。很多这样的公司都是久负盛名的（通常也会被仔细研究过）。它们是人们渴望的工作地，同时它们的员工政策/计划（Employee Programs）也广为人知。然而，将上述公司分门别类多少会让人觉得有些混淆视听，因为没有任

何两家公司使用同样的方法使得关键部门的劳动力创造出了更高水平的业绩。而这正是我们在本书后续所开展的调查研究工作的根本原因。

研究工作

我们本以为更加深入地探索几个知名的案例就能够找出一个从未被人发现的模型，该模型能够帮助任何一家企业在其员工中营造更加高涨的情感力量并将该力量转化成更高的公司业绩。我们还进一步以为要找寻的答案会相当简单明了——也许不过是再次强调几条良好人事管理（Good People Management）的基本原则并且说明更好地应用这些原则的方法罢了。凭借这些假设，我们开发了一套以深入探询各组织中三类不同级别的人员（高层决策者、中层管理者、一线员工）的认识和观点为基础的案例研究方法。最终，我们的研究方法被证明是成功的，虽然我们的假定却不尽然。

我们的所作所为

我们对情绪高涨、业绩突出的劳动力所下的定义使我们不得不深入地接触每个企业的不同层次的人员。不用说打造一个这样的劳动力是极其困难的，就连界定、接触、评价此类公司也都是一种挑战。我们先列出了一份原始的企业清单。这些企业的业绩和声誉体现着它们在各自行业之中的领导地位，同时它们深信自己的比较优势源自员工劳动力的巅峰绩效。我们在清单中将那些不仅在自己的领导力愿景（Leadership Vision）和战略陈述（Strategy Statement）中提出并赞成这种观点，而且在使用自己与竞争对手区别开来的员工部门投入大量财力、精力的公司挑选出来。开始的时候，我们对“普通为人关注的案例”的现有信息进行了探索，即那些由于拥有出众的人事体制而为人熟知并广泛研究的公司（例如，惠普、万豪、美国西南航空、丰田、3M、美国国家得宝公司，等等）。

通过进一步的较为深入地探索，我们找到了一些重要的线索，那些

能够反映这些知名公司对员工进行激励的方法。但是，这样仍然不能解释各个案例所体现的成功之道之间为什么会相去千里。当然我们也曾尝试着跳出常规思路的模式，而去调查那些鲜为媒体报道或研究的公司。在这一方面，我们调研和分析了几个知名度相对较小的公司案例，其中既包括其他行业的私人企业（例如，科技、客户服务、金融及工业等），也包括公共机构。基于这种考虑，我们倾向于“跟着感觉走”，在同行、客户及其他有识之士所推荐的案例情形之中进行展开研究。虽然我们最终定稿的案例既不全面和广泛，也不能代表和说明一切，但是我们相信它们是真实、可信的。我们的案例涵盖了近 30 家企业。其中大多数企业的过人之处（或者表现在财务上，或者表现在市场份额上），在过去的几年之中已经得到了充分的验证。企业中的领导者深信是生产力创造了这些惊人的业绩，我们的案例分析也合理地对此进行了有效的验证。

在每一个案例中，我们严格按照所定义的高绩效标准来选择公司和相关的员工队伍。我们也使用同样的标准来评价我们对案例的研究结果。在有些场合，我们对整个企业进行研究；在其他的场合，我们关注企业中员工绩效最突出的那一部分。不过，在所有的案例中，我们都对一线员工展开了调研并且获得了相应的信息。同时，我们也调查和研究了中级和高级管理人员。我们将关注的焦点始终放在员工劳动力的绩效，而不是公司整体业绩方面。

将员工分三个层次对组织进行调查和研究，使我们更有把握去比较和分析问题的可能原因。高层管理人员所看重的决定劳动力绩效的关键因素，并不总是与中层管理人员的看法相一致。通常，从一线员工那里直接获得的信息，是最能说明问题的。我们所做的访问囊括了组织三个层次之中的大量人员，因此，可以说我们对于每一个案例都进行了清晰和细致的研究。

遗憾的是我们不是总能将生产力绩效方面的数据与企业整体业绩区分开来，尤其当被挑选出研究的那部分员工是企业的核心团队的时候，更是如此。因此，我们将精力和关注集中于员工的巅峰绩效直接决定组织成功的那些企业。我们对 20 家条件允许的公司进行了深入地研究。同时，我们还挑选了几家已被别人充分研究的公司，以便进行合理地比较。对每一个案例的研究都需要进行长达几天的深入访问、调查以及同

焦点小组的讨论。数百人参与了这些访问、调查和讨论工作，并且在必要和可能的情况下，调查数据都得到了进一步的分析和验证。因此可以说，本书中的结论和观点，更多的是来自于我们感性的观察、访问和讨论活动，而非任何理性的数据分析。附录中的表 A-1 列出了所有相关的公司以及其劳动力的特点。

虽然对于我们来说，每一个案例都是一个内容丰富的学习机会，但是令人惋惜的是无法将所有案例的全部内容都安排在本书之中。为了更好地激发读者的兴趣，我们尽量挑选那些最具代表性、最能反映不同的成功途径的案例。因此，部分优秀的例子没有能够在本书中得以体现。

本书的内容

本书选取了大量获得了显著的更高水平的员工劳动力绩效的组织机构，并对其成功的过程进行了探索 and 比较。在这里，劳动力（Workforce）指组织基层的所有员工，他们或者制造产品、或者提供服务、或者为顾客创造价值。它并不包括各级管理人员和提供间接支持的人员，这些人构成了组织的其余部分。

本书所涉及的企业之间的差异性，远远大于相似性。实际上，我们的研究工作就是要在条件迥异的情形之中，找到激励员工/劳动力的因素。不论公司的业务重点、市场地位、领导哲学等方面的差异究竟有多大，我们还是找到了其中明显存在的五类模型，或者说是五类平衡的路径。本书调研和探讨了每一条路径，界定并明确了它们各自的特点；同时还为那些希望显著改善员工劳动力绩效的领导者们，提供了全新的见解和知识架构。