

刘明
主编

鹰王法则

——领导者的成功之道



中国纺织出版社



鹰王法则

——领导者的成功之道

刘明 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

古老的雄鹰在人迹罕至的天空驰骋了数千年，成了人们心目中最具王者风范和领袖气质的精神图腾之一。成功的领导者和鹰一样，他们有崇高的信仰和一生为之奋斗的目标，他们对自己有着明确的定位，并能够靠自己的努力去实现，他们善于抓住机会，依靠过人的魄力和坚强的意志，成为本族群里的王者。

本书以鹰的习性和特征为出发点，从中发掘出信仰、态度、目标、行动、定位、机遇、意志七个层面来诠释成功领导者的七大特质，深入浅出地阐述了领导者需要具备的理念和素质，有效地为读者出谋划策、提供参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

鹰王法则：领导者的成功之道/刘明主编. —北京：中国纺织出版社，2005.9

ISBN 7-5064-3454-7/C·0059

I. 鹰... II. 刘... III. 领导人员—素质—通俗读物

IV. C933.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 070532 号

责任编辑：向连英 特约编辑：邓艳丽 责任印制：刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址：北京东直门南大街 6 号 邮政编码：100027

邮购电话：010—64168110 传真：010—64168231

http: //www. c - textilep. com

E - mail: faxing @ c - textilep. com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2005 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：15

字数：174 千字 定价：28.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社市场营销部调换

序 言

鹰的精神是可敬的。

活着的时候，鹰是强健的王者，当死神降临之时，鹰会用尽全身的力量朝着太阳飞去，直至自己被高温化为灰烬。鹰用它自己的傲骨避免了自己抛尸荒野，避免了向自己曾经藐视的大地低头。

鹰是动物界的王者，作为组织的领导者同样也应该具有鹰的品质。领导者应有鹰一样的眼睛，犀利而又能洞彻万物；也应有鹰一样的身躯，强壮而又灵敏自如；还应有鹰一样的速度，能够在迅雷不及掩耳之际轻松获胜；还应有鹰一样的力度，能够将阻力消灭得干脆而彻底；还应有鹰一样的决心，能够在面临万难之时坚持到底。

人们向往神鹰，也尊崇鹰一般的领导者。无论是人生的信仰还是做事的态度，无论是对目标的执著还是行动的强势；无论是自我的定位还是发展的机遇，抑或是成就一生的意志，这些都是鹰在为我们所演绎的一个古老王者的图腾。





目录

一 信仰

第一节 自己是拯救自己的上帝 / 3

一、信仰的力量 / 3

二、自助者天助 / 4

三、信仰在心中 / 9

第二节 权力来源于自信 / 10

一、心灵捕手 / 10

二、权力的来源 / 11

三、重“权”出击 / 14

第三节 尊重梦想 / 15

一、志当存高远 / 15

二、尊重梦想 / 16

三、梦想缔造成功 / 17





第四节 对组织忠诚 / 18

- 一、团队的灵魂 / 18
- 二、克服鹰王的弊病 / 20
- 三、追梦组合 / 23

第五节 为信仰赴汤蹈火 / 25

- 一、命中注定的劫难 / 25
- 二、拼搏成就奇迹 / 27
- 三、向往神鹰 / 29

二 态度

第一节 强者恒强 / 33

- 一、强者的尊严 / 33
- 二、强者的“相对论” / 34
- 三、笑到最后 / 37

第二节 心态主宰一切 / 38

- 一、冷酷的心 / 38
- 二、打动人心的领导艺术 / 39
- 三、心静如水 / 42

第三节 责任，义不容辞 / 44

- 一、为了生存 / 44
- 二、不能忘记的承诺 / 45
- 三、生存的代价 / 50

第四节 失败不耻 / 51

- 一、鹰王的困惑 / 51

- 二、失败的根源 / 52
- 三、实现成功的手段 / 55
- 四、风雨豪情 / 61

三 目标

- 第一节 锁定目标 / 67
 - 一、守望精神家园 / 67
 - 二、一个目标就是一个点 / 68
 - 三、打造理想的目标 / 74
- 第二节 为目标的付出，决定所得的结果 / 77
 - 一、理性的行动法则 / 77
 - 二、步步为营地接近目标 / 78
 - 三、振奋人心的激励机制 / 80
- 第三节 构建人生的目标体系 / 85
 - 一、实现人生目标的旅程 / 85
 - 二、“核算”人生 / 87

四 行动

- 第一节 行动是智者的武器 / 93
 - 一、行动的智慧 / 93
 - 二、为目标画一个“行动路线图” / 94
 - 三、构建一套智慧管理系统 / 100
- 第二节 有力度才有成就的高度 / 102
 - 一、行动的力度 / 102





二、影响执行力的因素 / 102

三、执行力的重要驱动——绩效考核管理 / 109

第三节 重视速度 / 112

一、速度之美 / 112

二、重视“速度经济” / 113

三、警惕“速度经济” / 118

第四节 第一个进去，最后一个出来 / 120

一、操纵者的角色 / 120

二、领导文化 / 121

三、危机降临 / 126

五 定位

第一节 承载志向的翅膀 / 133

一、鹰王之志 / 133

二、思路决定出路 / 134

三、没有永远的定位 / 142

第二节 眼光，敏锐的洞察力 / 144

一、眼光的价值 / 144

二、引领眼光的思维能力 / 146

第三节 绝对影响力 / 155

一、不容侵犯的领地 / 155

二、影响力到底影响了什么 / 158



六 机遇

第一节 机遇，就在手中 / 167

一、机遇的“神话” / 167

二、机遇从哪里来 / 168

第二节 冒险，不等于赌博 / 173

一、生死劫 / 173

二、冒险可以成为一种财富 / 174

三、冒险一族的新贵——风险投资 / 183

七 意志

第一节 掌控心灵 / 193

一、失落的天堂 / 193

二、扭转心灵 / 197

三、心灵的港湾 / 206

第二节 胜负就在咫尺之间 / 208

一、留住激情 / 208

二、魄力从哪里来 / 209

三、“以退为进”也是一种魄力 / 214

第三节 不要轻易放弃 / 215

一、当鹰失去了翅膀 / 215

二、坚韧的 AQ 品质 / 216

第四节 奋斗，成就领袖 / 220

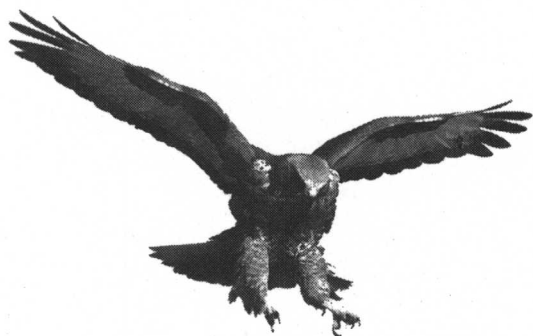
一、成功者的宣言 / 220

二、探寻奋斗轨迹 / 222

三、奋斗成就未来 / 229

参考文献 / 230





一 信 仰

鹰是充满传奇色彩的鸟。千百年来，鹰一直被人类所神化，是勇敢、威武的象征。鹰是自由的，它把天空当作自己的舞台，尽情展现自己的英姿；鹰是孤傲的，作为挑衅者，你可以拿走它的食物，你可以拿走它的空气，但你永远无法拿走鹰的那颗飞翔的心。翱翔在浩瀚的长空，停顿于滚滚流云，穆穆长风中，鹰用孤独的心灵漂浮于天空的边缘，终其一生。太阳是鹰族不灭的信仰，为了追逐太阳，鹰肆意酣畅地长啸——孤傲、零落、悲壮，演绎了一种伟大的虔诚。

信仰并不是鹰的专利，对于人而言，每个人都有自己心灵深处的信仰。一个人没有信仰是可怕的，但错误的信仰则更可怕。

第一节 自己是拯救自己的上帝

一、信仰的力量

走进鹰的世界，可以强烈地感受到一种桀骜不驯的灵魂。鹰通常是独自觅食、独自飞翔、独自应对危险。在阿根廷的潘帕斯草原上，生活着一种极其凶猛的鹰隼，它甚至可以一把抓起一头小牛，飞到高处，再把猎物摔死。一些无法容忍的牧羊人用猎枪将它们射杀，有的还出于猎奇把活着的鹰隼关到笼子里。尽管笼内的生活再也没有了被射杀的危险，牧羊人也会定期地送上充足的食物，但是鹰不会做笼中鸟。失去了自由，它们宁愿去死。它们会拼命地撞击笼门，以至于头破血流，垂死的鹰用对死亡的无所畏惧昭示了自己的信仰，它们放弃了在铁笼内安度一生的机会，用生命去反抗对自己的囚禁。在这个世界上，没有任何动物包括人，能够像鹰那样不屈不挠地按照自己的意志生活，甚至不惜以生命为代价，来抗击几乎不可抵抗的敌对力量。这是一种多么可怕而巨大的力量！

与鹰不同的是，人是社会性动物，鹰只需对自己负责，人却需要对别人负责或是期待着别人对自己负责，这种负责与被负责的悖论成为了不少人倾向于依赖别人的根源。在中国民间流传着这样一则寓言故事。一天，一位诚心拜佛的书生被困在雨中，当他站在屋檐下躲雨的时候，发现观音菩萨撑着伞飘然而至。这人狂喜道：“观音菩萨，普度一下众生吧，带我一段如何？”观音笑着说：“我在雨中，你在檐下，落雨淅沥而檐下无雨，你不需





要我度。”这位书生索性跳出檐下，站在雨中，自嘲理直气壮地说：“现在我也在雨中了，观音菩萨可否度我？”观音又笑着说：

“你在雨中，我也在雨中，我不被淋，因为有伞；你被雨淋，因为无伞。所以不是我度自己，而是伞度我。你要想度，不必找我，请自找伞去！”说罢，观音菩萨便离去了。第二天，这位书生遇到了大难题，便到寺庙里去拜观音菩萨。当他走进庙里，竟发现站在观音像前的正是他昨天遇到的观音菩萨。这人诧异地问道：“您既然是观音菩萨，又为何自己拜自己呢？”观音双手合十，虔诚地说：“真正的神在自己心里。”

每一个人都应该自己成为自己的上帝，不再束缚于那些虚幻的顾虑，胸怀理想、坚守信仰，这才是一个完整的人。作为企业的领导者，在企业决策的关键时刻，特别是事关企业前途的危机关头，所能依赖的只有自己。2004年底，在创维集团创始人黄宏生旧案事发之后，王殿甫临危受命，担任起香港上市公司创维数码控股有限公司的首席执行官。这时的王殿甫无疑是站在风口浪尖上，一方面要关注黄宏生案件的审理；另一方面还要充分思考创维集团的发展。进退维谷之间，王殿甫没有模版。但王殿甫给出的答案很精彩：“没有救世主，未来掌握在自己手里。”正所谓靠人不如靠自己，成功者自救。

二、自助者天助

一位农夫在打猎时捡到一只幼鹰，便把它带回家和自己的鸡饲养在一起。幼鹰渐渐地长大了，但它却失去了本应属于自己的天性，从未尝试着拍打翅膀和捕食，俨然和鸡没什么两样了。见此情况，农夫的心有所触动。他希望这只鹰能够成为一个真正的能在天空中展翅翱翔的王者。于是，他把鹰带到悬崖边

上，顺势扔了下去。这只鹰仿佛一个包裹自由落体地坠了下去，就在它即将接触地面的一瞬间，这只鹰似乎悟出了什么，倏忽间展开了双翅。一场生死之间的劫难之后，这只鹰不但保住了性命，更重要的是它懂得了挥舞双翅的意义以及鹰的生存原则。在这个故事里，农夫的作为固然功不可没，但这只鹰的醒悟和抗争则更是弥足珍贵，只有依靠自己才能扼住命运的喉咙，才能绝处逢生。

生死抉择，对于领导者而言并不是鲜有发生的“大事件”，相反的，几乎所有的企业都曾有过濒临破产的危机时刻。当今中国家电业的明星企业海尔集团就曾经是一个经营惨淡、企业管理混乱、领导层更迭频繁、亏空额达 147 万元的集体制小厂，世界第三大 PC 制造厂商宏基集团也曾经被并购失误、募股受挫、行业转型搞得焦头烂额，在关键时刻，他们依靠自己，做出了正确的抉择，不仅保全了自己，还最终成为了强者。这使我们不由得想起了那只从悬崖绝处逢生的鹰。

相信自己、依靠自己、挖掘自己、战胜自己，这就是这些领导者给自己的定义。对于企业领导而言，时刻保持危机意识是应对一切风险的前提，只有这样才可以促使人未雨绸缪，从而在灾难降临的时候从容应对、泰然处之。如果说这只本性被扭曲的鹰危机意识不强还有情可原的话，企业领导的危机感松弛就难辞其咎了。真正的危机不仅是要去解决的，而是要去防范的，甚至还要驾驭和利用的。正如 INTEL 公司前 CEO 安迪·格鲁夫所言：“没有准备的企业在危机中消亡，优秀的企业能成功地度过危机，只有伟大的企业在危机中发现机遇。”

在应对危机的问题上，首先要做好心理准备，要做出如履薄冰，随时准备打硬仗的姿态。正如任正非在《华为的冬天》一文





中说到：“所有员工是否考虑过，如果有一天，公司销售额下滑、利润下滑，甚至破产，我们怎么办？我们公司的太平时间太长了，这也许就是我们的灾难。泰坦尼克号也是在一片欢呼声中出海的。而且我相信，这一天一定会到来。面对这样的未来，我们是不是思考过？我们好多员工盲目自豪，盲目乐观，如果思考的人太少，也许危机就要来临。居安思危，不是危言耸听……”

在现实中，在没有危机的“平常”日子里，很多企业在经营领域只是非常注意营销和传播，脑子里根本就没有危机意识这根弦。这样就容易使企业处于危险境地，而当危机来临时，往往措手不及，遭到毁灭性的打击。

在技术层面上，企业领导者最值得信赖的应该是自己的团队，这就要求领导者懂得在危机发生之前锻造一种坚强的团队精神。团队精神有两层含义，一是与别人沟通、交流的能力；二是与人合作的能力。成功的领导者，往往会给人一种知人善任的感觉。他们首先是一个善于倾听的人。所谓善于倾听，不是简单地听取下属的意见，而是运用脑子进行思考，得出自己独到的结论。这就要求管理者一要虚怀若谷，平易近人，不要让下属产生太大的距离感；二要有自己独特的思维，不能人云亦云。比如说，某个部门经理善于化解危机，但反过来思考便会发现，为什么这位经理遇到的危机要远远多于其他人，这是否恰恰表现出这位经理的危机防范工作还做得很不到位呢？正是出于对企业团队的重视，美国罗氏旅游公司的老板罗森颇有创建地提出了“顾客第二”的观点，与之相应的是“员工第一”。在这种思想指导下，他首要的工作是建立有效的员工团队，激发员工们的忠诚度与进取心，鼓励员工们打破传统，营造出一个快乐的工作环境，产生令人震惊的工作效果。

当然，一个企业真正需要被拯救的时候是危机降临的时候。尽管没有人愿意深陷危机，但当危机真正来临的时候，敢于面对危机、挑战危机就变得非常重要。在企业自救的过程中，必须要搞清楚内因和外因的辩证关系。内因和外因是唯物辩证法关于事物发展原因和动力来源的范畴。内因是事物变化发展的内部原因，即内部矛盾。外因是事物变化发展的外部原因，即某一事物与其他事物的相互联系、相互作用。事物的产生、发展、灭亡，都是内因和外因共同作用的结果。由于它们在事物发展过程中的地位不同，因而所起的作用也不同。

首先，内因是事物发展的根源，这是自己救自己的前提。在自救的过程中，固然问题各异、方法很多，但有三点很重要：第一，反应要快，快的前提在于简化经营程序，加快经营节奏。与之相关的还有积极的信息化建设，通过信息化的建设，能够帮助企业调整和优化关键流程，并对核心流程进行固化，协助企业建立快速反应机制。同时，还可以理清价值链各个环节的分工协作状况，提高工作效率。卓越的市场反应能力，是企业确保竞争优势的关键；第二，要在充分自我了解的基础上找到问题的症结，即使一时难以确定症结所在，也要结合企业实际找到解决问题的理想途径（即使后来证明这种途径不是最佳的），把危机以及由此带来的损失控制在最小；第三，要敢于直面矛盾、解决矛盾。作为企业领导，应该大胆地站到前台，冷静地面对媒体，不仅要适度地与媒体沟通，尽可能避免失实报道，而且要注意统一口径，防止自露破绽。作为公司的 CEO，应该向公司利益相关方表示关切，平息恐慌情绪，确保利益相关各方对危机保持正确的认识。

其次，外因是事物发展的条件，这是自己救自己的保障。任





何事物都不能脱离其他事物孤立存在。外部条件不同，有时会直接影响到事物的性质和发展状况。作为领导者，要竭力避免把自己放在孤军奋战的位置上，既要团结并鼓舞公司员工的士气，从而将过去积累的团队精神在关键时刻表现出来，共渡难关，又应该积极寻求可利用资源，比如，可以联合专业公关公司处理危机。由于企业自身资源的限制，以及处理相关问题的能力所限，很多时候需要借助专业的公关公司来共同处理危机。而公关公司则会凭借其丰富的操作经验以及媒体资源，迅速将危机的影响控制住。

最后，要把内因和外因综合起来，形成合力。一方面，要求企业领导善于自我寻找突破口，即在何处以及如何才能获得能产生影响的结果；另一方面，要求企业领导者善于借助外力，并以自己的意识支配危机，应对全局。前面所说的依赖和这里所说的支配是有根本区别的，成功的领导者始终无以撼动的是自己的主体地位，在任何时候都不能放弃自己的思考和决策的主动性。

海尔和宏碁终于找到了自己的路。作为海尔集团的领导者，张瑞敏别出心裁地引进了德国利勃海尔电冰箱生产技术，还组织了一场“砸毁 76 台冰箱”的品牌保卫战。在奠定海尔地位的 1988 ~ 1991 年期间，海尔先后摘取了中国冰箱行业第一枚质量金牌、获得了全国企业管理最高奖——金马奖、荣获了“全国十大驰名商标”称号。1999 年 4 月 30 日，海尔开始在美国南卡罗来纳州的汉姆敦建设它在北美的第一个家用电器生产基地，从而实现了海尔产品设计、生产和销售的当地化，并初步形成设计、生产、营销“三位一体”的美国海尔公司。2004 年，海尔全球营业额突破 1000 亿元。2004 年，海尔蝉联中国最有价值品牌第一名，品牌价值高达 616 亿元。2005 年 1 月，海外著名财经杂志《格瑞贝斯环球财经报道》发布了由世界著名品牌调查机构瑞恩安德国