



黄金法则书系
Gold Rule books

留人的66条 黄金法则

66 Gold Rules

文光 宁川◇编



中央编译出版社
CENTRAL COMPILATION & TRANSLATION PRESS

留人的66条 黄金法则

66 Gold Rules

文光 宁川◇编



中央编译出版社
CENTRAL COMPILATION & TRANSLATION PRESS

图书在版编目(CIP)数据

留人的66条黄金法则/文光,宁川编.

—北京:中央编译出版社,2005.1

(黄金法则丛书)

ISBN 7-80211-044-0

I. 留…

II. ①文…②宁…

III. 人才—管理

IV. C962

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 128687 号

留人的66条黄金法则

出版发行:中央编译出版社

地 址:北京西城区西直门内冠英园西区 22 号(100035)

电 话:66560272(编辑部) 66560299 66560273(发行部)

h t t p://www.cctpbook.com

E m a i l:edit@cctpbook.com

经 销:全国新华书店

印 刷:北京金瀑印刷有限责任公司

开 本:670×1020 毫米 1/16

字 数:205 千字

印 张:14.25

版 次:2005 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:50.00 元(全二册)

目 录

法则 1	做好甄选工作,控制住人才流失的源头·····	(1)
法则 2	丰富工作内容,增加工作吸引力·····	(5)
法则 3	要善于绕过那些陈腐而愚蠢的规章制度 ·····	(10)
法则 4	给予自我表现欲强的员工施展才华的空间 ·····	(13)
法则 5	适当调整工作使其更适合员工发挥才华 ·····	(16)
法则 6	储蓄投资使员工将公司视为“终生事业” ·····	(20)
法则 7	重视物质回报,同时使员工以公司为荣·····	(22)
法则 8	定期举行活动有助于消除人才流失的“危机” ·····	(26)
法则 9	及时而合理地解决员工与企业的矛盾 ·····	(30)
法则 10	容忍员工的迥异个性并给予足够的自由度·····	(32)
法则 11	要得到员工的忠诚,必须为其提供充分的支持 ·····	(35)
法则 12	与员工保持经常性的交流有利于联络感情·····	(37)
法则 13	善于倾听,当员工的知心朋友 ·····	(41)
法则 14	鼓励并欢迎员工积极提出新想法 ·····	(46)
法则 15	以“大棒+萝卜”对待员工的错误·····	(49)
法则 16	灵活的工作时间有助于降低员工离职率·····	(51)
法则 17	重视团队建设,将员工牢牢地团结起来 ·····	(54)
法则 18	帮助人才科学管理职业生涯 ·····	(57)

- 法则 19 大胆授权,给予员工挑大梁的机会 (62)
- 法则 20 充分理解和爱护下属的求异思维 (65)
- 法则 21 进行内部提升时秉持公平原则 (68)
- 法则 22 真诚地向做出贡献的员工道谢 (70)
- 法则 23 内部创业能满足员工更高层次成就欲望 (73)
- 法则 24 只有企业对人才尽义务,人才才能对企业忠诚 (76)
- 法则 25 为喜欢追求成就感的下属提供挑战性的工作 (79)
- 法则 26 征询员工的意见能紧密公司上下的关系 (81)
- 法则 27 定期进行工作轮换,增强员工的适应能力 (86)
- 法则 28 营造平等、互敬的氛围,能大大减少人才流动 (89)
- 法则 29 急下属所急是留住人才的有力手段 (92)
- 法则 30 重视内部福利是企业留住和争夺人才的利器 (95)
- 法则 31 长、短期股票激励,使人才自愿和公司绑在一起 (99)
- 法则 32 分权让利,让员工不仅留下来,更会好好干 (101)
- 法则 33 以实际行动关怀员工,才能留人留心 (105)
- 法则 34 要善于从小处着手,赢得员工的心 (108)
- 法则 35 满足员工多层次需求,增强其对公司的归属感 (111)
- 法则 36 乐意扶持员工创造力的企业才会受人才欢迎 (115)
- 法则 37 以宽容和明智对待犯错误的员工 (120)
- 法则 38 帮助人才明确奋斗目标,避免其走弯路 (123)
- 法则 39 信息共享为员工提供更多的工作便利 (125)
- 法则 40 重视“人才投资”,不断更新员工的知识体系 (128)
- 法则 41 为更多年轻人提供快速晋升的机会 (132)
- 法则 42 根据人才的实际需求,给予“特殊”待遇 (137)
- 法则 43 为新员工提供更多的培训机会 (141)
- 法则 44 将办公环境营造得温馨而舒适 (143)
- 法则 45 营造浓厚的学习氛围给员工不走的理由 (145)
- 法则 46 吸引并留住人才首先需“升级”工作硬件 (147)
- 法则 47 卓越的企业文化是留住人才的重要砝码 (150)
- 法则 48 追求完美至上的事业目标能集聚卓越的人才 (153)

法则 49	促使人才对企业的价值观和行为模式有认同感	(156)
法则 50	对员工给予充分的尊重和信任	(160)
法则 51	以热情和爱心去感化公司员工	(164)
法则 52	奖优罚劣,稳定优秀员工的心	(169)
法则 53	避免生硬、粗暴地批评和羞辱员工	(172)
法则 54	大胆信任年轻下属,他们会更加效忠于企业	(175)
法则 55	改善工作环境,提升公司在人才心目中的形象	(177)
法则 56	寻找积极因素,在下属工作失利时赞美他	(181)
法则 57	公平的 360 度评估是杜绝人才流失的有效手段	(183)
法则 58	鼓励员工参与管理能加强其对公司的认同	(185)
法则 59	建立正式程序,将离职诱因消灭在萌芽之中	(190)
法则 60	敞开大门,畅所欲言,让有去意的人才回心转意	(195)
法则 61	非凡的亲和力是吸引留住人才的“招牌”	(201)
法则 62	放心授权,让人才有表现自我的机会	(203)
法则 63	独具魅力的精神领袖能让人才相信他、追随他	(208)
法则 64	领导者身先士卒,让员工有由衷的服从感	(211)
法则 65	要以宽大的胸怀对待员工跳槽	(214)
法则 66	关注离职员工,争取人才回职	(219)
编者后记		(221)

法则1 做好甄选工作,控制住人才流失的源头

法则要点

很多企业的经验表明:聘用什么样的人对能否留住人有着重大的关系。留住人才的前提是招聘到合适的员工,如果企业匆匆忙忙地抓一个掌握公司所需技术的人来,而他六个月不到就离职是不可取的。明了这一点非常重要,企业要做的就是招聘上进行更多的投资,吸引和识别高素质的应聘者,即他们不仅要具有企业所需要的技能,而且他们的态度、个性和行为要与组织相适配,这样,企业才能尽可能减少人才流失,避免一次又一次付出昂贵的招聘代价。

留人典范

做任何事都需要一个指导,树立一种观念。观念错了,费再大的劲,也只能是南辕北辙。招聘也是这样,看似简单的收简历、见见面,其实直接关系到企业将来的生死存亡。

这个世界上,没有几个公司能像微软公司那样演绎传奇式的故事了,它快速而稳定地发展。其创始人比尔·盖茨的个人财富屡次荣登“世界首富”宝座,例如1999年他的个人财富就达到1000亿美元,相当于当时整个中国12亿人口的外汇储备额,而十几个非洲国家的国民生产总值之和都不如他个人的财富多,那是真正的“富可敌国”。十几年来,这家位于华盛顿州雷蒙德的公司,在全球各地聘用了3万多人。可以说微软公司是它所开发的著名游戏《帝国时代》中真正的帝国大王。

George Taninecz 在 Industry Week(《工业周刊》)中写道:“随着新技术的采用、目标市场的繁荣及产品销量的猛增,企业的成功往往带来

对员工的大量需求。”聘用和留住精英人才是微软公司成功的关键,因为在这种高新技术企业中,真正的资产在人才的头脑里。企业越是成功,招聘和留住人才的工作就越关键。

然而,随着 IT 行业的不断壮大,新的软件公司也在不断出现。微软的招聘面临着很大的挑战,这些供不应求的人才纷纷投身于更有利于他们发展的公司。“他们平均在一个公司呆三、五年就跳槽。”微软马来西亚公司总经理这样说道。微软为了继续保持高速增长,必须不断积极聘用高素质的人才,而且为了更长久地留住他们,必须在选聘工作上投入更大的耐心和财力。

微软公司认为,招聘的目标是要招聘到孜孜不倦的学习者,能随时解决业内新问题的人以及适应业务需要、能在公司内变动工作的人。微软公司提出“成功六要素”:个人专长、绩效、顾客反馈、团队协作、长远目标及对产品和技术的挚爱,并要求招聘要根据上述要素提出所需才能。微软的经理选出五至七项“才能”来描述对每个职位的要求。

而在招聘的流程上,微软公司更是舍得加大投入。公司的人事部人员曾经为了选聘到 2000 名新员工,走访了 137 所大学,查阅了 12 万份履历,面试了 7400 人。所以说,应聘者进入微软公司工作之前已经经过了反复的考核。

应聘者要花费一天的时间,接受至少四位来自不同部门职员的面试。而且在下一轮面试开始之前,前面一位主考官会把应试者的详细情况和建议通过电子通讯传给下一位主考官。有希望的候选人还要回微软公司总部进行复试。微软公司通过这些手段,吸纳了许多全国技术、市场和管理方面最优秀的年轻人才,为微软赢得了声誉,在各大大学里树立了良好的形象。

微软之所以能独步天下,正是因为它有着这一套“选聘聪明人”的招聘政策,并贯穿于所有招聘行为中。在软件产业,一般 6~18 个月就要更换产品,因此公司的岗位责任和职位变动很快。但是微软的招聘并不是把眼光限制在某个职位或部门眼前需要一个学什么专业的人,而是把眼光放开,着眼于整个企业,确保聘到从长远来看适合微软

的人才。

微软澳大利亚人力资源发展经理罗宾·皮特斯说：“微软的本质决定了它需要能自如地适应以满足顾客需求为己任的组织架构的员工队伍。要做到这一点，就要聘用最适合微软整个组织的理想人选，而不仅是考虑让他们担负的具体职位。”这反映了微软公司“着眼于企业全局，而非某一职位”的聘人哲学。因为它知道只有具有长远指导意义的选人方针才能招到适应企业不断发展需求的人才。同时微软公司的具有长远发展意义的选人政策也体现出其发展的现状和前景，成为它招揽并留住优秀人才的一个重要方面。

相关链接

如何进行人才甄选

1. 制定标准

明确的选聘标准引导着整个人才选聘工作。它主要包括人才岗位适应性、人才业绩表现、人才流失可能性、人才对团队影响程度、人才团队磨合速度等的分析。只有选聘和适应培训成本低、适应岗位、业绩优良、流失可能性小、很快融入团队，并对团队带来良好影响的人才配置到相应的职位上，才能认为该次人才选聘是成功的。

2. 科学测评

人才选聘的成功与否，应该由人才上任后的业绩表现来检验。但选聘之时，人才还没有被配置到拟任职的岗位上，当然无法检验其业绩表现。通常做法是采用各种科学方法，如面试、心理素质测评、知识考试等，评价候选人才的素质，看是否与拟任职岗位的素质要求相匹配。

3. 关注人才的文化价值追求

成功的人才选聘应该关注人才对组织文化、价值追求的认同程度。比如，某知名跨国公司在人才选聘过程中，就非常注重考察人才

对全球增长观念、注重结果、关注客户和竞争对手、开放和多元化的工作场所、速度等文化价值观的认同。

4. 考核人才个性特点与团队结构的兼容

能力强、业绩佳、认同组织文化的人才,并不一定就是企业拟聘任的合适人选。选聘人才的过程中,除了关注人才个体的素质外,还应认真分析人才拟任职团队的结构特点,如团队成员的学历、性别、年龄、观念等。强调人才与其拟任职团队的兼容性,应该减少因拟聘人才的“鹤立鸡群”而带来的不必要的“孤独感”,否则会影响人才能力的有效发挥,甚至会逼使人才流失。

5. 选派人才选聘技术方案

当前大部分企业在选聘人才的过程中,皆喜欢寻求人才选聘方法、程序、工具、专家团队等方面“最优化”的技术性方案。技术方案最优,并不能保证人才选聘的成功。只有适合企业现实特点的人才选聘技术方案,并有合适的人才选聘专家团队使用,才能让合适的技术方案表现出“最优性”,确保企业找到自己所需要的人才。

6. 人才选聘与培育的有机结合

人才选聘是企业积累人力资本,提升基于人才的竞争优势的起点,人才培育应该贯穿于包含人才选聘在内的所有人力资源管理活动之中。只有如此,才能确保人才选聘的成功,企业发展的可持续性。仅有人才选聘,没有针对拟任职岗位要求的导向性培训,人才的能力要么不适应发展需要,要么无法表现为良好的业绩。人才选聘和人才培育的结合点在于认真分析企业中成功人才的能力、个性、价值导向、知识结构等特点,并应用于人才选聘和培育中。

法则2 丰富工作内容,增加工作吸引力

法则要点

应当让你的员工享受工作,如果他们不能从工作中获得乐趣,就有可能辞职。不可否认,单调乏味的工作是员工离职的一个重要原因。因此,企业要留住人才,就必须丰富工作内容,发挥工作中的积极方面,多一些搞笑和幽默,增加工作的吸引力,永保员工们对工作和公司的热爱。“严肃做事,但不要让自己太严肃”,让工作成为员工快乐的经历而不是心情压抑的苦差事。

留人典范

在沃尔玛人们可以领略到一种团队精神,一种小镇美国人努力工作、真诚待人的质朴精神。他们一方面辛苦工作;同时在工作之余自娱自乐。他们是与众不同的沃尔玛人,有着极强的凝聚力,创造着与众不同的沃尔玛奇迹。他们都为自己属于这个优秀团队中的一员而深深感到自豪。

1977年,沃尔玛的创始人山姆·沃尔顿和夫人海伦赴日本、韩国参观旅行,山姆对韩国一家看上去又脏又乱的工厂里工人呼口号的做法深感兴趣,回沃尔玛后马上效仿。这就是后来著名的“沃尔玛式欢呼”。下面是沃尔玛公司特有的欢呼口号,从中可以感受到沃尔玛成员们强烈的荣誉感和责任心:

来一个W! 来一个W! 我们就是沃尔玛! 来一个A! 来一个A!
顾客第一沃尔玛! 来一个L! 来一个R! 天天平价沃尔玛! 我们跺脚!
来一个T! 沃尔玛,沃尔玛! 呼呼呼!

这个口号是沃尔玛中最具号召力的话语,每当山姆巡礼商店时,他就会提高嗓音向着员工们高喊公司口号,然后员工们群起响应。

这可以称为沃尔玛的一个独特现象。这种口号在其他的公司和企业是很难听到的,而且董事长自重身份,也很少会带头呼喊口号。这种在别的公司看来有些荒唐和滑稽的事情,沃尔玛公司则有板有眼、兴致勃勃地形成了习惯,而山姆更是带头创造了这种在别人看来荒诞的习惯。有趣的是每周六早 7:30 公司工作会议开始前,山姆会亲自带领参会的几百位高级主管、商店经理们一起欢呼口号和做阿肯色大学的啦啦队操。布什夫妇亲临本顿威尔为山姆颁奖时,沃尔玛的员工们也以这种欢呼口号的形式欢迎了他们。另外,在每年的股东大会、新店开幕式或某些活动中,沃尔玛员工也常常集体欢呼口号。沃尔玛的欢呼口号成了沃尔玛公司中最具号召力的话语,也是一大特色。

沃尔玛不仅自娱,还将快乐与大家分享,组织各种各样的游戏娱乐顾客,从诗歌朗诵到小朋友钻草堆寻宝,其中最具规模的要数圆月馅饼竞吃大赛。

大赛的起因是 1985 年亚拉巴马州一分店的助理经理订货时出了差错,一下子多订了四五倍的馅饼,面对运到店里堆积如山的馅饼,他自己也吓坏了,因为这东西又无法长时间存放。灵机一动,他想出了吃馅饼比赛的主意以解燃眉之急,结果出乎意料地好。不仅多订的馅饼没有浪费,还为自己多揽了许多订单。现在,圆月馅饼竞吃大赛已成了沃尔玛每年秋季的大事。每年 10 月的第二个星期六,这家分店都在停车场举办此项赛事,会场人山人海,还会有电视和报刊记者采访助兴。

还有一些看上去更愚蠢和出格的事,但只要真能令大家开心,山姆和他的高级主管们都会很高兴地去做。

1984 年,山姆与当时的高级主管格拉斯打赌说当年的税前净利润率不会超过营业额的 8%,因为据山姆的预测,当年的税前净利润率最高不会超过 7%,没想到当年的经营情况异常地好,最后竟然超过了 8%,为此,山姆不得不穿着夏威夷草裙在华尔街上跳草裙舞。本来,山姆打算趁无人注意的时候,溜到华尔街上随便舞一下,让格拉斯用摄像机录下,这样就可以在周六早晨的会上放给大家看,证明自己履

行了诺言。但山姆到华尔街时,发现格拉斯早就请了一车的草裙舞伴及乐师,还通知了报纸和电视台记者,好叫大家一起看热闹。结果,警察跑来干预,说是没有事先申请,不得在街上跳舞;接着,职业舞蹈工会也出面反对,说是街上没有暖气,跳舞者会受凉。最后好不容易达成协议,在华尔街上的美林证券公司的台阶上表演。结果,山姆穿着奇装异服在华尔街上狂舞的照片上了报纸,并广而告之是沃尔玛公司的董事长,这事情确令山姆感到尴尬,但在公司,打赌输了做类似的事并不少见。

沃尔玛公司的星期六晨会,同样体现了公司的独特精神。公司星期六的晨会,不都是严肃的话题,有时还会邀请一些店外人士作特别来宾,这里有鼎鼎大名的商业巨子,如通用电气公司总裁,也有与公司有业务关系的乡下小企业的老板,有时还可能是 NBA 的体育明星,或俄克拉何马的乡村歌手。有位喜剧明星被邀请过好几次,每次都把参会的经理们逗得前仰后合。

还有公司一年一度的股东大会。最初参加的人并不多,后来发展到每年约 1 万人出席,包括一批公司分店经理和员工代表。会上,公司会向股东简单地报告公司成就、还会举行颁奖活动,包括给全公司单一商品销售成绩最好的部门主管销售冠军奖、司机安全运货驾驶奖、分店商品展示最有创意奖及单项商品竞销奖等。之后还会邀请一些演艺人员如歌手等出席助兴。有时候,正事在会上反而被搁在一边,大家在一起做啦啦队操,唱唱歌,或吵吵闹闹,做些瞎起哄的事。

山姆认为,使每个人都感到自己是沃尔玛大家庭的一员是非常重要的。在这个大家庭,人人平等,没有谁会因拥有带头喊口号的权利而自鸣得意,更没有谁会成为被嘲笑的对象。按山姆的理论,他认为每个人的工作都非常辛苦,如果整天绷着脸,一副表情严肃、心事重重的样子,那就更加劳累了,也无心工作。所以,必须尽量用轻松愉快的方式,来应付相关的工作、生活。这就是山姆所谓的“工作时吹口哨”的哲学。

沃尔玛公司在纳布拉斯加州费尔伯利的分店有一支“精确购物花车训练队”,所有的队员都穿着沃尔玛的制服,推着花车变换队形,参

加当地的花车游行。

这些有趣的游戏,使沃尔玛员工和领导人员之间更加亲切,使她们觉得情趣盎然,对公司和工作无限热爱。

相关链接

如何丰富工作内容

1. 了解工作时机

出现以下情况之一,可以考虑丰富工作内容:

(1)员工的工作效率下降,工作情绪不高,缺乏工作热情,没有工作积极性和主动性。

(2)物质激励的收效不大,通过物质激励很难改变现状。

(3)增加员工责任感和工作自主权很可能会有有效地提高工作业绩。

2. 遵循丰富工作内容的基本原则

(1)提高对工作的要求。

(2)赋予员工更多的责任。

(3)赋予员工职务自主权。

(4)实施职务反馈。

(5)进行技术培训。

3. 掌握工作设计的诊断方法

(1)观察法:通过观察来了解员工在工作中具体存在哪些问题影响了工作效率。观察法可以很快地发现比较浅层的管理问题,但很难发现深层次的问题。

(2)面谈法:通过与当事人进行面谈来了解情况的一种办法。

(3)分析工作流程法:将职务流程进行重新分析,最好通过具体实例进行分析,以期发现问题的症结。

(4)结构线索法:寻找通常与低劣的工作情况相联系的工作职务

环节。通过这些环节来整理出原先职务设计中的问题。

(5)调查问卷法:调查问卷法是一种比较可靠且易于操作的方法。特别是对某个工作的所有员工进行相同的问卷调查,往往能够找到问题的症结。采用调查问卷法时,问卷的设计非常重要。

4. 熟悉丰富工作内容的核心方式

(1)与客户联系:如果员工能够直接与客户接触,从客户那里直接了解到产品的使用情况,可以使员工增添强烈的成就感,这是丰富工作的最有效的手段。

(2)自行安排工作计划:大多数员工都有能力安排自己的工作计划。上级只需确定最后期限或目标。这是提高员工主动性的一个有效方法。

(3)尽可能地让员工完成一件完整的职务。

(4)直接反馈:减少反馈的环节和层次。例如,产品的质量问题的报告与其在经理手中互相传递,不如直接由质量检验员交给质量问题的当事人。如果这种反馈不夹杂批评,员工能更好地进行自我批评。

丰富工作内容是吸引人才、留住人才的重要举措,企业管理者必须在这方面的的工作中多做努力。

法则3 要善于绕过那些陈腐而愚蠢的规章制度

法则要点

每个组织都需要规章制度来指导其进行运营,但是如果公司制定或正在执行没有必要的愚蠢的制度,而这些制度让企业失去了竞争优势,或者制度本身就不合理,不公平,员工就会对制度感到灰心沮丧,人们不希望忍受荒唐的规定和条例。尤其是有关员工切身利益的制度,比如薪酬、福利和晋升制度等。所以,采取合作方法,解决企业和员工的矛盾,废除不合理的制度,而不管它是否在其他地方流行。这样才能够满足员工与公司分享利益的心愿,达到两者的共生共荣。

留人典范

在出任通用电气总裁以前,杰克·韦尔奇已经是通用电气塑胶部门一颗脱颖而出的新星了,他努力地工作,PPO材料在所制订规格的颜色与展延性上有一些小问题存在,他依然热情工作,精神振奋,一个一个地化解问题。他推出PPO材料时,就已经成为众多化工公司关注的焦点,开始有猎头公司盯上他了。

可当时的通用电气存在着严重的薪酬管理问题,并且官僚主义也十分严重。无论员工表现好与坏,在工作的第一年终结时,每一个人都获得同等的加薪——通用电气只给这位生性要强的“塑胶明星”加了1000美元的薪水——与其他员工一般无二,总年薪也仅有11500美元!

这让韦尔奇非常气愤,他毅然地向通用电气塑胶部门主管提出了辞职。他抱怨说:“我无法忍受公司对人才的偏见,我付出了努力,我希望得到等额的回报。我想,我会对得起我的薪水的!但是现在我的

薪水远远低于我的价值!”

当时位于芝加哥的国际矿物化学公司(International Minerals & Chmical)向这位名声在外的优秀工程师提供了一份差不多 25000 美元的年薪——几乎两倍于现在的年薪,希望他加入 IMC 做一名化学工程师。韦尔奇接受了这个职位,准备跳槽!

通用电气塑胶部门在他预备动身上路的这一天,设宴为他送行。大家都说了许多惋惜的话语,在通用电气只有一年的他,也说不上留恋,毕竟一份新的挑战在等待着他。

他还没有动身,正在麻州考察的通用电气副总裁鲁本·加托夫(Ruben Cutoff)闻讯赶到了塑胶部门。加托夫找到了韦尔奇,极力劝他留在塑胶部门。他对这位年轻的化工博士早有耳闻,尤其是他研制出 PPO 材料以后,塑胶部门的业绩直线上升,这样的人才应该留在通用电气并委以重用,要不然对通用电气必然是一大损失,同时也增加了竞争对手的锐气。

鲁本·加托夫本身对通用电气内部的薪酬体系和官僚主义也有所不满,看到又一个人才将由于这种原因而离去,这更加坚定了他在自己管辖范围之内要打破这种规矩的信心。他知道年轻人的脾气,便许诺给他三倍于现薪的薪酬作为他的年薪,工作出色后还有奖励;并且答应他只要他工作再出成绩,就委以更重的责任。

加托夫使用更高的薪水和更高的职位诱使韦尔奇重新回到通用电气公司来上班。他成功了!这个来公司不到一年就想跳槽的小个子青年在今后 40 年内一心一意通用电气公司工作。并且在 1981 年成为了公司的总裁,领导通用电气雄居全球企业 500 强中的第一强。

1963 年,加托夫果然没有食言,让年仅 28 岁的韦尔奇执掌通用电气塑胶部门的化学发展运作部门。杰克成了 PPO 工艺开发项目领导人,他们的任务是将 PPO 转变成具有商业价值的产品。它很难塑造成型,这种材料在别人看起来并不具有很多潜在的市场价值。但杰克坚持搞下去,后来终于找到了突破口,制成了一种在高温下具有很高的强度,并且容易塑造的材料。这种塑料制品的商业名称叫“诺瑞尔”(Noryl)。