



被《财富》和《经济学人》誉为
“管理大师中的管理大师”

Tom Peters

THE BRAND YOU

[美] 汤姆·彼得斯 著 / 李英华 译

个人品牌 50

50 种方法，把自己从“职员”打造成“品牌人”



世纪出版集团 上海人民出版社

Tom Peters

THE BRAND YOU

[美] 汤姆·彼得斯 著 / 李英华 译

个人品牌 50

50 种方法，把自己从“职员”打造成“品牌人”

图书在版编目 (CIP) 数据

个人品牌 50 / (美) 彼得斯 (Peters, T.) 著; 李英华译.

上海: 上海人民出版社, 2004

(工作可以这么酷!)

书名原文: The Brand You 50

ISBN 7-208-05261-1

I. 个... ①彼... ②李... III. 企业管理: 人事管理

IV. F272. 92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 069105 号

出品人 施宏俊

策 划 钱红林

责任编辑 王志毅



世纪文景

个人品牌 50

[美] 汤姆·彼得斯 著

李英华 译

出 版 世纪出版集团 上海人民出版社

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

出 品 世纪出版集团 北京世纪文景文化传播有限公司

(100027 北京朝阳区幸福一村甲 55 号 4 层)

发 行 世纪出版集团发行中心

印 刷 北京华联印刷有限公司

开 本 635 × 965 毫米 1/16

印 张 12

插 页 1

字 数 119,000

版 次 2004 年 10 月第 1 版

印 次 2004 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-208-05261-1/F · 1184

定 价 18.00 元

新经济的基本单位不是企业而是个体。我们不再通过一个稳定的管理链条对任务作分配和指派，而是以个体间相互签约的方式自然而然地完成。这些通过网络相互联系的自由人——网络个人——组成流动和暂时的网络来生产和销售产品和服务。工作完成之后，网络就会自动解体，那些成员又再度回到了独立代理人的地位，在经济大潮中寻找下一个任务。

——托马斯·马龙 (Thomas Malone) 和 罗伯特·罗巴赫 (Robert Laubacher), “网络个人经济的开始”《哈佛商业评论》

50条：

信条

小屋里的奴隶们……砍断你们的绳索……挣脱你们的镣铐……

工作可以很酷！

工作可以很漂亮！

工作可以很有趣！

工作可以与众不同！

你——可以与众不同！

砸烂小屋的墙壁！

撕碎呆伯特的漫画！

白领革命正在进行！

我们百分之九十的职业正面临着危险！

把握你自己的生活！

颠覆等级制度！

把每个项目都变成 WOW！

要么卓越……要么失败！

这是一个新的世纪：如果现在不去做……更待何时？

50 条：

系列丛书序言

我们并不是在抨击呆伯特。谁敢呢？但我们的确相信工作可以很酷，工作可以很有意义。

——汤姆·彼得斯

我们今天所知道的工作——你的和我的——10 年以后都会经历巨大的变革。就是如此简单，也如此深远。下面是原因……

那些结实的联邦老兵还会记得，在 1970 年（并不是很久以前的事）卸载一整船的木材要 108 个工人花 5 天的时间。而现在呢？集装箱创造了奇迹：8 个工人，一天。

打谷机发明以后，农场中发生了同样的变化。叉式起重机发明以后配送中心也发生了同样的变化。码头也是如此。

嘿，已经是新的千年了！我们当中有 90% 以上的人——甚至是在所谓的“制造业”公司中——都做白领工作。事实是：我们从未涉及过——或者甚至从未考虑过——白领工作效率。从来没有。直到今天……

这是一个崭新的球类游戏。白领革命开始了！以前扫视码头的工作效率探照灯现在指向了会计“车间”。我想我们应该对新的规则略知一二了吧。

革命涉及以下内容：信息系统、信息技术、企业资源策划系统、内部网络、知识资本管理方案、企业客户管理、网络、全球化、全球范围内的放开等等。所有这些都将引发一场——绝不夸张——100，200，甚至 500 年不遇的革命。

因此我们要读一下这套新的系列丛书——其目的就是对工作进行彻底的改造（我们如何看待工作，承担工作，面对工作）。这次工作改造的革命其实是在我们的机构和生活中获得解放的一次千载难逢的好机会。

本书是第一批出版的 50 条系列丛书中的一本。每本书都描述了新经济中工作的一个不同侧面，每本书都包含 50 条重要的创意。

——编者

50条

序言	1
----------	---

1. 一切由你作主,忘记“其他人”。这是你的生活。	9
a. 你最后一次问自己“我想成为什么样的人” 是什么时候?	13
2. 你不得不这样!白领革命最终来临!	17
3. 应付“白领革命”的(我最好的)(我惟一的)办法: 打造品牌个人。	20
a. 放大的品牌人。如果我们每个人都有个人“市场价值” 那会怎样?	25
4. 从现在开始:采用这四项非常实用的“品牌人”评估 方法中的某些做法。	28
a. 我们需要一张快照!	33
5. 别提“职务”,别提“任务”。	36
a. 全身心投入到这种“项目生活”中去。	38
6. 包装自己。真理:你(我)需要包装。	40
7. 把自己看成一个公司。	43
8. 品牌人/我的公司关系到你看重什么东西。	45
9. 要成为“品牌人”需要具有各种特质和本领。	47
a. “变戏法”。	49
10. 做好玩商业游戏的准备好了吗?	52
11. 让别人清楚地知道你是谁。	55
12. 重新考虑职位头衔。	58
13. 你做的事等于你。	61
14. 送给想当品牌人的人一句话:拥抱真实世界的行动	

权术。.....	64
15. 点石成金 (VCJ= 主动承担不爽的工作 [Volunteer for Crummy Jobs])。.....	67
a. 把手头的活做好。(而且要让它变得特别。).....	69
16. 学会白手起家。.....	72
17. 品牌人精髓:出色的项目组合。.....	74
a. 你是每个项目的精彩之处。.....	76
18. 瞄准重点。.....	79
19. 你的客户等于你 I :考虑客户。.....	82
20. 你的客户等于你 II :把客户时刻放在心上。.....	84
21. 胜任。你(我!)必须确实擅长某件事。.....	87
22. 你的“通讯录”等于你 I :打理好你的圈子 / 关系网。.....	89
a. 忠诚。新式忠诚。不是对机构的忠诚。而是对“通讯录”的忠诚。对关系网的忠诚。对自己圈子的忠诚。对扩展的家庭的忠诚。.....	92
23. 你的通讯录等于你 II :你圈子有多广,结交的“怪才”有多聪明,你就有多开阔、多聪明。.....	94
24. 设计非常重要。关键点:你(作为品牌人)是一个设计师。就是这样。.....	96
25. 当一个扩展高手。.....	99
26. 你的“好点子”等于你。.....	101
27. 要顺利趟过巨变的激流,就要敢于尝试。 每一天。.....	103
28. 拜倒在“表演”脚下。.....	105
29. 老板们,你们也该对“品牌人”有兴趣。.....	109
30. 形象!.....	111
31. 记住:一个品牌是一个“信任标记”。.....	113
32. 让你的名片缠住你的思考!一切从这开始。.....	115
33. 建一个精彩的网站。.....	118
34. 参加“国际演讲协会 (Toastmasters)”,你就是你自己的 公关“经纪人”。.....	121

35. 学会乐观。忧郁散布者很少——从不是——成功的品牌人。·····	125
36. 更新!更新!更新! ·····	128
37. 对自己进行投资。正式的更新投资计划是必须的! ·····	131
38. 刺激你的胃口,一次、一次、又一次。·····	134
a. 热爱“高地”/停滞状态。·····	139
39. 你的公司需要一个出色的董事会。·····	142
40. 品牌人/你的公司需要有自己的“一线大学”。·····	144
41. 决不要忽略星探模式,即使你自己级别还很低。·····	147
42. 建立我们的/我的/你的“组织”——本人公司。·····	150
43. “品牌人”是领导者,不管在什么年龄段! ·····	152
44. 当一个“权力怪胎”。·····	155
45. 你的正式营销计划是什么? ·····	157
a. 请回答:我真拿得出一个“产品”吗? ·····	158
46. 在新千年里,“光杆”全球大公司并不是一个自相矛盾的说法。·····	162
47. 卖!卖!卖! ·····	164
48. 你是“终结者”吗?品牌人就得要有活儿。·····	166
49. 品牌人是不会(对某个特定公司)死心塌地的。·····	168
50. 欢迎来到自由行动者的国度! ·····	170

行动! ····· 172

推荐书目 ····· 174

序言

在过去，你可以高枕无忧地做一个无名小卒；现在要想这样可没那么容易了。

——迈克尔·戈德海伯尔 (Michael Goldhaber)

亲爱的，千万别委曲求全。你就是自己的全部财产了。

——詹尼斯·杰普林 (Janis Joplin)

大概两年前，我意识到自己已经不再只是一个人，而成了一个品牌。

——玛莎·斯图尔特 (Martha Stewart)

1954年，(那些幸运的人)拿到大学文凭，然后去GE(通用电气公司)，或者是GM(通用汽车公司)，再不然就是AT&T(美国电话电报公司)上班。(1964年AT&T的“快车道”管理层项目差点让我也上钩，紧接着林登·约翰逊(Lyndon Johnson)^①发动了一场“小”战争^②，我志愿参战去了。)别惹是生非，别多管闲事。别人要是问“你是做什么的”，就要自豪地说：“在J. C. Penney”或者“在AT&T”(你所在的公司的名字=你作为一个人的身份证明)。日子一天天过去，你的孩子也上大学了，然后他们也结婚生子。一晃你到了55岁。再一晃十年又过去了，你65了。公司为你办了个退休派对，算是表彰你为公司尽心竭力服务了42年，是个优秀的公司成员，然后用养老金把你打发了。你也就跑去公司的分

① 当时的美国总统。——译者注。

② 指越南战争。——译者注。

时度假公寓里“享清福”去了。

这就是二战后的游戏方式，直到 1975 年前后。这时外国竞争进来了。（刚开始是在钢铁和汽车行业。）（美国霸权的终结。）再往后，计算机的发展超越了应收账款自动作业这类功能。

再往后……一切天翻地覆了！你觉得 1985 年是怎样一番情形？“外国竞争”发展成了不折不扣的全球化；“计算机化”扩展到了办公桌上；网联系统出现了；电子数据交换（EDI）也粉墨登场了。（如果你的发票不是电子形式的，我们将不予处理——沃尔玛。）再往后……

互联网时代到来

裁员不再只发生在汽车、钢铁工人和移民工人身上，为公司干了二三十年、年收入十万美金的 IBM 高级员工也开始难逃此劫。（而且正好在三个孩子里最大那个马上去上大学，学费开支一大把的时候。）

就是说这种事情可能发生在每个人头上了！有“大链锯”之称的艾尔·邓洛普（Al Dunlap）裁员无数；还有 AT&T 的那位罗伯特·艾伦（Robert Allen），裁人比邓洛普还狠；还有迈克尔·海默（Michael Hammer）“博士”的所谓“重组/再造”行动（美其名曰“优化结构”。无怪乎那么多人对呆伯特不加掩饰的愤世嫉俗如此津津乐道）。

邓洛普是个自以为是的笨蛋！“优化结构”是个恶心的字眼！可这并不能让事情回到先前的状态去。我们所面临的事实是：白领革命最终来临了。出了瓶子的精怪不会再回到瓶子里去了。实际上那些“精怪”——ERP（企业资源规划），互联网等等正汇聚成一股洪流。

没错，白领革命终于来了。而且我相信在接下来 10 到 15 年内，90% 以上的白领工作都将消失或者变得面目全非。

不过，你知道怎么着？

我觉得这比大热天吃冰淇淋还要爽，比天上掉馅饼还要妙。我觉得这可能会让我们获得无可限量的解放、自由。

我不想跟我老爸一样在同一个地方日复一日、年复一年干上41年。我觉得他这种职业生活太糟糕了！（不好意思，老爸。）

个人的水平全体现在每一次的表现上，这次干好了才会有下一次。（当油漆工的是这样，当演员的哈里森·福特也不例外。）（从职业角度讲）我要是不发展就只能灭亡。我喜欢这种状态。而且我觉得这就是真正的美国精神。巴比特^①可能理解不了这点。呆伯特可能会给我扣上“假模假样的‘正人君子’”或是“戴玫瑰色眼镜的家伙^②”这样的帽子。但是本·富兰克林——我们国家深谙“自助、独立”精神的宗师——会明白的。还有，杰弗逊肯定也会明白。

让人不能不感到吃惊的是：新的“头脑”经济其实和“旧经济”本质是一样的。它要求我们靠自己的才智生存，需要我们有即席发挥、信手拈来的本领。

这让你获得解放还是让你觉得害怕？要是你脑子够清醒的话，回答是——其实对任何人来说都是——两者都有。这确实挺吓人的。但所有值得一做的事情都是这样的，对不对？让人害怕，但是也爽得让人难以置信！反正我这么觉得。

那该怎么办呢？进行一次“态度移植”！就是说：开始像一个独立承包商那样思考和做事——哪怕近期你还是打算替别人打工。就是要自立，靠自己的本事吃饭，而且不断提升自己。这样的人手里“只有”他/她自己的业绩纪录，也就是他/

① 巴比特（Babbitt）是美国作家辛克莱·刘易斯的小说《巴比特》的主人公，是一个随流徇俗，自以为是的中产阶级小商人。因为这个人物塑造的很成功，所以后来巴比特成了英语里的一个特定名词，指代像巴比特那样的人——译者注

② 英语中“透过玫瑰色眼镜”看事物指把情况看得很乐观，“戴玫瑰色眼镜的人”就指看问题过于乐观的人。——译者注

她经手的项目。

我把这种精神上的“独立者”视为思想独立的“实体”或者也可以看作一个“品牌”，说得再具体一点，可以叫“品牌人”。一个品牌能达到言简意赅。它带给顾客的是一种承诺，能让人信赖，（百事可乐的那句“动力加油站”[The pause that refreshes.]）能振奋人心。（耐克的“勇往直前”[Just Do It.]）。

我们先来看一眼我和我同事怎样对比“优化结构”后的公司里“呆伯特式的”工作日和全新的“品牌人”世界让人摆脱束缚的新秩序：

“品牌人”世界

做精彩的项目。（如果项目本身不够精彩，我会让它变精彩!）

对自己的技能精益求精，非得在某个方面做到十分出色不可。

选择能让自己学到东西/能挖掘自己的潜能/能让自己接触高手的项目。

利用每顿饭的机会建立关系网。

我热衷跟人打交道。

愿意接受不起眼的活儿——只要有可能把它做得出彩。

知道项目代表着自己。没什么好多说的。（这不是开玩笑：我做的项目怎么样，别人就认为我是什么水平。）

“雇员”世界

做分派给自己的任务。

埋头干送进来的活。

这是上司让我做的。（让我歇会儿吧。）

吃饭是我自己的事！

我讨厌阿谀奉承。

老兄，休想把烂活儿推到我头上！

该我到场的时候我就去，我也不去做出头鸟。

喜欢这样的字眼：精彩、漂亮、优雅、变革、冲击

为客户而活！

有目的地和“怪胎”（就是我能从他们身上学到真本事的牛人）打交道。

觉得“好玩”才爽。

早上迫不及待要起床。

（为了坚持自己的信念）惹怒某些人也在所不惜。

变化太慢老让我来气。

乔治·华盛顿在福治谷^①（Valleg Forge）扎营那会儿，我巴不得自己也和他在一块儿。

喜欢明亮的色彩！

我属于行动派——甚至到了过火的地步。

我拥抱生活。

让我歇会儿！

我做我分内的事。

兄弟就是兄弟（我只和我兄弟们玩），别人别来烦我。

干一天活就是干一天活，别指望着还能怎么着。

又老了一天，又多了一笔债。

别伤了和气坏了大事。

生活就是这样。

灰色好看。（不引人注目才好。）

我只按部就班，照章行事。

别去招谁惹谁，我遇上的倒霉事儿就够多的了！

^① 地名，位于美国宾夕法尼亚州东南费城西北，1777—1778年，乔治华盛顿及其率领的美国革命（独立战争）军队在此扎冬营。——译者注。

知道“权力”只落在那些主动去抓住它的人的头上。
(“野心勃勃”是好事。)

我瞧不起所有的公司“政客/弄权者”。

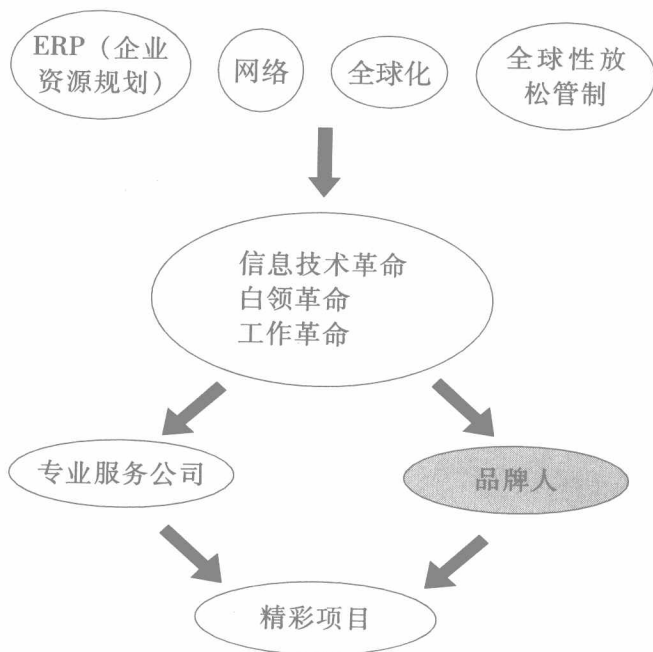
与其先得到别人允许才去做，
不如先斩后奏，事后请罪。
(总是这样的!)

别找揍。

从更大范围着眼：模式

我们的指导模式很简单。本书和“50”丛书中的其他书目将详细描述这一模式的内容。

即：



ERP、电子数据交换、公司内部网络、因特网等等，这些东西正推动着我们在上面丛书引言部分提到的这场百年不遇的革命。

这块千年大陨石的冲击点是：白领员工。

那些“劫后余生”的——不管是不是给公司打工的——会把从前学的那些东西（几乎）全部扔掉，而学会专业服务公司的特点和态度。（参考这套丛书中相关的那本《专业服务公司 50》。）他们会像品牌人（本书主题）那样行事。换句话说，那些“幸存者”会成为一个“产品”，并在某个方面清清楚楚的显示出非常之处。

专业服务公司、品牌人，还有白领革命，最基本的一点或者说根本要素是：工作本身，也就是我们说的精彩项目（参考《项目 50》）。

简明使用者手册

打造个人品牌不是小事一桩。它和每个人都休戚相关。通过这本书，我们希望不仅带给你一种观点，也能给你很多实用的建议来帮助你起步。

书里接下来的内容可能有点让人招架不住。这 50 个大项又包括大约 200 件“T. T. Ds”（Things To Do），即：要做的事情。其中任何一件做起来都能花去你不少时间。所以我们压根儿没指望你会去尝试每一件。相反，我们建议你平时怎么看书，这回还怎么看这本书。把你觉得有道理、有用的地方划出来，然后再按轻重缓急给排个顺序。比如，你可能会回过头去把这 50 个大项里最值得你马上引起注意的 10 项挑出来。（挑“重要的”东西，也要挑“哭”的东西。）接着，从这十个紧要大项下各挑一至两件“T. T. Ds”，着手做起来。

小心：在你注意实用性后——我当然希望你会——别忘了从更大视野看全景。在这儿就是：打造个人品牌对你的生活有