

★★★
超值白金
典藏版

给你一个公司， 你能管好吗

崔瑞泽◎编著

管理者的艺术

管好一个公司并非一朝一夕的事情，而是需要公司管理者的智慧、才情和心血，还有公司全体同仁的齐心协力与精诚团结，外加天时、地利、人和等多种因素的合一，方能使公司的发展保持良好的态势。



◎ 管理者的艺术 ◎

给你一个公司， 你能管好吗

崔瑞泽◎编著



吉林出版集团
吉林人民出版社
长春

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

给你一个公司, 你能管好吗/崔瑞泽编著. —长春:
北方妇女儿童出版社, 2014. 12
ISBN 978—7—5385—8908—5

I. ①给… II. ①崔… III. ①企业管理 IV.
①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 271710 号

给你一个公司, 你能管好吗

GEINI YIGE GONGSI, NINENG GUANHAO MA

出 版 人 刘 刚
策 划 师晓晖
编 著 崔瑞泽
责任编辑 王天明
开 本 787mm×1125mm 1/10
印 张 60.8
字 数 880 千字
印 刷 北京海德伟业印务有限公司
版 次 2014 年 12 月第 1 版
印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷

出 版 北方妇女儿童出版社
发 行 北方妇女儿童出版社
地 址 长春市人民大街 4646 号
邮 编 130021
电 话 总编办: 0431—85644803
发行科: 0431—85640624

定 价 78.00 元

前言

给你一个公司，你能管好吗？在目前很多人选择自主创业当老板的大趋势下，开公司成了许多创业者的首选。每个公司的老板都想通过自己的经营和管理，使公司做大做强，不断发展成为世界一流企业，从而使自己成为知名的企业家。其实，开公司并不难，但是要想把公司管理好，能够使公司步入正常发展的轨道，给公司带来可观的利润却并不是一件容易的事情。做事情是需要技巧的，管理公司也同样如此。如果你不会管理公司或者不懂管理，仅仅凭借一腔热血就想把公司管理好，很显然，这只能是你一厢情愿。君不见：即使处于同样的位置，有的公司经营有序，公司运转良好，而有的公司管理一塌糊涂、混乱不堪；经营同样的项目，有的公司财源广进、日进斗金，而有的公司却亏损严重、入不敷出；同样的业务，有的公司越做规模越大，而有的公司却经营惨淡、难以为继。

这是一个企业家辈出的年代，也是一个梦想在燃烧的时代。现如今，市场竞争日趋白热化，而公司的数量犹如雨后春笋般层出不穷，面对如此激烈的市场环境，要想把一个公司管理好却并非易事。看起来很漂亮，做起来很残酷，这就是管理公司。公司能够成功是极其偶然的，失败却是必然的。我们看到的是极少数功成名就者的辉煌，看不到的是不可计数的失败者的惨淡和悲凉。据统计，2004年中国创业公司的平均存活时间是3.7年，到了2011年这个数字下降为2.9年。在中国可以活到3年以上的公司不到10%。即便是在美国，活过5年的公司也只有20%，在这20%的公司中，只有20%的公司能活过第二个5年。换句话说，在美国，能活过10年的公司只有4%。就像浪里淘沙一样，尽管有成千上万的公司通过不断发展而日益壮大，由此催生出了成千上万个百万富翁、千万富翁，但也会有很多公司黯然关张，甚至赔得血本无归。所以，从以上数据可以看出，开公司不难，要想把公司管理好并且把公司打造成“百年老店”却不是一件简单的事情。

作为公司的管理者该如何管好一个公司呢？

一般来讲，作为公司的管理者，一定要志存高远，有目标。这个目标是一个导向，能使公司少走很多的弯路。在市场竞争中，为了使公司处于有利地位、更好地增加利润，保持公司旺盛的生命力，公司必须不断地设定更高的发展目标，当然这个目标并不是高不可攀，而是必须在得到公司员工理解和认可的基础之上，激励员工去努力奋斗，以利于公司的生存和发展，这是公司市场运作成功的关键所在。

现在社会发展越来越复杂，管理者的眼光要远，眼界要宽，看问题、办事情要有前瞻性、预见性，尤其要对自己的员工及公司的现状、发展走势、外部环境有十分清醒的认识。这样工作的主动性才能增强，才能沉着应对可能出现的各种情况，达到趋

利避害的目的。现在一些公司管理者都能意识到危机几乎是不可避免的，在面对危机时也能从容应对，最大限度地避免公司受损。有了危机意识，管理者就能更冷静、清醒地面对现状，预测下一步的计划。同时，面对现实社会激烈的竞争环境，一旦懈怠，退步也会接踵而来。只有公司整体保持对同类竞争与社会发展的高度敏感性，才不会降低公司的效率，才能让公司一直处于高效运转的状态，时刻保持旺盛的生命力。

对于管理者来说，如何管理好员工要有艺术。能否成为一个成功的管理者，一方面要有卓越的工作能力和竞争意识，努力使自己的愿望变为现实；另一方面则要有高超的驾驭下属的技巧，使每一个下属都人尽其才，才尽其用。很多公司强调公正、公平和支持的管理原则。其实，公正、公平和支持的原则非常适用，它是员工监督管理者的有效手段。大度容才就是说管理者要有容才纳贤的气魄和度量。只有具备宽容的气度，才能有团结众人的力量，最大限度地发挥人才的效能。宽容是激励的一种方式，也是管人的一种方式。管理者的宽容品质能带给员工良好的心理影响，使员工感到亲切、温暖和友好，获得心理上的安全感。

总之，管好一个公司并非一朝一夕的事情，而是需要公司管理者的智慧、才情和心血，还有公司全体同仁的齐心协力与精诚团结，外加天时、地利、人和等多种因素的合一，方能使公司的发展保持良好的态势。

给你一个公司，你能管好吗？作为公司的管理者，如何更好地领导下属和管理员工？如何建立优秀的团队？如何做到知人善任、人尽其才？如何实现与下属的无障碍沟通？如何用简单的管理取得大的收获？管理一个公司将面临各种各样的问题和挑战，当你面对这些问题时，你是否会产生困惑或有力不从心之感？是否需要用新的管理知识和技能武装自己的头脑？是否想进一步提升自己的管理技能，以便更好地应对管理过程中出现的各种难题和挑战？作为一名中层领导和普通员工，如何通过自我修炼来提高当前的工作业绩？如何在工作和实践中提升自我？如果有一天你被任命为公司的管理者，你知道该做什么，不该做什么吗？如果将你从普通员工提升为中层管理者，你如何走好第一步？你具备管理者的基本素质和能力吗？为帮助读者掌握最切合实际的管理方法，使读者在管理过程中少走弯路，使管理更顺畅，从而游刃有余地开展工作的，成为卓有成效的管理者，我们精心编写了这部《给你一个公司，你能管好吗》。

本书从如何管理好公司为出发点，分别从领导艺术、团队组建、企业战略、决策制定、执行推进、创新思路、市场营销、广告公关、企业文化等方面介绍了管理者所应对的事务，内容全面、系统、丰富，兼具实用性和指导性，为管理者提供了一份简单、实用的管理指导书。同时，本书也为中层领导和普通员工的自我提升和成长提供了可以借鉴和学习的素材，员工可以通过学习书中先进的管理理念和管理方法，优化自己的思维方式和知识结构，改变自己的工作方法，提高自身素质，为以后的发展与壮大奠定基础，继而成为公司不可多得的管理型人才。不管怎样，本书给你的都是最实用、最能引发你思考的文字。只要你仔细阅读并认真思考了，本书一定能为你从普通员工升为主管、主管升为经理助一臂之力，帮助你从员工见了就躲的“寡人”领导变为员工又敬又爱的“良师益友”型领导。

目 录

第 1 章 “霸权主义”要不得，“无为而治”也要不得	(1)
“甩手掌柜”才是好领导	(1)
“抓权”与“放权”	(2)
第 2 章 授权并不是简单的“给权力”	(4)
个人魅力决定授权的价值	(4)
合理授权	(4)
第 3 章 管理要“分层”	(6)
尊重“层级管理”	(6)
层次不在多而在精	(7)
中层不能太“胖”	(8)
第 4 章 学会“抽离”很难，但很重要	(10)
抽出身来吧，别再瞎忙了	(10)
没空间，再好的员工也出不来	(11)
第 5 章 中层“伤不起”	(13)
不要“欺负”中层	(13)
别让中层干基层的活	(14)
打造“黄金中层”	(15)
第 6 章 每个领导都知道“用人不疑”，但真正做到的很少	(17)
用信任串联上下	(17)
“用人不疑”靠的是气度	(18)
第 7 章 “大权”与“小权”	(20)
大权要独揽，小权要分散	(20)
用分权来制权	(21)
第 8 章 分清“管理型人才”与“业务型人才”	(23)
分清“管理型人才”与“业务型人才”	(23)
用人就要用他最突出的地方	(23)

第9章 “闲人”不一定“闲”，“忙人”也不一定“忙”	(26)
“忙人”和“闲人”	(26)
明确责任才能堵住借口	(27)
第10章 “垃圾”有时只是跟错领导的“金子”	(29)
没有差员工，只有差领导	(29)
找准位置，才能让人才“发光”	(30)
第11章 下属是在“钓鱼”，还是“捞鱼”	(31)
“钓鱼”与“捞鱼”	(31)
勤奋永远不会错	(32)
第12章 你在“磨炼人才”，还是在“折磨人才”	(34)
“折磨人才”不是“磨炼人才”	(34)
“磨炼人才”要有目的性	(34)
第13章 别戴着“有色眼镜”，否则你会“大跌眼镜”	(36)
容貌跟能力无关	(36)
英雄不问出处	(36)
第14章 你敢用能力比你强的下属吗	(39)
嫉贤妒能毁的是公司前途	(39)
用人唯才企业才有未来	(40)
用比自己“牛”的人会让你更“牛”	(41)
第15章 别人不敢用的“人才”，你敢用吗	(43)
人才“险”中求	(43)
“刺头”比“奴才”有用	(44)
第16章 追求“完人”，不如善用“偏才”	(46)
在“偏才”中挖掘“人才”	(46)
善用短处是用人的最高境界	(46)
第17章 “折腾”出美好未来	(48)
不“折腾”前途无“亮”	(48)
把厕所打扫干净，接下来就是见证奇迹的时刻	(49)
第18章 优柔寡断就别当领导	(51)
果断给“害群之马”上“炒鱿鱼”	(51)
及时修好第一扇被打碎的窗	(52)
必要时，杀鸡儆猴	(53)
第19章 别让你的公司“山头林立”	(55)
正视“小圈子”	(55)

用大禹的方法治“山头”，能“疏”就不“堵”	(56)
第 20 章 “窝里斗”毁的是自己的前途	(58)
道“和”气“顺”才能生财	(58)
做企业，学狼不学狗	(59)
第 21 章 乱发脾气是告诉员工你无能	(61)
爱发脾气的领导不是好领导	(61)
好脾气，不嫌弃	(62)
有能力的领导不迁怒	(63)
第 22 章 员工浑身上下都是“自我介绍”	(65)
员工的坐相会“出卖”自己	(65)
读懂员工的“手语”	(66)
观察员工的眼睛	(67)
第 23 章 小习惯背后的“大内心”	(69)
从言谈习惯看员工内心	(69)
“招呼”不同，性格不同	(70)
第 24 章 “抓细节”不是“找碴”	(72)
细节决定成败	(72)
不要为了细节而注重细节	(73)
细节就是通往卓越的一个个台阶	(74)
第 25 章 “办法”总比“困难”多	(76)
只要精神不滑坡，方法总比困难多	(76)
不是没办法，而是没努力去想	(77)
借口吞回去，办法想出来	(78)
第 26 章 平平淡淡不是真	(80)
永远都不要想“维持现状”	(80)
开拓属于自己的蓝海	(81)
第 27 章 让你的员工“激情燃烧”	(83)
要“提气”得先“泄气”	(83)
用新理念来激励员工	(84)
第 28 章 员工都满意了，顾客会不满意吗	(86)
顾客满意重要还是员工满意重要	(86)
不能让员工太满意	(87)
第 29 章 解除员工的“心理武装”	(89)
打完巴掌，甜枣要跟上	(89)

“奖”也是有学问的	(90)
第 30 章 员工“内心满足”，忠诚“不请自来”	(92)
天地之性，人心为贵	(92)
员工的归属感	(93)
第 31 章 注重营销而不是推销	(96)
“抓卖点”才能“多卖点”	(96)
上谋伐心	(97)
第 32 章 “小人物”也有“大智慧”	(98)
“小人物”小看不得	(98)
成全“小人物”就是成全自己	(99)
第 33 章 “把握动机”与“强迫坚持”	(101)
把握住“做事动机”	(101)
用“强迫”帮助员工坚持	(102)
第 34 章 经营人心，从新员工开始	(104)
给新员工归属感	(104)
80 后新员工该如何对待	(105)
能够激发 80 后的氛围	(107)
第 35 章 点到即可，水至清则无鱼	(108)
水至清则无鱼	(108)
让员工“安心”犯错	(110)
第 36 章 有错误不能乱处理	(111)
“小”错误“大”处理，“大”错误“小”处理	(111)
让错误先晾着	(112)
有些错误要及时处理	(114)
第 37 章 全员老板主义	(116)
公司是每个人的	(116)
责任感来源于主人翁意识	(117)
第 38 章 “坏话”其实没那么“坏”	(119)
“坏话”有时只是被我们想“坏”了	(119)
提升“谣言免疫力”	(120)
第 39 章 企业的“生命力”取决于“执行力”	(122)
高效的“奥卡姆剃刀”	(122)
不及时跟进则前功尽弃	(124)
别让目标只是个“目标”	(125)

第 40 章 “一抓就死，一放就乱”是因为领导太笨	(127)
管理要有“节奏”	(127)
掌控好自我表现的“火候”	(128)
第 41 章 管理的本质是“制度”	(130)
企业发展，制度护航	(130)
制度不是“死”的	(131)
第 42 章 “搭便车”是一门学问	(133)
管理也可以“搭便车”	(133)
“搭车”要找贵人	(133)
第 43 章 要“原则性”还是要“灵活性”	(136)
坚持与妥协	(136)
有原则的灵活	(136)
第 44 章 “模糊管理”要“清晰运用”	(138)
“含糊其辞”也是一种技巧	(138)
脑子清晰才能“模糊管理”	(139)
如何说不想说的话	(140)
第 45 章 公私关系有尺度	(142)
“公交”与“私交”	(142)
积极与老板发展“私交”	(142)
聚餐文化	(144)
第 46 章 要盘活企业，先盘活人	(146)
给员工高工资可以降低成本	(146)
给你的员工们“松绑”吧	(147)
微软的秘密就两个字——人才	(148)
第 47 章 领导的卓越是“训练”出来的	(150)
卓越在于训练	(150)
德鲁克教你如何训练	(151)
第 48 章 “这事我已经交代了”	(153)
政策自己不长“腿”	(153)
布置不等于完成，简单不等于容易	(154)
第 49 章 管理中的“路径依赖”	(155)
马屁股决定火箭助推器的宽度	(155)
让员工有好“路径”可依	(156)
打破还是依赖“路径”，在于管理者的判断	(157)

第 50 章 “舍不得”则“得不到”	(159)
优待善于“吃亏”的员工	(159)
有一种智慧叫作“放弃”	(159)
“舍得”做小生意	(160)
第 51 章 尽人事，听天命	(162)
竭尽全力才能发挥潜能	(162)
用百米的速度跑马拉松	(163)
第 52 章 文化是明天的“利润”	(165)
企业文化的力量	(165)
“软文化”来源于“硬制度”	(166)
死板的企业文化不如没有	(167)
第 53 章 如何让企业“有文化”	(170)
用“催眠”的方式灌输企业文化	(170)
组织文化管理	(171)
塑造企业价值观	(173)
第 54 章 时刻提醒自己“狼来了”	(175)
“杞人”是个好管理者	(175)
企业时刻想着“死”才能“长寿”	(176)
第 55 章 “狼”真来了该怎么办	(177)
什么是危机公关	(177)
处理危机要“有始有终”	(180)
第 56 章 别再用“存在即合理”骗人骗己了	(182)
“存在即合理”等于“该变革了”	(182)
方向对了，就不怕走得慢	(182)
变革不是将过去“一棍子打死”	(184)
第 57 章 家族企业要发挥先天优势	(186)
家族企业要跳出“家族”的枷锁	(186)
家和企业兴	(187)
接班人必须接受“精英培训”	(188)
第 58 章 所有老板都爱“人才”，但有“真爱”和“假爱”之分	(190)
你真的重视人才吗	(190)
人才是发掘出来的，不是等来的	(191)
第 59 章 “愿景”的力量	(193)
什么是“目标管理”	(193)

“大目标”有“大作用”	(194)
愿景决定企业发展	(195)
第 60 章 要“面子”还是要“金子”	(197)
“面子”和“金子”	(197)
巧用“面子”	(198)
第 61 章 管理要找到“关键问题”和“关键人物”	(200)
抓重点是领导的“天职”	(200)
寻找“关键人物”	(201)
第 62 章 其实你不懂“民主”	(203)
民主“有毒”	(203)
形式上的民主不是民主	(204)
真理掌握在少数人手里	(205)
第 63 章 领导的“权威”要花心思树立	(207)
“权威”是每个领导必不可少的法宝	(207)
领导要有脾气	(208)
珍惜来之不易的权威	(209)
第 64 章 “工装”和“面试”到底是什么玩意儿	(211)
天大的小事——工装	(211)
省省吧，别再“面试”了	(212)
第 65 章 要敢于“断臂”	(215)
企业要敢于“壮士断臂”	(215)
“自我淘汰”才能避免被淘汰	(216)
第 66 章 管理其实越简单越好	(218)
简单是管理的最高境界	(218)
最简单的往往最有效	(219)
第 67 章 不简单就死	(221)
复杂的后果很严重	(221)
贪婪会让事情复杂化	(222)
第 68 章 管理者要敢于站在“漩涡中心”	(224)
在“漩涡中心”工作	(224)
在挑战中茁壮成长	(225)
第 69 章 成为企业的灵魂	(227)
你要“不可替代”	(227)
你的价值取决于你为企业带来了多少利益	(228)

第 70 章 忠诚本身就是一种能力	(230)
忠诚的力量	(230)
以公司的利益为重	(231)
第 71 章 没有沟通就没有管理	(233)
沟通是管理的精髓	(233)
做好沟通的“姿态”	(234)
第 72 章 在沟通中设一片“特区”	(236)
巧设“特区”	(236)
促进“双向沟通”	(237)
第 73 章 沟通的艺术本质	(239)
跟什么样的人说什么样的话	(239)
沟通时要善于观察	(240)
第 74 章 批评是管理的手段，不是“耍威风”的工具	(243)
批评不是耍威风	(243)
好的管理者会慎用批评	(244)
管理中批评必不可少	(245)
第 75 章 “个人英雄”只能领导“江湖团伙”	(247)
抛弃个人主义，融入集体	(247)
一个人掀不起多大的风浪	(248)
没有矛盾的团队并不一定是好团队	(249)
第 76 章 认同的力量	(252)
认同缔造竞争力	(252)
认同保证执行力	(253)
第 77 章 不要被自己打败	(255)
越怕失去的越容易失去	(255)
失去也可能是好事	(256)
第 78 章 战胜压力	(258)
勇于承受压力	(258)
感谢压力	(259)
第 79 章 克服懒惰，日事日清	(261)
不要“挨一鞭，动一下”	(261)
拖延是对生命的挥霍	(262)
明日复明日，明日何其多	(263)

第 80 章 让头脑风暴来得更猛烈一些	(265)
用思考掀起你的头脑风暴	(265)
用智慧的碰撞激发创新的火花	(266)
第 81 章 别跟“硬茬”死磕	(268)
学会在夹缝中成长	(268)
狭路相逢智者胜	(269)
以退为进	(270)
第 82 章 为自己代言	(271)
我为自己代言	(271)
企业家本人就是最佳广告	(272)
第 83 章 大企业是“精打细算”出来的	(274)
精打细算,告别“粗放式”经营	(274)
控制经营成本	(275)
节约从企业内部抓起	(276)
第 84 章 领导未来	(278)
拥有超前思维	(278)
活在未来	(278)
第 85 章 二八法则	(281)
整个世界都遵循二八法则	(281)
二八法则在企业管理中的应用	(281)
用二八法则管理时间	(282)
第 86 章 ERP 虽好,但要量力而行	(284)
ERP 虽好,中小企业要谨慎选择	(284)
ERP 于 B2B 需“按单制造”	(285)
第 87 章 开放思维,世界无边界	(287)
你中有我,我中有你	(287)
无边界管理	(288)
第 88 章 “收购”并不是简单的“买”	(291)
企业扩张的“捷径”	(291)
文化“融”则企业“合”	(292)
第 89 章 不“练兵”如何“打仗”	(294)
培训是给员工最大的福利	(294)
培训要有特色	(295)
有针对性地培训	(296)

第 90 章 别把“空降兵”摔死	(298)
帮助“空降兵”软着陆	(298)
“空降兵”的“神仙手”	(299)
第 91 章 “距离”、“威信”、“美”	(301)
企业里没有“大爷”	(301)
保持什么“距离”最“美”	(302)
第 92 章 领导肚里能撑船	(304)
有容人之量	(304)
宽容就是感召力	(305)
能力会在鼓励下绽放	(306)
第 93 章 别给会哭的孩子奶吃	(308)
并非会哭的孩子就有奶吃	(308)
别让“会哭”成为潜规则	(309)
把“奶”喂给应得的人	(310)
第 94 章 精准“把脉”团队气氛	(312)
打造高效团队	(312)
时刻关注团队的“压力表”	(313)
第 95 章 思路决定出路	(314)
多动脑子，别钻“牛角尖”	(314)
“苦勤奋”不如“巧懒惰”	(315)
找对方法，把自己变成“大象”	(316)
第 96 章 想当好领导，先当好“演员”	(318)
你总是心太软，把所有问题都自己扛	(318)
“装傻”是一门学问	(320)
堤高于岸，浪必摧之	(321)
第 97 章 “演员”的自我修养	(323)
做个有素质的领导	(323)
“充电”是一辈子的事	(324)
不补充知识就等于自取灭亡	(325)
第 98 章 “副职”这活不好干	(326)
“越权”是最出力不讨好的事	(326)
副职就要联通好上下	(327)
第 99 章 别把下属当“下属”	(329)
用爱心激励员工成本最低	(329)

为下属“两肋插刀”	(330)
第 100 章 别总瞎琢磨人	(332)
在“傻大姐精神”面前,“福尔摩斯”是渺小的	(332)
主动去换位思考	(333)
第 101 章 领导就是“高级服务员”	(335)
做公仆式领导	(335)
服务成就领导力	(336)
第 102 章 热情胜于能力	(338)
杜利奥定理	(338)
想比别人更成功,先比别人更疯狂	(339)
第 103 章 看不到未来就只能等死	(341)
格局决定命运	(341)
勿作“童观”	(342)
第 104 章 给自己设“最后期限”	(344)
对工作“守时”	(344)
用守时增加自身的“可信赖感”	(345)
第 105 章 别说你会发工资和年终奖	(347)
年终奖不好发	(347)
工资更不好发	(349)
把握好物质奖励的“火候”	(351)
第 106 章 夸下属几句有时比给钱更有用	(353)
精神激励比你想象的重要	(353)
物质激励有时会起反作用	(354)
第 107 章 管理也要走向“精细化”	(356)
成大事者必拘小节	(356)
追求完美没有止境	(357)
第 108 章 人力是一种资源而不是成本	(359)
资产虽重要,人才更重要	(359)
员工理解你的管理吗	(360)
第 109 章 思考从终点出发	(362)
向前展望,向后推理	(362)
用逆向思维渡过金融危机	(363)

第 110 章 “阿米巴组织”你学得会	(366)
京瓷公司的“阿米巴组织”	(366)
“阿米巴组织”的哲学光彩	(367)
“阿米巴组织”的核心——信任分担	(368)
第 111 章 管理者要能分清企业是“长肉”还是“水肿”	(370)
欲速则不达	(370)
做大=做强？做梦！	(371)
第 112 章 求精不求多，乔布斯用一款 iPhone 就能改变世界	(373)
争取做到“我专而敌分”	(373)
对充满诱惑的机会说“NO”	(374)
第 113 章 成功就是“鹤立鸡群”	(375)
冷门不冷	(375)
以正合，以奇胜	(377)
第 114 章 这真不是“迷信”	(379)
好名字带来好运气	(379)
寻找与企业相契合的“能量场”	(380)
第 115 章 你能想到的都是错的	(382)
不要试图让每一个人满意	(382)
别瞎凑热闹	(383)
第 116 章 不只有“输赢”，还有“共赢”	(385)
找准自己的“生态位”	(385)
不要为了差异化而差异化	(386)
第 117 章 学会“刹车”和“拐弯”	(388)
“刹车”好才敢快跑	(388)
路不通就“拐弯”	(389)
第 118 章 “中庸”不是“平庸”，而是恰到好处	(391)
企业的“中庸”管理	(391)
“中庸”之道不平庸	(392)
第 119 章 企业的使命不只是赚钱	(394)
安全永远是重中之重	(394)
企业的使命不只是赚钱，还有社会责任	(395)
第 120 章 “前景”不等同于“战略”	(397)
什么错误都能犯，战略性错误不能犯	(397)
战略不是掌握未来	(398)