

Click on
the
management effect

点击管理效应

赵建平 张喜亭 ○ 编著

管理 是撬动企业和个人事业的杠杆

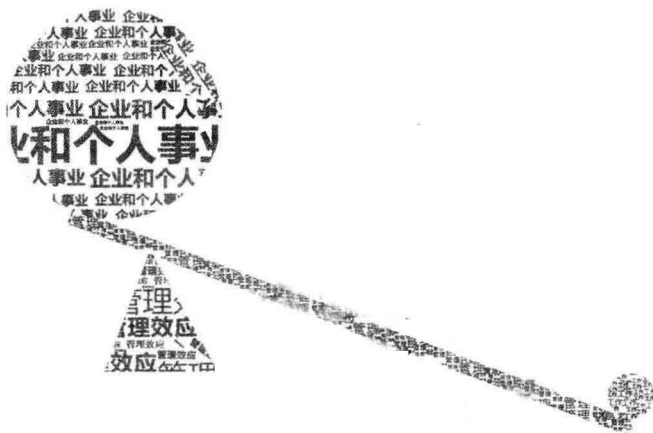
管理效应 是杠杆的支点



点击管理效应

管理 是撬动企业和个人事业的杠杆

管理效应 是杠杆的支点



赵建平 张喜亭◎编著

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

点击管理效应/赵建平, 张喜亭编著. —北京: 企业管理出版社, 2011. 6
ISBN 978 - 7 - 80255 - 811 - 3

I. ①点… II. ①赵… ②张… III. ①企业管理 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 082254 号

书 名: 点击管理效应

作 者: 赵建平 张喜亭

责任编辑: 刘 刚

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 811 - 3

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68420309 发行部 (010) 68701638

编辑部 (010) 68701661

电子信箱: emph003@sina.cn

印 刷: 三河市南阳印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米 × 240 毫米 16 开本 14 印张 230 千字

版 次: 2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

前 言

置身于信息时代的我们，只要进入因特网，登录任意一个中文网站，输入关键词“效应”二字，轻轻点击一下“搜索”，便会有无数个“效应”呈现于眼前。有的网站还开辟“每周一问”专栏，推出和讨论一些“效应”。可以说，“效应”已成为网上的热门话题，篇幅之多令人目不暇接，内容之新令人赏心悦目，道理之深令人倍受启发。

欣赏之余，我们也在思考，若将某些“效应”移植到管理上，加上平时感悟到的一些效应，整合分类，逐一解读，汇聚成册，将对企业管理和个人事业的发展有所启发和帮助。基于这一动因，我们编写了《点击管理效应》一书。

在编写本书时，我们一是突出条理化，将管理效应梳理排队，分篇解读。每篇有10多个管理效应，显得眉清目楚，便于读者分类查找和选读；二是注意规范化，对每个管理效应进行认真整理，做了比较详尽的解读，除少数篇目外，一般由“由来”、“哲理”、“案例”、“启示”和“注意事项”5个部分组成，基本的构思与写作轨迹是：由一个论断、一个实验、一个典故或一种现象归纳出一种管理效应，引申出几条哲理，辅以正面或反面的案例，阐述几条有益的启示，并强调运用效应时需要注意的有关事项，每篇大约4000字，具有资料性、通俗性、可读性、启发性和实用性，是员工培训和企业管理者日常学习的理想用书。

或许有的读者会说，我们需要的是拿来就能用的原原本本的规章制度、生产流程、营销战略与策略，这本书说的效应都是心理活动，讲的是思想、思路，离我们的需求远了点。应该说，上述说法是实情，但也有偏颇。所谓实情，本书讲的确是思想、思路、观念，它不是现成的规章制度，而是产生和落实规章制度的思想；不是工艺流程，而是革新和运用工艺流程的动机；不是战略与策略，而是制定和实施战略与策略的思路；不是管理活动，而是选取管理方式的动因；不是知识修养，而是对待知识的态度；不是利润，而是人们对待利润的心理；也不是舒适优美的工作环境，而是对工作环境的感情。但这些思想、思路是灵魂，是内在素质，无时无刻不渗透在企业和个人的一切活动之中。教育心理学有句经典名言：“播下一种思想，收获一种行为；播下一种行为，收获一种习惯；播下一



种习惯，收获一种性格；播下一种性格，收获一种命运。”也就是说，思路决定出路，脑袋决定口袋，素养决定成败，品质成就未来。一句话：“思想决定命运”。如果说，管理是撬动企业和个人事业的杠杆，那么这一个个效应就是杠杆的支点。

现代信息社会让人们获取信息更加方便快捷，本书在编写过程中也切实感受到了社会知识共享的实惠，有许多资料来源于网络。抱歉的是，由于网络上转载颇多，标明出处颇少，很难找到原始资料的出处，导致该注明出处的地方不能如愿。可以说，本书吃的是百家饭，穿的是百家衣，却没有找到各家的“门牌号”。尽管如此，我们不能“吃水忘了挖井人”，在此真诚地对所有为我们提供“营养”的人说一声谢谢！

社会的进步、认识的深化，让许多书籍在出版之后留有遗憾，本书也不例外。加上受职业风格所限，本书在构思的合理性、观点的准确性、内容的精炼性、语言的流畅性、文字的新颖性等诸多方面可能存有一些缺陷，显得不够生动活泼。因此，本书不求妙笔生花、完美无瑕，但求抛砖引玉、给人启迪，希望读者阅读后能够生发出更新更多更好的管理思路，不断提升管理水平，推动企业管理的进步。

本书的编写，得到张峰、陈雨、周云忠、赵煜、卢东、赵巍、邵云峰、赵永强、吴东利等许多热心的朋友的大力支持和帮助，特别是在初稿完成后，原中原油报副总编旷朝华同志对本书思路的调整提出很好的建议，对内容和文字做了精心的修改。我们表示衷心地感谢。

作者



目录

C O N T E N T S

前言

成功篇

1. 一碗米效应 每个人都是一座取之不尽的宝藏 / 3
2. 野心效应 心想才能事成 / 8
3. 贝尔效应 信念让成功更靠近 / 12
4. 亨利效应 自信是心中的内燃机 / 15
5. 卖斧子效应 因为失去自信，
有些事情才难以做到 / 19
6. 约翰·库提斯效应 别对自己说“不可能” / 23
7. 居里夫人效应 热情是成功的核心，
执着是成功的翅膀 / 27
8. 比伦效应 失败只是暂时的不成功 / 31
9. 甩手效应 简单不等于容易 / 37
10. 攀岩效应 一着不慎，全盘皆输 / 41
11. 飞轮效应 中途不歇脚，定能基业常青 / 44

方法篇

12. 橘子效应 凡事把握本质，找准对策 / 49
13. 甜甜圈效应 突出重点，兼顾一般，平衡发展 / 53
14. 权变效应 管理是科学，更是一门艺术 / 57



15. 变形虫效应

16. 多米诺骨牌效应

17. 分马效应

18. 刺猬效应

19. 智懒效应

20. 瓶颈效应

21. 标杆效应

22. 树根效应

23. 观赏驼效应

24. 超限效应

25. 破窗效应

善变才会赢 / 61

星星之火，可以燎原 / 65

用非常规的办法智慧地解决问题 / 69

解决问题最需要的不是复杂，而是简单 / 73

智慧的“懒惰”比缺少智慧的

“勤奋”更有效 / 76

事物总是伴随着一个个瓶颈的突破而发展的 / 79

正面榜样的力量无穷，反面典型的危害巨大 / 82

学习力、文化力是企业的生命之根 / 87

才尽其用，为员工搭建充分施展才智的舞台 / 90

防止就一个问题过多过强地刺激下属 / 95

防微杜渐胜过亡羊补牢 / 98

沟通篇

26. 避雷针效应

27. 秀才买柴效应

28. 牢骚效应

29. 聊天效应

30. 名片效应

31. 和声效应

32. 教练效应

33. 禅师效应

34. 二十一天效应

35. 上朝效应

沟通是企业的“避雷针” / 103

沟通要看人说话，成功 75% 靠沟通 / 106

把郁闷牢骚发出去，把快乐心情找回来 / 109

聊天也是淘金 / 113

只有“自我暴露”，才有“熟识吸引” / 117

异口同声并非绝对的好事 / 121

伯乐重要，“驯马师”更重要 / 125

身教重于言传 / 129

新理念、新习惯的形成如同鸡蛋孵化小鸡 / 133

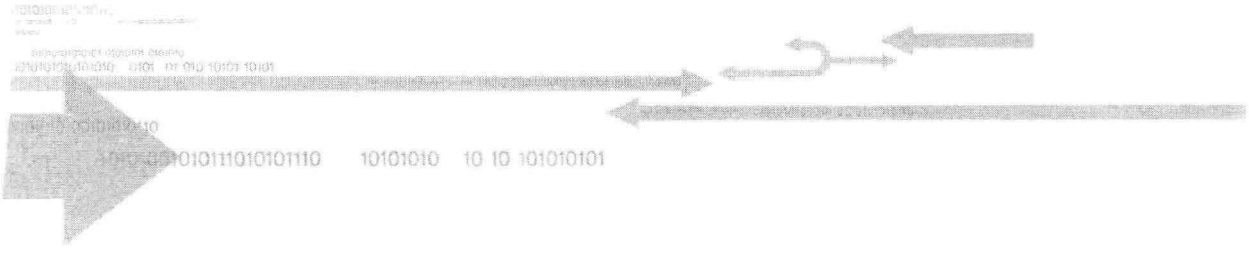
沟通需要有序化、规范化 / 136

激励篇

- | | |
|------------|-----------------------------|
| 36. 金字塔效应 | 心情决定激情，激情决定成效 / 141 |
| 37. 保龄球效应 | 赞扬比惩罚更重要 / 144 |
| 38. 肥皂水效应 | 让被批评者在温情脉脉的情绪中接受批评和建议 / 148 |
| 39. 鲜花效应 | 批评过分应及时送去“鲜花” / 153 |
| 40. 三明治效应 | 批评让人改正缺点，追求进步，健康成长 / 157 |
| 41. 罗森塔尔效应 | “暗示”和“期望”具有神奇魔力 / 160 |
| 42. 一条腿效应 | 善用掌声，做点燃员工激情的激励大师 / 164 |
| 43. 踢猫效应 | 控制不满情绪四处蔓延，避免泄愤连锁反应 / 167 |
| 44. 花生试验效应 | 良好的氛围能促进事件发展 / 171 |
| 45. 满意牛效应 | 造就“满意员工”是企业的第一要务 / 174 |
| 46. 涌流效应 | 开启管理的按钮，让员工的激情迸发出来 / 178 |

竞合篇

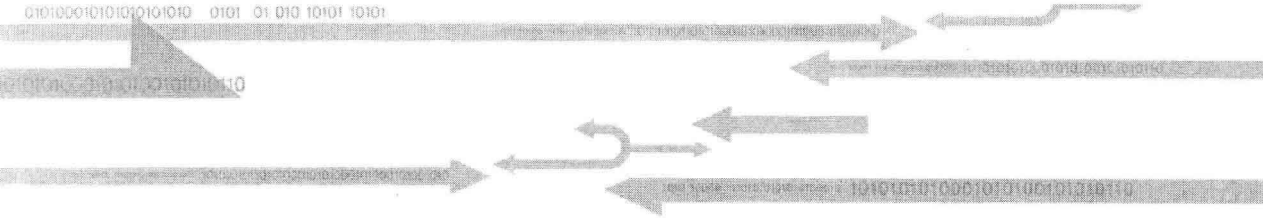
- | | |
|-----------|-----------------------------|
| 47. 老虎效应 | 合作大于竞争 / 183 |
| 48. 三十秒效应 | 胜负有时只差30秒 / 186 |
| 49. 马蝇效应 | 有马蝇叮咬，再懒惰的马也会飞快奔跑 / 189 |
| 50. 鲛鱼效应 | 竞争犹如催化剂，可以最大限度地激发人的潜力 / 193 |
| 51. 美洲虎效应 | 竞争对手是你成长的好帮手 / 196 |
| 52. 藏獒效应 | 困境与竞争是造就强者的学校 / 199 |
| 53. 森林狼效应 | 护弱损害效率，竞争带来繁荣 / 202 |
| 54. 鲨鱼效应 | 先天不足不一定是坏事，努力能让劣势变成优势 / 205 |
| 55. 雁阵效应 | 良性竞争，能者为先 / 209 |
| 56. 拉锯效应 | 合群永远是一切善良人的最高境界 / 212 |



成功篇



一碗米效应	每个人都是一座取之不尽的宝藏
野心效应	心想才能事成
贝尔效应	信念让成功更靠近
亨利效应	自信是心中的内燃机
卖斧子效应	因为失去自信，有些事情才难以做到
约翰·库提斯效应	别对自己说“不可能”
居里夫人效应	热情是成功的核心，执着是成功的翅膀
比伦效应	失败只是暂时的不成功
甩手效应	简单不等于容易
攀岩效应	一着不慎，全盘皆输
飞轮效应	中途不歇脚，定能基业常青



1. 一碗米效应

每个人都是一座取之不尽的宝藏，只要合理挖掘，充分利用，都能促其思想和行为发生质的变化，实现人生价值最大化。

一碗米效应的由来

禅学中有这样一个故事：徒弟问师傅，一碗米有多大的价值？师傅说，这太难说了，要看在谁手里。要是在一个家庭主妇手里，她加点水蒸一蒸，就是几碗米饭的价值。要是在小商人手里，他把米好好泡一泡，加一些红枣、花生或一些肉，用粽叶包一下，一上市就是二三十块钱的价值。要是到一个更有头脑的大商人手里，把它适当地发酵、加温，用心地酿造成一瓶美酒，有可能是一两百块钱的价值。所以一碗米到底有多大价值，取决于拥有这碗米的人。

这个过程形象展示了人生成长过程中不同价值观演变的结果。每个人最初的价值都是“一碗米”，随着时间的推移，人和人的价值观拉开了差距，有的人自始至终保持“一碗米”的原态，庸庸碌碌，终其一生，一事无成；有的人勤于学习，握有一技之长，小有所成；有的人却一直没有停下自己的脚步，寻找一切机会提升能力，终成众人仰慕的佼佼者。这些变化在很大程度上取决于每个人对“一碗米”的加工程度。这就是我们要说的一碗米效应。

一碗米效应的哲理

“一碗米”效应演绎了一个人生哲理：视野决定高度，高度决定境界，境界决定前程。人的价值大小不在于人的本身，而在个人的学习与创造能力；眼界宽一点，思想才会深一点，思想深一点，价值才会高一点。

人生有“价差”。成功没有统一标准，人生价值却有迥异。每个人都有自己的人生目标，实现了目标就是成功。目标是什么？是成功的标准。把“一碗米”加工成米饭、做成粽子、酿造美酒，都可称得上是成功。但是，体现于成功的价值却有大有小。要获得人生价值的最大化，必须下大力气，对自己人生的这碗米

进行精加工。

谋事在人。万事万物都是在发展变化的，人也不例外。但发展变化的条件主要在于内因。人生这碗米的价值高低，全靠个人加工。有的从“一碗米”变成“一瓶酒”，有的从“一碗米”变成“一顿饭”，有的“一碗米”还是“一碗米”，甚至“一碗米”也损失殆尽。用赵本山小品中的一句经典语言描述：“人的差距咋就这么大呢？”不是巧妇难为无米之炊，而是一份耕耘、一份收获。从时空角度分析，加工的时间越短，离原来的形态越近，价值就越低；加工的时间越长，离原来的形态越远，价值也就越大。要实现人生价值的最大化，就要善于加工自我、改善自我、发展自我，不断拓展自己的价值空间。

酿造美酒的结果是快乐的，过程却是痛苦的。没有人一生下来就是无所不能的天才。从一碗米到一瓶酒，要经过高温、填埋、发酵、蒸馏、勾兑等多道工序。这与人的成长过程相似，只有勇敢地付出，才会有非凡的价值。有些人害怕艰苦的生活、寂寞的付出，不敢面对失败、挫折，不愿转变观念、开拓创新，只能原地踏步。很多年过去了，“米”还是原来的“米”，人还是原来的人。而有些人勇于拼搏、不怕困难、持之以恒、艰苦奋斗，最终脱胎换骨。生活如同一锅滚开的水，始终煎熬着人生这碗米，自己以什么样的态度去接受煎熬，结果就是什么样。世界上有许多忧伤困惑、恐惧和迷惘，我们无法改变世界，但我们可以改变自身的态度，按照自己的理想打造自己的人生价值。实现人生价值最大化，必须积极，经得起各种各样的煎熬和打击。

一碗米效应的实例

案例一：贝多芬把人生苦酒酿造成蜂蜜

贝多芬（1770～1827）的童年很不幸福，嗜酒成癖的父亲败光了家业，企图把四岁的贝多芬变成摇钱树，不仅强迫他白天练琴，而且常常半夜三更酗酒回家后把他从熟睡中拖起来拉琴。不满八岁的贝多芬被强迫在寇恩的听众面前表演、卖艺，十一岁就开始在剧院的乐队里工作。严酷的童年生活，使贝多芬很早就走上了独立的以音乐谋生的道路，同时也养成了他坚毅倔强的性格。

1797年后，贝多芬患了耳聋病，病情逐年恶化。病魔限制了他与外界的交往，妨碍了他的钢琴演奏，他不得不放弃演出，长期隐居在维也纳乡村。

面对人生的苦难，贝多芬没有怨天尤人，他用心感悟生活、感受自然，成为一位颇具创造性的作曲家，创作了大量作品。包括9部交响曲、32部钢琴奏鸣曲、5部钢琴协奏曲、10部钢琴小提琴奏鸣曲，还有一系列弦乐四重奏曲、声乐

曲、剧乐曲以及许多其它乐曲。他的作品把对生活完美的想象和奔放的感情有机地融为一体。用自己的音乐扣动了人们的心弦。贝多芬最杰出的作品，几乎都是在他耳聋的状态中创作的。

案例二：高士其以病残之躯创作几百万字科普作品

高士其（1905～1988）是我国著名的科普作家和细菌学家。他身残志坚，自20世纪30年代以来，以出众的才华和独特的风格，创作了大量青少年所喜爱的科普读物和别具一格的科学诗，1925年，高士其从清华大学毕业后留美，1927年获得化学与细菌学学士学位，同年转入芝加哥大学医学研究院，专攻细菌学。

在一次实验中，一个装有脑炎病毒的瓶子突然破裂，病毒通过左耳耳膜进入高士其的小脑，破坏了他小脑的中枢运动神经，造成终身无法治愈的残疾。每当疾病发作时，他眼球上翻，脖颈僵直，手足颤抖，痛苦异常，左耳也逐渐失聪。他忍受着疾病的痛苦煎熬，以惊人的毅力坚持读完了医学博士课程，1930年在芝加哥大学医学研究院毕业后回国。

1935年，高士其在杂志社认识了青年哲学家艾思奇，开始深入思考中国社会落后贫穷的根源。在李公朴、艾思奇的热情鼓励下，高士其开始用自己僵直、颤抖的手，从事科普作品创作。他的第一篇科学小品《细菌的衣食住行》发表在《读书生活》半月刊上，从此，高士其以全新的姿态，加入当时还是刚刚开始起步的科普创作行列，成为中国第一批科普作家之一，并为此奉献了一生。他白天被病魔困在椅子上，不能自由地行动，晚上被病魔压伏在床上，不能自由地转身，甚至连一个正常人最基本的动作都需要他人的扶持与帮助。高士其在度日如年中坚持写作，以惊人的毅力创作了几百万字的科普作品，影响了几代青少年，许多人正是读了他的作品而走上科学研究的道路。

一碗米效应的启示

“一碗米”效应对员工提升个人价值、企业加快成长与发展，具有积极的启发作用。

（1）重视自我，超越自我。如何让职工手中的“一碗米”变成“一瓶酒”？这是留给职工个人和企业领导的一个共同的课题。“一碗米”效应告诉我们，一个人的未来不是因为运气、环境，只要你按着希望的方向努力，全身心投入，“一碗米”肯定能升华成“一瓶酒”。一个企业的未来，不是因为做什么、卖什么，也不是因为缺什么，哪怕情况不尽如人意，只要按照既定目标脚踏实地地去做，理想的蓝图就会变为现实。



(2) 认识、开发和提升自我。人的可塑性很强，尽管先天条件有差异，却可通过后天的勤奋努力去改变。有些人之所以取得惊人的成就，关键是没有停留在“一碗米”的原始价值上，而是有效开发内在潜力，实现了自我提升。每个人身上都蕴藏着巨大的潜力，这种潜力决定了人不仅是可塑的，而且可以通过努力大幅度提高自身价值。有学者研究认为，绝大多数人的潜能只开发了百分之十左右。美国心理学家威廉·詹姆斯断言：“大多数人不论在生理上、精神上还是道德上，都是很有限地利用了他们的潜力，相信这些尚未挖掘的潜力完全可以发挥出来。”

(3) 提升价值，要有长远的眼光。人的价值不是一天就能提升的。从“一碗米”到“一瓶酒”的价值开发，是一个漫长的过程。在信息膨胀、知识爆炸、创意不断的现代社会，只有不断学习、不断积累、不断充电，知识才不会老化，思想才不会僵化，能力才不会退化。一个不爱学习、不思进取的人，只能保持“一碗米”价值。相反，心怀忧患、终身学习的人，眼界才会越来越开阔，思想才会越来越深刻，境界才会越来越高远，能力才会越来越强，价值才会越来越大，奉献才会越来越多。每个人生命中都有一个坐标体系，重要的是给自己设定一个最大的生命格局。

(4) 贵在一颗勇敢的心。改变是痛苦的，是需要勇气的。人生最大的敌人是自己，人生最大的失败是懒惰，人生最大的错误是自弃，人生最可怜的性格是自卑，人生最可怕的作为是只说不动。其实，人生就是挑战。一个消极的人，只会从机会里看到问题；一个积极的人，却能从难题里看到机会。任何改变都需要付出，但过程却是痛苦的，只有量的积累，才会发生质的飞跃。勇敢者不呻吟，不悲伤，也不祈求上帝的拯救，而要咬紧牙关，挺起胸膛，勇敢地向逆境挑战，耐得住寂寞，忍受住痛苦的煎熬，失落的太阳就会重新升起，终会迎来“柳暗花明又一村”。

(5) 要有恒心。从米到美酒的过程是很漫长的，要有一颗宁静的心。有些人急躁、浮躁，缺乏脚踏实地的心胸和境界。成功和失败的差距其实很小：成功就是我付出了100%，失败就是我只付出了99.9%，差距不过0.1%。我们千万不要因为缺少了一点点的恒心和毅力而功亏一篑。

运用一碗米效应需要注意的问题

(1) 激发进取精神。一些人刚到而立之年，就用“人过三十不学艺”的俗话做托词，安于现状，不思进取。偶尔学习，学的却是“谋人”的本事，偏爱琢磨人而不琢磨事。这是认识的谬误。“艺多不压身”，技能是谋生之本。在当

今这个多元化的世界里，作为一名员工要生存、要获得赏识，就要想干事、能干事、多干事、干成事，这才是成功之道。

(2) 为员工改善成长环境。提升“一碗米”的价值，主要靠主观上勤奋和刻苦，同时也离不开客观条件。如同鸡蛋孵化小鸡，没有孵化床，没有合适的温度，鸡蛋永远是鸡蛋。作为企业和管理者，要理解员工提升自身价值的心情和欲望，想方设法改善员工的工作学习条件，加强员工的技能培训，为员工的成长成才创造有利条件，使员工能力有质的飞跃。还要帮助员工制定职业生涯规划，让员工充分挖掘自身的潜能，实现人生价值的最大化。

(3) 引导员工既会做事又会做人。员工重视自己的“一碗米”，学会加工自己，提升自己的价值空间时，不仅要注意增长智力，提高业务技能，还要注意情商培养，学会沟通，建立良好的人际关系，能够与人为善，合作共事。对于每个人而言，智商与情商如同自行车的两个轮子，缺一不可。会做人，不能做事，自然做不成事；能做事却不会做人，也很难成功。因为做事不是单打独斗，需要团队配合。与人关系紧张，就会失去协同者。如同我们平常比喻的那样：“满腹经纶，浑身本事，却不会为人处事，就像带着满袋黄金上街，却没有打电话的零钱。”

2. 野心效应

心想才能事成。野心是永恒的特效药，是所有奇迹的萌发点。
有一句谚语说得好：“有野心的人抓大鱼。”

野心效应的由来

1998年，年轻的传媒大亨巴拉昂因前列腺癌在法国博比尼医院去世。临终前留下遗嘱，把他价值4.6亿法郎的股票捐献给博比尼医院；另有100万法郎作为奖金，奖给揭开贫穷之谜的人。

巴拉昂去世后，法国《科西嘉人报》刊登了他的一份遗嘱。他说：我曾是一位穷人，去世时却是以一个富人的身份走进天堂的。在跨入天堂的门槛之前，我不想把我成为富人的秘诀带走，现在秘诀就锁在法兰西中央银行我的一个私人保险箱内，保险箱的三把钥匙在我的律师和两位代理人手中。谁能通过回答“穷人最缺少的是什么”这个问题而猜中我的秘诀，他将能得到我的祝贺。当然，那时我已无法从墓穴中伸出双手为他的睿智欢呼，但是他可以从那只保险箱里拿走100万法郎，那就是我给予他的掌声。

遗嘱刊出之后，《科西嘉人报》收到大量的信件，其中有48561人寄来了答案。

巴拉昂逝世周年纪念日，律师和代理人按巴拉昂生前的交代在公证部门的监督下打开了那只保险箱，公开了他致富的秘诀。他认为：穷人最缺少的是成为富人的野心。

而在48561封来信中，有人认为穷人最缺少的是金钱，有人认为是机会，技能，有人认为是关爱，甚至是工作职位，等等。只有一位年仅9岁叫蒂勒的小女孩想到，穷人最缺少的是野心。

在颁奖之日，《科西嘉人报》带着所有人的好奇，问9岁的蒂勒，为什么想到的是野心，而不是其他。蒂勒说：“每次我姐姐把她11岁的男朋友带回家时，总是警告我说不要有野心！不要有野心！我想，也许野心可以让人得到自己想得到的东西。”

巴拉昂的谜底和蒂勒的回答见报后，引起不小的震动，一些好莱坞的新贵和其他行业几位年轻的富翁就此话题接受采访时，都毫不掩饰地承认：野心是永恒的特效药，是所有奇迹的萌发点。某些人之所以贫穷，大多是他们有一种不可救药的弱点，即缺乏野心。

巴拉昂的谜底应了一句谚语：“有野心的人抓大鱼。”这就是野心效应的真谛。

野心效应的哲理



(1) 野心是一种强烈的成功欲望。野心是一个中性词，与梦想、理想、进取心一样，都是形容人们对未来的向往的词汇。与梦想、理想相比，野心有具体目标，与上进心、进取心相比，野心的目标远大。想当主管叫进取心，想当总经理就是有野心了。

(2) 野心是成功的原动力。野心有多么强烈，产生的动能、爆发的能量就有多大。有了野心，就会怀着火一般的激情谋事做事，逐步摆脱平庸，获得成功。我们的祖先若没有野心，估计人类如今不会比其他动物优异多少。也正是因为有了野心，狄更斯写出不朽的名著，洛克菲勒积攒了一辈子花不完的钱，比尔·盖茨创办微软。可见，野心是人的处事心态，是成功的不竭动力。

(3) 野心是一种积极的心态。著名足球教练米卢曾经说过：“态度决定一切。”野心在西方人看来就是有理想、愿景、憧憬、梦想、雄心，是一种积极的心态。有了野心，对事业孜孜以求，积极进取；对机遇抓住不放，用好用足；对困难无所畏惧，迎难而上。对失败决不沉沦，找准败因，理清思路，重新再战，直至胜利。

(4) 野心是一种顽强的意志。“有志者事竟成”，这句话阐述了“有志”与“事成”之间的辩证关系，也道出“事成”的真谛。“志”是什么？是野心，是永不改变的欲望和恒心，是壮志未酬势不休的志气。所以，有志者虽历经磨难，却能够获得成功。无志者没有明确固定的目标，朝三暮四，永远也不清楚自己到底要做什么？能做什么？结果一事无成，抱憾终身。

野心效应的实例



古今中外，“野心”勃勃的成功者不胜枚举。诸多的政治家、科学家都以其自身的行动印证了“有志者事竟成”这个道理。