

品味商机系列 邵岩/主编

走向金领

金领是怎样炼成的
探索金领的成功个性
因为专业所以成功
金领以地球为家

赵维星/编著



中国经济出版社
www.economyph.com

走向金领

编 著 赵维星 边领如 张海峰
周秀丽 吴宝社 顾 霞
曲 萍 侯 东 邓国庆
刘 欣

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

走向金领/赵维星等编著. —北京: 中国经济出版社,
2004.1

ISBN 7-5017-6240-6

I. 走… II. 赵… III. 成功心理学—通俗读物
IV. B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 110965 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 高桂芳 (电话: 68319286 pkuggf@126.com)

责任印制: 张江虹

封面设计: 蒋宏工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市地矿印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32 印张: 9 字数: 212 千字

版 次: 2004 年 1 月第 1 版 印次: 2004 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 0001—5000 册

书 号: ISBN 7-5017-6240-6/F·5022 定 价: 19.80 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68308640 68359420

68309176

中国经济书店: 66162744

地 址: 西四北大街 233 号



目 录

第一章 揭开金领的神秘面纱	(1)
你看, 你看, 金领的脸	(1)
金领, 白领, 粉领, 各领风骚	(2)
金领时代席卷而来	(5)
金领, 似狼般凶残吗	(7)
人世催生金领	(9)
信息产业诞生新金领	(11)
金领, 力挽狂澜之人	(13)
时尚金领, 尊贵品质	(15)
猎头也借金领的风	(17)
企业呼唤优秀金领	(19)
如何把金领留住	(21)
打造金领通行证	(23)
金领是怎样炼成的	(27)
第二章 金领职业大搜索	(31)
金领职业逐个数	(31)
职业经理人, 三高群体	(33)
注册会计师, 人气正旺	(39)
律师, 刺激生活多彩人生	(41)
精算师, 梅花香自苦寒来	(42)
注册建筑师, 设计是生命	(45)
软件师, 酸甜苦辣知多少	(49)

走向金领



目 录

同声传译, 门槛高方显珍贵	(51)
高级电路工程师及其他	(52)
第三章 金领之金何处来	(54)
金领, 金在哪里	(54)
搜索金领关键词	(55)
金领人士谈成功	(58)
金领习惯逐个数	(61)
三大网让你勇往直前	(65)
跨国公司设计金领门槛	(66)
探密金领的成功个性	(69)
职场金领之忌讳	(70)
何处寻金领	(71)
看好中国金领购买力	(73)
抛开金领的瓶颈	(76)
你是未来的金领吗	(80)
第四章 金领之事业观	(84)
储蓄抗挫力, 让未来增值	(84)
职业道德是看不见的手	(85)
谁输得起时间	(88)
成功路上, 跌跌撞撞	(89)
勇敢面对, 承担责任	(90)
自我约束, 规划人生	(92)
跳槽, 只为寻找更广阔的天空	(94)
投资理财, 增值资产	(97)
不吃别人, 就被别人吃	(100)
态度决定一切	(101)



第五章 金领之工作状态	(103)
我的工作日程排满了	(103)
酒店日子, 过客生活	(104)
工作狂与工作谈恋爱	(109)
透支生命, 哪管明天	(113)
应酬, 演各色剧	(115)
欲望永远无止境	(117)
自信, 我一向如此	(119)
金领以地球为家	(120)
自由, 或是赶往自由的路上	(122)
第六章 金领之思想状态	(125)
终生学习, 学习一辈子	(125)
我卓越, 所以我自恋	(126)
培训, 攀登职业新高峰	(129)
因为专业, 所以成功	(132)
慧眼识商机	(134)
打破框框, 挑战极限	(136)
心的力量无穷无尽	(140)
积极思考, 创意无限	(142)
独立, 非我行我素	(145)
想象, 充满童心的想象	(146)
第七章 金领之品位生活	(148)
眺看西方金领生活	(148)
不同收入消费面面观	(150)
金领推崇消遣文化	(156)
理性消费, 理性生活	(159)
品茶, 禅在心中	(162)

走向金领



目 录

收藏品，一如我的心血	(164)
我要我的建筑风格	(167)
装饰一个美好的家	(169)
酒不醉人人自醉	(171)
我爱品牌，我爱经典	(172)
宝马香车，畅快旅程	(175)
金领之狡兔三窟	(176)
第八章 金领之休闲娱乐	(179)
一起去打高尔夫	(179)
相约俱乐部之多彩生活	(185)
相约 Party，然后曲终人散	(187)
酒吧，夜夜笙歌	(190)
攀登，因为山在那里	(192)
看海，回归大自然	(196)
旅游，世界是个大花园	(201)
第九章 金领之烦恼	(206)
职业危机时时在	(206)
三高人士心事多	(208)
何处寻觅安全感	(211)
工作狂是失败者	(213)
他爱我的人，还是我的钱	(214)
与幸福之间的距离	(217)
谁识我痛苦的心	(219)
快乐如国王的新衣	(221)
健康，离我有多远	(222)
第十章 金领之黄金法则	(226)
建立共同愿景，打造优秀团队	(226)



永远的金科玉律——品德	(229)
创新，以创新制胜	(231)
时时要有危机意识	(235)
重视沟通，鼓励回馈	(239)
做时间的主人，非奴隶	(242)
激情面对每一天	(243)
掌握倾听的艺术	(247)
把握知识管理	(250)
眼观四方，放眼全球	(252)
第十一章 金领之代表人物	(254)
李亦非：快乐女人，麻利大嫂	(254)
邵亦波：工作狂，爱妻号	(259)
李泽楷：神话自己铸造	(265)
马克：永远让头脑保鲜	(269)
登琨艳：让美停在这一刻	(272)
姚敏：想我所想，做我所做	(275)
毛京波：先是管理人，再是女人	(278)



第一章 揭开金领的神秘面纱

蒲公英是不安于现状的生命，它那丰盈的，银白色的灰絮染满了追求。当原野上一阵清新的风吹来，每一粒絮果就会展开翅膀，驮着七彩的阳光，飞向无限的远方。

你看，你看，金领的脸

通常来讲，我们眼中的金领就是那些大公司的职业经理人，就是拥有自己事业的私营主，以及那些身价不菲的律师、注册会计师、精算师、建筑师等等。

美国《财富》杂志是这样评价金领的：年龄在 25 岁~45 岁之间，受过良好的教育，有一定的工作经验、经营策划能力、专业技能和一定社会关系。

“金额”的人数本来并不多，甚至可以说是很少一部分人。但网络业的兴起，似乎在一夜之间催生了一大批“新金领”。据说“网络金领”大部分是从传统行业用各种优厚的条件挖过来的。在从传统行业跳到新兴行业的过程中，很多“白领”一夜之间摇身一变成了“网络金领”。“网络金领”大批出现有其特殊的行业背景——网络公司的虚火。不仅在中国有这种现象，世界范围内都存在这种现象。早期由于网络是一个新技术，大家都看好它，大量的资本进入互联网的同时，也提高了从事这个行业的人的收入。一位人力资源管理专家说，人的收入大致分两部分，一



部分是稳定的人力资本收入，就是以人的素质水准为标准的，另一部分收入是来自技能的暂时性短缺。互联网的从业人员有一段时期收入高是因为除了其本身的人力资本收入外，互联网公司的大量出现，使这方面的人才紧缺，导致技能的暂时性短缺在高薪中占了一大部分。

网络诞生了一大批的金领贵族，像网易的丁磊，搜狐的张朝阳以及新浪前 CEO 王志东和易趣的邵亦波等等。特别是丁磊，在 2003 财富排行榜中以 70 亿身价排在大陆首富位置。

“金领”是高科技发展的产物，是企业走向信息化、现代化的一个重要标志。他们的才能和知识是他们最宝贵的财产；他们的工作具有不重复性和比较复杂的特点，其成果较难评价；基础知识扎实，善于发现问题，注重“自我管理”。所以，金领的头脑是金。

那么，成为金领的标准是什么呢？

据国家统计局城市社会经济调查总队在北京、上海、浙江等 10 个省市的问卷调查显示：衡量一个人是否跨入“金领”行列，主要有以下四大标准：

月薪大都 1 万元以上；

有一套属于自己住房，市场价格在 80 万元左右；

有一辆进口车或至少有一辆奥迪、桑塔纳等档次的国产轿车；

饮食不超过家庭总支出的 1/4。

像那些自己创业起家、既任董事长又是 CEO 的老总们，就是超级金领了。

金领，白领，粉领，各领风骚

打开 google 搜索，翻开各大时尚财富杂志，都会看到金领、



白领、粉领、蓝领、灰领等关于“领”的名词。各种“领”各领风骚。不过，还是金领独占鳌头。

在西方国家，人们曾用领子的不同颜色来区分不同的工作性质。从事体力工作的职员（manual staff）穿蓝领子的衬衫，而从事文职工作的职员（clerical staff）穿白领子的衬衫，于是他们就渐渐被称为蓝领（blue collar）和白领（white collar）。随着信息和高科技产业的兴起，越来越多的金领族们出现了，这个 gold-collar 体现出他们在公司中的地位。他们一般都有一技之长，对公司工作的方方面面都十分了解，甚至对公司的利润大小和收益都有直接的重要影响。他们的工作环境优雅，职业体面，有着比白领更丰厚的收入和更稳固的经济地位。Gold collar workers 最早出现在 Carnegie Mellon 大学 Robert E. Kelley 教授的书里，十五年来有些人曾把这些金领的高级打工仔称为知识工人（knowledge worker）或是新经济工人（new economy worker）。

西方报刊谈社会、经济问题时常提到“白领工人”和“蓝领工人”。此处“工人”一词的英文原文为“worker”，与汉语“工人”的意思不尽相同，实际上应译作“职工”。“白领职工”这一名词最早出现于 20 世纪 20 年代初。它的范围包括一切受雇于人而领取薪水的非体力劳动者，如政府公务人员、各种机构里坐办公室的职员、教师、商业销售人员、企业经营管理人员、工程科研人员等等。他们上班时可以像平时那样穿白领衬衣和正式西服，因而有人创造了“白领职工”这么一个称呼。

自从 90 年代白领这个词进入我国后，一直是被众人追捧的概念，其内涵是丰厚的收入、幽雅的工作环境、时尚的生活方式，成为各路人才尤其是应届大学生毕业生向往的职业类型。

写字楼里的白领最早为人们熟知，她们大多受过良好的教育，懂得把自己打扮得得体漂亮，工作上能独当一面。面对无常



的世事显得更加达观，处理问题的方式也更实用。

她们不可能把开 PARTY 时穿的迷你裙穿到办公室去。一次小小的失误可能就会导致被炒鱿鱼。

“蓝领职工”一词出现较晚，始见于 20 世纪 40 年代，显然系仿“白领职工”一词而创，指的是一切以体力劳动为主的工资收入者，如一般工矿工人、农业人、建筑工人、码头工人、仓库管理员等。他们干活时所着的工作服通常为蓝色，故而得名。

粉领族（pink collar）最先出现在 Kapp Howe 1977 年所写的一本书中，指和蓝领体力工人相当的女性工人，她们主要在电子产品的流水线上工作，或从事信息输入，像信息台的传呼员、护士、秘书、打字员、速记员、零售业货员等。“粉领”中的“粉”字代表妇女家穿的色泽艳丽的服装。不过，现代意义上的粉领，大多是指既能兼顾家庭，又有一个自己喜欢的职业的女性，少了女金领们的刚强和锐气，多了一分柔情和亲和力。

粉领女性早晨可以睡个懒觉，中午吃饭不必太讲究，她们一般不化妆，也不穿漂亮时装。

家既是她们的栖息地又是她们的工作场所，她们凭借电脑、电话和传真与外界联系，对白领工作环境中很多令人紧张的人情世故知之甚少。

粉领女性在外表上可能不如白领女性更出众，她们的着装随意、自然，渗透着自己的情趣爱好。相比之下，白领女性是被社会格式化美人，多少有点千篇一律。

在感情问题上，粉领女性内心更加希冀都市里稀有的、绝对的爱。大悲大喜的感情冲击使得她们在失恋时感到措手不及，弥合创伤的能力明显不如白领女性。

有人戏言粉领女性是忙碌的都市里最后一批“真女人”，至少她们还肯在恋爱上下功夫。



所以，现在的男人们十分愿意娶一个粉领回家。

除了金领、白领、粉领、蓝领之外，现在有一个新名词，就是灰领。

“灰领”是介于“白领”、“蓝领”之间，既具有良好的理论素养，又能付诸于实践的复合型、实用型人才。

随着智能机器人的出现和发展。20 世纪 80 年代又出现了“铁领职工”一说。此词当然是指那些将来可能取代血肉之躯的职工从事各种具危险性或强体力劳动的智能机器人。只因目前这类“铁领职工”在现实生活中尚属少见，所以此词在西方报章杂志上也还不常见。

金领时代席卷而来

时下，金领时代正如一阵龙卷风一样向人们席卷即来。虽不能说是白领时代已经结束，但可以说该金领独领风骚了。

从前，大学毕业生们最希望进的单位是银行、证券公司和外企做“白领”。但随着经济形势和发展趋向，今年很多大学生把网络公司列为自己的首选。白领阶层对他们的诱惑力已今非夕比，他们更向往的是到网络企业做“金领”。虽然绝大多数网络公司目前还未赚到大钱，但互联网却给了他们巨大的想像空间和发展空间，都一致认为互联网会成为他们发展事业的大好平台。

据调查，北京、上海、广州这 3 个大城市共有 20000 个需要较高学历的职位空缺，其中近一半来自计算机业，是去年初的 3 倍。上海的一项调查也表明，如今科技及网络才最吃香，平均薪水为 3500~6000 元。在总监级职位中（技术、市场和人事），技术总监的薪水最高，平均 6000 元。

互联网企业已成为应届大学毕业生最热门的选择。往年，大



学生们最希望进的单位是银行、证券公司和外企，但今年很多大学生把网络公司列为自己的首选，其中包括最优秀的学生。有关人士认为，由于我国互联网络的高速发展，网络业将成为大学毕业生就业的一个重要方向。

自网络公司度过 2000 年的“寒冬”之后，终于迎来了自己的春天。有报道说，春节过后，一家报社竟有 2/3 的骨干突然辞职，而新“东家”几乎全是网络公司。京城报业市场上较火的几家报社中，普通记者平均月薪就能达到 1 万元以上。换个环境，工作内容大致相似甚至更为轻松，而生活质量却能明显改善，这笔账非常划算。而网络公司老板许诺的股票期权则诱惑更大。

在互联网急速扩展的美国，不仅使从事网络的老板发了大财，电脑科技人才也身价急升，还带动了一些与网络相关的律师及其他行业人才大幅加薪，成为“网络热”的受益人。在“网络热”影响下，美国一所专门处理科技法律问题的公司近期宣布，属下律师的薪金上涨 40%，他们这样做无非是保证旗下律师不被高科技公司挖走。全球最大的行政人员猎头公司主席表示，各行各业的人才都正被这股“网风”吸引。

面对人才市场的激烈争夺，微软公司为了留住人才，吸引人才，已经把员工的工资整体上调了 15%。微软公司虽然在成长历史上，已经造就出比别的公司多得多的超级金领，但在寻找新人方面，特别是在硅谷，微软公司发现这比以前要困难得多。像许多大公司一样，微软公司发现要找到新人并留住能人，特别是精于网络电视方面的人才更是难上加难，既花精力又耗钱。

据报道，在一次某省展览中心电脑交易会的最后一天，光顾这里直接与一些网络企业、电脑公司交涉，欲到网络企业工作的大学生仍相当踊跃。随着我国网络业的高速发展，网络人才的需求越来越大，目前正处在供不应求的阶段，所以具有网络知识的



人才格外受到重视，各网络企业不惜重金聘请出色的网络人才。渴求网络人才的企业甚至开出年薪百万纳商务经理。网站设计师、网络编辑、电子商务策划管理人员、网站技术总监、网络管理员、网站开发工程师、网页制作工程师等成为新宠。看来，互联网企业已成为应届大学毕业生最热门的选择。

网络人才实际上是一种复合型人才。网络及电脑等知识是必需的，但光有这些技术性知识还远远不够，还必须结合网站的业务特性具备相应的知识。例如，各网站需要网络编辑，但有编采经验的人多数不懂网络知识，而会网络设计的人又缺乏编采经验，兼有两种经验的人，一般月薪可达 6000 元以上。而两种技能只具其一者，月薪顶多在 3000~5000 元。从网站开发及项目策划角度看，用人单位很欢迎既有企业管理策划经验又有相应网络技术的人才，有过网站开发及管理的实战经验的人才尤其受追捧，但往往这种人才相当匮乏。

新浪、搜狐等知名网站，无不从各行各业“网罗”了大批优秀人才。据说新浪每一个职位的招聘启事在网上一公布，就有数十倍的人前来应聘。网络公司现在对人才的需求已不仅仅是计算机专业的人才。

互联网商务不断吸引着各方面的人才，如编辑、律师、销售、市场动作、管理、财务、运输等等人才。

为了抢到人才，招聘企业各亮高招，一家从事数据通讯的公司宣布，所聘硕士生年薪 6~10 万，博士生年薪 8~15 万。有的甚至开出年薪百万的天价抢夺人才，更多金领便应运而生。

金领，似狼般凶残吗

有人说金领有着像狼一般的凶残本质。对于把握着公司第一



执行大权的金领来说，其工作的惟一目标就是股东利益至上。这是悬在所有金领头上的尚方宝剑，凡违逆都得“死”。所以，为了回报股东利益，金领们的决策往往不带有丝毫的人情味。

于尔根·施雷姆普就是这样的一匹狼。他于1995年5月登上德国“奔驰”公司的经理宝座，被《华尔街日报》和《商业周刊》赞誉为改革家。他上台伊始，就勒令亏损近60亿马克的福克飞机制造厂和通用电气公司的一部分工厂停工，同时宣布在未来三年内将把56000名工人抛向街头。这一刀切下来，使戴姆勒公司的股票价格上涨了近20个百分点，并使该公司股票持有者的腰包涨出将近100亿马克。虽然在工人眼中这位金领是一令人憎恶和失望的人，但施雷姆普却让董事会中的股东代表把附权股分配给自己（其年薪为270万马克）和另外170位公司领导，这使得他自己和他的共同获益者从股价上涨中每人得到30万马克的追加收入。

在中国，金领中最狠的是那些注册会计师们，1000多家上市公司的年报必须经他们审计后才能与投资者见面，而高额的审计费造就了这么一批富得流油的人。可是从当年的“东方锅炉”、“大庆联谊”到如今的“康赛集团”、“银广夏”的疯狂造假，“金领”惟利是图的嘴脸也充斥在职业阶层的特征脸谱上。

国家统计局的调查根本打听不到金领的真实收入。即便是交往颇深的朋友，金领对自己的收入也讳莫如深。其实，民间的流行语早就对金领的个人财务有了说法，那就是要符合衣食住行的“五个一工程”：

一套属于自己的别墅住宅，市场价格在80万元以上；一辆进口车或至少一辆奥迪、桑塔纳等档次的国产轿车；一百万的家私和一百万年收入；一张北大或清华的汽车出入证（随时“充电”所用）。而北京社科院“北京经济形势分析与预测”课题组



的一份调查也在佐证着这些民间说法，这个课题组的调查结论超出许多人的意料：北京市高收入家庭的户均总资产已达到了235.6万元。其中实物资产占66.2%，金融资产占33.8%。金领在这一人群中大约占有1/3的比例。如此庞大的支出与收益，若无狼一般凶残的“造币”能力恐怕举步维艰。因此，金领们的利益与股东的利益永远不会背离：那就是让资本产生超额的回报。

当然，也只有有一些见利忘义的律师，替某些黑道或大财团辩护，把好人变成坏人，把活人变成死人，凭借其“专业”技能，得到天价收入。利益至上，这就是规则。

人世催生金领

每当企业裁员风起，不少曾经风光的“白领”纷纷落马，在感慨职场风云莫测之余，人们发现有一类人不仅从来不会下岗，而且是越来越在各大企业走红，薪金奇高。这就是目前人才市场上炙手可热的被称为“金领”的各类高级管理和高级技术人才。

“金领”是应知识经济而生的新一代职业明星，他们多在企业高级管理或高级技术岗位任职。“金领”一般具有如下特点：他们把才能和智力作为自己最宝贵的财产；他们的工作具有不可重复性和比较复杂的特点，工作成果较难评价；他们基础知识扎实，善于发现问题，注重自我管理。“金领人才”凭借着超群的解决问题能力、创新能力、专业技能和智力逐渐被更多的企业所认同。

有关专家认为，中国加入世界贸易组织，就会有越来越多的跨国公司进入中国，越来越多的中国企业也将走向世界，中国市场与国际市场的界限越来越淡化。中国企业、中国企业管理者将不得不面临用国际管理模式管理企业的严峻挑战。因而又一种全