



3年後， 你的工作 還在嗎？

姚詩豪・張國洋
合編



掌握關鍵職能，
迎向工匠、總管與行腳商人的時代！

爆肝、過勞、打入冷宮，通通 Out！

22K、裁員、無薪休假，永遠 Bye！

組成你的最小戰鬥單位，一起打造未來價值型人才夯特質





3年後， 你的工作 還在嗎？

姚詩豪・張國祥 合著



掌握關鍵職能，
迎向工匠、總管與行腳商人的時代！



優講堂 001

3年後，你的工作還在嗎？

——掌握關鍵職能，迎向工匠、總管與行腳商人的時代

作者——姚詩豪、張國洋

主編——陳秀娟

特約編輯——林憶純

美術設計和內文版型——葉若蒂

校對——姚詩豪、張國洋、陳秀娟、林憶純

行銷企劃——塗幸儀

董事長、總經理——趙政岷

第三編輯部總監——梁芳春

出版者——時報文化出版企業股份有限公司

10803 台北市和平西路三段二四〇號三樓

發行專線—(〇二)二三〇六一六八四二

讀者服務專線—〇八〇〇—二三一一七〇五

(〇二)二三〇四一七一〇三

讀者服務傳真—(〇二)二三〇四一六八五八

郵撥—一九三四四七二四時報文化出版公司

信箱—台北郵政七九~九九信箱

時報悅讀網—<http://www.readingtimes.com.tw>

電子郵件信箱—yoho@readingtimes.com.tw

法律顧問—理律法律事務所 陳長文律師、李念祖律師

印刷—勁達印刷有限公司

初版一刷—二〇一四年七月十一日

初版三刷—二〇一四年八月六日

定價—新台幣三五〇元



行政院新聞局局版北市業字第八〇號

版權所有・翻印必究（缺頁或破損的書，請寄回更換）

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

3年後,你的工作還在嗎?——掌握關鍵職能,迎向工匠、總管與行腳商人的時代/ 姚詩豪, 張國洋作. -- 初版. -- 臺北市: 時報文化, 2014.07

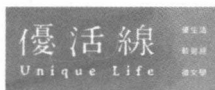
面; 公分

ISBN 978-957-13-6012-6(平裝)

1. 職場成功法

494.35

103011865



ISBN 978-957-13-6012-6
Printed in Taiwan

目錄

作者序

三年一變，職涯之路別迷航！ 007

輯一 分析局勢

職場規則已經改變，你察覺到了嗎？ 019

凡存在必有原因，困境的原因何在？ 020

困境有解，工匠、行腳商人與總管的崛起 034

輯二 設立目標

面對新規則，你的優勢在哪裡？ 045

「最小戰鬥單位」：新世代的解決方案 046

輯三 規劃策略

「知覺價值」的11個進化階段 057

「最小戰鬥單位」的轉職路線圖 073

工匠、總管、行腳商人，我是哪一種？ 088

說起個人品牌，你正是最佳代言人 097

別成為不敢要、不願賭卻又不服氣的職場魯蛇 107

機會、挑戰同時來臨，你準備好了嗎？ 117

人多的地方不要去 118

資訊也該做聰明收納 131

新人記得別瞎忙，先擺平這七件事就好 141

我是菜鳥，但我想學做管理，可以嗎？ 149

職場自由之道：第一天就做好離職準備 156

「鬼洗」牛仔褲 VS. 鬼洗牛仔褲 164

你具備「預言問題＋解套」的能力嗎？ 171

工程師，你真該來學學管理！ 179

年輕行政主廚的四個成功祕訣 188

直達車 VS. 區間車，哪個比較適合我？ 200

夫將者，國之輔也 209

感性先走，理性殿後！溝通必勝 218

或許身不由己，但人生不該輕易梭哈 228

皮克斯教你，用故事打動人心 238

「脫序」有跡可循，管理才是解藥 246

團隊運作之道：民主≠政治正確 258

在老闆眼中，你是發電機 or 螺絲釘？ 269

小心！別讓上班族思維綁架了你…… 280

天作之合難尋？Tone調對了就行 288

輯四 迎向未來

全新遊戲即將啓動，你充飽電了嗎？ 297

白手起家，永遠不嫌晚 298

預測熱門產業？不如掛上個人「招牌」！ 307



3年後， 你的工作 還在嗎？

姚詩豪・張國洋
合編



掌握關鍵職能，
迎向工匠、總管與行腳商人的時代！

爆肝、過勞、打入冷宮，通通 Out！

22K、裁員、無薪休假，永遠 Bye！

組成你的最小戰鬥單位，一起打造未來價值型人才夯特質





3 種未來最受歡迎的價值人才， 你 Update 成功了嗎？

隨著時代快速變化，大企業崩解，就業市場已經進入混戰時期。
用功讀書、取得高學歷，不再是領高薪、進熱門產業的優先門票。

你要的是人生職能重新抓周！

快速建立三種新時代的新職能思維和能力，迎接未來的世界！

本書教你，

3 年價值型人才養成計劃：

- **Step by Step** 重新認清自己真正的職場戰力特質
- **3 種職能的策略、心態、與人際關係建立法**，一次學會
- **3 種特質合體 = 組成最小戰鬥核心團隊**
- **5 個步驟**，找出你內在的職場需求
- **3 年內扎實累積實力計劃表**



時報悅讀網

ISBN 978-957-13-6012-6 (494 35)
VWU0001 NT\$350



3年後， 你的工作 還在嗎？

姚詩豪・張國祥 合著



掌握關鍵職能，
迎向工匠、總管與行腳商人的時代！



優講堂 001

3年後，你的工作還在嗎？

——掌握關鍵職能，迎向工匠、總管與行腳商人的時代

作者——姚詩豪、張國洋

主編——陳秀娟

特約編輯——林憶純

美術設計和內文版型——葉若蒂

校對——姚詩豪、張國洋、陳秀娟、林憶純

行銷企劃——塗幸儀

董事長、總經理——趙政岷

第三編輯部總監——梁芳春

出版者——時報文化出版企業股份有限公司

10803 台北市和平西路三段二四〇號三樓

發行專線—(〇二)二三〇六一六八四二

讀者服務專線—〇八〇〇—二三一一七〇五

(〇二)二三〇四一七一〇三

讀者服務傳真—(〇二)二三〇四一六八五八

郵撥—一九三四四七二四時報文化出版公司

信箱—台北郵政七九~九九信箱

時報悅讀網—<http://www.readingtimes.com.tw>

電子郵件信箱—yoho@readingtimes.com.tw

法律顧問—理律法律事務所 陳長文律師、李念祖律師

印刷—勁達印刷有限公司

初版一刷—二〇一四年七月十一日

初版三刷—二〇一四年八月六日

定價—新台幣三五〇元



行政院新聞局局版北市業字第八〇號

版權所有・翻印必究（缺頁或破損的書，請寄回更換）

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

3年後，你的工作還在嗎？——掌握關鍵職能，迎向工匠、總管與行腳商人的時代/ 姚詩豪，張國洋作。--
初版。-- 臺北市：時報文化，2014.07

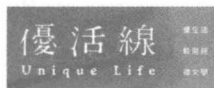
面；公分

ISBN 978-957-13-6012-6(平裝)

1. 職場成功法

494.35

103011865



ISBN 978-957-13-6012-6
Printed in Taiwan

作者序

三年一變， 職涯之路別迷航！

記得很小的時候，家裡有一台SONY的落地式電視，它是那種附有拉門，並且靠旋鈕來轉台的骨董機種。那時台灣是個只有三家電視台，而且得靠屋頂天線收訊的年代。

那台電視從我出生起，一直用到我十五歲搬家為止。

一台電視能用這麼久，除了當時的產品真的牢靠耐用外，十年間技術變化有限也是原因。市面上其他電視除了造型與尺寸外，也幾乎沒什麼差異。不只是電視，當時家裡用的電鍋、洗衣機、冰箱、電風扇也都是如此。

在那時代，同一樣產品連續賣好幾年並讓使用者用個十數年並不誇張。

可是曾幾何時，這狀況不一樣了，不但產品的生命週期越來越短，連商業模式的生命週期也大幅縮減。以電視而言，最近這十年之間，映像管迅速變成平面的電視不說，才沒幾年解析度又開始推陳出新。Full HD 記得才剛聽說，4K 解析度的產品已經開始在市場上推廣。其他如3D功能、上網功能、App 安裝、連結手機平板，各類新功能更是讓人看的眼花撩亂。

而手機、相機等3C產品的生命週期則更短，常常每半年就有新產品問世。這樣快速的產品變遷，也連帶讓一個產業一眨眼就是一個起落。手機王者 Nokia

在二〇〇〇年時市值曾經達到麥當勞與可口可樂的水準，但因為沒跟上觸控手機的趨勢，在二〇一三年底黯然賣給了微軟。Blackberry 的黑莓機在二〇〇五年前後也曾經主導市場地位，全盛期全美政府官員與企業主管幾乎全部使用它們的產品，但也是一步走錯，到了二〇一四年，整個市占率竟然已剩下不到百分之——！

產業變化快速，職涯穩定度不再

這代表什麼？

這代表產業變遷是前所未有的快速，連帶的，這也造成我們的職涯穩定度越來越低。在我們父母那一代，一份工作有可能連續做二十年都沒有變化，但從二〇〇〇年前後開始，端看 Nokia、Motorola、Blackberry 等企業的發展先例，職業穩定度恐怕已縮減到十年為一個週期了。可是放眼未來，這週期卻可能變

得更短，也就是說，接下來每三到五年就有可能要面臨一次產業結構、商業模式、甚至是公司經營方向的變革。公司未必會消失，但我們的職位及工作內容卻可能被迫因應大勢而產生變化。

舉例而言，Apple 的 App Store 平台發展自二〇〇八年七月，到了二〇〇九年底，芬蘭的 Rovio 公司憑藉 Angry Bird 這套遊戲在 App Store 上大放異彩。接下來的兩年間，App 開發儼然成為顯學，一時之間各路好手相繼跳入這片紅海中廝殺，深怕慢了一步就錯過了行動 App 的浪潮。

但如同湯瑪斯·佛里曼（Thomas L. Friedman）在《世界是平的》書中所述，當每個人都跳進同個市場做相同的事情，這市場很快就變得擁擠並充滿競爭。現在還想踏入 App 領域的個人或公司，除非擁有極可觀的行銷預算，不然就像把小石子投入汪洋大海中，難以激起漣漪，更別提從中獲利。