

FUREN WEISHENME
DU SHANGXUEYUAN

郎世荣◎著

富人为什么 读商学院

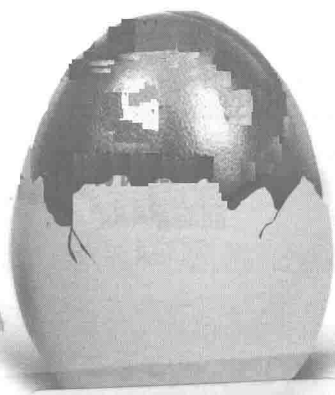
江湖流传的商学院旖旎秘事
邂逅亿万富豪的必读指南
揭秘著名商学院的潜规则



富人为什么 读商学院

江湖流传的商学院旖旎秘事
邂逅亿万富豪的必读指南
揭秘著名商学院的潜规则

郎世荣◎著



江苏人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

富人为什么读商学院 / 郎世荣著. -- 南京: 江苏人民出版社, 2017.6

ISBN 978-7-214-20666-4

I. ①富… II. ①郎… III. ①企业管理—通俗读物 IV. ①F272-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 114779 号

- 书 名 富人为什么读商学院
著 者 郎世荣
责任编辑 朱 超
装帧设计 琥珀视觉
版式设计 张文艺
出版发行 江苏人民出版社
出版社地址 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009
出版社网址 <http://www.jspph.com>
<http://jsrmcbs.tmall.com>
印 刷 北京中印联印务有限公司
开 本 718 毫米 × 1000 毫米 1/16
印 张 17
字 数 205 千字
版 次 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-214-20666-4
定 价 49.80 元

PREFACE

前言

王石是万科企业股份有限公司的创始人，他在创业过程中，先后就读于长江商学院和哈佛大学商学院。张蓝是著名中餐品牌俏江南的创始人，她在创造俏江南品牌、打造事业的过程中，先后参加了北大光华管理学院总裁班、中欧国际商学院 EMBA 以及长江商学院 CEO 班。和王石、张蓝一样，亚洲规模最大的太阳能多晶硅片生产企业赛维太阳能的董事长彭小峰，以及炎黄健康传媒的董事长赵松青等商界大佬，也都是辗转各大商学院的企业家。彭小峰先后在北大光华管理学院和长江商学院就读，而赵松青，则先后在中欧国际商学院和清华大学攻读 EMBA。

那么，这些积累了一定财富的行业翘楚，为什么要读商学院呢？简单来说，他们进入商学院，一方面是为了迅速积累自己的人脉，另一方面是为了更新自己的知识，特别是企业管理方面的知识，此后将这些知识更好地运用到实践中去，使企业获得进一步发展。本书共分为九章，分别从人际交往课、思想提升课、市场分析课、科学决策课、心态管理课、战略规划课、人才培养课、团队领导课，沟通协调课等九个方面入手，将商学院的精髓



悉数纳入，使就读商学院的意旨得到较好的诠释，帮助更多的人学习到商学院在生活以及工作中的实战技能，特别是在管理企业、管理团队中的自我提升技能。

当今社会，交际圈即财富，商场早就不是单打独斗逞英雄的时代，商场上的竞争，除了拼财力，更要拼交际圈。拓展交际圈已经成为商界人士走向成功的必由之路，而进入商学院，则是人们公认的提高人际交往能力的捷径。进入商学院，人们首先可以享受的是商学院雄厚的师资力量，而这也是在商学院拓展交际圈的第一步，人们可以借助师长的力量，来实现自己扩张交际圈的目的。除了学校的师资，同学也是重要的交际圈拓展渠道。

一个成功的领导者，不能将自己的思维禁锢在一个狭小的区域内，而应该不放过任何扩大视野的机会，时刻注重提升自己的思维能力，学习跳出常规思维。而商学院的视野开拓课，无疑为人们增长见识提供了机会。通过在商学院的学习，人们会深刻认识到打破常规的重要性。而要打破常规，就需要人们有创新的勇气，敢于抢占先机，在其他人在犹豫不定之时大胆前进。一个卓越的管理者，必定是一个有着高瞻远瞩精神的人，懂得舍弃眼前利益，将眼光着眼于未来，谋取长远发展。

市场分析课是商学院非常重要的一门课程。学好市场分析课，企业管理者才能懂得如何抢占市场，赢得企业发展的先机。市场是验证企业是否成功的惟一标尺，这就要求企业管理者要学会根据不同的市场环境来制定发展战略，要学会如何占领市场，从而保证企业管理者能够对市场保持高度洞察力，及时掌握市场

和顾客需求。

科学决策能力，是成功领导者必须具备的素质。在商学院的决策课上，人们不能只学会科学决策的方式方法，也必须了解成功的决策者有怎样的优势、决策失误有哪些原因等内容。一个成功的决策者，在做出决策之前，就已然树立了明确的决策目标，并且已经对外部环境进行了细致的分析和判断。做出决策，只是实现目标的重要步骤，要想实现目标，还必须要不折不扣地执行决策。成功的决策者，具备冒险精神，但不盲目冒险；成功的决策者，懂得速度的重要性，无论是在决策前还是决策后，都会注重提高效率，果断决策，并坚决有效地执行决策；成功的决策者，往往较为理智，会尽量避免决策时受到情感因素的消极影响；成功的决策者，绝不是一个独断专行的人，而是一个广开言路、懂得发挥群众智慧的人；成功的决策者，不会只听从思维定式，而能够用创新思维来打造科学决策；成功的决策者，必然是一个高度自信的人，但与此同时，他也必定理性，不会过度自信，更不会因为过度自信而使自己的决策陷入失败的泥潭。

自我管理课主要是从区分自我角色、自我情绪管理、自我时间管理、平衡工作与生活、压力管理、自我目标管理以及自我习惯管理等方面，结合案例来解析商学院的自我管理课程，总结商学院的自我管理技巧。

企业的发展离不开战略规划，企业管理者掌握了战略规划技能，才能够保证企业取得长远发展。如果没有战略规划，也就意味着企业失去了发展壮大的推动力，甚至失去了生存的机会。而



在商学院，人们可以学到全面的战略规划技巧，学到如何找准战略定位，如何制定远景规划等，这就为企业领导者制定战略规划奠定了坚实的理论基础。

企业的发展，拼的不仅是财力，更需要人才的智慧，因此，要想管理好企业，领导者一定要懂得用人之道。从商学院的人才管理课中，企业管理者可以了解到，每个人都是独一无二的力量源泉，要掌握选用人才以及留住人才的技巧，学会用二八法则来管理人才，并敢于启用新人。在人才管理中，除了要用人之长，还要容人之短，合理进行人才分配，为人才的自由发挥提供空间，使企业形成一个良好的用人环境。

领导者是一个团队的大脑和灵魂，领导者的领导能力，决定着团队的生存与发展。进入商学院学习，企业领导者就有机会学到最实用的团队领导知识，通过强化个人领导素质，来提升自己的组织管理能力和管理水平。一个成功的领导者，绝不是一个事必躬亲、事事只靠自己的人，而是一个懂得合理授权、懂得协同合作，能够集思广益，从团队中汲取领导智慧的人。一个出色的领导者，会不断提升自己的人格魅力，以此来冲破领导瓶颈，以自身魅力来征服他人。领导者要想领导团队获得成功，必须采取一定的激励措施，判断严明的制度，以身作则，和组织成员一起奋斗，为了共同的愿景而努力。

沟通协调是人们每天都必须接触的，是人与人之间联系的重要方式，也是商学院非常重要的一门课程。而要想顺畅沟通，达到预期的沟通效果，人们就需要在话题方面多做努力，多以对方



感兴趣的话题作为引子，以此缩短人与人之间的沟通距离，增加彼此的信任，融洽双方的关系。沟通是双方面的事情，因此，人们不仅要学会如何引出话题，也需要学会如何成为一名合格的倾听者。聆听是沟通中的重要学问，它要求人们不只要认真倾听，而且要及时做出反馈。有效沟通要求人们除了听懂说话者的表面含义，还要懂得聆听话外之音。同时，有效沟通还要求说话者要有一定的表达技巧，比如表达时露出微笑，适当使用幽默语言等。但说话并不是沟通的全部，人们可以在沟通时适时沉默，以沉默来传达自己的心意。

总而言之，富人去读商学院，就意味着为挖掘和提升自己在自我管理、战略规划、沟通协调、人才管理、拓展交际、市场分析、科学决策、开阔视野和团队领导等方面的能力奠定了基础。通过在这些方面的提高来积累自己的管理理论知识，以便更好地将这些知识与自己的管理经验相结合，从而实现对企业以及自身的高效管理。



Chapter 1 和 CEO 做朋友

——借钱也要读商学院的人际交往课

1. 雄厚的师资力量，为商学院学子奠定了强大的社会基础 / 003
2. 灵光碰撞，开启事业新天地 / 007
3. 破解社交瓶颈症，进一步扫除发展障碍 / 011
4. 用与众不同的“标签”来拓展自己的交际圈 / 015
5. 商学院的社交之道：真诚地与他人交朋友 / 019
6. 借助网络力量，提升自己的交际能力 / 022
7. 利用六度分隔理论，与世界上任何一个陌生人建立联系 / 025
8. 扩展交际圈，增强敢于与人结交的勇气 / 028

Chapter 2 富人的尖峰思维

——再忙也要读商学院的思维提升课

1. 企业家不能墨守成规，打破常规最重要 / 033
2. 想要突破，就要做勇于创新的开拓者 / 036

3. 商学院告诉你：弃眼前，谋长远 / 041
4. 勇于突破界限，全力以赴创造未来 / 044
5. 因循守旧，终会灭亡 / 048

Chapter 3 在商学院找到更优方案

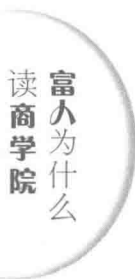
——商业领袖也要读商学院的市场分析课

1. 不能抢先占据市场的产品注定会黯然失色 / 053
2. 细分市场有助于企业赢得先机 / 056
3. 商学院的市场密码——市场是验证成败的惟一标尺 / 060
4. 市场定位决定企业成败 / 063
5. 不同的市场环境需要制定不同的策略 / 067
6. 企业如何占领市场 / 070

Chapter 4 做最优秀的企业决策者

——董事长也要读商学院的科学决策课

1. 科学决策能力，是成功领导者的必备素质 / 077
2. 科学决策，树立明确的目标是前提 / 080
3. 要做出科学决策，离不开对外部环境进行分析和判断 / 084
4. 决策不是要纸上谈兵，贯彻落实才是正道 / 088
5. 科学决策，要具备冒险精神 / 092
6. 科学决策，提高速度是关键 / 096
7. 别让情感因素成为科学决策的绊脚石 / 099



8. 科学决策需要群策群力，博采众家之言 / 103
9. 打破思维定式，用创新思维来打造科学决策 / 107
10. 别让过度自信致使决策陷入失败的泥潭 / 112

Chapter 5 引爆自我管理的精神力量

——行业精英也要读商学院的心态管理课

1. 做好自我管理，首先要明确区分“工作自我”与“生活自我” / 119
2. 自我情绪管理：将注意力集中在好的事情上 / 123
3. 自我时间管理：我的时间，我来做主 / 127
4. 平衡工作与生活，体会“鱼与熊掌兼得”的幸福 / 131
5. 压力管理：学会释放压力，享受轻松生活 / 135
6. 自我目标管理：树立远大的目标，并坚定不移地朝着目标前进 / 139
7. 自我习惯管理：戒除恶习，让正确的习惯助力成功 / 143

Chapter 6 怎样为企业发展制定正确的战略方向

——公司高管也要读商学院的战略规划课

1. 揭开战略规划的真实面目 / 151
2. 商学院教授忠告：战略规划决定企业生存 / 154
3. 企业战略首先要找准定位 / 158
4. 战略规划不在于有多“高”，而在于有多“远” / 162
5. 情景战略规划：从不确定中寻找确定 / 166



Chapter 7 懂得育人之长才能激活人才潜力

——500 强 CEO 也要读商学院的人才培养课

1. 院长箴言：每个人都是独一无二的力量源泉 / 173
2. 企业目标是人才管理的无形武器 / 176
3. 企业如何去选用人才 / 180
4. 企业如何留住人才 / 184
5. 二八法则在人才管理中的应用 / 188
6. 大胆启用潜力新人，谨防“马太效应” / 191
7. 容人之短，用人之短 / 195
8. 将合适的人放到合适的位置 / 198

Chapter 8 如何提升管理者的团队协作能力

——高级总裁也要读商学院的团队领导课

1. 合理授权——卓越领导力的体现 / 203
2. 集思广益，从团队中汲取领导智慧 / 207
3. 协同合作是领导者必备的能力 / 211
4. 用人格魅力冲破领导的瓶颈 / 214
5. 企业成功的最重要因素：领导激励的魔力 / 217
6. 领导力提升重在以身作则 / 221
7. 领导者要点燃追梦者的愿景火花 / 224



Chapter9 强化沟通能力，奠定生存与发展的基础

——VP 也要读商学院的沟通协调课

1. 投其所好，可以取得最为满意的效果 / 231
2. 仔细聆听，是有效沟通的重要前提 / 235
3. 合理利用弦外之音，实现有效沟通 / 239
4. 站在对方的角度看问题，把话说到对方心坎里 / 243
5. 微笑，是人际沟通的润滑剂 / 246
6. 善用幽默，营造其乐融融的沟通氛围 / 248
7. 遵守古德曼定律，适时以沉默来沟通 / 251

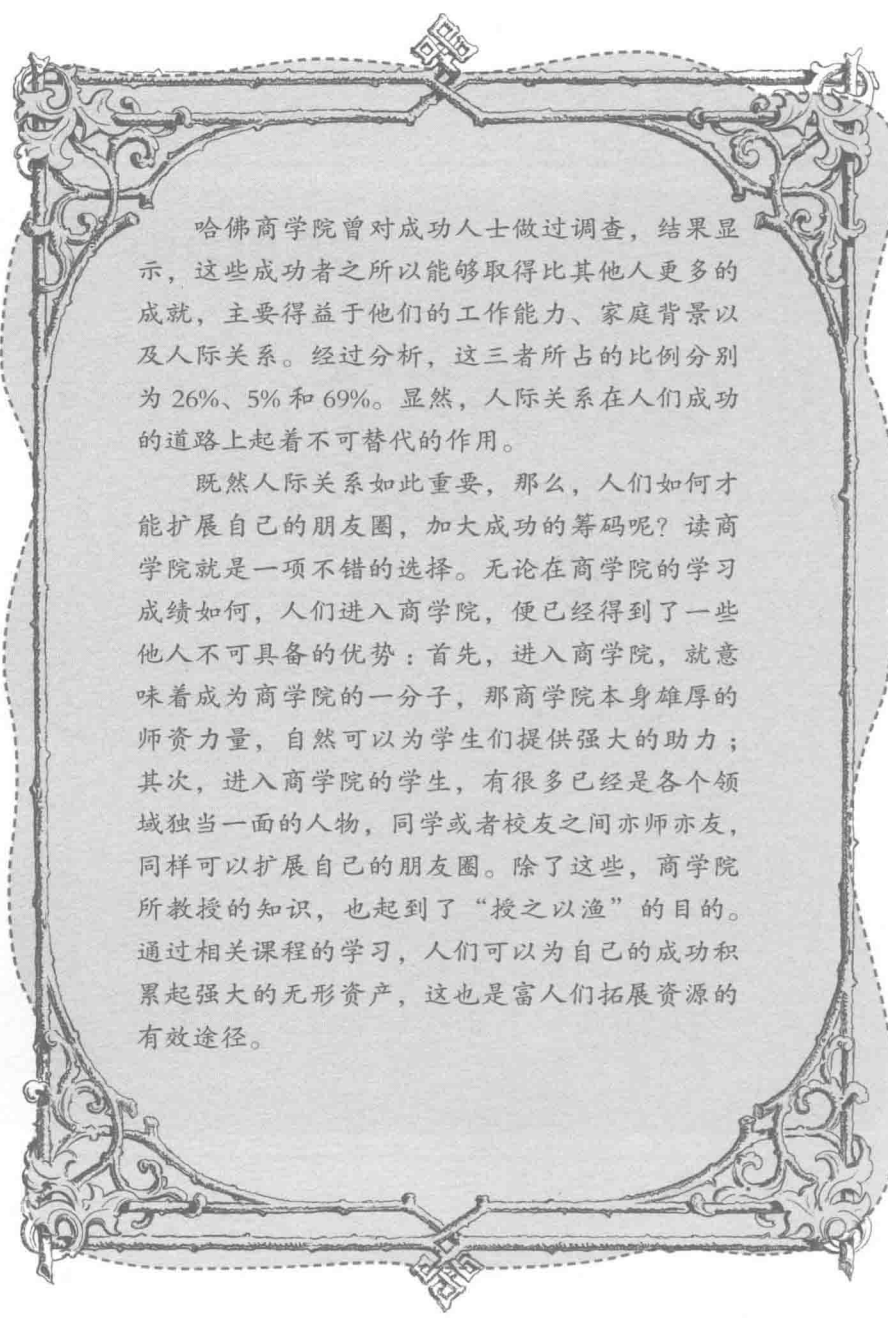


Chapter 1

和 CEO 做朋友

——借钱也要读商学院的
人际交往课





哈佛商学院曾对成功人士做过调查，结果显示，这些成功者之所以能够取得比其他人更多的成就，主要得益于他们的工作能力、家庭背景以及人际关系。经过分析，这三者所占的比例分别为26%、5%和69%。显然，人际关系在人们成功的道路上起着不可替代的作用。

既然人际关系如此重要，那么，人们如何才能扩展自己的朋友圈，加大成功的筹码呢？读商学院就是一项不错的选择。无论在商学院的学习成绩如何，人们进入商学院，便已经得到了一些他人不可具备的优势：首先，进入商学院，就意味着成为商学院的一分子，那商学院本身雄厚的师资力量，自然可以为学生们提供强大的助力；其次，进入商学院的学生，有很多已经是各个领域独当一面的人物，同学或者校友之间亦师亦友，同样可以扩展自己的朋友圈。除了这些，商学院所教授的知识，也起到了“授之以渔”的目的。通过相关课程的学习，人们可以为自己的成功积累起强大的无形资产，这也是富人们拓展资源的有效途径。

1. 雄厚的师资力量，为商学院学子奠定了强大的社会基础

托马斯·斯坦伯格，著名企业家，世界五百强企业史泰博办公用品公司的创始人。斯坦伯格于 1973 年 6 月拿到哈佛大学商学院 MBA 学位后，先后在思达超市和第一国民超市任职。1985 年 1 月，斯坦伯格被第一国民超市的老板炒了鱿鱼。

失去工作后，斯坦伯格的心情有些低落，幸运的是，他得到了很多人的帮助，沃尔特·萨蒙就是其中的一位。沃尔特·萨蒙是斯坦伯格在哈佛商学院的老师，失业后，斯坦伯格经常去找萨蒙，将自己心中的想法告诉老师，请他给一些专业性的意见。有一次，斯坦伯格得到一个购买思达超市一个部门的机会，他找到萨蒙，想听听老师对这件事的看法。萨蒙听完斯坦伯格的话，严肃地问道：“你认为你有实力与思达超市或者其他超市来竞争吗？”斯坦伯格摇摇头。萨蒙建议说：“那么，何不把你在思达超市学到的先进配送技术，应用到一个服务尚不完善、但利润比较可观的行业中呢？”受到萨蒙的启发，斯坦伯格决定将未来要走的路定格在专业零售领域，经过分析，他选定了办公用品行业。

要开设办公用品专营店，斯坦伯格面临的最重要的问题就是资金。尽管斯坦伯格在零售业享有盛誉，但在争取投资的时候，他和他的团队仍然遇到了很多困难。不过这一次，斯坦伯格又因哈佛商学院而间接受益。斯坦伯格此前曾见过哈佛商学院的院长



约翰·麦克阿瑟，麦克阿瑟是美国著名金融专家，常常能指导那些遇到经营状况的企业力挽狂澜。斯坦伯格向麦克阿瑟请教，如何能在两周内筹集到 5000 万美元的投资，麦克阿瑟很看好斯坦伯格，将他推荐给了哈佛商学院的副院长查克·塞斯尼斯。了解了斯坦伯格的商业计划后，塞斯尼斯引荐他去找一家投资银行的老板鲍勃·赖利。

赖利对怎样吸引投资人的注意颇为在行，尽管他并没有直接为斯坦伯格的公司提供资金，但却主动提出利用自己的优势来帮助斯坦伯格实现商业计划。

与此同时，斯坦伯格还得到了其他一些与哈佛商学院相关的人的帮助，他们想尽办法为斯坦伯格筹措资金。而在萨蒙老师的帮助下，斯坦伯格的两位校友——菲尔德·哈迪蒙和米特·罗姆尼，他们仔细研究了斯坦伯格的商业计划，并进行了调查。经过深入分析调查数据，哈迪蒙和罗姆尼两人一致认为，斯坦伯格的商业计划具有很强的可行性，并为斯坦伯格实现这个商业计划提供了很多的帮助。

1986 年春末，斯坦伯格和赖利一起，为自己的公司起了一个非常响亮的名字——史泰博。5 月 1 日，斯坦伯格在马萨诸塞州正式成立了史泰博的第一家连锁超市。但成立公司的喜悦很快就被稀稀拉拉的顾客冲淡了，斯坦伯格感觉到一种危机——如果人们都不光顾，那么，即便产品和服务再优秀，史泰博也无法得到认可。他必须尽快想办法吸引更多的人。于是，斯坦伯格立即打电话咨询了当时哈佛商学院的营销学副教授罗兰·莫里亚蒂，莫里亚蒂给他提供了很多可行性方案，比如向顾客分发优惠券、使用积分卡、采用邮局直销的方式、建立销售数据库等等。在采取了这些措施之后，史泰博的顾客逐渐多了起来。

然而，史泰博并没有完全从困境中解脱出来，在第二轮资金筹措中，估值成为阻碍史泰博发展的拦路虎。几乎所有的风险投