

# 走近德鲁克

INSIDE  
DRUCKER'S  
BRAIN

解读德鲁克

[美] 杰弗瑞 A. 克雷姆 著  
(Jeffrey A. Krames)



机械工业出版社  
China Mechanical Industry Press

|解读德鲁克|

# 走近德鲁克

INSIDE  
DRUCKER'S  
BRAIN



机械工业出版社  
China Machine Press

Jeffrey A. Krames. Inside Drucker's Brain.

Copyright © 2008 by Jeffrey A. Krames.

Simplified Chinese translation copyright©2009 by China Machine Press.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由Portfolio授权机械工业出版社在中国大陆独家出版发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书2面彩插所用照片分别由彼得·德鲁克管理学院和那国毅先生提供。彩插中签名摘自德鲁克先生为彼得·德鲁克管理学院题词。

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2008-5955

图书在版编目（CIP）数据

走近德鲁克/（美）克雷姆（Krames, J. A.）著；闫佳译。—北京：机械工业出版社，2009.9

（解读德鲁克）

书名原文：Inside Drucker's Brain

ISBN 978-7-111-27690-6

I. 走… II. ①克… ②闫… III. 德鲁克, P.F. (1909—2005) —管理学—思想评论 IV. C93

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第114914号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037）

责任编辑：胡智辉 版式设计：刘永青

北京京师印务有限公司印刷

2009年9月第1版第1次印刷

170mm × 242mm · 12.75印张（含2面彩插）

标准书号：ISBN 978-7-111-27690-6

定价：32.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线：（010）68326294

投稿热线：（010）88379007

如果您喜欢彼得·德鲁克（Peter F. Drucker）或者他的书籍，那么请尊重德鲁克。不要购买盗版图书，以及以德鲁克名义编纂的伪书。

## 寻找德鲁克

2003年11月初，那是一个星期一的早晨，我万万没料到打来电话的竟然是彼得·德鲁克。毕竟，我跟他从未有过直接联系，直到今天，我也不清楚他是怎么弄到我的电话号码的。我做图书编辑和发行人有20多年，跟许多出色的作家打过交道，可这一回，是德鲁克啊。

我努力想弄明白他在说什么。老先生还差一个月就该过94岁生日了。讲话（浓重的维也纳口音，很难听懂）和听力都大不如前。他嗓门极大，可即便我对着电话听筒扯着喉咙回答，他也不怎么听得见。他很不愉快，谁都猜得出：我就是弄得他不愉快的罪魁祸首。

附上一小段历史背景。编辑并撰写了几本关于杰克·韦尔奇的书以后，我整整4年都在考虑写一本德鲁克的书。韦尔奇的不少好点子都是德鲁克原创的——还有许多其他商业人士和作家，也从德鲁克那里受益良多。于是我想，这一回该追本溯源了。

尽管德鲁克写了30多本有关商业与社会的著作，可我认为，最权威的德鲁克之书尚未诞生。我无意撰写一本人物传记，而是想在书中完成两大目标：一，展示老先生最重要的管理哲学

和招牌战略，说明它们不仅在当时有用，在今天也有用；二，揭示过去20年里有多少本畅销商业书以德鲁克原创的观念为基础。在我想来，德鲁克最主要的贡献，在于他的思想同时也是方法论。帮助管理者提出恰当的问题，就是德鲁克的精髓：跳出他们自以为知道的范畴，回顾过去，好让他们有机会瞥见未来。

虽说老先生那天早晨给我打来个措手不及的电话，可也算不上完全出乎我意外。最初去找他的人是我——当然没直接找他，而是联系了他的一位出版商。这么做，一部分原因在于德鲁克素来对自己的作品和版权看得很紧，我以为要拿到他从前出版过的作品的许可权会是场攻坚战。为试试水深水浅，我从一本书里做了节选，寄给出版社征求许可。

结果我吃了一惊，该书出版商Truman Talley发来了许可，费用是200美元。还挺顺利，我暗想。不料此举无意间踹开了机会的大门。授权之后，出版商肯定联系了德鲁克（所有作品的版权都在他手里握着），把前后经过告诉了他。

收到许可信后过了几天，奇怪的事情发生了。妻子说，在我工作的时候，她接到一些怪声怪调的电话。

“什么样的电话？”我问。她形容不出来，只说自己连对方的一个字儿也听不懂。

“所以我就挂了。”她耸耸肩，无奈地解释说。接下来的一个星期，她又接到同一个人打来的好几次电话，我立刻意识到，肯定是出了什么状况。没过多久，我意识到妻子干了一件何其不可思议的事：她挂了彼得·德鲁克的电话，还不止一次！

因为那天上午德鲁克在电话里听不清我说话，我便写了信去道明原委。头几封信详细地解释了这本书我想怎么写。我还告诉德鲁克，我打算尊奉他为管理学的创始人，哪怕几十年来他一意否认（但现在他已经听之任之了）。

德鲁克和我通了两个月的信。我们就本书和本书的写作方法交换了

意见。2003年11月中旬，德鲁克写来一封信，允许我引用他的所有著作，之后又邀请我到他家（位于加利福尼亚州的克莱蒙特）去作采访。

我们约定了采访的日子，为期两天，就在12月22日和23日，其间广泛讨论各类话题。我问他要不要预先看看我打算提哪些问题，德鲁克说行。于是我用了一个星期，整理出20来个与本书最切题的问题。我问德鲁克，对这些问题可还满意，他说：“既好也不好。”

“问题问得好，”他在信里解释说，“但实在太多了。”他请我把问题的数量再削减削减，最多不超过6个。我吃了一惊。两天时间，只讨论五六个问题？很明显，我那时对德鲁克是不太了解的。后来我才知道他有本事围绕任何主题滔滔不绝一整天，从管理谈到社会再谈到日本艺术。

采访日到了：2003年12月22日，星期一，凌晨5点40分。我在大型喷气式飞机减速掠过跑道的巨大轰鸣中醒来，一时间忘了自己身在何处。过了好一会儿我才回过神来。窗外是南加州12月万里无云的湛蓝天空，芝加哥阴冷的雨夹雪天气远在千里之外。

我一边飞快地冲澡穿衣打领带，一边想，我对德鲁克这人实在所知无几——我绝不是说反话。他的作品、他的商业哲学、他的管理原则，我知之甚详，他写的35本有关管理与社会的书（德鲁克就管理与社会的关系做了大量论述），绝大多数我读过不止一遍。可即便是他的大部头自传《旁观者》，也没怎么好好谈过他是个怎样的人（本书的结语中节选了那本书的精彩片段）。

我抓上随身带的磁带录音机、车钥匙和书，一头奔出房间，冲进租来的车。一路上我反反复复地回想自己是怎么走到这一步的。对从事商业图书出版这一行的人来说，德鲁克是个非凡的人物：他发现了管理的原则，数十年如一日地为它鼓与呼。可很多人批评他过时了，而且爱跑题。学术精英们认为德鲁克早就成了过去式。后来，克莱蒙特大学彼得·德鲁克管理研究生院（2003年，该学院更名为彼得·德鲁克暨伊藤雅俊管理研究生院）的院长对《商业周刊》的约翰·拜恩斯说：“这个品

牌（指德鲁克）在走下坡路。”

德鲁克一贯是个极有自知之明的人，哪怕现在也宝刀未老，他肯定听到了不少类似的牢骚话。我怀疑，他答应我的采访请求，多少有点儿为自己“正名”的意思。

我知道，对德鲁克的批评其实根本站不住脚。为此，我做了几百个小时的调查工作，我很清楚，是媒体和学术精英们看走了眼。在20世纪80年代后半期商业图书的繁荣与喧嚣中，许许多多的畅销书都以德鲁克的著作为基础。

汤姆·彼得斯——《追求卓越》（就是这本书，打开了当今管理出版业的繁荣景象）的作者——说：“德鲁克之前，没有真正的管理原则。”他还说，“他（德鲁克）是当代管理学的创始人和发明家。20世纪50年代初，大型组织复杂得走向了失控，没有人掌握了相应的管理工具，是德鲁克最先给了我们操作手册。”据说，彼得斯还这么讲过，《追求卓越》里“写的每一件事”都能在《管理的实践》的“某个角落”里找到。著名的管理和组织行为专家，查尔斯·汉迪说：“差不多一切都可追溯回德鲁克身上。”另一位声誉卓著的商业作者，吉姆·柯林斯（《从优秀到卓越》）同样承认德鲁克的贡献，称之为“管理领域最主要的奠基人”。他还这样写道，德鲁克“最主要的贡献，不在于单独的哪一个想法，而是一整套的庞然论述，且具逼人优势：几乎全对”。此外，超级畅销书《企业再造》（*Reengineering the Corporation*）的作者迈克尔·哈默（Michael Hammer）称赞德鲁克是个英雄。哈默对另一位咨询师兼作家（《德鲁克的最后忠告》作者，伊丽莎白·哈斯·埃德莎姆）说：“翻开他的早期作品，我总是有点颤抖，因为我害怕自己最新的想法早在几十年前就被他说中了。全在那儿。”

还有些畅销书里包含着德鲁克早年播下的种子。除了迈克尔·哈默和詹姆斯·钱皮的《企业再造》，马库斯·白金汉（Marcus Buckingham）与唐纳德·克利夫顿（Donald Clifton）的《现在，发现你的优势》（*Now*

*Discover Your Strengths*), 克莱顿·克里斯滕森 (Clayton Christensen) 的《创新者的窘境》(*The Innovator's Dilemma*) 及《创新者的出路》(*The Innovator's Solution*), 理查德·诺兰 (Richard Nolan) 与大卫·克劳森 (David Croson) 的《创造性破坏》(*Creative Destruction*), 拉里·博西迪 (Larry Bossidy) 与拉姆·查兰 (Ram Charan) 的《执行》, 均属此列。本书将详细探究德鲁克对上述著作所提思想的影响。“很难说得出当代哪一条重要的管理概念不是由德鲁克首创或首倡的,” 新近当上博思艾伦战略领导中心常务董事暨该中心学术顾问委员会主席的知名管理专家詹姆斯·奥图尔 (James O'Toole) 如是说, “这让我既敬畏, 又有些沮丧。”

诸如迈克尔·戴尔、英特尔创始人安迪·格鲁夫和微软创始人比尔·盖茨等商界领袖, 亦对德鲁克大表赞许 (有人曾问比尔·盖茨读谁的书, 盖茨回答: “那还用说, 当然是德鲁克。”)。然而, 大部分商业作家并未意识到德鲁克对他们作品的深远影响, 也不大愿意归功于他。德鲁克告诉我说, 这并没给他带来什么困扰。他激发了无数商业作家的灵感, 我想这就是他想要留给世人的遗赠: 让自己的观念以各种可用形式代代相传。他希望创造不同。

尽管德鲁克一开始就走对了路, 可绝大多数人始终不肯听他的。具有突破意义的《管理的实践》之所以叫这个名字, 是因为它是有史以来第一本指导管理者如何管理的图书。“在此之前, 什么也没有……没有任何成体系的东西。” 德鲁克说。然而, 要是读者看了后世 (比如1990年以后) 的相关论述, 会得出一个截然不同的印象: 德鲁克的影响不过是过眼云烟。举个例子, 当今的管理教材最多会在一两个脚注里提及德鲁克。许多最重要的场合都很难找到德鲁克对管理领域的贡献。

德鲁克一直是个谦虚的人, 从不自吹自擂。倘若问他是什么职业, 他回答得很简单: “我是个写东西的。” 每当这个“写东西的”有了什么新念头, 他就动手写一本新书。德鲁克告诉我, 他从来 unread 自己的作品。出版社或许会重新包装他从前的部分作品, 可他自己的整个事业



生涯，还有他的整个视角，完完全全以前瞻为基础。“昨日之事不可追”不仅是德鲁克的管理原则之一，还融入了他的DNA。

在去德鲁克家的路上，我想起他很少跟其他作者合作。他曾经说过：“保持青春的秘诀之一，就是不接受采访，闷头搞自己的工作——我就是这么做的。很抱歉，我没空。”要是有什么作者或出版社胆敢不经他的书面许可就从他的书里借用素材，德鲁克会给予严厉打击。在我们短暂的通信联系期间，德鲁克对我说，自从哈佛商学院有个教授未经许可擅自从他的一本书里选用了3章内容以后，他只能把家当捂得紧些再紧些。

德鲁克还有满满一抽屉明信片，落款人是他的秘书（其实就是他本人），专门用来回绝他人的作序或采访请求：“承蒙尊台美意，但举凡为文、作序……采访、书评等事，德鲁克先生恕不从命。”3年前，我就收到过这样一封信，当时我请他为我的第一本书写篇序。

我预计在那天上午10点到达德鲁克的家，额外宽裕了40分钟，以免德鲁克传真来的MapQuest路标把我引得迷了路。万万没料到我把自己引得迷了路，我想得太入迷，开过了路口好几里。我紧张地掉了头，驶回正路，花了4~10分钟找到地址。

我打量了那栋房子好一会儿。这个家低调得也太不起眼了，美国任何一个宁静的郊区都能看到那样的房子。房子挺好，有修剪整齐的花园围着，但它似乎过了盛年时节，显得有点凋败。这真的是德鲁克的家？

千真万确。这位管理思想家没工夫、也不喜欢多花钱买套奢侈的大宅子。我不禁想起爱因斯坦外套的故事来。据说他的外套全都一模一样，免得他浪费时间琢磨该穿哪套。

我收拾好录音机、书和公文包，10点钟之前敲响了德鲁克的家门。我确认了好几次约会日期，德鲁克向我保证说，他会为这两天的访问空出时间来。我千里迢迢来见他，他不在家这回事我想都没想过。但或许我该有点心理准备。

敲门没人应，我按了门铃。1分钟过去了；2分钟过去了；之后3分钟、

4分钟和5分钟也过去了，还是没人应。我绝对没弄错日子。过了几分钟（感觉像是1小时），我回到车上，翻出手机。真不敢相信，几个月以来我都盼着这一天，安排确认了每一个细节，结果竟然找不着德鲁克！

电话铃响了十来声，德鲁克终于接了电话，说过几分钟“就下来”。他出门接我时解释道，他可能没戴助听器，要么就是把那玩意儿关掉了。

一个月以前，德鲁克已经过了94岁的生日，岁月一年不少地写在他身上。他虚弱而瘦削，眼镜片厚得超乎我想象，助听器更是大得惊人。可我没用多久就见识了这张苍老面孔背后蕴藏的敏锐思想。他拄着藤条拐杖，动作比我想得还迟缓。尽管天气暖和，他却穿着一件彩色线衫，套着运动夹克，而且还显得很冷。他跟我打招呼握手时全没什么气力。虽说过去几个星期我们通了好几轮热情洋溢的信，可我一下觉得自己像个打扰他人的冒失鬼。等这一天正式展开，这种感觉才逐渐消失。

他带我看了起居室，引我来到一张桌子前。这里恰好可以看见游泳池——好多年没人用过的样子。窗帘基本上拉着，房间半隐在黑暗里，德鲁克指着两盏台灯，意思是它们能帮上点儿忙。拧开了灯，我循着他的指点落了座，他也在几步开外的地方坐下来。后来，德鲁克告诉我说，1981年，杰克·韦尔奇当上通用CEO之前来他家，就坐在我那张椅子上，一坐就是好几个星期。

我把录音机和一小摞书摸出来放在桌上。我带来五六本德鲁克写的书，以备参考之需。过了没多久，不等我开口，德鲁克就一一给它们签了名。

我们没怎么闲聊，就径直奔往正题。不对，是他径直奔往了正题。虽说我立刻掏出了写有之前商量好的6个问题的纸条，把它放在了桌上，可那天我们的话题一次也没往那儿靠过。

他自有打算，迫不及待地就要开始，我把手伸向录音机，可他请我别开机。我又试了好几次，他不情不愿地答应了，示意我可以打开它。直到今天我也不明白德鲁克为什么躲着录音机，兴许跟他的口音有点儿

关系。光用听的，他更像个德国医生，而不是开创一门学科的管理思想家。他还频频咳嗽，拖慢了采访的进展节奏。

我以为自己会紧张，但竟然没有，我的全副身心都放在了努力不浪费跟他相处的每一分钟上。德鲁克听力太差，我的大部分问题和回答都得重复两次以上。任何问题，德鲁克的回答都会先以“你在说什么”打头。如此一来，幽默风趣就得靠边站了，让他听懂我才是要务。不过这一整天里，他都低调地拿自己打趣。他是真的谦虚，令人信服。

最开始，他给我讲了早年在欧洲的故事，他说自己进入管理领域“纯属偶然”，是“误打误撞”。他解释说，自己什么也管理不了。“我是世界上最糟糕的管理者。”他略带嘲讽地微笑着说。这个事实（“什么也管理不了”）到底是逗乐了他还是惹恼了他，我说不上来。

他还告诉我说，他的第一本商业书打从一开始就把他摒绝于任何传统事业道路之外。《公司的概念》出版于1946年，内中包含了对通用汽车这家美国大企业的首次大规模研究。这本书在美国和日本都极为畅销，让他一夜成名。然而在当时，畅销书就意味着轻佻，无助于推动事业。德鲁克的朋友，本宁顿大学的校长问他：“彼得，这本书讲的既不是政府又不是经济，这下你能到哪儿去呢？”“他说得完全正确。”德鲁克道。

当然，彼得·德鲁克闯出了自己的道路。他的简历上从来没出现过哈佛和斯坦福的名字，可他毫不后悔：“我拒绝了哈佛商学院，”他解释说，“我很清楚，我不属于那儿。我想继续写自己的书，给人提供咨询；可那时候商学院不许你给人做咨询，他们觉得你应该去撰写案例，在我个人看来，那东西对我一点儿用也没有。”

跟德鲁克在一起的那个上午，我永生难忘。我们片刻不停地忙活到了中午。他建议一起去城里他最喜欢的意大利餐馆吃午饭，所以我们离开他家，我搀着他坐进车里，暗自庆幸自己租的是辆大个头商务车。他带我逛了逛城里，介绍了克莱蒙特大学的彼得·德鲁克管理研究生院。

因为餐馆里全是学生，停车位紧张，我们只好把车停到了一个路口

之外。每走几步路，德鲁克就要扶一扶我的胳膊。打那天起，我开始痛恨岁月带给人的摧残。

吃午饭时我们也没忘了工作。我打开录音机，在他吃意大利面条时继续采访。他讲了他的大家族，他非常聪明的孩子们（我估计他们全都人过中年），以及他们对父亲怎样谋生毫无兴趣。我不敢相信。他们的父亲开创了管理学，他们却只顾着忙自己的事儿，连这都没注意到。可对一直没丢掉欧洲做派的德鲁克来说，孩子们当上医生和专业人士、各走各路实在是再自然不过的事情了。他说，要是他们对他的作品表现出过分的热情，那倒要叫他吃惊了。

吃饭过程中，他的记忆出了点儿小岔子——这是我跟他相处时观察到的唯一一次。他自信满满地点了主菜，可等女招待端上来时，他坚持说自己点的是别的东西。他用了好一会儿才发现自己搞错了。除了这一回，他的思路和从前一样清晰，他机敏地回答了我的所有提问，对过去的事情记得分毫不差。

用过餐，德鲁克问我是否介意帮他个忙。我说：“只管吩咐。”他说：“我得给妻子买份礼物。”他跟妻子多丽丝结婚70年了。我知道她是个成功的作家和企业家，曾就读于伦敦政治经济学院。我在糖果店门外等德鲁克买巧克力（“我总是给她买巧克力。”他坦白说）的时候，突然意识到打从早晨我就没看见多丽丝。

等了很久（当时离圣诞节只有3天了，全城的人好像都跑来买巧克力），我们回到他家，接上离开时留下的话头。上午我们主要讨论他的个人经历，下午转入了其他一些有趣的话题（只不过同样不在先前讨论的日程上）。身为商业作者和出版商，我并非随时都能有机会跟同行的超级畅销作家坐在一起。于是我很自然地跟他谈起了出版业。

德鲁克坦承一辈子错得最多的就是在出版上。这又是他那自谦的打趣。他对出版业的预测或许错了不少，可对这一行的历史却摸得很清楚。事实上，他知道的比我认识的绝大多数人都要多。

那天下午，他在讲到出版时给我举了个精彩的例子。他先是解释自己的名字“德鲁克”翻译成英语的意思是“印刷工”。接着他便说到了自己的祖辈：“我的家族就是阿姆斯特丹的印刷工……他们为一家大教堂干活，最赚钱的生意是印刷可兰经；他们为荷兰东印度公司印刷可兰经。”（荷兰东印度公司成立于1602年，是全世界第一家跨国企业。）

出版业的话题，并不在我们事先商量好的问题单上。这一点颇能说明我们这天是怎么过的，也很能透露德鲁克的性格。他不用草稿，喜欢信马由缰地聊自己最感兴趣的话题。他从不爱谈自己，因为他觉得自己没什么意思（“我无趣透顶。”他告诉来采访的约翰·拜恩斯），可在我们那天的采访中，他打破了这个惯例，细细说起了往日的的生活。

过了一阵子，彼得·德鲁克先生消失了，取而代之的是德鲁克教授。他很喜欢谈论书面文字的历史。他说，第一本印刷小说《堂吉诃德》问世于1600年或1605年，而且是活字印刷。而后，他向我解释了16世纪末安特卫普（“不，是巴黎”，他马上做了更正）掀起的彩色印刷大革命。有人把新出现的平板技术和印刷技术融合在了一起，印出了第一本带插图的书。但他又补充说，内容200年没变。装帧和设计变了，但书的内容直到17世纪末才有了变化。

接着，他一下快进了几百年，把自己来年将要出版的一本书形容了一番，“大部分页码都是空白的，这样读者就不仅是读者，还是用户。”他说。2005年去世前，德鲁克出了两本书，有一本每页空着的地方都比有字儿的地方多（《德鲁克日志》），另一本则是以工作手册的形式翻印了他的经典（《卓有成效的管理者》）。出版这样的书，早几年根本不可思议。但出版的世界在变，德鲁克也跟着在变。

他又详谈了在线出版，以及它如何改变了出版业的前景。他的一位朋友写了一本医书，按他的说法是：“它采用了能在计算机上交互播放的格式……并不是真的要在计算机上播放，但格式是那样。出版商回来说，我们还想再要一张空白页……他们说想要给用户留空间。”

采访进行到下午4点多，有人如暴风般冲进了房间，打断了我们，是德鲁克的妻子多丽丝，她要我马上离开，因为她担心丈夫劳累过度。显然，她听见德鲁克的咳嗽声越发频繁了。（每隔几分钟我就问他怎么样，他坚持说自己很好。）我满心愧疚，希望自己没给他的身体增添什么负担。

收拾东西的时候，我听见多丽丝和德鲁克在说话。我突然冒出不祥之感。没过多久我就发现，看来这回轮到我放弃了。多丽丝说，彼得跟我工作了这么一整天，明天只能休息，不可能完成先前说好的另外半天采访了。我本来带了一台照相机，想跟德鲁克合个影，但多丽丝充耳不闻。我只好匆匆谢过德鲁克，收拾好东西出了门。

真叫人心烦，我至少得这么说。驶回机场酒店的路上，我迅速在脑子里把采访过了一遍，害怕没得到自认为最重要问题的答案。事实证明，担心完全是多余的。采访所得远远超乎我的预料。尽管上了年纪，可那天德鲁克状态颇佳，做了一次极为精彩的采访。当时我不知道，未来好几年时间，我都将深受这次采访的影响。

我用了好几个月转录这6个多小时的采访录音，但我到底收获了什么东西，一时之间还看不出来。我必须要用数月，甚至数年时间来沉淀它们。那天，我对德鲁克——以及管理本质——的认识，比我长年依靠书面阅读所得要丰富许多。20多年来，我出版了无数作家撰写的各种管理书籍。可没有哪一本书带给我的教益，能比得上那一天。

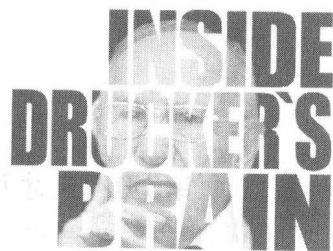
德鲁克的知识，涉及教育、社会、政治和医学等多个领域。他是个多才多艺的人，随着他的辞世，无数的知识消散人间。

德鲁克这一辈子，不沉湎过去，只信奉未来。这样一来，他发现了一条重要的结论：要建，就必须得拆。德鲁克在拆上从不为难，他放弃行不通的东西，把不再重要的东西远远抛下。这就是他取得如此辉煌成就的奥妙。

本书的首要目的，是让读者从全新的角度看待这位伟大思想家的思维模式。同时，它收录了当今的许多例子，希望借此让德鲁克的部

分知识重返人间，指出他的诸多独创观念并未落伍，而是和当年一样贴近时代。

后文章节包含了德鲁克那天对我阐述的基本内容，罗列了管理、领导方面的大量原创认识与战略。彼得·德鲁克一辈子写了数百万字的商业著述，本书为读者提供了一把打开这个神秘世界的钥匙。



Inside  
**Drucker's Brain** 目 录

前言

<b>第1章 机遇青睐有准备之人</b> .....	1
突变/3	
一通电话创造了一门学科/4	
被艾森豪威尔炒了鱿鱼/6	
<b>第2章 执行永远第一</b> .....	9
执行需要放弃/11	
有效执行的障碍/12	
论执行/13	
<b>第3章 漏风的厕所门</b> .....	17
漏风的薪酬体系/18	
80/20原则/19	
保护厕所门/21	
以企业宗旨预防机能不良/22	
出版业的漏风之门/23	
<b>第4章 从外至内</b> .....	27
所有管理者都要碰到的八种现实/28	
更多的管理现实/31	
韦尔奇的重要概念/32	
从外至内的零售商/33	
养成从外至内的习惯/35	



<b>第5章 天才用完了以后</b> .....	37
当代企业的诞生/38	
中层管理者和知识型社会/41	
剖析天才/43	
潜议造就天才/44	
天才的四项额外习惯/44	
<b>第6章 杰弗逊党人的理想</b> .....	47
德鲁克眼中的历史/49	
流水线心理的局限性/51	
别把“做什么”视为理所当然/53	
伙伴关系的必要性/54	
<b>第7章 放弃一切，除了明天</b> .....	59
放弃并不有趣/60	
发展方针的第一步/61	
重写上个月的工作手册/62	
放弃和现实/64	
<b>第8章 审视优势</b> .....	69
优势革命/70	
审视自身优势/71	
绩效考核的再思考/72	
己之软肋，他者所长/74	
审视强项/76	
<b>第9章 关键因素</b> .....	79
效力是关键/80	
德鲁克眼中的完美领导/81	
<b>第10章 德鲁克论韦尔奇</b> .....	87
德鲁克、通用电气、韦尔奇之间的联系/91	
韦尔奇继承的是一家什么样的企业/92	
适合未来的人选/94	
核对账户/95	