

缺资金？缺人才？缺技术？缺项目？……

所有你缺的资源这个世界上都有！

整合 赢天下

孔凡镛
编著

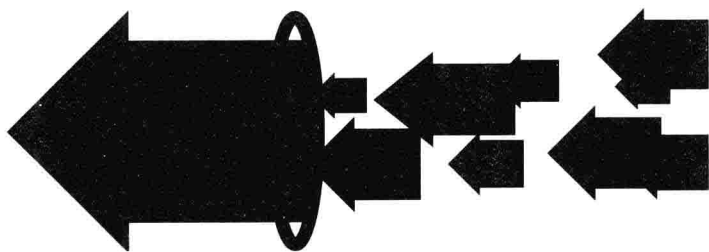


资源整合
借力共赢

中国华侨出版社

整合 贏天下

孔凡鎔 編著



中國華僑出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

整合赢天下 / 孔凡镛编著. —北京: 中国华侨出版社, 2013.12

ISBN 978-7-5113-4303-1

I. ①整… II. ①孔… III. ①成功心理—通俗读物 IV. ① B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 291059 号

整合赢天下

编 著: 孔凡镛

出版人: 方 鸣

责任编辑: 彬 彬

封面设计: 凌 云

文字编辑: 程月玲 胡 青

美术编辑: 郎利刚

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm 1/16 印张: 19 字数: 339 千字

印 刷: 北京中创彩色印刷有限公司

版 次: 2014 年 2 月第 1 版 2014 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-4303-1

定 价: 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦三层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发行部: (010) 58815875 传真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

前言

在成功的路上，你缺少什么？缺资金？缺人脉？缺技术？……不管你身边缺少的是是什么，这世界都有；只要你会整合，一切都能为你所用。不管是在工作中，还是在生活中；也无论你缺少什么，只要学会了整合，困难就不容易难倒你。在当今，我们可以毫不夸张地说，谁懂得整合，谁就能拥有更多的资源；而谁拥有资源，谁就拥有成功。所以郎咸平会说：“一个人整合能力的大小，决定他成功的大小。”

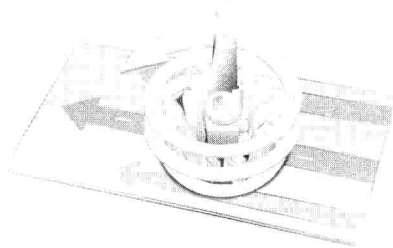
整合就是对一定范围内所拥有的财力、物力、人力、信息等各种要素进行整顿、协调并进行重新组合以产生更大的效益的行为。简单地说，整合也就是优化资源配置，在有进有退、有取有舍中获得整体的最优。资源无处不在，它可以以金钱、信息、工作、人脉等各种形式出现。从浩瀚如海的资源宝库中整合到对自己有利的资源，一旦你能有效整合资源，你便能用别人的机器为你生产，用别人的大脑为你思考，用别人的网络帮你营销，用别人的品牌创造你自己的价值，用别人的钱为你赚钱……这便是整合的魅力所在。

然而进行整合，不但要具备整合的思维，还要有创新的思路、宽广的胸怀与格局。美国惠普公司创始人比尔·休利特就这样说过：“我们创业成功，的确有很大部分靠运气，我们获得了天时与地利，也很幸运地有优秀的教师和教练，惠普并不是开路先锋，这个领域本来就有很多人在研究，而我们从无数人身上学到了很多。”从这里，我们可以看到整合的思维方式，即一种发散性的思维方式，考虑问题时不再只是站在自我的角度，而是把自己所拥有的只是当作一个点——撬动杠杆的支点，利用自己这个支点去撬起你需要的资源。虽然这些资源不在你的手里，但只要你把它们撬起来了，便可让它们为你所用。

在这个充满竞争的时代里，要想进行资源的有效整合，我们就必须走在别人的前面，就要主动出击。在做事时，我们要尝试着用不同的思维来思索一件事情，即便这件事情已经做过了千百遍。因为敢于尝试的人才会有新的思路、新的方法，才能一直走在最前面。开阔的视野与格局在资源整合过程中是必不可少的。格局决定

胸怀，胸怀决定心态。一个大格局与胸怀是资源整合的魂。麦当劳的创始人雷·克洛克就说过：“即使当我认为有人想利用我时，我还是和他做公平交易，这是我获取成功的原因之一。”宽广的心胸加上乐于合作的意愿，能帮助你做到很多你认为自己做不到的事情。

时代在进步，我们也要与时俱进。我们需要发现自身的核心能力，充分地利用并整合资源，把自己的胆量放大一些，心胸放宽一些，寻找到适合自己的资源整合之路，把自己能够整合的资源进行有效整合，在成功的道路上越走越远。



目录

第一章 一整谋天下，一合得天下	1
孤木难成林	1
这个世界上的事你干不完	2
成功人士都善于整合资源	3
像滚雪球一样积累资源	5
资源整合是达成目标的工具	6
通过共享完成扩充	8
创造属于你的独一无二的资源	10
让你的资源 $1 + 1 = 王$	11
运用整合思维，创造无限机会	13
第二章 创造慢，整合快	16
与其创造资源，不如整合资源	16
我们缺的，世界都有	17
没能力买鞋时，就借别人的	18
变革思维模式，重新定义资源	20
合作要相需、相交、相利	21
利用整合思维连点成线	23
为越多人服务，就能创造越多财富	24
快速并购资源，实现跳跃式发展	26
第三章 善用资源，创造共同财富	28
资源整合不是企业的专利	28

整合不只是收购和兼并.....	30
打破定式，整合产业链.....	31
找准互补资源，该出手时就出手.....	33
能力互助，实现利益最大化.....	34
依托环境，整合优质资源.....	36
第四章 借天下智慧，无不成之事	38
与人合作，事半功倍.....	38
发动朋友的力量，营造一往无前的气势	39
从团队入手，集思广益办法多.....	41
借用下属的长处，弥补自己的不足.....	43
走别人铺好的路，省时省力.....	44
利用互联网，搭建信息服务中心.....	46
善用广告效应，赢在没有硝烟的战场	48
空手套白狼，无本也能起家.....	50
拿来主义永远不会过时.....	51
第五章 我为人人用，人人为我用	54
你的 + 我的 = 我们的.....	54
缺什么补什么，补什么得什么.....	56
资源有大小，合作无贵贱.....	58
自信主动，积极出击.....	60
小代价换取大用途.....	61
共同做事，互通有无.....	62
第六章 不是据为己有，而是为我所用	64
前半夜想想别人，后半夜想想自己.....	64
只顾数钱的人最终无钱可数.....	64
先让合作方尝到“甜头”	66

满足自己的需求，实现别人的梦想.....	68
每个人都要创造“被利用”的价值.....	69
第七章 不是大鱼吃小鱼，而是快鱼吃慢鱼	71
快速整合比按部就班更重要.....	71
先来的有肉吃，后来的没汤喝.....	73
通过链条，实现信息的快速反应.....	74
加快整合效率，唯快不破.....	76
省去冗余环节	78
突破堡垒，整合核心竞争力.....	80
快速并不代表盲目扩张.....	82
第八章 用系统做事而不是靠人做事.....	84
态度教我们做人，系统教我们做事.....	84
系统是资源整合的关键因素.....	86
按标准化、科技化做事.....	87
打出组合拳，优化资源配置.....	88
活用资源，获得整体最优.....	91
做任何事都要想到杠杆操作.....	92
专注于 15%，剩下 85%就不费力.....	94
第九章 想他人所想，为众人所需	95
摆出诚意的姿态，追求双赢.....	95
卖东西不如“卖人情”	97
满足未被满足的需求，提供未被提供的服务	98
让零散的 1%形成你想要的 99%.....	100
随时把自己行销出去.....	102
运用已有的东西做小幅度改变.....	104
购买别人的梦想.....	105

待机而发，顺势而为.....	107
第十章 与大象共舞，1+1+1>3.....	109
一定要和国王一起散步.....	109
学先进，走正道.....	110
善用比自己强的人.....	112
找对人，放对位，做对事.....	114
先做傍家，再做赢家.....	116
学习世界首富的思考模式，实现财富倍增.....	117
要成功，就要跟成功者在一起.....	119
与其自己做广告，不如别人来捧场.....	120
花花轿儿人抬人.....	122
第十一章 做大事要拿大资源.....	125
联合虾米，吃掉大鱼.....	125
先建立关系，再做生意.....	126
直中难取胜，则在曲中求.....	128
名气一响，生意就会热闹.....	129
“狐假虎威”能成事.....	131
第十二章 小成功靠个人，大成功靠团队.....	133
没有私“我”，只有“我们”.....	133
真正的决策来自众人的智慧.....	134
分工协作，内化最大的优势.....	137
在团队中树立有效标杆.....	138
不遗余力做一名“好听众”.....	139
学会欣赏，让每个人感到被重视.....	141
敢于放权，让权力互相制衡.....	143
合理授权，把目标交给每一个人.....	145

千斤重担人人挑，个个头上有指标.....	147
第十三章 小成绩凭智，大整合靠德.....	149
赢得所有人的信赖，是最有力量的整合	149
遇事可以不信，但不必排斥.....	150
笑着听反对的声音.....	152
礼让变通，才能和谐双赢.....	154
利他是整合的应有姿态.....	156
以关爱和诚实之心对待合作伙伴.....	158
舍弃贪婪，化无私为大私.....	160
以退为进是一步绝妙好棋.....	162
学会与不同性情的人相处.....	163
拥有的多，不如计较得少.....	165
第十四章 贤人推举方显胜，能人帮衬可为王.....	167
不拘一格选用人才.....	167
找最合适的人，而不一定要找最成功的人.....	168
把优秀人才像水泥一样粘合起来.....	170
聘用专才，看中他背后的隐形资源.....	172
给他表现和晋升的机会.....	173
不是发现人才，而是建立能出人才的机制.....	175
放大成绩，缩小错误.....	177
成事在公平，失事在偏私.....	179
照顾好员工等于兼顾好利益.....	181
让听得见炮声的人来决策.....	183
第十五章 长远投资，培养一棵大树.....	185
资源的 98% 靠整合.....	185
谋人缘，结好果.....	187

草根也有用处	188
善结比自己高明的人	189
向落魄者伸出援助之手	192
制约庸者，重用能人	193
不仅要锦上添花，还要雪中送炭	195
既帮开门，又给钥匙	196
爱人者，人恒爱之	198
第十六章 化信息为财富，由一生十	200
即使是风，也要嗅一嗅它的味道	200
把旧元素做出新组合	202
用相反的方向和用途去思考	204
创意混搭，碰撞出新想法	205
去除边角，放大核心	208
没事多走动，信息在其中	209
做个有心人，向细节要创新	211
“新瓶装旧酒”，化腐朽为神奇	212
第十七章 创造舞台，而不只是饭碗	215
创造平台，越开放越能聚焦	215
让平台成为舞台，而不是角斗场	217
打造一个多方共赢的生态圈	218
三流公司做事，二流公司做市，一流公司做平台	220
细分市场精耕细作	221
第十八章 善搭品牌“便利车”，共同升值	223
重视品牌管理	223
价值关系不同，合作模式各异	225
用公益制造品牌	227

共同运营，一试见真章.....	229
发现客户真实需求.....	231
用联盟增强合作方的约束力.....	232
第十九章 面对竞争者，不是挑战它而是弥补它.....	235
不能战胜对手，那就加入他们.....	235
不能包容对手，就一定会被对手打败.....	237
从对手的缺陷中捕捉商机.....	239
发现自己的优势，借力别人的长处.....	240
聪明人的共赢法则是“利益均沾”.....	241
帮别人赚钱就是帮自己赚钱.....	243
真正的财富游戏就是彼此都在增加价值.....	245
第二十章 突破困局，化危机为转机.....	247
利用对手的劣势，凸显自己的优势.....	247
别人成功的秘诀就是你借鉴的资源.....	248
灵活变通，变“不能”为“能”.....	251
将对手转化成朋友.....	252
有人失去理智，其他人必须保持平静.....	254
生意不成人情在.....	256
留意每一个细节，让运气变财气.....	257
以和为贵，互惠互利.....	259
以退为进，曲线上升.....	261
逆境中忍耐，开辟新未来.....	262
成败取决于“最后1%”的努力.....	264
第二十一章 站在未来，投资今天.....	266
掌握未来趋势更重要.....	266
掌握流行趋势，引领潮流.....	268

以大局为重，不计小嫌.....	269
要投资而不要投机.....	271
发现、创造和实现价值.....	273
根据“趋势”来投资把握住“看得见的未来”.....	275

第二十二章 站起来走出去，用全球化思维做事.....278

商人有国籍，但生意无疆界.....	278
未来的财富靠相互交换.....	279
小生意看态势，中生意看形势，大生意做趋势.....	281
思想格局的大小决定成就的高低.....	282
只有淡季思想，没有淡季生意.....	284
投资有道，轻松开启财富之门.....	286
选择领先，而不只是跟随.....	288



第一章

一整谋天下，一合得天下

孤木难成林

人类社会的发展经历了农业时代、工业时代到信息化时代的转变，当社会分工变得越来越精细和复杂时，资源也开始广泛分布于世界各地。我们身上从头到脚，没有一件商品不是通过资源交换获取的。

每个人都是社会的一分子，我们无法脱离任何别人而独自生活。别人为我们提供服务，当然，我们也为他人创造商品，一来一往的交易中，资源被零散地分布在了各个地区。

在这种背景下，我们只有学会整合他人的长处、集体的智慧，才能增加自己的优势，赢取更多成功。“孤木难成林”，一棵树苗想要长成参天大树，屹立不倒，不但需要适宜的土壤、充足的水分和丰沛的阳光，还要依靠每棵树根系之间的紧密连接。

通过资源交换，我们才能创造出今天的市场。一件商品从设计、材料供给、生产到销售，无不是一环扣一环，没有哪家企业可以单独完成所有的生产和服务环节。除了商业领域，我们的工作同样需要资源整合，老板和员工、员工和员工之间，只通过分工合作的模式，才能让企业越做越大，越做越强。

国际上，整合规模最大的区域一体化组织非欧盟莫属，它打破了成员国之间语言、文化以及货币的限制，使商品、人才、劳务、资本可以自由流通，实现了欧盟各国经济的快速增长。在中国，通过联盟实现整合的组织也很多，南方有“珠三角经济圈”，这个由广东省珠江三角洲区域的9个地级市组成的经济圈，通过信息平台和网络整合，打造出一批世界级的“航母”企业。

在市场中，通过资源整合实现合作共赢的案例不胜枚举。2012年3月，百事公司与康师傅的联盟，就被业内人士认为是一次“各取所需”的战略合作。百事可乐

以在中国 24 家灌装厂的资产换取康师傅子公司 5% 的股权，这次合作不仅使百事摆脱了其在中国连续亏损的局面，也为康师傅在自己并不擅长的碳酸饮料领域获得了发展机遇。康百结盟后，二者的市场份额达到 19.9%，成为中国饮料市场当之无愧的霸主。

今天是一个经济全球化的时代，它要求我们要以更加开放、包容的心态去看待世界经济一体化进程。我们在与别人进行资源整合的同时，自然也会获得别人手中的资源。通过双方共同分享、交流，我们才能收获更加可观的效益。

在这个既竞争又合作的时代，一个人单枪匹马是很难获得成功的，除了整合，我们别无选择。根据管理大师汤姆·彼得斯的观点，“未来所有的资源和所有的企业，都必须重新想象，都可以重新创造，都可以创造出不一样的可能。”

当每个人都用整合的思维打破以往陈旧的模式，将彼此手中有限的资源进行充分整合，创建新的体系，就能形成一股战无不胜、攻无不克的强大力量，以至于更好、更快、更强地实现我们的最终目标。

这个世界上的事你干不完

整合，在新辞海中解释为：整理、组合，如：整理各方力量。若从经济学角度给资源整合下一个定义，则是“通过整合实现优化”。因此，对一个管理者来说，整合既是一种领导艺术，也应该是一种工作方法。

在当今竞争激烈的商场，很多企业的老板凡事亲力亲为，导致自己成天忙得不可开交。然而在这种情况下，公司的效益不但没有得到增长，反而出现了整体下滑的现象。事实上，这是管理者分工不当的原因，当他把所有的事情都包揽在自己身上时，企业的人力资源就面临着巨大的浪费，以至于很多职能不能有效地完成。

一个人的能力再大，毕竟也有限，管理者作为团体中的核心人物，更不能单打独斗。在组织内部，只有合理分工，员工才能明确自己的岗位职能，各司其职，为企业创造出巨大的效益。

在新加坡企业，“合作”与“分工”是管理层非常注重的两个原则。他们不会让自己独当一面，而是将任务合理地分配下去，让每个员工肩上都扛起一份责任。这样一来，管理者的压力不但减少许多，员工的积极性也被充分地调动起来。一个企业仅凭个人的力量，难以创造出高效能团队所能产生的价值，任何公司的发展和壮大，都离不开人力、财力、物力、信息等各种资源的有效整合。

现代社会早已不是孤独剑客的时代，一个不善于合作，不懂得利用现有资源进行整合的人是开创不了一个天下的。比尔·盖茨说：“在社会上做事情，如果只是单枪匹马地战斗，不靠集体或团队的力量，是不可能获得真正成功的。这毕竟是一个竞争时代，如果我们懂得运用大家的能力和知识来面对每一项工作，我们将无往而不胜。”

“中国第一 CEO”张瑞敏就是一个善于整合资源的高手。一次，海尔公司收到一份来自德国经销商的订单，对方要求两天之内发货，否则合作将自动取消。也就是说，张瑞敏和员工要用3个小时的时间，完成调货、海关、商检、装船等一系列工作，按照一般的程序，这几乎是一个不可能完成的任务。

在张瑞敏的合理分配下，海尔的工作人员调货的调货，报关的报关，装货的装货，每项程序都在有条不紊地进行。当德国经销商接到海尔集团发货的消息后，他破例写了一封感谢信以表示感谢。

团队内部，如果领导者能让每个成员找到自己的位置，使他自觉服从团队运作的需要，就能与他们形成强大的合力，共同创造奇迹。

在很多人眼里，许多成功的企业都是靠掌门人单枪匹马“杀”出一条血路，其实，这些人信奉的不是“个人英雄主义”，而是“抱团打天下”的真理。浙江温商被称为是“中国的犹太人”，他们除了头脑灵活能吃苦外，更注重老乡间的相互协作。多年前，一位温州老板到四川考察后决定在当地开放一个项目，面对数目庞大的3亿资金，他首先想到的不是从银行贷款，而是联合60多名老乡共同集资，后来，这个项目为他和其他温商都赢得了丰厚的回报。

“什么都想自己干，这个世界上你干不完”，阿里巴巴创始人马云这样说。在阿里巴巴最困难的时期，马云正是与软件银行集团董事长孙正义结成联盟，才得以重新叱咤商界，取得新的胜利。

今天，无论你处于什么环境、从事什么工作，都无法脱离其他人的帮助，一个人创造价值。任何个人或企业占有和支配的资源都十分有限，当我们能够合理地利用和整合资源，就能通过整合聚集起更多的力量，为彼此创造财富。

成功人士都善于整合资源

成功的企业之所以成功，很大原因归结于其领导者善于整合内、外部资源。有些人认为，整合资源是大企业的事，小企业无论从人力、物力和财力上资源都十分

有限，拿什么来进行整合？事实上，许多白手起家的创业成功者都是优秀的资源整合者，他们往往会在事业初创阶段留意自己有哪些不足，有什么亲朋好友可以帮忙，然后将多方面资源会聚起来，组成做成大事的条件。

在当今这个飞速发展的年代，想要靠自己一点一滴慢慢积累，把企业做强做大是行不通的。一个善于整合资源的人能在同样的单位时间内，以最快的速度，学到更多东西，创造更多财富。

广东美的集团连续多年销售收入超过百亿，品牌已经打入国际市场，不过，美的集团在海外并没有工厂，其成功的关键在于善于整合资源。首先，美的在集团内部成立了海外设计部，另外，利用网上合作等方式，他们引进了国外优秀的研发团队。随后，美的在日本、美国和德国成立了3家分公司，通过聘请当地在家电行业有丰富经验的退休工作者和专业技术人才，集团实现了低成本运作。

由此可见，整合力就是生产力。一个企业要想在市场竞争中取得优势，除了具备丰富的、高品质的资源外，还应该提高对资源的利用率，这样才能以较少的投资，取得最快的成效。

每个企业都是各种资源的集合体，在这里，局部最优并不代表整体最优，整合资源的目的是让现有资源再重新排列、互相协调，以实现利益最大化。

企业经营者在整合内、外部资源时，不仅要视野开阔，还要善于集成资源，即知道如果在经济全球化的背景下，放远目标突出重点。只有站在全局的角度将企业的内外部资源统一协调后，你才知道孰轻孰重，哪些地方要施主力，哪些地方不用施力，以便让有限的资源充分发挥其优势。另外，领导者还要善于利用外部资源弥补自身的不足，缩小和对手的差距。

生意场上一般有两种人，一种叫手艺人，靠的是埋头苦干，踏踏实实做事；另一种叫生意人，他们更善于整合他人的平台和资源，弥补自己资金、技术、设备、智慧、人力等方面的不足。德国戴姆勒和雷诺两家汽车业巨头近几年来受金融危机的影响，日子都不太好过，2010年4月7日，一日产双方正式建立战略联盟，以交叉持股的形式进行合作。这场合作可谓是一场资源整合的“盛宴”，戴姆勒和雷诺一日产以“低力度”的合作模式，短期内节约了将近10亿欧元的净成本。双方不但节省了开支，也抬高了公司的股价，让资源在重新整合后得到了优化配置，大大提高了市场竞争力。

今天，很多资产上亿的房产中介连锁公司，都是从十几年前几张桌子、几把椅子、几份纸质稿纸起家的，这个行业没有多少技术含量，无非是把房产资源和房产需求