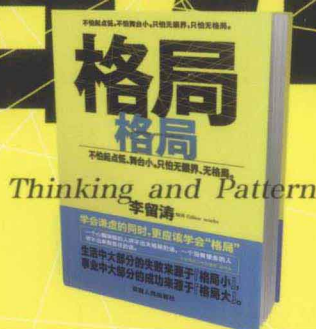




不怕起点低，不怕舞台小。只怕无眼界，只怕无格局。

格局



不怕起点低、舞台小。只怕无眼界、无格局。

李留涛 编著 *Editor works*

学会谦虚的 **格局** 学会「格局」

一个心胸狭隘的人讲不出大格局的话，一个没有使命的人讲不出来有责任感的话。
——中国传统文化传播者 翟鸿燊

生活中大部分的失败来源于「格局小」，
事业中大部分的成功来源于「格局大」。



时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

不怕起点低,不怕舞台小。只怕无眼界,只怕无格局。

格局

格局决定成败

不怕起点低、舞台小。只怕无眼界、无格局。

李留涛 编著 Editor works

生活中大部分的失败来源于「格局小」
事业中大部分的成就来自于「格局大」



时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

图书在版编目 (CIP) 数据

格局 / 李留涛著. -- 北京 : 北京时代华文书局, 2013. 8
ISBN 978-7-80769-060-3

I. ①格… II. ①李… 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 191745 号

格 局

李留涛 / 著

出 版 人 田海明 周殿富

责任编辑 王其芳 姚良良

出 版 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>
北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>
北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际大厦 A 座 8 楼 邮编: 100011

发 行 北京时代华文书局图书发行部 (010) 64267120 64267397
印 制 北京亚通印刷有限责任公司 (010) 60247102

规 格 710mm×1000mm 1/16

印 张 11.5

字 数 110 千字

版 次 2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-80769-060-3

定 价 28.00 元





没有胸怀，
就没有未来

突破困局，从打破旧观念开始。

没有崩溃，就不可能有全新的蜕变；没有打破，就不可能有全新的创造。其实，一切生命都不是从天而降的，都是从旧环境、旧事物、旧背景中诞生的。

我们许多人一听到要革命，就发抖，尤其是革自己的命。他们不知道今天的安逸就是明天的失败。不革命，就不能适应变化，就难逃被淘汰的命运。

革命是必然的。那么，革命究竟从哪里开始呢？

首先，从旧观念开始。

旧观念与新观念是相对的。今天的旧观念在昨天、前天也曾是新观念，也曾引导过令人欣喜的变化。但我们不能因为那个旧观念曾经作出过贡献，就一直沿用下去，不敢革它的命。

真理也是有生命的，世界上各种形态的存在都是有生命的，真理成为真理都是有背景有前提条件的，离开那个条件，真理也会死

亡，变成谬误。

古今中外的一切变革，都是从旧观念的打破开始的。这会带来许多新的变化，包括许多众人不理解、不认同的变化，还会带来种种不适感——这是为“新婴儿”必然承担的“产前阵痛”。美国社会学家、未来学家阿尔温·托夫勒说：“我们必须从自己开始，提防自己不要过早地对新鲜的、令人惊异的和表面上过激的事物而关闭自己的心灵。”我们不妨放远目光，看到痛苦之后的惊喜。

快速发展是检验领导效能的唯一标准。

大家都知道“实践是检验真理的唯一标准”，对企业而言，不尽准确，也许更准确的说法是——发展是检验真理的唯一标准。

凡是不利于发展的观点，无论它贡献多大、资格多老、扎根多深，我们都要有决心将它连根拨起，有勇气向它开刀。

只说发展也不尽准确，如今全球绝大多数企业都在发展中，所以，我们不仅要比发展，而且要比如何快速发展。

今天，不仅发展是硬道理，快速发展更是硬道理，就像杰克·韦尔奇执掌美国通用电气时所做的那样，打破一切屏障，以毫无偏见的胸怀，从企业内外“发掘出一些很棒的想法”，然后“以光速将它们扩展到企业的每个角落”，从而促动企业快速地成长。

做一个“仰望星空的人”。

这个世界，有三类人注定没有未来：一是心胸狭隘者，二是视野狭隘者，三是知识狭隘者。如果这三类人没有特殊的机遇，一生必然困难重重、举步维艰。

狭隘的人往往有狭隘的论调，狭隘的人往往有狭隘的思想，狭隘的人往往看整个世界都狭隘异常。正是这种狭隘的观念，把他们

囿于失败的牢笼之中。与那些胸怀宽广的人相比，他们的差距在于：

心胸狭隘的人心里装的是黄粱美梦，是一己之私利，是一时之得失；胸怀宽广的人心里装的是理想抱负，是一项事业，是一个世界。

海的胸怀能容百川，山的胸怀能纳万物。这都是狭隘者所不能及的。纵观历代英豪前贤、成功之士，他们莫不是胸怀宽广的典范。

胸怀宽广，能使力量弱小者充满大丈夫的英雄气概；

胸怀宽广，能让弱质体格者变得健壮而长寿。

宽广的胸怀，是一种不需投资便能得到的精神方面的高级滋补品；是一种保持身心健康、具有永久疗效的“维生素”；是一种宠辱不惊，闲看庭前花开花落的清醒剂；是一种使人做到“猝然临之而不惊，无故加之而不怒”的智慧和定力。

26岁出家的证严法师曾说：她爱普天下之人。天下人没有她不爱的。这是觉者的胸怀。企业家若拥有这样的胸怀，就能无限扩张自己的生命价值，做出普通人梦想不到的业绩。

做事就是做人。温家宝总理在视察同济大学时说：一个民族要有仰望星空的人，如果人人都把眼光盯住脚下，这个民族就没有希望。

同样，一个企业也要有仰望星空的人，这是企业的希望所在。

企业家的宽度思维。

宽度是追求卓越的核心理念。宽容、宽松、宽广是办大事的前提。宽度就是全球化。

不断创新是历史的必然，谁也阻拦不了历史的车轮滚滚向前。但历史却不会自动变革与发展，它还得依赖人的努力。

要发展，要快速发展，就得最大限度地释放所有成员的创造力，

而每个人的创造力能否被激活和释放，就得看组织内部是否有一个宽松的环境，是否有一个宽容的领导和一个宽广的发展体系。否则，那个组织就是死组织，就是没有创造力的组织，就是不可能发展的组织。

创新需要向常规挑战，没有一个宽松的环境，员工纵有展翅高飞的心愿，也无法畅游天际；创新总是与高频率的犯错连在一起，没有一个慈祥而宽容的领导，哪个员工又愿意自讨苦吃呢？创新需要组织的支持，没有一个宽广的发展体系，员工必然有心无力。所以说，企业的创造力能否引爆与激活，首先取决于企业的整体宽度，而企业宽度中最关键的是企业领导人的宽度。

总之，在扁平化的世界里，在互联高速发展的时代，宽度是全球化的关键词，“宽度”是未来世界发展的核心词，宽度是中国未来复兴的首要理念，宽度也是企业追求卓越的指导方针。

目录

导语：没有胸怀，就没有未来

第一章 不怕起点低，就怕境界低

1. 境界本身就是财富 / 2
2. 不怕起点低，就怕境界低 / 5
3. 成功离不开境界的提升 / 8
4. 气度决定宽度 / 11
5. 做人就要做大丈夫 / 20
6. 精神境界才是人生的终极追求 / 23
7. 是真名士自风流 / 26
8. 和谐社会创造和谐人生 / 29

第二章 心有多大，舞台就有多大

1. 道德是必修课，学问只是选修课 / 32
2. 心量多大，收获就有多大 / 35
3. 学会与各种人相处 / 38
4. 接受不能改变的事实 / 42
5. 善于主动学习和借鉴 / 46
6. 接纳差异，快乐竞争 / 49

7. 以容己之心容人 / 53
8. 没有宽容就没有创新 / 55
9. 包容心能产生巨大的感召力 / 59
10. 包容天下者得天下 / 62

第三章 开放是人生中最有魅力的字眼

1. 故步自封必然导致企业死亡 / 67
2. 只有大胆开放，才有活路一条 / 70
3. 哀莫大于僵化 / 72
4. 开放的时代，要有开放的心态 / 75
5. 成功源于开放的心态 / 79
6. 开放的心态，更能博采众长 / 82
7. 先有开放思维，后有自主创新 / 84
8. 走出去，天地宽 / 88

第四章 眼界广者其成就必大，眼界狭者其作为必小

1. 给生命一束发现的目光 / 92
2. 不要只顾眼前利益 / 96
3. 与众不同的眼光造就与众不同的人生 / 99
4. 大视野成就大事业 / 102
5. 眼界决定境界 / 105
6. 小心识别“生命的高度” / 108

第五章 内心谦下是功，外行于礼是德

1. 地低成海，人低成王 / 111
2. “不争”是最高明的制胜之道 / 115
3. 领导他人先要领导自己 / 119
4. 练好“耳功”最重要 / 122
5. 赞美的话不足道，批评的话才可贵 / 126

6. 放下架子，拾起人心 / 129
7. 谦让的人，总是最后的赢家 / 133
8. 人的伟大之处在于知道自己很渺小 / 138

第六章 善于使用世界上最伟大的工具：思维模式

1. 思路决定出路 / 142
2. 让思维逆行，也许会更快接近梦想 / 144
3. 不怕做不到，就怕想不到 / 146
4. 拆除脑内之墙 / 149
5. 拓展思维超越自我 / 158
6. 打破思维习惯的界限 / 164
7. 思想有多远，路就有多远 / 166
8. 相信自己是什么，你就是什么 / 171



不怕起点低，
就怕境界低

胸界就是不断追求价值人生、以利于他人的境界。它源自内心，折射精神，反映一个人的思想和行为动机。

胸界是一种信念。一个有远大理想的人，是不会为一时的困境而低头的。每个人都有自己的理想，要实现它，却不是一朝一夕的事，唯有坚定的信念、知难而不退的勇气和胆量，才能一步步走近心中的目标。一个有宽广的胸怀的人，会锲而不舍地去追求理想！

胸界是一种心态。没有哪个人的一生是一帆风顺的，遇到挫折是积极面对还是消极观望，这是导致一个人成功失败的关键。人生没有完美，失之东隅，收之桑榆，以平和的心态面对得失，以乐观的态度看待失意。一个有宽广胸怀的人就会拥有一种积极进取的乐观主义精神！

胸界是一种修养。人，不是一个孤立的人，用一种什么样的胸怀与人交往，决定着他的快乐或者忧伤。快乐的源泉有很多，用一颗善良、宽容和感恩的心去对待你身边的每一个人，这将是你的快乐

的根本。范仲淹说：先天下之忧而忧，后天下之乐而乐，有宽广胸怀的人应该是一个胸怀天下的人！

胸界有如四季，但对季节的调控器却掌握在自己的手中，一个胸怀宽广的人，感受到的永远是春的绿意盎然、夏的鸟语花香、秋的累累硕果、冬的晶莹剔透！

1. 境界本身就是财富

你的胸怀有多宽广，达到了什么样的境界，就会拥有什么样的世界。

《蓝海战略》是很火爆的一本书，关于胸怀的“境界”一词，该书的作者在书中进行了精彩的阐述：“境界是一种思想，也是战略的荟萃。境界决定了企业的命运，也决定了企业家的命运。境界决定了企业家的思维方式，也决定了企业能够发现新的机会，就像围棋博弈一样。”

这段话，不仅说明了境界对企业的重要，而且说出了一个企业是否有境界，是检验这个企业是否有企业家精神的一个重要标志。

境界就是哲学思想在商业理念的体现，它是决定一个企业家与企业前途和方向的根本。

可以毫不夸张地说：

是否有境界，不仅决定了企业的档次，也决定企业家的档次！

管理思想大师杜拉克在其《创新与企业家精神》一书中更是强调：企业家的远见都是由其境界所决定。企业家的境界又可分为几个不同的层次：第一层次是企业家的人生境界，就是他的人生观，这是决定他所有价值观的基础，是他对真、善、美的价值的体现。第二层次是企业家的道德观，是决定他的商业行为和价值取向。第三层次是企业家的洞察力与先见能力，就是机遇的把握，在正确的

时间做正确的事情。

吴甘霖说过：“真正高明的企业家，一定懂得这样一个道理，境界，其实就是财富。”

纵观世界所有一流的企业家，没有哪一个不是深谙这一点。

藤田田是日本商界叱咤风云的人物，是日本所有麦当劳店的主人，被誉为最会赚钱的人。

藤田田非常善于和犹太人做生意，在全球犹太人中享有很高的声誉，订单不断，财运亨通。他的经营秘诀，就在“信用”两个字上。

他也有过一次包机的经历。

藤田田曾经和一个美国犹太人签订了一个合同，为其制作300万套餐刀和叉子。在合同中，他们约定了交货的日期，交货地点在美国芝加哥。

按照普通的货运方式，要想按时交货，必须比约定时间提前将近一个月就从横滨出货。

当时，藤田田组织了几家工厂生产这批刀叉，由于种种原因，生产一再延误，预计要到交货日期的前几天才能完成。

这样一来，如果采用通常的运输方式，就不可能按时交货。

该怎么办呢？

藤田田毅然决定空运，因为只有这样，才能确保时间不延误。

可在当时，租一架飞机从东京飞到芝加哥，大概需要3万美元，这一来，300万套刀叉的利润几乎全部都搭进去了。

但为了不失信，藤田田还是包了一架货机，交了3万美元的空运费，将货物及时送到了客户手中。

犹太人做生意是最讲究信用的，对于藤田田的这种做法，客户

非常感动，第二年又将 600 万套餐刀和叉子的订单交给了他。

不仅如此，藤田田此举，在犹太人中赢得了很高的信誉。所以当后来他在日本开设麦当劳时，尽管条件不够，但犹太人给了他最大的信任和支持，从而让他成为日本的“麦当劳大王”。

三流管理是术，二流管理是道，一流管理是境界。

企业家到底是什么？空气、头马、木匠、医生？空气——权威无处不在，大家心服口服；头马——实力打拼之下，远见引领方向；木匠——事先精心构造，资源充分利用；医生——戴着有色眼镜，遇事疑心太重。可见，企业家无论是什么类别绝不能是医生。因为医生看谁都有病，都不能用。这种疑神疑鬼式的管理风格不会培养一支强而有力、攻无不克的团队，从终点又回到起点，直到现在才发现，而“风萧萧兮易水寒，壮士一去兮不复还”的悲壮结局自不待言。管理的三大法宝是尊重人性、换位思考以及利益共享。这要求企业家树立“真人”的至高境界，只有“去留无意，宠辱不惊”，方能游刃有余，应付自如。

西安有个益尔集团，发展不过数年，如今已跻身西安高新产业开发区百强之第 36 位，外经贸部出口创汇企业第 58 位，这与该企业领导者的境界是分不开的。在任怀理董事长一班人的领导下，企业上下同心协力，以诚实立命、专业立身、长远立志、智慧立业为座右铭，辛勤耕耘，矢志不移，树起了顾客满意、员工爱戴、同行尊敬、社会推崇的企业形象。任董事长常常告诫下属，一个成功的管理者必须有四商，即智商（IQ）、财商（FQ）、情商（EQ）及胆商（CQ）。没有智商的人是傻子，没有情商的人是疯子，没有财商的人是叫花子，没有胆商的人是书呆子。对待员工，要少用指责，

多用褒扬；少用批评，多用鼓励；少用食指，多用拇指；少用显微镜，多用望远镜；减少“规定动作”，增加“自选动作”。不要动不动就拍桌子，瞪眼睛，大呼小叫：我是领导，还是你是领导！是我说了算，还是你说了算！要让员工真正成为益尔的主人。

不同的思想境界就有不同的力量。有高的境界才会有大格局，有大格局才能有大结局。正如杜拉克所说：“当前社会不是一场技术的革命，也不是一场软件、速度的革命，而是一场观念的革命。”海尔总裁张瑞敏说：“海尔过去的成功是观念和思维方式的成功。”这里的观念与思维方式即境界。企业家境界愈高，企业就走得越远。

台湾经营之神王永庆说：“企业在创业阶段，创业者的勇气与经验是企业成功的首要条件，在发展阶段，经营技巧与管理方法是企业家赖以制胜的手段，而到了规模阶段，哲学理念即境界是企业家持续获胜的法宝。”

现在很多企业在经营过程中，总是盘算着如何多捞点好处、如何钻法律的空子、如何偷税漏税等。这样的“境界”，能够获得好的机会和好的回报吗？

一个缺乏境界的企业，就如同没有灵魂的人，不仅难有大的发展，而且也很容易栽跟斗、出大的问题。

总之，境界虽看上去很虚，实际上却无处不在。成功企业家面对的各种重大问题，或多或少都与境界有关。不同的精神境界直接影响到企业家和企业日后的发展与命运，值得引起高度的关注。

2. 不怕起点低，就怕境界低

纵观人类管理史，其流芳百世的是他们的管理思想和企业家的境界，而非具体的经营方式。所以，不怕起点低，就怕境界低。

人们常说，境界来自修养，修养来自知识。知识源于追求，追求源于信念。古人云：“取乎其上，得法其中；取乎其中，得法其下。”兵法也讲“上兵伐谋”是“不战而屈人之兵”。至于做人则提倡“海纳百川，有容乃大；壁立千仞，无欲则刚”。凡此种种，都在向我们描述着一种境界。在现实当中，境界直接决定企业领导者的管理方式与行为特征。

王振滔打米“少出米、多出糠”的故事，事后许多人可能觉得了不起，那是他有了成功的业绩，让大家看到了好处，所以大家觉得他眼光独到，超乎寻常。但是回想当初，为什么别人就难以做到呢？

我们不得不承认一个事实：许多人难以想到这样的“好点子”，恐怕不是他们不比王振滔聪明，而可能仅仅是由于境界的不同。

谈到境界，不得不提到华人企业领袖李嘉诚先生。众所周知，李嘉诚先生生意做得大，与他的人格魅力紧密相关，而这份人格魅力，体现的也是他那种超越小我、利他为本的精神境界。

我们且看李嘉诚的故事吧：

当李嘉诚的长江公司成为世界上最大的塑胶花生产厂家后，李嘉诚由于他在塑胶业的实力和良好声誉，被推选为香港潮联塑胶制造业商会的主席。

正当香港整个塑胶行业做得风风火火的时候，中东战争引发的石油危机席卷了全球，全球经济都受到不同程度的影响。

当时香港的塑胶原料全部依赖进口，价格由年初的每磅0.65元到秋后竟然暴涨到每磅4~5元。塑胶制造业一片恐慌，如临末日。不少厂家因为没有储备原料，被迫停产，濒临倒闭。

其实，价格暴涨的根本原因，还不是石油危机，国外塑胶原料

的出口离岸价只是略有上涨。主要是香港的进口商利用业界因石油危机产生的恐慌心理，垄断价格，一致提价，把价格炒到厂家难以接受的高位。

在这场关系到香港塑胶业生死存亡的危机中，身为潮联塑胶业商会主席的李嘉诚，挺身而出，挂帅救业。

当时，李嘉诚的经营重点已经转移到了地产上，而且收益颇丰，塑胶原料危机，对长江整个事业，影响并不大。李嘉诚这样做，主要是出于公心和义务。

在李嘉诚的倡导和牵头下，数百家塑胶厂家，入股组建了联合塑胶原料公司，其中还有非潮籍塑胶商。原先单个塑胶厂家无法直接由国外进口塑胶原料，是因为购货量太小，对方不予理睬。现在由联合塑胶原料公司出面，很快达成交易，所购进的原料，按实价分配给股东厂家。在这种形势下，其他原料进口商不得不降价。

笼罩全港塑胶业两年之久的原料危机，从此烟消云散。

不仅如此，李嘉诚在救业大行动中，更有着惊人之举。他从长江公司的库存原料中匀出 12.43 万磅，以低于市价一半的价格救援停工待料的会员厂家。

直接购入国外出口商的原料后，李嘉诚又把长江本身的配额——20 万磅硬胶原胶，以原价转让给需求量大的厂家。

在危难之中，受李嘉诚帮助的厂家达几百家之多。

李嘉诚这种做法不仅挽救了整个行业，更赢得了人心。

从上述故事中，我们可以感受到李嘉诚为何能够成功的一流商道。它充分说明：境界，不仅是一个人的创业之本，也是一个企业做大做强的灵魂！

企业家是企业的灵魂，企业在经营什么，就看企业家心中装着