

20世纪

富有影响力的1 000位人士
之一

[美] 马克·H. 麦考梅克 著 端木佳韵 译
(Mark H. McCormack)



Beyond Harvard

All-new Street Smarts from
the World of Mark H. McCormack

超越哈佛

麦考梅克不同凡响的商业智慧

麦考梅克丰富商业遗产前沿研究扛鼎之作 经典呈现实践智慧与商业策略的完美融合

中信出版集团

Beyond Harvard

All - new Street Smarts from
the World of Mark H. McCormack

超越哈佛

麦考梅克不同凡响的商业智慧

[美] 马克·H. 麦考梅克 著 端木佳韵 译

(Mark H. McCormack)

图书在版编目 (CIP) 数据

超越哈佛: 麦考梅克不同凡响的商业智慧 / (美)

马克·H. 麦考梅克著; 端木佳韵译. -- 北京: 中信出版社, 2019.6

书名原文: Beyond Harvard: All-new Street

Smarts from the World of Mark H. McCormack

ISBN 978-7-5217-0660-4

I. ①超… II. ①马…②端… III. ①商业经营—经验 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 097974 号

Beyond Harvard: All-new Street Smarts from the World of Mark H. McCormack by Mark H. McCormack

Copyright ©2017 Mark H. McCormack Enterprises, Inc.

Simplified Chinese translation copyright ©2019 by CITIC Press Corporation.

ALL RIGHTS RESERVED

本书仅限中国大陆地区发行销售

超越哈佛——麦考梅克不同凡响的商业智慧

著 者: [美] 马克·H. 麦考梅克

译 者: 端木佳韵

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承印者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17.25 字 数: 188千字

版 次: 2019年6月第1版

印 次: 2019年6月第1次印刷

京权图字: 01-2019-1933

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5217-0660-4

定 价: 60.00 元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

《超越哈佛——麦考梅克不同凡响的商业智慧》是《哈佛商学院不会教你的商业策略》的延续与发展，汇聚了一批来自商界、传媒界和体育界的杰出人才对麦考梅克实践智慧的评论。《哈佛商学院不会教你的商业策略》为麦考梅克的经典作品，最早于1984年出版，目前，该作品已被译成22种语言，销售量已达100多万册。

在《超越哈佛——麦考梅克不同凡响的商业智慧》这本书中，你将收获全新的实践智慧——源自深受麦考梅克影响的同事、客户和竞争对手们，其中汇聚了一批来自商界、传媒界和体育界的杰出人才。

通过阅读麦考梅克如何管理员工和建立人际关系，以及如何掌握谈判技巧和努力发展业务，你将了解到以下信息。

- > 当谈判陷入僵局，为何要保持镇定。
- > 体育规则如何在商务活动和日常生活中发挥作用。
- > 为什么适度承诺与超值服务更受欢迎。
- > 到场的重要性。

本书的供稿人包括比利·琼·金、马丁·索雷尔、金塘、克里斯蒂·赫夫纳、伯特兰·格罗、塞巴斯蒂安·科、莫妮卡·塞莱斯、琼-克劳德·基利、科林·蒙哥马利等。

扫码关注



马克·H. 麦考梅克

被《泰晤士报》(*The Times of London*) 誉为“20世纪富有影响力的1 000位人士之一”，是著名的现代体育产业奠基人，被《体育画报》(*Sports Illustrated*) 誉为“体育界富有影响力的人物”。他与当时著名的高尔夫球星阿诺德·帕尔默在没有正式签订合同的情况下，握手合作，用不到1 000美元的资金创建了国际管理集团(IMG)。目前，该集团拥有数百万美元的资产，在全球40多个国家和地区设有办事处，是世界体育营销和管理经纪公司的佼佼者，为数百名体育明星、模特做代理，为世界各地的体育大赛提供赛事服务。

策划出品 中信出版·财经优品

策划编辑 王宏静

责任编辑 胡昭滔

营销编辑 陈翼茗

装帧设计 江山 | 创意工场

出版发行 中信出版集团股份有限公司

服务热线: 400-600-8099 网上订购: zxcbs.tmall.com

官方微博: weibo.com/citicpub 官方微信: 中信出版集团

官方网站: www.press.citic

献给我们的父亲马克·休姆·麦考梅克 (Mark Hume McCormack), 以及很多发扬其传统的他的朋友与同事。

——麦考梅克家族

马克·H·麦考梅克（Mark. H. McCormack）创造了我们在今天所说的体育营销。他的视野与才能永远改变了体育界，也改变了参加体育比赛、观看体育节目以及热爱体育事业的人们生活。通过将体育名人与产品营销联系起来，他创建了一个由国际管理集团（IMG）领头的全球性行业，并成为在他那个时代最被欣赏与最受尊敬的企业家之一。马克之后，再也没有类似的人物出现。故事开始的时候，我就在现场。

那是在1960年10月，阿诺德·帕尔默（Arnold Palmer）将成为《体育画报》（*Sports Illustrated*）的年度最佳运动员，我受命参与报道。在西弗吉尼亚州亨廷顿市（Huntington）举行的萨姆·斯尼德邀请赛（Sam Snead Invitational）的首轮比赛后，阿诺德和我来到俱乐部会所。阿诺德点了一个汉堡。服务员送餐的时候捎带着一瓶汉斯（Hunt's）番茄酱。阿诺德抬起头说：“你们没有亨氏（Heinz）番茄酱吗？好吧，你们应该有的。”事实证明，当时有可能是最著名的高尔夫球手每周被支付9美元61美分以宣传他使用亨氏番茄酱。

让我们来说说马克·麦考梅克，他最近代理了阿诺德·帕尔默，做成了他著名的握手交易。国际管理集团的文件——你可能找到的最完整的公司档案，记录了闷闷不乐的麦考梅克和面无表情的S. J. 亨氏（S. J. Heinz）

之间的往来，也证实了帕尔默确实签署了这份每周不到 10 美元的合同，其中甚至包括帕尔默的话可以被引述在亨氏番茄酱大使的热烈生动的广告语中。这就是在马克之前人们做事情的方式。自那以后，体育行业取得了巨大的发展。

20 世纪 60 年代以后，很多事情发生了改变。马克经常找我寻求建议。

“网球能成为观赏性的大型运动吗？”“没门儿，”我说，“太简单的一项运动了。”于是他签下了纽科姆（Newcombe）、拉弗（Laver）和埃弗特（Evert）。

“我们应该进军滑雪界吗？”“不行。谁关心滑雪？”于是他签下了琼-克劳德·基利（Jean-Claude Killy）。

“体育项目会扩张到全球吗？”“没办法，体育太区域性、太怪异了。”于是他涉足了足球、板球、羽毛球、斯诺克等各个领域。我的天哪！

“我们是否可以为温布尔登网球锦标赛^①的赞助商以及为客户提供大帐篷？”“粗俗的商业化。无论如何，组委会是不会让你这么做的。”

我不记得马克具体是在什么时候停止向我寻求建议的。

相反，他会在晚餐时给我看国际管理集团的最新简讯。“皇家古典高尔夫俱乐部（R&A）喜欢我们的帐篷。《高尔夫年鉴》（*Golf Annual*）将来每年都会发行。我们有艺术家——在大都会艺术博物馆你会见到基莉·特·卡娜娃（Kiri Te Kanawa）。我们将拥有世界上最大的模特经纪公司。知道谁是体育传媒界最大的独立制片人和发行人吗？追求永无止境。喜欢鹅肝？我们买下了斯特拉斯堡的足球俱乐部。喜欢网球？我

① 温布尔登网球锦标赛简称“温网”。——编者注

们买下了职业男子网球协会（ATP）在印第安韦尔斯和迈阿密的赛事举办权。喜欢读书？我的《哈佛商学院不会教你的商业策略》（*What They Don't Teach You at Harvard Business School*）已售出超过100万册。喜欢板球？我们与从印度到西印度群岛的板球董事会都有合作。我们与国际奥委会（IOC）、国际滑冰联盟（ISU）、美国职业橄榄球联盟（NFL）、美国高尔夫协会（USGA）都有签约。”随着“开胃菜”和“面包”持续消失，整个体育世界的“字母形花片汤”将沿着餐桌洒开。

名字与岁月流转。纳夫拉蒂洛娃（Navratilova）、格雷茨基（Gretzky）、蒙塔纳（Montana）、杰特（Jeter）、泰格·伍兹（Tiger Woods），马克总是在盼望着这些流浪者的归来 [尼克·福尔多（Nick Faldo）回来了，皮特·桑普拉斯（Pete Sampras）回来了]。他慷慨地支持那些时运不济的人，并总是向那些还没看到光明的人——罗马教皇（the Pope）、玛格丽特·撒切尔（Margaret Thatcher）、比尔·克林顿（Bill Clinton）、杰克·韦尔奇（Jack Welch）——描绘他的蓝图。他说，他们都需要国际管理集团。他告诉他们原因，他们其中的大部分都表示赞同。

随着晚餐从没有星级的德州-墨西哥风味菜（Tex-Mex）逐渐演变为二星级的法国菜，我从这位非常复杂的人物身上看到了一丝曙光。我开始明白他的目标不是名气，因为他不想要名气。他的目标也不是金钱，因为国际管理集团的大部分利润都被重新投入到集团的运营当中。

马克的目标，他做的事，都围绕着国际管理集团本身。它代表着什么，它能够实现什么，其中大部分都是以人们从未想过的方式呈现的。他热爱竞争，讨厌失败。他的人生中不变的目标是使国际管理集团成为赢家。他关注的重点是把国际管理集团打造成一个传奇——整个企业的根基是协同增效，是建立一个互惠互利的非凡网络，而不是利益竞赛。

这就是你会在本书中发现的在如此多方面被歌颂的马克。他是一位

永远不会忘记你的朋友，一位永远在寻找下一个新鲜事物的朋友，一位令人惊叹的远见者和一位富有企业家精神的天才人物。书中蕴含的智慧证实，我们仍然可以从他身上汲取到经验教训。

雷·凯夫 (Ray Cave)

《体育画报》与《时代周刊》前编辑

实践智慧的定义：

一种应用型的对人的感知……主动地、积极地使用直觉、洞察和理解的能力。

——马克·麦考梅克

《哈佛商学院不会教你的商业策略》

引言

我们的关系是基于相互尊重、相互赞赏和相互信任的关系。当我们首次建立商业合作伙伴关系的时候，我们把彼此的承诺视为纽带。除了一次握手，再无其他，这就是我们紧密联系的黏合剂。

——阿诺德·帕尔默

似乎很难相信现代商业体育始于一次握手，但这正是在1960年世界头号高尔夫球手阿诺德·帕尔默答应成为马克·麦考梅克的第一位大客户时发生的。结果证明，这一次握手永远改变了体育世界。

麦考梅克的伟大理念看上去很简单：他相信最优秀的运动员身上具有未被实现的商业价值，并且在帮助运动员以最大限度地发挥潜力方面有利可图。他为什么不代理体育人才，就像他在法律业务中代理客户一样？他的经验告诉他，为了实现这个想法，他需要一颗冉冉上升的明星，而作为一名高尔夫球手的他认识到阿诺德·帕尔默是个完美的合作伙伴。

这一真相存疑的握手是麦考梅克的国际管理集团（一个全球知名企业，它创造了一个全新的行业，专业代理运动员并参加世界各地不断扩大的商业活动，以及通过电视传播进入渴望商品的体育迷们的家中）的

开端。世界真的再也不同了。

广播节目主持人阿利斯泰尔·库克（Alistair Cooke）将麦考梅克作为其节目《美国来信》（*Letters from America*）的一个主题。对于库克来说，麦考梅克的影响力是明确的：

麦考梅克是一位先知……（他是）人才产业的创造人，是使人们在其职业领域成名并闻名天下的制造者，并在这一过程中将他们变成一种财富……他将已经在其职业领域小有名气的人拉为客户，比如高尔夫球手、歌剧演员、作家、足球运动员、赛车手或小提琴演奏家。另外，如果有特殊需要的话，首相甚至教皇也时常成为他的客户。

随着国际管理集团的发展和壮大，麦考梅克作为商人和企业家的声誉也在不断上升。难怪人们想了解他要说些什么，于是畅销书作家马克·麦考梅克登场了。当《哈佛商学院不会教你的商业策略》于1984年首次出版时，它成为当时的畅销书，在《纽约时报》畅销书排行榜首占据了21周，全球销量超过100万册。

对于这本书，作者本人表现出一贯的坦率：“我写《哈佛商学院不会教你的商业策略》不是为了抨击一所优秀的商学院，或是吹嘘我在25年的商战中取得的胜利。坦白地说，这本书的诞生是因为我想写下我对多年从商经历的一些感悟。”他的目的不是写出做生意的权威指南，而是分享他自己关于“实践智慧”践行者的想法。实践智慧被定义为能够运用直觉、洞察和理解来阅读人和商业信息并做出相应行动的能力。“实践智慧”的概念就此诞生，它利用一则逸事从现实商业世界中汲取生存经验和有价值的商业情报。在《哈佛商学院不会教你的商业策略》出版

之后，麦考梅克又出版了多部著作，甚至创办了《成功秘诀》(*Success Secrets*) 企业内部通讯。《哈佛商学院不会教你的商业策略》今天仍在印刷，这不仅见证了麦考梅克的愿景，而且证明了他的商业策略与战术，以及他传达其想法的简单实用方式的持久吸引力。

麦考梅克于 2003 年去世，但他的遗产和商业理念留存。在《哈佛商学院不会教你的商业策略》的序言中，他写道：“为哈佛商学院说句公道话，它们不教你的是它们不能教你……”《超越哈佛——麦考梅克不同凡响的商业智慧》是伴随着这份理念而撰写出的，它通过汇聚一系列的新实践智慧来颂扬麦考梅克的才华。这些实践智慧是基于了解麦考梅克、与其共事并受其影响的人们的采访——他们是来自著名的麦考梅克朋友圈中的同事、客户和看似竞争的对手。本书是对《哈佛商学院不会教你的商业策略》诚挚的致敬，以一批来自体育和商业领域的杰出贡献者为主角，展示了他们与麦考梅克的一次邂逅是如何永远地改变他们做生意的方式的。

同时本书对于为什么麦考梅克不仅能够建立全球企业，而且对全世界的体育产业产生如此革命性和持久性的影响提供了一个视角。

麦考梅克的前法律助理，也是麦考梅克雇来帮助他发展国际管理集团的第一人杰伊·拉法维 (Jay Lafave)，对这一问题进行了认真思考，没有任何人比他更能提供一个有分量的答案。

为什么马克能够走得这么远，并且做得这么好？这个问题没有单一的答案，我认为有很多方面促使马克获得了他被认可的成功。

- 马克很聪明。他兴趣广泛，而且在绝大多数社交群体中都能被轻松接纳。

- 马克悟性很高。这与仅仅只是聪明又有些许不同。他比大多数人更能注意并吸收到优质的东西。
- 马克有着惊人的工作能力——做大量的工作。他督促自己比其他的人更加努力工作，或者至少是同样努力——在黎明之前就早早开始工作，直到晚饭后，不管是在办公室还是在旅途中。
- 马克极其善于整理，他的工作效率极高。他的外套口袋中装着著名的3×5索引卡片——他为每名工作人员、每个客户和每名与他开展业务的人员都备有一张或两张卡片。索引卡上的内容也会被复制到著名的黄色标准拍纸簿上以建立他定期访问并更新的“实时”列表。在这个整理的过程中，马克会停下来思考每名员工、每个客户和每项业务所处的状态，这使他脑海中的所有事情都具有良好的组织性和正确性。
- 马克一向很守时。马克总是准时的，这意味着他在任何计划开始之前都已经做足了准备。这在马克的电话预约上表现得尤其明显。如果他在几个星期甚至几个月之前告诉你他大约会在早上8点15分给你打电话，那么你最好提前做好准备，因为无论马克在什么地方，他都会在那个时候打来电话。
- 马克为自己和周围其他人都设置了高标准。他想要做到最好，想要周围的人也做到最好。马克总是在他舒适的范围之上设定一个最高目标。
- 马克专注于效益。对他来说，这是一种支配性的专注。
- 马克是一位具有前瞻性的思想家，他总是关注未来。
- 从最开始，马克的思想就具有国际性。他的早期客户包括已经赢得公开赛冠军的南非高尔夫球手加里·普莱耶（Gary Player）以及新西兰人鲍勃·查尔斯（Bob Charles）。马克相信一名杰出的高

尔夫球手无论在哪里，都能够赢得重量级的赛事，并战胜最优秀的对手。这种国际视野塑造了马克正在发展的“同一个世界”的商业思维。

- 马克总有办法激励那些为他工作以及与他共事的人，因此他是一名成功的领导者。在我看来，为马克工作以及与其共事的人都会感到和马克有着某种内在的联系。他们成为马克以及后来的国际管理集团忠实的支持者。马克显然是一名出色的领导者，他有办法使每个人都感受到自身真正的重要性。

这些品质综合在一起，使马克略微领先其同辈人一点点。让我们追溯到 20 世纪 60 年代，那时人们常常谈论关于寻找“百万美元的主意”。然而，很少有人可以从“百万美元的主意”中真正获得百万美元，而马克是这个少数派中的一员。

你将在本书一次又一次地看到这些“品质”，无论来自麦考梅克的国际管理集团资深同事，还是从国际管理集团的企业文化中受益的新员工，抑或那些从未在个人层面上认识麦考梅克但时至今日仍然受其影响的一代贡献者，包括以马克命名的马萨诸塞大学体育管理学院的毕业生们。

和《哈佛商学院不会教你的商业策略》类似，本书被划分为三个主题板块，重点关注“人际关系”、“谈判”与“发展业务”的实践智慧领域。每个部分涵盖了一系列逸事和经验，旨在绘制出一幅关于麦考梅克经商方式的图景。

最后，让我们引用阿诺德·帕尔默的话来做总结：

超越哈佛

我从未有一个时刻后悔过将自己的未来交到马克手中。事实证明，这对我们双方来说都是正确的事，我们取得的成功超越了我们最疯狂的梦想。

我们希望接下来的内容也会为你取得商业成功提供一些建议。