

# 《古古生意经》

## 老板之道

老板之道包含着三方面的内容，一是经营之道，二是用人之道，三是为人之道。

经营之道是任何一个生意人的基本功，实际上体现的是他的经济头脑和运作能力。用人之道则是管理的核心。军队上有句格言：“不想当元帅的士兵不是好士兵”，但在企业中往往一心想当老板的人并不是个好职员。好士兵要冲锋陷阵，忠于职守，而元帅的作用在于用好这些士兵。用人有时比亲自上阵还伤神，诸葛亮就是这样活活累死的，他一生都在调兵遣将，而刘备一生最大的成功就在于用好了这个诸葛亮。

在老板的三要素中，最容易被忽略的是为人之道，因为从实用的角度看，每一件具体生意的成败，最直接的原因都属于经营管理方面，只有企业精神和宏观发展方略才与老板的人格有较大联系，而这些决定企业发展方向的重大问题恰恰不为一般人所注意。而且经营之道和用人之道尚可以学习提高，为人之道却与人格相关联，很难从技术的角度改进，所以它又是三道中最本质的一道。正因为如此，要想成大器者必须认真修炼为人之道。

## 认识自己

我们常常听到各种人发财致富的故事，也看到周围有人不断成功，但自己去干，却远不是别人那样潇洒。许多钱是看得见得不到的，机会确实很多，但并非你都能抓住，因为每一个机会的实现，都有赖于大量的准备工作和复杂的操作过程。我们往往只看见别人成功时的荣耀，却体会不到其过程的艰辛，所以会产生错觉，以为遍地机会唾手可得，在选择目标时就很容易见异思迁，结果精力消耗过多，却仍然一事无成。

经商和治学、为人一样，也需要专一，需要有定性。共产党之所以能从小到大最后夺取政权，很重要的原因就是建立了红色根据地，有了巩固的立足点，才谈得上发展。经商若没有一个主攻方向，不能在某一领域潜心经营，则形同浅水，翻不起太大的波浪。

许多人也并非自己想要东游西荡，但老是找不准方向，找不准角色，主要是因为对自己的估计不准确，估计太高，则容易异想天开，估计太低又可能浪费资源，分析不准确。更是造成决策错误，所以关键是认识自己，任何事业的成功之路，都是从认识自己开始的。

## 生意人的情感

生意人的情感，很多时候是从实用的角度出发的，当他们投入感情时，其实是在感情投资。所以局外人见到灯红酒绿之中，一幕幕交杯换盏称兄道弟的场景，常被那热乎气氛所迷惑，只有当事人最清楚，这只不过是一桩实实在在的交易。

生意人在本质上是六亲不认的，所以自古就有“亲兄弟，明算帐”，“生意场上无父子”的说法。因为生意首先是一门科学，科学需要的是理智，如果一个人在这生意的问题上让感情战胜理智，他绝对不是个合格的生意人，更不能成为生意人中的优秀分子。

但这并不意味着感情就可以忽略。社会首先是由人构成的，而感情是人的重要特征，生意人如果不能赢得对方的感情，就很难真正介入对方的世界，与之建立较深的关系，而在中国这个市场经济并不十分健全的社会，关系是生意的重要纽带，关系本身就是生意。

再说，生意人并不总是在做生意，当他作为一个人存在于世界上时，他和所有人一样需要正常的情感，而且因为生意场上的巨大压力，他比常人需要更多的安慰。

所以人间的情感氛围，在生意场上往往更加浓烈，世间的多情种子，生意人也居多，这是与他们的生意热情和物质能力分不开的。

## 以小胜大

有经验的人告诉我，炒股要炒盘子小的股，外行人未必知道其中的道理，而经商办企业，很多人栽在贪大求洋上，例子却不胜枚举。

盘子大，热闹，但效益未必好。一只小麻雀只需要几颗米就能维持生存，要喂饱一只老虎却必须准备一头牛。大企业的开支很难控制，成本增大就等于利润减少，收支相抵后剩下的才是纯利。

人们往往过高估计自己的能力，以为曾经成功地经营一家小公司，就可以在经营另一家大公司时获得同样的成功。但事实是，你也许已经达到了最佳状态，超过峰顶就该下坡了。当你扩大企业规模或涉足新的领域时，必然面临新的学习和新的适应，在这个阶段，经营管理水平跟不上企业的发展，导致效益降低，如果再不能及时输血，渡过调整期，你就会元气大伤甚至毁灭。

所以当资金和人的素质准备不足时，最好的办法就是守住基业，以小胜大，用最少的投资获取最大的效益。特别在经济萎缩时期更需要耐心，首先是安全，其次才是发展，盛极一世的恐龙已成为化石，老虎的生存也越来越难，但渺小的麻雀还在蓝天上自由飞翔，重要的不是光荣一时，最终的胜利属于那些能够生存并且不断进化的生物。

## 买米还是买碗

对于饥饿中的人来说，当然首先买米，不然命都难保。但许多人在解决了温饱的前提下，却并没有投更多的钱买碗，他们是现实的，东西要揣在兜里，装在肚里才算踏实，那么这种聚财方式是否真的合算？

如果把生意场比喻成大粮库，里面有许多路径，门、窗，墙，也有许多粮食，要取出粮来必须熟悉道路，懂得规则，付出努力，然后当你打通所有的关口，站在粮食堆前，有碗的人舀出来的是一碗米，有桶的人取出的是一桶米，有车的人拉出的是一车米，而只有一双手的人则只能得到一捧米，买碗、买桶、买车对于各种不同的人来说，可能都是不小的投资，而且有了这些工具不一定能找得到米装进去，这种投资实际上带有很大风险。所以大多数人宁肯买米，一点一点屯积起来，最终也能成一个小财主，在企业中他们会是一个很好的工作人员，靠双手勤劳致富，但却不是具有发展前途的老板。另一种人只要有了多余的钱，就不断投资，扩大企业规模，建立新的组织机构，把碗换成桶，桶换成车，车换成车皮，以求装到更多的米。当然结果也有两种，一是他的容器确实都装满了，那么他是一个成功的大老板，二是容器装不满，铺了很大的摊子，收获很小的利润，入不敷出，那就成了名符其实的空架子，投资也就是失败的投资，最多得到一个悲壮的评语。

## 理论与实际

有一道智力测验题：一个农夫带了一只狗、一只鸡、一袋米要过河去，但一次只能随身带一样东西，而狗要咬鸡，鸡要啄米，问他怎样才能妥善安置？

答案是这样：先带鸡过左岸，再返回带米，然后留米在左岸将鸡带回右岸留下，再将狗带过左岸，最后返回右岸将鸡带过河去。

这道题的关键是鸡要渡三次河，巧则巧矣，但现实生活中如果真有那么一位如题所示的农夫，他肯定是个疯子。既然能将狗、鸡和米妥善地运到河边，那就肯定早已捆好了鸡，装好了米，一次就能带过河去，何需往返七次？现实生活中更多的是凭经验和直觉，智力测验毕竟只是一种理论推算，是在假设的前提下进行的，与现实有着一段隔离带。

所以有些智商很高，满脑子理论的人未见得就是现实生活的宠儿，反而有时倍受打击，但这并不说明他的理论是错的，理论的作用相当于智力开发，只有有机吸收，化为自身的素质，形成一种思维方式，再加上丰富的实践经验，保证理论的前提符合实际，才能在实际生活中运用自如，克敌致胜。

## 坚持原则

有些事情看起来很简单，比如借钱要打借条，做生意要先交预付款等等，但却往往不能做到。就说借钱，关系好了，又借得不多，或者嫌麻烦，或者碍于面子，把手续的问题免了，这也是常有的事。结果呢，你总会遇到一些人，由于种种原因使当初的承诺不能兑现，最后惹出种种苦恼。

于是你才明白，世界之所以需要原则，就因为它可以凌驾于感情之上，让人们遵循理性的规范和约束。原则是秩序的保证，但遗憾的是原则往往不能坚持，有时因为碍于面子，有时由于懒惰疏忽，也有时是遭到故意破坏，总之，懦弱、疏懒、私欲等等原因导致原则的丧失，最终对事业产生危害。

据报载，一个濒临倒闭的工厂，请了一位外国人来把舵救厂。老外认真考察厂情后，发现各项制度完美无缺，遂命令“照此严格执行”，果然力挽狂澜，使工厂绝处逢生。

我们的原则往往是好的，正如我们往往有很好的理论一样，关键是兑现，是坚持。

## 变动与稳定

流水不腐，户枢不蠹。一个企业内部的管理机制也必然经常变动，以适应企业本身的发展变化。但往往当你增加一个部门的权力时，另一个部门的利益就受到减损，调整某个人员的位置，必然牵动一片人的得失，企业是一个由各个部门每位员工组成的统一体，相互之间都有特定的对应关系，共同形成特定的结构。结构不稳定，则整体也不平安，所以企业的大政方针、整体结构最好能有较长时期的稳定性。有时候一项改革本身是好的，但它破坏原有的秩序所带来的混乱，也许就抵消甚至超过了它带来的好处。动荡产生内耗，内耗必然后院起火，再有生机的企业，几番折腾也会散架的。

## 人际关系

都说万事开头难，其实不然。新企业虽然缺少基础，缺少很多现成的条件，但一项事业刚开始时，往往士气很高，集体的关系也很和谐，艰苦虽艰苦，却也不乏创造性劳动的快乐。随着时间的推移，内部各种矛盾开始积累，就象人的身体，刚出浴时脱去一身污垢，感觉很清爽很轻松，但慢慢地，新的污垢又不知不觉堆积起来，到了一定的程度就会扰得人心烦。一个企业中的人际关系也同样存在着这种循环，如果不经常清洗、调整，到时候就会让你周身发痒，即使是盖世英雄，也奈何它不得。

## 无商不奸

商人没有不心狠的，不心狠做不成生意。就象打麻将，每个人都有和牌的机会，也有点炮的可能，既然你点炮时谁也不会可怜你，那该你和牌时你也绝不会心慈手软。

生意场上从来就是以成败论英雄，只看结果，不看目的和手段，谁也不会因为你失败就同情你，谦让你，该交的税要交，该付的工资不能不付，房租、水电、办公费等等等，一分也少不得，说穿了，大家都有一本难念的经，都必须首先考虑自己。所以生意场上只有一条出路：赚钱！

无商不奸，商人的奸也是逼出来的。人在严酷的环境中，最强烈的本能就是生存；商人在激烈的竞争中，唯一的选择就是赢利。当然，为了赢利而违法犯罪，就不是奸，而是蠢了。

## 角色矛盾

一个人能不能一边经商一边写作，来个精神物质双丰收呢？我看很难。鱼和熊掌不可兼得，因为文人的骨子里早已有了某种特质，这种特质决定他是文人，以文人的方式思考和生活。商业原则和艺术原则是很难并存的，当文人一边经商，一边还梦想着凭借艺术实现自我价值，还把文章视为经国之大业，不朽之盛事，骨子里还把艺术原则看得高于现实生活，那么他就还是文人而不是生意人，他的原则就会与商品世界格格不入。要么是商人，要么是艺术家，二者只能居其一。

## 滚雪球

做生意就象滚雪球，当雪球已经滚到很大的时候，只要它轻轻一动，缓缓地滚上一圈，就会吸附上许多新雪，使体积成倍增长，而此时它每增加一倍，都是一个天文数字。

但当它还是一个小雪球时，情景就不那样壮观了，纵使它发疯似地滚动，基数太小，增长还是有限。同样是滚动发展，此增加一倍与彼增加一倍，结果有着天壤之别。

所以有实力的大公司就越加容易发展壮大，而众多小公司则艰难度日、自生自灭。一个大雪球主要的问题就是维持使它滚下去的动力，只要它不停地滚着就足够了；而小雪球除了以飞快的频率滚动外，还得提防被别的雪球撞碎，这样的状况将持续到它终于成为大雪球时止。能幸运地滚到这一步的雪球并不多，这就看各自的造化了。

## 读书养气

读书可以养气，尤其在陷于琐碎事务的状况下，能抽出时间读点严肃的书，对于调整心绪，滋养精气很有好处。

人长期在现实生活中从事具体的工作，很容易使心智降到现实的水平，从而被现实所左右。很多年轻时雄心勃勃、目光敏锐的人，最终被岁月磨去棱角，平平庸庸终其一生，很大的原因就是没有一种精神力量支持他长久保持锐气和清醒的头脑，而读书正是得到这种精神力量的最好方法。

严肃的书总是包含着深刻的思想，能让人站在超现实的台阶上，审视自身和社会，对平日积淀的世俗经验进行清理，从而更合理地设计人生。一本好书总是饱含情感和个性，使读者受到一种性格的感染，尤如充电，让精神激活，从而焕发生机。

## 铁打的营盘流水的兵

中国象棋中最要命的是“将”军，帅被别人将了，你就危在旦夕。看上去整盘棋热热闹闹，都是车马炮卒们的戏，实质上要害却是后方那个不动声色的帅，所以帅和左右两个士是轻易不动的，一旦动起来，就接近残局了。

任何一个企业最热闹的都是业务部门，影视作品反映生意人的典型镜头是洽谈业务；“生意经”入门一类书很大篇幅是教导人如何营销；实际生活中业务人员的报酬也往往高于生产、后勤甚至管理人员，因为他们创造的效益立刻体现为具体的容易量化的数字，他们的业绩对企业利润的影响立竿见影。

但一件产品能否推销出去，最关键的乃是产品的内在质量；业务能否源源不断洽谈回来，最关键的亦是企业有没有能力完成好这些业务。业务必须有一个可靠的载体，所以稳扎在中央的大本营才是最关键的部分，这里是一切业务的消化处和诞生地。古人说“铁打的营盘流水的兵”，如果一个企业过份重视业务员和推销术而忽略了后方的生产和管理部

门，就会犯一个战略性的错误，犹如下棋心中只有车马而无帅一样，必将营盘动摇，内部空虚混乱，进而影响业务直至整个企业。

## 称兄道弟与讨价还价

最怕遇到那种绝口不提钱，只与你称兄道弟的人，他可以把胸口拍得叭叭山响，一口气给你许出十个诺来，于是你庆幸遇到了爽快人，毫不犹豫履行了自己那份义务。可是该他兑现了，除了没完没了的嘻嘻哈哈外，你得不到任何实质上的答复，当初的承诺等于废纸一张。于是你才明白从一开始签约时，他就没有认真考虑过履约的问题，他压根就没当回事。

一开始就和你讨价还价的人，往往才是诚实可靠的，因为他充分考虑到了合同每一条款的合理性和可行性，也考虑到了违约的后果。只有严肃认真对待承诺的人，才会去推敲它，修改它，这样经过充分协商认可的契约，才有履行的基础。

所以要警惕处处称兄道弟的人，警惕轻易出口的承诺，人与人之间固然需要感情交流，但如果因此而忽略了工作的严肃性，难免会蒙受损失。

## 见钱眼睛亮

“见钱眼睛亮”是做一个商人的基本素质，有伟人说，兴趣是最好的老师，不爱钱，岂能做好生意？做生意是一件非常复杂的事，其中的艰辛非局外人所能理解，它需要一个人付出的智慧和毅力，不比别的任何一项事业少。所以必须处处用心，发现机会，所谓“见钱眼睛亮”指的就是这种敏锐。世界上聪明人不少，但凡能成大事者，都是其中百折不挠，具有坚毅品质的那一部分。他们为什么能支持下去？乃是因为有理想，有激情。而在商场上，赚钱是通往任何理想的唯一途径，见钱眼睛不亮，则意味着缺乏斗志，缺乏理想，缺乏自我鼓舞的能力，就很容易被挫折所击倒。

人类眼睛的形状、大小千差万别，但美丽的眼睛无不是富有神彩，富有光芒的，因为它闪耀的是灵魂的火花，一个人的灵魂因为钱而激发出活力，只要不是邪恶的，就同样值得赞美。见钱眼睛不亮的人，或许见到别的东西眼睛会亮，那他就是别的方面的人才，只是不善经商而已。

## 鸡头与凤尾

有个性的人都宁愿做鸡头，不愿做凤尾。一只鸡虽渺小，但五脏六腑俱全，是一个独立的生命，拥有独立的鸡格，鸡头可以决定一只鸡的生活方式。相比之下，凤尾不过是高级附庸而已。

但现实生活中做鸡头还是凤尾并不那么容易决定。当一个团体还很弱小时，作为它的领袖将饱尝艰辛。做了鸡头，就必须对整只鸡的生存和发展负责，鸡的竞争力差，鸡头所操的心就比别人多。相比之下，凤尾就潇洒得多，既有风气光彩夺目，又不操心轻松自在。一个大公司的部门经理往往比小公司的董事长风光，这就是整体优势的好处。

但凤尾也有凤尾的苦恼，虽身在具有整体优势的团体，却只占据其中配角的位置，受制于凤头，服务于全体，固然也有它的作用，却并非举足轻重。

所以鸡头和凤尾对它各自团体的态度也大相径庭。鸡头往往把它的小团体当作自己事业的根基，倾注极大心血去耕耘它，凤尾则常常见异思迁，既然它在团体中可有可无，团体也不能要求它有太多的责任心。

凤尾的流动性很大，这是必然的，它随时可能从一只凤飞到另一只凤身上，更有可能摇身变为鸡头或凤头。因为独立、自由是一切生物的天性，只不过有时被压抑着没有发芽而已。当然鸡头也有可能变成凤尾或鸡尾，因为选择什么角色除依据自己的好恶外，还有能力和机遇的问题。

## 石头与螃蟹

许多企业都试图以“厂兴我兴、厂荣我荣”这类口号树立员工与企业同生共死的意识。从道理上讲，员工是靠企业吃饭的，锅里有了，碗里才有，皮之不存，毛将焉附？但事实上，很难让每个员工都有这样的觉悟水平，几乎每个企业都有这样一批人，不是首先为企业利益着想，而是把企业当作唐僧肉，能吃就吃，能捞就捞，既在靠你，又要挖你，作为老板实在寒心。

然而仔细一想，这也是人性的自然体现，正如俗语所说：“哪块石头旁边没有几个螃蟹”，当人的理性思维和道德水平还没有达到较高层次时，必然从直观出发，从自身需要出发，去获取实际的利益。公与私之间的关系实质是一种利益关系，是相互的依赖和利用。所以石头只有承认螃蟹存在的合理性，然后努力提高自己的质量，使自己成为一块真正靠得住的石头，能遮风蔽雨，又坚固严密，不可撼动，不可挖蚀，让你不得不靠又无隙可钻，这就是管理的水平。这样的石头，螃蟹越多，景象越繁荣，又有何惧哉！

## 不要想当翘脚老板

很多人一出道就想当老板，而且是翘脚老板，以为投一点资就可以潇潇洒洒进入剥削阶级。

殊不知当老板很苦，尤其是创业之初，你所付出的劳动量远远超过任何一位员工，资本的原始积累是由血汗凝结而成的，大多数人要具有能当老板的基本财力，必须一手一脚奋斗多年。就算是有特别的运气或背景使你意外暴发，要想成为真正的老板通过经营使这些财富增值，也不是轻而易举的事。因为要管理好企业，自己首先必须是行家，而要成为行家，必须得亲自去干，在实践中学习。事实上大多数老板选择的项目都是自己熟悉的老本行，一个厨师有可能成为出色的饭店经理，但让他去开个文物店或者办个纺织厂可能就很难。

也许有人会想，只要有钱，请一个内行来全面负责，自己不就可以当翘脚老板了？但除非你是个傀儡，至少要设计企业的宏观发展战略，与数不清的老板们竞争，这就足以让你呕心沥血了，对内还要领导一批管理人员，领导者与被领导者总是一对矛盾的统一体，既相辅相成又相互斗争，斗争就是伤脑筋的事，要想不受制于人，必须全力以赴投入企业的经营管理中。所以凡有心当老板者，首要的心理准备是吃苦，然后再去考虑别的。

## 老板的自我

当老板就得学会演戏，不管什么时候都要做出一副成竹在胸的样子，才能给别人以依赖和鼓舞。

只有当夜深人静，拖着一身疲惫回到家里，你才能御下面具，恢复到真正的自己，此时白天的伪装土崩瓦解，你才感到一种实实在在的空虚。

当老板责任太重大，很多时候不得不把自己暂时忘掉，搁在一边，尽管很多人当老板的初衷是想实现自我价值，但实际上当了老板之后，很多人又失去了自我，变成环境的附庸，成为一个庞大机器的一部分。从来没有一个老板是想干什么就干什么的，他的权力越大，对企业付出的心血就越多，他就越不能自由，越彻底地成为奴隶，成为他自己事业的奴隶。

## 快乐原则

实行计划生育有一个最根本的难点，就是男女之间始终要频繁地劳作，播了种不让他收获，自然是费神的。假如有谁发明一个绝招，让男女之事变得痛苦异常，那岂止是计划生育，连整个人类的面貌都将彻底改观。快乐原则是人类行为的最高准则，所有生物都是因为这个原则才得以延续、发展。

从温饱冷暖到伦理、艺术、科学、政治，快乐原则贯穿始终，正如没有痛苦的感觉就无法对人制约一样，管理的根本原则就是以快乐作为奖励，以痛苦作为惩罚，从而规范人们的行为。

要极大地解放生产力，调动员工的生产积极性，就必须使他们感觉到工作的愉快，这种愉快从劳动过程贯穿到结果。在劳动过程中需要的是谐调的环境，有趣的劳动，和对劳动结果的憧憬，而结果之所以值得憧憬，乃是因为它能带给人成就感，同时带给人财富。有了物质和精神的双重报偿，工作就不再是一件枯燥乏味的事，管理也将变得容易得多，生动得多。

## 难得潇洒

事实上很多老板在日常生活方面花钱还不如职员潇洒，而且大老板往往比小老板朴素。因为当钱很少时，它是钱，每一角每一分都有具体的用处，而当钱很多时，钱就成了数字，与日常生活中的具体花销关系不大。大多数老板并非每天随身带着支票本和信用卡，他们口袋里的现金也不比普通人多多少。

老板一般都习惯于算账，因为他们长期生活在成本和利润之间，在花一笔钱时，自然而然会计算是否合算。很多老板上班时可以连眼皮也不眨一下签出成千上万的支票，下班后却因为几元几角与人讨价还价。买卖再小也是生意，真正的生意人不会无缘无故乱花钱的。

大多数老板都很“抠”，因为经营本来就必须精打细算，何况当了老板，压力不知比职员大多少。替人打工的，只要有本事，哪里都找得到饭碗，吃得饱就继续干，吃不饱，一走了之，炒你老板的鱿鱼。老板则不同，企业是你的，只要一天存在，你就一天不能停止去找足够的米来下锅。

所以老板即使赚了钱也有危机感，而且他们既然能在激烈的市场竞争中生存发展，大多数还是有强烈事业心，且能吃苦耐劳，许多人甚至成为工作狂，哪里有功夫去潇洒？

他们确实比一般人更多地出入宾馆、酒楼、夜总会，但那多半也是为了应酬，不过是工作而已，与潇洒相去甚远矣。

## 不断创新

越基础性的产品生命周期越长，比如油盐酱醋之类，千百年来基本风味变化不大，而科技含量越高、越尖端的产品，生命周期就越短，比如计算机半年就换一代，这种速度使那些开发新产品能力弱的企业很快被淘汰。越前卫的产品风险越大，对生产经营者的创新能力要求越高，这是产品的内在性质决定的。

现代社会日益激烈的市场竞争也迫使企业家必须不断创新换代。人与人之间能力的差别其实并不大，也许你今天确实走在众人前面，但并不意味着你有绝对的、永恒的优势，

总有人与你只有一步之遥，只要你一停顿，眨眼间就会有人呼啸而过，抢在你的前面。特别是在市场竞争机制还不健全的环境下，法律有许多空子可钻，一件好东西一露面，立刻就会钻出许多膺品，和你一模一样，或者稍加改头换面，就冲将出来把市场杀个稀烂，你要想站住脚，最有效的办法莫过于增强自己的实力，在巩固品牌的同时，推出更有吸引力、更先进、更优越的新产品。

所以，哪怕你目前的产品再好，你都必须意识到这只是暂时的，世界上没有一劳永逸的事。作为老板，你的职责就是不断地使企业超越自身，不断地创新、成长。

## 赚钱以后

如果有人提问“你赚了钱后想干什么？”，那些答得越具体的人往往越穷。一个人如果赚了钱就很明确地想到买时装、买音响、买车、买房等等，说明他还很缺乏这些具体的物品，这些东西还是他所追求的理想，其奋斗起点和目标仅此而已。

钱越多的人其实越没有具体的消费计划，当日常生活开支只占到总收入的很小一部分时，钱就变成了数字，用钱就变成了投资。

越大的资本家越没有固定的投资方向，大企业都是集团公司，资金随时在流动，如果不通过财务公司的复杂统计，有的老板连自己都说不清有多少资产，它们又是如何构成的。越大型的投资其过程越复杂，越难于描述，所以如果要问一个大老板赚了钱以后想干什么，他大概只能笼统地答“投资”，除了意向性的选择外，不会告诉你具体细节。

大老板也是从小老板成长起来的，当初他肯定也有过许多琐碎具体的理想，但当 he 一步一步实现它们，扬弃它们，使之逐步由具体到抽象，由琐屑到宏伟时，他的事业也就日渐壮大了

## 有义更有利

《三国演义》中，刘备常对干将们说妻子如衣衫，弟兄如手足，所以他不管多危急，总是和弟兄们在一起。

这种观点在现代女性看来，有点可恶，但在乱世之中，却是镇军之宝，当将士们看见皇叔尚且不顾家小，与大家共存亡，其他弟兄岂能怀有二心？所谓“义气”二字，就是把大家的利益和命运都捆在一起，彼此忠诚，彼此帮助，这也算是一种集体主义精神吧？

现代企业中，规范化的管理有许多具体的条款，但团队精神未见得比古人更强，见利忘义成为一种社会现象，当很多人都打着自己的小算盘时，集体的战斗力就弱了，尤其是集体的领导者，如果把妻儿老小看得比弟兄重，把自己的利益看得比企业高，哪谁又愿意为你卖命呢？都不愿意卖命，就都不可能杀出重围，更不可能打下江山，结果大家都没有得到多少利益，一心只为利，得到的只是小利，心胸开阔，追求“大义”的人，往往最终获得了“大利”，刘备最终不仅顾全了他的妻儿，还成了一个英雄，拥有了一个蜀国和千古美名。

## 少 占 便 宜

当你从一个人那里得到意外的许诺，其实往往并没有占到便宜，反而是惊喜越大，你就付出越多，对方就有更大的收益。

世界上没有免费的晚餐，绝大部分上当受骗的案例，都可以从被害者身上挖出一个思想根源，那就是想占便宜。

所以最聪明的做法还是公平交易，明码实价，该多少就多少，心里明白自己的价值，自己的作用，自己的份量，不对额外的收入抱有幻想，这样虽然少占点便宜，但心里会踏实一些。

## 温 柔 一 刀

当一个商人要把钱从你的口袋挖到他的口袋里时，最有效的办法就是先把你抬高，让你忘乎所以，然后心甘情愿挨他温柔一刀。

所以当你接到各式邀请，兴致勃勃准备加入上流社会，或者享受特别优惠时，你就得小心，那些烫金、镀银、套红、盖章的玩意儿，越是堂皇高贵，就越不会明码实价，你也越不可能讨价还价，于是就只得为所谓的文明优雅付出超额的代价。

世界上没有无缘无故的爱，在商场上如果有“爱”降临到你的头上，当你热血沸腾牵住她温柔的小手时，她多半正目光如刀，瞄准着你的钱袋。如果你因此而受伤，除了埋怨自己的附庸风雅，头脑简单外，还能怪谁呢？

## 堂堂正正赚钱

歪生意看起来发得快，但很难长久，来得快去得也快，歪生意通常要靠特定的环境和渠道，依赖性很强，一旦某个环节失灵，生意也就做不走了，没有后续财源，赚来的钱又很快挥霍，最后难免从终点回到起点。

这还是比较好的结局，歪生意总是见不得阳光，经常走夜路，总要碰到鬼，不管是黑吃黑，还是被曝光，被绳之以法，所担的风险都远比一般生意大，邪不压正，总有一天会翻船，说不定连身家性命都全部赔上。

更重要的是，一旦尝到歪生意的甜头，就不愿意再下笨功夫，把心思放在踏踏实实的经营管理上了，而歪生意终究不能大张旗鼓，从长远来看，真正想成大器者，还是正正经经做人，堂堂正正赚钱好。

## 谁 的 公 司

当你坐在黑色的高靠背皮转椅上，环视眼前这个由你亲手料理出来的公司时，你可能会豪情顿生——“啊，我的公司！”。

从法律角度看，它确实是你的公司，但当你心里这么认定时，你就排斥了其他人的存在，将自己孤立起来，于是当你需要员工加班加点时，他们会想，何必为你的公司卖命？当你赏识的干将终于能独挡一面时，他却要离你而去，开创自己的公司了。

如果你把公司仅仅作为自己的私产，就很难宽容大度，体贴下属，你也容易原谅自己在工作上的失误，纵容自己，无所作为。

只有当你意识到这是大家的公司，你有责任让每一个成员都获得最大的利益，得到最大的快乐，那你才有可能成为一个伟大的老板，进行人性化的卓有成效的管理。可惜对大多数老板来说这只是个梦想，哪怕你的公司已经改革，员工已经占有相当的股份，你真心希望调动起他们主人翁的热情，轰轰烈烈干一番事业，但只要你骨子里还响着那个声音，一切都无济于事。

## 钱 永 远 不 够

当你还没有一个自己的银行户头时，你的理想是除了吃饭，能稍有节余，好买一套时装或几本好书；后来你终于有了存款，又希望达到 5 位整数，好买彩电、冰箱、洗衣机；后来 5 位数也达到了，你又希望进步到 6 位，好买手机、买股票，当个法人代表；当 6 位数也终于被踩到脚下，你还是不会满足，还会向前挺进，你要买车、买房、买地皮、买卫星、买头衔、买横扫千军的感觉。你其实心里很清楚，就此收手是不可能的，钱再多也永远不够，你会永远感到窘迫，感到压力巨大。

不是钱真的太少，而是欲望永无止境！欲望就象传说中的红舞鞋，调动你的激情，让你飞旋起来，光彩照人，但你自己却被它紧紧攫住，直到生命耗尽为止。

## 王 婆 卖 瓜

大凡企业都做过广告，不管采用何种形式，性质都是王婆卖瓜。王婆虽然名声不雅，但她毕竟炒成了名人，生意就比张婆李婆好得多。

广告是必须做的，有几声吆喝至少能把摊子扯圆。但王婆的招数也太简单，作为贩子，这家的瓜和那家的瓜，都差不多，谁又比谁好多少？结果大家都学了王婆，反而都卖不起价钱。

于是就有了新生代，干脆不谈瓜，而是介绍人造卫星，当然，卫星和瓜也有关系，据说卫星里有几粒瓜种，遨游太空后可以结出比人还大的瓜来！

如此一来王婆就显得小气了，尽管瓜还是那些瓜，但和卫星有关的龙门阵就更能引人遐思，使人在汁水以外又吃出更多的味道。当然王婆也完全可以搬出对襟袄和尖尖鞋，把行头和店面装饰一番，使她的瓜显得更加文化。当卖瓜之人的话题终于离开瓜的本身，广告才真正脱离原始状态，进入更高更丰富的层面。

## 资 本 的 出 路

有了钱，拿去存银行，然后躺着吃利息，这曾经是很多人的理想，但这往往只是穷人的想法，当他们真的有了钱后，很少会安心吃利息，一旦钱的积累超过了日常生活所需，人们便本能地希望这些剩余的财富能不断增值，这时财富就变成了资本。

财主和资本家的最大区别就在于对财产的使用方式上，前者重在积累，后者重在投资。所以一个小财主家里抱得出几罈子银元来，一个大资本家抽屉里却未必有多少现金。对于资本家来说，钱是烫手的，有了钱就总想甩出去，有所作为，其结果是有的人发起来了，规模越来越大，有的人却翻了船，连原始积累的血汗钱都全部洗光，这便是投资的风险。

## 自然法则

在动物世界里，凡是过着群居生活的，都有自己的头领。头领除了传宗接代，最重要的工作就是保卫领地。在严酷的生存竞争中，只有尽可能地占有资源，才能保证种族的繁荣。

人类社会中有在在一定范围内的支配权的人，大概就可以称为老板。老板挣再多的钱，一天也只吃得了三顿饭，论财富早就够吃一辈子了，但却没有一个老板会停止追求，就象自然界的头领，地盘越大，支配权越大，生命就越成功。

正因为这样，世界才永远充满斗争，那些不甘于被支配，暂时还不能拥有资源的生灵，总会成长起来，强壮起来，不管老头领们如何提高警惕，少壮派终有一天会得手，自然的法则决定资源的配置，也决定着市场的格局。

## 点 睛 与 画 龙

所谓策划大师，就是专门为别人出点子的人，每每能创造轰动效应，产生可观的经济效益，据说有时一个点子还可以振兴一个企业。但专门出点子的人，自己却从不实施自己的点子，因为点子必须有附着的基础，尤如画龙点睛，龙之不存，睛将焉附？所以点子大师总是寻找沉睡的巨龙，一语点醒，石破天惊。

画龙点睛，也许点睛之人根本就不会画龙，也不必亲自去画龙，同样画龙之人也不一定能够点睛，你能说到底还是点睛之人高明呢？还是画龙之人实在？其实现代社会具有较强的经济协作精神，任何人都不可能包打唱，一应俱全。所以画龙与点睛只是分工协作的问题，二者都很重要。做大事的人，只有将各种要素有效地结合起来，才能达到事业的成功。

## 速度杀伤力

开车的人都知道开快了危险，但当路况不错时，眼见得一辆又一辆比自己还孬的车超到前面，大多数人都会心痒，脚下一踩，油门就不知不觉加上去了，越跑越轻松，越跑越飘然，等到出现意外，想处理也来不及了。

办企业的人，在艰难困苦的创业时期，往往并不会出大的问题，反而是发展壮大以后，经不起身边那些超常规发展的榜样的诱惑，于是头脑发热，放弃稳健的经营，去和开飞车的人较劲，殊不知速度可以产生极大的杀伤力，在高速扩张的过程中，再坚固的庞然大物也是脆弱的，任何一点小小的意外，都可能产生严重的连锁反应，导致其重创甚至毁灭。

世界上每天都有企业倒闭，其中不乏举世瞩目的超级巨星，当那些失败的老总蓦然回首，或许会发现，那些夸耀从未出过事的人，也许真的有一天就出事了，而这样的事只需一次就让你彻底下课。

## 不要想当暴发户

人们嘴里在骂暴发户，脸上是一副鄙夷的表情，但心里其实藏着秘密的希望，巴不得自己也暴发起来。

拥有财富是一个诱人的结果，许多人都梦想着这个结果，但却把过程忽略了。其实财富来得太快并不是件好事，它很容易使人产生错觉，以为世界上的事就是这么简单，这么理所当然。于是你眼光变高了，凡是不能快速赚钱的事，都觉得艰苦、乏味、不值得，再不愿去做琐碎具体的工作，不愿忍耐艰辛和平淡。但人生的机遇也许就只有几次，大部分时间是必须在平淡中渡过的，平淡也是一种能量的积蓄，是通往辉煌结果的必然过程，当你不再珍惜这个过程时，结果又会怎样呢？所以暴发户大多都不长久，就如流星一般，悠悠即逝。难有成大器、创大业的。

其实人生就是生与死之间的一段过程，你拥有再多财富，也不能带进坟墓，最终还是要还给社会，人生的意义不在结果，而是在过程之中。

## 纠缠战术

人性的弱点可以提供很多商机，比如当你并不需要一件东西时，如果有人上门推销，不管你是否愿意，他始终笑容可掬，喋喋不休，最后不管是因为你心被打动，还是不胜其烦，总之还是掏钱了事。

于是有人就将这种纠缠战术写进营销策略，作为推销术的典范，让那些急于应聘的业务员，以为找到了生财之路。

殊不知这正是营销的没落，如果一件商品必须如此辛苦才能让人接受，那至少说明它不是人们需要的东西，你笑得越努力，就越是对别人的强迫，而强迫的关系是不会长久的，如果不提高商品的内在品质，不把它变成人们真正的需要，你的生意就会越来越吃力，纠缠术的成功就是整个事业失败的预兆。

## 成功的形象

办公司的人都要把面子绷起，如果绷不起，就不能赢得信赖。从生意人的角度看，都喜欢和富人打交道，如果你已经负债累累，濒临倒闭，谁又敢来与你合作？所以银行总是装修豪华，证明自己实力强大，再不济的公司，也要做块闪亮的招牌，如果能把牌子立在大厦顶上，让人误以为整幢大楼都是你的，那才好呢！

成功的形象对企业来说很重要，但如果仅仅体现在穿高级西服，吃豪华酒宴，制造一个华丽外表上，是远远不够的，小聪明和大智慧的区别在于，后者更能把握事物的本质！成功的形象最终由实力决定，什么时候你经营管理搞好了，效益提高了，你不再需要名车华服，人们反而更敬重你了，那就是你的形象最高大的时候。

## 敢于说不

中国人的传统观念是羞于说不的，很多时候，你明明不太满意，但碍于面子，还是点头认可了，有些时候你很想拒绝，但说出来的话却变得婉转含糊，让别人以为你可以接受，结果原本简单的事就变得复杂，等纠缠了很多回合以后，你才明确拒绝，反而更伤害对方。

敢于说不，既是自己的需要，也是对别人的尊重，是节约时间，简化办事程序的必要方法，也是一种明朗的人际关系标志，如果对方是你得罪不起的人，说“不”就更是对其意志和智力的考验。

## 人生一场戏

中央电视台的许多主持人都是从地方台跳去的，当年他们在地方台时，当地的观众也没有觉得有多么出众，多么了不起，但去了中央，渐渐就气度不凡了，如果再返回地方，与过去的同事同台主持，真的就与众不同，让人刮目相看了。

每个人身上都蕴藏着丰富的潜质，你所面临的挑战越大，对自己的潜能挖掘得越充分，就越可能有非常的建树。一个人的思维和气质常常是由他所从事的工作打磨而成的，并非他刻意如此，而是每天所接触的人和事，每天必须思考和处理的问题，培养出了一种个人风格，而且环境也有一种特殊的氛围，给其中的每个人打上烙印。

一个人对自己的评价常常不是基于自己对自己的认识，而是随别人对自己的态度而改变的，当别人认为你是重量级的人物时，他的态度谦卑，你就不知不觉气宇轩昂，而当周围的人都觉得你无足轻重，你自己要么畏缩，要么激愤，都难有大度雍容的感觉。

所以选择和定位很重要，人生如同一场戏，既然都必须唱下去，必须费时费力费精神，那还不如争个好舞台、好扮相、好角色。

## 进入实战

股市中有种人叫股评家，是专门指导人炒股的，他们个个口若悬河，从宏观到微观，从基本面到技术面，无所不知，无所不晓，不仅有嘴上功夫，偶尔也实战演习，在报刊上买进卖出，一般都赚多亏少。

但现实生活中，股评家却很少成为超级富翁，说是一回事，干又是另外一回事，如果规定每一个股评家，都必须掏钱买一点自己荐的股，恐怕很多人都会改行。只说不干的最大好处，就是不担风险，输赢都与他无关。说对了，听者赚钱不会分给他一分，说错了，也没有人罚他的款，而股市千变万化，对错都有充分的理由，股评家也就不愁挣不到稿费。

在企业界，这种旱涝保收的人也不少，尤其是一些国营企业的老总，只相当于代客炒股，而且不能利润分成，输赢和他并无多大关系，其积极性和真本领必然大打折扣。所以建立现代企业制度的关键就是责权利的问题，企业的经营者应该同时又是企业的所有者，哪怕只占很少股份，但至少能让你进入实战状态，真刀真枪地干。

## 文化的胜利

过去知识分子下海，大多被搞得灰溜溜上岸，反而是那些没有多少文化的人战绩辉煌，转眼成了万元户，让囊中羞涩的文化人直后悔多学了些文化。

于是不少人担心，我们将面临文化的衰败，社会将成为一个经济的畸型儿。

幸好事情并没有按如此轨迹发展下去，万元户们自己再没有机会学习，都会将自己的孩子送进最好的学校；知识分子更是无法抹掉知识的烙印，无法割掉和它的天然联系。无论文化多么不实惠，始终有它扎根的地方，尽管随着季节的变化，难免有枯萎落叶的时候，但生命的活力并不因此而衰竭。

而且随着经济的发展，摆地摊、卖吼货已经不是发财的主要途径，企业家渐渐懂得了营销、C I、企业文化，当经济发育到一定规模，市场建立起了初步的规范，竞争就不是凭胆量和力气，而是靠智慧取胜。一个企业的成功最终是品牌的成功，而品牌的内涵由文化决定。世界上所有著名企业都有自己的独特风格，有鲜明的价值观和经营理念，文化一旦和经济契合，就不仅仅是精神财富，而直接产生了经济价值，这时的文化人也就不再是穷酸的代名词，文化也不再是文化人敝帚自珍的东西了。

## 中游状态

俗话说店大欺客，其实真正的大店是不大欺客的，越是上规模、上档次、有名气的店，就越是讲求信誉和服务。

店小也不大欺客，因为真正的小店做的是街坊邻居的生意，接触面本来就小，来的都是老买主，得罪一个少一个，所以处处小心。欺客的事大多发生在那些既不是小店，也不是大店的堂子里，他们比起小店实力雄厚，不在乎一两个顾客，所以有恃无恐；比起大店来，他们树小不招风，既然没有金字招牌，也就没有砸牌的顾虑，只要事情不闹大，每天照样开门。

只不过万事万物都有其发展的逻辑，大店之所以成为大店，正因为他有精益求精的风格，而世界上之所以有很多企业，如一阵过眼云烟，倏忽即逝，虽然原因多种多样，但这种既无荣誉感，也无危机感，缺少激情的中游状态，至少是罪魁之一。

## 高薪加结义

结义是古代有效的管理办法，它主要起个凝聚作用，使一个团体同心同德，不计得失，减少内耗，增强合力。

但结义也是包含了利益因素的，桃园三结义，刘关张之所以能走到一起，也是因为英雄相互倾慕，想共创大业，如果英雄去和一个小混混搅在一起，对他来说又有什么意思呢？结义是利益一致而又志趣相投的人结成的牢固同盟，利和义缺一不可。

现代社会对利强调得多一点，但在一个企业中，只有利益而无理想和情趣，即使这个企业很庞大，也没有生命力，反之如果只有义的魅力而无利的吸引，这个生命虽然鲜活却又是脆弱的。

现代人不妨学学刘玄德，对兄弟们既有情义，又有犒赏，高薪加结义，可能是一个企业最好的管理手段。

## 假老练

一个人没有经验不要紧，只要他素质尚好，又肯学习，过不了多久就会由陌生到熟悉，由不懂到懂，变成业务好手。

怕就怕遇到假老练，做出很内行，很自信，很有把握的样子，你于是委以重任，让他独挡一面。但假的终归要露出原形，到时候双方尴尬尚在其次，如果因此而误了大事，那就太不值得了。

假老练本质上不同于骗子，也不去谋财害命，但它的可恶在于干扰你的判断，让你上当受骗。其中危害最大的又是那种充假充久了，习惯成自然，连自己都以为自己确实老练的人，不仅不愿虚心学习，反而总想去揽一些所谓的大事，结果往往是虎头蛇尾，贻笑大方。如果人一生都处于这种状态，那这一生很可能一事无成，所以假老练从某种意义上说自己也是受害者，不懂装懂，不行装行，先糊弄自己，再糊弄别人，结果是既害了自己，也害了别人。

假老练有没有积极的一面呢？有。有的人只是想把面子绷起，先争到一些有利条件，然后边干边学，因为他自己心中明明白白，就会去暗中学习提高，这样过一段时间完全有可能锻炼出来，由假老练变成真老练了。

## 一无所有

苦大仇深的人最具有革命性，因为他失去的是身上的锁链，得到的是整个世界，所以我们不难理解，今天大城市里的重要岗位，许多都被外来移民所占据。他们来自于艰苦的山区，贫穷的农村，闭塞的小县城，并没有什么先天优势，或者通过考学，或者通过打工，就凭着要在大城市出人头地的强烈愿望，从社会的最底层开始，艰难地奋斗着，渐渐占据重要位置，以至于到后来，比土生土长的居民更像城市人了。

一无所有是一种财富，它让人产生改变命运的冲动，产生出创造的激情，同时，一无所有就无所牵挂，能量就发挥得更彻底。

农民要进城打工，丢掉的无非就是一把锄头，而对城里许多养尊处优的人来说，要离开原来的环境，去开创新的事业，需要放弃的东西就太多。结果大多数人割舍不了，创业也就成了幻想。

所以当你原有的优势受到威胁时，你其实正面临着一次机会，当环境把你逼到一无所有的境地，实际上是给了你一把挖掘宝藏的锄头。不要扭住已有的东西不放，只有把自己置于一无所有的境地，你才能轻装上阵，到时候你会发现，这种心态本身就是一笔宝贵财富。

## 危境中的机会

猪八戒吃人参果，本来是千年结一回的珍品，他一口气吃下三个，还没有品出滋味。对于饥饿的人来说，给他再好的东西，也只能吃出这样的效果。

所以在商品匮乏时代，是不可能产生精品的，市场的需求太强烈，不管是大菜还是拼盘都一味地消化，厨师就不重视手艺了。场面上的繁荣，往往掩盖着本质上的危机，表现在人身上，就是心境浮躁，表现在商品上，就是粗制滥造。

相反，在商品过剩时代，人们的口味就特别挑剔，厨师就要优胜劣汰，真正的好东西就能显出它的价值。所谓危机，可以理解为危境中的机会，当整个社会经济低落时，真正的英雄正可以大显身手。

## 珍惜良种

最优秀的人才相当于企业的良种，他的价值不在于他本人能创造出什么，而在于他的后来者代能创造出什么，良种存在的意义是超越其个体存在的。

所以让最优秀的人去从事具体赚钱的工作，实在是种浪费。企业的良种应该相当于孵化器，不断地寻找项目，培育项目，使其成形，然后顺利移植到合适的土里，让新班子去经营它。

有了这样的良种，企业就有了新的利润增长点，有了健康发展的保证。当然，良种的价格会贵一点，但只要认准是值得的，回报也常常会让你满意。

## 商家是菩萨

“全心全意为人民服务”确实是个伟大的思想，借用到商业上，就变成了那句流行语“顾客是上帝”。但上帝是什么，在中国人的印象中并不太清楚，大概也就类似于菩萨吧？

菩萨主要的作用是救苦救难，凡人去烧香总要不失时机地许上一愿，都想让菩萨帮自己做点什么，其实主观上是很功利的，谁又想过菩萨的需要呢？所以当把消费者当作菩萨供起时，商家并没有真正树立服务意识。消费者首先是一群具有各种需要的凡人，谁能满足这些需要，他就给谁烧香。

这样看来，还不如把关系颠倒过来，让商家当回菩萨，如果真的能象观世音那样，洞察人的心思，满足人的愿望，无论是雪中送炭，还是锦上添花，只要你确实是为凡人做好事，那门前香火岂有不旺的？

## 信用工程

空手道很难做大，基本原因在于它没有资本的依托，没有信用可言。越大的生意，信用越是重要，很多时候并不需要现过现，人们实际是在一个模拟的网中交易，钱的兑付是滞后的，一笔大生意并不需要把所有的款项都准备齐了才开始，只要你手中有一部分垫底的钱，完全可以以一当十。有的人没有钱，但他能给人有钱的感觉，或者让人相信他有特殊本领，可以让承诺兑现，那也是一种功夫，也能把事情办成。

对于企业来说，信用是一个杠杆的支点，有了它，就可以撬动比自己体积大得多的事物。建立信用是一项艰巨的工程，在经济活动中，最直接的信用保证就是资本，它是实力的象征，此外还需要一种人格力量，二者的结合是最完美的。

## 特权意识

在企业的管理、后勤部门中，很多人都有一种特权意识，把自己职责范围内的工作，当作可以支配的权力，当其他部门的职员，尤其是职位较低的职员需要他服务时，他的架子就端起了，让求他办事的人满脸堆笑，心中忐忑。

其实，这些部门并不直接创造效益，它们之所以有理由存在，就因为那些赚钱的部门需要它们协调，赚钱的人需要他们激励。从本质上说，凡是不直接生产经营的部门，都是服务性质的，无论你管的是钱、是车、是人、还是大头针，都不是你自己的东西，当企业把消费者当成上帝时，这部分人更应该搞清楚，自己的上帝是什么——就是本公司的其他人！

## 将来概念

许多人买电器，明知道说明书上那些密密麻麻的功能也许一辈子都用不上，但还是宁肯多掏些钱，买一台更复杂的回去，因为他们心中有一个念头，那些现在用不上的功能，也许将来有一天能用上。

人很多时候是在为将来付款，尽管将来的情况和现在的设想可能会有很大差距，使你的预支永远不可能兑现，但人的本性就是如此，所以聪明的商家总是尽可能地勾起人们的预期，把他们的眼光从现在引向将来。

“将来”是一个最具有挖掘价值的概念，它往往能使消费者超越现在正在阻碍消费的种种障碍，产生购买的冲动，同时也给商家提供了绝好的商机。当然，对这种“将来”的把握，犹如人们对理想和憧憬的把握一样，它永远存在着，但却不一定到来。

## 礼貌基本功

对于很多人来说，到大公司要学的第一件事不是如何做业务，而是如何打电话。尽管很多人自认为是会打电话的，但实际上他们仅仅只是能把要说的话说出来而已，至于措词和语气，甚至音色上的讲究，就从来没有花过心思了，所以给人的感觉不够专业。

人与人之间在智力和体力上的差异并不是想象的那么大，一件事这个人能做，另外的人也能做，只是做出的效果不一样，往往是一些细节上的功夫，决定着完成的质量，从这个意义上说，细节反映着本质。

比如礼貌，初出茅庐或者自视太高的人，常常只把真本事看成是打天下的利器，而把为人处事当作保护自己的铠甲。其实，在文明社会，文明本身就是极好的武器，征服的是人心。

礼貌可以传达很多信息，可以暴露一个人的修养、阅历、乃至德性，所以它是人生第一课，事业基本功。真正得体的言行是不可能伪装出来的，一个人的胸怀和气度以及他驾驭人际关系的能力，自然会在礼貌中表现出来。所以假如一个恃才傲物的职员得不到老板的赏识，他只简单地把原因归结为不会溜须拍马，那就太片面了，老板固然不会喜欢不尊重自己的人，但更重要的是，他可能看出了你的价值和造化，不过如此。

## 专权专责

有的人喜欢专权，什么都要亲自决定，一抓到底，生怕稍一松手，就会失去控制。其实权力的集中同时也意味责任的集中，如果所有事都要一个人说了算，其他人对这些事自然就漠不关心。

权力相当于能量的排列组合，是完全可以分配下去的，掌权相当于负责，分配权力也就等于分配责任。所以如果只要求员工对企业有责任心，而不给他们相应的实质性的权力，那责任心就只能是一句空话，要激发他们工作的积极性、主动性，甚至创造性就更是奢谈了。

## 人才标准

人才是个相对的概念，对一个特定的企业来说，并不是所有高智商的人都是人才，每个企业的情况不同，需要的人才就不同，哪怕是个外星人，如果企业用不上，就等于废品。对企业来说，人才的标准只有一个，就是能否为企业创造价值。

用这样的标准去衡量，有两类人就得清除出人才队伍。一是学非所用，或者用非所能的，他的才能是有，但和现实错位，如果始终不能纠错，那就始终没有好的效果，这对企业和人才双方来说都是一种浪费。还有一种情况，就是企业虽给人才提供了用武之地，但人才却不卖命操练，只是象征性地舞弄两下，浑身的功夫都使到别处去了，这样的人才犹如鸡肋，最终还是得丢弃的。

## 把一件事做透

办企业的人，大多数人都遇到过赚钱的机遇，也曾经有过潜力很大的项目，那真是一段愉快的日子，干什么事都顺，前途无限光明。

然而当那一阵高峰过后，日子又渐渐平淡了，许多人便开始烦躁起来，一心想创造新的辉煌，于是大量的精力用于开拓，原来赚钱的项目反而无暇顾及，时间一长，有的就自然废弃了。

一个好项目的珍贵，是要在事过很久以后，回头再看，才能发现的，并不是所有的付出都能得到相应的回报，在一个特定的范畴中，重要的因子只占少数，而这少数却决定着

全局的性质。正如你买了十只股票，也许 80% 的利润来源于其中的两只，如果你不紧紧把握住它们，狠赚一把，那另外八只的亏损就可能把利润全部吃掉。

人生就是这样不公平，那两只赚钱的股票也许并没有消耗你多少时间，另外八只赔钱的买卖却让你殚精竭虑。所以把一件事情做透，是成功人生的一条捷径，千万不要以为机会遍地都是，人一辈子大量的活动其实都只是铺垫，真正起决定作用的就只有几次，当你手上抓住一个机遇时，再难也不要松手，也许完成这一件事，就奠定了一生的价值。

## 靠人不如靠己

当你要做一件事时，也许有很多人愿意为你“扎起”，为你出谋划策，为你分忧解难，甚至立刻将可能是最困难的任务领了回去。

于是你的希望迅速膨胀，摊子很快铺开，但只有真的干起来，你才会发现，每个人都有自己的事情，对于你来说视之如生命，对别人来说只是小小插曲，如果把所有希望都建筑在别人的帮助上，就犹如让一堆美丽的泡沫去承载现实的大厦，必破无疑。要干成一件事，其实一手一脚都得自己打理，最终只能靠你自己。

所以设计项目时，一切都要以自己的能力为准，旁人的承诺可以只做参考甚至忽略不计，以后实施项目时，如果能得到帮助，则多一分喜悦，得不到帮助，也少一分失望，至少你不会因为误事而怨恨，别人也不会因为内疚而增加压力，这样于人于己都更好些。

## 组织作用

现在一分钱掉在地上，可能很多人都不屑于捡，但如果全国人民一人出一分钱，就可以造就一个千万富翁，钱不在多少，关键是要有一种机制，一种组织办法，能把大家的小钱汇聚起来。如果谁能找到这种办法和机制，谁就是策划大师，谁能够运用这种办法和机制，谁就是经营之王。

真正最大的机会都是蕴含在最平凡的事物中的，世界上每个事物都有他的能量和作用，但当它单独存在时，与环境相比，他的存在可能显得渺小，一旦组织起来，渺小的存在就会汇聚成巨大的能量。人组织起来可以成为政党，钱组织起来可以变成银行，真正的大老板就是一个组织专家，把许多不起眼的事物集中起来，变成令人仰视的景观。

## 设计对手

武林中当你打遍江湖无对手时，自己的功夫实际上也废了，因为你再没有用武之地，没有证明自己的机会。

对手是个重要的参照物，对手的存在标明你本人存在的价值，设计对手就是设计自身，所以志存高远的人，不会将目光盯住身边琐屑的事物，不会去与比你低的人较量。一个真正相配的对手，是一种非常难得的资源，从某种意义上说，它与自己相辅相存，斗争最激烈的时候，也就是双方最辉煌的时候，一旦一方消亡，另一方也会走向衰退，除非他能脱胎换骨，或者找到新的对手。

古人搏杀时，若英雄相遇，常常不忍加害，其实这种英雄相怜也是一种价值观的体现，珍惜对手就是珍惜自己，对对手的宽容正是自尊的表现。

## 跟风的危险

过去游击队打鬼子的时候，埋雷高手的一个绝招就是在埋好雷的地面上撒一些尘土，再盖上一个脚印。