

中国实干精神

实干精神——中国脊梁的 DNA

幼儿园的小朋友都学过一首童谣《寒号鸟》，从春天到秋天，寒号鸟一直都唱着同一首歌：“冬天到，我要搭个窝。”但是，冬天到了，人们却发现寒号鸟的窝还没有搭起来，它已冻死在树上。

中国的中学生都知道《蜀鄙之僧》的故事：在蜀国的边远地方，有两个僧人，一贫一富。有一天，穷和尚对富和尚说：“我想到南海的普陀山去，怎样？”富和尚说：“你靠什么去呢？”贫和尚说：“我有一瓶一钵就足够了。”富和尚说：“好多年以前，我就打算买一艘船沿江而下，到现在还没买成。你靠什么去呢？”第二年，穷和尚从南海高高兴兴地回来了，并且告诉了富和尚。富和尚不禁惭愧地低下了头。

曾经说过，“我们自古以来，就有埋头苦干的人，有为民请命的人，有舍身求法的人……这就是中国的脊梁。”修身、齐家、治国、平天下，无论哪一条都离不开吃苦实干。

2002年，我刚加盟格兰仕，陪同集团董事长梁庆德先生万里行。当我们行走到中国最难行的西南蜀道时，德叔曾引用《菜根谭》里的名句：“欲做精金美玉的人品，定从烈火中锻来；思立掀天揭地的事功，须向薄冰上履过。”“嚼得菜根者百事可做”，他用自己的经历告诉我：财富就是磨难，

财富就是实干。可以说，中国民营企业的成长史，就是一部咬定目标，坚韧不拔，身体力行，追求卓越的实干史。格兰仕是这样，欧派、华为、獐子岛也是这样。

2003年，殷源老师到格兰仕采访时，提炼出“格兰仕精神——特别能实干”。格兰仕人用大象的沉稳实干，用大禹的专注实干，用大雁的合作实干，用愚公的敬业实干，用盘古的创新实干，用苦行僧的奉献实干，创造了不朽的业绩。随着殷源老师的不断深入挖掘与君风传媒同仁在全国各地的强力推广传播，格兰仕的实干精神广为人知，深入人心。如今，殷源老师又用她的“三寸钻”采掘一个更大的富矿——中国实干精神，并得到了王洪艳老师的响应。她们通过对华为、欧派、格兰仕、王老吉、创维、研祥、好利来、圣火、远东、奥丝蓝黛、山东金号、爱国者、瑞贝卡、慕思、奥贝尔、千叶松、獐子岛、俏江南、味千、广东五叶神、潘高寿等不同行业的冠军企业与领先企业的系统总结，从“想干事、敢干事、会干事、干成事”四大视角，告诉每个身在职场或者即将步入职场的人应该用什么样的心态，用什么样的行动，用什么样的方法，把工作做好，把事业做好，把人生经营好。从最初的格兰仕个案到今天20余家实干企业的整体群像，两位老师这种志存高远、专注坚持、永不放弃的治学精神与创作行为本身就是一种“特别能实干”的精神体现。

随着中国的崛起，华夏民族踏上“复兴之路”，我们迎

来了千年不遇的“中国式战略机遇期”。龙的传人如何抓住这个战略机遇期，想干事，敢干事，会干事，干成事，用中国式的实干精神，打造一个伟大的中国呢？对个人来说，就是发扬“嚼得菜根，做得大事”的菜根精神；对于企业来说，就是发扬“给点土壤就成长，给点阳光就灿烂”的草根精神；对国家来说就是发扬“实干兴邦，空谈误国”的务实精神。反对“拍脑门想事、拍胸脯办事、拍屁股坏事”的形式主义；反对“东混西混，一帆风顺，会捧会献，杰出贡献，会钻会溜，考绩特优，互踢皮球，前途加油”的机会主义；反对“台上讲得天花乱坠，台下听得昏昏欲睡，台上讲得满头汗，台下鼾声连成片”，“打雷闪电热在上层，星星点点落在中层，不声不响冷在基层”的官僚主义……

哲人说，一个人能走多远，看他与谁同行；一个人能有多成功，看他有谁指点；一个人能有多优秀，看他与谁为伴。生活就是生下来就要干活，如何干好活？请看殷源和王洪艳两位老师精心打磨的——《中国实干精神》。这就是中国人的精神，这就是中国脊梁的DNA——实干。

（赵为民，亲力策划“中国实干精神”，著名策划人，出任中国南方多家企业顾问，系原格兰仕企业新闻发言人。）

想干事

想干事，这是实干精神的最初要求和基本出发点。想干事意味着我们要做有作为的人，但想的前提也必须是认识自

我、了解工作。

往往，我们工作得太累、太难、太压抑，是因为我们无法正确评价自我，也太不了解工作的实质，因而会逃避工作中的问题，这也是在逃避成长的机会。

正确评价自我，就是不要好高骛远，也不可妄自菲薄，更不要急功近利和怨天尤人。

另外，还要认清工作实质。工作，它不仅占据了我們人生一半还多的时间，也承载了我们一生的理想、目标、荣誉、成就、价值，关系到我们的财富、地位、名声、收入、房子、假期。我们不得不承认，人的一生幸福与否，工作是头号的影响因素！

然而，那些在职场中脱颖而出、功成名就的人只是少数，大多数人，是把工作当成谋生的手段，更多的时候是在一种无可奈何的状态下，庸庸碌碌混到退休。这一切，究竟是因为什么？

为什么有的人对工作充满热情和信心，喜欢迎接挑战；而另一些人却更喜欢敷衍了事，碰到问题就躲开，把责任推给别人？造成这种差距的根源到底是什么？

所有这一切的迷茫与困惑，都指向了同一个问题：到底是什么是工作呢？

工作就是解决问题！

松下幸之助说过：“工作就是不断发现问题，分析问题，

最终解决问题的一个过程——晋升之门将永远为那些随时解决问题的人敞开着。”这番话道出了工作的真谛。工作不是“完成任务”，不是苦干、卖苦力，不是领导吩咐什么我们就照章执行，然后就等着发薪水。工作的实质，就是凭借我们自身的能力、经验、智慧，凭借我们自身的干劲、韧劲、钻劲，去克服困难，解决那些妨碍我们实现目标的问题。

但是，很多人却往往忙着应付工作，将个人问题视为工作问题，夸大或者忽略工作中的问题。应付工作的原因，在于工作中有层出不穷的问题、困难，而我们习惯性地认为，这些问题、困难属于上司和老板，不属于我们。我们只要躲开问题，就能避免犯错误。避免了犯错误的可能，老板就挑不出我们的毛病，也就不会解雇我们。实际上，工作也好，人生也好，成功者与失败者的分水岭，就在于前者能够勇敢地解决问题，闯过道道难关通向胜利。而后者像鸵鸟一样把头钻进沙子里，对问题视而不见，指望别人替自己把问题解决好，或者幻想问题自动消失。

那些高绩效的人，那些一步步走向成功的“幸运儿”，他们从不回避问题，从不惧怕困难。他们总是积极思考，善于透过现象看本质，从而找出有效解决问题的办法，所以，他们就能够克服别人克服不了的困难，解决别人解决不了的问题。

工作中有问题是正常的，正如人生中会遇到种种麻烦与

不测，因此，要直面企业中的问题，直面工作中出现的问题。到目前为止，还没有听说过在工作中没有碰到问题的人，不论他是老板还是雇员。

逃避问题、把问题推给上司或者老板，并不能解决问题。怪老板不开明、怪条件不具备、怪同事不配合，这些怨气对问题本身的解决没有任何好处。愚昧的人坐在一起互相抱怨，最后问题越来越严重；而明智的人总是多从自己身上找原因，积极寻找改进的办法……

因此，“想干事”会指导我们认识自我、认识工作，抛弃不作为，直接为企业解决问题！而我们想要成就自己的梦想和抱负，就必须从想干事开始。

抛弃不作为 主动找活干

主动找活干的目的是拒绝不作为。

什么算是“不作为”，怎样又是“有作为”呢？本来，这两种情况的区分很清晰，但我们却时常停留在不作为的状态中，而且不以为然。很多人抱怨公司这里不好那里不好，不给机会，让自己难以成长。事实上，我们甚至都不知道不作为的状态是自己给自己的，而不是别人强迫给我们的。

我们首先来看一则《圣经》里有关“赚钱”的经典故事：

主人要出远门，担心家里的一些金块会被人偷走。于是，他把自己的3个仆人都叫过来，分别给3个人1块、3块、5块金子。主人回家以后，3个仆人分别把自己的金块交给主

人。

第一个仆人交了 1 块金子——他怕金子被人偷走，就将它里三层外三层包得严严实实的，埋在一棵大树下面，结果金子完好无损，还是 1 块。

第二个仆人交了 5 块金子——他将金子存入银行，赚了利息，又买了 2 块金子，3 块金子变成了 5 块。

第三个仆人交了 10 块金子——他将 5 块金子换成钱做生意，结果赚了大钱，所以又买了 5 块金子，5 块金子就变成了 10 块。

假如你是这个主人，你肯定最喜欢第三个仆人，将金子增加了一倍。他善于利用自己的手头资源，开动脑筋，想办法创业赚了大钱。他没有像第一个仆人一样固守着金子，也没有像第二个仆人那样选择保守的储蓄办法，而是用金子进行一番作为，这种作为会给第三个仆人带来稳定的工作、更高的薪酬和主人高度的赏识……同样，透过第一个和第二个仆人的做法，我们也可以得到一定的启示：如果一个人只是害怕冒风险，思想保守，没有主动做成事情的意识，那么就会一无所得，或者收获很少。

1 块金子、5 块金子、10 块金子，这就是无作为和有作为的最直接的差别吧！

对于企业的员工来讲，同样：有作为，一切都会有；不作为，等待就会是一无所有！

而且，“不作为”对一个有生命质量要求的人来讲，就是一种犯错，因为在他们的思想意识里就是想要做出一番事情来，否则就愧对自己。

我们在现实中，常常看到有两种人不作为：一种人是偷懒不作为，这种人随大流，尤其是当利益不是明明白白地摆在面前时，或者说即使有利益，但不是现实利益，可能是长远利益，可能要靠长期的努力和不懈的挑战才能实现，那么，他可能就会懒懒地没有什么积极性，自然不会有什么作为。还有一种人，怕承担责任，所以不作为，因为做不好丢了面子事小，责任又由谁来负呢？所以为了“安全”，他们选择了不作为。现在，对那些身居要职而不作为的人而言，还有了“不作为就是犯罪”的提法。所以，无论是犯错也好，还是犯罪也罢，都在提醒着我们，既然我们的生命在世上走过一遭，我们就应该积极地思想，主动找活干，不能因为偷懒，或是怕承担责任，而最终无所作为。

每个人，首先作为一种自然人的状态存在，这种存在就会要求有衣食住行等各方面的基本需求和保障，多数人选择一家企业工作，就是为了生活得更好，房子更大，吃得更健康，自己的生活更有保障……可能，没有人不喜欢这样的生活！

那么，我们为何得不到更多的薪水，更多的福利呢？又是谁导致了我们的不作为呢？

如果只能用一个原因来总结的话，那就是自我束缚！

事实上，没有人阻挡我们前行，我们的思想成了自己的绊脚石。

有些人在心底里有一个怪圈：问他们为什么还要工作，只因为没有办法，总得要吃饭，所以就得赚钱，就需要工作，但是他们僵硬地工作着，以一种混日子的心态去做事，不求闻达，所以自然没有卓越的业绩，只是当一天和尚撞一天钟，日子过得极其乏味，生活水平也没有很大的提高，整个人生的状态也不好。还有一些人，他们往往开始的时候对工作很有信心，但干着干着，渐渐索然无味起来，这些人都处于“职场亚健康”状态。他们工作着，但也痛苦着，并慢慢地自我麻痹和宽慰自己：公司是老板的，自己只是一个打工的，自己做的工作越多，被老板剥削得越厉害。自然的，有这种想法的人很容易成为“牙膏式”员工，天天按部就班地工作，缺乏活力，老板挤一下，他才动一动。他们机械地完成任务，而不是创造性地、自动自发地工作。他们没有想到，固然是准时上下班，可是，工作却死气沉沉的，非常被动。其实伤害最重的是自己，因为看似占了企业便宜的我们，却不知一个坏的心境正悄悄地毁了我们的生活。

现在，当你看到这本书的时候，你有没有对以上问题思考过呢？如果没有，那么恭喜你，你可能已然是一个有作为的人，未来的生活会更充实和美好；如果有，那么也要恭喜

你，因为通过本书你将获得一个成为有作为的人的方法，而且会少走弯路！

可以说，当你有了要重新焕发精神风采的要求时，你已然在成为一个有作为的人，并朝着有更大作为的方向迈进了。那么首先，“拒绝让自己成为自己成功的阻碍”，将这几个字大声地喊出来，再多喊几遍，直至你觉得说出这几个字是那么轻松和自然，而不是像你刚刚想喊出来时，怯怯的样子，又抬起头唯恐有人在，感到安全了，但喊出的声音几乎连自己都听不到。

脱口而出地说出“拒绝让自己成为自己成功的障碍”吧，从此，让我们的生命光彩不但照耀自己，还照耀到自己的家人、朋友、工作中的领导和同事吧。

认可工作

现在，依然有很多人对工作没有一个正确的认识，或有失偏颇，或蒙蔽了自己，那么工作到底意味着什么呢？

工作会给你带来薪水，你的能力越高，薪水也会越高；

工作会给你带来自我成就的感觉，你的成就越高，别人越认可你；

工作会让你完成自我承担的责任，你的责任承担得越好，你的人生价值越高；

倘若你不工作，没有人付你薪水，你连展示能力的机会也没有，你没有任何的成就感，没有人认可你，你也无法完

成自身承担的责任，你的人生价值无从谈起，你的生活会极其乏味……

对每个人来讲，工作都是一个展现人生魅力的大舞台。越认同工作，就会努力多做事，并会尽可能地做出实实在在的结果，那么在人生的舞台上就会跳出最动人的舞蹈，别人也会欣赏这美丽的舞姿。而对工作没有认同感，那么在工作中就会急功近利，反倒没有好的回报。

曾经有这样一个袖珍小药厂，不高的院墙，低矮的平房，看上去已斑斑驳驳。从墙角到房角堆着陈年的垃圾，贴墙放着的是纸壳箱，是用破苫布盖着的，小厂的外债已接近 400 万，工人们已经七八个月没有拿过一分钱了……

曾经有这样一个“脑死亡”的小厂。新来的厂长要召开全厂工人大会，到下午人才陆陆续续到齐。新厂长带来了上级领导的关心，“医药局的领导很关心大家，希望这个厂能够很快地扭亏为盈，给大家发工资，让大家有饭吃。”大家只是静静地望着他，没什么反应。他又继续说，“如果完不成，我就把我这后半生扔在这儿，跟大伙一块受苦、受穷……”

不管新厂长说什么，下面始终没有掌声，也没有喝彩。这种近乎麻木的反应，已经在无言地回答这个新到任的厂长，这已是一个彻底瘫痪了的厂子。

彻底瘫痪了又能怎样呢？只有一个字——干。新来的厂

长还得带头多干，并且要把结果干实。

那时，营销上大家都用广告来打市场的手法，1天，2天，10天，30天，要求广告支持的呼声一浪高过一浪。时任厂长修涑贵的答复是：没有广告，继续坚持！

时间是对每个人的最大考验，三个月过去了，还是没有广告支持，一部分人已经熬不住了，纷纷离开。

现任修正药业董事长的修涑贵在那时已经认定，和这批充满活力但又急于赚快钱、挣大钱的年轻人分手是在所难免的。但是，做市场就是要踏踏实实，靠广告轰炸起来的市场是泡沫，一捅就破。反之，越没有广告的支持所打下来的市场才越坚实，越是经过大浪淘沙下来的营销队伍才能在未来能打硬仗，越能决胜于未来的市场。

经过半年多的整合，人员大体稳定了下来，各地区市场纷纷回款，修涑贵审时度势，认为用广告推动销售的时机已经成熟。这时，才有了后来斯达舒广告的家喻户晓，销量几倍几十倍的开始增长。在今天，人们看到的是，当年那个小厂彻底翻身了，并以1876%的速度高速成长。在这样的过程中，那些经过市场历练出来的人更加游刃有余，而那些早就离开了的人，多半没有成为市场上响当当的人物。那时，一个高级营销主管姚总见一直没有广告的支持，便提出要下市场，亲自卖药。修涑贵由此想起了《三国演义》里的一段故事：刘备想离开曹营，后来，以抵抗来犯之敌的名义带领

一支人马匆匆离去。果然，姚总后来带着一批药品离开了，就再没消息。

现在，对更多的人来讲，如果我们仅把工作作为一种谋生手段，我们就不会去重视它、热爱它；而当我们把它视作深化、拓宽自身阅历的途径时，每个人都不会从心底里轻视它。工作带给我们的，将远远超出工作本身。

工作不仅是生存的需要，也是实现个人的人生价值的需要。一个人不能无所事事地终其一生，应该试着把自己的爱好与所从事的工作结合起来，不管做什么，都要从中找到快乐，并且要真心热爱所做的工作。

通过工作，我们可以获取经验、知识和信心。并且，投入的热情越多、决心越大，工作的效率越高。抱有这种热情与执著，工作将不再是苦差事，而视为一件全身心热爱的事，而且是有人愿意付钱请你来做你喜欢的事情。这样看来，是多么划算啊！

给自己称斤两

当你选择了一家企业时，就应该看清自己在企业中的砝码有多重。

曾经，我们都有过这样的抱负：进入一家值得自己奋斗一生的公司或企业，并大展身手

做一番轰轰烈烈的事业。可是，世事弄人。我们也因此听到不少的抱怨：我又没进入像华为、中国移动、格兰仕这

样的大公司，想有所作为，谈何容易？最后这样的人终无所作为。

那么，如果想在企业里干点儿什么事的话，怎样来正确地看待自己所在企业也是很重要的。那么我们进入的公司到底是怎样的呢？我们又该在公司中处于一个怎样的位置呢？这无外乎以下几种情况：

情况 1：如果我们正服务的公司有点儿小，但著名公司也曾寻常过，大公司也曾小过，说不定，我们现在所服务的公司潜力巨大，也很可能正处在大公司发展中的某一时期。在这种情况下，我们要注意的是，公司在成长时，我们是否成长并且在其中体现价值就成为关键。所以，千万不可妄自菲薄，也不要“这山望着那山高”，而白白贻误了大好的前程。

对此，有太多抱恨终生的人了。试想，有多少人在华为、在阿里巴巴还没有成气候的时候就离开了，今天只有两个字“后悔”，现在也只得打掉了牙往自己肚子里咽。“都怪自己当时没有看清楚形势呀！”

情况 2：如果你想进入像格兰仕、华为、海尔这样的大公司，那么你至少要符合下列两个条件中的一个：你是即将毕业的优秀大学生，他们往往会从大学毕业生里聘请新人从头培养；或者你是一个特别有能力的人，并且你的能力拿来立即就能为其所用。所以我们一定要客观地评价自己：自己

正处于什么阶段，自己的实力到底如何，然后作出正确的选择。

很现实地讲，我们大多数人通常都没有进入这些“最理想”公司的机会，既然机会已不属于我们，那么我们又何必勉强自己呢，我们眼前所拥有的才是最值得珍惜的。不难发现，在我们身边的同事，有的已不知不觉地走在前面了，已经取得了这样那样的成绩。所以，“一方水土养一方人”，让自己成为“这一方水土的人才”才是最佳，也是最实际的选择。

情况 3：大部分人只能进入与自己目前能力相匹配的公司，得到与自己能力相匹配的职位。

我们不是因为有多幸运才进入了现在的公司，也没有人勉强我们一定要进入现在的公司，其实，只是因为匹配。所以我们根本没有理由抱怨连天，也没有理由自怨自艾，那样只会令我们越来越不适应公司的环境，与公司格格不入。最终，离开公司是小事情，得不到成长是大事情。

情况 4：我们所在的公司如果不出意外的话会发展得越来越好，其将来的进入门槛会越来越高，显而易见，在我们之后加入的人都要比我们加入时优秀得多。

其实，一家公司成长的过程也是它的员工大浪淘沙的过程。能推动公司进步的员工最终将留在这个平台上，这些人相对而言是非常优秀的。“人才吸引人才”，在这之后加入公

司的人大抵都是素质不错的，所以老员工要有一个平常的心态。“后进入的员工都很优秀”，当我们认识到这一点的时候，我们就会“不待扬鞭自奋蹄”，紧随公司成长脚步。一棵棵幼芽通过力量的积蓄最终要钻出地面，竹子需要在地下长4年才能破土而出，可一旦长出地面，它就一年比一年长得快。所以，只要我们一直希冀着攀登成功的巅峰，那么就没有哪一条路会显得太遥远。

透过以上几种情况的分析，需要申明的是：作为一名员工，有必要将自己在企业或者公司这杆秤上，称称自己的重量，到底是几斤几两，自己又如何加重自己的分量。

现在，我们直面以上事实后，可能就不会再怨天尤人了。其实，我们为了成功，都已进入了一个在目前看来最适合自己的公司，在各自平台上，有的人已开始有所作为了。

戒除发牢骚和自以为是

想干事，但说得多做得少，这是大多数人的通病。对于企业来讲，发牢骚不但不能提高生产力，反而会使生产力下降。每天抱怨的习惯会阻碍我们一步一个脚印地向上攀登。

发牢骚的结果是给自己打造一个越来越格格不入的工作环境。开始时，可能还会有几个听众，但是听众只能越来越少，因为周围的同事已经熟悉了你的牢骚，甚至有一天，这个工作环境还会为自己所讨厌。我们可以辞职，但比辞职更恐怖的事，是我们可能失去对工作环境的控制，被困在讨

厌的工作环境里而动弹不得。

可见，发牢骚只会令我们更被动。同时，我们也应该看到，一个爱怪罪环境的人，往往会发展到怪罪其他人。这时，我们应该及时并迅速地对自己进行调整。

我们的第一反应应该是把精力尽快转移到如何才能最好最快地改变局势上来。如果你已经意识到自己是一个爱发牢骚的人，那就赶紧闭上嘴巴，并远离熟悉的听众，“洗心革面”，寻找失落的目标，以积极正面的态度看待问题，多跟值得尊重和学习的人共处，重新出发！

不要把“听起来简单”等同于“做起来简单”。

我们已经走过了一段弯路，坚持不发牢骚可能要从改变习惯开始，任重而道远。

我们在心底里要坚定：一味地发牢骚，到头来只会害了自己。就像鲁迅笔下的祥林嫂，开始时她还得到了同一个阶级人的同情，但最终只是让人觉得可悲。所以人要学会自救，要勇敢地走出罩在自己头上的那一大片阴霾，从而让自己头顶着阳光走路，越来越靠近康庄大道。

一辆拥挤的公交车在道路上颠簸。突然，司机来了一个急刹车！满车乘客，或踉跄，或跌倒，或撞头，或踩脚……

“怎么开车的！”

“小心点嘛！”

“我刚买的新鞋！”

接着，跟着嚷嚷的人越来越多，满车牢骚抱怨……

只有坐在最前面的那位乘客默不作声，没有丝毫的抱怨，因为只有他可以看到并清楚事情的整个经过。他用感激的目光看着司机师傅——如果不是司机刹车及时，一车人恐怕都难逃厄运。

只有他看清了，所以只有他感叹司机反应灵敏。

只有他看清了，所以只有他没有抱怨司机的驾驶技术。

只有他看清了，所以他没有发牢骚。

……

看清楚真相，我们就不会再发牢骚。工作中的这个真相就是：我们发的牢骚是我们做的无用功，它只会让我们更加被动。

另外，我们还要警惕自以为是影响我们潜力的发挥。可以说，自以为是会让我们难以再取得一丝一毫的进步。因为一个人一旦自以为是，那么，在他的眼里，没有人有资格再成为他的老师，也没有人值得他去求教，从而妄自尊大，再不会保持学习的心态了。如果说一件事没有做成，他多半会认为：自己都没做成，别人也不可能做成，以此来宽慰自己，久而久之，循环往复……

找不到榜样的人是孤独的，因为他没有方向感，也没有足够的力量拯救自己，慢慢地就会无所事事，也没有人愿意再信任他并交给他更富有挑战的工作。那么，他以后的时光

就只能在那些不算重要的事情里打发。可能原本是一个很有能力的人，但最多只落下一个“怀才不遇”的惋惜而已。

然而自以为是又是那么的司空见惯，在工作和生活中无处不在。

在一次电视台的综艺节目中，主持人向嘉宾提问：“电梯里常会有一面镜子，这镜子是干什么用的呢？”

嘉宾纷纷回答——

“用来检查一下自己的仪表。”

“用来看看后面有没有跟进了不怀好意的人。”

“用来扩大视觉空间，增加透气感。”

在一再启发而仍不能得到正确答案时，主持人终于说出了非常简单的原因：“残疾人坐着轮椅进来时，不必费神转身，就可以从镜子里看见楼层显示灯。”嘉宾们都显得有点尴尬，其中一位抱怨说：“我们怎么可能想到这一点呢？”

我们也像那些嘉宾一样，考虑问题时常常会海阔天空，但不幸的是，无论思路如何开阔，我们往往还是从自己的立场出发，自以为自己是正确的，自以为自己所认为的是最好的。现在有不少人沾上了这个毛病，他们通常对什么都不以为然，觉得自己要学历有学历，要资历有资历，一般人不敌。但是细思量：他们在工作上自以为是的资本只是因为他们对手中的工作已经熟悉得不能再熟悉了而已。

自以为是是是人人都可能犯的毛病，如果不加以控制的

话，就会像疾病一样缠住你。一般来说，越没有深度的人越会为自己取得的一点点成绩洋洋得意，但不幸的是，他们没有接着再取得什么成绩，于是对过去所取得的成绩念念不忘。如果有几个听众的话，就更加重了他们的“病情”。

又因为人们对有些人思想里的怪病疏忽大意了些，结果导致在哪个年代里都会有“愤青”，非常自以为是。

一个人自以为是，就很难再进步，自然，尚且有的和可能有的潜能就没有机会得到挖掘，更别说淋漓尽致地发挥了。所以，有的人，终生停留在能力的层面，从未到达过潜力层面，工作和生活自然少了很多精彩。

所以，请记住：一旦有人不经意间说我们是一个自以为是的人，为了防止别人对我们的工作表现出更多的不满意，最好的做法就是主动积极地确定自己的态度，确定所做的事是否符合上司、所在部门和公司的要求，然后积极地去找“老师”。跟着高手，我们就不怕没有进步。我们应该暗暗地感恩于这个无意间点醒我们的人，否则，我们就会很快被周围环境、被这个时代所淘汰了！

对接企业愿景

当你认同工作时，就应该决心在工作中大有作为，从而对自己的生命和生活负责。因此，我们更应该学会在公司的愿景之下，实现自己的愿景。

其实，公司想要的结果和我们个人想要的结果在本质上

是两个不同的结果，最直接的体现就是承担结果的主体不同，公司运营结果的好坏是公司在承担，而不是个人；个人职业发展结果的好坏，最终的承担者是人。

但是，公司想要的结果和个人想要的结果是紧密地联系在一起：公司想要的结果必须通过个人去一步一步、一个环节一个环节地实现；同时，个人想要的结果又会受到公司经营结果很大的限制。一方面是因为个人的人力资源受到公司的支配，另一方面则是公司经营结果的好坏会影响个人的经济分配和职业成长。

这种兼顾的、平衡的结果导向意识，不仅告诉我们首先要明确自己真正要得到的是什么，而且还告诉我们如何去得到。

这就需要我们清晰地描绘出自己想要的结果，包括经济上的、职业发展上的、家庭生活上的以及个人知识技能上的。当同样清晰了自己所在的公司想要的结果时，就要使公司想要的结果和自己想要的结果联系起来，从而做一个有梦想、有作为的人。

你有梦想吗？假如你的回答是“没有”，实事求是地讲，你的成功机会不会太多。

你有梦想吗？假如你的回答是“有”，那么，很高兴地告诉你，你已经拥有了一半的成功机会。难道不是吗？哪怕现在距离你的愿景差之甚远——

一条小毛虫朝着太阳升起的方向缓慢地爬行着。它在路上遇到了一只蝗虫。

蝗虫问它：“你要到哪里去？”

小毛虫一边爬一边回答：“我昨晚做了一个梦，梦见我在大山顶上看到了整个山谷。我喜欢梦中看到的情景，我决定将它变成现实。”

蝗虫很惊讶地说：“你烧糊涂了，还是脑子进水了？你怎么可能到达那个地方？你只是一条小毛虫耶！对你来说，一块石头就是高山，一个水坑就是大海，一根树干就是无法逾越的障碍。”但小毛虫已经爬远了，根本没有理会蝗虫的话。

小毛虫不停地挪动着小小的躯体。突然，它听到了蜥螂的声音：“你要到哪儿去？”

小毛虫已经开始出汗，它气喘吁吁地说：“我做了一个梦，我想把它变成现实。我梦见自己爬上了山顶，在那里看到了整个世界。”蜥螂不禁笑着说：“连拥有健壮腿脚的我，都没有这种狂妄的想法……”小毛虫不理蜥螂的嘲笑，继续前进。

后来，蜘蛛、鼯鼠、青蛙和花朵都以同样的口吻劝小毛虫放弃这个打算，但小毛虫始终坚持着向前爬行……

终于，小毛虫筋疲力尽，累得快要支持不住了。于是，它决定停下来休息，并用自己仅有的一点力气建成一个休息

的小窝——蛹。

最后，小毛虫“死”了。

山谷里，所有的动物都跑来瞻仰小毛虫的遗体。那个蛹仿佛也变成了梦想者的纪念碑。

一天，动物们再次聚集在这里。突然，大家惊奇地看到，小毛虫贝壳状的蛹开始绽裂，一只美丽的蝴蝶出现在他们面前。

随着轻风吹拂，美丽的蝴蝶翩翩起舞，飞到了大山顶上。重生的小毛虫终于实现了自己的梦想。

这个美丽的寓言，告诉我们一个人生哲理：人活在世界上，不能没有梦想；但要实现自己的梦想，就得付出艰辛的努力。

所以，不必和别人比高低，更不必瞧不起自己。既然你是一个完整的生命，你就应该拥有生命的辉煌。但是，那辉煌不是别人给予的，而是自己创造的。

人们常说，有梦想才能有作为，有行动才能有成功。

文学大师林语堂说：“梦想无论怎样模糊，总潜伏在我们心底，使我们的心境永远得不到宁静，直到这些梦想成为事实为止。”一切对自己的梦想“视而不见”的人，事实上是在折磨自己。所以，现在大胆地写出你想要的，那将鞭策我们自己。一个优秀的人不只是被动地等待别人告诉自己应该做什么，而是应该主动去了解自己要做什么，并且认真地

规划，然后全力以赴地去完成。需要特别提醒的是，我们要做的事，应该在目前企业的平台上直接或间接地实现，否则就不是对接企业的愿景，也就得不到企业愿景的互动支持了。

任何企业都存在问题

人无完人，世界上不存在绝对完美和没有问题的个体。同样，这个世界上也不存在没有问题的企业。

我们身处的任何一家企业或机构，有实力也罢，没实力也罢，在发展的进程中，没有不存在问题的。对于我们而言，想要在公司或企业里做出成绩，就一定要正确面对企业中或大或小的问题，泰然处之。

深圳华为，从一个 2.4 万元起家的小公司做到现在，已经是一家能同时在国际主流产品和国际主流市场两个方面与国际一流企业展开竞争的企业。很多人都知道华为赖以成功的是“狼性文化”。这也曾为华为企业自己所得意，因为其团队一时间无人能敌：第一，团队有着狼一般的嗅觉，哪怕有一点鼻息，一点点血腥的味道都能够感觉得到，市场嗅觉敏锐；第二，团队有着奋不顾身的进攻精神，敢打敢杀，敢抢市场，敢拼业绩；第三，团队有着群体作战的传统，可以一呼百应，也可以在应对客户时，技术人员冲到营销一线与营销人员捆绑作战……

但是，很多人所不知道的是，狼性文化的“软肋”也差

一点儿就让华为丧了命。正是“狼性文化”使他们不惜代价地猛冲猛打，成本趋高，IBM 的管理顾问团队对华为曾作出的诊断是：华为没有时间把事情一次做好，却有足够的时间将事情一做再做。这背后，正是“狼性文化”的遗传基因所致。

这令华为的高管吃了一惊。一语惊醒梦中人！

以华为企业的执行力为例。过去，用户总觉得华为的反应速度快，一有问题，华为公司就能派人连夜赶到并进行调试。但是，这事实上却不是一件好事——改来改去，客户的版本差异很大，将来升级很可能就是一团糟。

痛定思痛，为了让大家有切身的体会，公司还将那些因为研发失误而造成的废品以及由于产品质量问题多次维修产生的往返机票，装在镜框里作为“奖品”发给大家留念……

可以说，没有问题的企业是不存在的，有时问题甚至就潜伏在企业的“太平盛世”之时，以及那些最引以为傲的事情上。

因此，作为一个有成熟见解的人会明白，任何企业在任何阶段都有要面对的问题。越是优秀的企业，面临和遭受困难就越大。员工作为企业中的一分子，在其中也是一定要经历的。所以，越想干事情，就越不能有畏难情绪，而且势必要与企业一同经历越来越多的困难。

对于像华为这么优秀的企业，甚至还一度出现了“增产

不增效”的现象。后来，华为公司否定了“狼性文化”，全盘学习 IBM 的流程标准和规范运作，并经历了一个从僵化到消化到固化的过程。这个过程是痛苦的，可以说，华为的每一个人都经历了削足适履的痛苦，那么，这是不是就意味着华为就可以长治久安了呢？

事实恰恰相反，更大的挑战接踵而来。

大家能想象，人的不自私在某种情况下也能构成一种严重的错误吗？

2002 年以前，任正非个人所持有的华为股份只占总股权的 1.1%，在华为 80% 以上的员工都有股份。也正因为此，在华为有数以百计的千万富翁和数以千计的百万富翁。

然而，令人想不到的是，任正非的不自私并没有让更多的人感恩戴德，相当一部分中层管理者居然工作懈怠，也没什么干劲。

这是为什么呢？第一，因为这些人知道自己已经不太可能继续在职位上有什么大的发展，对自己的前途发展都没有进取心，更何况对华为公司呢；第二，因为他们股权分红可观，不在乎工资发放的多与少，他们可以坐收华为公司的赢利，对华为公司的生与死很少放在心上。

这样，导致华为公司里有一群人逐渐成了一个无法激活的群体。

那么，怎样才能让他们行动起来，从而激发企业的活力，

刺激企业的发展呢？此时，华为开始直面这个问题。

这些人钱有了，股份有了，领导也当过了，最后就差没当老板了。最终，华为就出台了“内部创业”制度，鼓励员工创业，成为华为的代理商，并为他们提供优惠的扶持政策，还有半年的保护扶持期，也就是说，如果员工创业失败，可以回来再重新工作。

此政策一方面支持了一些员工在事业上再创辉煌，另一方面也为华为未来的发展培植了良好的周边关系，甚至可以说是一件一举多得的大好事，但是事情的发展并不是像人们所预想的那样。

让任正非始料不及的是，他一向器重的一些高管和研发专家也选择了创业。他们开始的时候很守规矩，卖着华为的产品，但是市场毕竟是残酷的，为了安身立命和赚到更高的利润率，谁的产品都做，一切以利润为目的。有些人可能是出于更长远的打算，干脆自己也搞研发；有些人需要人手时，索性就到华为来挖人，以前想以 50 万元年薪来挖一个 20 万元年薪的人都未必成功，但是如果是过去的同事，或可能来挖你的人就是你来华为时的贵人和领导，那么很多人自然而然地就会动心……

可以说，华为的内部创业给自己孵出了无数的敌人，真是赔了夫人又折兵。

好在，时值 IT 业的冬天，这些企业面临的大环境不好，

他们都没获得多大的发展，否则，如果他们的竞争力真的成了气候，对华为的伤害将更加严重。

后来，虽然华为招回了数以千计的离职创业员工，但这却成了华为一道深深的伤疤，至今想起来都是一个痛。

在以上华为发展的过程中，我们可以看到，像华为这样一家优秀的企业在发展的过程中尚且存在这样那样的问题，那么对其他公司来讲，对于我们所工作的公司来讲，没有问题是不可能。

问题就是机会

在面对企业问题的时候，要冷静慎重；而作为一名与企业融为一体的员工，不能将所有的问题都推到企业身上，反而对自己的问题视而不见。

很多人经常抱怨这有问题那有问题，这不合理那不合理，心绪烦躁，工作状态不佳。那么此时，我们需要静下心来，问问自己：到底是企业出了问题，还是我们自己出了问题？又或者，我是不是时常将个人问题与公司问题混淆在一起，将自己的问题用公司的问题来当挡箭牌呢？

这些问题你可能没留意过，比如，有些人上班经常迟到，就抱怨打卡制度，觉得每天打卡很不方便也很不人性化，或者觉得自己的工作时间大多在晚上，白天就不想上班，认为白天上班是一件非常痛苦的事情。

从中可以看出，其实，很多种情况都是个人问题，而不

是公司的问题，只是我们多从自己的立场考虑问题了。以上下班打卡制度为例，从企业的角度来看，它是对员工正常出勤的考察和监督。

因此，当我们去抱怨或者觉得不合理的时候，应该先检讨是不是自己的问题，如果是自己的问题，那就尽快改进；若确认问题的责任不是自己的时候，就应该认真地从企业或者公司的利益上来考虑如何将问题提出来，并提供解决方案，进而与整个团队通过各种工作的执行来解决这个问题。再或者，你可以选择更适合你的平台。

但请谨记，一定要严格区分企业问题和个人问题。

问题就是机会

当排除掉个人问题而确认为公司问题时，我们应该做的不是抱怨与退出，而是积极地想办法去消除问题，依靠自己的能力消除或大或小的问题，从这个角度上来看，恰恰是公司的问题为我们创造了成就自我的机会。

很多人进入公司，会发现公司各种各样的问题，却从没仔细想过，这些问题如果由你来解决了，这些问题就不再是问题了，那你也就不再是普通的员工了。

其实，当公司来聘请你时，正是因为企业觉得你有解决某种问题的能力，能够给企业创造效益。而当你看到问题坐视不理、得过且过时，那么你对自己的工作就没有明确的认识，也没有发挥你自身的价值，更没有承担起工作的责任，

这些都是有违企业聘任你时的初衷的。

解决企业的各种问题是员工的责任，而且，当问题的难度和重要性提高时，解决问题也就成为一种提升和认可的机会。解决问题不是一蹴而就的，需要我们以实干的态度和精神，面对它，消除它。

曾听过这样的事，一家饭店的老板对酒店里的蟑螂治理一直很重视，他跟楼面经理讲：“如果吃饭的客人再有因为看到我们地上有蟑螂爬出来而不买单，我就处罚你这个经理，你来买单。”经理听了之后很不以为然：“怎么要罚我，蟑螂全世界都治理不了，我又有什么办法？”

乍一听，经理反驳得不卑不亢，其实他的话是站不住脚的。店里有蟑螂是问题，那么无论是谁做经理都是要面对的，自然店老板聘请他不是管理蟑螂的，但其店面卫生却是其职责所在，包括治理蟑螂。没做好，理当受罚。

而且，该经理没有看到治理工作中存在着“机会”！单在店面宣传上，可以打出“无蟑螂餐厅”，很抢眼，其中不但蕴含店里卫生很好之意，同时又隐约暗示食客别的店有蟑螂。这样做，营销效果显著，自然会被老板赏识，发奖金或是涨工资该是意料之中的事了。

很多时候，机会不是没来，它只是存在于各种各样的问题当中，来了一圈又悄悄地溜走了。所以，实干的朋友们，认真处理好问题吧。

实干就要解决问题

想要在公司有所作为，那必然就得去解决企业中的问题。问题不解决，一切都是口号主义。企业面临的任何困难都是要解决的，解决了才能继续向前发展，而企业需要的就是能解决问题的人，关键在于我们能否解决问题，从而在企业中做一个实干型的人。

格兰仕在今天已是世界微波炉的冠军了，但是，谁又会想到格兰仕卖出第一台微波炉有多难呢！

格兰仕当年试生产了1万台微波炉，但是卖给谁呢？企业的上上下下都在想这个问题。

那个时候，别说是在中国，就是在西方，在资本主义国家，微波炉都是奢侈品，那么在中国到底谁能买得起呢？

卖给上海人！因为上海是大都市，人们的消费水平较高而且又赶潮流。于是，由现已出任格兰仕副总裁的陈曙明带着一组人马兴冲冲地进军上海。

谁也没有想到的是，“格兰仕”这三个字在上海方言中的谐音是“不来事”，用普通话来解释，有“不行”之意。听着格兰仕微波炉被人有意识笑成“不行的东西”，业务员们心里又窝火又委屈，还不能反驳。

这就是格兰仕刚打入市场时的情景。怎么办？产品生产出来了，怎么样才能卖出去呢？格兰仕人的压力很大，作为一线的销售人员压力就更大了，因为把微波炉卖出去，在他

们看来就是责任所在，这个问题摆在当下，不但要解决，而且还要解决好。

最后，他们只好变招，瞄准一些人的“崇洋”心理，随机发挥：“我们靠香港很近（格兰仕企业所在地广东顺德跟香港确实不远），使用的是日本技术，您瞧照片，这就是东芝的生产线，多棒啊！日本东芝听说过吧？外国人家家家户户都用微波炉呢！您试试，什么都能做，多好用啊……”

“就算好，可大家烧饭都是用液化气，这东西太新了，卖不出去的，不行啊。你们去别家看看吧。”——还是不接受，商场的经理们一家推一家。

继续软磨硬泡，陈曙明领着大家待在商场，见活就抢着干，替人家扛东西、搬货，套交情，还一路跟到那些商场经理们的家里，帮人家扛液化气罐、扛米袋子。

公关终于有效果了，有家商场的经理顶不住了：“真拿你们没办法！可大家都是开门做生意的，我的权力也有限，最多只能试一下。这样吧，给你们一个柜台，只能放三天，卖不出去可不能怪我。”

陈曙明连连点头：“多谢您了！就三天，能卖出去就放，不行就走，绝不让您为难。”

他们总算是走进了商场。虽然只在角落里占了个小小的位置，大家还是把这个小地方好好打扮了一番，又彻夜不眠地构思起他们的销售方案。

有一点很明显，如果只是摆在商场柜台上，卖出去的可能性微乎其微，不可能指望商场售货员花很多工夫帮忙推销。首先人家没这个意愿，就算有，相关知识也欠缺。因此陈曙明决定领着业务员充当售货员，亲自卖货。

在今天看来，陈曙明这支人马，是格兰仕也是中国家电业的首批商场促销员。那一天，陈曙明亲自站柜台，其他业务员四下招徕顾客。

烤熟的鸡金黄油亮，香喷喷。陈曙明一边演示，一边请顾客们品尝，不停地介绍着微波炉知识。可是一天下来，有来看热闹的人却没有来买的人。

第二天，情况依然如故。眼见就是最后期限了，陈曙明急得嘴上起大泡，晚上翻来覆去地睡不着觉：看来这两天的销售策略没有说到顾客的心坎儿上，一定得改变方案！

最后一天，陈曙明带去了米和水，针对上海人的精打细算展开攻势，重点介绍使用微波炉比使用液化气节省。终于有位女顾客走上前，半信半疑地说了句：“真的吗？”

这还能假得了？陈曙明早已做足功课，拿出数字说话，告诉她煮饭能节省多少水，用电又比用液化气省多少钱，一天做3次饭，一年就是365天，再乘以微波炉的使用寿命，那样，买微波炉的钱早就回本了……他边说边演示。

米饭煮好，女顾客尝了尝：“还可以。”

陈曙明又赶紧把话跟上：“放心吧，您买回家肯定不会

亏本的！”

女顾客点点头：“看来真是不错。好吧，我就买一台回去试试。”陈曙明心中大喜，哪知女顾客又说：“今天没带钱，这样吧，改天我再来。”

这话倒不假，那会儿，又有多少家庭妇女兜里揣着几千元钱逛街呢！

但是，岂能眼看到了嘴边的鸭子飞走呢？正所谓鸡不能飞，蛋也不能打！

陈曙明心里比谁都清楚，这已经是第三天了，再卖不出去就没机会了！他一边心里叫苦，一边却满脸堆笑：“没关系。您一个人不方便，我们给您送回家去。”不等女顾客开口，他就朝业务员吩咐：“去拦一辆车！”边说边将一台微波炉扛到了自己肩上。

那时候在上海的商场中，像这样的周到服务还是不多见的。

格兰仕人以他们的热情诚挚，终于在大上海卖出了第一台微波炉！

陈曙明在顾客的家里拿到钱后，立马奔到最近的电话亭，打电话报喜。

全厂一片欢腾。

“努力，让顾客感动”的背后是格兰仕人的实干精神，陈曙明和他的同事凭着踏踏实实的实干精神卖出了格兰仕

的第一台微波炉。后来，这句话成为格兰仕企业的宗旨。

可以说，企业的历史是员工缔造的，每家企业都需要像陈曙明这样在关键时刻能解决问题的员工。而作为员工，努力克服困难，出色地完成工作是职责所在，而且越想实干出点成就的人，就越要克服困难解决问题。

再看国内著名的企业王老吉，有国际权威机构作出结论，它是中国唯一能在未来有竞争力与可口可乐较量的企业。这个经历了近 200 年风雨的中华老字号，在 21 世纪初，已驶入了发展的快车道，靠的就是能够解决问题的人。王老吉在“创新、竞争、学习、和谐、诚信、危机”6 个方面真抓实干，可以说，越是吃透这一精神的人，越会把握机遇，解决企业所要迫切解决的问题。

丁勇，2005 年 5 月加盟王老吉，2005 年 12 月接到通知前往上海，要拓展上海的王老吉饮料市场。这是一场难打的硬仗，却也是一次巨大的机遇，可能有很多人在职场上打拼多年，都不一定有机会承担这么大的责任。

但是，万事开头难。为了尽快地使产品打入上海这个中国最大的城市，丁勇上班时马不停蹄地奔走于一个个商场、超市；下班后，听取各个业务员的意见反馈，逐一解决业务员当天遇到的难题，并提供建议。他问得最多的是：“你们今天遇到什么困难？”“你们认为怎么解决会比较好？”“我的建议是……”就这样，很多事情都是在前一天晚上才找到

最好的处理方法。

丁勇不断地想办法，积极地、创造性地解决问题，急每一个销售人员之所急，赢得了下属的信任。丁勇以他的实干精神和个人魅力，团结了一批优秀的销售员工。2006年6月前入职的20多名销售人员至今无一人离职。此心换彼心，丁勇对下属也充分信任。他以“用人不疑，疑人不用”的原则为指导，鼓励员工实干，独立完成工作。大家在一起共同建立起了一个和谐的、低内耗的工作环境，王老吉公司上海办事处各项工作随之迅速走上正轨。2006年的销售额比2005年增长1900%，超额完成了公司下达的销售任务。2007年公司下达给上海办事处的销售任务是在2006年的基础上增长285%，但是截至到2007年8月中旬，他们已完成了全年的目标任务，大幅度超额完成目标已成定局！

需要注意的是，我们不要在解决问题时制造出新的问题。我们应该在自己的岗位上为彻底解决问题做最细致的工作，而不是制造出新的问题。

邓倩雯，20岁时进入王老吉，24年来从未离开过，一直都在公司踏踏实实地工作，并通过个人的不断学习和努力，从一个中专毕业生逐步成长为企业的技术骨干、技术部门的负责人。她无论从事什么工作，都踏实肯干、认真学习、善于钻研、力争创新。

如今，在领导岗位上的邓倩雯特别强调：个人的力量是

有限的。作为一个管理者，除了制订计划外，最主要的是把工作分配给合适的人。尤其是对待部门里的新员工，她特别注意如何给他们分配工作，帮助他们解决问题。她发现新员工由于缺乏经验，变通能力不强，往往是帮他们解决了这个问题后，马上又会出现新问题。邓倩雯觉得这样下去不是办法：虽然眼前的问题是帮他们解决了，但是碰到其他问题他们还是会依靠我来解决，这样不仅加重了他们的依赖心理，还影响了工作的效率。如果不能彻底消除这种心理，自己的部门一定会陷入“老问题刚解决，新问题马上来”的局面。于是，邓倩雯决定找个彻底解决问题的方法来摆脱目前的局面。她发现新员工的学历较高，可塑性较强，就决定投放更多精力重点培养，激发他们的学习欲望，让学习的精神星火相承。很多新员工通过学习，增强了自身的变通能力，对领导的依赖心理也逐渐消除，在企业中也能够尽快贡献出自身的力量了。

邓倩雯，作为一家企业的领导，为了解决企业中可能遇到的更多问题，为了锻炼更多的人解决企业问题的能力，正在做着最彻底的工作。

在这里，邓倩雯给我们提了一个醒：不要为了捡出一个掉在洞里的球，而挖出一个更深的洞。也就是说，不要为了解决问题，而制造出新的问题，或更大的问题。这样，我们就会在工作上一点点成熟起来，也会在未来担负起更大的责

任，甚至是领导责任。

解决问题是工作的基本职责

一切优秀企业都是敢直面问题和解决问题的。问题出现以后不会自行消失，逃避无济于事，只有解决这些问题才能成功。

欧派在今天已是橱柜业响当当的品牌了。但是当初跨入橱柜业时，虽然他们的素质不低，老总姚良松和几个同学都是学飞机制造的，但做橱柜却是地地道道的门外汉，还得一点点从头来。

当时，邓发光是负责买材料的。有一回，他去采购一批不锈钢的配套盆子，回来打开一看，大家都被惊呆了：锈迹斑斑，粗糙凹凸。当时他们脑子里马上闪现出“上当了”的念头。他们赶紧把盆子装上车，来不及抹去汗就赶到卖家，指着盆子，一脸的激动，一副不退货就不罢休的样子。

那卖盆子的人吃惊地看了他们老半天才弄明白，原来他们虽然是生产不锈钢橱柜的，但他们竟连去锈抛光都不懂。

看他们是大老远来的，卖盆子的人就帮他们做了处理。盆子搬进车间，三下五除二，每个盆子都闪闪发亮了。这令他们好不汗颜。

可以说，很多企业在最开始的时候就是这样摸爬滚打地一点点走过来的。和所有生产型企业一样，姚良松第一步想的就是怎么样才能把产品做出来，做好，第二步想的就是如

何再把它卖出去，如何做市场。

随着市场的打开，捷报频传，企业接下来是不是按既定的方针一步步扩张就行了呢？

就在这时，人事监察部的一位负责人递上了一个方案：希望公司能分出一些股份，毕竟摊子大了，兄弟们也好帮着看着点儿……

这令姚良松颇感意外，他正想着如何再攻城略地呢，可现在，他不得不开始考虑分股份的事了——

分——以前为了多拿点奖金努力工作，但是成了股东之后就不同了，工作用不着十分努力，但奖金自然不少给，年底还会有分红，如此一来，就可能一天天地混日子了……

不分——都是一起打拼过来的，都是兄弟，就应该一块儿大碗喝酒、大块吃肉、大秤分金……

怎么办？

姚良松苦苦思索：欧派的核心管理人员大多来自中国名牌大学，那么什么才是这些受过良好教育的兄弟们，以及全体员工，包括在未来新进入欧派企业的员工所能够共同接受的呢？企业文化能否规避这次危机呢，姚良松想到了企业文化可能是一副慢药，但可能有用。

于是，姚良松把一年一度的干部会议拉到了“岭南第一山”罗浮山举行。

来罗浮山上的这批精英，正值 30 多岁的黄金年龄，谁

没有一番雄心壮志？

大家在一起热烈地讨论了几天，畅谈未来的欧派。大多数的管理者达成了与他们所受教育相匹配的强调平等、唾弃权威、淡化出身、强调才能的一致共识——这便是公平、光明、团结、自由的企业文化！

那么接下来就要解决现实问题，股份是分还是不分？

股权始终是一个问题，只是苦于没有一个既有利于眼前又利于将来的方案。如果分了股份，那么对后来人就是不公平的，因为对后来人讲就会是同工不同酬，所以经过讨论，最后也就没有分股份。一次很可能引发人事大地震的危机就这样过去了。

那么，对于我们的工作，其实说到底就是要为企业处理各种各样的问题，去解决或大或小的事情，去执行公司委托给的重与不重的任务。从这层含义上来讲，解决问题自然就成为员工的基本职责。而且，不可能有哪个老板请来一个不解决问题、不干活的员工，还每月给他派发薪水。

当我们将自己岗位上的问题解决好之后，我们可以算作是一个刚好合格的员工。事实上，很多员工连自己岗位上的基本问题都无法解决，这样的员工怎能得到老板的信任呢？倘若要做一个真正优秀的员工，对很多人来讲，确实还面临着很多的挑战。

解决问题，讲起来简单，执行起来确实困难重重，所以

员工的命运就会有不同，有些员工提升了、加薪了，有些员工被辞退了、降级了。

当我们选择了职业方向，选择好了职业平台，就需要抱着正确的心态，在工作中时时处处用实干的精神，认认真真地对待每一个要面对的问题，让实干精神体现在每一个工作任务和工作环节中。这样，你不但会成为一个合格的员工，而且还会练就出真本事。理所当然，我们才能够实现自动自发地工作，那样工作就有了情趣，从而成为一个能享受工作过程的人。那时，我们就会豁然明白：不是工作离不开我们，其实是我们离不开工作。这其中已不是靠工作赚钱的概念，而是因为工作中所带来的享受是花钱也买不来的，所以我们甘愿工作。

解决问题的人是必需品和急需品

公司不是慈善机构，既然支付薪金聘请你，就自然认为你所承担的工作别人无法替代，你是必需品；同时，在这个实干精神缺乏的时代，能解决问题的人又是急需品。

有许多人，每天在茫然中上班、下班，到了固定的日子领回自己的薪水，高兴一番或者抱怨一番之后，仍然茫然地去上班、下班……

可以想象，这样的人只是被动地应付工作，为了工作而工作，他们不可能在工作中投入自己全部的热情和智慧。

当他们的工作依然被无意识所支配的时候，很难说他们

对工作的热情、智慧、信仰、创造力能被最大限度地激发出来，也很难说他们的工作是卓有成效的，他们只不过是在过日子或者混日子罢了。当然，这种工作态度和结果更不是老板们想要的。

其实工作不仅仅是一个干什么事和得到多少报酬的问题，而是一个如何对待自己生命的问题。

那么，老板们怎么看待这个问题呢？英特尔总裁安迪·葛洛夫应邀对加州大学伯克利分校毕业生发表演讲的时候，提出以下的建议：“不管你在哪里工作，都别把自己当成员工，应该把公司看作自己开的一样。”在任何公司里，你能积极主动，用向上的心态去待人处事，才可能创出自己的一片新天地。

所以，公司所渴求的人才不只是一个具有专业知识、埋头苦干的人，而更需要的是积极主动、充满热情、灵活自信的人，一个想有所成就的人。也就是说，一个合格的员工不只是被动地等待别人告诉自己应该做什么，而是应该主动去了解自己要做什么，并且认真地规划，然后全力以赴地去完成。

敢干事

冯军起步时一个人在中关村叫卖“小太阳”键盘。

姚良松手下的工人因为正负极装反使工厂停工停产。

千叶松总裁何爱辉，骑着摩托车在风雨中送货。

瑞贝卡已经上市，但开始时他们一无设备、二无技术，在国外企业实施严密封锁的极端困难的条件下，硬是以顽强的意志、惊人的毅力，进行了数万次的试验。

远东不断追求自我，超越自我，根据企业环境的变化不断完善自我，曾有过四次改制。

.....

这是中国已然成功的企业总裁在创业时期走过的路程，他们都是敢于做事的优秀企业家，在一开始也是比较优秀的给自己打工的人。他们认识到小事情的大影响，他们知道在困难面前坚持和追求的意义。

敢干事，意味着在修为上我们能小能大，能屈能伸。

小，小事也，但小事影响大局也。所以，对待小事，要点燃你心中的热情，在工作中保持激情四射的状态。生命中的大事皆由小事累积而成，没有小事的累积，也就成就不了大事。人们只有了解了这一点，才会开始关注那些以往认为无关紧要的小事，开始培养自己做事一丝不苟的美德，从而尽职尽责地做好自己的工作，达到完美的效果，力争成为深具影响力的人。

大胆尝试，勇于向从未做过的事情挑战，甘于平庸、胆怯观望的心态才是你最大的敌人。任何工作都有“百尺竿头，更进一步”的可能，能做到最好，就必须做到最好。甘于平庸将让你付出惨痛代价，你的老板也会因你的不思进取而将

你打入冷宫，甚至逐你出门。

一个人成功与否在于他是不是做什么都力求做到最好。成功者无论从事什么工作，都绝对不会轻率疏忽，因此，在工作中他会以更高的标准要求自己。能够做到最好，就必须做到最好，能够完成百分之百，就绝不只做百分之九十九。只要你动用你的全部智能，把工作做得比别人更快、更准确、更专注，就能引起他人对你的关注，实现你心中的愿望。

在我们个人的修为上，我们要重视小事情，更要懂得在困难面前不退缩，在成功之后有更长远的追求。小事情会造成大影响，在困难面前不退缩才能成就自我，而有更高的追求才不至于退步！

同时，作为企业的一部分，我们还要与企业的利益、事业同呼吸、共命运。

我们之所以为企业努力工作，首先是为了生存；同样的道理，企业之所以雇用我们，也是为了生存。从这个意义上说，我们和企业的利益是绑在一起的。只有企业的利益得到保障，我们个人才能得到利益；个人的利益得到保障后，就会为保障企业的利益更加努力。因此，不要回避这样的事实：我们是企业的利益共同体。

在你成功地成为企业的利益共同体后，你将会不满足只维持生计的水平。我们每个人都希望自己的价值能得到更深层次的认同，这时，我们就要将手中的工作当作是自己的事

业一样来经营了；同时，企业也会对你提出更高的要求。至此，我们将从企业的利益共同体向事业共同体转变。

企业的发展面临很多的机会和挑战，在竞争中，有的企业日渐壮大起来，有的企业却衰败倒闭。企业的兴衰成败与人的因素有很大的关系。对于一家健康的现代化企业来说，最需要的是具有使命感的员工，这样的员工会更有利于企业的发展。

有些员工在所在的企业缺乏强烈的使命感，总是不思进取、放任自留，只想回报，不愿付出。当企业出现困境时，他们想的不是如何拯救企业，而总想着另谋出路，脱离现有团队。这样的员工在自己的职业生涯中会走很多弯路，而且总找不到适合自己发展的空间。

在度过了与企业共同成长的阶段后，相信你已经离不开你所就职的企业了。同样，企业也离不开你，你已经是企业的一个整体了。

站在自我和企业的最高利益上，将自我与企业融为一体，才能做到真正的敢干事。在我们的工作中，这种敢干给我们提供了实干的保证，树立了我們实干的信心，造就了我们实干的恒心，最终我们将全力以赴，勇敢地承担起我们的责任——更敢干！

以小见大

企业中的任何事情都是必要的，小事情也是公司不可缺

少的一部分。倘若这必不可少的一部分没做好，那么，也会影响全局。

在今天已是中国橱柜业中的领军企业欧派，由生产医疗器械起家。在其发展的进程中曾发生过这样的事：有一天突然从医院和经销商那里纷纷有退货回来。最着急的当然是企业的老总姚良松，他由一个穷学生到创出一片天地，其间的艰辛自是难以言喻。可正当他要施展更大拳脚时，终端市场竟然出现了退货，这给了他当头沉重的一击。通过追查，竟然只是生产线上的一个工人把器械的正负极装反了。更不曾想的是他身边工友知道他装反了，因为事不关己，也就任其自然。就这样，产品从生产线上下来，流到了终端用户手上……

把产品的正负极装反，貌似一件小事情，但其产生的严重后果成了一件大事情，以致使企业的品牌和声誉大受影响，企业一度出现了停工停产的情况，这是企业自创办以来都没有出现过的。而没有及时纠正同事犯的错误看似不值一提，但从中可以看出大问题——其人品不厚道，恐怕该人在欧派很难再受欢迎，更别说是受重用了。而企业的一些员工对不关自己的事就高高挂起貌似理所当然，但每个人都只是自扫门前雪，而不惜损害企业利益的风气差点搞垮一家企业事大……

最终，姚良松让每个员工都有追求完美的意识和观念。

这样，自己有错别人能提出来，自己会由衷地感激；而对别人的错，自己提出来，也不怕打击报复。姚良松一遍遍地宣导，有人说他喊口号也罢，说他搞形式主义也罢，姚良松都固执地坚持，大会小会、大事小事，一有机会就谈到追求完美。以至在今天，大家一遇到事情，就会条件反射地想到追求完美，以完美的标准来严格要求自己了。

张瑞敏曾经说过两句话：

什么叫做不容易？就是把容易的事情反反复复做到位，就是不容易。

什么叫做不简单？就是把简单的事情日复一日、月复一月做到位，就是不简单。

所以，一切伟大的事、了不起的事，其实都源于小事。可以这样说，只有小事情，但没有不重要的事情。

小事情里往往蕴含着大智慧。能把小事情做到完美的人，才可能把大事情做好，才能拥有大智慧。忽略小事情，或者认为小事情无关紧要的想法，正是一个人做事不能善始善终的根源，因为许多被认为无关紧要的小事可以直接导致工作时的漏洞百出。

另外，处理和分析日常琐碎之事体现了一个人的能力；在简单的动作中，才更能显示出一个人的真功夫。

有很多人只做所谓的“大事”，不切实际也不务实。几瓶啤酒下肚便滔滔不绝者多半不务实；用商业计划书来撑门

面，然后满世界地碰机会的便是不实际者。他们不知道的是哪有人仅凭一纸商业计划书就能成功呢？把虚幻当真实去追求，只能空耗了时间和金钱，并消磨了宝贵的激情！

工作中没有小事，不要看不起平凡的小事，其实平凡中孕育着伟大。那些在今天有所成就的人在开始的时候不是叫嚷着自己有多么远大的计划，而多是从最基础的事做起。没有人能够一步登天，凡事需要从一点一滴做起，如果缺少了对小事的积累和耕耘，一切都只能是空想。

1992年，在中关村摆柜台的冯军是当时唯一一个拥有清华大学本科学历却能够放下“脸面”，从最基础的事，从拉平板车送货干起。冯军的生意是从卖机箱和键盘开始的。他卖的是“小太阳”键盘。“小太阳就是结实，砸在地上也不怕。”随着他的叫卖声，他哗啦一下，把手里的键盘摔地上，于是大家围上来看热闹，他就指着“小太阳”说，“认准小太阳，130元一个，只赚5元！”

风物长宜放眼量。如今，在中关村，提起爱国者品牌，许多人对当年的“冯五块”记忆犹新，但更惊讶于爱国者今时今日的发展速度和冲向国际的行动及信心。

1993年，当冯军创立“华旗”时，心底便埋藏着一个成为“中华旗帜”的梦想。在冯军的带领下，爱国者开始大胆地实践，每一小步上都做扎扎实实的文章，比如在国外参展，他们穿的都是唐装——让自己先成为风景。爱国者的标志也

改成了“aigo”，原因是人们最容易认知到圆圈，也容易对圆的东西产生好感，例如迪斯尼的卡通形象，嘴巴、耳朵等都采用了圆的处理，这就是现实。人们喜欢圆，就这样，爱国者开始走进了外国人的视野。

敢做，有时也意味着敢于放弃。爱国者放弃了大量广告宣传的传统方式，选择与欧洲顶级赛事 F1 进行合作。

当时，冯军不了解赛车。赞助 F1 论坛时，由于不认识雷诺和迈凯伦的老板，像对陌生人认识一样跟二人交换名片。但两位老板在圈子里是鼎鼎有名的，是不需要名片的，结果冯军便被尴尬地告知，他们没有名片。这也一度成为 F1 圈内的笑谈：要赞助 F1 的中国老板，竟连雷诺和迈凯伦的老板都不认识。

虽然受窘，但冯军没有灰头土脸地打退堂鼓。很多几乎是不可能发生的事情都发生在了冯军的头上，所以他就更没什么不敢干的了。后来爱国者与迈凯伦合作，正式成为 F1 赛事的赞助商。

2008 年，伟大的奥运精神首次在中华大地上绚出光彩，这不仅仅体现在竞技水平上，还体现在商业领域上。对爱国者来说，赞助家门口的赛事，即使是奥运会这样的国际赛事，在今天也已从容得多了。这就是一点一点训练出来的敢干事情的本事。

敢干事就是这么一点一点地训练出来的，而敢干事的勇

气让冯军成就了自我。一切从小事做起，这是一个再简单不过的现实世界里的真理了，但是敢于做小事却不是每个人都有的品质，而一切有大成就的人又无不是从小事开始做起的，这也是古今中外都不变的事实。

以小成大

不以跬步，无以成千里；不积小流，无以成江河。

任何伟大的起点都是从微小之处开始的。要想增大自己在未来更敢干的胆量，有一点值得特别注意，那就是

成为一个有影响力的人。影响力越大，我们越敢前进，越敢有所作为地大干一番。

影响力的塑造往往得益于对小事情的拿捏与收放。

在工作中，影响力越大的员工，做事情的主动意识就会越强，决心也越大。很多成功人士为了塑造、扩大自己的影响力，就是先从小事情做起，甚至是从不值得一提的事情开始。比如，他们都很重视说话与演讲，重视与其他人的沟通和交流。一般的，我们很少对每天说了什么、怎样去说等诸如此类的问题作特别的关注与思考；而具有很大影响力的人，他们却是首先从说话开始锤炼自己的个人魅力。日积月累，他们在公众场合下的发言越来越出色，其在公众中的影响力在慢慢增强，自己的信心也在增强，同时也让别人对他们更有信心。

或许你会觉得不可思议，但事实证明，对小事情不马虎，

实际上是在为我们自己营造一个敢做敢为的空间。就像冯军当年一样，在人群里的一声吆喝，再把键盘摔到地上，他就成为了一个影响其他人的中心。这时，周围的人、事物和环境就会鞭策你继续把事情做下去，你也不自觉地成了敢作敢为的人。

广东千叶松总裁何爱辉总能把小事情处理好，并铸就了个人和企业的品牌和信誉。

何爱辉有一件至今仍让客户、员工津津乐道的故事。故事发生在他骑摩托车送货的时期。那一年的夏天，深圳刮起了七级台风，风雨交加，他却和客户约定了要送货到东莞，路上需要骑两个半小时的车。

狂风不时夹杂着阵雨，肆虐着整座城市，所有人都劝他不要去了，但是他说：“我答应了，就一定要做到，我会注意骑慢一点的。”说完，就把几桶油漆绑在摩托车后座上，穿着雨衣出发了。

何爱辉视对客户的承诺比自己的性命还重要，宁可冒着生命危险送货。虽然风吹得他和摩托车东摇西晃，雨淋得他全身又湿又冷，连握车把的手都麻了，他还是没有回头。到了客户那儿，他首先注意的不是自己，而是怕雨鞋会弄湿办公室地板，进门前还先换上干爽的皮鞋。

客户被他的诚信所感动，握着他冰冷的手，连声说着“谢谢”。

对于从千叶松出去的产品，何爱辉都抱着负责到底的信念，他说：“我要做到让客户买我们的产品‘零风险’，不管有什么问题，我们 100% 负责，不会推卸责任，这是‘千叶松’成为品牌的保证。”

有一次，何爱辉接到客户怒气冲冲的电话，说他们订购的白色藤器漆颜色不对，可是工人没有对板，就喷上漆，那一批货被退回来，全部 5000 个藤篮都得返工。何爱辉听完，立刻说：“好，这是我们的问题，我再赔 20 桶油漆给你。”

这个事件虽然是因为千叶松生产的油漆颜色与客户的要求有些微色差所引起的，但是客户没有对板就喷漆，在作业程序上也有问题，理应各负一半责任，但是何爱辉却不作任何辩解，就一肩将责任扛起。

他把这个事件的处理过程打印成公告，贴在公告栏上，提醒员工做事要谨慎，即使是一点点的疏忽，也会造成很大的损失。他希望这个负面事件能起一种警示的作用，让员工吸取教训，下次不要再重蹈覆辙。就像他经常说的一句话：

“犯错没有关系，但犯同样的错就不可原谅。”

何爱辉对客户负责，对员工而言是一种正面的示范，有上行下效的作用。受他的影响，负责这批货生产的领班，自愿接受处罚，从当月薪水里扣 200 元。这个数目，是这位领班当时薪水的 1/3。

在涂料行业，人们一听到何爱辉这个名字，就会有信任

感。而何爱辉的个人品牌就是这样一点一点铸就的，并且还让自己的公司产生了利润。

所以，要想在工作中成功，就要努力在工作中找到机会，使自己成为一个有影响力的人。而所谓的机会就是一件件小事情，如果你重视它们，它们就会为你所用。有些人总觉得为了一些小事牺牲自己的私人空间和时间是不值得的，也总认为是不公平的，其实，有多少人曾因为失去这种机会而遗憾呀。

所谓敢做事情，更多时候，就是要付出比别人更多的时间和精力。如果我们不积极地付出，我们就不会有意外的收获，所以只要我们肯付出，我们得到的可能远远多于我们的预期，这笔投资对每个人都是很划算的。

最后切记：敢干不是在空想世界里施展拳脚、大步流星，而是在真实世界里的每一小步行动——实实在在的行动。

怕失败，所以需要坚持

优秀企业领袖——华为老板任正非的感受是：“10年来我天天思考的都是失败，也许是这样才存活了10年。”

中国最优秀的软件企业之一，东软集团的刘积仁说：“我们一直怕死，所以才活到今天。”

……

这些优秀的企业家知道企业中存在的诸多问题，但是他们更害怕因为这些问题解决不了而让企业破产的情况出现。

所以，他们都会去选择在困难面前坚持下去，而不会选择任由问题发展，使企业走向灭亡。

美国波音公司在给新员工提供培训时，会给他们播出一盘录像带，内容是一家电视台正在播出“波音公司倒闭”的新闻。画面上，一批批垂头丧气的波音员工正在走出工厂……这是“假想的情景”，也是谁也不愿意看到的，大家为了避免这种情况发生，便会战胜眼前的困难。

正因为，与种种困难相比，我们每个人都更害怕那种彻底的、让人绝望的失败，所以，我们都会选择在困难面前坚持下去。

当我们在工作过程中遇到困难，或者仅仅觉得乏味枯燥时，不妨施用这种“情境学习法”来预见可能出现的最不好状况。继而，我们会知道，那是我们最不想要的，那么，我们会继续争取进步，从而作出勇敢坚持的选择。这样，慢慢地，我们就越来越有坚持的韧性了，而且有了解决类似问题的心得，甚至是一些小技巧。

其实，最强大的还是人，所以，当我们解决了困难和不如意时，回头再看，就会觉得那会是什么困难？

不气馁，所以能坚持

很多人是因为畏惧困难而不敢干。他们不是没有优秀的潜质，只是在认准了方向后不能长期地勇敢坚持，一遇到困难就没信心了。

但是遇到困难又是必然的，每个人都会被困难所扰。

美国销售协会的一个调查研究指出：

有 48%的推销员是找到 1 个客户之后就放弃了；

有 25%的推销员是找到 2 个客户以后放弃的；

有 15%的推销员是找到 3 个客户以后放弃的；

有 12%的推销员是找到 3 个客户以后继续做下去，80%的生意恰恰是这些推销员做成的。

一个人做一点事不难，难的是持之以恒地做下去，直到最后成功。无论是做人还是做企业都一样。

作为国内暖通行业“黄埔军校”的圣火公司，得到这个殊荣实属无奈，因为北京市场上销售和安装暖气的专业人员中，有 80%都是从圣火出去的或是被人挖走的。在外地出差的圣火员工，一不小心就会碰到原来的同事。

很多人觉得圣火吃亏了。

但是圣火董事长王丰并没有一丝遗憾，反而是满脸的自豪：“我倒没有因此有什么吃亏的感觉。我们对付人才流动的办法就是再加大培训力度，培训更多的专业人员，直到市场饱和为止。”

不气馁，才能够长期坚持，否则培训就不要做了，企业也就不要搞了。

圣火人没有气馁，而且决心要让圣火成为暖通类产品集散地的代名词，那么就要培养出越来越出色的圣火人，他们

或者服务于圣火，或者服务于这个行业，这也是能作为这个行业的领袖企业该有的胸怀，是对行业应该作出的应有贡献。况且，对于企业来说，人员是流动的，大浪淘沙，最终留下来的才是能在未来与企业共进退的人。

当企业做到了不气馁地长期坚持，企业就会有真回报。

由于圣火公司从各个方面对员工素质进行有意识培养，所以企业内部涌现出了一批心怀感恩、尽职尽责的好员工。他们在服务客户时，使客户看到的是一支有敬业精神和文明素质的队伍。某市政工程设计研究总院写给圣火公司的表扬信中说：“公司安装部的刘师傅活儿干得好，产品质量也好，圣火暖气很不错……”而这足以让王丰欣慰，因为在他看来，这就是企业的一笔巨大的财富，他由衷地骄傲：圣火公司坚持长期培养人才，最终使得花在员工身上的钱没有白费。

同时，在企业培养的员工中，有一些人会更加戒骄戒躁，在不断地学习中知道自己要学习的还有很多，而且越来越懂得：一朝一夕成不了人才，至少还不是企业值得珍惜的人才。而那些企业珍惜的人才，也无比珍惜企业的平台，圣火公司也由此做到了人才辈出，企业蒸蒸日上。

不气馁的企业，自然就会培养出不气馁的员工。无论遇到怎样的难题，他们都会一如既往。

越坚持越勇敢越敢干

举个例子：一个人能担 100 斤的担子，如果只让他担 80

斤的担子，那么他的力气可能会越来越小；但是，如果让他担110斤的担子，虽然会有些吃力，但咬咬牙也就坚持过去了，最后他担东西的起点就会是110斤。训练举重运动员大抵应该是这样加码的，那些能在赛场上打破纪录的人的能力固然是有的，关键是在训练中一点点加重，一次次坚持，才造就了他在赛场上挑战自己最好成绩的勇气，直至坚持到最后。

我们生命的张力和韧劲其实就来自于坚持，而每坚持一步，我们都会让自己变得越来越强大和勇敢。

不进则退，甚至原地踏步也是退步。

对于“俏江南”来说，虽然已处于餐饮业的高端，是品位、身份与体面的象征，但丝毫都不敢停下来。2008年，“俏江南”荣幸地成为奥运会8个场馆的餐饮服务商之一。

在餐饮行业中，他们无疑是勇敢的。然而，勇敢的背后也意味着一定的风险，一旦有所闪失，可能就会功亏一篑，有谁敢不谨慎呢？从“阿兰酒家”到“俏江南”，到“LAN会所”，再到“SUBU”，十几年的艰辛才缔造了俏江南的良好声誉，实属不易呀。但是，再不容易也只能往前走，就算困难再大，也拦不住多年来一路打拼过来的俏江南的董事长张兰。

张兰从小就是一个能做梦而且能实现梦的人，在处理问题上没有顾虑，特别果断，只要想到的事情，不管前面多难

她都肯定勇敢地去做了。

经营餐厅当然会出现各种问题，比如菜品质量不稳定、顾客投诉等，这些问题在创业初期都是由张兰直接处理，处理方式很直接，力度也很大，当罚就罚，没有商量的余地。

2005年5月2日，张兰巡视俏江南北北大店时发现驻店总经理不在，店员说驻总带孩子打针去了。调查之后才发现是员工在替其撒谎，这个驻总是她一步步培养起来的，在做处理时张兰很心疼，但是，她还是当即通知人力资源部发通知将其除名，非常果断。

张兰的勇敢也从来不自目，比如说对厨师的管理。四川人喜欢承包厨房，而且厨师特别抱团，只要厨师长一声令下，可能就会集体罢工。张兰就想出了对策——“掺沙子”，员工由人力资源部门统一招聘，打散他们，并灌输给他们正确的理念。这样，这些厨师就都是俏江南的员工，而不是厨师长的员工。俏江南继而会通过丰富员工活动来增加他们对公司的向心力和凝聚力。由此一来，俏江南就不会出现某些餐厅因员工集体离职而不能正常营业的情况了。而且，张兰在对厨师的管理上还不断追求新的高度。餐饮行业里绝大部分厨师只会炒菜，但俏江南培养出来的厨师还会管理，甚至学会了用电脑分析数据，包括后厨管理成本都有系统。他们每天要进行盘点，包括成本核算、库存管理、业绩考核等……

张兰是个勇敢决策而又勇敢追求的总裁，所以她领导下

的俏江南蒸蒸日上。

张兰不无感慨地说，“战略眼光很重要，但更要有乐观、自信的精神风貌，不能为大家都看得到的困难所吓倒，要一点点战胜困难，这样才能始终在前面领跑。”

看来，能做到与时俱进的唯一办法只能是勇敢地向前进！但越与时俱进的前提就是越敢干，那么就离不开长期勇敢的坚持，因为越坚持，越勇敢，越勇敢就越敢干，干出大作为。

敢于永远追求

很多人在取得了一点点成就时就会沾沾自喜，洋洋得意，似乎这一辈子可以满足。但仔细想想，这类人大概不是敢干的人，敢干的人前进的脚步不会因为小成绩而停止前进的脚步。

同样，对普通人也是这样，如果我们仅仅满足于应付工作，很随意地将工作完成，这样是不会有成就的。我们必须仔细地观察每个环节，审查自己做得是否到位，还有哪些地方需要提高，这样，我们才会在工作中到达新的高度，甚至获得更高的职位。而如果因为一点成绩就居功自傲，以后的工作将难有更好的表现。我们不前进自然就会后退，因为你的同事还是你的竞争者，也许，别人已经悄悄地就走到了你的前面。所以，对自己要保持更长久、更高的追求。

我们都知道犹太人会做生意。19世纪时，德国就有犹太

人经营头发制品的生意了，后来逐步转移到韩国和日本。然而从清末到 20 世纪 80 年代的近百年间，中国的河南许昌作为世界上最大的人发集散地，却一直只能搞原材料廉价出口，许昌人只能眼睁睁地看着外国人大把大把地赚钱。

“江山代有才人出”，这种情况终于发生了改变。1990 年，青年农民郑有全带着亲友、街坊几十号人马走出手工作坊，在许昌县城“安营扎寨”，开始了由人发到工艺发制品转换的艰苦求索。

那时，他们一无设备、二无技术，在国外企业实施严密封锁的极端困难条件下，硬是以顽强的意志、惊人的毅力，进行了数万次的试验。师傅请了一个又一个，不眠之夜熬了一晚又一晚，胶鞋穿烂了一双又一双……他们自己终于造出了机器设备，生产出了精美的发制品，并得到了外商认可，实现了资源的就地转化升值。

1992 年，邓小平发表南方谈话，让郑有全勇气大增、信心百倍，他决心“大胆地闯，大胆地试”，这便是一个更大的追求：让产品直销美国市场。

为此，他们进行了历时近 1 年的谈判。

但是“9·11”事件之后，美国发制品市场一度跌入低谷。为营造“东方不亮西方亮”的国际营销格局，郑有全又把目光转向了非洲和欧洲两大市场。至于怎么做，只能是边干边探索。进军非洲市场的实施方案，就是在尼日利亚一家

宾馆里经过深思熟虑后拟订出来的……

“宝剑锋从磨砺出。”现在，郑有全的“瑞贝卡制造”的“头上时装”风靡世界。瑞贝卡人是把小商品做成了大买卖的人。但是，他们并不满足一年赢利几千万元，过“四平八稳”的日子，郑有全更大胆的想法是要缩小与国际发制品巨头的差距，并成为国际发制品行业的龙头。

如果满足现状，或依靠自有资金“小打小闹”，那就可能要走一段漫长的路程，而改制上市则不失为一条加快发展之路。

可是说起来容易做起来难。此时此刻，郑有全面临着严峻的考验：公司长期以来几乎是他一个人说了算，其他人鉴于亲情、部下等因素，一般都不会说个“不”字。如果改制，任何重大决策都要通过董事会，连他这个“大老板”也要置于监督之下；再说，一旦改制，既要对自己负责，也要对其他股东负责。从某种意义上说，自己辛苦经营所拥有的财富要让给别人一部分，并且还得承担一定的风险……然而，郑有全最终战胜了自己，并说服了部下。

1999年，公司整体改制。2003年瑞贝卡股票作为中国发制品行业第一股，在上海证券交易所鸣锣上市。

如今放眼瑞贝卡大道东段两侧，公司发制品生产区内，科技大楼巍然屹立，一排排现代化生产车间鳞次栉比，园内绿树婆娑、花香四溢……

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，郑有全又把眼光锁定在了建立拥有自主知识产权、拥有自主知名品牌的国际化企业集团和成为世界发制品王国的目标上。

永远在路上，一个企业不懈的追求，一个人也要不懈地追求，才会有惊喜，才会大长进。

越追求越成功

人要有所成就，不是一时努力就可以的，而是要不懈地追求。太多的时候，很多成功的人还不待品尝胜利的美酒，又开始了新的征程，而这当中的辛苦更不待仔细回味。当追求成为信念时，就再也停不下来，只是向前，再向前。

所以，我们应该时时想着自己的追求，让这种追求化为一种自然而然的力量，促使自己取得更大的成功。

奥贝尔总经理骆宝华有很多惊险的采石故事，在强大的目标吸引下，他从没畏惧过。

由于在一个矿区里的不同地方开采出来的石头，成分还是会有所不同，所以骆宝华经常要去勘查新的矿苗，以符合陶瓷厂的需求。通常新的矿苗都在穷乡僻壤、人烟罕至的地方，相对的危险性也大。骆宝华形容开车前往新苗区，就像是坐云霄飞车，一路都是曲斜、崎岖的石头路，稍有不慎就会翻车。

看了几处新的矿苗，他都觉得不满意，正担心没办法交出好货给陶瓷厂时，矿长来了通知：“找到了！真的找到好

苗了!”

尽管外头还下着雨，骆宝华二话不说，就要矿长立刻带他上山。车子不能走，他们就靠双脚，早上 10 点多出发，下午 2 点到了矿区。从矿区到新苗区也不能开车，又走了一个多小时。

矿长告诉他：“就是那儿了。”

“我要爬进去看看。”

“不要吧!” 矿长听到骆宝华要进去，吓了一跳。

因为连着下了几天雨，土石松动容易掉落，要是一块石头掉下来就会把洞口堵住，人怕是出不来了。

但骆宝华却非得看到新苗的质量才能放心，他执意说：

“我要进去!”

他探头看见矿坑里积水，就立刻脱了鞋袜，光着脚爬过大石头，弯腰进入高 1.5 米的坑里。矿长怎么也拦不住，也只好硬着头皮，跟着爬了进去。

那坑洞不只是狭窄，四周还都是出角石头，要是不小心猛地抬头，就可能会头破血流。再者，雨水积在坑洞里，越往里爬，水位越高，而外头雨还下着呢!

然而，骆宝华一心要找好的矿苗，也没心思想这些，爬了 200 米左右，终于看到了新苗。多年从事矿石开采的他，早就练就了辨别矿苗质量的功夫，他拿起石头一看，多日来担心找不到好苗而紧绷的神经松了，对着尾随在后心惊胆战

的矿长露出满意的笑容。

骆宝华只是想不断地拓宽自己的事业，想攀登高峰，这样的追求，即使在艰险的环境下，也不停止。

越追求越成功，甚至有很多企业在激烈的市场竞争中灵活多变，快速适应市场变化，以万变应万变，做着永远不懈的追求。

江苏远东控股集团在最初创业时，全部家当只有 2 台陈旧的挤塑机，若干台灰头土脸的辅助设备，一排不到 300 平方米的简陋厂房以及 36 名刚从田埂上、鱼塘边走来的“泥腿子”。

通过 18 年的不懈奋斗，远东如今已成为销售收入超过百亿元，18 年来年均增长 40% 以上，产销连续 10 年位居同行业之首，以电线电缆、医药、房地产、投资为核心业务的大型民营控股集团，并被评为“全国企业 500 强”、“中国顶尖企业 100 强”，其产品成为国内驰名品牌。董事长蒋锡培在 2002 年当选为党的十六大代表，是当时唯一一位民营企业的党代表。

远东不断追求自我，超越自我，根据企业环境的变化不断完善自我，在其企业发展过程中有过 4 次改制。

第一次改制是 1992 年，把私营企业改制为集体企业，赢得了较好的发展环境。这一次改制一举解决了远东引进人才、融资、享受政府支持等深层次的问题。截至 1994 年年

底，不到 4 年时间，远东的销售收入已超过 1.5 亿元，总资产比改制前增加了 10 倍，一跃成为江苏宜兴市最大的电缆企业。

第二次改制是 1995 年，由乡办集体企业改制为股份合作制企业，实现资本有效营运，使企业更具发展活力。针对集体企业在运行中出现的产权不明晰、职责不明确等弊端，1995 年成功募集了 1350 万元内部员工股，1996 年内部员工股增资扩股到 4500 万元，把每个员工都捆到了“目标共识、责任共负、风险共担、效益共享”的企业共同体之中。

第三次改制是 1997 年 4 月，与中国华能集团公司、国家电网有限公司等四大国有企业联合，共同投资 1.02 亿元，组成了全国首家跨地区、跨行业、跨所有制，既有国家股、集体股又有个人股的混合所有制企业，资源和优势互补，创造了极为广阔的市场前景。

第四次改制是 2002 年，企业借电力体制改革之际，出资回购了原有 68% 的国有股和 7% 的集体股，让远东再度民营化。5 年的合资，四大电力国有企业获得了股东应有的回报，而远东则拓展了自己的电力市场，构筑了进一步发展的战略平台，双方实现了真正的双赢。接下来，远东进一步明晰了产权制度，健全了董事会、监事会，重组了新的远东控股集团有限公司，成了真正的民营企业集团。

远东的 4 次改制，找准了激发企业活力的突破口。企业

每年以 40% 以上的速度发展，2006 年销售就突破百亿元，创造了业内及企业界的不凡业绩。可以说，第一次改制，迅速赢得了政府和金融部门的支持；第二次改制，迅速实现了全面资本扩张；第三次改制，迅速做到规模裂变；第四次改制，完善了法人治理结构。

远东通过 4 次改制，由一个名不见经传的小企业发展成为领航电缆行业的龙头企业。这时，远东有没有像美国的胜家公司和日本的力卡公司那样裹足不前，而坐享其成呢？远东没有，远东又开展了二次创业，他们创造了“主业 + 基金”的赢利模式。

这一新的创新赢利模式，是面对中国资本市场与国际市场全面接轨后的漂亮转身。对于这一新模式，远东对媒体阐述说：“远东启动‘主业 + 基金’模式是基于对中国资本市场的良好预期。”

远东人的不断追求，使远东一直处于市场的前沿地带，使远东永远保持着活力，获得了长足发展。

所以，成功的个人或者企业，都更注重关注自我的成长，敢于革自己的命，不断地提升自我，这也才是真正的敢干事。

与企业一起高效

要成为企业的利益共同体并非说说而已，最起码需要我们敬业守责、讲求效率，切实地将企业的事当成自己的事来做。其实，敬业守责、讲求效率，以商业结果换取公司给予

的薪金是我们在企业中应尽的本分。但是，很多人往往不抓主要矛盾，而去抓次要矛盾；不是努力要求自己做好本职工作、提高业绩，而总是为自己找挡箭牌。

在华为，员工要敬业守责、注重效率。这一点我们从其会议上就可以明显地感受得到。参加会议的人一般都是直奔主题，如果偶尔说出一些与议题无关的废话，华为的老总任正非要么直接打断，要么就会冲发言的人说上一句“少放臭屁”。

这太令人难以想象了，华为的员工哪个不是高学历？以这样的方式对待知识分子确实少见。但是，如果改了也不见得是好事，很可能华为开的会也是又臭又长，而且议而不决，到时对谁都没好处。所以，我们更多的时候要适应企业的需求，作主观能动的努力和改变，而不是有意地去求全责备。说得更直接一点儿，那就是为自己的不严格要求找借口是对自己不负责任。

我们也看到，在华为，最后能有幸留在任正非身边做事的下属，无不是修炼出了尽快理解任正非意图，与任正非高效沟通的本领的。他们在工作中积极动脑，勤于学习，变得更加敬业和有效率。

但是，这不意味着就要唯唯诺诺，而是要真正地跟得上企业对我们的要求。能做到这一点，自己自然也就成长了。

与华为一样，同在深圳的研祥企业是国内工业控制计算

机行业的龙头企业，为推动民族工业控制计算机技术和产业的发展作出了突出的贡献。其领军人陈志列也与任正非一样，对效率有永无止境的追求。过分直接甚至声色俱厉的指责并非是对自己脾性的放任，而是其多年自我提炼的管理方法的高效表达——叫其他人提高效率。这种方法并非无可指责，但是它成就了华为，也成就了研祥公司的成功。

很多新进入研祥的经理人一开始难以习惯陈志列缺少铺垫、很少解释且压力很大的陈氏话语。不少人经历了沮丧、委屈甚至愤慨的心情，有些人在试用期内“回不过神儿来”，选择了离开。

陈志列经常逼着下属“说事”！当汇报工作时，三句话还没说到结果时，他会打断：“说事，不要讲故事！”意即谈工作要开门见山，不要先过多地叙述原因、过程，最好直接说出结果，如果需要讨论，再补充过程也不迟。

其实，我们多想想也就明白了：过多地叙述过程或原因，事实上是低估了大家的判断力，确实是浪费时间；或者就是我们有意推诿责任，因为准备不足，思路不清，才一直说不到点儿上的。以上两种情况都是企业效率的敌人，都要坚决反对。

陈志列甚至告诉大家不要进行隐性恭维。员工间相互恭维是企业所反对的，意即下级对上级不要表示客套，如对上级说：“还是您看得远”、“请多指教”、“此致敬礼”，这些话

会令人发腻，而且干扰客观思维。

“要用心恭维你的客户、合作者”，这是一个职场高手的职业素养。“不要用心揣摩你的上级”，谁讨好上级，谁就不是好员工。

正因为如此，研祥高层管理人员出差到分公司从来不要接送，不仅是节约成本，更是提倡“各干各的事，互不干扰”。

高效地做好分内的事，一直是每家企业的最直接要求，同时也是企业对我们的最高要求。这不单单提高了自己的效率，同时也提高了企业的效率。双赢也。

学习中见效益

要想永远成为企业的利益共同体，就要做到永远追求进步以适应工作的需要，这就离不开学习。

可以说，现在找一份满意的工作不容易，能“站住脚”更难。如果不能在工作中不断地学习，丰富自己的知识，提高自己的能力，就算你曾是公司的三朝元老，就算你是硕士、博士甚至博士后，你不能应付自己的工作，不能为公司创造更大的价值，老板也会为了公司的利益，把你扫地出门。所以要想在激烈的竞争中胜出，就必须在工作中不断学习，不断地吸取能量，做出更优秀的业绩。

而工作是最直接的学习，要在工作中做到“读万卷书，行万里路”，“阅人无数，大师指路，自己去悟”。

工作的过程就是学习成长的过程，我们要利用好工作中

每一次充电的机会。比如我们在做一个新的工作任务时，就离不开读书。先从书上找找答案，然后进一步把视野放大，得到周围人的建议……找到可以求教的老师，这样，就有了做某件事的主见和步骤。

读万卷书：曾有一位老板与一个大师级别的人不期而遇，他觉得机不可失，于是在很恰当的时候提出让大师给他的企业把把脉，大师说：“你把你企业所处行业的一些书和资料先拿给我看看。”老板说：“我天天这么忙，哪有时间看书呀。”大师回答他的一句话十分深刻：“你根本没弄懂你在干什么。”

对大多数人来讲，我们的工作不是研究发明，我们也不是第一个从事这份工作的人，而且很多成功的经验和具体的做法都是被总结好的。比如说我们是做文员的，文员工作到底应该怎么做，我们只要找来相关书籍读一读就行了。一本不够，你就拿来3本、5本认真读，这比我们自己在工作中摸索有效得多。一旦找到了做事的方式方法，我们就很快会在实践中结合自己从书中学到的知识创造性地发挥。

又比如，做销售的，到底怎么把产品卖出去？事实上，我们只要找来几本关于销售的书就可以找到答案了，在实践中就不至于总碰钉子了。再比如做策划的、写文案的，也能在书中找到答案以帮助自己的实际工作。

在工作中，第一时间里阅读能指导自己工作的书，是最

快进入工作状态的好办法，这会比我们怀着谦虚谨慎的态度向有经验的人请教得到的帮助更系统有效。

有人会说：“工作太忙了，一旦忙起来就没时间看书了。”事实上不是这样的，工作再忙，只要挤就有时间。在工作过程中读书，甚至把过去读的书再拿来读，我们就会发现，我们的理解能力和对书中的智慧的驾驭又到了一个新的高度，而且还能做到触类旁通。这在工作中就会体现出来，因为再做事情时，我们已经更从容了。读书不是读哪一本就行了，也不是在哪一个阶段读一读就行的，一本好书会在不同阶段对我们有不同的帮助。

另外，读书是借助别人的智慧使自己成长。想将他人之长为自己所用，读书是成本最低的方式，这是身在职场的人，包括老总都应该有的智慧。

行万里路：行万里路不一定要我们成为“徐霞客”，而是要我们做开阔视野之事。比如多和同行交流，多参加公司以外的活动，多获得各种信息。

很现实地讲，我们现在还处在工作成败即人生成败的阶段，要想自己的人生有所作为，只在上班时的8小时努力是远远不够的。下班的铃声一响起就溜之大吉，跑回家睡大觉和蜷缩在角落里看电视的人是没有追求，也不可能人生有大作为的。对那些想有更大作为的人来讲，下班铃声才是刚刚开始，他们会去出席社交舞会、演说活动、拍卖会等

各种集会，为的就是广结人脉，为自己的工作和发展做准备。

多做开阔视野之事，才能有机会成为一个幸运的人。比如说，在今天已经有很大作为的那些老总，很多时候就是靠开阔视野获得商机的。梁庆德，大家都习惯叫他“德叔”。德叔生产鸡毛掸子、鸭绒被的时候，参加了一个跟自己的轻纺行业一点都不沾边的家电业的会议。就是在那次会议上，德叔才意识到微波炉会在中国大有发展的前景，也才有格兰仕雄霸全球的今天。

没有开阔的视野，就不会有开放的格局，就不会有高远的志向，就不懂得走出去才知道自己微小的道理，那么就只能活在自己狭隘的世界里，作为自然不会大。

阅人无数：阅人无数不一定是认识很多人。阅人无数的真意是对我们熟悉的人多了解，向他们多学习，学习他们的智慧与经验。

我们的领导、同事、客户都有他们充满智慧的一面。当我们用心走近他们时，他们会无私地与我们分享他们的成败荣辱，并给我们好的建议。

如果我们身边多几个知己，少几个陌路人，那么，我们的人生之路就开阔得多。

只有阅人，才会识人。不要以为只有老板才需要识人，事实上如果我们每个人都懂得识人，那我们碰到的“一切人”，都会是我们人生道路的贵人。

大师指路：杰克·韦尔奇，全球第一 CEO，使得通用公司业绩翻了 10 倍。他在自传中明确地表示他那数一数二的战略来自于与彼得·德鲁克大师的交流，可见有名师指路多么重要。

天外有天，人外有人，有智慧的人会不断地向前寻找高手。那么大家也就不难理解了，为什么有人不惜重金一定要与巴菲特吃一顿饭了！懂得投资的人更要会投资就是这个道理。

但是有太多人不屑于别人的优秀，并且会时常为他人的成功找理由，少不了的是对其进行一番评说，难怪华为老板任正非说，他最恨“聪明人”了！但是看看我们身边，自以为是的“聪明人”非常多。当一个人自以为是的时候，对别人来说是没有影响的，对他自己来讲就是内耗，因为他一旦有了自以为是的做派，那么自然就会一叶障目，很难借鉴别人的成功经验和做法，也很难听得进别人善意的指导。大家会慢慢地疏远他，很难再去响应他了。最终，使得自己原有的能力因为得不到支持和响应而无法淋漓尽致地发挥，人生质量也因此大大“缩水”。

自己去悟：什么是悟性？打一个比方来说，一件事交给三种不同的人来做，可能会出现三种情形：

一种人是你告诉他怎么做，但他还是做不好；

一种人是你告诉他怎么做，他做得很好；

一种人是你只告诉了他一个大概，或者根本没有经验和建议可循，但是他却做得超出我们的预期。

那么，这最后一种人即是有悟性的人。

有悟性的人自会得到企业的信赖和赏识，在国内著名的寝具制造企业慕思寝室用品有限公司，已有 11 名员工在 3 年的时间里，由普普通通的员工成长为慕思公司的加盟商，而他们成为老板的平均年龄不到 22 岁，而且大都是职业高中毕业。

可以说是慕思成就了他们，因为慕思有一个机制，那就是对每年的前五名员工进行奖励，由企业出资为其开店，让其做老板，赚了钱后再还给企业。但同时，也正是优秀的员工成就了企业，他们曾经普通，起点都不高，其中有三个曾是前台文员，但他们愿意用心地学习，而且很有悟性，并能以老板的心态做事，接受任务和挑战，自己有长进，企业也自然水涨船高。

任琼，21 岁，职业高中，导游专业毕业，在慕思公司总裁王炳坤看来，她是一个可造之材。

她由店员到店长，再由导师到经理，一步一个脚印。当问她一路走得这样顺顺当当，她在企业里的第一个贵人是谁时，她脱口而出：“是慕思的产品。”她回答的是实话，同时也非常有智慧，完全不像只有职高学历的人讲出的话。

她在工作中不坐等指示，而是能创造性地做事。比如经

常会发生这样的事，客户下了订单，但两个人都服务过这个客户，那么这笔单该属于谁呢？这就很容易发生争执，影响团结，管理者也很难处理得不偏不倚，会使得整个店的氛围不和谐。

任琼想，一旦发生了这样的事，解决起来比较麻烦，那么能不能让这种事情干脆不要发生呢？于是任琼的“跟单须知”作出了明确的规定，对可能发生的情况，一条条地列出来：第一，开单只属个人；第二，如果把客户请进来，自己又不跟，由另一位同事跟签下来，此单应该算跟客户的人；第三，曾接待过的客户，却没有在客人进专卖店五分钟内认出并打招呼者，不算曾带过客户……

自从“跟单须知”出台，在任琼所管辖的店里就再没有发生过店员抢单的事情。内部没有了大的矛盾，任琼的管理工作就更得心应手了。接下来，可能任琼要接受更重要的任务和更新的挑战了。因为在慕思，每年都会培养出至少 5 位年收入超过 50 万元的员工，他们从员工变成了经销商，这应该是她努力的新的方向。

向有经验的经销商学习也是摆在即将成为新经销商面前的必修课，而且学习得越早越好。作为有悟性的任琼来讲，已铆足了劲儿。其中有一个经销商的故事，她记得非常清楚。在福建莆田的一位姓郭的老板来找慕思的老总，希望能代理莆田的市场，但是老总在中国地图上找了半天都找不着莆

田，就直接回绝了。虽然遭到老总的拒绝，他仍然第二次、第三次、第四次来请求。大半年过去了，他最终成为经销商，并且其三线城市专卖店达到了一线城市专卖店的销售业绩，让任琼深感佩服，成为了任琼的榜样，也成了在未来任琼可能开店的学习标杆。

所以，有悟性的人不一定有丰富的经验，也不一定有什么大不了的学问。在任琼看来，有悟性的过程离不开多看、多听、多做，再多想，慢慢训练自己成为一个有悟性的人。也只有做到有悟性，才能在一定意义上放弃一切没有质量、没有效率的行动。只有把行动用在能产生“有用功”的地方，才会让自己成为企业不可或缺的人。

与企业一起进退

企业吸收和团结一批人进来，不单单是为了生存，而是想把企业做强做大，同时让更多人在这个平台上得到发展，满足更多人对理想、对事业的追求。成为企业的事业共同体，意味着以企业的利益为重，尤其是在面对个人得失时要有大局观念。

在格兰仕，有一个“师带徒”制度。当然对大学生们不能用这么老土的名字，一番推敲，便发明了“分裂繁殖”的说法，也就是打下江山的前辈在工作中培养新人，当老师。等新人基本掌握业务技能后，也就意味着成功被“繁殖”了，那么同时要“分裂”，把旧的市场交给新人，因为旧市场相

对比较好做，老师要改去开发新的市场。

这可不是一般的“师带徒”了，这可是要把千辛万苦打下的江山也要交出去的。那时格兰仕的分配体制还没有制定，全靠企业文化加私人感情硬推。

不管一个制度是否合理，总会有人支持，也总会有人反对。

梁杰初、沈朝辉是业务骨干，有“主管”头衔，所以分裂繁殖制度一出台便首当其冲。企业年轻的老总梁昭贤亲自找梁杰初谈话，要他带头。一看“贤哥”出马，梁杰初心里叫苦，自己是个性情中人，平时工作生活上有什么事，总是向好脾气的贤哥倾诉，现在贤哥要他出来带个头，也唯有硬着头皮说“顾全大局，理解和支持改革”。

带出徒弟后，梁杰初被调去了日本市场。众所周知，日本市场是全球最难打入的市场之一，其消费者排外，有民族情绪，且都多用国货，跟欧洲诸国的国情也完全不同，他以前累积的经验全不管用。

最初的日子很难过，但梁杰初也知道，格兰仕对一个人的高度信任，就是向他交付更富有挑战性的工作。

梁杰初决心挑战自我，最终他成功了，格兰仕也因此成为第一家以自有品牌进入日本的中国家电企业。

而沈朝辉是打欧洲市场的，但远没有梁杰初那样幸运，他磨了很久才签下一个英国客户的单。不过，很幸运的是，

这是欧洲市场最大的客户。

沈朝辉的性格比较内向，初出茅庐时不管多艰难都没向梁昭贤诉过苦。“分裂繁殖”被调去开拓亚非拉市场，表面上虽没闹情绪，但心里却是另一番滋味。那会儿业务员提成只看订单，留在英国的徒弟的提成比自己还高，他又不是圣人，没有想法，那是自欺欺人。

开拓亚非拉市场，公司给他配了几个新的业务员。新人工资低，而他有基本保障。没办法，自己好不容易新开拓出来几个客户资源又只好分给了新人，以保障他们的生活。

只是这么一来，他体会到了当头的难处，觉得高层也有高层的不易，想想有时自己的提成收入比老总还高，心里也就平衡了。

于是他给自己定位于“全球开拓”，决定凡事要用全局的眼光来看问题。

愿意吃亏的人最后得到的最多，因为成长空间大。梁杰初和沈朝辉如今都成为了格兰仕第二代管理团队中的核心骨干。

当然不是所有的人都肯吃亏，也有人闹别扭。碰上这样的前辈，新人唯有自己摸爬滚打了。1998年新进入格兰仕的李旭升就遇到了这样的事，前辈不想被调去新市场从头来过，所以一直不肯教他，结果李旭升总也不能“出师”。他脾气犟，闷着头屡败屡战，历时一年多拿下一份 14 万美元

的订单，是新人中订单最大的，从而成了新人的榜样！结果，“分裂繁殖”竟把他调去开拓加拿大市场了——“老人”没动，动了新人，真有点不公平。但是肯成长的人，才会有更远的未来。格兰仕上空调项目，李旭升再当排头兵，从而有了施展自己更多才华的舞台。

“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”。格兰仕海外市场部 60 多个业务人员最终“分裂繁殖”成为 36 个科室，而且就是因为“老人”始终能面对新市场，使得他们一切都要重新再来。他们没有时间发牢骚，而且是新市场，打法都不一样，所以也没有人自以为是，也就使得他们在职场上一直走上坡路；而对企业来讲，也就出现了“新人”和“老人”都在成长的情形。

在这个模式下，格兰仕更是以让业界惊叹的速度培养出了大批企业急需的人才，其中海外市场部全部都是年轻新秀。2002 年，格兰仕 80 多亿元的销售额，是由 100 个负责国内市场的业务员和 60 多个负责海外市场的业务员共同完成的，平均每个业务员完成的业务量是 5000 万元。

他们不是格兰仕企业猎来的营销高手，也不是镀了金的海归派，他们基本上都是国内普通高校培养出来的大学生。说实话，以他们的学历在国外找份好工作都很难；就算有幸跳到跨国公司在中国的分公司，他们也只能被聘任去开拓中国市场。

但是，在格兰仕工作的这些年轻人是幸运的，他们能在前辈的带领和培训下迅速成长。多少名校出身的人，多少在海外获得博士、硕士学位的人，在他们的青春岁月中，都很难创造如此辉煌的成绩，但是，格兰仕的这些年轻人成了中国当代企业闯世界的历史中绕也绕不开的群体。

当然我们更要佩服格兰仕是个创造奇迹的地方：甚至没有相应的分配制度，“分裂繁殖”就能铺开推行。这背后当然离不开那些有全局意识，有企业利益高于个体利益的一群人的支持。

我们知道跨国集团的运作模式成熟，打入他国市场有常规套路，其机制确保着复制成功的概率，而对特别陌生的市场，他们甚至准备若干年，以待时机成熟。但是，格兰仕限于自身的条件，甚至都没有缜密地思考过海外市场的打法，他们敢于放手让一批毫无经验的学生去全球闯荡。很多人到了海外市场自创新招，甚至是见招拆招。当这些新锐们取得成绩后，格兰仕对其不“娇惯”，再派到新的市场接受新的考验。这样，越来越多的格兰仕人在格兰仕的平台上施展着自己的才华，从而也成就了格兰仕纵横全球的事业。而这些成就了企业的员工，必定是拥有着优秀才华和实干精神的好员工。

困难中担当

任何企业都是在困难中逐渐成长起来的，其中最重要的

是人的素质。所以，一家企业想要取得成功，至关重要的就是到底有多少优秀的人才与其同舟共济。

如果一家商铺的老板一点也不客气地将你递过来的产品扔了出去，你怎么办？拣起来再交还给他！但 2000 年时的黄惠做不到。黄惠呆呆地站在那里，眼泪早已哗哗地流了下来……

这是黄惠做五叶神营销员时所经历的印象最为深刻的挫折之一。如今已成为五叶神驻广州办事处领导的黄惠已经能很平静地看待当初的这个挫折了，谈到当时的窘态，她甚至有些自嘲。

在 2000 年五叶神招聘到的第一批营销人员中，几乎没有一个是做过烟草这一行业的，就连从事过营销工作的人也很少。他们中的绝大多数都像黄惠那样，从学校里面毕业，多少有了几年的工作经历，自认为已经有了一点经验能应付复杂工作的挑战了。

这些人一开始并不知道，市场要比想象中困难得多。每年各地烟草公司根据计划进的一些梅州卷烟产品，几乎每次都要削价赔钱才能甩卖出去。赔钱的事情多了，这些当地的烟草公司的人员都很不愿意见梅州烟厂的人。用黄惠的话说，每次遇到这样的情景时，都让她更深地认识并理解了所谓“落后就要挨打”的道理。

为了改变这种局面，他们决心要干出个样子来。

拜访客户、维护终端的工作十分繁琐，它要求工作人员要有相当的耐心和热情，而且没有任何怨言，自觉自愿。因此，五叶神最初并不热衷于招收那些高学历背景又自视了不得的人，而是更看重那些踏实肯干、待人热情、有闯劲而又朴实的年轻人。黄惠和她的伙伴们起初也不懂什么是营销，但工作非常投入，态度积极，甚至是狂热。在五叶神的指导和个人的摸索之下，他们想尽各种办法将五叶神烟推销出去。比如他们出去吃饭，都会主动地到大厅里面吃，而不去包厢，同时，他们把三盒五叶神香烟放在餐桌中央，甚至如果看到饭店里面有人吸其他高档香烟，还会主动地上前问候并与其香烟进行交换。再如创业初期，许多烟店不愿进五叶神的烟，他们就会偷偷组织一些人轮番地去问有没有五叶神，最终烟店老板就会在狐疑之下，犹犹豫豫地进五叶神的烟了……

“自强不息，实干兴邦”，这是中华民族几千年来努力奋斗的历史写照，是构成我们生命的文化基因。而作为一个有争议的行业，作为一个在行业与社会矛盾中想寻求突破的品牌，五叶神人正是在实践中闯出了未来。

五叶神人用着实干精神这股劲儿，短短的四五年的时间便取得了行业内其他大品牌花费十多年甚至更长时间才达到的市场业绩。正因为五叶神品牌的成功，原本在国内烟草系统排倒数的梅州卷烟厂一跃成为行业内经济效益最佳的

企业之一。

成绩取得的背后，站着的是那些自觉地从企业的角度考虑问题和解决问题的人，正是这些人在困难面前不退缩，主动地为了企业的效益打拼。他们将自己与企业结成事业的共同体，也就有了一股无形的力量推动着自己不断地前进，他们所在意的已不仅仅是那每个月几千元的薪水了，而是自己的事业和人生能有多大的发展，从而让自己和企业达到双赢。

与企业一起成长

企业靠着一两个人生存发展的英雄主义时代一去不复返了，未来企业的竞争力来自于企业团体的战斗力。现在，企业越来越想透过文化的力量改变员工，从而改变企业自身，这是形成企业凝聚力的主要途径。所以，在愿意接受改变时，我们就自觉地与企业命运捆绑在了一起。

时势造英雄，如果我们能勇敢地抓住成为企业命运共同体的契机，那么，我们的人生命运也会由此改变。

在成为企业命运共同体的机遇面前，有些人可能会选择得过且过，面对一些困难或者觉得与自己的关系不是很大的事情时，就可能拒绝接受。其实，作为企业中不可分割的一部分，我们为这家企业工作，我们应该敢于成为企业的命运共同体。抓住这个机遇，你在这家企业中的收获就会更多。

在山东荣成有这样一句由来已久的话：“要想死得快，

荣成晒海带。”海产品从养殖到深加工，其中最繁重的工作是人工晾晒。过去，很多荣成人不仅从事着最繁重的体力劳作，还遭受着包工头的盘剥凌辱，可以说命运完全捏在别人手上。“一朝被蛇咬，十年怕井绳”，这种情况对他们的影响到今日都难以完全消除，以至于企业跨过包工头直接聘用他们时，也很难和他们建立起信任的关系。企业招人也遭到了前所未有的难度。

我们可以这样认为，对企业来说，员工决定了企业的命运，而且也只有员工的命运得到改变，企业的命运才能得到改变。

但獐子岛渔业集团却改变了这一状况，将员工和企业的命运联结了起来。

獐子岛渔业集团，为了企业与员工能有共同的命运，可算是动了一番心思，董事长吴厚刚甚至把原属于自己的股份奖赏给那些能为企业尽心尽力的员工。同时，吴厚刚非常看重文化对企业、对员工的力量，作为一个优秀的品牌企业进入荣成后，大力支持荣成分公司搞文化建设。

荣成分公司总经理李云恩与核心团队创造性地提出了员工发展与公司发展一荣俱荣、一损俱损的思想，并在执行的细微处下工夫。比如，很多员工控制能力弱，缺乏自我理财意识，每月发完工资后，他们就集中到外面消费，缺乏自我节制，造成很多不良影响，并带来了诸多的不稳定因素。

因此，倡导和帮助员工自我理财就显得十分重要。

公司上下开展了自我理财的集体总动员，并给予知识指导，让每一个员工都参与到自我理财当中来。公司利用开会和学习的机会广泛宣传自我理财的好处和方法，要求大家结合自己的实际情况作出理财计划和体会。员工们反应积极，写了很多自我理财的感受和体会。公司还专门编写了“自我理财歌”，生动形象地唱出了自我理财的意义。结果大家越来越有钱了。

大家尝到了适应企业要求所产生的变化给自身带来的实惠，观念也在自觉地发生着变化。

过去，很多员工认为只要干多少活拿多少钱就行了，至于企业出台的制度，他们认为那是用来管自己的，很是抵触；企业要打造企业文化，那东西又不能当饭吃，离他们太远、太虚。现在，大家认为企业的制度在维护着大家的共同利益，企业文化是大家共同的精神家园，企业也从而彻底地走出了员工情绪低落、消极怠工、扰乱秩序、聚众滋事、挑拨干群关系、刁难企业的种种困局。

一向不爱与别人沟通交往，性格显得异常孤僻的王小宁，在大家的帮助下，进步非常大：其工作很细心，很少有失误的地方，生活上还学会了一些小常识。并由一个沉默寡言的人，变得不但爱笑而且还有些幽默感了。大家看到王小宁的变化，倍感大家庭的温暖，更加坚定了打造企业文化的

信念。

越来越多的人从将信将疑到主动献计献策，从精打细算、唯恐吃了亏到勤勤恳恳、兢兢业业对待工作，从做事时拈轻怕重、能躲就躲、事不关己、溜之大吉到以大无畏的、奉献的心态帮助同事，荣成分公司业已成为集团在威海乃至胶州半岛上的一面旗帜。

可见，敢于同公司结成命运共同体，不仅能改变企业的命运，同时也改变了自己的命运，最终形成了一种双赢的局面。

拐角处与企业共舞

当我们的想法与企业有所出入时，我们是格格不入，还是与企业休戚与共？该如何选择以保证你一直是企业不可或缺的命运共同体呢？

在华为，有两位天才级的人物，形成了华为早期技术上的优势。李一男年轻，知识结构新；郑宝用经验丰富，曾一度负责华为的研发。自然地，郑宝用把接力棒传给了李一男，从产品研发一线撤了下来，负责宏观的战略研发。郑宝用毕竟是负责过产品研发，对他来说，“操心”是一种习惯，更是一种责任，更何况，从过去的工作惯性中停下来需要时间调整也是人之常情。郑宝用偶尔的“指手画脚”使得李一男有些不高兴，尔后，两个人的矛盾越来越深……

企业只能作出理性的决策。最后，郑宝用的产品战略规

划办被撤销了。

很多人都为郑宝用捏了一把汗。

这背后是多大的“委屈”呀！但是，郑宝用并没有因此消沉而背离公司。当真正地“晓之以理”时，郑宝用的心情逐渐平静下来，开始自觉地调整自己的心态。后来，郑宝用转去负责公司宏观产权与资本运作，这对他来说可谓是一窍不通。但是，正因为是大家都没做过，做好就显得尤为重要。

郑宝用及其属下铆足了劲儿，在实践中学习。后来，在华为电气与爱默生合作时打了一个漂亮仗。通过这些大规模的资本运作，以郑宝用为首的一批华为人迅速成长为资本运作的专家，华为也因此积累了资本运作的经验，为企业的进一步发展开了局，铺了路。华为人经过资本市场的历练后，对资本市场的认识和理解令许多国外投资银行专家非常惊讶：“以前接触的华为人对资本市场都非常陌生，而郑先生却是一位专家。”

曾经有过怨气也罢，曾经赌过气也罢，当一切释然时，是非对错就已然不需要再纠缠了。郑保用的敢于放弃，对企业决策的理解和忠诚，有多少员工能做到？！也正因为他做到了，他又成了资本市场这一新领域的专家，开拓了自己的新视野，也成就了企业的新高度。

对企业、对员工来讲，只能向前看，发展才是硬道理。所以，当我们耿耿于怀时，我们就把自己扔进了矛盾的漩涡；

当我们积极时，我们就有了行动的力量，我们才真正做到了与企业同呼吸、共命运。

在职场当中，没有人会一帆风顺，恰恰是看似不顺利时，我们成功地解决问题的过程反倒会让我们不知不觉地成长。

而且，越重大的问题越意味着是一个磨炼和成长的绝佳机会。这也非常符合企业的用人观。在很多企业，是否重用一个人最主要考虑的是这个人是不是曾经历过重大挫折，并且在挫折中学习改进了。很多企业会有意识地磨炼员工，甚至有“七上八下”的干部考核制度。最终经受住了考验的人，才会得到提拔和重用，才会有机会参与企业决策和承担重大责任。

成为命运共同体，是企业也是员工的最终和最高目标。一旦达到这个目标，员工与企业就像鱼与水一样，谁也离不开谁。企业的成长，要依靠员工的成长来实现；员工的成长，又要依靠企业这个平台。企业兴，员工兴；企业衰，员工衰。格兰仕是这样，华为是这样，微软是这样，IBM 是这样，沃尔玛也是这样，所有企业都是这样。

会干事

会干事是实干精神的核心。

泰勒说：“凡事皆有窍门。”

那么，到底我们该如何将自己的智慧发挥出来，并有经济效益的回报呢？

在当今的经济背景下，裁员之风还没有停止，虽然国家采取很多的措施尽量避免这种情况的发生，以保证员工的利益。但是，作为员工，我们只有为企业带来更多的利润，才有可能被企业留住。

那么，我们应该怎样将自己的一腔热血融到工作实际中去呢？这就取决于我们的进步意识和具体的行动。

人有两种能力，即思维意识能力和行动实践能力，要把事情做得漂亮，往往取决于这两种能力的高低，并且行动与思想同等重要。

在意识篇里，我们提炼出了三种最重要的观念意识——目标意识、结果意识和价值意识。

目标意识会让我们志存高远，会让我们有前进的方向。俄国大文豪托尔斯泰有这样一句名言：“人要有生活的目标，一辈子的目标，一个阶段的目标，一年的目标，一个月的目标，一个星期的目标，一天的目标，一小时的目标，一分钟的目标，还得为大目标牺牲小目标。”

结果意识会让我们少走弯路。在这个时代，“忙人”很多，急急忙忙地做这做那，可回头一盘算，却发现自己并没有做成几件像样的事情。往往以一个“忙”字作为自己努力的漂亮外衣，却没有想到，这种忙，只能是穷忙、瞎忙，并没有给企业和自己带来效益。纵然有一千个一万个理由都不重要，重要的是事情的结果是什么！因为我们是靠结果生存，

我们不可能靠理由活下去。公司是员工努力证明结果的战场。无论何时何地，如果你做事情没有结果，你就永远是一枚弃用的棋子。证明自己的唯一法则就是结果。

价值意识会让我们谨循经济的交换法则，会让我们的价值不断提升。我们都知道客户之所以向企业支付金钱，就是因为企业向客户提供了他们满意的价值，所以他们愿意用货币来交换，使企业不断发展。那么换一个角度思考，企业和员工之间的关系在本质上不也是这样吗？公司给员工提供工资、奖金、培训以及各种提升的机会，就是因为员工为企业创造了足够的价值。我们希望企业不断地给我们提高工资奖金、提升职位，这种要求十分合理，就正如企业希望有更多的客户不断购买我们的产品一样，那么我们就需要为企业创造更大的价值。

观念决定一切！只有在头脑中固守这三种意识，我们才能将之付诸于具体实践之上。

我们在行动的时候，也要紧紧抓住几个比较重要的环节——创新、合作、服从。

在西点军校，“服从”没有任何借口，忠诚是军人的象征。而在实际工作中，也是这样。我们只有服从领导与团队的指令，没有任何借口地去执行，并对企业忠诚，才可能有更进一步的发展。要把服从作为核心理念来看待，老板就是老板，员工就是员工，服从是第一生产力。每个人都要有意

识地服从老板、服从上司。如果有不同意见，可以在老板没作决策前给出建议，一旦老板决定了，就要服从决定，即使这个决定违背了下属的本意，也要“盲从”。“令行禁止”的企业才有高效率，才有竞争力。

个人必须服从团队，没有服从，就没有团队的胜利，当然也就没有个人的胜利。所有团队运作的前提条件就是服从。没有服从就没有一切，所谓的宏伟蓝图、长远规划等都是在服从的前提下才成立的，否则一切计划都等于零。服从命令就是执行的保障，假如员工不能执行好公司策略，又如何能创造卓越的业绩，如何让公司的目标实现呢？杰克·韦尔奇说：“战略不过是一张纸而已。如果没有出色的执行，战略是没有用的。”

工作没有进展的原因往往在于我们过于保守，太墨守成规。改变这种现状意味着要创新，用心、用脑去做事情。对企业的经营管理来讲，创新已不再是单纯的研究发明，而是做一件事情更好的方法。当我们有了这个观念时，那么我们人人都会创新，而且越是在条件看似不允许的情形下，意味着创新的可能性越大。

工作中的创新，总能给人意想不到的收获。意大利的米开朗琪罗雕出了著名的大卫像，当时他是用一块其他雕刻师不要的大理石雕刻的，因为这块大理石中间缺少了一大块，但是他变废为宝，雕刻出大卫站立面对巨人的姿势，完美地

补足了这块大理石缺掉的部分，使之成为了杰作。

创新的不竭动力就是抱有对新鲜事物的学习热情，饶有兴致地接触、体验，甚至是应用。新中大软件总裁石钟韶对那些对互联网和电子商务有所恐惧的人旗帜鲜明地提出了一个与时俱进的观点，他说：“对企业来讲，什么是创新的商业模式？是传统商业模式加上互联网工具。”

没有与团队或者竞争对手的良好合作，我们也不会达到自己的目的。只有合作，我们的目标才会更快、更早地实现。企业是一艘巨大的航母，每一个员工都是它不可缺少的一部分。这艘航母能否朝着企业的预定目标前进，有赖于全体员工的精诚合作。只有每一个员工的方向都保持一致，前进的利箭才会以无坚不摧的力量射中靶心。

比尔·盖茨认为：“在一家具有整体高智商的公司里工作的雇员，如果能够有效地协作，就会使公司的聪明人彼此发生可能的联系。即当这些高智商人才良好协作时，其能量将会冲出一条路：交叉合作的激励会产生新的思想能量——那些不太有经验的雇员也会因此被带动到一个更高的水平上，从而实现整体利益的最大化。”

那么，接下来，就体会意识的力量，掌握行动的指南吧！

目标锁定不分神

在生物界中，有一种专在松树上结网筑巢的毛毛虫。每当夜幕降临时，它们就会集体外出觅食，排成纵队，一只紧

跟着一只。

一天，一位法国昆虫学家突发奇想，做了一个有趣的实验：他将一队毛毛虫引到一个花盆的边沿，让毛毛虫围成了一个圆圈，然后在花盆中间放上可口的松叶。结果，毛毛虫一只接一只，绕着花盆边沿转了一圈又一圈。每一只毛毛虫都紧紧跟随着前一只，没有一只清楚它们的目标到底是什么。7天7夜之后，整队的毛毛虫都因饥饿而死去。

由此可见，没有目标的行动与梦游没有什么两样。如果你在工作时没有目标，绩效也就无从谈起。如果你想让现有的效率有所突破，首先一定要确立自己的目标。目标是本，任何一项工作都必须以目标为中心。它是一种“行动的承诺”，有助于推进工作速度，由此达成你背负的使命；它同时又是一种“标准”，借此评测你的行动绩效。

对于每一个人而言，只有把注意力凝聚在目标上，你才能清楚地懂得自己应该做什么，应该怎样做，并能准确评价自己做得怎么样。但这往往为许多人所忽略。

一位老师给孩子们讲了一个故事：

有3只猎狗追一只土拨鼠，土拨鼠钻进了一个树洞。这个树洞只有一个出口，可不一会儿，居然从树洞里钻出一只兔子。兔子飞快地向前跑，并爬上另一棵大树。兔子在树上，仓皇中没站稳，掉了下来，砸晕了正仰头看的3只猎狗，最后，兔子终于逃脱了。

故事讲完后，老师问：“这个故事有什么问题吗？”有人说：“兔子不会爬树。”还有人说：“一只兔子不会同时砸晕3只猎狗。”

直到再也没有人能挑出毛病了，老师才说：“还有一个问题你们没有提到，土拨鼠哪去了？”

猎狗追逐的目标是土拨鼠，可它们的注意力却被突然冒出的兔子吸引走了，而忘了最初的目标。在追求目标的过程中，经常会半路冲出个“兔子”，分散你的精力，扰乱你的视线，使你中途停歇下来，或者走上岔路，而放弃了自己原先追求的目标。比如，本来要进一步完善策划方案的，却发现自己的着装总不招人喜欢，于是潜心研究服装搭配，再也不想策划方案的不足和缺陷了……

锁住目标是高绩效的基础。只有盯住“土拨鼠”，盯住目标，你的奋斗和努力才会有意义，工作能力才会随着目标的逐步实现不断增强。

我们日常的工作和生活如此忙碌，环境又不断发生变化，面对生活琐事时保持清醒的头脑、清晰的思路，才能够帮助自己从复杂的环境中提炼出简单的行动计划，从而循序渐进地实现自己的目标。

目标执行不盲目

现实中，许多人的能力不可谓不高，时间不可谓不多，然而，他们的工作进度却依然迟缓，完成任务的效率依然差

强人意。为什么会出现这种现象呢？

究其原因，就在于目标执行时出现偏差。盲目执行目标，是导致一个人虽才华横溢但效率极低的直接原因。

有这样一则故事：

某工厂的一台机器因丢失了一个螺母无法运转，影响了整个生产进程。

老板心急如焚，便对维修工说：“你必须在两分钟内让机器恢复运转。”

维修工拍着胸脯保证：“放心吧，老板，两分钟换一个螺母，这还不是小事一桩。其实连一分钟都用不了。”说完，拿着扳手、钳子等工具和一大铁盒型号各异的螺母来到那台机器前。

没想到，一盒子的螺母，竟没有一个能与螺钉的尺寸、型号相吻合的。

维修工陷入了尴尬的沉默之中。

维修工只能负责维修，但是如果是无米之炊，那再厉害的维修工也不能有所作为。因此，我们应该注意自己的目标，只有首先找到那个“螺母”，才可能解决下一步的问题，而不能急功近利。

假如我们把大目标理解为一座金字塔的塔尖，那所制定的每一个小目标以及为达到目标而做的每一件事都是通向塔尖的塔身。

在为一项工作制定目标时，必须谨遵以下三条原则：放弃完美化的要求，从现实入手；推迟大的决策，从小处着手；切断退路，让自己别无选择。

为了让我们的忙碌不再盲目，不妨为自己的目标画张地图。将实现目标需要的时间、精力和资源都列出来，明确实现目标所必须经过的步骤，把对实现目标无益的要素去除，安排必须完成的步骤的先后次序，为自己规划一条实现目标的最佳路线。

有效分解过程

某商学院的学生集体到野外登山，老师想让这次活动更有意义，于是预先将一面红旗插在隐蔽的地方，然后对学生们说：“在这座山上我插下了一面红旗，你们现在出发去找到它。最先找到的人将拥有这面红旗。”于是，学生们兴高采烈地出发了，可他们越找越累，最终失去了兴致，都在山石上坐了下来。

老师鸣哨集合，对大家说：“现在我把红旗放在了下一座山头的山顶上，从这里到那儿有四五条路径，你们分成三组，各选一条路，哪一组能率先到达，哪一组就能拥有这面红旗。”于是，三组学生各自推选出了一名队长，这三位队长各自选了一条路，同时出发了。

他们先后接近山顶，就在他们即将到达山顶处时，都发现了那面红旗，结果是每个队员都奋力向前，没有一个人因

为劳累和疲倦而抱怨和放弃。

登山结束后，老师意味深长地说：“山上的红旗就是目标，在你们长长的一生里，每一次行动都要有明确的目标作指引，千万不要漫无目的地到处乱跑，也不要轻易放弃目标，否则你们可能什么也得不到。”

如果工作到了一定的时间和程度，仍没有看到绩效和成果，人们就会产生焦躁不安和厌倦的情绪，对手中的工作失去兴趣，最终会使工作止步不前。那么，如果我们将大的目标分解成一个个小的目标，相对于大目标来说，小目标是成绩的最好显示器，它更容易让你在较短的时间内看到成果。而当你一步一步地完成这些小目标的时候，最终的大目标也就实现了。

心理学家曾经做过这样一个实验：

组织三组人，让他们分别向着 1 万米以外的三个村子进发。

第一组的人既不知道村庄的名字，也不知道路程有多远，只告诉他们跟着向导走就行了。刚走出两三千米，就开始有人叫苦；走到一半的时候，有人几乎愤怒了，他们抱怨为什么要走这么远，何时才能走到头，有人甚至坐在路边不愿走了。越往后，他们的情绪就越低落。

第二组的人知道村庄的名字和路程有多远，但路边没有里程碑，只能凭经验来估计行程的时间和距离。走到一半的

时候，大多数人想知道已经走了多远，比较有经验的人说：

“大概走了一半的路程。”于是，大家又簇拥着继续往前走。当走到全程的 3/4 的时候，大家情绪开始低落，觉得疲惫不堪，而路程似乎还有很长。当有人说：“快到了！快到了！”大家又振作起来，加快了行进的步伐。

第三组的人不仅知道村子的名字、路程，而且公路旁每一千米都有一块里程碑，人们边走边看里程碑。行进中他们用歌声和笑声来消除疲劳，情绪一直很高涨，所以很快就到达了目的地。

心理学家从这个实验中得出了这样的结论：如果人们的行动有明确的目标，并能够不断将行动与目标加以对照的话，那么，他们就能清楚地知道自己与目标之间的距离，人们行动的动机就会得到维持和加强，就会自觉地克服一切困难，努力实现目标。

老板只愿意为结果付费

以前，我们经常听到“没有功劳也有苦劳”、“他是我们单位里的一头老黄牛，尽管业绩不突出，但一直勤勤恳恳”之类的话。苦劳很容易让我们感动，勤奋努力也是我们要倡导的，然而，如果我们会干，为什么要苦干呢？如果我们得不到好结果，再苦的过程又有什么用呢？

一分智慧胜过十分辛苦。如果找到支点，利用一根杠杆就把巨石搬动了，我们完全没有必要花费大量人力去搬动

它！

勤奋虽然是成功的一个原因，也是人的一种美德，但它不是我们取得成功的关键条件。很多时候，我们没有把工作做好，并不是因为在工作中偷懒，而是因为没有提供有价值的、正确的结果，这也正是老板总不满意员工工作的主要原因。工作任务不等于工作结果，在执行工作任务的过程中，我们一定要实现工作任务背后的结果。比如说每天都勤勤恳恳地执行工作任务——写书稿，但是始终都没有交出编辑满意的书稿，那么再辛苦勤奋也是徒劳的。

如果一个人总是抱怨在公司里只有苦劳而没有功劳，那么你就需要好好反思一下了：自己到底有没有做出公司期望我们做到的结果？公司不会因为你整天累死累活地却没有结果，而给你奖励或者晋升的机会，因为只有结果才能给公司带来价值。

我们会发现很多员工最终并没有实现自己想要的，一味傻干、蛮干、苦干的结果都是徒劳的。

忙碌没有价值，结果才是职场进步的“王道”，我们必须加强这种认识，在自己头脑中树立结果意识。

以最少投入获取最大回报

一个能深受企业赏识的人的核心工作原则是：以最快捷和最简洁的方式，用最少的时间与资源来解决工作中遇到的问题。换言之，就是以最少投入获取最大产出！

作为目前互联网上功能最强大的免费搜索引擎，Google 的索引目录中存储了 30 亿个网页及网页快照，用户可以使用 86 种语言方案进行搜索。如今，Google 平均每天接受的搜索次数为 1.5 亿人次，全球大约 80% 的搜索目标是通过 Google 搜索到的。

Google 的页面十分干净，只有一个简洁朴素的关键词输入框，没有一条广告的干扰。Google 的创始人拉里·佩吉指出：“我们的页面会如此干净，并不是因为我和布林（Google 的另一个创始人）有洁癖，而是因为这是一个商业决策。”

据说，Google 页面如此干净的最初原因是，Google 成立时还没有来得及设计页面。而且 Google 的创始人员很快就意识到，对于搜索引擎的用户而言，这已经足够了。

美国 Web Top 统计公司的调查报告也证实了这一点：人们如果在 12 秒内找不到自己所需要的内容，就会超出忍耐的限度，从而选择离开。

去除一切纷繁复杂的投入，效能往往来自于化繁为简。如今实力不断强大甚至让盖茨都有点寝食难安的 Google 公司，其飞速发展的成功秘诀，应该是每一个职业人应该思考的。

注重价值

日本著名的企业家松下幸之助曾经接受了一位报社年轻记者的采访。年轻人很珍惜这次采访机会，做了认真的准

备，因此，他与松下幸之助谈得很愉快。采访结束后，松下幸之助亲切地问年轻人他一个月的薪水是多少。“薪水很少，一个月才1万日元。”年轻人不好意思地回答。

松下幸之助微笑着对年轻人说：“很好！虽然你现在薪水只有1万日元，其实，你知道吗，你的薪水已远远不止1万日元。”

看到年轻人一脸的疑惑，松下幸之助对他说：“小伙子，你要知道，你今天能争取到采访我的机会，明天也就同样能争取到采访其他名人的机会，这就证明你在采访方面有一定的潜力。如果你能多多积累这方面的才能与经验，这就像你在银行存钱一样，钱存进了银行是会生利息的，而你的才能也会在社会银行里生利息，将来会连本带利地还给你。”

确实，薪水只是对我们现有能力和价值的认可，是我们现有价值的兑现，而能力的积累则可以使我们的未来价值倍增。

一家公司招聘业务人员，招聘广告一发，应聘者接踵而来。招聘主管发现，其中一位应聘者资历显赫，非常适合，但对于公司来说，有小庙容不了大佛的顾虑，因此招聘主管对他不抱太大的希望。面谈时，招聘主管也很诚恳地告诉他，依据公司规定，无法给予太高的薪水。没想到他竟然愿意接受不到他原来薪水一半的条件，这让招聘主管有点意外。正式上班后，他没有显示出曾是大企业员工的那种骄傲，准时

上班，勤跑客户，报表填写得清清楚楚。不久，他的业绩远远超乎大家原本的预期，于是在最短的时间内，公司破格让他晋升，而且大幅度加薪。

经过了解才知道：原来他在前一家公司已当上了主管，工作相当顺利，薪水也十分可观。原以为可以衣食无忧，没想到公司投资失败，老板不知去向，让他哭诉无门。在此期间，他也曾经因为薪水无法与自己所要求的相符而怨天尤人，总认为自己怀才不遇，但在经历了一段时间的思考之后，他选择了重新出发，重新体会价值与价格的差异。

在忙碌的工作中，我们需要不断思考一个问题：我们忙碌的方向和目的是为了自己的价格还是自己的价值呢？

很明显，选择了价值，才可以保证价格。

交换价值

交换价值是商业社会里最核心的特质。

有这样一则有趣的故事：

有一个小和尚，在寺院担任撞钟之职。

按照寺院的规定，他每天必须在早上和黄昏各撞钟一次。如此半年下来，小和尚感觉撞钟的工作极其简单，倍感无聊。后来，干脆“做一天和尚撞一天钟”了。

一天，寺院住持忽然宣布要将他调到后院劈柴挑水，原因是他不能胜任撞钟之职。小和尚觉得奇怪，就问住持：“难道我撞的钟不准时，不响亮？”住持告诉他：“你的钟撞得

很响，但钟声空泛、疲软，因为你心中没有理解撞钟的意义。钟声不仅仅是寺里作息的准绳，更为重要的是唤醒沉迷众生。因此，钟声不仅要洪亮，还要圆润、浑厚、深沉、悠远。一个人心中无钟，即是无佛。如果你不虔诚，怎能担当撞钟之职？”小和尚听后，面有愧色，此后潜心修炼，终成一代名僧。

撞钟也要讲究价值。佛门弟子认为，他们为社会提供的价值在于唤醒沉迷的众生，不管是做善事还是做法事，或者讲经论道或者妙语莲花，都是为这个目的服务的。那么，作为佛门每天必做的撞钟，肯定也是要围绕这个中心和目的。小和尚最开始就是没有明白这个道理，等他彻悟之后，经过潜修，最终成了一代名僧。

我们都知道，客户之所以向我们的公司支付金钱，就是因为公司向客户提供了他们满意的价值，所以他们愿意用货币来交换，让我们公司不断得到发展。换一个角度思考，公司和员工之间的关系在本质上不也是这样吗？公司给员工提供工资、奖金、培训以及各种提升的机会，就是因为员工为公司提供了足够的价值。我们希望公司不断地给我们提高工资奖金和提升职位，这种要求十分合理，就正如公司希望有更多的客户不断购买我们的产品一样，但是公司跟员工之间是一种交换关系，那么员工需要用什么去交换呢？我们的行为能给别人带来什么价值？是不是把自己的任务完成了

就创造了价值？

这是一个广为流传的关于俄罗斯人种树的故事：据说有三个俄罗斯人执行种树任务，但是只有两个人到场。他们一前一后，前面一个人拿着铁锹挖坑，后面一个人用土把坑填上，他们这样子干了好长时间。一个过路人看到这种情形很是奇怪，于是问这两位干什么呢，他们说，在执行种树任务，本来是三个人，一个人负责挖坑，一个人负责填土，还有一个人负责放树苗，但是放树苗的人生病请假没有来……

出现这种可笑的情况就是因为栽树的人没有坚持价值交换原则，走入了任务的误区。所谓任务的误区，就是指表面化地执行指令和程序，而不明白这个任务背后是否能给对方带来价值。所以公司交给你一个任务，你先不要盲目地去完成任务，而要思考一下，公司通过这个任务到底想要我们拿出怎样的交换价值。那才是公司想要的结果。

增值价值

一位技术精湛的木匠年老了，想退休回家享受天伦之乐，便向老板提出了自己的想法。

老板很舍不得他走，便问他可不可以再为自己建一座房子。

老木匠答应了。但人们很快看出来，老木匠的心思已经不在建筑房子的工作上了，因为他这次做的活很粗糙。

房子建好时，老板把这所新房子的大门钥匙交给了老木

匠，说：“这是你的房子，是我送给你的。”老木匠大感意外，羞愧得无地自容。

员工们是在为公司和老板创造财富，同时也是在为自己创造财富。如果员工对自己的工作敷衍了事，对老板不负责任，最终也会让自己蒙受损失。

洛克菲勒在回忆自己的创业经历时说：“年轻时我为老板打工，一般人每天工作八九个小时，而我每天会工作 16 个小时。这除了对公司有好处外，我个人的收益更大，这样我就可以比别人多赢一些。美国经济竞争如此激烈，多付出一点就显得更重要了。只要肯努力一点，就可以多赢一点。”

我们经常能看到这种情况，一些天资聪明、学历很高的员工，却未能受到老板的重用，在生活 and 工作中成为平庸者甚至失败者。究其原因，就是他们总是在想办法如何少做一点儿工作，或只做自己认为与报酬相当的工作。其实，无论我们面对什么样的老板，我们都应该想办法多做一些事情，增加我们能为公司创造的价值。我们努力多一点并不会失去什么，反而会让我们有了从平庸中脱身、成为优秀者的可能。只要我们有这样的工作态度和观念，就会让自己增值，那么我们才会有更好的前途！

创新是更好的方法

是什么决定一家公司蒸蒸日上，另一家公司步履维艰呢？是人，是人的主观能动性。人的主观能动性主要表现为

创造性地完成工作。

如果一定要给创新一个注释的话，实践告诉我们，创新就是做一件事情的更好的方法，这种方法只有“更”好，没有“最”好。

比如，替代法。符拉迪斯拉夫·伯罗用一个小球替代了钢笔笔尖，于是圆珠笔就诞生了；为了解决罐头食品不能保鲜的问题，克拉伦斯·伯德埃从加拿大北极圈中的冻鱼身上产生灵感，用冰冻食品替代罐头食品，开创了冰冻食品业；为了解决售货员人手不够的问题，商场推出了自选商品的购物方式，于是产生了超市；施乐研究中心用“点触”方式来操作计算机，苹果公司以赢利为目的改进了它，结果世界上最简单的计算机系统就诞生了。在爱尔兰，提供住宿和早餐的家庭小旅店已经取代了旅馆，并且成了这个国家旅游业的核心。

比如，组合法。为了把耳机与收音机的功能结合起来，索尼公司发明了随身听；炸熟的鸡和一种特殊的调料相结合，成为肯德基炸鸡；尼龙袜与紧身短裤结合产生了连裤袜；沃尔特·迪斯尼把米老鼠与旅游结合起来，创立了迪斯尼乐园；商店与停车场连在一起就产生了购物中心。

比如，改进法。直轮溜冰鞋现在是一种年销售额数百万美元的畅销货——它不过是把原来两两并排的四只滑轮排成一列；橄榄球是由英式足球改进而来的，垒球则来自于棒

球。

比如，扩大法。麦当劳把汉堡包放大，就生产出了巨无霸汉堡；沃马特公司通过庞大的商场廉价销售商品，已经成为世界上赢利最多的零售连锁公司；JVC 公司发明了 3 小时的录像带，以此击败索尼公司，而且确立了新的国际规格——因为这种长度的录像带使购买者能够录下完整的体育比赛。

比如，减少法。在澳大利亚，第九电视网的凯瑞·帕克缩短了板球比赛时间，发明了一天一场的板球赛，使之成为一个收视率很高的新的夏日电视节目……

看到这些有心人帮我们想出的各种方法以及他们的思考角度，我们是不是觉得对于创新更有的放矢了呢？

而且，当我们认同创新就是做一件事情的更好的方法这个定义时，事实上我们也就认同了人人都能创新的事实。因为每个人做事情都会有方法，能尽可能地用更好的方法做事，事实上我们就已然将创新做到了实处。在这里我们用一位企业总裁的“亲力亲为的创新”，给大家以指引——

创新就是饶有兴致地接触、体验，甚至是应用

很多事情，说起来容易，但做起来很多人就不得要领了。就拿入住酒店的事来说吧，但凡去到哪一个国家，或者到达哪一个城市，很多人都会首选自己住过的酒店，似乎可以找到熟悉亲切的感觉、受到礼遇，才会觉得宾至如归。但是也

有人恰恰相反，比如有一人，他愿意入住到不同的酒店，而且几乎是迫不及待地倒到床上，再弹起来两下。他这睡睡，那躺躺，贪婪地享受睡上一张好床的感觉。接下来他想知道为什么有这种感觉，于是这摸摸，那碰碰，还边看边琢磨，一个晚上下来，他思考床的时间比他睡在床上的时间还多。

有一次，他掀掉床上的被子、床褥，仔细看过床垫，再挪去床垫，看到了后来被人称为“排骨架”的木栅架。在真正想通了它的功用后，他第一个将其引回到中国。现在但凡在市场上有些口碑的床，都是用“排骨架”代替了过去的床板。

他便是慕思公司总裁王炳坤。

王炳坤是做床的，但更确切地说他是研究床的。他在国外体验了人家的床也看了人家的床，但还觉得不够，他又从国外把各种各样的床买回来研究。同行对他嗤之以鼻：这做床的人中，再也没有比王炳坤更笨的了，多少辈子人的生意了，还没有哪一个人把床买回来的。大家都抢着来看热闹，包里还放了相机，见没人阻止，便大胆地咔咔拍起照来。越拍得尽兴，就越觉得王炳坤傻，而且还傻得有问题——自己千里迢迢把床买回来的，让别人拍了照，抄去了款式，这不是傻透了吗？

大愚者大智。

正是因为王炳坤的认真体验，使他跳出了同行们对款式

的竞相模仿的怪圈，悟到了床的本真：现在大家动辄几十万元买辆车，一天最多用上几个小时；几万元买张沙发，一天用一两小时，缩在沙发上看电视比较多的人，也无非六七个小时。大家都忽略了一天能用上八九个小时的床，所以当床的意义和价值为人所重视时，床的市场就有了新的前景。而且在当时，床的最大的问题是床垫不能洗。床垫用了三五年过后，会增加很大的重量，原因是垫子里面的海绵或者乳胶都会吸收水分，时间久了以后，乳胶和海绵摸上去就会有湿的感觉，里面的弹簧也会生锈，里面还藏着微生物。所以一张不管多么漂亮的床，也不管外面的外套多干净，用了三五年以后，打开一看可是令人毛骨悚然的。想一想，我们的外衣几天不洗会怎么样，我们的内衣几天不洗又会怎么样？其实是一样的道理。

王炳坤想到了这些。经过一番研究之后，中国能洗的床垫就这样在王炳坤的慕思寝具公司诞生了。当一个人关爱自己时，他是一个会享受生活的人；而一个人开始关爱更多人时，他就会成为一个对人类生命质量有所贡献的人。可以说，正是王炳坤对事情饶有兴致地接触、体验和应用，才最终有了能洗的床垫。

创新就是小题大做

王炳坤现在已是一个备受行业尊重的响当当的人物了。作为一个寝具公司的老总，一谈起睡眠的重要性，依然是苦

口婆心。他说，人躺在床上，最应该得到放松的是大脑，最应该得到休息的是脊柱，但是细心观察和体会，人躺在床上时，我们的脊柱实际上处于悬空状态，没有得到支撑，八九个小时的时间里肌肉、细胞还在运动，并没有得到呵护。也就是说，我们的脊柱根本没有得到休息，得不到休息就会越来越累，就会刺激到大脑，最终使得我们一个晚上翻来覆去几十次总是不能进入到深度睡眠，我们的大脑也就得不到放松。那么，到底怎样才能睡一个安稳觉呢？

王炳坤揭示了一个每一个人都知道但没有重视的问题：每个人的身体是不同的，一个人的不同阶段身体也是不同的，那么对床的要求其实就应该是不一样的。到底用什么样的办法来解决一张床对人体的适用性，而不是我们的身体委屈地适应床呢？最终答案让王炳坤找到了，这就是通过“排骨架”进行调整。

正是因为小事上大做文章，才赋予产品以生命的理解。一个全新的细分市场让王炳坤找到了，过去对床的区分只是停留在材质上，比如是木的还是金属质感的；停留在款式的区分上，比如是中式的还是欧式的；停留在价位上，是高档的还是低档的，而慕思的床却创造出了功能床的市场，全面呵护人体睡眠全过程，由过去一张床的一成不变到可适应性地调整，全面、立体地关照人的睡眠质量了。

王炳坤是做床的，也是研究床的，更是提供健康睡眠系

统的中国第一人，是进行睡眠革命的第一人，是创造功能床这个细分市场的第一人。

创新就是不做温水里的青蛙，时时创新

一个热衷于创新的人，其实是在革自己的命，永远要跟自己过不去。比如王炳坤的“自讨苦吃”就几乎成为一种习惯，他一有时间就在没有跟任何经销商和办事处打招呼的情况下，独自一人到全国卖场里去做调研，充当自己企业的镜子。所以，市场上有什么新的产品，新的服务理念，甚至是新的销售台词，他都能第一时间感受得到。这在他自己看来就是不能让日子过得太舒服了，太舒服了，就会懒惰，懒惰的人不会想创新，而不创新，势必就会让后面的人和企业追上。

所以，王炳坤变成了一个能最早发现问题和在第一时间里督促改进的人。他到专卖店里巡查，一发现问题，他会马上打电话到工厂，责成相关人员调查问题的起因。假如问题还没有解决，他会让所有的高管去现场集体把问题搞清楚。说他执行力强也罢，说他兴师动众也罢，他就是要创造性地做事，而且享受在其中。在他看来，做总比不做好，而且尝试去做往往比分析更加有效。更何况，在创新的过程中，不按常规出牌，犯错自是难免，但在慕思犯错是可以被接受的，既然有错，就要面对；而同样的错误不能重犯也是慕思人铁的规矩。

创新是结果，有创新观念是原因

一个企业竞争市场，要么做到低成本，就是说，做同样的事情你的成本就是比别人低；要么差异化，即你做的事情和别人不一样。

显然，大家愿意选择后者，因为前者太苦了。那么如何在大家同质的情况下做到差异化呢？说到底，就是离不开变化，离不开创新的观念。作为身在企业当中的一分子，你有创新的观念吗？

不妨先回答一个问题：你认为第一是怎么得来的？

第一种回答是“第一是竞争得来的”。原因很简单，我们上学时，想得到第一，那你的分数一定要超过你的同桌，然后再超过所有的人，你才能是第一。结果得出结论，想得第一，一定是靠竞争得来的，所以现在有很多企业在“比学赶超”。但是“比学赶超”是有条件的，如果你已远远地被甩在后面了，那么想得到第一几乎是不可能的。王炳坤入行做家具时也是这样，每天周而复始，辛苦自不必说，一年到头下来，没有赚钱；接着又干了一年，年尾一算，又没有赚钱……

第二种回答是“第一是创造出来的”。别人没做的事，你先做了，那么你就是第一。当人真正意识到第一是创造出来的，就会豁然开朗，就会别有洞天，这是观念的力量使然。

观念真的有这么大的能量吗？我们举例说明。比如说在

一个家庭里，如果男人有男尊女卑的观念，那么他就会作威作福；如果女人也是这样的观念，那么认为自己没地位理当如此，所以甘愿到厨房里吃饭，甘愿挨打受骂，任凭别人怎么为她平反，她也是不领情的，反过来还会迁怒于别人，多管闲事。如果这个女人的观念是男女平等的，那么她就会反抗，而且男人镇压得越厉害，她就越反抗……为什么？这就是观念的力量，人的行动力从哪里来，其实是观念在起作用。

人的观念是会变化的，当观念变化了，人就会发生变化。当王炳坤意识到要靠创新成就自己时，他才走出了一条属于自己的路，很多行为方式就跟着发生了翻天覆地的变化。在他看来，创新就是做别人还没有做的事，要知其然，还要知其所以然，要看出其中的门道，而不能只是走马观花，看看热闹。看出其中道理后，学习它，在其身上得到借鉴，受到启示，最后创新出属于自己的东西，独树一帜。

现在，王炳坤认为产业链的整合势在必行，必须创造性地整合全世界最优质的资源，因此，慕思产品博采众长，设计来自全球浪漫之都——法国，电机和“排骨架”用的是德国的，而乳胶等原材料又源自品质最好的比利时，床上用品的优质原料来自意大利和比利时，而真皮和马毛则源自意大利。通过创造性整合所构筑起来的壁垒，使得竞争对手已很难逾越。而由其一手创造出来的中国功能床市场，更是牢牢控制着最高、最有利位置，让人望尘莫及。

相信大家已懂得了，虽然一切走上创新之路的企业和个人，不一定最后都能成功，但一切成功的企业和个人没有不创新的。

合作是生存之道

如今每个人都深深懂得合作的重要：个人所掌握的资源是有限的，只有与他人合作，才能利用他人手中的资源，从而使自己的资源得到最充分的利用。既然是搞合作，就不要只低头做事，要抬起头来看哪些人会协助我们把事情做得更有效率。一味地埋头苦干在今天根本不可能有大的作为，那些善于借助别人的力量使自己成长的人会更出色地完成任任务，而且更有效率。一个会干的人时刻都做好了与他人合作的准备。

树立合作的观念，合作能在自己受益的同时也使别人受益。

有这样一个故事：

在一场激烈的战斗中，一名上尉双腿负伤，一名小战士眼睛负伤，结果他们两个人都掉队了。上尉虽然认路，但行动不便；小战士虽然行动自如，但眼睛受伤看不到路。最终，两人决定，由小战士背着上尉，做上尉的双腿；而上尉则负责指路，做小战士的双眼。两天后，两人顺利地赶上了大部队。治好了伤。

还有另一个故事：

古时候，有兄弟两人各自带着一只行李箱出远门。一路上，重重的行李箱将兄弟俩都压得喘不过气来。他们只好左手累了换右手，右手累了又换左手。后来，大哥停了下来，在路边买了一根扁担，将两个行李箱一左一右挂在扁担上。他们俩轮流挑起两个箱子，反倒觉得轻松了很多。

把这两个故事联系在一起也许有些牵强，但它们确实有着惊人的相似之处：故事中的小战士和弟弟是幸运的，但更加幸运的是故事中的上尉和大哥，因为他们在帮助别人的同时也帮助了自己！

对企业来讲，某个人说了算的时代一去不复返了。企业为了规避运营风险，合作是必然的选择。创维公司的发展很生动地证明了这一点。

黄宏生曾一度是创维的当家人，在那个靠拉关系跑市场的年代，他有陆强华做市场；但是到了微利时代，还是这样做市场，成本就太高了。他和陆强华的矛盾越来越激化，直接导致了后者的出走。最终陆强华带走了 150 多人，使创维的很多营销中心都无人可用了。这可能是中国企业有史以来绝无仅有的事了。

但是，一家企业不会因为一个关键人物的出走就从此垮掉。黄宏生迅速将 100 多位大学生充实到品牌策划部及各地办事处，同时和一批新型的经销商建立战略合作伙伴关系，靠社会资源来建立创维的营销网络。此时，黄宏生思考

的是如何建立一个和经理人共同成长的平台，依靠各种不同类型的人才合作使创维更快速地发展。黄宏生得出的结论是，要在全球范围内寻找人才。

引进高端彩电的生产、管理模式时，黄宏生不惜斥资8700万元，以股权赠予的形式吸引了国际上光学领域的一流专家——在日本松下集团工作了30多年的池内宏造，为他“量身制作”了创维光电科技公司，开发创维健康背投彩电、数码相机等产品。位于深圳科技园的创维研发中心又大量吸纳了国内外的科研专家，使创维得以继续保持在显示技术方面的领先地位。2004年，黄宏生被香港廉政公署带走协查，但是，早日不仰仗某一个人的创维依靠以张学斌为核心的团队突出了重围，呈现给人们一个更稳健、更具想象空间的新创维。

黄宏生曾总结说，英雄的时代已经过去了，现在处于工业化时代的企业已经进入了一个必须依靠团队合作才能发展的时代。

企业与企业、员工与员工之间也是这样，懂得合作比懂得竞争更重要。

百氏可乐和可口可乐都是生产饮料的，两家企业同时认识到快餐与饮料之间协同消费的关系。百氏可乐采取的是并购快餐业的方式，投入了相当的人力物力做起了餐饮；可口可乐采取的是结盟快餐业的方式，大批的可口可乐被送进快

餐店，使大家吃着汉堡的同时，喝的却是可口可乐。

可以说，在今天，合作越来越成为企业的生存之道。

一味我行我素、没有合作意识的企业是不适合市场竞争的。苹果曾经是个人电脑的第一名，但是其“大无畏的精神”使得其没有合作意识和资源互补的观念，什么都是由自己来做。虽然其个性化的产品曾一度赢得了客户，但其不与国际标准兼容的这一点使它在市场上吃尽了苦头，最终将自己的市场份额让了出去。

合作也越来越成为个人成功与否的关键。爱迪生是人们所熟悉的大发明家，一生中有 2000 多项发明，平均 13 天一项。这么多项发明，对于一个人的有限精力和生命来讲，实在是不可思议的，但爱迪生却把它变成了现实，这其中的奥秘就是在爱迪生的实验室里，他有三个得力助手：第一个是美国人奥特，他在机械方面独具专长，超过了爱迪生；第二个是英国人白契勒，他沉默寡言，善于钻研，常常提一些古怪离奇的问题，给爱迪生以极大启发；第三个是瑞士人克鲁西，他擅长绘图，爱迪生的手稿无论多么潦草，他都能制成正式的机械图……

合作就是减少内耗

合作的目的是为了更好更快地完成工作。在合作的时候我们应该先做重要的事。

为了抓住工作的关键，分清轻重缓急，最好的方式是按

紧迫的与不紧迫的、重要的与不重要的顺序，从“轻到重”、从“缓到急”两个维度把事情分为四个类别：重要而且紧迫；重要而不紧迫；不重要但很紧迫；不重要也不紧迫。

接下来就可以区别对待这四类情形：

重要而且紧迫的事，诸如危机、意外及有时限的事，要马上处理，马上完成。

重要而不紧迫的事，诸如在未来发生会影响到现在的事，要做到心中有数，好好规划。

不重要但很紧迫的事，即经常发生的事，或者马上办，或者请人代办，或者集中在一起进行处理。

不重要也不紧迫的事，即每天都要例行的事，有空再去办。

然而在我们身边，多数人宁可做令人愉快或方便的事，也不愿按事情的轻重缓急来处理工作。

但是，我们不得不承认一个事实：没有比按轻重缓急来办事更能有效地利用时间了。而且，在企业里，实干的员工就是不必想着把所有事情都做完的人，他们清楚地知道什么是必须做的事情，然后按照事情的重要性排列，第一件事做完后再做第二件、第三件……如果列出的事情最终没有做完也没关系，因为他们已经把最重要的事情做完了，而这才是最关键的。

合作的时候，我们也应该遵守“减少内耗”这个原则，

不能为很多没有必要做的事情而消耗更多的精力。

山东金号织业集团已经有近 40 年的建厂历史了，其机修车间作为公司的生产保障部门仅有员工 100 多人，承担的是公司重大的设备改造、厂房修建等重要任务。

2006 年，公司面临着多处厂房修建及重大设备安装的问题，机修车间可谓是工期紧、人员少、任务重。他们去找外援，但是很多建筑施工队得知他们对工期和质量的要求时接连摇头。这时，机修车间的员工勇敢地喊出“我们自己干”。

车间厂房的建设费时费力，难度很大。三伏天酷暑难当，很多员工在这样的天气里因为中暑而无法正常工作，可是如果耽误了工期就将影响公司一条关键生产线的引进，从而耽误整个公司的生产进度。在此情形下，机修车间主动及时调整工作时间，充分利用早晚气温低的特点，进行室外的施工作业。到了中午又调整为室内的施工，如果其他部门需要设备维修、管道改造，他们就又随时进行人员的抽调。

隆冬时节寒风肆虐，但为了保证车间设备的正常安装，大家将一切置之度外。全体人员装修地面、门窗，成功地在“冻人不冻地”的时节里顺利完成了厂房及设备的安装。

金号集团员工深深地懂得，每个人都有能力，甚至有超出预期的能力，但是如果只懂得各自为战，每人的能力只能得到一部分发挥。要想完全发挥个人的能量，就要全力与本部门和其他部门的同事合作。只有大家劲儿往一处使，才能

形成人多力量大的局面，才能使企业成为行业中的第一品牌。

大家有了合作的心态，就会怕因为自己的工作而影响到其他人的工作，也就不会在没有条件的时候“等、靠、要”，而是会创造性地见山开路，遇水铺桥，方便别人，也方便自己了。

而对一个员工来讲，如果没有与企业建立起真正的合作关系，那么就很难真正融入企业，不能充分发挥自己的能力，做事就会缺少诚意、拈轻怕重，对自己利益无关的事就会漠不关心、找借口，也很难得到企业的信任。

企业在发展的过程中要求员工有团队精神，如果你能明白这一点，就会在这样的时代背景下得到信任和重用；相应的，企业也会因此得到发展。

不伤和气

无论是我们现在的工作，还是将来要做的工作，归根到底都是在为自己工作，而且我们都有一个平台，这便是企业。从这个意义上说，我们与企业也是一种合作的关系。

很多人并没有一颗感恩的心，他们并不领企业的情，不领老板的情，认为自己只是从企业中拿走了他该拿的那份。但是，将心比心，打工不容易，做企业就更不容易，甚至不知要难上多少倍。

对普通打工者来说，如果这家公司不幸倒闭了，我们还

可以再换一家。可老板们却要冒着巨大的、倾家荡产的风险。所以我们要感谢那些为我们承担巨大风险的企业和企业老总，即使我们决定离去也不要和公司闹翻，保持和气很重要，或许今天刚离开，明天就有合作的机会了。

很多时候，我们也可能会因为自己无意中伤害到别人而郁郁寡欢，但很少看到有人会因为伤害了企业利益而自怨自艾。人在潜意识里，总是感觉自己和企业是两个对立面，所以一旦有什么不愉快，我们多半还会找到很多借口——都是企业对不起我们，而我们从来没有对不起企业。可以说，这是我们还没有真正成熟起来的表现。很多时候，我们无意间伤害了和企业的感情，事实上也会让我们在职场生涯中永远地留下伤痛。

有一个男孩有着很坏的脾气，于是他的父亲就给了他一袋钉子，并且告诉他，每当他发脾气的时候就钉一颗钉子在后院的围篱上。

第一天，这个男孩钉下了 37 颗钉子。慢慢地每天钉下的数量减少了。他发现控制自己的脾气要比钉下那些钉子来得容易些。

终于有一天这个男孩再也不会失去耐性乱发脾气了。他和他的父亲谈起这件事，父亲告诉他，现在开始每当他能控制自己的脾气的时候，就拔出一颗钉子。

一天天过去了，最后男孩告诉他的父亲，他终于把所有

钉子都拔出来了。父亲握着他的手来到后院说：“你做得很好，我的好孩子。但是看看那些围篱上的洞，这些围篱将永远不能恢复到从前的样子了。你生气的时候说的话将像这些钉子一样留下疤痕。”

企业与我们之间，常常因为一些彼此无法释怀的坚持而造成永远的伤害。企业在逐步成熟的过程中也希望我们能成熟起来。挥挥手，我们依然是朋友，谁能说我们和企业的缘分已尽？今天恨恨地离开很容易，但是无疑给自己多增加了几个不想再看见的人，给自己种下了几颗怨恨的种子，一旦发芽和长得茂盛起来，以后仍然不开心。

再看看有些企业的“招回”、“回巢”，不也其乐融融吗？就算我们无重返之心，但能和过去的上司、同事相处起来很融洽不也感到开心、坦然吗？常言说“和气生财”，和周围的人保持和气是随时准备和他们合作的基础。

服从第一

大凡到过西柏坡的人都知道，那里有一个简陋得不能再简陋的中央军委指挥所：一间土坯砌成的房子里，摆着一张满是破洞的长方形桌子，桌上放着一幅军用地图。

在那个战争的年代，毛主席和其他几位中央领导，就是在这世界上最小、最简陋的指挥所里指挥了著名的“三大战役”。据说，当时这里“三个没有、一个只有”——没有雄厚兵力支援前方，没有武器弹药供给前方，没有军饷给养保

障前方；只有源源不断的电报，把作战命令下达给前线各路指挥员。那时，各野战军的条件都相当艰苦，但是，一接到中央的指示、命令，没有人叫苦叫难，更没有谈条件、讲价钱的。他们没有士兵就自己去招，没有粮草就自己去征，没有弹药就更更要自己想办法。

因为大家忠诚于党中央，所以领导一作出决定、指示和要求，大家就会不讲条件、不讲价钱、千方百计、认真地贯彻，脚踏实地地去执行。

而在现代商业社会里，在大名鼎鼎的沃尔玛企业里也发生过这样一件事——

“糟了，糟了！”沃尔玛采购部的经理摩尔放下电话，就叫嚷了起来：“那家便宜的东西，根本不合规格，还是迈克尔的货好。”他狠狠地捶了一下桌子：“可是，我怎么那么糊涂，还发信件把迈克尔臭骂一顿，还骂他是骗子。这下麻烦了！”

“是啊！”秘书玛利小姐转身站起来说：“我当时要您先冷静冷静再写信，当时您听不进去！”

摩尔说：“都怪我在气头上，以为迈克尔一定骗了我，要不然别人怎么那么便宜。”

摩尔来回踱着步子，突然指了指电话说：“把迈克尔的电话告诉我，我打过去向他道个歉！”

玛利一笑，走到摩尔桌前说：“不用了，经理。告诉您，

那封信我根本没发。”

“没发？”摩尔惊奇地停下脚步，问道。

“对！”玛利笑吟吟地说。

摩尔坐了下来，如释重负，停了半晌，又突然抬头问：

“可是，我当时不是叫你立刻发出的吗？”

“是啊，但我猜到您会后悔，所以就压了下来！”玛利转过身，歪着头笑笑。

“压了3个礼拜？”

“对！您没想到吧？”

“我是没想到。”

摩尔低下头去，翻开记事本：“可是，我叫你发，你怎么能压？那么最近发南美的那几封信，你也压了？”

“那倒没压。”玛利的脸更亮丽了，“我知道什么该发，什么不该发！”

“是你做主，还是我做主？”没想到摩尔居然霍地站起来，大声问道。

玛利呆住了，眼眶一下湿了，颤抖着声音问道：“我，我做错了吗？”

“你做错了！即便我当时听不进去，你也可以找机会和我商量，否则你就要按我说的去做。如果这是一封军事情报，你也敢这么做？”摩尔斩钉截铁地说。

玛利被记了一次小过，但没有公开，除了摩尔，公司里

没有任何人知道。真是好心没好报！一肚子委屈的玛利，再也不愿意伺候这位是非不分的上司了。她跑到克里经理的办公室诉苦，希望调到克里的部门。

“不急，不急！”克里笑笑，“我会处理。”

隔了两天，果然作了处理，玛利一大早就接到一份解雇通知。

为什么这样？作为企业的员工，你必须知道，无论你的才华有多高，也无论你比你的上司有多聪明，你都要按照上司的决策去执行，因为毕竟他是领导，是企业的决策者。如果大家都按自己的标准行事，团队怎么能够形成凝聚力？还有一个就是有关忠诚的问题。忠诚，对老板很重要，你忠诚，会让他放心，因为对于你他不用提心吊胆，他有安全感，否则，说不定你会搞出什么大乱子，事情发生了，他却是最后一个知道的。

而忠诚，也应该越来越成为我们的一个“高尚的追求”，我们越忠诚，越服从老板的旨意，越能在工作中脚踏实地地去落实老板对我们的要求，那么我们才能在工作中有所作为。我们忠诚，才可能在工作中得到信任和机会，能力才能提升，才能在工作中更游刃有余、左右逢源。不是我们多么市侩，而是我们确实已经懂得了在实现自己人生价值的目标下，如何为自己“着想”。

服从是一种智慧的生存方式

服从是为了建立一种信任感，忠诚会让人信任，因而服从最核心的观念就是忠诚。

一个人如果没有忠诚度，那么他就会“见异思迁”，他就不懂得珍惜，也就不会踏踏实实地与公司融合于一体，事实上这样就会加大自己生存的成本，对整个工作和人生来讲，其实是走了弯路。

让我们来看看，一个没有忠诚度的人的生存成本：

首选，因为不忠诚，所以他就会随意找工作。找工作是要成本的，首先就是时间。有的人“骑驴找马”，这种人还算在时间上有些“聪明”，但不厚道；有的人可能为找一份工作花去一个星期，这还是时间短的，长的甚至几个月找不到工作。

其次，找工作是有机会成本的。假设在某段时间内不是用来找工作，而是在做着工作，那么有薪水自是不用说了，而且，在这段时间中说不定会有一笔大的业务，或者一个很不错的机会，甚至会遇到贵人也说不定……

最后，就是提高了被信任的成本。任何一个人到一个新工作环境中，要想得到公司同事、领导及老板的信任都是需要时间的。一般情况下，在一家公司中得到真正的信任需要3年的时间，这包括对你的人品和你的工作能力等诸多方面的信任。

信任有多重要？只有信任，你才会在工作中被赋予更富

挑战性的工作，才能获得大的成长；只有信任，你才会在工作中得到受教育和被培养的机会，因为许多高价值的培训课程，甚至赴国外进修的机会都是给公司信任的人准备的。

所以，当很多人不太明白这个道理时，就会对工作没有忠诚度，轻易地就换工作，把跳槽当能耐。如果说他也能得到机会，那么只是工作机会而已。而一个有忠诚度的人，他得到的不仅是工作机会，还有被交予重要工作的磨练机会，以及被教育和培养的机会。想一想吧，就在我们苦苦找一份工作时，有些人却已经获得了比我们多得多的机会，也就难怪人家最后要比我们更有成就。

干成事

想干事、敢干事、会干事，我们这样脚踏实地一步一个脚印地走过来，终将会实现我们的预期，那就是干成事！

拥有实干，你所工作的企业会越来越大越强；拥有实干，你自身也会成长和成功！实干的企业，会做到大智若愚、大道无形；实干的员工，会自动自发，在有所失处有所得。

大家都知道，艾森豪威尔是美国第 34 任总统，他年轻时经常和家人一起玩纸牌游戏。一天晚饭后，他像往常一样和家人打牌，这一次，他的运气特别不好，每次抓到的都是很差的牌。开始时他只是有些抱怨，后来，他实在是忍无可忍，便发起了少爷脾气……

一旁的母亲看不下去了：“既然要打牌，你就必须用手

中的牌打下去，不管牌是好是坏。好运气是不可能都让你碰上的！”

艾森豪威尔听不进去，依然愤愤不平。

母亲于是又说：“人生就和这打牌一样，发牌的是上帝。不管你名下的牌是好是坏，你都必须拿着，你都必须面对。你能做的，就是让浮躁的心情平静下来，然后认真对待，把自己的牌打好，力争达到最好的效果。这样打牌，这样对待人生才有意义！”

艾森豪威尔此后一直牢记母亲的话，并激励自己去积极进取。就这样，他一步一个脚印地向前迈进，成为盟军统帅，最后登上了美国总统之位。

上帝发的“牌”总是有好有坏，一味埋怨是没有半点用处的，应该认真打好自己手里的“牌”。不管手里的“牌”是怎样的，只要我们有实干的精神，那么自然就会有结果，否则就会一事无成。

实干造就了一批中国企业家，他们不好大喜功，扎扎实实；不求大，但更求强；不求有多快，但一定要稳。他们理解了什么是真正的“做大做强”，他们敢干但不蛮干，内外兼修，从而在挺起了企业的脊梁的同时对中国经济也做到了有所担当，他们才是这个时代有实干精神的典型代表！

实干精神也最终会打造出我们的能力。经过想干事、敢干事、会干事过程的锤炼，我们已能自动自发，有了主动承

担责任的心境。而毕竟，能力才是比金钱更重要的，因为它不会遗失也不会被偷，同时能力又是我们终有所得的保障。归根结底，人生的一切，终因实干才有所得。

当然，人生不会是一帆风顺的，许多成功人士实干的一生也是跌宕起伏，有攀上顶峰的风光，也有坠落谷底的失意，但他们终不后悔，因为俯瞰人生，往往是在有所失处就会有所得。

而对于我们普通人来讲，工作的过程就是我们实实在在实干的过程。工作，已不能理解为一种简单的雇佣与被雇佣关系，更应理解为一种投资关系，因此，我们的忙碌不应该是一种被逼无奈的行为，而是为自我增值的忙碌。很多人在工作中总是抱怨得到的太少，其实在工作中，逐渐积累的经验人脉，就是我们赢得的投资收益！

可以说，企业已把它能给予每一个员工的发展空间给了我们，无疑，一个有着实干精神的人，越心存感激，越力图回报企业，越能自动自发。就算有挫折，他们依然有实干的信念，发挥智能，为实现生命价值而快乐地工作着，终有“病树前头万木春”的那一天。

父母赐予我们生命，工作赐予我们生活，实干精神让我们干成事！

大智若愚——不傻干

很多企业有着彻底执行实干的理念和精神，道行已颇

深，几近大智若愚，但他们却是真正做到了实干而不傻干。

道行很深，这也是格兰仕企业副总裁俞尧昌对两位老板——格兰仕创始人梁庆德和执行总裁梁昭贤的评价，在这里举两件事情以佐证：

当无数的中国人为了股市上的升跌而躁动的时候，在格兰仕也有过争论：是不是把一部分钱投到股市中去？

开始时，还只是一般性探讨和建议，到后来，看到有些企业赚到了数十亿元之多，企业内部就开始了激烈的争论。有谁不心动呢——卖一台微波炉的利润比刀片还薄，但是股市上的神话在一天就能发生。“要不，一赚到钱就撤回来嘛……”很多人开始动摇，很多高管以商量的口吻等着两位老板表态。望着忠心耿耿的部属，最后，梁庆德和梁昭贤帮助大家厘清局势：

当一个富矿就能使企业赚得钵满盆溢时，谁还会花上多年的积累去搞以技术为本的制造呢！但是，从企业的长期利益来看，因为一两次的溜号，可能会涣散精力，可能贻误了主业上的重大决策时机，对企业的伤害就可能是伤筋动骨的。

事实也证明，对很多企业来讲，最强大的敌人不是竞争对手，而是企业的眼前利益。如果看不清这个真相，战略上的坚守就很难：一看到眼前的利益，就会随机应变；又或者当钱就在触手可及的地方时就为之所动。那么，企业迟早会

把主营业务丢到脑后，造成对主营业务投入不够、不准，主营业务在未来的竞争中得到很好的储备。

把企业的闲钱余粮在最短的时间实现最大的回报，这种繁荣可能是暂时的、虚幻的，甚至可以用得不偿失来形容也不过分。不少浙江民营企业就是很典型的机会主义者，哪里有商机，就跑到哪里赚钱。有专家慨叹：假如浙商投入到省内外房地产业上的上千亿元资金，全部转到自己企业的主业上，那将会产生多大的力量呀！

并不是资本市场不能碰，但是，把从主业赚到的钱投放到资本市场，与从资本市场上拿到的钱服务于主业，这两种情况对企业来讲是有天壤之别的。借助于资本市场的力量，苏宁电器全力打造家电连锁，掌门人张近东的身价曾一度由32.5亿元大涨至109亿元。这才是赚大钱！

格兰仕最终没有在股市上投一分钱，也没有在股市上赚一分钱，格兰仕始终坚持每赚的一分钱都是制造业的钱。

大家曾一度觉得格兰仕企业傻干，实干得也太“实”了，不懂得“吃夜草”，白白错失了赚“快钱”的机会。但是，直至股市繁华过后，很多企业财务不稳健，甚至资金链断裂，人们才慨叹格兰仕没有投资股市是对的。所以，实干精神能让企业有时看似傻却蕴涵着真智慧。傻与智慧之间往往是眼前利益和长远利益的取舍，大家往往只能看见眼前利益，但未必看得到长远利益。这当中有两种情形，一种是主观上不

愿去看；还有一种情况是因为格局和视野的局限真的看不到。

彻底执行实干的理念，彻底发挥实干的精神，企业就能看清自己的利益，才能成就大道无形。

在格兰仕发展的进程中，还有一件事，一度也被认为是傻干。

曾有很多次，内地招商部门及领导力邀格兰仕过去办厂，并允诺给很多的优惠政策，但是，格兰仕都未为其所动。说它傻也罢，说它不识实务也罢，格兰仕人心里一直很清楚，企业离不开的是实干，也一定要远离沾光占小便宜的思想，就算是白送的大便宜都不能要。

随便到一个什么地方办厂很容易，但是，在未来，企业的营运成本可能就会增高。

在格兰仕企业内部有非常深刻的思考：

以义乌为例，义乌靠一条破公路、一条铁路，没有港口，也没有高速公路，更没有地铁，当时盖了数十万个 88 平方米一间的商铺，结果使炒商铺的发了财，炒到最后 4 万~5 万元 1 个商铺。建小商品市场新馆的时候，1 平方米炒到 16 万~18 万元。什么概念呢？就是 1 亩地过亿元。义乌这么小的地方，1 亩地上亿元，用很多人的话来讲，政府是发了洋财了！而背后真正明白的人都知道，政府是在打造义乌的商圈效应。对政府来讲，最看重的不是地价的上涨，而是当产

生商圈效应时，所有的客户开始云集，那么就会带动一方产业的发展。果然，随着义乌小商品市场的繁荣和贸易额的不断攀升，义乌又通过 400 多亿元的贸易带动了 200 多亿元的加工产业。现在做小商品批发的，有谁不知道义乌，又有哪个做小商品的不需要到那儿走走呢？这种商圈效应也是一种集群效应。在商圈里，对企业来讲，采购成本低，需要的人才多，客户来得也多，使企业总体运营成本降低。

如果没有强有力的集群效应，像日本大阪，很多企业进驻后，成本越来越高，企业无力承担，最终全部转出去，很多地方变成了空城。企业开始都抱着美好的愿望去投资，不过最终是赔了夫人又折兵。

随着思考的深入，格兰仕在干与不干之间有了作出决策的原则。今天，格兰仕已然修炼出了低成本的真功夫，得到了物美价廉的一致好评，最终使其赢得了全球市场，连续十余年蝉联微波炉销量世界第一。

所以，不要轻易对“大智若愚”的企业和个人不以为然或有任何的不敬，事实证明他们才是真正的实干家！

实干造就了利润的神话！在今天看来，主动“傻干”的企业和个人，绝不是一个目光短浅者，甚至在小事上，他们也是真正看到了长远利益的智者。

比如，谁都有被事务缠得焦头烂额的时候，尤其是在老板的工作日程表上，常会出现一些毫无新意的工作，由于这

些工作无表现可言，一般人都不想做。但是工作总是要有人来做的，事实上，这类工作往往比那些表面看起来华丽动人的工作，更有争取的价值，更能展露一个人的才华、勇气和积极热情的心态。如果有人认识到这些，就能摒弃“避之犹恐不及”的消极心态，主动请愿，甘愿做“最傻”的工作，结果会怎样呢？这样的人会赢得老板的信任和依赖，再以后，就会更有被委以重任的机会。

大道无形——不蛮干

很多企业在实践想干事、敢干事、会干事的过程中，也有很多压力、曲折和委屈，但他们已经磨炼出了不意气用事、淡定自若、宠辱不惊的品性，显现出了耐力和生机。

听“理性”的话

老字号、国企、中药企业这三个词组合在一起，很容易让人联想到一幅“恨铁不成钢”的企业形象；有一定品牌，但“廉颇老矣”；有一定市场，但多是“白头宫女在，闲坐说玄宗”的疲软市场；有一定人才，但更多的是人浮于事；有一定冲劲，但往往在没完没了的人事纠缠中，被拖得“泥牛入海”……

这分明说的就是当时的潘高寿药业，一个有着一百多年历史的老字号企业，却已经到了濒临亏损、四面楚歌的境地。但也正是这样一家企业，新到任的企业老总魏大华只用了八九个月的时间，就带领其高管团队、员工，彻底将企业转危

为安。现在，继潘高寿凉茶入选“国家非物质文化遗产”后，潘高寿传统中药文化也得以入选，至此，潘高寿成为全国唯一坐拥“双国遗”的中药企业。那么这样一家企业到底是如何成长起来的呢？透过一个甚少对外披露过的真实故事，希望对大家有所启迪。

魏小锋从一个基层的业务人员做起，到负责河南市场，到负责北京市场，到管华北大区，到管广东省外的全部销售……他在潘高寿工作了十多年，跟企业共同成长，也分享了企业很多的成果，当然也有与企业一同经历的波折。

潘高寿药业，曾一度与兄弟企业实行“1+1”整合，其目的是希望两家企业的资源能够优势互补，包括人力、物力和市场等方面，以使得两家企业能够充分做大做强。但是，在实际运作中遇到了问题，在魏小锋身上体现得尤其明显。

“1+1”启动后，却一直没有给他安排任何的职位，后来潘高寿的总经理魏大华出面过问，最后是在没有事先与其打招呼的情况下，安排他去做东北和西北市场。

魏小锋原本统管广东省外市场药品的销售，现在只负责东北和西北，多少有些发配边疆的味道。

“他们的说法是我市场能力比较强，有开拓精神和冲劲，而这两个区域又是两家企业共同的薄弱点，希望用我的冲劲把这两个市场开拓好。但是，以黑龙江和吉林两个市场为例，当时只有50万~60万元的销售，却给我订了500万

元的指标。说老实话我想不通，也发了一些牢骚，但魏大华总经理和郑楠书记劝导我，希望东北和西北市场，这两个企业比较薄弱的环节能有所发展。

“我又从另外一个角度去想，其实老板他比我受的委屈更大。魏总原本是董事长、总经理，但是‘1+1’的时候，他就不是董事长了，到‘1+1’分开之后，才又恢复了他的董事长、总经理职务。看到老板自己受了委屈，他还认认真真地在那里工作，还要给我们这些想不通的人不断地做思想工作，真是自愧不如。他身上的这种敬业精神，包括自我的修养、素质，比我们高得多，我还天天为这个事情想不通，太不应该了。所以我想，我自己也要进步啊！”

“现在想想，其实已经没有什么大不了的。人生之路不可能一路都是往上走，总有高峰和低谷的时候。现在经历的一点挫折，其实是为了以后能走更加平坦的路。

“所以，从那时起我就想，我离开基层实践已经有好几年的时间了，从2002年开始，我就管潘高寿省外的销售工作，到2007年开始管全国，可以说，对于真正的基础工作已脱离了一段时间。能有这么一个机会重新认识一下现在中国的医药市场，我觉得也是挺好的。而且，现在市场变化非常快，很多东西都是坐在办公室里想当然，可能离实际情况差别非常大。另外，自己跟区域的沟通和交流也少了，导致自己对一线的情况掌握得不是很全面。我后来静静地想了

想，觉得这对自已也许也是一个帮助。更何况，如果我能够把这两个市场做起来，那我将来会更加有说服力，对我自己的人生价值也是一个体现！

“后来，整个市场简直是一场乱仗，大家为了有业绩和争取政策，冲货、窜货，好不热闹。

“怎么办，自己也效仿之吗？”

“打一个比方：我原来负责全国的药品销售，但现在给我的是东北、西北的区域，我只要联络上我原来的客户，我不在东北、西北卖而是卖到别的地方，这样我的指标就能完成了。当时大家都是这么做的，这就是以追逐指标为最高目标的作法。

“其实我比很多人更有基础，因为我做过全国的市场，认识的人更多，但是我觉得这样做，首先对企业有损害，其次也是对自己的不负责任，也辜负了领导希望你把这个市场做好的信任。

“所以我当时在东北、西北就没这样做。

“没多久，‘1+1’以失败结束，我又重管全国市场。可以说，如果当时我做市场也不规范，那么我现在包括今天就没有脸再见大家。因为后来管理的还是自己原来的一些同事，那么，如果你曾为了自己的利益冲击过他们的市场，如今还怎么跟人家讲什么渠道、讲什么团队建设……”

现任潘高寿营销中心总监的魏小锋的这一席话让我们

明白了，是什么样的一群人在成就着这样一家老字号企业。

可以说，对一个高领悟力的人和企业来讲，挫折与委屈都是一种得到。在此过程中，不急躁、不蛮干，委实不易，能成别人所不能成，为别人所不能为，对个人来讲，乃“大丈夫”也，对企业来讲，乃是长大起来的成熟。所以在这里，我们就不难想象，为什么一个举步维艰的企业，在一年不到的时间里能重新再焕发出勃勃生机不娇嗔，在配合变革有所牺牲、有所委屈，但不丧气，并能在阵痛中舔舐伤口有所担当，始终能踏踏实实。其实，实干的精神已化做了一种修为。

当今，中国经济正在经受着前所未有的困难，需要每个人都有实干的精神，一同有所担当。而一切不实干的做法，都是在内耗自己的智慧与精力，白白消耗和浪费企业及社会的资源。尤其在社会变革时，在企业转型的阵痛过程中，越有实干精神的人就越会做出成绩；而一味地斤斤计较和抱怨，或者傻干、蛮干的人，都将为人所不齿！当时间匆匆走过，人们将感恩和纪念的是那些真正识“实务”的人。

跟着“智慧”走

在中国很多实力较强的企业中，有一个强但并不大的企业，它就是在心底里一直拒绝“长大”的方太。

方太集团总裁茅忠群是一个解题高手，哪个高管的孩子要是遇到解不出的难题，他都会非常有兴致地拿过来，并且准能解出来。

很多人不由得佩服茅总裁的智商很高，而事实上其做企业品牌的智慧更是深不可测。

首先，是对消费者消费心理的分析和把握。从消费心理上讲，人们有高消费的心理趋向。很多年前，发生了一件事：有一个客户，他进来就问哪个最贵，有人说方太智能型的那台最贵。他说，好啊，就要那个吧！就这一点来讲，中外都一样，美国人也一样。厨房在美国家庭当中是非常重要的，因为朋友聚会都是在厨房，所以美国的厨房电器商标的LOGO做得很大，中国和欧洲的反倒都是小小的。美国人的目的就是希望朋友一进到厨房，老远就看到屋主用的是什么牌子。如果经济实力适合消费中档的，美国人往往会买高档的。

针对高端消费人群，方太致力于做厨房电器里的贵族，从中赚取品牌的价值。茅总说：“方太在定价上的一个策略，就是要比西门子贵一点儿。”

公然敢同国外大品牌叫板，这对很多企业来讲，想都不敢想。

大家的一般逻辑是，西门子要是卖 1000 元，我们定 800 元就很有勇气了。结果在市场上，沦落到比国外的品牌便宜 20%~30%才能卖出去，否则就卖不动。

但是，方太与西门子的 4 年竞争中，价格比西门子的贵，销量却是西门子的两倍以上。用茅总的话来讲：“不是不能做到，关键是，可能很多企业没去想做这件事情，或者说是

想都不敢想!”

方太最终成为敢想敢做的典范，而不是单有胆大蛮干之举，这跟方太对行业的理解是分不开的。茅总坦言：“如果说我做彩电，或者做其他家电，我可能就不敢这么定了，原因就是很多家电核心技术掌握在老外手里，掌握在国际跨国公司手里。但是，厨房电器行业就不太一样，因为我们中国人的饮食习惯和西方人不一样。这就决定了我们中国需要不一样的厨房电器。那么这种不一样的厨房电器，老外手里没有核心技术，反倒是我们中国企业已经积累了十多年了，应该说我们的技术就是天生要比他们领先，这是我们的心理上的一种底气!”

而这其实也正是方太做品牌的底气。中国家电业是竞争最白热化的一个行业，有一个数据统计，其平均利润率是1%。而如果方太把品牌做好了，就算赚七八个百分点的利润也是很轻松的。这就是品牌的议价能力，像欧洲的奢侈品牌都要赚20%的净利润。这也就是为什么方太不求规模，一门心思做品牌，只求赚高利润的真正原因!

对一家企业来讲，企业的高度就在企业家的思维里，在人们的一片叫嚷声里。难能可贵的是，有一批中国企业家，他们不好大喜功，扎扎实实，不求大但求强，不求快但求稳；他们理解了什么是真正的“做大做强”，他们敢干但不蛮干，内外兼修，从而挺起了企业的脊梁。他们才是这个时代有实

干精神的典型代表！

自动自发——不苦干

作为一个职场中人，不管是初涉职场还是纵横职场多年，通过对本书的认真阅读和对实干精神的学习之后，就会发现，职场人最优秀的品质在实干精神的锤炼中都会闪烁出来。

实干精神会培育出我们工作的自动自发性。自动自发表现在多方面，比如会勇于承担责任，会抓住机遇，敢于迎接挑战……自动自发的员工和企业家人，他们多踏实肯干，一步一个脚印，他们更懂得高效和借力，在方式方法和资源的应用上无一不更加主动，所以他们成长的步子就比常人迈得大些，成功的速度更快。对个人是这样，对企业亦是如此。

一个人或企业越实干，其自动自发性就会越强，就更容易地走向成功。实干精神坚持得越彻底、越久、越好的员工或企业，其生存的智慧光芒就更加闪耀。在他们的词典里，已没有那句“没有功劳也有苦劳”的话，他们的观念已发生了彻底的变化。

了解实干精神、锤炼实干精神的最终目的就是将我们打造为最优秀的员工。经过这种从大脑的洗礼和技巧的实训中，我们就会成为自动自发的好员工，成为企业最想要的、最好的员工。无疑，在职场中，你已经成为了一匹可以自动自发的千里马，无论走到哪里，都会有伯乐相随。

实干精神已经将一味“苦干”而毫无效益的企业淘汰得一干二净。

苦干在过去有任劳任怨之意，同时也有辛苦之意。至于辛苦，是因为过去没有条件，要超出我们的能力和资源来做事，自然会苦；但是，在今天，做事情的环境与过去已有天壤之别，叫苦连天的事情自是少了，为什么还要苦干呢？

主动进取

主动进取的人，会把握自己的人生，掌握主动权，为自己负责，会积极地控制自己的行动和思想，并朝着有利的方向发展；主动进取的人，会和其他人交流想法和意见，自愿承担能向自己的梦想迈进的额外工作；主动进取的人，会判断自己的长处，以及喜欢做些什么，会选择适合自己本性和发展目标的职场环境；主动进取的人，相信自己，激励自己，积极主动地发挥自己的特长，争取表现自己的机会。

我们每个人身上都储藏着未被开发的潜能，主动进取的人，会自己发现和挖掘自己的潜能，知道应该做什么以及什么时间来做。

很多人还未曾认识到这样一个事实：生活中所犯的最大错误就是认为你是替别人工作的。没错，你的薪水是公司发的，老板指派工作给你，评价你的工作绩效，但更重要的是，要知道“怎么做”是由自己决定的。我们在生活中随波逐流，从这个工作岗位漂到下一个工作岗位，就只能一次又一次地

与成功失之交臂，但又不知道该做些什么来改变这种情况，那么，这就更距成功十万八千里之遥啦！

在这里，想特别说到一位中国女人，她把源于日本的味千拉面，在中国做出了名堂。

她是做食品贸易的，走南闯北，甚至下到各地农村购买各种土特产、粮油、海产品。10年甘苦，一次偶然的机会让她吃到了味千拉面，她感觉自己抓住了成功的钥匙。她的直觉告诉自己，这个生意有得做。

在味千拉面上海淮海路店，装的是透明的玻璃厨房，工业化的煮面过程犹如一条生产线：成箱的拉面从中心厨房送来，每箱里有若干包，每包一碗。每只大锅里放着6个笊篱，拉面放进去后定时，时间一到，笊篱就自动浮出水面了。师傅把面倒入碗里，再盛上统一配送的原料勾兑的骨头汤，然后熟练地撒上完全按比例调配的配菜。这样，一碗味千拉面上桌，只需要3分钟。

这个中国女人就是潘慰——味千中国控股有限公司的创始人、主席兼行政总裁。她不无骄傲地说：“我们全国所有门店的100个菜品中，每一碗面条，每一份小料的分量、口味都是一模一样的。”

一碗拉面生意能够做到多大？这个有作为的中国女人的回答是90个亿。现在，她领导的味千控股有限公司已成功登陆港股，从而打破了餐饮业不易上市的僵局。

尝过 10 年甘苦的人，更懂得如何积极进取，如何把握自己的人生，潘慰做到了！

我们需要主动进取、处处实干的人，而且如果每个人都进取实干，那么，就构成一种力量，这力量足以为我们的家庭、我们的企业、我们的国家分忧。在应对危机时，我们就不会等、靠、要，就会闯出一片新的局面；而当我们遭遇困难和瓶颈时，我们也不会只是无力地呻吟，把希望寄托在“雨后自然见彩虹”的思维惯性和惰性之中，就会抢先有所作为。这也就是要求每个人都要有实干精神的原因。我们正身处在一个机会大于挑战的时代，如果具有实干精神，我们就不仅能够应对挑战，更能把握时代赋予我们的机会，而机会是失不再来的。

主动进取的企业家和员工，就是有实干精神和实干特质的人，他们要超越的不是别人，而是自己。他们主动思考，主动寻求创新，在今天看来，他们才是企业进步不可或缺的支柱。

主动进取的人，他们热情高涨，渴望着成为出类拔萃的人；他们会支持你、鼓励你，会让你产生尊敬和敬佩之感。跟着实干的人，多向有实干精神的人看齐，那么你可能更容易获得灵感，受到启发，得到有益的帮助。

主动“犯错”

自动自发的员工，会主动承担一些工作和责任，尤其是

一些高难度的工作。他们敢于接受和尝试用新的想法和方法，并改变自己的工作方式，让工作变得更加灵活，哪怕失败也不要紧。这也是十分有助于老板发现的自动自发员工的特殊之处，从而更加欣赏他们，认为“此人可塑也”。因为主动“犯错”可能为他的公司带来不可预知的利益。

因此，很多时候，我们需要犯一些“错误”，才能让自己精彩——

同样是做内衣的企业，但奥丝蓝黛却让自己成为中国第一个“让内衣登上大雅之堂”的品牌。不仅先于同类产品的其他品牌进行了案例营销，而且迈出了案例营销中最坚实的一步……

2007年的1月20日，北大百年纪念讲堂嘉宾云集，中国冠军企业案例营销峰会在此举行。

对一个与时俱进的企业来讲，案例营销已经不再是一个陌生的字眼了。很多优秀企业都在自觉地进行自己企业的案例营销，例如宝洁由过去单一的广告轰炸改为广告加案例营销。自2000年开始，无论是全球财富论坛，还是在北大、清华、中大等学府举办的工商论坛、讲座、沙龙中，都有宝洁职业经理人的案例讲座及分享。这一营销方式每年为宝洁节省约1.3亿美元的广告费。

那么，我们中国的企业又该有怎样的行动呢？

奥丝蓝黛的做法是实行跟随式案例营销，跟随中国的世

界冠军企业格兰仕，以学习格兰仕案例的优秀企业代表身份，曲线救国式地阐述了自己企业的经营管理实践，从而实现了用案例来营销自己企业的目的。

一向低调实干的奥丝蓝黛人一下子站到了北京大学百年纪念讲堂上。当穿着大胆时尚性感内衣的模特照片堂而皇之地从电脑里播放出来时，全场的人都觉得有点突然，这可是在北大的讲堂上呀……

倘若像别的企业那样规规矩矩地做案例营销，那么什么时候才能走进北大讲堂呢？但大胆的奥丝蓝黛人没有走传统的路子，他们采用了独特的“跟随”式案例营销，不仅达到了目的，甚至收到了奇效。奥丝蓝黛的第一次案例营销虽然是“战战兢兢”，却独具匠心，使得全场的人不得不佩服他们的创新思路。

很多时候，犯一些开拓过程中不可避免的错误，是值得的。倘若你刻意逃避错误，总想把工作做得完美，这说明你很可能在按常规做事，墨守成规，缺乏新的创意。在情势瞬息万变、竞争激烈的现代社会，做事流于保守的员工绝非老板所需。对老板而言，这类员工充其量只能作为“垫底”的，让老板放心，但绝不会令老板欣赏。

其实在我们身边，不乏“聪明人”。微软招聘时，颇为青睐一种“聪明人”，这种“聪明人”，并非在招聘时就已是某一方面的专家，而是一个积极进取的“学习快手”，也就

是在短时间内，主动学习更多的有关工作范围知识的人。那么，这些人的学以致用会带给企业新的思维，并且在做事情的方式上，他们不循规蹈矩，却往往事半功倍。

值得一提的是，“刻意犯错”时，你应有及时扭转败局的把握，否则你便真的失败了。

在有所失处有所得——不白干

成功的企业家和员工，不会过于计较眼前的或者短暂的得失，他们会在得失之间把握机会。在困难和问题面前，他们依然投入全部的身心，发挥自己的创造能力，在所失之处有所得。

古人云：“水本无华，相荡而成涟漪；石本无火，相击而发灵光。”所以，要努力为自己搭建展示平台，拓宽活动范围，营造交流氛围，让智慧替你说话，让激情沟通感情。投入得越多，你创造的价值越多，而你收获的就会越多。

一个人在工作的历程中，想得到尽可能多的收获，也是天经地义的，但我们不能太急功近利，我们需要在自我的成长、事业人脉、客户情感上进行投资。这种投资往往不是短期就能看到效果的，必须用长远的眼光来看。

比如，有些人希望进入一家高速成长的企业，企业利润丰厚，机会也多，从中能力也会大大提升……要想进入这样一家企业不是件容易的事，因为门槛太高。但是进入一家尚未高速成长的企业则相对容易得多。

好利来蛋糕，今天已是中国本土烘焙业中第一大企业了。但是 1999 年对好利来来说可不是一个好年景。那时，它的最稳定的市场在中国北方，而东北人觉得 1999 年不吉利，那一年都过生日、不结婚，蛋糕生意一落千丈；加之其内部改革的惨败，硬撑下去，也只能再熬一个月。

最后，公司只得裁员 800 人。公司宣布，公司向每人每个月发 300 元生活费，难关过去了，大家可以再回来。

挨过了 1999 年，2000 年生意果然转好，离开的 800 名员工回来了 784 人。有失必有所得，随后企业进入一个相对快速增长的阶段，并一发成为行业中的老大。企业做大了，受益的是员工。随着企业真正进入到现代化管理阶段，一批基层员工成长为企业的领导干部。随着企业总裁罗红的一次次远行非洲，以及罗红对企业的“不闻不问”，企业内部给了越来越多人成长的空间，而这些人也有幸在今天分享着好利来高速成长阶段的成果。

如果我们每个人都能有分享企业高成长阶段成果的意识，那么我们就会在企业遇到暂时性困难时，和我们自身利益暂时得不到保障时作出更好的判断。

是留，还是离去，实际上取决于对企业未来是否会经历高成长阶段的判断。如果我们在企业出现困难时没有离去，当然，一定是在未来能获得长足发展的企业中，那么意味着我们是靠相对省力的方式获得了超过我们个人努力的回报；

反之，如果企业刚一遇到困难，自己没判断清楚就轻易离开，那么你就会是一个不走运的人了，人生成本相对来说就比别人高些。如果一个人总是在企业刚起步时开始进入其中工作，然后离开又进入到另一家刚起步的公司，然后再到另一家刚起步的公司，那么就意味着其始终没有参与企业高成长时期成果的分享，他失去的总是比得到的多。

我们会得到更多的东西，因为我们的所作所为其实都是一种投资。

有的人不以为然，“我又不是股东，拿到的还不始终是底薪加提成加奖金的那一块吗”？

不错，就算我们不是股东，但我们应该明白，随着公司的发展，为了吸引更多更优秀的人才，企业的底薪已经有变化了；随着公司的壮大，我们做公司的业务时已经不像原来那样有难度了，我们的成本事实上在降低，业务量也增加了，提成拿得越来越多了；至于奖金，如果有的话，自然也是水涨船高，其他福利也是一样。

所以，如果一个人能够意识到企业会在未来有很不错的发展，就不会轻易因为这样或那样的原因而放弃了本属于自己的前途。如果一个人已经在一個不错的平台上工作，就应该格外珍惜。

吴锁君是远东集团的一名营销状元。远东集团有很多营销经理，他是其中一位。

他虽然只有小学文化，却在在大上海这个市场创造了奇迹，2004年他个人完成的营销额达到1亿多元。

上海宝钢是个信誉很好的国有大企业，而且电缆需求量很大，吴锁君决定重点跑宝钢，对有效客户进行锁定。

在宝钢他一没熟人二没关系，但他敢闯。他独自闯到了宝钢的采购部，介绍远东电缆。这期间他了解到，要想参加宝钢的招标，就要让产品首先进入宝钢的网络。吴锁君通过和宝钢的采购部人员沟通，将远东电缆输进了宝钢的网络。他在宝钢的第一次招标没有中标，但他没有失去信心，继续与宝钢保持业务上的沟通。

有一次，宝钢一台高炉抢修，急需100米特殊的电缆，其价值只是几百元，宝钢的人找到吴锁君，请他帮助解决，吴锁君毫不含糊地答应下来。

吴锁君马上自己租了一辆小汽车，回到公司把电缆装上，只几个小时就把电缆送到了抢修现场。

接着，他又住在了抢修现场。他告诉宝钢的抢修负责人，如果还需要电缆，他马上就用最短的时间给他们送来。饿了，他就买一盒盒饭吃，宝钢的同志感动了，后来他们竟然与吴锁君成了朋友，一有需用电缆的信息马上就告诉他，这一年吴锁君竟完成了1000万元的销售额。

后来，吴锁君在宝钢的招标中连连中标，又在石化行业、浦东供电局等招标中一一中标……

吴锁君敢于冒风险，不计较得失进行投资，结果有了大丰收。

得与失之间，有时只是一念之差。而事实也证明，如果一个人患得患失，那么就最容易无所得。纵观我们身边有所作为、有所成就的人，他们更多是在实干，而不是白白贻误大好的青春年华，而实干，最终让他们得到了奖赏，他们也成为这个时代贴有“实干精神”标签的人。

赢在价值

如果我们想得到一些东西，必定要付出。我们在事业上想成功，那必定得创造出一些有价值的东西。只要价值存在，就不会被淘汰！

可能我们都听过这样一个小故事：

一个寺院里的师父让他的弟子们去化缘，但是，河水淹没了桥，谁也过不了河，只能空手回来。

只有一个小和尚，他心里想：既然师父叫我出来化缘，我总不能空手回去，哪怕只化到一滴水、一粒米也算是我遵从师命，没白出来。他看见河岸边的一棵树上有一颗果子，他把这颗果子摘了回来。

后来，这个小和尚成为老和尚的衣钵传人。

为什么是小和尚成了衣钵传人？因为他懂得创造价值，懂得有所为，即使是在不充分的条件和环境下。

很多事情只是交代我们去做，至于做到什么程度并不一

定很明确；或者老板根本就没说，因为有时事情做了才知道会怎样，老板也不一定知道结果会如何。这就需要在做事情的时候要有主观能动性。

仅仅作为谋生手段的工作是不快乐的，发挥智能和实现生命价值的工作才是快乐的。当工作和生活能互相平衡时，它们往往能相互促进，提升工作和生活的整体效率和质量。工作和生活两者相辅相成，又互相作用。良好的生活状态是工作效率的保证，是忙出成效的前提；而稳定的工作同样是良好生活的保障。企业给予了每一个员工广阔的发展空间，一个展现自己的绚丽舞台，对于企业所做的这一切，员工都应该心存感激，力图回报，让工作更愉快，也更出色！

老板都喜欢把工作看成是自己事业的员工，喜欢工作出色的员工，喜欢那些手脚勤快、眼里有活儿的员工。但是，眼里有活儿和忙忙碌碌不能画等号，两者之间有着本质的区别。有许多员工整天看上去都是一副匆匆忙忙的神态，但就其工作效果来看并不是十分的理想。他们每天看起来都很忙，似乎总有做不完的事在等着他，一会儿做做这个，一会儿又做做那个，一天下来什么事也没有做好，有时甚至会搞得一团糟，越忙越乱，甚至让人无法忍受；而那些从容不迫，把注意力放在重点的事情上，结果每件事都做得非常出色的人，人们在评定他们朴素的实干精神的同时，他们自己也会越来越乐于工作，他们的人生是充实的、丰富的！

毕加索说过，他只要看到空白的纸，就想涂满它，我们的人生其实亦如此，需要激情地去描绘。