



余红光

语有云:吃亏是福。老子也说:“少则得,多则损。”留出了容纳的空间,才能有容。月盈则亏,水满则溢。提前“吃亏”,可以确保日后不亏。就像古老的太极图所展示的现象:平衡与和谐,是两条颜色相反的“鱼”相对,而不是一种颜色的圆满;这样才是“完美”的境界。所以,学会吃亏,就是要适应自然的法则,保持平衡,不求个人的完满,经营让利的空间;才能自在生活于世。

法国艺术家安格尔夫在引用此语后进一步阐发自己的立场说:“不管发生什么情况,我将加倍努力,为的是有朝一日给我那些卑鄙无耻的敌人以回击”。可见,“吃亏是福”并不适用于一切道德行为主体和范畴。对于那些专以损人利己为能事的恶人、敌人,就不能安于吃亏,因为这只会助长其变本加厉。肯吃亏是一种智慧,是大度的胸怀。人们常说,吃亏是福。首先,吃亏是福的道理具有普遍性。

1、聪明的人肯于吃亏。吃亏是能观全局的眼光,是精明睿智的妥协,是不去强争的气度,是为了获得更大更长远的利益,谋求大战。

2、睿智的人善于包容。包容是换位思考的理解,是修身养性的真经,是以退为进的策略,行包容他人之举,让别人心存感激,脚下的路才会越走越宽。

潘世东

领导,无论级别高低或权力大小,其实质都应是权威的象征,具有受人钦敬和令行禁止的影响力,也即具有旺盛的“人气”。但从实际中看,一些领导“人气”不高,同级不亲、下级不敬,虽有领导的身份,却发挥不了领导的作用,毋庸讳言,领导当成这样,不仅于工作有害,而且对自己也是一种折磨。那么,领导干部如何,提高在单位里的“人气”呢?

一、工作尽责,少出乱子

在其位则谋其政,领导者地位的高低,首要的取决于其对职责的履行情况。能把自己的份内事做好,这是一个领导干部,在单位立足的根本。解决尽职问题,需要在三方面下功夫:

首先,注意充实和提高新的工作技能,防止工作上无能为力。

领导干部要增强责任感和危机感,处理好适应与创新的关系,要特别注意学习超前的观念和技能,增强和保持良好的核心竞争力,不仅本职工作游刃有余,而且还能不断地开辟事业发展的新通道,力争使自己领导的部门,处在领跑的位置。

其次,锤炼细致严谨的工作作风,防止因小失大。

领导工作复杂而敏感,既有其一套必须坚持的原则和程序,又要求具有高度的灵活性和周密性,任何的疏漏和轻率,都会造成重大失误。因而,工作要有计划性,行动要考虑周详,注意前后衔接,和横向部门的协调。对关键环节和重要事项要及时检查、及时督导、及时排除。

对上级所作的保证,对下级所作的承诺,对同级所作的约定等,自己决不可说了不算,须克服困难加以兑现。

凡事既要有全局意识,敢于定高目标,提严格要求、立军令状,也要特别注意解决制约因素,防范意外因素和危机因素,以免遇事措手不及。一旦有什么变故,除迅速采取应对措施外,要及时向有关方面通报,切不可为逃避责罚而隐瞒真相,导致更大范围的连锁性失误。

3、普通人在吃亏中变得成熟,聪明人在吃亏中埋下睿智的种子,等待日后的收获。能包容是一种境界,是一种淡定从容的洒脱,是一种俯仰自如的风度。在包容中结识朋友、拉近距离、和谐关系、铺就人脉。

其实,人都有利己之心,面对诱惑、选择都会不自觉地趋利避害。大多时候我们会认为,确保自己的利益,争取更多的回报是一个人的能力的体现,是成功的标志。然而,真正为人处世的大智慧却是学会吃亏。可以说,做人的可贵之处在于乐于亏己。下面,与您分享一个小故事:

一般的“亏”可以不在意,如果太过分、太离谱,也仍要人们以此为信条,那就无异于纵容作恶或者养虎遗患了。比如日军入侵,中国人民肯定亏大了,能以此为“福”吗?又如制售有害食品,消费者亏损了健康,能以此为福吗?有句箴言:“对于恶人,没有和平”。总之,“吃亏是福”,因为人都有趋利的本性,自己吃亏,让别人得利,就能最大限度地调动别人的积极性,帮助你的事业兴旺发达。在职场中,“吃亏是福”,原本就是一种境界!这其中的学问啊,深着呢!

也许有人会说,自己厚道就是自己吃亏,谁会这么傻做这样的事情呢?有这种想法的人只看到了事物的一面,没有看到事物的另一面,只看到了眼前的利益,没有看到长远的利益,觉得此时此刻自己吃亏了,却没有想到

绪状态,防止剃头挑子一头热、孤掌难鸣。

平时不仅要遵守单位的各项规章制度,对于一些约定俗成的惯例,甚至群体的心理习惯,除非是陋习陋规,不要轻易打破,免得招致非议,以致是非缠身。

再次,培养与自身职务相宜的思维方式,对问题的把握轻重得当,对权力控放有度。

工作上只集中精力“点睛”,不包揽一切地“画龙”。要按照层级领导原则,针对部属的能力和心里特点,充分而合理地授权,不与下属争权、争事、争功,以便自己能静下来,筹划神来之笔,使下属尽其责、展其才、受其劳、成其功,事繁而不荒,身疲而不怨。

有的领导处处插手、事事过问,看似细致周到,实则婆婆妈妈,不得要领,当断不能断,该管的管不好,或者不能拿大主意、好主意,企图以忙掩盖庸,让人无法产生应有的崇敬感。

二、人品过硬,个性健全

做官是以做人为基础的,没有端正的人品,即使能混上或保住一官半职,也必然是人人侧目,“人气”极衰。人品主要是通过处理人际关系,来显现的,有四个问题需要把握好:

一是对上不媚,有坦荡磊落的风骨。

对上级固然要坚持组织原则上的服从,和保持情感上、礼仪上的尊重,但如果口出阿谀之词、面谄媚谄媚之容、内有卑躬屈膝之骨,曲意讨领导的欢心,尤其当领导意见,不符合本单位实际情况和群众意愿时,不是立足于说明情况、据理力争,而是察言观色、见风使舵、无原则服从,一味迎合取悦于上级,就容易遭到同级和下属的鄙薄。

另外,对上级当面一套背后一套,对有实权者热,对无实权者冷,或者用得上时亲,用不上时疏,同样会遭人诟病。

二是对同级待之以诚,竞争不出损招。

同级之间合作是基础,但竞争也是不容回避的。由于竞争的压力,和不忍受环境的诱导,当事双方很容易萌生不良的念头,采用不正当的手段进行恶性竞争。作为一个领导,要把竞争的着眼点,放在追求规则和机会的公平上,不能总盯着结果,而不择手段。居心叵测、存心拆台,也许能让你在竞争中,一时站上风,但给你别人留下的人格上的污点,却永

吃亏是智慧,低调成大业

未来的日子因为你的厚道也许会得到更大的回报。将心比心,人心都是肉长的,人之初,性本善,愿将仇报的人毕竟是极少数,换作你自己,别人帮助了你,难道别人有了困难你就忍心袖手旁观吗?所以,在生活工作当中,我们吃点小亏并不是坏事,反而是我们的福气。厚道一点,吃亏是福,厚道的人必将得到回报。

一是吃亏乃开窍增智之成本,所谓“吃一堑,长一智”是也。没有人偏好吃亏,同样,也没有人能保证永不吃亏。当老板、做企业、干事业,不吃点亏(有时甚至是大亏),就等同于没有打足成本。而不支付足够的成本,人怎能成长?企业怎能成长?这是简单的道理啊。

二是折射出市场竞争愈演愈烈,人们对竞争的感受越来越具体、越来越真切。而竞争,从经济学的本质看,无非就是特定利益的驱动、生产与分配。竞争中的失利者(人人都有失利之时、失利之事)不得不调整或配置相应的精神文化资源,从而有了“吃亏是福”隐含着的不可排遣的几分无奈和慰藉,是对竞争生态的某种反应与适应。

三是利益驱动决定行为取向。若没完没了地计较、清算、折腾,其成本不如此忽略不计的方式消化掉,并由此能避免吃更大更多的亏!对企业家而言,至少是判断力的检验,包括对谋定长远利益、实现长期目标是否坚守和心无旁骛的测试。所以,我没有见过一个大老板是斤斤计较的。在很大程度上,对于吃得起的亏,无论大小,不在意比在意更经济、更符合利益最大化原则。所谓吃亏是福,一定有个利益边界,有个承受能力的权衡。于是,才有了“吃亏是福”的老话新说,以及放之四海而皆准的广泛针对性。请看下面的案例:

做人做事要讲技巧,做领导更要讲策略。俗话说“做事难,做人更难”,难题愈多,愈能

难抹掉,这也注定你将最终输掉竞争。

三是对下级不虚伪、不偏私,做到言而有信,一碗水端平。

下级对领导最不能忍受的,除了平庸无能之外,恐怕就是伪善。上下级关系,是一种比较持久的关系,可谓“路遥知马力,日久见人心”,领导对下属任何的欺哄行为,都可能被看穿,并招致下属的唾弃。

因此,领导对下属,要摒弃笼络和虚言买好行为,把真诚的关心,体现在实际行动上。领导者一旦给下属留下失信的记录,那么他再多真诚的努力,都可能白费。

再则,领导的公平感,也是其“人气”旺衰的重要因素。以亲疏好恶待人,如同投资选错了项目,失去的总比得到的多。

四是要有自知之明,保持高尚的为人处世风格。

一方面要设身处地为他人着想,注意关心人和尊重人;另一方面不可以小人之心态君子之腹,自设假想敌。尤其重要的一点是,不可私心太重,逢利必争,且势在必得。那样的话,既然你去争,自然就有人去抢,这不仅有害领导形象,有失领导风度,而且并不一定比不争得到的更多。

除了人品之外,领导者的性格,对“人气”的影响也很大。性格是领导风格的基调,不良的性格,容易阻碍领导者与同级的合作,和与下级的交流,影响别人对领导者的客观评价。现实中有不少领导缘比较差,各种测评得分不高,究其原因,主要是由于能力和品行问题,而是由于性格问题。

领导的不良性格,大致有如下6种类型:

一是暴躁,心理容量小,情绪反应激烈,对不顺心,不顺眼的事缺少耐受力,往往一触即发,很容易出口伤人;

二是偏执,凡事都习惯于按照自己的认识,和喜好行事,都要千方百计地,打上自己个性的烙印,甚至不惜利用职权,和耍弄手腕,来坚持自己并不高明的观点,让人敢怒而不敢言。

三是喜好空言,总期望讨好所有人,结果做的总,是没有说的好,给人一种很不实在的感觉,久而久之,形象缩水,就没有人尊重和信得过。

四是心胸狭窄,一饭之德必偿,睚眦之仇

显示你的能力和才干。做人需要低调一些,做事则不妨张扬一些,二者巧妙结合,就能成为一个仕途通畅的领导者,在没有掣肘的人际关系,你就能想出较多的点子,提出非同凡响的主张,作出不同寻常的成就。

谁能真正成功?是那些不为人所知的“沉静领导”,他们的共同特点是:内向、低调、坚韧、平和,甚至动机混杂。归纳起来,沉静领导具有三大品格特征:低调、克制、谦虚和执着。低调、沉静的领导之道,与我们传统的东方处事哲学很相近,令国内企业管理者匪夷所思:这是不是管理思想的返璞归真啊。

绝大多数的艰巨问题,往往是那些不引人注目、远离镁光灯的人,通过他们谨慎小心、深思熟虑、小而踏实的行动,起到决定性的作用。从2003年中国诸多企业CEO们的事风格和对著名企业的观察来看,企业比以前更理性,更“沉寂”了。张瑞敏、倪润峰们在各大传媒上主动的露面越来越少,而企业练内功的势头越来越猛。

是否应当低调常常受企业的性质和企业家的个性影响,并无定规。万科集团的董事长王石登珠峰,搜狐的张朝阳滑旱冰,都曾引起了媒体的广泛关注。这是由于住宅和网络的服务受众更多的是普通的消费者,民众的认知度会直接影响企业的市场份额,适度的张扬对于企业的发展是有好处的。而华为更多地面对行业用户,与民众的认知比起来行业内的认可度要重要的多,对公众的低调无碍于企业发展。

总体来说,南方商人与北方商人的一个重要区别,就在于南方商人低调,北方商人高调;南方商人重利益,北方商人更看重面子。许多南方的老板,企业发展很快,规模庞大,在业内享有盛名,但老板很少出现在公众视野之中,也从不接受任何媒体的采访。公司的宣传资料上没有老板的介绍和图片,甚至在行业内部也鲜有其声音和踪迹。外界只知道企业的名字,却很少有人知道老板的姓名。相比之下,北方的老板多爱出头,对个人的面子看得很重。喜欢抛头露面的北方老板,往往个人的知名度比企业名声还响亮,今天接受报纸采访大谈年内要达到什么目标,明天做客电视台信誓旦旦要进军百强,还美其名曰:“打造企业领袖个人品牌。”

在现实社会中,很多企业的领导者喜欢高调示人,热衷于声望的提高,喜欢参加“大企业家”、“企业名流”、“杰出才俊”等评选。几

必报,一事不合,必假以辞色,看似爱憎分明,实则随心所欲,让人时时有畏惧之感。

五是性子慢,说话干事没有个利落劲,看起来莫测高深、腹有良谋,实际上是疏懒疲塌,让人急不得恼不得。

六是琐碎唠叨,总是一副苦口婆心的模样,让人日久生厌。

如此等等,这些性格上的问题,领导者一般都缺少自觉,也容易忽略,但对领导形象的损害,却是很大的。作为领导干部,应该高度重视这个问题,并注意反省自己,性格上可能存在的不足,努力加以弥补和克服。

三、识见深远,作用独特

领导水平的高低,从根本上来讲,体现在思想认识水平的高低上,领导者若没有过人之处,遇事或者人云亦云,或者不着边际地空发一番议论,就不可能树立起现实的领导权威,而只能成为附庸和摆设。对此,领导者应记住几点忠告:

一是增强忧患意识,注意进行前瞻性的筹划。

大局的稳定,有其特定的平衡点;事业发展,有其必须遵循的路径,这些都不是寻常所能把握和发现的。领导者要把自己的职责,转换成强烈的问题意识,要比一般同志的脑子里,多想点事,多一点深邃的思考,和具有前瞻性的谋划。

要时时处处地注意,搜寻危机因素、风险因素和发展契机,在单位遇到棘手问题时,能出高招和实招;在单位陷入发展困境时,能提出既有见地,又有深入思考,和充分依据的建议。

二是广闻博览,开阔视野。

一流的见识,必须以深厚的理论功底作基础,以广博的知识作阶梯,诚所谓“会当凌绝顶,一览众山小”。现实中,有不少领导尽管工作勤谨,作风正派,但限于知识理论和素养不高、眼界较窄,尽管工作很努力,也只能算是一个勤勤恳恳的办事员,没有起到一个领导者应有的作用。

因而,领导要下决心超脱于琐事之外,经常性地浏览新知,关注新的理论突破,思谋新政策、新法规,对本单位事业发展,带来的机遇与挑战,确保想得深看得远。

经周折,终于当选,颁奖大会风光热闹,报刊杂志喧腾一时,亲朋好友庆贺一阵,事实上对企业家个人的领导经营能力、公司运行的好坏,并没有实际的帮助,也无法增加个人财富。

更有甚者,只不过是借举办单位利用做拉赞助、凑热闹的工具,背后受人耻笑、暗骂者,亦不是少数。企业的领导者应重视的是“名实相符”、“实至名归”。要名实相符、实至名归,不可能靠少数人选拔、投票、抽签或走后门得来,一定要靠自己的实力及经营的成效。只有实力与成效,才能长保你的地位与财富。

很多国家的政治人物,经常接受民意机构有关声望的测验。但是,很少有政治人物在意这种测验得来的声望。因为声望就像温度计的上升与下降一样,一件偶然的善事,可能将你送上声望的高峰;一件突发的个案,你的声望也可因之跌入谷底。

昨天的声望与今天的声望,甚至像股票的暴涨暴跌般,有天壤之别。假如政治家天天关心的是自己的声望如何,那他简直什么事都不能做了。经商也和从政一样,不可过分在意自己的名望,更不可相信名望能为你带来什么实际利益,“虚名”只会累人而不会助人。实至名归、名实相符的企业家,是在自然而然的情况下,得到社会大众的默认,而不是靠大众传媒或选拔机构的吹嘘捧捧制造出来的。

聪明的商人,千万不要让自己成为舞台中央聚光灯下的主角,把自己的一举一动暴露在众目睽睽之下。不要让公众了解你个人的更多信息,更不能让竞争对手对你了如指掌。商人要保持一点神秘感,要让你的员工和合作伙伴对你抱有“幻想”,尽量少让别人知道你的各种资源与深层背景,面对媒体更应如此,以防企业一旦有个风吹草动,媒体用放大镜把你的陈年老账都给翻出来。通常,水能载舟的道理人们都清楚,而水能覆舟的道理未必人人都明白。这些年来倒下的不少企业家,如牟其中、张海、顾雏军等,尽管失利的原因很多,但笔者认为,这和他们为人处事的高调张扬密切相关。

总之,“地低成海,人低成王”。领导者低调做人既是一种姿态,也是一种风度,一种修养,一种品格,一种智慧,一种谋略,一种胸襟。曲高者,和必寡;木秀于林,风必摧之;人浮于众,众必毁之。甚至可以说低调做人是一个企业领导成就大事的最起码的前提!希望我们的领导干部谨记!谨记!

三是苦心孤诣,力求在某方面,形成绝对优势。

作为一个清醒的领导者,要注意发现单位事业发展,最需要什么样的领导素质,并反观自身的素质特点和发展潜力,从需要与可能的均衡点上,锤炼和提高某一方面的特质,从而在特殊时刻,或某一关键方面,发挥别人无可替代的作用。有特殊的能力,就会有特殊的地位,就容易给人留下出类拔萃、举足轻重的良好印象,使自己的“人气”飙升。

四是注重与方方面面的交流和沟通,保持思维开放。

领导的高瞻远瞩和真知灼见,不能靠老僧人定般的苦修,而很重要的一个方面,要靠广泛的交流和沟通来开启思路、博采众长、感受挑战、激发创造的欲望。

首先,要经常与上级保持接触。领导掌握着最权威、最全面的信息,也会有其过人之长和丰富的经验,善于借重领导的力量,这不仅易于建立融洽的上下级关系,关键是能够通过经常听取上级的指导、点评乃至批评,提高工作的主动性和预见性。如果对领导敬而远之,不仅容易失去上级的信任,也等于自动放弃了一种重要的领导资源,是十分不明智的。

其次,要经常与同级切磋。同级既是强劲的竞争对手,又是得力的合作伙伴。客观地看,同级中的优秀分子很多,许多人或者比自己强,或者有值得自己学习的长处。因而,要摒弃狭隘心理,防止以邻为壑,或自我封闭,而应坦然地投身到与同级的公平竞争,和诚心合作之中,推心置腹地交流工作得失,见贤思齐,见不贤而自警,以强化和保持良好的竞技状态,共同提高。

再次,要经常听取下级的意见和建议。西方有一句谚语:“再高贵的主子,在仆人眼里也是可笑。”对领导者而言,也是如此。下级对领导的不足,往往感受最深、了解最透,希望领导提高素质,改进工作的愿望也最强烈,而且还有许多很好的想法。作为领导者,切不可企图靠拉大与下级的距离感来遮丑,而要下决心融入下级中去,了解他们的感受和愿望,从中汲取智慧和动力,这不仅会因集下级之长,而高于下级,而且会最终赢得下级的尊重和信赖。