

的天赋，那就是善于适应环境，善于学习，善于总结经验，善于发现，又善于应用。联想也是在企业不断成长中，逐步完善了自己对帅才的要求，形成系统的职业素质要求。最后通过这个成熟的模型，联想还先后发掘了陈绍鹏、刘军等新一代帅才。■

(摘自《经理人》)

鼠标的失败和可口可乐的成功

李光斗

1968年，道格·恩格勒巴特发明了世界第一只鼠标，被命为“显示位置纵横显示器”，外形也不过是一个木盒拖着根绳子，他没有想到这“无名鼠辈”彻底改变了计算机以往光笔和键盘输入复杂指令的操控手段。从此，代表高、精、尖的计算机骑着小小的鼠标飞入寻常百姓家。如今，鼠标的年销售量也已经达到40亿只，然而，如果恩格勒巴特当时约定每卖出一个鼠标要支付自己1美分使用费，那么销售40亿只鼠标就可获利4000万美元。但恩格勒巴特却没有得到这笔报酬，苹果公司以4万美元一次性买下鼠标生产许可证。



无独有偶，可口可乐20世纪20年代进入中国时被翻译成“蝌蚪啃蜡”，不被市场接受的情况可想而知，于是负责海外业务的出口公司登报悬赏350英镑征求译名。当时身在英国的上海教授蒋彝以“可口可乐”四个字拔得头筹。现在看来，可口可乐公司真是捡了个大便宜，350英镑却换来在华语界的脍炙人口，而随之而来的是大把大把的银子。而可口可乐经典玻璃瓶的设计者就要比蒋彝教授有远见得多。1915年，设计家按照可可豆荚的形状，设计了瓶装曲线，之后与公司签订协议：每卖出一瓶可乐，公司就要支付自己一定的产权使用费。与众不同的瓶子文化为可口可乐带来了巨额利润，而设计家的后代正坐在洛杉矶的豪宅里，等着每月寄来的巨额支票。

由此可见，盈利模式有多重要。■

(摘自《财富人物》)

松下幸之助的70%原则

佚名

70%原则聘用人才

松下对70分左右的中上等人选较为偏好，松下认为，他的事业是这些被视为次级人才的人一手建造出来的。其实，“70分人才”有其独特的优势。他们一般很容易融入团队，有追逐“顶尖”者的动力且心存感激，会更加忠诚于公司。

70%原则使用人才

松下认为，对员工是否能够胜任一项工作的判断，最多只能有70%的把握，剩下的30%就只能在他做的时候才能发现。如果知道这位员工有70%的可能性胜任这项工作，那已经很不错了，就应该让他去做这件事，在做的过程中再去考查剩下的30%。

70%原则信任员工

主管常常因为员工中出现一两匹害群之马而烦恼，于是他们对所有的员工都抱警戒心理，认为所有的员工都想盗

窃公司的机密，制定严格的规章来约束员工，不让员工参与公司的决策。松下认为，主管应该有宽广的胸怀，不要为一两个害群之马而整天不开心，并且丧失对所有员工的信任。如果公司的员工中70%是值得信任的，主管就应该相信全体员工，就应该以此为基础对公司进行管理。

70%原则发现员工优缺点

一个主管要懂得去欣赏你的下属，应该以70%的眼光去看员工的优点，以30%的眼光去看员工的缺点。一个主管应该同时关注员工的优点与不足，“不知人之短，不知人之长，不知人长中之短，不知人短中长，则不可以用人，不可以教人。”我们不妨用70%的原则去分界，以70%的眼光去看员工的优点，以30%的眼光去看员工的缺点，在阳光下看人，而不是站在阴暗的角落里去看人。

70%原则授权

松下认为，主管授权之后，不能过分干涉，要宽容到70%的程度。但如果发现与总体方向不符时，则应提醒，否则就等于遗弃了下属。70%原则授权，能够让被委任者既发挥主观能动性，又不至于完全脱离控制、发生大的错误。

70%原则获取员工满意度

松下认为，一般来说，在10个部属中，总有两个和我们非常投缘的；六七十个顺风转舵、顺从大势的；当然也难免有一两个抱着反对态度的。也许有人认为部属持反对意见，会影响到业务的发展。但在他看来，这是多虑的。适度地容纳不同的观点，反而能促进工作更顺利地进行。

有的主管总是希望所有的员工都对自己满意，这种想法是好的，但在现实生活中是很难达到的。到头来，主管就变成一位好好先生，给人一种没有主见、不能承担重任的感觉。所以，主管的工作，如果能得到70%的员工的认同，就已经非常不错了。■

(摘自《华尔街电讯》)