

# 成功由多方定义

作者 吴静

熟悉价值定义的职场人知道，价值不是由给予方，而是由接收方定义的。我视如珍宝，你弃如敝履，他甘之如饴，她苦不堪言。

用同样的逻辑来定义职场成功，可以说对，也可以说不对。

我们小时候，成功是由分数和排名来定义的；长大了，在考大学这件事上成不成功主要看高考成绩以及录取学校、专业；进入职场后，说起成功，大多数人的直观反应是用收入和职位来衡量。

这些外部世界用来衡量成功的标尺，让人从小到大一直承受着压力。

其实，职场成功是道多项选择题，答案不是唯一的。

不少女生有公主王子梦，认为“干得好不如嫁得好”，并将“嫁得好”视为一种成功。

还记得著名的《新概念英语 3：培养技能》第 4 课吗？阿尔弗雷德·布洛格斯（Alfred Bloggs）找了个蓝领的职位，心里颇为自卑。他每天早上西装革履地跟老婆告别，到了公司才换上工装。后来他跳槽成功，找了个普通白领的职位，虽然收入降低了，但他从此心情舒畅。在他眼里，较高的社会地位代表着成功。

每次春节回家，事业有成的女性高管 A 的父亲谈到她和她弟弟时都会说：“你工作努力，收入很高，当然很成功。你弟弟在国家重点扶持的行业搞研发，为国家出力，虽然工资比你低，但我觉

得他的职业很高，他也很成功。”在长辈眼里，得到社会尊敬和获得高收入都是成功的标志。

一千个读者眼中有一千个哈姆雷特，对职场成功的定义同样是多元的。

如果有人把财富作为职场成功的唯一评判标准，那此人一定很痛苦。

马云曾说“后悔创立阿里巴巴”，因为阿里巴巴，他没能继续从事自己热爱的教育事业，现在他功成身退，卸掉了身上诸多职务，只保留了“马老师”的头衔。人们可以说他“站着说话不腰疼”，但他这番话里自有真性情。他希望自己不仅仅作为中国首富被铭记，还能作为教育家做出流芳百世的贡献。

马老师是个例，但不是唯一的例子。在我们周围，不把收入、头衔作为评判成功标准的人多得是。

有人说，这会不会是吃着葡萄说葡萄酸啊！

美国克利夫兰州立大学的心理学家塞伯特（Seibert）和克莱默（Kraimer）根据社会调查的结果，把职业成功界定为“一个人在职业生涯中积累的积极的、心理上的，或与工作有关的成就”。

英国伦敦商学院教授奈杰尔·尼克森（Nigel Nicholson）将职场成功划分为 6 个维度，即物质成功（财富、财产、收入）、地位与头衔、知识与技能、健康与幸福、友谊与社交网络、社会声誉与尊敬威望。

从这 6 个维度中，我们可以得出以下几个结论。



第一，单一维度的成功不会永远带给人圆满和丰盈的成功感受。饱食终日者无聊，四处奔忙者劳累，人生就是在两种状态中来回转换。

马斯洛曾说，心若改变，你的态度就会跟着改变；态度改变，你的习惯就会跟着改变；习惯改变，你的性格就会跟着改变；性格改变，你的人生就会跟着改变。

界定职场成功的角度直接影响职场人的每日感受。职业成功除了体现在财产和收入外，还体现在地位、知识、社交网络、自我实现等方面，人活一世，这些都不可复制。所以，获取高收入是

职场人的成功标准之一，但绝不应该是唯一的标准。

第二，成功是由多方定义的，它既由你自己定义，也由他人定义。

现代意大利语的奠基者、14 世纪意大利最伟大的诗人但丁有两个志向：第一，成为伟大的诗人；第二，实现政治抱负。他实现了第一点，但没有实现第二点。唐朝伟大的浪漫主义诗人李白对酒当歌，写出了“天生我材必有用，千金散尽还复来”这样的诗句。

在后世看来，但丁是一名伟大的、成功的诗人，但在同时代人眼中，他是壮志未酬的政治家和爱人早逝的伤心失恋者。同样，在后世看来，李白是天下无双的“诗仙”，但在当时的朝廷权贵眼中，他是个不得志的官场边缘人。以地位和官位这两个传统的标准来定义但丁和李白的职场生涯，都会得到让人沮丧的答案。

职业成功环里，成功的外在表现如财富、收入、地位与头衔、社会声誉等都是相对的，都是通过比较来定位的：你是总经理，人家是市值过亿的企业的创始人；你年薪 50 万元，人家年薪 500 万元……既然是比较，就免不了要承受比较带来的失落。

外在成功是职场成功的重要标志，这点毋庸置疑，但除此之外，职场成功还应包含内在成功。

内在成功包括知识、技能、友谊、健康、幸福等。幸福是一种主观感受。

美国心理学家发现，任何东西都会影响人们的幸福感，甚至连日照时间也会影响人们的心情。焦虑、压力等情绪如同小偷，会偷走我们的幸福感。

成功也存在 VUCA 的特点。VUCA 这个词诞生于 20 世纪 90 年代末，用以形容越来越复杂多变的世界地缘政治和商业格局。

我们如果可以在 VUCA 的世界里玩转职场，创造充满乐趣和意义的职场人生，岂不是一件美事。

也许正是看到职业生涯理论的变化，有学者提出了“易变职业生涯”和“无边界职业生涯”的概念。前者的英文是 protean career-orientation，由美国波士顿大学商学院霍尔教授 a 在 1976 年首次提出，它指的是人一生会变换各种不同的职业以实现人生理想。后者的英文是 boundaryless career-orientation，指的是在同一家企业里，员工依赖正式培训、晋升来实现自我提升。易变职业生涯的外延更为宽广，它涵盖了职场人的整个职业生涯，而无边界职业生涯则专指员工在特定企业内部跨职能、跨部门的职业发展。

世界上本没有职业，做的人多了，自然形成了一个职业；做得久了，自然形成了有一定规律的职业通道，这是本书探索的重点。

（《职业通道：人生规划与事业进阶指南》作者：吴静；人民邮电出版社，2020-01-01）

# 创业者不可不知的六种好秘密

作者 樊登

秘密决定着创业风险的大小。假如秘密不够，即便市场再大，你也可能赚不到钱，甚至连活下去都很困难。只有把握秘密，才能让创业者拥有属于自己的抗风险武器；秘密越大，抗风险的能力就越强，核心竞争力也就越强。在我看来，以下六种秘密，都是企业抗风险的好武器。

## 1. 资源

资源是不可复制的，当然是一个好秘密。现在有句形容有钱人的流行语，叫“家里有矿”，说的就是有资源。举个例子，和田玉的山料现在越来越贵，如果你在和田有一座矿山，绝对没人能抢走。但是，资源有资源的问题，它会枯竭，获取成本也越来越高。一旦有一天，你的矿山资源开采完了，又没有买到新的矿山，你的好日子也就到头了。

## 2. 科技

科技永远是第一生产力，重要性无须多言。华为公司成为中国企业的世界名片，靠的就是科技。

华为公司有一个非常重要的秘密，叫作“深淘滩，低作堰”，这句话源自李冰父子修筑都江堰的故事。深淘滩，指的是河沟要挖得够深，不深就容易淤塞；低作堰，意思是河堰不要过高，这样才能确保周边村镇的安全，不会出现“地上悬河”。任正非先生很爱学习，在学

到李冰父子的智慧之后，将之引申运用到华为公司的运营上。

“低作堰”说的是华为公司的运营能力和制度设计，在这里不做展开，我更想介绍的是华为公司的“深淘滩”。任正非将科技视为华为公司防范外界风险的“核武器”，每年确保将 10% 的营业收入用于研发，将护城河越挖越深。营业额在 1 个亿时，拿 1000 万出来做研发，营业额到了 10 个亿，就拿出 1 个亿，以此类推。10% 的研发经费是硬性规定，无论何时都不可减少，华为公司对科技的重视程度可见一斑。

花这么多钱进行研发，华为公司的收效如何？在 2018 年的中国企业 500 强中，华为公司的专利授权量达 7.43 万件，高居首位。与科技水平相对应的是华为公司的迅猛发展。华为公司 2018 年的营收额突破了 1000 亿美元大关；在苹果公司和三星公司之后，华为公司是全球第三家迈入千亿美元俱乐部的电子公司。这就是科技的力量。

## 3. 运营能力

海底捞你学不会，因为它靠的不是科技，而是运营能力，是服务比别家餐饮公司做得好。创业者都需要第一桶金，海底捞的第一桶金正是来自创始人张勇超凡的运营能力。樊登读书也是如此，在用运营能力占据先发优势之后，我们可以通过人工智能、大数据等科技手段将企业的抗风险能力不断提升，但运营始终是樊登读书的重中之重。



## 4. 品牌口碑

品牌是一个非常重要的秘密，也是非常好的秘密。好在哪儿？品牌能让企业的边际成本为零，大量公司发展到后期，就是依靠品牌挣钱，现在一些超级 IP，说到底就是品牌。

曾有创业者在我的课上提问：“樊登老师，品牌和口碑是两码事，你为什么要把它们合在一起？”这个问题很好，证明我的学生们都是爱思考、肯动脑的人。我之所以会将品牌和口碑放在一起，是因为发现很多企业都存在一个问题——只有品牌，没有口碑。客户都知

道它们，但是并不爱它们。

很多创业者在拿到天使投资之后，会将其中的大部分用于宣传推广，而不是产品打磨。通过各种推广途径，他们确实成功地让客户们知道了自己的品牌，但是因为产品并不能解决客户的实际问题，口碑不太好，客户黏性很差。当你顺风顺势时一切都好说，只要你出现一些问题，就很容易发生“墙倒众人推”的惨剧。但如果你是一个有口碑的品牌，事情便会大不一样。

所以，如果创业者能将口碑和品牌放在同样的位置，便会拥有别人无法取代的竞争优势。即便有一天，你的事业真的走向了末路，也会比別人更容易东山再起。

## 5. 价格

价格也是我十分认可的好秘密之一。在我看来，价格战属于非常高级的竞争方式。很多创业者在跟我交流时，很不屑地跟我说：“价格战没有技术含量。”我觉得这种观点十分可笑，如果你能将价格战打到格兰仕这种水平，就能体现你的技术含量了。

格兰仕被业界戏称为“价格屠夫”，它能在价格战中打得竞争对手丢盔弃甲，而自己还活得很好，靠的是什么？是科技、运营能力和大批量采购。基于这三大秘密，格兰仕能够将价格准确定至让竞争对手毫无利润、自己却还能赢利的水平。

价格上的游刃有余，让格兰仕在小家

电的激烈竞争中立于不败之地，这便是我说的好秘密。所以，如果创业者真的能让某行业的产品价格产生根本性的变化，那么他同样也能拥有较强的竞争优势。这是一种非常高级的竞争，你的企业必须拥有其他方面的秘密，才有可能做到这一步。

## 6. 用户

用户是一个好秘密，这其实就是人们常说的“粉丝经济”。凯文·凯利（Kevin Kelly，很多人昵称他为 KK）说过一个著名的“1000 铁杆粉丝”原理，在他看来，一个品牌只要有 1000 名铁杆粉丝，就可以活得很好。对此，我深表认同。对创业者来说，你需要管好你的客户，让他们跟你建立紧密的联系，让他们发自内心地爱你。

漫威影业和苹果公司就是这方面的翘楚。我儿子嘟嘟就是漫威的铁杆粉丝，只要漫威推出一款新产品，他就会想尽办法买到手，这是一种粉丝文化；而苹果公司自不待言，“果粉”们的力量相信大家都有很深的感受。

樊登读书正在构筑自己的用户门槛，这项工作的意义十分重大，我建议其他创业者千万不能忽视。用户是创业者的衣食父母，也是你的力量之源。如果运营好你的用户，那么你甚至可以让他们帮你改进产品。如此一来，你就能为自己的企业持续构筑一道护城河。

（《低风险创业》作者 樊登 人民邮电出版社，2019）