

《商业格言》

图书基本信息

书名：《商业格言》

13位ISBN编号：9787513318077

作者：比尔·瑞德 编

页数：272

译者：张春泥,牛海鹏

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《商业格言》

内容概要

《商业格言》属“经济学人”的系列丛书，编者比尔·瑞德（Bill Ridgers）从不同渠道搜集有关商业的智慧引语，挖掘罕为人之知的评注。此书引用的语录既有来源于商人、银行家、剧作家、音乐家及科学家的，也有很多“佚名”作者的，他们从“会计师与会计”谈到“咨询顾问与咨询”，从“犯罪”到“诚实正直”，从“企业家精神”到“全球化”，甚至还讲到了“汽车业”和“演艺业”，无所不包又诙谐幽默。

在商业语录界，有的格言可以用来理解巴菲特、亨利·福特这种商人的经营哲学；有的格言是用来概括乔布斯这类先锋人物的成就；有的格言则是弗里德曼、熊彼特等学者抽象的思考；有的格言却以逗趣为己任，偏爱刻薄和抱怨。熟悉商业领域的读者可能会心一笑，对商业不那么熟悉的人也能从中增长见识。

本书以主题分组，依英文字母排序，共二十二个字母，一百五十六个条目，一千多条格言。拿到此书，既可从头翻阅，或依兴趣查询词条，亦可从任何一页开始读。

本书由读库出品，购买链接：<http://item.taobao.com/item.htm?spm=0.0.0.0.pYfPBN&id=520368976555>

《商业格言》

作者简介

比尔·瑞德，“经济学人”专栏作家以及商业教育栏目编辑。

《商业格言》

精彩短评

- 1、格言体是我最喜欢的体裁之一，论语、摩西十诫都是这样，简单、直捷、隽永，还带点可爱的武断。
- 2、一本适合拉屎时候看并且看了就忘但是偶尔想起来可以在职场装逼的好书。
- 3、读库发过来的小册子 虽然不是我喜欢的类型书 但看在读库的面上也读了起来 目前还没有大的体会
- 4、对于一本英国报社出版，英国作者汇编的书籍来说，少了一点自嘲的英国味。
- 5、简单的道理，复杂的体会
- 6、非常有趣，有启发，很多书中的格言集合。
- 7、逻辑思维
- 8、不错，有些格言短小精悍
- 9、把一些类似三联“声音”这样的东西编辑成单独一本书，质量堪忧。
- 10、很有意思的小书，都是从国外翻译过来的。
- 11、一般般。
- 12、读库小册子算是不能再定了
- 13、可能对格言类不怎么有兴趣，随便翻了翻。
- 14、语录集，可作为资料来源
- 15、里面多次出现重复
- 16、段子挺多，箴言太少。
- 17、小神书，大智慧
- 18、偶尔翻到格言还是挺好的，高中最喜欢把格言写在本子的每一页上面
- 19、难以想象有人会认真读完这些假装成真理的废话
- 20、《读库》出品书籍中最差者，一句脱离了语境的所谓格言并没有任何信息含量。
- 21、个人觉得段子挺棒啊，作为读库赠品挺良心啊~~~
- 22、这本书真的不值得买！
- 23、没必要买。
- 24、了解商业法则。
- 25、2016.4.10,读库微店。
- 26、在地铁上用零散时间看完的。如今格言类书籍少见，就算它多见的时候，也主要用于中小学生学习写作文。不过依然不能否认，有的话语的确走了心，值得咂摸咂摸。
- 27、打开看了眼目录就丢在垃圾桶，不理解这种东西为何可以作为书来出版。
- 28、字典，评价保值关乎时代性，相信近乎迷信老六

1、格言自有其魅力。一般来说都短小精悍，可能会有偏颇与武断，但终究是人类的头脑智慧在社会实践中总结出来的经验与认识。他们能帮助我们思考，比如下面这些问题：这句话在什么年代说的？谁说的？他为什么这么说？对我有什么帮助？有哪些偏颇之处？以下是我觉得比较好的摘录——分为“警句”与“格言”两个部分《商业格言》之警句1、经营良好是最迷人的艺术形式。赚钱是艺术，工作是艺术，经营良好是艺术。——安迪沃霍尔2、简比繁需要付出更多的努力，因为你要努力让你的思考足够清晰，以便让它变得简单。但这种努力是值得的，一旦做到了，就能创造奇迹。——史蒂夫乔布斯3、如果没有建立起品牌，商品就只是件商品。——菲利普科特勒4、教一个从未管理过的人学管理，如同教一个从未见过同类的人学心理学。——亨利明茨伯格5、我们通常不太了解消费主义的错误。这错误不在于它让我们过度热爱物质。成为好的消费者，应该渴望一大堆东西，但一旦拥有就不必太热爱它们。消费主义要求孩子们不要长时间沉迷于某些玩具，而是学会尽快期待下一轮礼物。——飞利浦卡雷6、企业经营的目的只有一个：创造顾客。——彼得德鲁克7、书面证据与人证不同。给出证据之人的可靠性与证据本身一样重要。——哈罗德吉宁8、真正的磨练来自于向错误的机会说“不”。——彼得德鲁克9、折衷妥协通常很糟糕，这应该是最后的办法。如果两个部门产生了他们无法解决的问题，摆到你面前，那就听双方的说法，然后选择支持某一方。被支持的一方有义务保证方案的执行。训练你的员工，让他们不要妥协。——罗伯特汤森10、绝不要雇这样的人，在你要他干的活儿方面，懂得比你还少。——马尔科姆福布斯11、在残酷的市场中，任何一个投资人都必须避免成为一只嘎嘎大叫的骄傲鸭子，面对狂风巨浪，以为是自己的高超泳技让他宠上了天。而明智的鸭子反而会谨慎地看看，大浪过后，池塘里的鸭子都到哪儿去了。——沃伦巴菲特12、如果你让顾客不爽，在真实世界里，他们会告诉六个朋友；在互联网上，他们会告诉六千个朋友。——杰夫贝佐斯13、风险来自于不知道你在做什么。——沃伦巴菲特14、富有不会改变人，只会揭开他们的面具。——苏珊去屈尔绍《商业格言》之吐槽1、当你与你老板交换意见时，评估就出现了。所谓交换意见，就是你带着自己的意见金曲，带着他们的意见出来。——盖伊布朗宁2、所谓等级制，就是公司把脸朝向首席执行官，把屁股朝向顾客。——赫伯凯莱赫3、伟大的想法从来都不会在会议中诞生，但大量愚蠢的想法却能在会议中被消灭。——斯科特菲茨杰拉德4、对咨询顾问的一个严峻考验，是他们是否会说：“一切都很好，没我们什么事儿了。”但他们不会这么说。相反，他们会卖给你一个计划，花掉的钱刚好让你的利润被抑制在需要进一步诊断咨询的水平。——盖伊布朗宁5、IBM公司就像电影《复制娇妻》。它从最好的大学吸引最优秀的人才来，然后剪掉他们一部分大脑，让他们变成无心的克隆人。——比尔坎贝尔6、如果星期三可以搞定，就应该许诺在周五完成，然后在周二交货。——理查德泰普勒7、给我一个独臂（one-hand）经济学家吧。我所有的经济学家总是说，一只手（方面）如何，另一只手（方面）又如何如何。——哈里S杜鲁门8、小时候父母对我说：“把晚饭吃完。中国人和印度人还在忍饥挨饿呢。”我对女儿说：“把作业做完。中国人和印度人正等着抢你的工作。”——托马斯弗里德曼9、人们说他们鄙视财富时说了实话，但他们的意思是鄙视别人拥有的财富。——查尔斯克尔顿10、会说的总是比会做的能言善辩，因为说话就是他们的专长。——托马斯索维尔11、大公司欢迎创新和个性化，就如同恐龙欢迎大个头流星。——呆伯特12、我尚未听说有男人寻求关于如何平衡工作与婚姻的建议。——葛罗莉亚斯坦能13、有多少人在临死前会遗憾他们没把更多时间花在工作上？——史蒂芬柯维

2、- 在一个信息异常丰富的世界中，信息的繁荣意味着另外一些东西变得稀少：信息所消耗的东西会稀缺，信息消耗什么是显而易见的：它消耗接受者的关注。因此，信息的繁荣造成了关注的稀缺，需要在过多的信息源中更有效地配置关注。- 优质决策的钥匙不是知识，而是理解。我们浸泡在知识的海洋中，但我们极度缺少理解。- 在商业活动中，如果两个人的意见总是一致，一定有其中一个人时多余的。- 经济学的第一课是稀缺：任何东西都不会丰富到足以满足所有需要它的人。政治学的第一课是，不要理睬经济学的第一课。- 离开学校后，最好去寻找顾客，而不是寻找老板。- 商业的职责有且仅有一个：运用资源，开展行动，以增加利润，只要这些行动遵守了游戏规则。- 最重要的是坐正确的事，其次是让人们知道你在做正确的事。- 建立在生意关系上的朋友关系，比建立在朋友关系上的生意关系好得多。- 思考全球化，行动本地化。- 经理们把事儿做对，领导做对的事儿。- 说到底，要影响他人的唯一办法，就是讨论他们需要什么，怎么能得到。- 人们不喜欢被当成推销对象，也不喜欢别人来告诉他做点什么。我们喜欢买自己想买的东西，按自己的想法做事，我们愿意让自己的愿

望，需要和思想来引导自己的行为。- 聪明的营销人奉行的策略是，别去改变人们的世界观。别去运用事实证明你正确，并坚持人们应该改变偏见。你的时间不多，钱也不多。反之，你应该识别出具有特定观念的一群人，按照那种观念编个故事，然后你就赢了。- 市场营销不是产品之战，而是洞察力之战。- 懒惰和贫穷一直受到指责，因此人人都尽最大努力在他人面前隐藏贫穷，在自己面前隐藏懒惰。- 不要让发明家经营公司，因为永远无法阻止他敲敲打打搞发明，也没有办法把产品推向市场。- 理性的人让自己适应世界，不理性的人偏要让世界适应他。因此，所有的进步取决于不理性的人。

3、在一个刷着微博和朋友圈的阅读时代，谁不喜欢读些机智、俏皮、刻薄且精辟的句子？《商业格言》这本书似乎正好满足了这样的阅读需求。当然，它也可能悄悄勾起你那段曾经在小本本上抄满名人名言的旧时光。这本由读库出品的书翻译自“经济学人”系列丛书。作为一本格言集，里面的语录来自知名企业家、经济学家、政客，甚至也有喜剧演员和动画片里的卡通人物。不同于市面上泛滥的“励志语录大全”，本书的编辑、“经济学人”专栏作家比尔·瑞德（Bill Ridgers）选取的语录偏向于那些诙谐、中肯并能让人会心一笑的句子。瑞德在本书的引言中写道，“坦率地说，我们爱读商业语录，是因为我们喜爱刻薄的评论和抱怨。我们中的大部分人不得不忍受工作的单调沉闷，这些调侃让人们感到宽慰——原来忍受沉闷的人不只是我们。”以下就是从书中挑选出的部分格言：做生意最不可原谅的罪过就是花光所有的现金。（哈罗德·吉宁，企业家）如果“无能”足以解释，勿用恶意来揣测别人。（罗伯特·汉隆）美国人易于过分关注一般人认为的一般看法是什么。这种民族缺点在股市上得到了报应。（约翰·梅纳德·凯恩斯，经济学家）自动化盛行的社会里，主要产品是一种广泛且不断加深的无聊感。（西里尔·诺斯古德·帕金森，历史学家）对一些事情，如果你不觉得困惑，那就表示你不够专注。（汤姆·彼得斯，管理作家）文化工业并没有考虑多少消费者真正的内心需求，而是制造了许多欲求。（西奥多·阿多诺，社会学家）良好的设计无法修补破烂的商业模型。（杰弗里·维恩，企业家）大多数分析家都高估了规模的重要性，低估了买家的惰性。（理查德·鲁梅尔特，学者）当公司非常成功，你就不希望看到世界在改变。（弗里克·韦尔默朗，学者）一位会计师去申请工作。面试官问他：“二加二等于几？”会计师从他的椅子上站起来，走过去把门关上，然后回来坐下。他俯身到面试官跟前，低声问：“您想让它等于多少？”（一则笑话）当你与老板交换意见时，评估就出现了。所谓交换意见，就是你带着自己的意见进去，带着他们的意见出来。（盖伊·布朗宁，幽默作家）对秘书要好一点儿。他们是这世上真正的看门人。（安东尼·德安吉洛）如果认为老板很笨，就请记住：如果他更聪明些，你就得不到这个工作。（约翰·高迪，黑帮老大）未来的工厂只有两个员工，一个人和一条狗。人的职责是喂狗，狗之所以在那儿，是为了防止人触碰机器。（沃伦·本尼斯，学者）五只青蛙坐在木头上。四只决定跳走。还剩下几只？答案：五只。为什么？因为决定和做是两回事。（马克·费尔德曼和迈克尔·斯普拉特）在商业活动中，如果两个人的意见总是一致，一定有其中一个人是多余的。（威廉·里格利，企业家）机会被大多数人错过了，因为它穿着工装，看上去像一件工作。（托马斯·爱迪生）华尔街的墓地塞满了那些行动太快的人。（威廉姆·彼得·汉密尔顿，报纸编辑）面对事实吧。我们没有改变世界，我们只是制造了一种产品，帮助人们买更多垃圾，看更多的色情电影。（比尔·沃特金斯，希捷公司前CEO）有件事很明确：如果首席执行官对某项愚蠢的并购很狂热，那么他的内部伙伴与外部顾问都会努力寻找各种对他有利的证据。说出皇帝没穿衣服，那是童话。（沃伦·巴菲特，投资家）假如我跟洛克菲勒一样富有，我一定会比他更富有，因为我还另外做一点儿擦窗户的小生意。（罗尼·巴克，喜剧演员）原文发布于腾讯科技企鹅智酷栏目（<http://tech.qq.com/a/20151107/010525.htm>）

章节试读

1、《商业格言》的笔记-第12页

我要与你分享的是，帮你度过一生的三句话：第一，帮我打掩护；第二，老板，您英明；第三，我来这儿的时候就已经是这样了。

《商业格言》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com