

读书



读书使人得到一种优雅和风度，这就是读书的整个目的，而只有抱着这种目的的读书才可以叫做艺术。一人读书的目的并不是要“改进心智”，因为当他开始想要改进心智的时候，一切读书的乐趣便丧失净尽了。

——林语堂

系统思考 是企业家的核心技能

□邱昭良



邱昭良
机械工业出版社
《如何系统思考》

系统思考是打造学习型组织最核心的一项修炼。它不仅是每位企业家、管理者都需要历练的一种新技能，也是组织系统成员之间有效沟通的“新语言”，是我们发现自己和世界的“新眼睛”。特别是在当下，系统思考对于我们人类开创未来的新局，乃至在无边界的地球村中，促进人类与自然及所有生命系统的和谐相处，比以往任何时候都更加重要。对于正在崛起的中国和中国企业，尤其如此。

该书整合了作者对系统思考20余年的研究与教学经验，包含着全球系统思考实践者社群多年的实践积累，对于任何想要学习系统思考方法、提升系统思考技能的人来说，本书都将提供强有力的支持。

本书作者自2003年开始陆续为数百家企业事业单位各层次人员进行过系统思考应用实务相关培训，并将系统思考应用于个人研究、咨询与其他实际工作，既积累了相关素材，有了很多第一手的实践经验和心得，又接触到大量的初学者，了解了他们的实际困难、困惑和问题以及需求。因此，写作和出版的主要目的包括以下4个方面：以通俗易懂的方式，让读者了解系统思考的基本原理、原则和精髓；介绍并帮助读者学习、掌握系统思考的基本方法与工具；通过一些具体的实例分析和一般论述，使读者了解如何将系统思考应用于个人生活与日常工作、团队与项目管理、企业经营与管理以及社会事务与生态等方面，并希望引导读者举一反三，以便在实际工作中更好地应用系统思考；作者十余年学习与应用系统思考的心得经验，对于系统思考初学者，给予有价值的行动指南，帮助其快速入门。

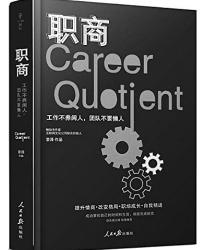
本书结合企业经营与管理的实际应用场景，阐述了如何发现、设计并管理驱动业务持续发展的“成长引擎”，以及如何睿智地解决复杂问题，帮助

你将系统思考付诸实践。本书共分为8章。第1章中，作者认为，企业家的核心职责只有两个——推动成长与解决问题，而系统思考则是企业家的核心技能，其实质是提升思维维度，但主流的思维模式存在诸多的“系统思考缺乏症”，需要进行思维的修炼。第2章中，作者提到，要学会系统思考，必须理解系统的构成与特性，掌握系统思考的精髓，作者将其称为“思考的魔方”，即在思维的深度、广度、角度三个方面实现思维的转变。第3章介绍了作者总结的“四找”，能让读者从线性思考走向环形思考，看到因果之间的互动，而不是静止的片段。第4章介绍了借助“冰山模型”和行为模式图等工具，让你不只是看到一幕幕表面的事件，更能预见趋势、洞悉背后的系统结构，帮助你实现深入思考。第5章，通过作者发明的“思考的罗盘”，让你看到整体，有利于换位思考，克服本位主义和局限思考，不遗漏重要的利益相关者，实现全面思考。阅读第6章，能让你学会系统思考的“新语言”——因果回路图，它是系统思考的基础性工具，也是这个领域的“国际标准语言”，同时支持动态思考、深入思考和全面思考；通过识别回路的特性，在一个平面上也可以看到系统的可能动态。事实上，作者认为因果回路图是一个攻克世间难题的有力武器。基于作者20多年的学习心得，本章为初学者提供了大量的实战指南。第7章介绍了系统基模即系统的根本模型，也就是说，在大千世界缤纷复杂的背后，总是存在少量常见的结构，这不仅有助于我们透过复杂看到其背后的简单之美，而且可以作为一个速查手册，让我们更容易应对复杂性的挑战。第8章提到，系统思考不是“我知道了”就行了，而是必须能够结合实际状况有效地应用。本章先从“修身、齐家、治国、平天下”4个层次列举了数十个系统思考可能的应用场景，然后从设计成长引擎与睿智解决问题两个方面谈了系统思考的应用事项，并给出了深入学习的建议。

本书在编排方式上参考了作者多年来进行系统思考培训的脉络和框架，以通俗易懂的语言，配上人们在工作、生活中的诸多常见场景或案例，帮助读者实现思维的转变。因此，建议读者在阅读本书时，采取精读乃至主题阅读的方式，主动思考、揣摩，领悟书中分析的脉络。

掌握职场升值的 黄金法则

□黎泽



黎泽
人民日报出版社
《职商》

这并不是很难，你只要时刻以一种消费者的心态来审视自己的工作，以“一日三省吾身”的状态来观察自己：假如你是支付薪酬的人，你的工作是否能令自己满意？

既然要做独一无二的产品，就应该让自己去寻求别人会为你付账的理由：是能力还是资源，是技术还是思想。那什么是应该具备而我们却从未发觉的素质呢？

首先，我们需要有很强的自我控制能力，也就是大家通常所说的自控力。没有哪个顾客愿意在购买了一件产品后，每天还要为其花费大量的时间去做保养，因此能够长时间地维持运转便是产品的一大特质。这就需要我们具备很强的自控力，对于很多好习惯都需要坚持，对于所有事情的处理都要有控制力。

其次，我们还应该注意逻辑条理性。不知道大家是否小的时候都去过科技馆，里面的一些机械在工作的时候都会有复杂的过程，有时候一个最简单的工作却需要上百个零件发生变化，一旦有一个零件出现问题就会导致动作的无法实现。这就是产品自身的内在逻辑条理性。我们的工作也是如此，我在工作的第三年之后便很少加班，因为我完全学会了这种职场上的逻辑条理性。我的每样工作都完成得顺利，所以我每天的时间都安排得非常合理，从来不会出现完不成任务的情况，这便是一个合格的职场产品所应该具备的基本技能。

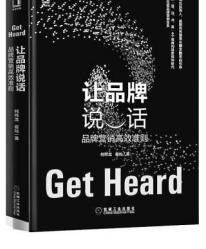
第三，产品需要有独特的创意，也就是使用功能。对于人来说，就是我刚才提到过的核心竞争力，这点每个人都不同，并没有统一的答案，需要自己花时间去摸索。

第四，产品需要有自我维护的功能。有些高科技的产品会制定非常多的自我修复功能，以保证用户可以更长时间更安全地使用。职场中的人也是如此，我们不仅完成工作上的安排，还应该学会劳逸结合，合理安排自己的时间，享受生活的同时，让自己永远处在最高效能的状态中，无论何时何地都能以最快的速度进入角色，在没有事情的时候休息好，保持好自己的状态，对自我有所维护。

很多人都说，好工作都是熬出来的，要我说，好工作好生活都是设计出来的。从把你当作一款产品来设计、运营、维护的时候，你就已经成为人生的爆款，走在被万众喜闻乐见的道路上了。

让品牌具有 自己说话的能力

□柯桦龙



柯桦龙
崔灿
机械工业出版社
《让品牌说话》

操作的方法论。在某一个具体的时代，不同的品牌推广方，甚至具体到不同场次的推广活动，其推广的具体方式都是不同的，指导具体操作的方法论是隐藏在幕后的操盘手。三游优创意公司创办五年，之所以在国内外品牌营销领域获得广泛关注，甚至被一些前辈称为业界新锐黑马，成为一些优秀品牌营销板块的操盘手，就是因为许多操作逻辑皆是基于公司摸索出的这套方法论。由当下的品牌营销特点入手，构建体系、抓住核心、跟上节拍，从而找到每一次品牌营销互动的突破口和落脚点。

有“道”有“法”而不知如何落地实操，品牌营销将变为空谈。对于读者来说，如何落地行之有效的品牌营销活动，如何上手操作才能让品牌说话，应该是其迫切想知道的内容。这也是本书的核心内容“术”要解决的问题。本书通过策略、创意、文案、视觉、影视五个角度，手把手实操经验分享给读者。读者在阅读过程中亦可自行思考，书中所介绍的实操方法，是基于什么“道”实现的，又是来自什么“法”的指引。只有剥去现象看到本质，才算真正理解了本书的初心。

营销活动只有善于利用外物，才能做到事半功倍。在这个追求高效率的时代，能否善用外物成为成败的关键。所以在“器”篇，本书介绍了现在最为常用的营销推广渠道——自媒体。当然这并不是说其他渠道不重要，只是介绍类似内容的书籍较多，所以本书省略了对其他渠道的介绍。但是为了让读者在其众多的渠道中找到适合自己的，本书专门给出了甄选媒体渠道的方法。

以“道”为基础，衍变出适应当下环境的“法”，以“法”为指引实现让品牌说话的“术”，再辅以可让推广效果事半功倍的“器”，相信只要大家真正掌握、领悟，那么你的品牌也会说话！本书在最后用了两章的篇幅给出了大量的实践案例。其中“案”篇按初创品牌、传统企业品牌、个人品牌三种类型给出了品牌营销的落地方案，并甄选出相关案例，摆事实、讲道理、给建议，为的就是帮读者找到落地本书方法论的切入点。接着，在“例”篇以当下最具有代表性的八大品牌为例，深度剖析了其营销方法。

展望增强时代的 颠覆性变化

□何夕



中信出版社
布雷特·金
《智能浪潮》

一天你有多少次查看智能手机推送的信息？你以怎样的频率登录某个网站或使用某个应用？你在某种设备上听音乐、读书或玩游戏吗？你走进一家新的餐厅、酒店或办公室的时候立即询问 WiFi（无线网络）密码的频率是多少？

继互联网和智能手机出现之后，人工智能、基因工程、纳米制造、无人驾驶、机器人、可穿戴设备等各类技术风起云涌。我们的生活和工作，我们的交互和行为方式已经发生了彻底的改变：语音可以控制家电，网站会按照用户喜好推送内容，运动手环记录下了身体数据，机器人替代人工分拣包裹，无人机可以配送快递……

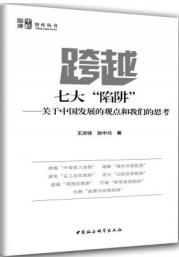
智能浪潮增强时代来临，我们如何应对？畅销书作者布雷特·金在新书《智能浪潮：增强时代来临》中，从历史视角审视科技发展，总结规律，绘制出一幅通往未来的路线图，助力了解当下科技发展现状，把握未来商业机遇，突破视野局限，立足增强时代。

作者布雷特·金4次在未来商业领域获得美国亚马逊“热卖书作者”称号，同时，他也是世界广受尊重的知名评论家、演说家。他在40多个国家做过关于技术如何“颠覆”商业、改变行为习惯并影响社会生活的演讲，听众达50万之多。书中探讨的话题跨越人类社会发展的历史和未来。更为重要的是，这本书向我们展现了下一个20年的全景图。

今天我们所探索的科技将彻底重新定义人类的下一个时代。作者建议将下一个时代称为增强智能时代或者简单地称为增强时代，因为嵌入式和个人科技将从根本上增强你的日常生活及行为。这一次，我们展示了智能的未来。

中国崛起 要跨越哪些“陷阱”

□秦昉



王灵桂
张中元
跨越七大陷阱
中国社会科学出版社

的，哪些转折点必须跨越，对政策制订无疑具有一定的参考价值。

另一种方式是遵循相对规范性的传统，对社会和决策者提出具有警示性的预言。研究者和讨论者一般是以规范研究的方式参与。王灵桂和张中元所著《跨越七大“陷阱”》，针对的就是这种研究。本书介绍了社会上或学术界流传的诸多以“陷阱”为名的概念，包括“中等收入陷阱”、“梅佐诺陷阱”、“去工业化陷阱”、“比较优势陷阱”、“塔西佗陷阱”、“修昔底德陷阱”和“金德尔伯格陷阱”，并做出了作者自己的思考。

或许有的学者对这类关于“陷阱”的概括不以为然，认为是一些研究者在造概念。然而，概念作为思维体系中一个最基本的构筑单位，是理论家把所观察到的事物进行抽象，意图最终概括成理论的一个工具。因而，造概念也就是进行研究的一个必不可少的中间过程。

经济学家在形成相对成熟或成体系的理论之前，常常把现实中的观察结果提炼为一些特征化事实，就是依据的这个道理。至于哗众取宠之跨越七大“陷阱”说，如果提出的问题的确有意义，抛砖引玉而启发更多同行参与讨论，应该是有益无害的。

当然，作者绝不是说中国必然或者有很大的概率，会陷入上述一个、两个、若干个或所有“陷阱”。作者书中所列举并放在一起思考的这些“陷阱”概念，跨越了经济、社会、政治、国际关系等不同领域，每种概念在认知的成熟度上也差异颇大。但是，它们在一个问题上具有共同点，从而使本研究具有价值。那就是这些“陷阱”对中国当前发展阶段面临问题所具有的或大或小的针对性，从而具有启示性。

对于我国所处发展阶段的描述以及面对的挑战，学术界可以用多种方法论和方法进行探索，其中，有两种方式常常被采纳，从而提出一些值得讨论的命题。

一种方式是按照实证性的传统对发展阶段做出判断和描述，从横向和纵向两个维度去寻求其历史参照和相应的借鉴。根据相关的历史经验，揭示出经济社会发展有哪些关口是不能回避

随着中国特色社会主义发展进入新时代，经过40年的改革开放和高速增长，中国的经济社会也进入到一个崭新的发展阶段。在新的阶段上，自然面临着一系列新的挑战，需要做出很多新的抉择。特别是，在我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变、我国是世界最大发展中国家的国际地位没有变的基本判断下，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。解决主要矛盾体现的主要制约因素，及其在不同领域的具体表现，应对来自经济、社会、政治、文化、生态、国际、国防等方面的各种挑战，学术界应该具有足够的忧患意识，进行更加深入的思考。

对于我国所处发展阶段的描述以及面对的挑战，学术界可以用多种方法论和方法进行探索，其中，有两种方式常常被采纳，从而提出一些值得讨论的命题。

一种方式是按照实证性的传统对发展阶段做出判断和描述，从横向和纵向两个维度去寻求其历史参照和相应的借鉴。根据相关的历史经验，揭示出经济社会发展有哪些关口是不能回避