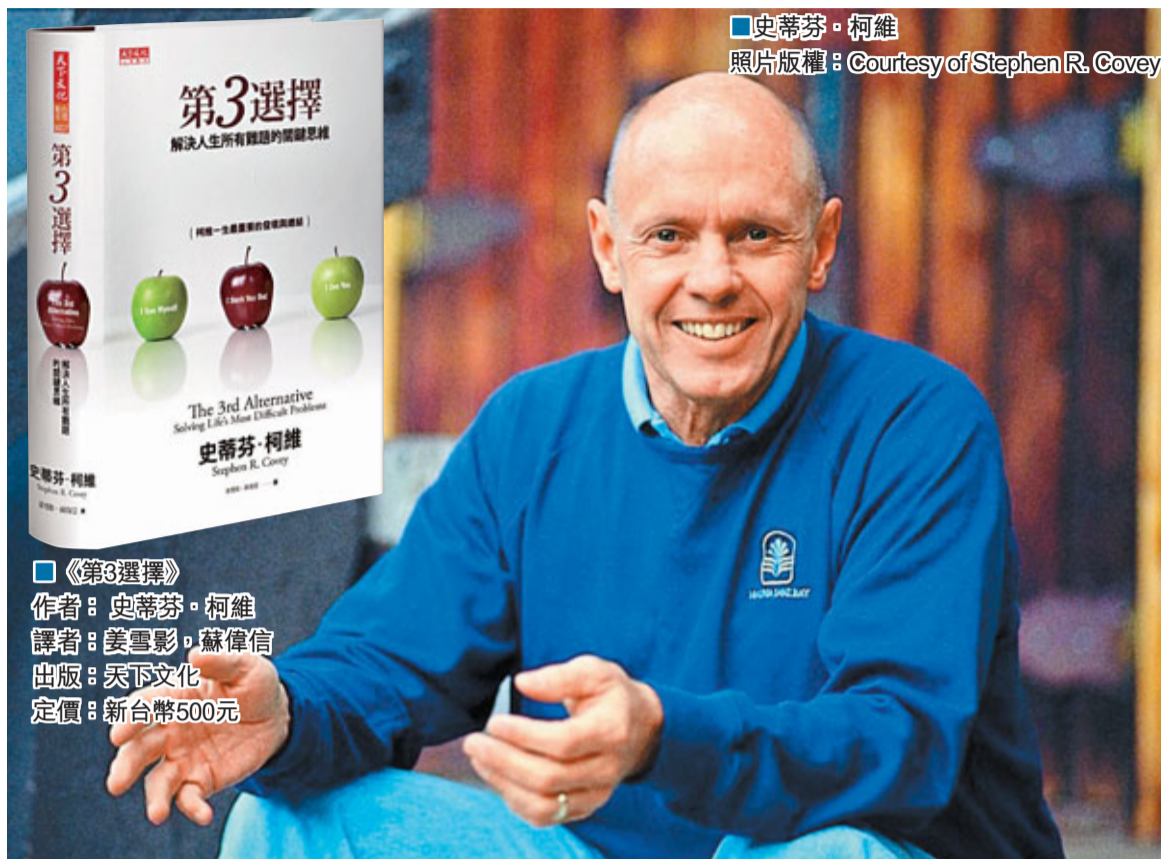


# 超越傳統思維 業務人員的「第3選擇」

編者按：生活中總是充滿各種矛盾重重的「抉擇時刻」——生活與工作如何平衡？企業領導人如何平衡商品競爭力與獲利？政府部門如何制定廣為人民接受的公共政策？《第3選擇》是領導學大師史蒂芬·柯維畢生心血之作，在書中，他強調，面臨選擇時，與其糾纏於爭論是「我」的方式還是「你」的方式更奏效，不如考慮一種超越你我的「第3選擇」——讓雙方都能從衝突中找到一條出路，才是解決問題的關鍵所在；尋求雙贏，不僅可以解決個人問題，更能夠解決全球性問題提供另一種思考途徑。本版送上一段精彩書摘，以饗讀者。 文：史蒂芬·柯維 (Stephen R. Covey)



■史蒂芬·柯維  
照片版權：Courtesy of Stephen R. Covey

■《第3選擇》  
作者：史蒂芬·柯維  
譯者：姜雪影、蘇偉信  
出版：天下文化  
定價：新台幣500元

傳統的業務人員正逐漸消失。原因很多。網路的興起正是其一。許多從前必須面對面進行的交易，如今直接透過網路就可以完成，中介者已無存在的必要。然而，即使在買賣雙方必須親自接觸的B2B世界裡，業務人員也正逐漸消逝。我相信其中最主要的原因是，原有的「賣方」概念正慢慢被淘汰。

## 從雙贏想起

銷售或談判最原始的形式就是討價還價——「不是你死、就是我活」的零和遊戲。雙方都想從別人身上佔到更多便宜。這類業務人員最愛稱自己為「獵人」，每天出門的目標就是「追殺獵物」。另外，我們還有各種形式的所謂「顧問式銷售」。藉由「顧問式銷售」，業務人員的目標是創造出雙贏的結果。雙贏當然比討價還價進步多了。

我相信，雙贏心態不只是企業經營的基礎，更是所有人際關係的根本。沒有雙贏心態就沒有信任、沒有互助、沒有進步。我相信大多數的企業人士都已了解這一點。

然而，業務這個行業之所以日漸凋萎，雙贏心態未能更加深植人心其實也是主因之一。費爾考教授(Horacio Falcao)相信，「你輸我贏」的思維模式仍是大多數人的「設定值」：「許多人認為雙贏思維太過溫和，但這是一大謬誤。雙贏之所以被認為天真，是因為有些人誤將它視為「溫和」的象徵。但雙贏的本質應該是「正向思考」，而非天真，這兩者之間的差異可大了。」

雙贏思維是所有穩固關係的開始，而非結束。相同地，在企業界裡，雙贏思維也是發揮綜效的開始，而非結束。雙贏的結果不見得是最好的結果。雙贏意味著雙方都沒有損失，對事情的結果都很滿

意。這當然沒有什麼不好，但綜效心態卻能產生更好的結果——雙方可以共創的價值，完全沒有上限。

## 一個車商的「第3選擇」

在從前那種討價還價的年代裡，由於一般人買車很少能夠找到自己真正認識、信得過的車商，因此只能祈禱自己不要被人當肥羊宰。「黑心車商」也已成一種社會上的刻板印象。

然而，仍有一些非常罕見的綜效型人物，他們會不斷尋求「第3選擇」，為顧客「創造」價值。對於大多數的有車階級而言，因為汽車折舊而不得不承受一些損失，幾乎是無可避免的事。有鑑於此，一位我所認識的車商找到了一種神奇的方式，可以幫助顧客保住他們在買車上所投資的金錢。每一年，大多數的客戶都會以比正常車價稍高個幾百美元的價格，向他買一部新車。然後，他會在下一年的新車出廠時，再幫顧客以大約相同的價格賣掉原有的舊車。

因此，他的顧客年年都有新車開，而且幾乎不會因為換車而損失任何金錢。他會事先做足功課，只提供折價率最低的車款給客戶。雖然他賣一部車子所賺的利潤相對較低，但因為銷售量驚人，他簡直賺翻了。「我寧可每個月賣150輛車，每輛只賺500美元，也不願意每個月賣25輛車，每一輛賺1800美元。」由於他賣的幾乎都是新車，不太需要維修，因此他根本不必設立維修部門。除了一個小型的展場之外，他也沒有其他的經常性開支。更重要的是，他還有一群最死忠的顧客。

這位車商的「第3選擇」讓他免除了曠日廢時的銷售及議價過程。他根本不必為那些事情煩心。由於決心要幫顧客省錢，結果他反而為自己省下更多時間、精力。

## 幫助顧客追尋成功

過去，想買東西的人通常都得和業務人員打交道。只有透過業務人員，買家才能買到自想要的產品、服務或資訊，但買家通常都很厭惡與業務人員玩鬥智遊戲。今天，買家可以從網路上買到許多自己想要的東西，因此，即使是擁有雙贏心態的業務人員，也都逐漸失去工作機會。然而，我們仍有一樣東西無法從網路上取得，那就是綜效，也就是那位車商所能提供的創意與幫助。換言之，就是一位真正關心顧客利益的人。

我的朋友卡爾薩(Mahan Khalsa)是談判界真正的高手。他說，「『販賣』代表對某人做一些事，而非為某人做事或與某人一起做一些事。業務已經成了一种以『恐懼』為基礎的關係。顧客害怕受騙上當，而業務人員則害怕失敗。」絕不會有人喜歡「受騙上當」的。

我認為，販賣型的業務觀念正逐漸衰亡。取而代之的概念應該是「綜效型夥伴關係」。在我自己的公司裡，我們有所謂的「顧客夥伴」，他們的工作就是與我們的顧客一起尋求綜效、協助顧客創造出能夠為他們帶來競爭優勢的「第3選擇」。他們的任務就是幫助顧客、讓他們成功。

卡爾薩說，「你『必須』幫助你的顧客成功。這是一種重大的思維模式轉移。」「綜效型夥伴關係」對多數人而言都是一種思維模式的轉移。光是讓顧客產生採購行為已經不夠，你必須幫助顧客降低成本、增加營收、運用資金、協助他們建立產品品質及顧客忠誠度，或是提升他們的工作績效。你必須幫助顧客達成他們本身的使命。

注：本文摘自《第3選擇》，本文標題與文中小題由編輯添加。

# 清涼院流水的「流水大說」

作為日本輕小說風潮的先導性代表人物，清涼院流水自上世紀九十年代出道，一直在爭議聲中成為備受矚目的流行文化骨幹分子。正如東浩紀在《動物化的後現代——從御宅族看日本社會》所言，他出道後大膽向推理小說業界作出挑戰，形容自己的作品為「流水大說」。1996年出版的《Cosmic世紀末偵探神話》正是以十幾位偵探去解開數十件密室殺人案件的推理小說。而每一位偵探既有令人過目不忘的名字，同時亦有不同的專屬推理手法(由「刃推理」到「睡眠推理」等)，當中破案方式可謂荒唐無稽，可謂把一切本格推理的既定成規徹底推倒及蔑視。與此同時，他在《世紀末偵探神話·流》、《世紀末偵探神話·水》、《Joker舊約偵探神話·清》、《Joker舊約偵探神話·涼》四書中，先拾出「諾可斯十誠」及「范達因二十則」的推理小說金科玉律，然後再點明自己訂立的三十項要素和七個密室創作動機，處處彰顯要自立門戶且與傳統劃清界線的決心。

當然，清涼院流水能夠在次文化中穩佔一席，與大批評論家為他護航頌歌不無關係。其中最實力的首推東浩紀，在《動物化的後現代2——電玩式寫實主義的誕生》中有專章討論清涼院的作品。東浩紀指出九十年代是日本可說是社會學及心理學的時代，與八十年代的富裕社會相較，九十年代

面對長期的不景氣，一般人對滿足慾望的可及性已愈來愈低。而此時所湧現的純文學乃至流行小說作品，也大量以未成年犯罪者、長不大的成年人以及蘭居族等為主角加以描摹，於是社會整體上瀰漫濃烈的「治癒」色彩。而清涼院所做的就是竭力遠離這種「現實」氣氛，游離於寫實風格之外，把一切鎖定在虛擬的記號世界之中。

## 溢滿喧鬧的書寫策略

東浩紀直言這種遠離現實的傾向，在其他的流行文本中，其實也有互通聲息的地方，如KEY於二零零零年製作的遊戲《AIR》及新海誠的《星之聲》，都屬大幅把故事設定中的現實背景交代一概略去，不過文體中採用了比較接近純文學的凝滯平靜手法。相對而言，清涼院的小說一向以溢滿式的饒舌風格自居，字數繁多之餘，人物設定及情節一向以蕪漫誇張為本，而且不必要的情報不斷新增，構成他所謂的「流水大說」風格。而齊藤環在《解離、增殖，然後Disassociate!》中，以「解離性障害」(Dissociative Disorder)的精神病理學概念來詮釋清涼院的創作風格，我覺得頗具創意。「解離」意指自己對個人失去感覺的狀態，就好像處於太空艙中，有時候會連記憶也驟然失去，偶爾出現不知為何自己身處某場所的情況。有時候

## 《日本滅絕計劃》的說明

我想以清涼院號稱為展示嶄新面貌的《Cosmic Zero日本滅絕計劃》(2009)加以說明。小說以日本進行元旦前的參拜活動開始，於是出現大規模的人

書評  
文：湯煥光



口消失情況，原來是一群恐怖分子的消滅日本人口計劃。事實上，小說也非憑空而來，而與村上龍的《愛與幻想的法西斯主義》(1987)也有內在的牽連。兩作的恐怖集團同樣名為「The Seventh」；「Zero」在清涼院中乃是指滅絕計劃，而在村上龍中則是主角之一(相田劍介)的名稱。不過「流水大說」也確實「名不虛傳」，小說中提及一名神父以每年增加殺人數目的方式，希望在十七年後把日本國民滅絕，但自從在前段出現過後，竟然完全在往後的章節中沒有再出現。而與此同時，作為核心關鍵之所謂令所有人忽然消失，也同樣直至完卷也沒有任何解釋究竟用了甚麼方法達成如此成效——簡言之，委實算是一種內部分裂，前言不用對後語的小說建構形態，至於是否新穎就有待讀者作出鑑定了。

## 徵稿啟事

本版「書評」欄目開放投稿，字數以1,300~1,500為宜，請勿一稿多投。如獲刊登，將致薄酬。投稿信箱：feature@wenweipo.com或bookwpp@gmail.com

## 書介

圖文：草 草

### 偽科學鑑證6——新平衡

定價：港幣88元

作者：小克  
出版：三聯書店(香港)



某天，一隻世界聞名的橙色大肥貓突然從美國越洋而來，闖入了龔貓的生活之中……在本集《偽科學鑑證》中，除了有大家熟悉的「海洋劇場」外，還有加菲貓VS龔貓，兩貓相遇的Crossover碰撞出爆笑火花！此外還收錄了「不是漫畫」的圖畫散文系列，字裡行間可了解小克的精神世界；最後亦不要忘記跟隨小克追尋大師足跡，到底小克模仿其他漫畫家的畫風扮得有多相似？

### iPad學英文：iPad X English

定價：新台幣260

作者：湯川鶴章  
繪者：松田行正，日向麻梨子插畫  
譯者：許郁文  
出版：天下雜誌

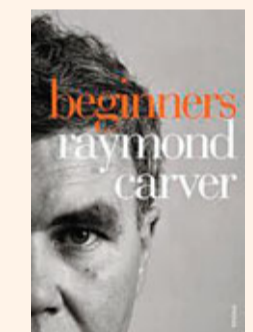


隨著網路的普及，越來越多的工具讓我們有機會與外國人接觸。只要按下iPad的電源，就能瞬間開啟英語世界的大門，活用iPad的行動性、操作性、使用英語圖服務的方便性，甚至可說iPad就是通往英語環境的「任意門」。而作者個人豐富的成功親身體驗，善用Twitter、Facebook這些英語圖網路服務的絕佳工具，讓你不需為了學習語言而留學，道地的英文隨手可得。本書另附iPad英語學習法實踐者們的親身體驗說法，提供完整詳盡的英文進階學習法。

### Beginners

定價：8.99英鎊

作者：Raymond Carver  
出版：VINTAGE UK



瑞蒙·卡佛《當我們討論愛情》(What We Talk When We Talk About Love)出版後，名列《君子雜誌》(Esquire)「75本男人必讀之書」首選。本書就是該書的未刪修版本。對瑞蒙·卡佛而言，《新手》的意義極為重大。這是他成功戒酒後的第一部短篇小說集結，更是他找回自我的一個代表、一項證明。然而，在1981年發行前，《新手》遭到出版社編輯大幅刪修，並未能以原貌出版。二十年過去了，卡佛早已以極簡風格聞名於世，其文風影響了村上春樹等眾多創作者，更奠定了大師地位。然而在《新手》裡，我們看到的卻是更滿溢情感的卡佛，向世人展現他對小說的龐大熱情。這本一字未刪的卡佛短篇小說集，是最真實的卡佛，也將帶給讀者前所未有的巨大衝擊。

### Gone Girl

定價：25美元

作者：Gillian Flynn  
出版：CROWN



繼《別相信任何人》後最為矚目的暢銷懸疑小說。聰明又美麗的妻子在結婚五周年紀念日失蹤，是兇殺案還是另有隱情？妻子的日記和丈夫的陳述，如何釐清謊言與真相？《紐約時報》暢銷作家、英國匕首獎得主Gillian Flynn的故事佈局精心縝密，從頭到尾充滿懸疑氣氛，絕無冷場，宛若觀賞希治閣的驚悚片。

### 給自己的10堂外語課

定價：新台幣290元

作者：褚士瑩  
出版：大田出版



褚士瑩說，不學語言，簡直就是浪費人生。他來回滇緬公路，靠單字卡學緬甸語，跟加油站工人、開車司機聊天；他申請開羅大學，用阿拉伯語旅行；他學約克夏方言，體驗13種英國口味；他用200個常用單字，學會泰國人生活三件最重要的事……你說他是語言天才？他說，只是靠學語言養成了學習的習慣。而且每多學一種，世界無形中擴充了一倍又一倍……10堂外語課，是這個世界送給你的大禮物，打開來用才知道原來人生這麼無限寬廣！