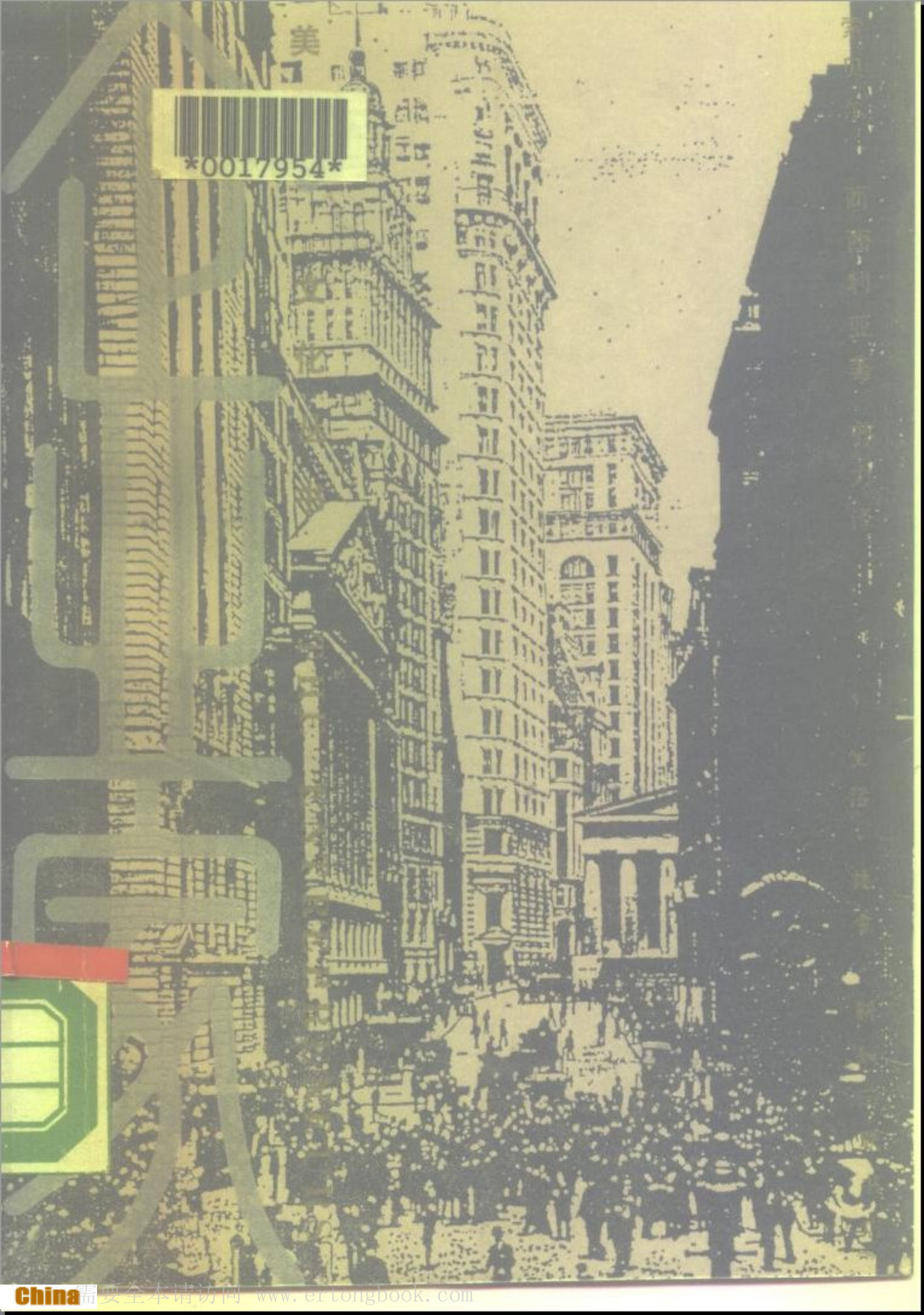


0017954

China 需要全本请访问 www.ertongbook.com

美国文化丛书

538807

2 018 4424 6

企业家

美国人的创业精神

罗伯特·索贝尔、戴维·B·西西利亚 著

齐 力译

生活·读书·新知三联书店

责任编辑：袁　春
封面设计：宁成春

Robert Sobel, David B. Sicilia
THE ENTREPRENEURS
An American Adventure

Copyright © 1986 by Martin Sandler Productions, Ltd., and the WINTHRCP Group, Inc. Translation and publication with permission of Houghton Mifflin Company, Two Park Street, Boston, Massachusetts 02108, USA.

美国文化丛书

企　业　家

QIYEJIA

美国人的创业精神

〔美〕罗伯特·索贝尔　戴维·B·西西利亚　著

齐　力　译

生活·讀書·新知　三联书店出版发行
北京朝阳门内大街166号
新　华　书　店　经　销
世界知识印刷厂印刷
787×1092毫米 32开本　11.25印张　223,000字
1989年5月第1版　1989年5月北京第1次印刷
定价：（平）6.15元　（精）15元
ISBN7-108-00318-X/F·11

China

前　言

本书叙述的是美国人的企业家精神的生动而又表达得十分恰当的故事，还没有一本著作这样丰富多彩地揭示美国各式各样的企业家及其创造性的创业精神。本书作者强调指出，企业家是一个难下定义的概念。不过，他们还是采用了约瑟夫·熊彼得① 的名言：企业家是革新者，他们开发新的产品和工艺过程，开拓新的市场和原料基地，设计新的组织形式，从而重新塑造了生产和分配的模式。

至于企业家的素质如何，作者就更难精确地作出肯定，因为他们怀疑真的会有一位典型的、最完美的企业家人物。作者的确考虑过把胡安·特里普当作一个优秀的典型，他28岁就出任泛美航空公司总裁，使公司成为美国第一家国际航空公司。他们写道，“虽说不存在什么典型的企业家，可是特里普的确拥有许多常常公认为企业家的素质”。他“善于抓住机会，从不犹豫去利用个人的和家庭的联系”。他“善于幻想，不仅首先看出航空事业在商业上大有前途，而

---

① 熊彼得（Joseph Schumpeter，1883—1950），美国经济学家。1919年曾任奥地利财政部长。1932—1950年在哈佛大学执教。主要著作有《资本主义、社会主义和民主》和《经济分析史》等。——译者

且还是制定一项国际战略进而成为全球战略的创始人”。他“从不满足”，因而他“总是亲自前往世界各地去勘察主要的着陆基地和主要航线”。他的机智敏锐使他充分意识到必须同政府签订邮政合同，从而使他的战略取得成功。他象许多企业家一样，与其说他创建了一个公司，不如说他创建了一个帝国。可是，就在他 1968 年退休以前，他所缔造的全球帝国已摇摇欲坠了。

本书所叙述的许多(也许是大多数)企业家的个性、目标和方法同特里普都不相同。第一章人物素描的意图，的确就是为了揭示不仅企业家本身多种多样，而且他们的企业也是种类繁多。托马斯·爱迪生、金·吉利(保险剃刀业)、阿道夫·朱科尔(电影业)、查尔斯·达罗(玩具业)、约翰·约翰逊(杂志业)、玛丽·凯·阿什(化妆品业)和弗雷德·史密斯(联邦快递公司)的活动彼此不同，就象他们各有自己的秉性特征、教育背景、技术训练和商业经验一样。

多样性也是以后几章的特点。每一章的企业家都是根据几个非常广泛的主题分类叙述的。第二章“土地和人民”的主题是创造新的工序以便最有效地利用国家资源。第三章“扩展中的美国”集中叙述创造更有效的新型运输工具。生产过程中的开拓者是第四章“美国制造”的主题，而第五章“把他们需要的东西给他们”叙述的是销售分配领域内的先驱者。最后一章“信息：瞬息千里的美国”回顾了通讯业的几位著名企业家的活动。

因此，本书基本上是一系列的传记性的素描。作者在

需要全本请访问 www.ertongbook.com

探索丰富多彩人物的同时也从中发现他们具有内在的统一性，可是作者并无意去分析这些企业家的活动、训练和个性的异同。作者虽然很少谈到此一和彼一发明创新之间相互联系以及本书所述及的许多发明创新的必要先决条件，可是他们却强调指出，企业家建立一套企业会成为性质极不相同的另一套革新奠定基础。

作者对建立帝国的企业家比建立公司的企业家更感兴趣，也就是说，作者感兴趣的是企业的创业精神，而不是企业本身的发展史。虽说这样，对于少数几位企业家，却在这两方面都讨论到了。例如，宾夕法尼亚铁路公司的J·埃德加·汤姆森，美国电话电报公司的西奥多·维尔就是这样。此外，我们还看到艾尔弗雷德·斯隆和里索家族的活动，前者把威廉·C·杜兰特的通用汽车公司办成具有活力、有利可图的企业，后者则打开了J·沃尔特·汤普森广告公司的新局面。可是，除了斯隆以外，本书很少谈到目前在大企业内部所进行的“企业内部改革家精神”(Intrapreneurship)的重要问题。这样的企业家精神可以使本行业的小公司后来居上，超过强有力的领头的大企业。最近日本人侵入美国市场就提供了触目惊心的例证。这种成就的基础在于有能力以小规模的但又复杂老练的方法来改造现存的生产工序和分配方式。

但是这类分析并不是，也不应该是本书的宗旨。本书宗旨正如书名所显示的，是歌颂美国人的创业精神，是叙述一些具有创造能力的革新者的生平，他们制造新的产品

和创造新的工艺，使自己获得声誉和财富。所叙述的每一个事迹的确都是美国人的梦想：开创你自己的事业并成为百万富翁。这些故事很值得一读。它们也是优秀的历史，准确地叙述了一些生气勃勃的人物如何把美国的经济从乡村的农业和商业转变成为城市的技术先进的工业。这些企业家和他们的成就从建国开始一直到现在，对美国的经济持续发展和生产率的不断提高都具有关键的意义。

小艾尔弗雷德·D·钱德勒

于哈佛大学商学院

目　录

前　言 …… 1

第一章　企业家 …… 1

托马斯·爱迪生：发明家兼企业家 …… 6

金·吉列：社会改革家和企业家 ……19

阿道夫·朱科尔：常遇奇缘的娱乐业老板 ……25

查尔斯·B·达罗："美国梦想"玩具的发明者 ……33

约翰·H·约翰逊：美国黑人中产阶级宣传家 ……39

玛丽·凯·阿什：粉红"卡迪拉克"轿车的妙用 ……48

弗雷德·史密斯和联邦快递公司 ……55

第二章　土地和人民 ……65

弗雷德里克·韦尔豪泽和木材帝国 ……71

弗雷德里克·图德：冰大王 ……81

古斯塔夫斯·富兰克林·斯威夫特：供肉者 ……90

弗兰克·珀杜：年售2.7亿只鸡的人 ……97

约翰·D·洛克菲勒："美孚" ……104

弗朗西斯·卡伯特·洛厄尔与劳动力的价值 ……114

China

第三章　扩展中的美国 ……123

德威特·克林顿和伊利运河 ……128

J·埃德加·汤姆森：宾州铁路巨擘 ……134

J·P·摩根：金融霸主 ……144

伊莱沙·格雷夫斯·奥蒂斯与
垂直运输方式的兴起 ……155

艾尔弗雷德·P·斯隆：通用汽车公司
的企业内部改革家 ……162

胡安·特里普：飞行王国的伊卡洛斯 ……171

第四章　美国制造 ……179

塞缪尔·斯莱特和美国制造业的萌芽 ……185

塞缪尔·科尔特和美国体制 ……191

安德鲁·卡内基和钢铁时代 ……199

亨利·利兰：可替换部件和汽车工业 ……208

亨利·福特和他的著名便宜小汽车 ……216

乔·恩格尔贝格和机器人革命 ……230

第五章　把他们需要的东西
给他们 ……240

莉迪亚·E·平卡姆和她的植物药剂 ……247

P·T·巴纳姆和广告业 ……252

A·T·斯图尔特的大理石宫 ……259

需要全本请访问 www.ertongbook.com
China

蒙哥马利·沃德的“希望之书”……270
威廉·C·普罗克特：从制造到销售 ……273
里索夫妇：广告业进入成年期 ……280
第六章 信息：瞬息千里
的美国 ……292
快递邮件 ……297
塞缪尔·F·B·莫尔斯和海
勒姆·西布利：闪电者 ……306
西奥多·N·维尔：美国电话电报公司创建者 …321
戴维·萨尔诺夫：作为梦想家的企业家 ……335
保罗·高尔文、丹尼尔·诺布尔和
“摩托罗拉”公司的改造 ……351
杰勒德·奥尼尔和“奇思塔” ……360

China

第一章　企业家

美国人已经迷恋上了“Entrepreneur”(企业家)这个法国名词。字典上关于企业家的定义是“管理商业或企业并承担其风险的人”。1985年,李·亚科卡的自传荣列畅销书之首以来,创办企业指南、管理事业自学读本,以及有关取得成功的公司的详尽介绍之类的书籍充斥书市,竟将有关饮食和养猫的书籍挤得无一席之地。商学院举办的研究学习班比比皆是,不可胜数,目的都是为了探索并分析企业家的奥秘,以便将其精神应用于近代的公司。我们甚至听到一个新词“intrapreneurship”(企业内部改革家精神),用来描述具有个体主义精神敢于冒险的人如何将动弹不得、奄奄一息的大公司起死回生。

具有讽刺意味的是,目前这种狂热并非什么新鲜事物,其实在美国经济生活中,企业家从一开始就占有中心的地位。北美第一批欧洲拓殖地就是一部企业家的冒险和失败的活动史。就在弗吉尼亚和马萨诸塞湾成为殖民地以前就存在一些公司,公司的投资者冒着失去自己收入有时甚至搭进生命的危险,希望以后过上更美好的生活。殖民地时代以后,各种企业家都在探索机会,规划战略,发明新的产品

和提供新的劳务，承担风险，寻求更好的方式来建立自己的企业和财富。事实上，美国的土地已经证明是一块发展新企业的富饶土壤，其基础就是从铅到锌的各种矿物，从玉米片到电脑的各种工业产品以及从小商号到金融超级市场的各种服务。

大部分美国人都认为公民中的佼佼者是政治家、社会领袖和各类表演家。企业家在我国过去只是无名英雄。但这些男女人物独具慧眼，能在别人没有察觉的情况下看到挑战和机会。有些企业家反应迅速，能在瞬息万变的环境中发现机会，有些企业家则干脆自己去主动创造机会。无论是谁，他们都能不顾一切地坚持新的想法，然后不屈不挠地克服困难，用尽自己的储蓄，有时甘冒生命危险去追求生产新的产品和提供新的服务。他们冒着风险，可是他们常常可以找到创造性的方法来化险为夷。他们塑造我们的生活，从挣钱的途径到花钱的方式。

根据阐述企业家精神的第一位伟大理论家约瑟夫·舒姆彼得的说法，企业家履行一个“创造性破坏”的重要功能：即企业家对传统做法重新思考，扬弃那些也许有过用处但已失去时效的部分。熊彼得于 1942 年写道，“企业的作用在于利用发明，或更为普遍的是利用未曾试用过的技术潜力来生产新产品或以新方式生产旧产品；其次是打开供应原料的新来源或是开辟产品的新市场；第三，是重新组织行业，等等。他们就是通过这些手段来改革或根本改造生产方式。”

总之，根据熊彼得的理解，企业战略家以新的方式把别人也具备的条件加以组合。当然，回顾历史，金·吉列和玛丽·凯·阿什这类人物所进行的新的组合，即使不是不言而喻的话，也是极其简单的。但是这需要他们具有一种特殊的想象力，而这似乎正是很多人所欠缺的。这样看来，并不是每一个创造新企业或是开发新产品的人都是企业家。19 世纪末中国人的洗衣店，20 世纪 20 年代东欧犹太人的理发铺以及现在朝鲜人经营的水果商店，有时也是形成企业家想象力的温床，可是一般说来，他们取得成功是通过艰苦工作和加班加点，而不是通过开发新产品和提供新的服务而得来的。

企业家究竟是些什么人物？我们能不能确定企业家的另外一些典型特点呢？托马斯·爱迪生、约翰·约翰逊或弗雷德·史密斯都是不是典型的企业家？有一些研究这些问题的学者目前正在试图勾勒这样典型人物的形象。有一份研究报告的结论说，企业家往往身材矮小，低于平均高度。另一份材料提出，在家庭内的出生顺序是重要的因素，有所发明创造的人不是最长就是最幼的孩子。但是，这类结论虽然具有吸引力，但用处不大，因为这都是一些例外情况。

除熊彼得所说的不同寻常的想象力之外，企业家的确还有其他一些共同的特点。他们愿意冒风险，这说明他们对不确定的和模糊的前景比大多数人具有更大的容忍能力。此外，企业家都严于律己，对手头工作专心致志，几乎达到走火入魔的程度。

China

当然，金钱也是一个重要的因素。可是，虽然说绝大部分企业家都追逐利润（仅有少数人，如纽约州的罗伯特·摩西① 在非营利性领域有极大影响），可是要说金钱是他们所有人唯一的或甚至是主要的动力却是错误的。答案还不如说是竞争意识或象社会科学家戴维·麦克莱兰所说的，出于“干出一番事业的需要”，这是很得体的提法。企业家常常很少有时间去花自己所赚来的钱，因为对他们来说，一天工作20个小时并不是不常见的。他们大多数人遇到挑战就兴味盎然，全力以赴，即使在休假或闲暇时大概也是如此。

这样力求成功的奋斗往往也要付出代价。大家知道，企业家常常有严重的个人问题；许多人爱发脾气，以自我为中心，难以同别人相处，自我陶醉，不耐烦同组织机构打交道，对自己行动给别人带来的影响茫然无知，等等。毫无疑问，造成这些情况的大部分原因是他们经常遇到潜在的或实际的失败。

有时，社会也同样蒙受损失，例如19世纪末期那些残酷无情而又富于传奇色彩的“大财阀”的所作所为就是一例。可是，一直到最近，企业历史学家才开始严肃地研究这些工业巨头在发展美国经济和推进近代管理方法等方面所作出的贡献。

现在已有可能作出比较公正的评价，承认由于他们在经济上深切关心重大的挑战，并愿意接受由此带来的风险，

---

① 摩西（Robert Moses，1888—1981），美国纽约州、市政府官员。他在公共工程规划方面的业绩对改变纽约的面貌起了重大作用。——译者

这些企业家在美国的经济发展上发挥了关键的作用。舒姆彼得肯定了这样重新组合生产因素的价值。资本如果不用于生产性的项目，那就没有什么用处。同样，企业家如果不想出新的方式来组织劳动，劳动也不会创造多大的价值。

在历史发展的每一次关键时刻，企业家既会影响社会和经济变化的客观进程，也会受到这些进程的影响。以金·吉列为例，他发明了保险剃刀，从而改变了千百万美国人的一部分日常生活。可是，如果社会接受这种剃刀的时机还不成熟，以及大规模生产这种剃刀所需要的技术还不具备的话，吉列的发明也是不可能成功的。

事实上，在一定条件下能把似乎平常的事物转变成为异常的事物是企业家多年努力的成就。弗雷德里克·图德从冰块这个极其平常的物质中得到收获，因而发了大财；而弗雷德·史密斯则是以一种最新的方式进入运送邮件这个非常古老的行业。企业家就是这样特别善于理解机会所具有的不断发展的特性，而流逝的岁月则证明了没有任何人是以与别人完全相同的方式取得胜利，或遭受失败的。

可是，企业家在不同时代常常以独特的角色出现。发明家、幻想家、商人、投资家、组织者、投机者是出现在整个美国企业史中几种不同的企业家的类型。这些角色的反复循环出现，却证实了马克·吐温的关于历史从不重复而仅是类似的名言。

China

因此，从历史和集体的观点来看，美国的企业家精神是一个重要的、具有众多特征和启发意义的现象。我们检验具有种种假象和历史背景的企业家，集中研究他们所遇到的挑战和取得的成就，这样我们就会发现他们都是一些傲视一切、打破常规、富于独创精神的人物。他们不可能长期享受风平浪静的生活，而对美国经济的兴起作出如此重大的贡献。

托马斯·爱迪生：发明家兼企业家

1876 年夏季，美国举办了费城百年庆典博览会来检阅自己的成就，以这种前所未有的方式来庆祝建国 100 周年。百年庆典授奖委员会为了隆重表彰美国人民和美国制造的机器所取得的成就，就 12,000 多个项目，向一些发明家和企业家授奖。获奖者都是美国有独创性的各种行业的人物。他们中间有：制造自动收割机的赛勒斯·麦考密克，发明连发左轮手枪的塞缪尔·科尔特，生产著名卧车的乔治·普尔曼，设计供火车用的空气制动机的乔治·威斯汀豪斯，创造现代安全电梯的诺顿·P·奥蒂斯和查尔斯·R·奥蒂斯以及发明电话的先驱者亚历山大·格雷厄姆·贝尔。

那一年居群龙之首的是在新泽西州门洛帕克建立美国第一个独立的研究开发实验室的托马斯·阿尔瓦·爱迪生。在他令人惊叹多产的一生，他成为 1,000 多项专利发明的源泉，成为十几种主要工业部门之父。1876 年爱迪生 29

岁。在这以后的50年内，他孜孜不倦地从事一门新兴学科电学的实验研究。

他的名声迅速传播。到1890年，人们已称他为门洛帕克的魔术师。同一年，一位通俗小说家加勒特·塞维斯甚至出版了一本题为《爱迪生征服火星》的小说，描写一位英雄发明了一种“电气球”，远征火星，用致人粉身碎骨的射线消灭了火星上邪恶的领袖们，从而挫败了火星人入侵地球的阴谋。这都是些科幻题材的作品。到19世纪末，爱迪生也许已是美国最著名的人物，并传遍海外，其声誉也许只有早期的实践天才本杰明·富兰克林可与之相比。

把爱迪生的真实形象从有关于他的英雄神话中分解出来是一项重要的任务。这倒不仅仅是由于爱迪生的真正的人格力量和对技术进步的贡献要比民间流行的传说更具有教育意义。爱迪生成为我国最伟大的发明家之一，部分是由于他的成就，部分也是由于他的工作态度和对待自己的方式。我们看到，所有这些因素都集中体现在他最著名的发明白炽灯照明系统之中。这项发明的经历不仅说明了爱迪生有条不紊和坚决果断的态度，同时也表明他这种态度的局限性。

托马斯·阿尔瓦·爱迪生，大家称他为“阿尔瓦”或“艾尔”，于1847年出生在俄亥俄州迈兰市。他父亲塞缪尔是一名逍遥自在的乐天派，爱好威士忌酒、女人和自己的独立。（他近70岁时，还在休伦港同一名美貌的少女同居，做了三名没有合法身份孩子的父亲，阿尔瓦不承认他们。）阿

需要全本请访问 www.ertongbook.com