

GENERATION ENTREPRENEUR

新生代企业家

〔美〕

Stuart Crainer & Des Dearlove

斯图亚特·科莱纳

&

迪斯·迪拉伍

宋健健 译 霍 炜 校

塑造当代商业现实

创造明天更多财富

放手去干吧

中国社会科学出版社



GENERATION ENTREPRENEUR

新生代企业家

〔美〕

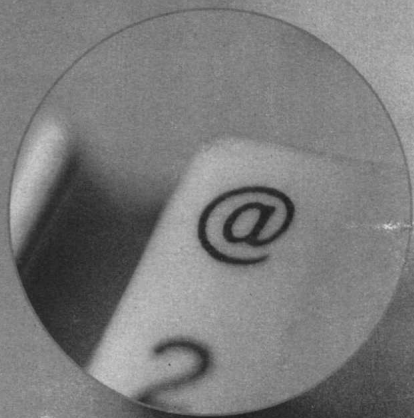
Stuart Crainer & Des Dearlove

斯图亚特·科莱纳

&

迪斯·迪拉伍

宋健健 译 霍 炜 校



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图字: 01-2002-2759 号

新生代企业家/(美)科莱纳,(美)迪拉伍著;
宋健健译. —北京: 中国社会科学出版社, 2004.1
ISBN 7-5004-4299-8

I. 新… II. ①科…②迪…③宋… III. 企业管理—经验—世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 119596 号

©Pearson Education Limited 2000

This translation of Generation Entrepreneur, First Edition is published
by arrangement with Pearson Education Limited.

责任编辑 孔继萍
责任校对 李云利
封面设计 王 华
技术编辑 张汉林

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010-84029453

传 真 010-84017153

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京奥隆印刷厂

装 订 三河鑫鑫装订厂

版 次 2004 年 1 月第 1 版

印 次 2004 年 1 月第 1 次印刷

开 本 850×1168mm 1/32

印 张 8.75

插 页 2

字 数 209 千字

定 价 25.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

鸣 谢

在当代，每一个伟大举动的背后都站着一位身着休闲装的人士。就新生代企业家而言，这位人士就是培森教育有限公司的理查德·斯塔格先生，作为本项事业的最初探索者，他为我们提供了大量的剪报，并为该书提出了很多富有真知灼见的宝贵意见。在这一过程中，我们建立了深厚的友谊，对于他的帮助，我们深表感谢。

在写作该书的过程中，有很多人跟我们交谈并且接受了我们的采访，对此我们一并表示感谢。此外，卡吉尔·诺德斯特洛姆和乔纳森·雷德斯特尔为我们提供了宝贵的灵感；格里·格里芬源源不断地给我们提供写作素材，在萨托普媒体工作的一位同事乔治娜·彼德斯也给我们的工作提供了不小的帮助。除此之外，罗和萨若使我们跟现实生活保持着紧密的联系。在此，一并表示感谢。

弃琐屑而理大财

某某生代是套用人口统计学的用法，这只是一个很简洁明了的标签。新生代企业家就是一种生活现实。这场从身体到心灵的运动将弹奏出令人耳目一新的商业旋律。新一代人对商业有着截然不同的看法。他们正在创造的商业网络是前人闻所未闻的。这场变革是显而易见的。在商界，保守的职业着装和头发斑白的面孔是过去该行业的主要特色。温文尔雅是旧商业时代的职业要求。如今，朝气蓬勃的企业家身穿休闲装的形象赫然出现在不计其数的商业杂志上。他们不愿因循守旧，他们没有从属的必要。而且，他们的事业都如日中天。

新生代企业家是新时代财富的创造者和商业的重塑者

新一代的企业家对普通的生活有着截然不同的看法——尤其是对商业。他们是新时代的宠儿。在这个时代，e文化盛极一时，企业家与经理人融于一身，知识经济初见端倪。这一切都是前所未有、前所未有的。

人们大都听说过新生代的商业巨子：三十来岁就名声大振的，像戴尔公司的创始人迈克尔·戴尔，亚马逊在线的创始人杰弗·贝泽斯；二十来岁就名声鹊起的，如美国网景公司创始人之一的马克·安德森。这些只不过是冰山一角而已。老式的公司体制则被深深地压在了冰山下面。

新生代企业家担当起时代的重任，他们将直面新的未来。我们可以从不同的角度来界定gene(新生代企业家的缩写)：

谁是新生代企业家？他们的价值观是什么？忠诚是否真的过时了？新生代企业家如何处理生活与事业的关系？公司的内涵是什么？激发他们行为的源泉在哪儿？是什么驱使这些人们勇往直前，他们的主要特征是什么？

旧时代的公司人士在机构精简的时代逐渐隐退。相形之下，雅皮士则显得粗俗不堪。新生代企业家正引领着时代潮流——他们在前行途中重塑商业规则。

会会新时代的财富创造者！读读这本手册，它专为新生代的商业精英而做。

斯图亚特·科莱纳

《管理大师汤姆·彼得斯传》的作者。代表作有《最后的商业图书馆》和《商业：鲁珀特·默多克的方式》以及其他一些著作。他的作品发表于《金融时代》、《时代》以及其他一些首屈一指的商业杂志，例如《商业生活》、《当代管理》、《董事会》、《美国管理评论》和《战略与商务》。

迪斯·迪拉伍

代表作有《核心管理决策》和《商业：理查德·布朗森的方式》。他曾担任过《时代》杂志招聘专栏的编辑，并一直为各大报纸撰写文章。他为之工作过的商业出版物有《董事会》、《管理评论》和《人力资源》。

斯图亚特·科莱纳和迪斯·迪拉伍是以媒体为主要经营内容的咨询公司“萨托普媒体”(Suntop Media)公司的创始人。他们也是《商业时代管理手册》的编辑。

欢迎访问：www.suntopmedia.com

目 录

鸣谢	(1)
----------	-----

第一部分

新生代企业家

第一章 企业家的世界	(3)
------------------	-----

欢迎加入新生代企业家的行列

第二章 弃琐屑而理大财	(12)
-------------------	------

忘记年轻人的年少气盛。忘记詹姆斯·迪恩，想想詹姆斯·拉维尔

第三章 百吉圈皇后	(17)
-----------------	------

从萨洛蒙兄弟到百吉圈：完美的新生代企业家

第四章 E不是X	(21)
----------------	------

标签的使用。新生代企业家为什么不是新生代X?

第五章 美元与亚马逊人	(25)
-------------------	------

新生代企业家的超级巨子杰弗·贝泽斯

第二部分

新生代的定义

- 第六章 有点机能亢奋** (31)
e = 精力 (energy)。只适用于那些不得休息者
- 第七章 精华的提炼者** (35)
e = 精华 (essence)。新生代企业家将事物去粗存精，并不断地重复这一过程
- 第八章 只能连接** (39)
e = 电子化 (electronic)。科学技术在其应用领域发挥着重大作用
- 第九章 培训达到最大化** (43)
e = 接受教育 (educated)。新生代企业家不断学习新的经营诀窍
- 第十章 呼 唤** (47)
e = 热情 (enthusiasm)。新生代企业家热爱他们的工作。商业召唤着他们
- 第十一章 人中人** (54)
e = 移情 (empathy)。商业事实上就是有关人的活动
- 第十二章 情感经济** (57)
e = 感情 (emotion)。感情的介入是一种新的必然要求
- 第十三章 与众不同** (62)
e = 道德 (ethics)。金钱使你到达这一境界
- 第十四章 广告人** (72)

目 录

- 循规蹈矩的广告人? 当然不是
- 第十五章 直接行动** (76)
- 速溶咖啡表明: 小小的咖啡豆里竟存在很多的道德规范问题
- 第十六章 平衡的艺术** (80)
- e = 均衡 (equilibrium)。挣取一百万与吹灭小孩生日蛋糕上的蜡烛
- 第十七章 享用蛋糕** (84)
- 我们要所有的蛋糕, 并且时间就是现在。双重事业
- 第十八章 重返实验室** (88)
- e = 实验 (experimentation)。谁说做错事是一种要不得的思想
- 第十九章 持之以恒的魅力** (92)
- 詹姆斯·戴森发明了真空吸尘器

第三部分

新经济

- 第二十章 小鸡和企业家** (99)
- 新经济的发展不是由高科技而是由企业家来推动的
- 第二十一章 舒舒服服地坐着** (103)
- 网上的沙发床? 那就是新生代企业家
- 第二十二章 新经济在这里落脚** (107)
- 泡沫使股市行情大涨
- 第二十三章 戴尔模式** (109)

目 录

	证明：当代的商业模式	
第二十四章	走出硅谷.....	(114)
	帕洛·阿尔托无权垄断阳光或者创新	
第二十五章	企业家的温床.....	(121)
	新生代企业家主导的世界	

第四部分

权力转移

第二十六章	从体力到脑力的嬗变.....	(129)
	知识实际上成为一种新的资本	
第二十七章	新时代的思想家.....	(134)
	新经济，新领袖	
第二十八章	主管人员的黄金法则.....	(140)
	管理能力的供应短缺	
第二十九章	魅力四射的新生代企业家.....	(147)
	为什么给你打工？	
第三十章	新的权力精英.....	(152)
	天才们能令原来的公司体制危机四伏	
第三十一章	假如.....	(157)
	改革的模范	
第三十二章	圈外人的天堂.....	(160)
	固执淘气而又孤独的声音能改变历史	
第三十三章	纯洁之美.....	(166)
	新生代企业家理查德先生的崛起	

第五部分

目 录

企业家的工作

- 第三十四章 终于自由了..... (173)
世界联盟的自由代理人
- 第三十五章 沥青路..... (177)
条条通往亿柏吗?
- 第三十六章 经理人的职业生涯..... (182)
边干边设计
- 第三十七章 越富越好..... (186)
朱莉娅·瑞彻的时代宣言
- 第三十八章 主导局面..... (193)
品牌就是你自己
- 第三十九章 可用性问题..... (203)
一只手鼓掌或者大声喝彩

第六部分

企业的生死

- 第四十章 E 公司..... (209)
物是人非
- 第四十一章 组织黏合剂..... (217)
21 世纪的公司需要有产业力量作黏合剂
- 第四十二章 忠诚的因素..... (224)
忠诚依然存在, 但其程度如何呢?
- 第四十三章 管理 E 时代..... (234)
他们依然需要被管理
- 第四十四章 价值驱动的公司..... (239)
价值是新的美元大钞

目 录

第四十五章	价值管理.....	(245)
	马尔登·米尔斯引发的价值之争	
第四十六章	注视比尔.....	(250)
	新生代企业家自比尔·盖茨发端。他现在的事业依然蒸蒸日上，但这种好日子能过多久呢？	
第四十七章	新猪公司.....	(254)
	纯粹的道德因素能将新生代企业家的价值转化为组织优势。新皮戈公司就证明了这一点	
注 释		(260)
电子信息		(268)

第一部分

新生代企业家

第一章 企业家的世界

“30年前，MBA的学员们都梦想着有朝一日能成为通用汽车公司的主管；10年前，他们希望能在高曼萨克斯公司工作；5年前，他们又梦想着能成为麦肯锡的一员。到了现在，他们都梦想着能够拥有一家自己的公司。”欧洲首屈一指的INSEAD（法国欧洲工商管理学院）商学院院长安东尼奥·博格斯如是说^①。在他看来，现在这一切都不再是一种梦幻了，在新的时代，这不再是一种可望不可即的向往。博格斯院长可不是好幻想的人。1999年秋日的一个夜晚，当你从枫丹白露（法国北部城镇，在巴黎东南，有著名的宫殿。INSEAD商学院所在地）的森林里放眼世界时，你就会发现，这只不过是对现实的一种简单描述而已。

博格斯说得没错。这是一个造就企业家的时代。这个时代发端于企业家荟萃的硅谷，不过，昔日少数精英的梦想如今却成了席卷全球的潮流。对于正在成长的年轻一代而言，创办公司是一种呼唤，是一种天职，是一种使命。这是时代的精神，历史的潮流。

这是一个呼唤个性的时代。我们需要它，我们渴望它，我们期盼它，我们呼唤它。我们的需求层次已经超越了马斯洛提供的

这是一个呼唤个性的时代。我们需要它，我们渴望它，我们期盼它，我们呼唤它。我们的需求层次已经超越了马斯洛提供的理论框架。

理论框架。不错，这与赚钱有关，然而也与个性的展示有关。新一代的企业家对日常生活有着不同的看法——特别是在商业问题上。新一代的企业家与旧时代彻底地告别了。商业的民众化席卷

全球。人们将象征着管理壁垒的柏林墙踩在脚下，挥手欢庆胜利。这是一个人人皆可成为企业家的时代。

如今，新生代企业家正引领着时代潮流。他们在前进的过程中正重塑着各种规则。

新生代企业家是如今财富的创造者和商业的塑造者。原来的公司人士则在机构精简的时代中慢慢隐退。相比之下，雅皮士则显得粗

俗不堪。如今，新生代企业家正引领着时代潮流。他们在前进的过程中正重塑着各种规则（正如印第安纳·约翰所说的那样，当有人问及我的计划时，我对他说：“我不知道；我根据情势的需要而制定计划”）。

然而现在，朝气蓬勃的经理人穿着休闲裤，赫然出现在众多的商业杂志封面上。他们并不带领带。他们没有从属的需要。

这种变化是显而易见的。保守的职业着装与头发斑白的企业家是过去公司的共同特征。整齐划一是公司时代的要求（想想领带吧——这是一种成员资格的

象征，还是一种时髦的装饰品——罪犯入狱之前，首先要扯掉他们的领带，这样做不是为了防止他们自杀，而是为了打击他们的

气焰。这样就剥夺了他们的归属感。失去领带，你就无依无靠，不属于任何一个群体了)。然而现在，朝气蓬勃的企业家穿着休闲裤，赫然出现在众多的商业杂志封面上。他们并不带领带，他们没有从属的需要。

与传统的公司人士相比，这些人简直就是乳臭未干的毛头小子。一个美国风险投资商说过这样一件事，在波士顿一家公司的开业庆典上，竟然没有泡沫飞溅的香槟酒，因为坐在餐桌边的都是些年轻人，到达法定喝酒年限的就只有那几个风险投资商^③。忘记组织再造吧，也忘记全面质量管理吧，年轻一代正创造着伟大的商业奇迹，他们像令人着迷的毒品一样风靡华尔街，许多商界人士深陷其中而不能自拔。如今，风险投资商们习惯于——有时候几乎是盲目地——将上百万美元的资金投注在十来岁小孩的想法上，这些想法往往是这些小孩儿们在车库的电脑上构思出来的。

如今美国大约有 46% 的公司是由那些不到 35 岁的年轻人创办的。^④以前，“他们”和“我们”通常是用来指代工人和经理人的。如今，这两个词汇则被用来指称老一代的经理人和他们的年轻同事们。年轻一代如日中天，而老的一代正不顾一切地追赶时代潮流，或者说，追赶新一代人的节奏。忘记在周末跟公司主管们打高尔夫球的日子吧，考虑考虑蹦极跳吧；忘记滑雪吧，试试不用滑雪杖的滑板冲浪吧！

人们大都听说过新生代的商业巨亨：三十来岁就名声大振的，像戴尔公司的创始人迈克尔·戴尔，亚马逊在线的创始人杰弗·贝泽斯；二十来岁就名声鹊起的，如美国网景公司的创始人之一的马克·安德森（当他领导着一个团队开发出 netscape navigator 网络浏览器时，年纪只有 23 岁）。此外，还有很多这样的杰