



浩哲人才培养丛书

21 世纪

企业致胜学

谭振江 孙浩哲 著



辽宁大学出版社



浩哲人才培训丛书

21 世纪

企业致胜学

谭振江 孙浩哲 著

中国致胜学

图书在版编目 (CIP) 数据

21 世纪企业致胜学/谭振江, 孙浩哲著. —沈阳: 辽宁大学出版社, 2002. 5

ISBN 7-5610-4335-X

I. 2… II. ①谭… ②孙… III. 企业管理—经济理论
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 022336 号

辽宁大学出版社出版

网址: <http://www.lnupress.com.cn>

Email: mailer@lnupress.com.cn

(沈阳市皇姑区崇山中路 66 号 邮政编码 110036)

东煤地质局沈阳印刷厂印刷 辽宁大学出版社发行

开本: 850×1168 毫米 1/32 字数: 146 千字 印张: 5.875

印数: 1—3000 册

2002 年 5 月第 1 版

2002 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 崔利波
祝恩民

责任校对: 何 畏
封面设计: 刘桂湘

定价: 15.00 元

序 言

21 世纪是知识经济时代，其最大的特征是信息与知识的爆炸与挥发能力超过了以往任何时代。在这个时代里，传统的管理学与经济理论对现实的指导性越来越弱。怎样以新经济的需要为出发点，在原有哲学和经济学理论基础上创设出具有新时代精神和理念的哲学思想与理念思维来满足新经济的内在需求，成为当前哲学界和经济学理论界亟待解决的重要课题。

本书从社会需要出发，从哲学和管理学的视角，对传统的管理理念进行了整合与超越，力求突破现有的哲学和管理学理念，探求适合新经济需要的、对企业发展具有指导意义的理论。

作者将 21 世纪企业致胜的三大原理、五大思维和十八种理念放置在市场经济的大平台上分层累积，使哲学和管理理论有机地融入社会生活的各个领域，以满足新经济时代各类人群的精神需要。作者在总结前人经济学理论的基础上，用独特的思维视角把市场经济划分为三个阶段，而其理论则成为第三阶段——新经济时期“思想运作”的首部代表作。

作者认为，市场经济应该分为三个阶段：第一个阶段为商品运作阶段。此阶段的最大特征是谁有商品谁赚钱。在这个阶段，生产者和经营者都是很容易获利的，国内外市场经济早期的成功者都是靠运作商品起家的。第二个阶段为资本运作阶段。此阶段的最大特征是谁手

里有资金谁就可以赚到更多的利润。这个阶段是以大工业化和股份证券的市场化来催发无数世界级富翁的。第三个阶段为思想运作阶段。此阶段的最大特征是谁有思想、谁有思维、谁有知识谁才能赚到更多的财富。世界经济自 20 世纪 90 年代步入这一阶段。这个阶段以知识经济和信息的快速传递来获得更大、更多的发展空间。自知识经济初见端倪以来，思维与思想的作用和价值日显突出。然而，遗憾的是，当世界经济已经进入市场经济的第三个阶段——“思想运作阶段”时，全世界绝大多数的政治家、经济学家和企业家们仍在大谈、特谈“资本运作”。殊不知，这种过了时的思想是不能适应新经济发展的内在需要的。作者力求从新经济的角度，发散性地阐述“思想运作”的全新哲学和管理学理念，以适应新经济时代对新理论的需求。所以，《21 世纪企业致胜学》是对传统哲学、经济学理论的全新超越，其对社会经济、政治的影响应该是跳跃式的，对企业经营与管理的影响更是不可估量的。



2002 年 4 月 18 日

目 录

第一篇 致胜三大原理

1. 心态致胜	3
1.1 关键时刻比心态	3
1.2 积极的心态无往而不胜	7
1.3 怎样具备积极的心态	9
2. 思维致胜	13
2.1 生活中无数解不开的结是思维方式错误造成的	13
2.2 换一种思维机会丛生	17
2.3 打开“心锁”柳暗花明	19
3. 信念致胜	21
3.1 信念是左右人们日常行为的决定力量	21
3.2 现代人应具备怎样的信念	23
3.3 注意信念内容输入的好坏	25
3.4 解决问题的方法有无数个	27

第二篇 致胜五大思维

4. 无形资本大于有形资本思维	31
-----------------	----

4.1 无形资本的非物质实体性	33
4.2 额外收益能证明其价值的存在	33
4.3 与物质实体相结合而发挥作用	35
4.4 对企业获利能较长期地发挥作用	35
5. 思想运作思维	39
5.1 市场经济发展的三个阶段	39
5.2 海尔是思想运作的典范	41
6. 哲学思维	45
6.1 企业家首先是哲学家	45
6.2 哲学思维是企业价值观的根	47
6.3 中国呼唤“儒商”	49
7. 科学管理是核心生产力的思维	53
7.1 科学管理比技术创新更重要	53
7.2 市场的无穷大来源于思维无极限	55
8. 人本主义思维	59
8.1 人力资源是一切生产力要素中最活跃、最无限的资源	59
8.2 “思想力”是企业文化的外化	61

第三篇 致胜十八种理念

9. 品牌竞争理念	69
9.1 谁有品牌谁就有市场	69

9.2 品牌是知名度、荣誉度和忠诚度的统一	71
9.3 广告是不能“打”出品牌的	73
9.4 品牌是自尊自信的象征	75
10. 学习组织理念	79
10.1 何为学习型组织	79
10.2 终身学习的时代已经来临	83
11. 服务满意理念	87
11.1 21 世纪的竞争是服务的竞争	87
11.2 何为顾客满意	89
12. 行销互动理念	93
12.1 21 世纪是推销和行销的世纪	93
12.2 何为行销互动	95
13. 竞争合作理念	99
14. 创新整合理念	103
14.1 解决问题需要创造力	103
14.2 企业家都是创新使者	105
14.3 时代的变数要求用创新的变数来满足	107
15. 占位定位理念	109
16. 共存多赢理念	115
16.1 何为共存多赢	115
16.2 利人者利己	119

17. 人才资源理念	123
17.1 人才资源是知识经济时代的“第一资源”	123
17.2 得人才者得天下	125
17.3 盘活人才资源	127
17.4 盘活人才资源的关键在于用人	129
18. 知识资本理念	133
19. 经济全球化理念	139
19.1 何为经济全球化	139
19.2 地球村将向更高级发展	141
19.3 保护全人类是经济全球化的使命	141
20. 体验经济理念	143
20.1 花钱买享受	143
20.2 任何夕阳产业都可能被体验经济所激活	145
21. 国民待遇理念	147
21.1 国民待遇原则	147
21.2 企业发展的重心是挖掘内涵	149
22. 克隆复制理念	151
22.1 增加服务的“人数”	151
22.2 注重服务的内容	153
23. 绿色产业理念	155
23.1 绿色产业时代已经到来	155

23.2 从绿色概念到绿色世界·····	155
24. 网络通路理念·····	159
24.1 电脑网络无处不在·····	159
24.2 营销网络遍及全球·····	161
24.3 物流配置与信息流畅通同样重要·····	165
25. 生态保健理念·····	167
25.1 生态保健与人类可持续发展·····	167
25.2 新理念可以激活旧工业·····	169
26. 适者生存理念·····	171
26.1 没有夕阳产业，只有不适应市场的思想和产品·····	171
26.2 适应消费者就能创造市场·····	173
结束语·····	175

第一篇 致胜三大原理

21 世纪，知识成为资本已是不容置疑的事实。知识作为市场经济最重要的资源，也会像工业经济时代其他经济要素一样，需要厂房、设备以及各种添加物质资源来完成全部新产品的制作，只是其需要的“厂房、设备以及各种添加物质资源”的形态发生了彻底的变化，即不再更多地依赖物质条件的好坏来实现生产的最大化，而是在对人的心理、心灵、思维、理念等智力资本的充分使用上来完成的。

从目前生产力的发展水平及演进速度看，在相对意义上，人类发展所需的机器设备已经得到初步满足，更多的则是在对知识作为精神领域的特殊资源的内在挖掘与充分利用上下功夫，对心灵、思维、信念等的需求更为强烈乃至必不可少。换句话说，21 世纪的经营管理和企业竞争更侧重于挖掘人类内在潜能及人类思维的无限性上，即积极心态、坚定信念、多元思维已成为 21 世纪经济、政治、军事竞争中不可或缺的“活的、更有价值的经济资源”。如何让这些资源在现实生活中充分整合，已成为 21 世纪管理学和管理哲学需要解决的重要课题。

思想力来自心灵、思维、信念等潜

意识深处。

1

心态致胜

21 世纪的竞争已经从物器数量的累积过渡到人的心理、心态控制能力的较量，即由“形而下”的较量向“形而上”竞争层面提升。这进一步体现了在知识经济时代最重要的资源就是“人力资源”的内涵。

思想的难题必须靠思维的突破来解决。人的主体性和主控能力的大小成为决定竞争成败的关键。人作为人类社会的主宰者，只有思想、心灵的解放才是 21 世纪生产力的最终解放。

1.1 关键时刻比心态

众所周知，在人类社会的各种资源中，“人”是所有资源中最重要“活”的资源，其资源的价值不仅受到外在环境、条件等物质生产力的限制，更重要的是还受到自身情绪、心理、身体素质等内在因素的影响和制约。

在一个以人的自由和解放为最高使命的时代——新经济时代，“心态的力量”更具有超乎想象的意义与价值。也就是说，在生产高度发达的社会，现代技术的进步与较量要依赖内在精神层面的力量来实现，即一个人、一个组织、一个民族的心态是其发展、壮大和强盛的决定力量，正可谓关键时刻比心态！

在生产力高度发达的社会，现代技术的进步与较量要依赖内在精神层面的力量来实现。

那么，什么是心态呢？心态是由经验累积而成的、对外界事物刺激的一种心理感受、认知和体验的反映。心态是一种心理活动的惯性。

一个心态好的人总是能在生活中寻找机会、发现机遇，让生活的快乐伴随自己。而一个心态消极的人则把生活中遇到的所有困难看作是不可逾越的障碍，让痛苦和无奈折磨自己。

在日常生活中，我们需要的是积极心态而不是消极心态。在企业竞争时，只有积极的心态才是致胜的法宝。

心态致胜专指积极心态。

伟大的发明家爱迪生在研制电灯过程中曾失败过千万次。记者问他：“爱迪生先生，听说您研究电灯失败了上万次？”爱迪生说：“我从没失败过，我只是找到了千万个不行的方法，继续找，一定会研制出电灯来。”结果，他发明了电灯。这是积极心态的必然结果。“从没失败过，只是找到了不行的方法”，这就是致胜的积极心态。

21 世纪是快速变动的时代，现实生活的浮躁与无奈总会扑面而来。因此，经营人生和经营企业最重要的就是要保持积极的心态，如此才是致胜的关键。

心态致胜是古今中外获胜的法宝。积极的心态就是乐观主义，是在黑暗中看到光明、在问题里找到机遇、在失败时预见胜利曙光的心理惯性能力。

具备这种能力的人是大彻大悟的智者，是无往而不胜的勇士。

在企业经营过程中，有无数现实是每个企业经营者无法摆脱而又必须时刻面对的：资金困难、人员不和、同行竞争……这些都是所有人和所有企业经营者无法逃避的。

如果企业经营者为此恐惧、抱怨和沮丧——让消极的心态所控制，必定会有一个失败的经营者和走向尽头（亏损或倒闭）的企业。这是中外无数企业倒闭的主要原因之一。

反之，如果怀着积极的心态去认知和思考企业面临的困境，把所有问题都看作是企业发展中必须面对且能够解决的，那么所有问题的背后都孕育着企业机会的种子，企业经营者就会在解决企业问

一个心态好的人，总是能在生活中寻找到机会、发现机遇，让生活的快乐伴随自己。

题中找到壮大企业实力的契机。这是世界诸多企业成功的秘诀，也是改革开放后众多中国企业家成功的秘诀。

1.2 积极的心态无往而不胜

积极的心态是一个人的个性修养。只有深信“吃亏是福”的人才会拥有这种品质。

记得美国有个亿万富翁叫甘布士，有一次要去纽约出差，他的太太为其预订车票时车票已经售没了，但售票小姐说有人退票的机会是万分之一。当太太把售票员的话告诉甘布士后，甘布士开始收拾出差的行李。太太责怪他说：“没有票了收拾行李干什么？”甘布士说，我去抓那“万分之一的机会”！如果没有人退票，就等于我拎着行李去车站散步了（这就是成功者的心态）。结果，甘布士在车站等到开车前5分钟时仍没有人退票，但到开车前3分钟时，有一个中年妇女因孩子有病来到车站退票，甘布士拿着这张车票登上了去纽约的火车。到纽约后，在五星级宾馆住下，洗完澡，躺在床上的甘布士给太太打电话：“太太，你知道我甘布士为什么会成为富翁吗？我之所以会从一个穷光蛋变成亿万富翁，就是因为我是甘于吃亏而去抓住那万分之一机会的笨蛋！积极的心态就是我成功的前提。”

古今中外所有成功者都遵循这一原理而走向成功和卓越。21世纪的时代特点更要求每一个想成功、想卓越的管理者活出心情、活出口态、活出质量，因而就需要有“拎着行李去散步”的心态去面对世俗的生活。享受工作、享受挑战，这就是积极的心态、致胜的心态。

心态平衡是金！

我们知道，21世纪是世界经济一体化的时代，全球科技的共享性和互补性提醒我们，在全世界范围内，物质技术层面的差别会越来越小，企业家和企业间竞争的重点已经落在了个人心理和员工心态层面的较量上。