

企业家兵法经营录

刘 伶 编著

中国国际广播出版社

(京):新登字096号

图书在版编目(CIP)数据

企业家兵法经营录/刘伶编著. —北京:中国国际广播出版社, 1995. 9
ISBN 7—5078—0735—5

I. 企… I. 刘… III. 企业经营—应用—兵法 N. F270
中国版本图书馆CIP数据核字 (95) 第09554号

书 名	企业家兵法经营录
编 者	刘 伶
出 版	中国国际广播出版社
发 行	(北京复兴门外广播电影电视部内) 邮政编码:100866
印 刷	空军指挥学院
经 销	新 华 书 店
开 本	787×1092 1/32
字 数	133 千字
印 张	6.125
版 次	1995年9月 第一版
印 次	1995年9月 第一次印刷
印 数	3000 册
书 号	ISBN 7—5078—0735—5/Z·256
定 价	7.50 元

序 言

“吾治生产犹孙吴用兵”

兵家谋略用于经营,早在 2000 多年前的春秋战国时代就开始了。司马迁在《史记·货殖列传》中对吕尚、范蠡、白圭等运用兵法谋略从事商业经营而获得奇效的事例做过记载:

中国谋略家鼻祖吕尚,姜姓,名望,一说子牙,也称姜尚,俗称姜太公。周文王时,官封太师,也称师尚父。后辅佐武王灭商有功,封于齐。“其事多兵权与奇计,故后世之言兵及周之阴权,皆宗太公为本谋。”(《史记·齐太公世家第二》)吕尚在治齐安邦、发展生产过程中,开用“知斗”之谋于商业经营之先河。“《周书》曰:农不出则乏其食,工不出则乏其事(器具),商不出则三宝(食、事、财)绝,虞不出则财匱少。”“(《史记·货殖列传》)太公深明此理,终于把一块盐碱地、住房稀少的营丘,治理成丰衣足食的齐国。”于是,太公劝其女功(勤勉妇女纺织),极技巧,通鱼盐,则人物归之,继至而辐辏(象车轮上的辐条从周围凑合到车轴一样)。”可见,在发展工农业过程中,商业经营亦是不可缺少的,“商不出则三宝绝”也。显然,吕尚是把决定“知斗”胜负的基本要素(后孙武概括为“五事”)用于经济发展谋略中,工、农、商、财这四种要素是人民衣食的来源,亦是“知经”贫富的基本要素。

范蠡由楚入越后辅佐勾践灭吴。他以大名之下难以久居而乘舟泛海至齐。不为相位所诱,定居于陶(今山东定陶),从

事经商活动，积资巨万，称陶朱公。可见，范蠡既能治国用兵，又能以其治国用兵之谋经商而齐家保身，是先秦时期罕见的能臣智士和行商巨子。“朱公以为陶天下之中”，“诸侯四通”（地利）和“与时逐”（天时，随时逐利），又能“择人而任势”（择用贤人，抓住时机）。实际上，朱公的经营思想已含有“五事”之基本内容。范蠡经营谋略之道，归纳起来可概括三点：其一，注意市场供求关系，掌握天时（丰年、荒年）变化和物资生产之间的关系；其二，注意物价贵贱的幅度，要及时掌握信息，了解商品的多寡与物价贵贱之间的联系；其三，注意资金的周转率，他反对囤积居奇，主张通过加速资金流动获利。范蠡是位杰出的政治家和军事家，更是一位智力超群的经济学家。后人将他的经商谋略和商业道德（他在十九年间，三次赚得千金，再分一些给他贫穷的朋友和远房兄弟，即“十九年之中三致千金，再分散与贫交疏昆弟。此所谓富好行其德者也”）总结为：“陶朱公理财十六则”，足见其影响之深远。

姜尚、范蠡均为军事谋略家，尚辅武王，范佐勾践。他们在从事经济活动中自觉或不自觉地运用军事谋略于经营活动，因为兵战同商战有许多相通之处。战国时的白圭既没做过大臣，也没统领过军队，是个不折不扣的商人。“白圭，周人也”，他“乐观时变”，有一套经商之术：“人弃我取，人取我与”（别人生产过剩低价抛售，他就收购；别人生产不足高价索求时，他就出售）；“岁熟取穀，予之丝漆；茧出取帛絮，予之食”（当谷成熟时，他大量收购而去售蚕丝、油漆。当蚕茧出产时，他收购丝帛、丝絮而出售谷物。）；“趋时若猛兽鸷鸟之发”（争取赚钱的时机，好象猛兽凶禽取食一样迅速）等等。有人问他生财发迹之道时，他不无得意地说：“吾治生产，犹伊尹、吕尚之谋，孙吴

用兵，商鞅行法是也。”还骄傲而神秘地声言：“虽欲学吾术，终不告之矣。”从此，天下谈赚钱生财的都效法白圭。白圭是有意把伊尹、吕尚之谋，孙吴用兵之法运用于商业活动之中的第一人。甚至他所使用的语言亦仿效兵书。如：《孙子兵法·势篇》有：“鸷鸟之击，至于毁折者，节也。”“节如发机”与趋时若猛兽鸷鸟之发”之间，其意义及语言形式何等相似。

试如我国台湾省一位学者所言，他为日本伊藤肇的《东方人的经营智慧》中译本所写的序言中说：我们向来认为企业管理学，它的观念、手法、悉数来自西洋，绝少有人想到西洋人推崇不已的日本人的成就，居然是实施我国经典的精华之言。日本企业界在运用兵法经营管理中，抒《孙子》视为“企业开条”，“天下第一神灵”，赞誉《孙子》是经营谋略的教科书，并专门建立了兵法经营学校，培育兵法经营的后继人才。

我国古代经典中所记载的兵商原理相通的论述和实践，是一份珍贵的经营管理方面的遗产，作为炎黄子孙的我们应予以继承和弘扬。在这一过程中，既不能“夜郎自大”，也不能“邯郸学步”，而应“扬长策而御宇内。”《汉书·西南夷传》记载，汉朝使者到了当时的滇国，滇王问：汉同我国比起来谁大？后来使者到了夜郎，夜郎侯也是这样问汉朝使者。这两个一州之臣，竟不知汉朝国土的广大。后来成语“夜郎自大”比喻妄自尊大，固步自封。《庄子·秋水》里说，燕国有个青年人到邯郸去，看见赵国人走路的姿势好看，就跟着人家学。结果不但没学好，连自己原来的走法也忘记了，只好爬着回去。后来成语“邯郸学步”比喻人们在学习外域中既没学好外国的，也把自己本国的忘记了。在改革开放的今天，我们必须树立两种意识：全国意识，即面向世界，不当夜郎人，把他国先进的东西

“拿过来”；植根意识，即立足祖国现实，不当寿陵子，汲取优秀遗产，结合实际，发扬光大之。

“兵法经营学派”

在所有应用于经济领域的军事理论中，首推《孙子兵法》。其理论之博大精深，其内容通用性之广，实用性之强，必然渗透、辐射到经济生活的诸多领域，尤其在经营谋略、市场竞争方面效果明显。特别是70年代以来，国际政治风云多变，经济竞争激烈。越来越多的企业家把注意力集中到我国古老的兵经《孙子兵法》上来。二次大战后，日本的经济腾飞是举世瞩目的。这同日本经济界对《孙子兵法》的开掘与运用息息相关。他们——许多著名的企业家、商界巨子——一方面潜心于兵法研究，把《孙子兵法》奉为经营瑰宝、企业天条，做为自己经营活动的指南；一方面从自己的实践中探寻方法，积累经验，概括《孙子兵法》的精粹，著书立书，进一步丰富了《孙子兵法》作为经营管理教科书的内容。大桥武夫就是具有代表性的人物。

日本著名企业家、兵法经营学派的倡导者大桥武夫，二次大战时，为日本陆军中校，曾任第十二军、东部军、五十三军参谋。战后，弃武经商，从事经营活动。他深明兵商原理相通之奥秘，积累了军、商两方面的丰富经验，成为日本军商兼备的两栖人物。他出任东洋精密工业公司总经理、董事会理事长，还兼任日本智力公司兵法经营塾长。长期以来，潜心致力于兵法研究，把《孙子兵法》中许多战略、战术原理、原则及方法，如集中、协同、奇正、士气、风险、效益等理论嫁接到经营管理中去，取得了巨大的成功，并成为日本“兵法经营学派”的主要倡

导人。他在此过程中,成为经营实践上巨商,同时,成为理论研究上的学者。著作颇多,主要有:《兵法经营论》、《企业经营的诀窍》、《兵法经营要点》等。书中对《孙子兵法》的精华在经营管理中的运用作了深入的研究和总结,逐步形成了“兵法经营学派”的理论体系,在世界经营界颇有影响。

《兵法经营论》十卷本丛书,今列出标题即可窥见其理论体系的概貌。如《名将的导演——如何分别使用号叙、命令、训令》;《续名将的导演——经营与经营学有何不同》;《情况判断——先计算然后超越计算》;《战略与谋略——以正合以奇胜》;《兵法三国志——这就是中国人》;《统帅纲领入门——决定公司命运的人要居于首位》;《孙子兵法——不战而胜》;《座右铭——危险将是机遇》;等等。《企业经营的诀窍》一书中,用丰富、生动的经营成功与失败的事例,阐述了“兵法经营”的一系列基本原则、方法和手段,提出了许多军与商相通的重要范畴:统帅与指挥;决策与指导;计划与组织;领导与参谋;情报与谋略。《兵法经营要点》一书,共分七章 225 条,其中引用《孙子兵法》原文竟达 58 段,再加上阐述中的重复引用,该书孙子话语章章均有,比比皆是。

大桥武夫不仅亲自经营、著书立说、成立学派,还建立了兵法经营学校,亲自讲授,培育兵法经营接班人。他对兵法讲座盛况空前作了如下叙述:

“兵法经营讲座于 1980 年 10 月在帝国饭店开讲以来,已迎来了第四个年头。本讲座 12 个月为一期,受课人员一年一轮换。可是迄今为止,连续 3 年听讲的有 17 人,连续 4 年听讲的有 10 人。在激烈动荡的经济形势下,处在经营中枢而活跃繁忙的诸位,竟付出 3 年以至 4 年的宝贵时光,这是不寻常

的,是我终身引以自豪的事情”。参加讲座学习的人员中,大企业参谋级的部、课长,经营顾问,中小企业的社长,占三分之一。可见,日本的企业家们对兵法经营是何等重视,对大桥武夫的学识何等仰慕。从而也反映了日本企业界运用兵法进行经营的规模之大,热情之高,研讨之深。日本松下电器公司创始人松下幸之助曾多次说:“中国古代先哲孙子,是天下第一神灵,我公司职员必须顶礼膜拜,认真背诵,灵活运用,公司才能兴旺发达。”

美国企业界,把《孙子兵法》引进经营管理,起步虽晚,但成效显著。1985年4月29日,美国从《幸福》杂志国际版登载:名列美国大工业公司第三位的通用汽车公司,1984年汽车销售量为830万辆,销售额839亿美元,居世界汽车工业之首位。创这一业绩的是这家公司的董事局主席罗杰·史密斯。《亚州华尔街日报》对此评论说:“罗杰·史密斯成功的秘诀在于:他有战略家的头脑,他能从2000多年前中国的一位战略家写的《孙子兵法》一书中学到东西。”美国诺克斯韦尔顾问杰拉德·麦克森,在出席中国第二届孙子兵法国际研讨会的一次发言中说:40年前,我作为军人与中国人在朝鲜战场上见面,那时学的是战争艺术即《孙子兵法》。今天,我从事商业活动,商业也是一种艺术。我在一桩生意中,开始以为只能赚200万元。由于运用了《孙子兵法》“出奇制胜”的策略,结果赚了1亿多。他从自己的经营实践中得出结论:《孙子兵法》也完全适用于商业战场。

“他山之石，可以攻玉”

“他山之石，可以攻玉”出自《诗·小雅·鹤鸣》。《小雅·鹤鸣》的主题是提倡招贤纳士。全诗几乎全喻，下录第二章：

鹤鸣于九皋，仙鹤长鸣弯曲的水边。
声闻于天。它的鸣声传上天。
鱼在于渚，鱼儿浮游到洲滩，
或潜在渊。有时潜沉在深渊。
乐彼之园，令人喜悦的万木园，
爰树时檀，有贵重的檀树高参天。
其下维穀。还有用材的褚树在下面。
他山之石，他山石头可当错（磨刀石），
可以攻玉。能把玉器琢磨。

用鹤、鱼喻隐逸的贤才；有贵重的檀树，亦有普通的褚树，可量材取用；“他山之石，可以为错”，喻它处的贤才也可为我所用。

《孙子兵法》这部中国的古典兵经，可以被日本、美国所用，这对日、美两国来说，是“它处的贤才为我所用”。而日、美两国的兵法经营学说及其著作，对我们中国来说，亦是“他山之石，可以攻玉”。这种原本“自山之石”先被它国所用，而且有所开拓、扩展，后又为我国所用，几乎成了“它山之石”的文化现象，有人称之为“文化怪圈”，尤以中日文化交流中表现得最为明显、突出。如语词方面，汉语中的“理性”、“悲观”之类，是先借出给日本，日本用以翻译欧洲语中的词，同时进行词义调整成为新的概念（如用悲观译 Pessimism，用理性译 Reason）。然

后,汉语把这些表示新的意义的词再“借”回来。有人说这是“词侨归国”。“理性”一调整见于《后汉书党锢传序》:“导入理性”(原义是天性);“悲观”一词见于《法华经·普门品》:“悲观及惹观,常愿常谄仰”(原义是以救苦救难的心情观察众生)。如果仿效之,生发于《孙子兵法》的兵法经营学说便可称其为“书侨归国”了。

这样,“他山之石”可以彼此相互“攻玉”,《孙子兵法》便成为人类智慧的结晶,不仅使古代文明和当代文明水乳交融,而且在国内外、东西方之间架起了一座优长借鉴的恢宏桥梁。近十年来,《孙子》的研究与应用的热潮在全世界诸多国家兴起。这一趋势正在推动中国企业界有识之士,竞相研读与运用《孙子》,在经营管理中大见成效,也涌现出一大批运用兵法经营而业绩斐然的企业家和名优企业。

在现实经济活动中,“出奇制胜”有:出人意料的广告,超人的服务态度,非凡的产品质量,令人叹服的销售方式,等等,都可以取得出奇的效果。西宁新华布鞋厂,1984年前是个不景气的企业。厂长黄家福面对严峻的市场竞争现实,提出了与其坐以待毙,不如妙用奇兵,以奇制胜,闯出一条新路,寻求更加广阔的市场。于是,他带领一班人,北上新疆,南下四川,挺进中原,奔赴陕南……考察组行程数千里,广收信息,汇总参数,杂于利害,提出新的经营方针:“以品种求发展,以质量求生存,以服务求信誉”。同时,针对青海经济发展不平衡、外地产品“大交融”的实际,根据市场特点,坚持“少批量,多品种,新花色”的灵活经营方针。结果该厂利润大增,成效显著。1985年,被西宁市人民政府评为“西宁市先进集体单位”1986年被青海省人民政府命名为“青海省先进企业”率先跨入西北地区

制鞋工业先进行例。

再看“敞开沙发的肚皮”的经营故事。南京市一度家俱市场竞争激烈，沙发经销失去信誉。其中有一个只有七人的沙发小铺，却在一个季度，其销售额竟高达12万8千元。何以获得如此巨大的胜利呢？原来是他们“审时度势，因势利导”的结果。他们经过市场调查，发现沙发滞销的主要原因：是沙发质量差，“金玉其外，败絮其中”，掺杂使假，欺骗顾客，而失去信誉。针对这种情况，小店采取“出奇制胜”、“因势利导”的方针——销售散件沙发，把易掺杂使假的靠背、坐垫一件件分开，每块构件总有一面散开“肚皮”，让顾客一眼就看清沙发的“五脏六腑”。当顾客看到沙发里用的都是优质材料，购买欲会油然而生。这时，服务员当众缝合，现场组装，保证顾客满意，销售量大增，买卖兴隆。是“审时度势”、灵活机动的经营手法，闯出了销路，赢得了信誉，创出了牌子。

孙武的故乡人，一方面吸收“我治生产犹如孙吴用兵”的优秀遗产，一方面受到日本“兵法经营学派”的启发，在企业经营管理过程中妙用兵法之谋之术，使中国企业界产生了新的生机，正在蓬勃发展。有关经营方面的著书立说者也不乏其人，大有迎头赶上，甚至超出之势。近些年来，我国不少学者在致力于兵法经营方面的研究，如南开大学管理系教授陈炳富的《从〈孙子兵法〉说到中国管理史》，1984年广西人民出版社出版了李世俊等同志的《孙子兵法与企业管理》；1988年解放军出版社出版了杨先举教授的《兵法经营十谋》，还有阎勤民的《论〈孙子兵法〉与企业管理》等等，至于有关这方面的论文，仅就三次“孙子兵法国际学术讨论会”（1989—1992年）发表的论文有几十篇（详见《孙子新探》、《孙子新论集粹》、《孙子探

胜》三本论文集)。

但,截至目前为止,既能著说立说理论探索,又能亲自经营实践者,甚为罕见,即像日本大桥武夫那样的两栖人物在我国还没出现。据有关资料统计,深圳特区刚起步的时候,在大小企业经营者中有百分之六十的经营者是来自转业的军官。他们在深圳特区腾飞中都立下了汗马功劳,有理由相信,在进一步深入改革开放中,他们之中会涌现出成批的大桥武夫式的人物,既是战场上的指挥者,也是商场上的“战将”,总而言之,国外对《孙子兵法》研究之重视之精细,运用之广泛之高效益,有些方面已超过我们,这对我们炎黄子孙,孙子后人,无疑是一种莫大的鞭策。然而,也应该看到这样一个事实:国外的研究与运用《孙子》水平的高低,在很大程度上取决于我国研究与运用《孙子》的新进展和新成果。“水涨船高”是双向的,外国和我国之间是相互促进的。只要我们将外推动力变为内动力,一方面采用“拿来主义”,一方面不拘一格进行探索(理论和运用),《孙子兵法》经营运用之光,就会在中国企业界大放异彩。

时代呼唤着企业家

将帅在战争中是起着举足轻重的作用,所谓“置将不善,一败涂地”。有一则寓言故事形象地说明“将”的重要作用:狮子率领群羊,打败了绵羊率领群狮的队伍。孙武在论述军事理论过程中,始终把选将、用将问题放在重要的位置上。他说:“知兵之将,民之‘司命’,国家安危之主也”。又说:“夫将者,国之辅也”。把“将孰有能”列为“较之以计”的第二位。周文王渭

水之滨求吕尚为太师，开辟了灭殷的序幕；阖庐用孙武为将而称霸一方；刘备三顾茅庐得孔明，才成鼎立之势；朱元璋靠“指挥皆上将，谈论半儒生”的徐达灭元建明。

经济腾飞需要“将”，而企业家便是企业之将，他们是促进社会进步、发展经济、创造财富的骨干和精英。改革开放需要并呼唤企业家出现。中国的企业家始终是同改革开放、创业图新、善于竞争和肯冒风险相联系的。企业家是市场经济的弄潮儿，一流企业家为了大海的风景而生，他们象海燕一样在呼唤“让暴风雨来得更猛烈些吧！”“企业家”一词从产生到复兴都是和创造开拓、肯冒风险密切相关。该词最早出现在16世纪的法语中，原指领导军事远征的人。18世纪，“企业家”词义扩大为从事一切冒险事业的人。1775年法国经济学家坎特龙把“企业家”定义为承担经济中不确定性过程的部分，即承担投资风险的人。但是，从亚当·斯密到凯恩斯及一些著名经济学家都没有考虑企业家在经济活动中的巨大作用。直到七十年代随着新技术革命的暴发，“企业家”在英文中获得了“开拓性经济的创造者”的含义。A·D·哈尔佛在《企业家：美国的新英雄》中指出：“企业精神代表了一种深刻的美国式的创造艺术”。恰当此时，中国实行了改革开放的国策，实施着由国有计划经济向市场经济转型的政策，从而中国企业家应运而生。正如德国总理科尔所说：“世界正处在一个新的时代的开端，这个时代可称为企业家的时代！”改革开放十几年来，尤其九十年代，将是中国创业家大显身手的年代，也是企业家精英阶层崛起的年代。但是，有些人受到轻“商”的古训影响颇深，对企业家的社会作用和巨大贡献缺乏理解，甚至“无奸不商”这种心态在困扰着他们。中国有几千年的封建传统，而轻商、抑商

便是其中一种主要表现。翻开历史典籍，到处可以看到谈“利”色变的说教，把“利”与“耻”与“臭”联系起来。中国亚圣孟子“君子喻于义，‘小人’喻于利”是这种说教的典型“古训”。因此，历来把商视为各业之末，成为“下九流”。这种重义轻利的思想一直延至今日，成为人们从事商业工作的一大障碍。就以“下海”一词含有贬义来说吧。“下海”含有‘不守本份’之嫌。公务人员“下海”，不少人只是迫于生计，“下海”与“捞钱”划成等号。近年来，有些人，甚至社会上把发财致富者上百万元户称为“大款”、“大腕”，其背后均带有贬义。实际上，这些现象都是传统的封建的“无商不奸”的思想观念的影响。其实，“无商不奸”者有之，“无商不精”者亦之。吕不韦是前者的代表，范蠡是后者的代表。

吕不韦原为卫国商人，善于投机取巧，成为战国时的有名大贾。但他仍贪婪地寻机发大财，吕父也是商人，一日吕不韦问其父：“种庄稼一年可得几倍利？”其父说：“好年景十倍”。吕又问：“贩珍珠宝玉之类呢？”父答：“多的可几十倍，乃至百倍，但风险大。”吕最后问：“若拥立一个国君能得多少利？”其父略以沉思说：“一本万利，但风险更大啊！”吕不韦说：“只要利高，宁可铤而走险。”吕不韦在请教其父之前已经物色到猎物——秦昭王孙子、秦太子安国君的儿子被送到赵国做人质的异人，认为他“奇货可居”，下了“赌注。”对身处逆境的异人，热情招待，慷慨解囊。异人感激涕零，对吕说：“我继承王位后，把半个秦国封给你。”公元前 250 年异人（后改名子楚）继位，是为秦庄襄王，吕不韦当上了丞相。三年后（公元前 247 年）秦庄襄王病死，拥立 13 岁的秦王政继位，吕不韦仍把持大权，以秦王“仲父”自居，横行于朝中、宫中。后终因作恶多端，秦始皇赐死

饮鸩而亡。吕不韦从投机经济进而投机政治，到头来命丧黄泉。

范蠡辅佐勾践 20 余年，终灭吴兴国。范蠡以为大名之下，难以久居，便激流勇退，乘舟沿海不辞而别，涉三江，入五湖，辗转来到齐国，变名更姓为鸱夷子皮，作起买卖来。由于经营有方，家产达数十万。齐国人知其理财有道，都拥戴他任宰相，他慨叹曰：“居家则致千金，居官则至卿相，这是一般人的极致，久受这样的尊名，不是什么好事。”于是他交还相印，将资财分给亲友邻里，自己只带少量珠宝离开齐都而选择了陶地定居。陶居天下之中心，四通八达便于经营，不久，又积聚资财巨万，成为天下首富，号称陶朱公。陶朱公名传后世，不仅因为他有经商致富的“积贮之理”，更难能可贵的是他“三致千金”之后慷慨解囊，周济贫困的乡党故旧，用现在的话说是“致富不忘故里人。”司马迁在《史记》中赞他为“富好行其德者”，实是中肯的评语。那范蠡则可称为“良商”或“忠商”了。“奸商落个千古骂名，“良商”获得的历代传诵的美名。

我国正处在经济转型期，各种法规还不够完善的情况下，奸商大有增多之势，大者如让几十万人上当的十亿元诈骗案，恶者如高价卖假药而导致的人命案。至于假冒伪劣、欺行霸市、坑蒙拐骗，等等，何止“五毒？”破坏经济秩序、社会资源，损害国家和人民利益。奸商从古至今都是社会的蛆虫，癌瘤，必须打击和割除，以法严惩。改革开放推行社会主义市场经济体制以来，“良商”、“贤商”也越来越多起来，其中有港澳同胞富商，他们为中华的经济腾飞、改革贫困地区而捐款投资，如霍英东游泳馆的建立，李嘉诚汕头大学的创建，海外许多“良商”对“希望工程”的资助，当然国内企业家慷慨解囊资助之举屡

见不鲜,有越来越多之势。

社会主义市场经济要求,“奸商必除,贤商必有”。社会主义市场经济最需要的是大批勇于奋进、善于开拓的人,这就是企业家。作为企业家本人更应树立新的观念和新的意识,如竞争意识、开放意识、平等观念、效益观念,尤其牢牢树立“科技是第一生产力”的观念,把自己塑造成对社会有巨大贡献的商界精英,这样就会时时处处勉励自我,鞭策自我。按照西方人的说法,“商人”大多集政治家、科学家、冒险家与实践家等优秀品质于一身。这种要求虽然是理想化了的,但它可作为我们每个有作为的企业家的参照系。战国商人白圭用反面的议论道出商人应具有素质,他说:“智不足与权变,勇不足以决断,仁不能以取予,强不能有所守”。(大意是:智慧不足去应付形势的变化,勇敢不足去果断判决,仁德不足去收购抛案,强力不足去坚持屯积)白圭的用人标准智、勇、仁、强,同孙武讲的用将标准智、信、仁、勇、严何等相似。白圭是从经商实践中再参照孙武从军事实践中的用将标准提出来的,正象白圭自己讲的“我治生准于吴用兵。”

孙武在《计篇》中提出“五事”——道、天、地、将、法,是论述战事的总纲,“道”又是“五事”之首。顺理成章“道”亦是论将之前提,即“将者,智、信、仁、勇、严”被“道”所统辖,也就是说“道”是为将者必备的基本要求和根本条件。而智、信、仁、勇、严等则是“道”这一母系统的子系统。长期以来,由于曹操作孙子注时把“智、信、仁、勇、严”视为将之五德,延至今日。实际上,这是将之五种品质或素质,不是一般意义上的德才兼备中的“德”的含义。《孙子兵法》中没有“德”字出现,表示政治观念(含民与上同意)的“道”,则含有德才兼备中的“德”之含义,吴

起兵法中使用的“德”多是阐述孙武之“道”的，这说明“德”与“道”是相通的。本文议论的企业家之“将德”均属政治信念范畴的，并作为企业家应具备的根本条件或基本前提予以说明。再精明的企业家如果缺乏坚定的为国为民的信念，那也是不足取的，正象技术再好的飞机驾驶员偏离航向，甚至向相反的方向飞驰，其危害是不言而喻的，德者，才之帅也。全国优秀星火科技企业家王效全在回答“企业家应具备哪些基本条件”时说，至少要做到三点：首先，不能贪财，要有牺牲、奉献精神；其次，要效忠于企业，有强烈的敬业精神；最后，要不贪色，好多的企业垮了，都与贪色有关。他这样想的，也是这样做的。上任七年，率领自己的“队伍”，开拓进取，使产品实现了“三级跳”（从农到城——从内地到沿海——从国内到国际）战略构想，中国名酒史册上载上了他的名字。