

【市场经济尖锐话题丛书】

企业家

请听我

说

QIYEJIAQINGTINGWOSHUO



厉以宁
刘伟
潘志坚等
主编
顾问
著

QIYEJIAQINGTINGWOSHUO

中华工商联合出版社

市场经济尖锐话题丛书

企业家，请听我说

潘志坚 等著

中华工商联合出版社

责任编辑：蔡今

封面设计：红日文化

图书在版编目 (C I P) 数据

企业家, 请听我说/潘志坚等著. - 北京: 中华工商
联合出版社, 2000

(市场经济尖锐话题丛书/刘伟主编)

ISBN 7-80100-687-9

I. 企... II. 潘... III. 市场经济-影响-企业管理-
方法-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 67103 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编: 100027 电话: 64153909

北京市艺辉印刷有限公司印刷

新华书店总经销

850 × 1168 毫米 1/32 印张: 7.5 170 千字

2000 年 9 月 第 1 版 2000 年 9 月 第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

ISBN 7-80100-687-9/F · 245

全套: 98.00 元

本册: 14.00 元

市场经济尖锐话题丛书编委会

顾问：厉以宁

主编：刘 伟

副主编：陈子季 张岩森

常务副主编：刘在平 欧阳明

总策划：欧阳明

常务编委：江 咏 范继红 陈 健

编委：孙洪山 王连国 田仲杰

周永强 白丽萍 郭英丽

姜宏伟

本书撰稿人：潘志坚 程 虎 戴春平

常进雄 丰 雷 宋翰乙

彭俊明

丛书总序

在人类跨越 21 世纪门槛的时候，中国加入 WTO 的步伐也在加快。如果说走向深入的市场经济，每一步、每一个阶段都充满挑战的话，那么，这种挑战正在向着所有置身于市场经济中的人的内心逼近着、渗透着。

每一个中国人，无论你是经营者还是消费者，无论你是公民还是官员，无论你在吃官饭还是靠自己挣钱，无论你继续追求成功还是为生活而挣扎，无论你处于求生存、求自立、求开创、求发展的任何阶段，观望等待已经没有用，怨天尤人已经无意义。国家的、世界的变革与发展格局瞬息万变，政策与体制上的改革不断深入，你等什么？靠什么？——关键是你自己的心态、观念、思维方式与行为方式！在市场经济、世界一体化的浪潮中，你的抉择与调整，每一步都在接受检验与考察。

任何人都很有必要作出自己的回答：你是不是在和市场经济较劲？你是不是已经实际上落伍？你是不是已经陷入自己尚未意识到的潜在的危机？企业家群体的变化对社会和公民带来什么影响？中国企业家的定位与探索有什么特殊性？与世界接轨的含义和影响应当怎样对待？无法逃避的产权重组如何裂变着每个人的人格？为什么要冲出、打破形形色色人为的、客观的、历史的、现实的隐形墙？你是困窘被动还是积极主动？你是捉襟见肘还是游刃有余？……

中国的市场经济，犹如在险峻的大地上人工开凿的运河，河床尚未完全疏通。石破天惊决不能自然而然地带来纵深发展；初期效应的辉煌，20 多年的巨变，证明市场经济在中国有巨大的

2 市场经济尖锐话题丛书

生命力。但每一步现实中的问题更新颖尖锐。初期的抉择尚有历史的昭示、国际的压力、世界潮流的启迪，而如今每个人所遇到的问题则前无古人，旁无参照，后无标示。思想解放在理论上和政策上以至于体制上的种种表现，都无法取代观念上、思维方式上、行为方式上的更新与变革。在置身于深入的市场经济的具体生活、实践中，每个人看问题的视角和处理问题的态度方法，往往与市场经济的规律和要求相去甚远。与市场经济背道而驰的观念，在人们头脑中的渗透十分顽强，潜移默化地发挥着实际影响。

经济学——很可能是经济学的边缘地带或相关学科的互相渗透——的研究、观察、参与、发言，除了其自身思维逻辑、体系构造之外，其功能和魅力在于直接面向社会需求。她应当在两个方向上发挥自己的作用：一是对于决策的影响，二是对于观念的影响。前者更多地针对权力和体制；后者更多地面向观念 and 大众。就前者而言，文章著述是比较多的，而后者就显得很薄弱。

我们欣喜地看到，一批颇有造诣的中青年学者聚集起来，精心地策划、撰写了《市场经济尖锐话题丛书》。他们以特有的敏锐、勇气和责任感，将理论界最新的、东西合璧的方法论和思想结晶与市场经济中最动态的社会现实结合起来，思维是严谨开放的，角度是新颖独到的，信息是充分翔实的，笔触是生动通俗的。我们不敢说这套书中所提出的问题、表述的观点都准确无误，但其中的确注入了具有相当水准的理性和自觉，其社会价值和可读性是值得肯定的，相信会给读者带来有益的启发，引起广泛的关注和喜爱。

在各种各样的“浪潮”、冲击、变化中，多一分清醒、多一分理性、多一分自觉，就多一分成功的机遇和胜算。在市场经济越来越接近她的本质内涵的时候，让我们每一个人也越来越成为当之无愧的市场经济中的主体。

引 子

当今的时代是一个呼唤企业家的时代。

君不见中国到处都在如此这般地谈论：经济学家指出，建立市场经济体制必须造就一个企业家阶层；政府官员陈言，搞好国有企业，关键是要选好企业领导；村民们述说，俺们屯富起来了，靠的是有一个有本事的带头人；职工们议论，咱们厂亏损就是因为头儿腐败；年轻人嘀咕，给别人打工真没劲，过两年我要自己当老板……凡此种种，都明白无误地表明，企业家在当前的社会里、在人们的心目中，占据着怎样重要的地位。

当前，企业家的名头似乎叫得越来越响了。它在人们嘴上时髦的字眼，在各色报刊上是出现频繁的词汇，在某些场合当作头衔来使用，在某一类人眼睛里成为身份的象征。虽然可以说在每个人心目中有不止一个企业家形象，但究竟什么人才真正算得上企业家，企业家到底应该干什么，企业家精神又是什么？这些却是颇难回答的问题。

其实，企业家不是一个可以随便粘贴的标签，也不是一个人人都能担当的职位。确切地说，企业家是人类社会生产分工体系中的专门从事经济创新的一种职业。基于这个认识，可以说，企业家精神的本质就是进行经济创新。企业家精神是一种创新精神。

谈到创新，必须明确经济学上的创新与技术上的新发明不是一回事。一种新发明，只有当它被应用于经济活动时，才成为创新。发明家也不一定是创新者，只有敢于冒风险，把新发明引入经济活动的企业家才是创新者。在大经济学家熊彼特看来，所谓

2 企业家，请听我说

经济创新是指企业家对生产要素的新的结合。它包括以下五种情况：1. 引入一种新的产品或提供一种产品的新质量；2. 采用一种新的生产方法；3. 开辟一个新的市场；4. 获得一种原料或半成品的新的供给来源；5. 实行一种新的企业组织形式。可见，所谓经济创新，实际上分为三种形式，技术创新、市场创新、制度创新。纵观世界各国、各行业的企业家，他们的贡献虽然林林总总、各不相同，但都超不出熊彼特先生所划的范围。

人类每取得一个经济上实质的进步，都是有人从事创新的结果。经济创新最初是偶然间进行的，数量少、规模小，整个社会经济发展速度很慢。随着经济创新的速度不断加快，并逐渐经常化、制度化，就产生了专门从事经济创新的职业，企业家于是自然诞生了。最初的企业家本身就是资本家，伴随着西方“经理革命”的号角，白领阶层在 20 世纪上半叶也开始挤身于企业家的行列了。到了近二三十年，由于知识经济的发展，人力资本的地位日益重要。我们又看到了白手起家，靠知识和智慧自己创业的新型企业家。

今天的中国，企业家的称谓过于泛滥。现在有许多人，占着企业家的位置，却不干企业家应干的工作。企业家精神由于某些“企业家”的懈惰，而在他们身上委顿消逝。这些所谓的“企业家”的身份，是值得怀疑的。手中掌握了企业的管理大权，并不能直接表明他就是企业家；只有在社会经济活动中创造性地运用了这个权力，才能算得上真正企业家。具备了企业家精神的企业家才是合格的企业家。

从中国的现实来看，似是而非和似非而是的企业家都大有人在。有人说中国在改革开放之前，没有企业家，这是不公正的说法。在计划经济条件下，虽然没有企业家的称谓，但也有企业家的工作。计划体制中组织经济活动的职能在相当大的程度上由计划当局担当，企业是被动的。但不能因为企业的被动地位就断言

整个社会完全没有创造力。这种条件下，“经济创新”的活动一般不像市场经济条件下那样完全由企业领导来进行，而是在相当程度上由政府的计划部门来进行。政府官员和经济部门的干部，是实质上的企业家。他们的创造性活动，导致了我国经济建设事业的发展。

在建立社会主义市场经济的过程中，更多的企业家应运而生。但由于我国市场经济还不发达，市场制度还不完善，也就同时产生了许多似是而非的企业家。我们放眼看去，社会上常常可见各类“假企业家”的众生像。官员企业家、文人企业家、军官企业家、老好人企业家、骗子企业家、流氓企业家、狂人企业家、酒肉企业家、交际花企业家……，真是五花八门，无所不有。我们并不认为官员、文人、军官等等不能当企业家，我们想强调的是不能以官员、文人、军官等的心态和做派来当企业家。企业家就是企业家，他不等同于其他任何职业和社会角色。

我们衷心希望那些已经成为企业家和将要成为企业家的朋友们，克服种种浮躁心理，以平实敬业的精神，做好企业家的事情，扮演好企业家的角色，带领着劳工大众，健步走在新世纪。

目 录

引 子.....	(1)
佛前讲道：谈谈企业家理论.....	(1)
□ 企业家定位话虚实	(1)
• 何为企业家 • 话说企业家精神	
• 无须全知全能，也要德才兼备	
• 对内凝聚，对外感召 •	
□ 企业家制度评优劣	(13)
• 企业家当然需要激励 • 激励机制	
有误区 • 美国经理如何拿报酬 •	
想激励也不容易 • 爱护讲监督，保	
护要约束 • 激励约束两手硬 • 管	
理者的管理 • 呼唤企业家保障制度	
• 别光风吹雨打，还得提供摇篮 •	
□ 企业家市场探究竟	(44)
• 快马良驹市场上见 • 企业家市场	
的特殊构架 • 大有作为的企业家人	

2 企业家，请听我说

才市场 • 企业家市场的“场” • 高级人才，市场有序 • 高起点的市场，高水准的运作 •

煮酒论英：企业家素质杂谈 (54)

☐ 迎头罩来的知识经济 (55)

• 知识经济初露端倪 • 从环境特征到管理特色 •

☐ 知识、文凭与能力——企业家的自我修炼 (59)

• 知识与文凭 • MBA——重在底蕴 •

☐ 创新是生命的同义词 (66)

• 创新——制胜的关键，成功的法宝 • 海尔的创新之路 •

☐ 创新思维从哪里来 (73)

• 思维闪光，市场无疆 • 兴衰腾落，系于决策

☐ 你是一个心理成熟的企业家吗？ (77)

• 大将风度的心理支撑 • 处乱不惊的心理长城 •

闲话当炉：探讨企业家的共同课题 (82)

☐ 无法躲避的海外竞争 (83)

• 面对强者：你的优势在哪里？
• 产业整合：未来的必然选择 •

☐ 只能正视的兼并重组 (88)

• 国际兼并风起云涌 • 兼并——埋
在脚下的“定时炸弹”？ •

□ 必须驾驭的管理趋势	(93)
• 从效率、目标导向转向远景导向	
• 创新型管理 • “企业后重建”是一场管理革命 • 将全球战略纳入视野	
• 跨国多元文化管理 • 从物质主导到知识主导 • 从产品驱动到顾客驱动 • 从职能组织到机动组织 • 不重环保，谈何自保 •	
庭前说法：与企业家谈法律	(101)
□ 企业家，你早已闯入法律王国	(102)
□ 企业家之罪？	(103)
• 你是罪犯企业家吗？ •	
□ 法坛就在脚下	(113)
• 衙门面前该如何？ • 走近诉讼腿别软 •	
□ 与私法的不解之缘	(122)
• 民法知多少 •	
□ 与社会法的千般缠绕	(125)
• 企业家与反不正当竞争法 • 企业家与消费者权益保护法 • 企业家与产品质量法 • 企业家与劳动法 • 企业家与社会保障法 • 企业家与环境保护法 • 站直喽，法坛面前别趴下 •	
灯下漫语：对几个问题的长短闲话	(133)
□ 以用人之道纵横捭阖	(133)

4 企业家，请听我说

• 超前意识，勇于开拓 • 善于决策，努力拼搏 • 精于管理 • 知人善任 • 虚心学习 • 清正廉明 • 如何吸收人才 • 如何发展人才 • 如何激励人才 • 如何保留人才 • 来自联想的经验 •

□ 对品牌经营驾轻就熟 (146)

• 走出品牌“小人国” • 打响品牌靠战略 • 别光生“孩子”，还要育“英才” • 让名牌成长于好环境 •

□ 靠战略眼光牵云拨雾 (152)

• 战略制定有原则 • 多元化经营有陷阱 • 多元化战略的“歇菜”与“得手” • 韩国起亚集团——决策失误、扩张过度 • 瑞典沃尔沃——居安思危、未雨绸缪 •

冷眼看世：与企业家谈 WTO (167)

□ WTO 面面观 (167)

• 世贸组织的历史 • 世贸组织成员承担的权利和义务 • 世贸组织与发展中国家 • 世贸组织与中国 •

□ 强压逼近，焉知非福？ (171)

• 机遇真的让你眼红 • 危机真的让你心跳 • “最后通牒”——加快改革 • “别无选择”——制度创新 •

□ 贸易自由化姗姗而来 (177)

• 揭开贸易自由化的面纱 • 我国经

济的“穴位”与贸易自由化 • “外来和尚”也有局限性 •

说虚道实：关于企业和企业家的若干话题…………… (185)

□ 时代呼唤骄子——中国企业家 …………… (185)

• 国企解困——企业家驰骋的疆场

• 崛起一代骄子——企业家阶层 •

□ 阵容崛起之途——职业化 …………… (192)

• 既为企业家，就该职业化 • 经营

入股——企业家职业化的一个途径 •

□ 试试年薪制如何？ …………… (196)

• 如何给职业企业家定价 • 年薪制

实施冲着谁？ • 给年薪制“评功摆

好” • 为实施年薪制理顺关系 • 年

薪拉开档，高低凭考核 •

□ 拓建企业文化的芳园 …………… (211)

醍醐灌顶：人皆可为企业家…………… (222)

对于企业家来说，企业是什么？企业是他的归宿，是他向世人展示其价值的社会大舞台。创造最多的财富，让尽可能多的消费者乐于使用他的产品，为尽可能多的人才提供工作与快乐的机会，真正的企业家便是以这样的动机来设计自己的人生。

佛前讲道：谈谈企业家理论

我们先来介绍一下经济学家眼中的企业家，使大家一窥理论的玄妙和威仪。当年佛祖在菩提树下为大众说道解惑，我们则在这里斗胆略说企业家理论，与朋友们共同探讨，并不介意见笑于方家。

企业家理论探讨的内容包括企业家的性质和作用，企业家制度以及企业家市场等多方面的内容。应该说，企业家制度是市场经济体制的灵魂。

□ 企业家定位话虚实

1985年在瑞士达沃斯举行的世界经济变革问题讨论会上，与会专家一致认为：“世界正处于一个新时代的开端，这个新时代可称为企业家时代。”一眨眼，时间又过去了15年，在今天，我们越来越深切地体会到，企业家在经济中的作用越来越突出。但人们也许会问企业家是什么呢，什么样的人可称为企业家。

何为企业家

企业家是市场经济中一种活的资源，是能够配置其他资源的

2 企业家，请听我说

资源，能够活化其他资源的资源，企业家是市场经济体制的人格化的代表，对这一点，相信大家都没意见，但究竟什么样的人可算作企业家，对此，理论界有不同的论述。

最先对企业家做出描述的是法国经济学家让·萨伊。萨伊在《政治经济学概论》中指出，企业家是将劳动、资本、土地这三项生产要素结合起来进行生产的第四项生产要素。他认为：“把经济资源从生产率较低、产量较少的领域转到生产率较高、产量更大的领域的人，便是企业家”。随后马歇尔在其流传甚广的《经济学原理》中认为，在市场交易中，因买卖双方无法准确知道未来势况，所以在暂时的市场均衡背后，总孕育着潜在的不均衡。马歇尔指出，商人对消除这种不均衡起了特殊的作用，而所谓商人的作用，从一般的意义上讲，是说企业家。企业家真正的作用，就在于发现和消除经济中的不均衡现象。马歇尔的企业家形象产生于市场结构中，是作为中间人的商人式的企业家。

继马歇尔之后，奈特（F·Knight）、彭罗斯（E·Penrose）、莱本斯坦（H·Leibenstein）、柯斯纳（I·M·Kirzner）、卡森（M·Casson）也都从不同的侧面和角度论述过企业家理论。

奈特认为企业家是在高度不确定的经济环境中进行决策并承担决策风险的人，“其首要的问题或职能是决定干什么以及如何去干。”彭罗斯把发现企业生产机会的行为称为“企业家服务”，并认为企业家机能是有效组织企业内部资源的内在机能与使生产活动适应市场环境的外在机能的统一，其核心就是预见未来和发现生产机会。

莱本斯坦则从组织管理的视角界定企业家是克服组织“X—非效率”而使其达到组织潜在的可能效率的人。柯斯纳确信企业家是推动市场结构的主体，是“经济机会的发现者”，企业家的本质在于及时发现投入产出的相对关系中潜在的、尚未被利用的机会，并对其充分利用以创造利润。他强调，使企业家分离出

来的是他的“悟性”和“特殊知识”。

卡森则把这些企业家概念给予综合和扩展。他的定义是“企业家是善于对稀缺资源的协调利用作出明智决断的人”，强调企业家是一个“市场的制造者。”与这一理论方向相近，日本经济学家池本正纯指出，“所谓企业家，就是统筹、调整市场交易中已经发挥作用的领域与尚未发挥作用的领域之间的关系，就是通常所说的‘市场调节人’”。

说起企业家，不能不提到一个人，他就是著名经济学家熊彼特。与上述这些学者的研究视角不同，经济大师熊彼特笔下的企业家形象是超然于市场结构之上的，但熊彼特本人并未完全否定作为所谓“经济学大宪章”的一般均衡理论。他同样视一般均衡为常态（这与马歇尔视不均衡为常态正好相反）。他的企业家理论完全依据于自动的、非人格的、作为“反应装置”的市场均衡结构。而市场均衡结构却容不下具有某些创造性的主体。所以熊彼特说企业家是一般均衡的破坏者和经济增长的原动者，即企业家是外主于市场结构的。他在《经济发展理论》、《资本主义、社会主义、民主主义》中视企业家为创新者，即“企业家是有远见、有信心、有胆量、有组织能力的创新者”。“每一个人只有当他实际上‘实现新组合’时才是一个企业家；一旦当他建立起他的企业以后，也就是当他安定下来经营这个企业，就象其他的人经营他们的企业一样的时候，他就失去了这种资格”，并且“企业家的职能本身是不能继承的”。由此看来，熊彼特式的企业家绝不是一般的“经营者”。

马歇尔意义上和熊彼特意义上企业家的区别

根据上面的论述，我们知道，企业家的概念同社会分层的划分标准一样，并不存在一个统一的权威理论。但归纳起来，这些企业家理论主要分马歇尔流派与熊彼特流派，两者有相同的地方也有区别。二者本质性的区别在于，熊彼特的理论是用超越市场