

何阳的点子

何阳的点子

何阳的点子

何阳的点子

何阳的点子



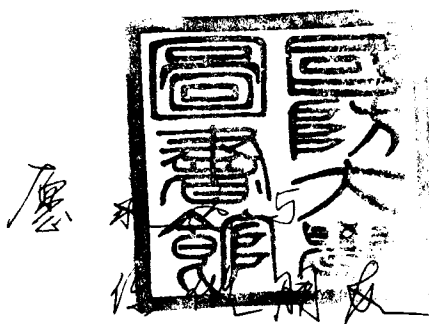
6-25/09



国防大学 2 060 1401 6

何 阳 著

何 阳 的 点 子



何 瑞 九三年四月

北京大学出版社

北 京

新登字(京)159号

封面题签 何 阳
漫画作者

版式设计 顾 越

书 名: 何阳的点子

著作责任者: 何 阳 著

标准书号: ISBN 7-301-02335-9/F · 0188

出 版 者: 北京大学出版社出版发行

地 址: 北京大学校内

邮 政 编 码: 100871

排 印 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店经售

版本记录: 787×1029毫米 32开本 7.5印张 137千字

1993年7月第一版 1993年7月第一次印刷

印数: 00001—50,000册

定 价: 5.80元



目 录

一个现代智多星的发迹史(代前言)	1
------------------------	---

何阳的点子

星期一用什么筷子	19
火腿的飞跃	22
24K 金叉	26
佛光普照	28
避孕泡泡糖	31
文化卫生纸	33
酒吧女的“贡献”	35
孙大圣与童鞋	37
油票的功能	39
一个馓点子	42



一句话值一百万	44
啤酒,啤酒!	46
护士万元户	48
我与海湾战争	51
包公的神威	53
金牌巧克力	55
神奇的钢笔	57
不粘锅与脚垫	60
让高速公路飞起来	62
魔术酒瓶	64
烟酒不分家	66
一代名饮在中国	68
一分钟订做蛋糕	71
时刻表与水杯	73
一句话值六百万	75
全天候手表	78
防性病浴液	80
硬币的启示	82
三秒钟的主意	84
一元早餐	86



“劳保”挂历	89
闪光的信箱	91
“静”酒不吃吃罚酒	94
电视机的新功能	96
长耳朵的眼镜	99
给姑娘和小伙子的发明	101
和总统照张像	103
把火锅点起来	105
办个中华大商场	108
合二为一的时装	110
借花献佛	113
中国人的面子	115
“无动于衷”的警察	117
创一个世界之最	119
争着付账的中国人	121
只要装得下,就能提得起	123
“雷锋”广告	125
方便纱窗	127
给出点子人的点子	129
一个大点子	131



何阳文章选

多说为佳	137
不见棺材别掉泪	139
难忘的一分钟	141
从小处做起	143
心有灵犀一点通	146
要学会肯定自己	148
真“经”不怕火炼	149
不蒸馒头争口气	152
我让市场重奖我	155
科技人员要敢于脱颖而“富”	160
童年在江城	163
访美随感	166

报刊评介

何阳卖“点子”赚了 40 万	181
点子走俏说明了什么	183
何阳效应的启示	185
涌动的渴望	192



智慧“上市”——“点子”值大钱	195
点子：商品家族新成员	204
让“点子”大胆走向市场	208
何阳的智慧	210
星期一，用什么筷子？	214
寻找自己的位置——何阳其人	217
后 记	227



一个现代智多星的发迹史(代前言)

张修智

1992年7月29日,地中海之畔的巴塞罗那鼙鼓正急。奥运会开赛仅仅三天,中国运动员便有五金七银的进帐。于是举国若狂,奥运话题横扫办公室、餐桌、公共汽车……首都各大报的笔杆子们手中的一支笔更如注入兴奋剂一般,舌吐莲花,纵横捭阖,一时间奥运新闻独占了报纸的头版头条。

然而这一天,在中国新闻界向以勇于弄潮著称的《中国青年报》却别出心裁,头版头条赫然蹿出一条独家新闻,题为:“何阳卖主意,赚钱40万”。消息称:“思想、策划、主意也能卖钱。北京一位名叫何阳的发明家光靠给企业出谋划策,赚了40万元。何阳创办的和洋民用新技术研究所,目前已获中国专利20余项,技术转让总收入100多万元……”醒目的编排处理,被报道者的独特致富方式,加上那几组令人浮想连翩的数字,足以造成一种冲击力,在奥运话题之外形成一股舆论热流。



最津津乐道的是清贫的知识分子们。何阳的知识分子背景使他们深受鼓舞——或许，这是一个预兆，知识分子的狂欢节终于降临这片大陆，知识分子的钱袋不会再那么干瘪了？

92岁末，35岁的何阳开着自己的小车，把笔者拉到北京最豪华的五星级宾馆贵宾楼饭店。窗外，长安街华灯初放，车流滚滚；厅内，珠光宝气，人语款款，若有若无的音乐和笑意盈盈的服务小姐不时飘来掠去。瘦瘦长长、一副书生模样的何阳把玩着手中最新一代的“大哥大”，慨然说：“我成为百万富翁是一个信号，它说明，在中国已具备这样的条件，即知识分子可以凭借自己的智慧赚大钱了。假如中国知识分子的50%能像我这样，敢坐进这么豪华的宾馆，有自己的小汽车、‘大哥大’，你说，咱们国家不就太有戏了吗？”

暮色一层一层加深，豪华大厅中的一切变得迷离朦胧，然而在深入的交谈中，何阳的形象却愈发明晰了。

这不是一个简单的发迹者的故事，何阳的成功，是中国社会深刻变革的生动注脚，是知识分子的启蒙教课书。

撕掉文凭，纵身入“海”

1988年，何阳辞职了。他撕掉了那曾经使他自豪的大学文凭，怀着几许“壮士一去不复还”的悲壮，纵身跃入“海”中。当时，他是北京市化工系统第一个砸掉自己“铁饭碗”的人，他



的辞职证明书上写着：001 号。

旧体制下是没有任何吸引力了，脑体倒挂长期得不到解决的现实使他意识到：不能再等了，再等下去只能是生命的无谓浪费，与其抱怨，坐等，不如自己去趟条路来。

一件事刺激了何阳，促使他迅速离开了旧体制尚不乏余温的襁褓。

那是 1987 年，他和母亲走进一家门面稍好的饭店。坐下来后，服务小姐送来了菜单。看着那菜单上密密麻麻的价格，何阳血往上涌：竟没有一个便宜的菜！吃还是不吃？吃，一个月的收入就没了；不吃，抬起腿来就走，这么大的人脸往哪儿放？

那种窘迫、难堪和被灼伤的感觉，永远地烙在了何阳的心上。作为男子汉大丈夫，他感到无地自容。

事后，何阳百思难解：母亲是一个工作了一辈子的药剂师，我是一个念了十几年书的人，为什么我们俩竟点不起几个贵菜呢？

何阳当时还想不出答案。他只知道，至少近期内“大锅饭”体制是不会给自己什么希望的。于是，他萌生破釜沉舟、壮士断臂的念头了。

首先面对的是母亲的泪眼和周围人的不理解。母亲声泪俱下：“培养你这么多年，就为了这张大学文凭，为了成为国家干部，这下可好，成了高级待业青年了。”



何阳无语。他也不知道未来等待他的是什么。因此，他不想对母亲作空洞的安慰。对任何人来说，成功和惨败都以均等的机会在前方恭候着，他明白这一点，他渴望辉煌，也做好了惨败的准备。

带着单位发给的 280 元辞职补助，何阳来到街道办事处。当时还没有人才交流中心，档案只能转到街道。当时，只有劳改释放人员和残疾人的档案才放在街道。了解到这个情况，何阳心中陡生一种悲壮感，他知道，从此他再也不能转过身来了，只有义无反顾地往前冲杀。

究竟要干什么，何阳心中已经有谱了。他要办一个民用新技术研究所。中国的民用品粗糙、简陋已是尽人皆知的事实，就拿台灯来说，你去商店看看，柜台上货倒不少，但真正精美的却是凤毛麟角。何阳隐约感到，这是一片可以施展拳脚的天地。上中学时，他便热衷于小发明，又正好是兴趣所在。

研究所的诞生，如同一个生命的孕育过程，充满艰辛与磨难。做好充分心理准备的何阳，也没料到会有那么多障碍、那么多似是而非、莫名其妙的东西横亘在自己面前。

是障碍就得一一翻越。障碍不是幽默，不是相声中善意的“包袱”，逗你一会儿就抖开。中国人对付障碍的传统办法是忍耐、乞求与等候“青天”的降临。何阳反其道而行，他崇尚交锋与机智的迂回。

需要 8 个证明，他一一跑齐了。8 个证明中他就发现了政



策中太多自相矛盾的东西。比方说,从上到下都赞美“白手起家”,但你办企业时却必须要拥有10万元资金的资金证明,拥有100平米场地的场地证明。有了这些东西还需要你创业吗?

办研究所需有3千元注册资金,砸锅卖铁何阳也拿不出这笔钱。幸亏有可以用复印件的说法,何阳找到一个要结婚的亲戚,让这位亲戚用结婚的钱到银行以何阳的名义存入,然后复印一份证明拿到工商局,资金问题就算解决了。

可是有关部门却不准何阳叫研究所。理由是:没有个人办研究所的先例。

何阳问:我有一个表妹,想自己办一个托儿所,不知可不可以。

答曰:可以。

何阳再问:那为什么不允许办研究所呢?

对方拍脑门:是呀!

最终,“先例”观念还是占了上风。给何阳批了一个“研究室”。何阳不服,悄悄地把“室”字涂掉,改成了“所”字。

书生干企业有书生的优势,那就是注重基本的东西。经过调查,何阳决定以自己的名字来为研究所命名。这样做有四个好处:一是不容易更换法人;二是责任心强,谁不想让自己名垂青史呢?三是易于保持高昂的创业情绪;四是在注册时不容易出现重复。比如国内用“长城”为产品名字的就有电烙铁、计算机、风雨衣等一大堆,造成互相干扰。用名字为企业、产品命

名还可以避免双重宣传。天津自行车厂生产的自行车却叫“飞鸽”，北京双合盛啤酒厂生产的啤酒偏偏叫“五星”牌，企业树立形象时必须既宣传厂家又同时宣传产品名称，这是一种不经济行为。甚至连繁、简字的统一，何阳都想到了。创业之初因一个细节没想到，日后不得不用百万、千万元去补救的教训，经济生活中并不少见。何阳做事，非常讲究基础的扎实稳固。

然而，那个“先例”观念又来拦路了。不准何阳以自己的名字做研究所的名称，理由古老而简单：没文件规定可以这么做。无奈，何阳只好以自己名字的谐音来命名。

没有鞭炮，没人剪彩，也没有人来祝贺，1988年，北京甘家口的一条小巷里，“和洋民用新技术研究所”悄然降生在这个没有给她准备太多热情的世界上。

书生从商 历经沧桑

创业之初，何阳没看到辉煌。有的，只是不断叩门的打击与失望。

他要在《北京晚报》登招聘人的广告，需要人才交流中心批准。去那儿一问，答复是个体不给登。一急之下何阳满街去张贴招聘广告。

上午贴的，下午便来了几个人。当时还在地下室，光线不



是很明朗。影影绰绰中数清了是4个，不禁心中一喜。

这点喜悦转眼间便被击碎了。原来，4个人是市容检查队的！一开口叫何阳心头冰凉：一张招贴罚款一块！

何阳不甘心认罚，他也没实力去认罚。唯一能做的是用一张嘴去“感化”威严的执法者。他讲办一个研究所如何费尽千辛万苦，讲自己磨破脚板费尽唇舌才弄来这么一块牌子。当他指指沙发上的沙发巾，告诉对方自己为了节省几块钱，宁可把一块大的沙发巾剪成6块，也不去买小沙发巾时，四张相当原则的脸才露出点笑意。

何阳足足讲了两个小时。4个人终于被感动了，决定不罚他。

后来，何阳总结出一条：知识分子办企业一定要说，要打破中国人少说为佳 of 处世哲学。从此他非常注重口才训练。如今的何阳，一口气说4个小时不打草稿像玩儿似的。

最要命的是没客户。他发明的一些小民品没人敢要，谁也不肯轻易去相信一个个体户的技术。所以开业半年，硬是一点收入没有。几个志同道合者沉不住气了，相继跟他拜拜了。何阳没挽留，然而心头的悲怆却汹涌如潮。

有的厂家看中了他的技术，合同都签了，要盖章时又不干了，说：“小何呀，不是你的技术不好，您这章我们回去怎么交待呀！”原来，何阳的研究所的章上有这样七个字：北京市个体经营。是这七个字把人家吓跑了。



何阳啼笑皆非。他不理解为什么国家政策与舆论中提倡扶植的个体与私营企业，人们在观念上竟如此把它视为洪水猛兽；他更无法理解为什么“名份”就那么不可逾越，以致于让它遮住了一切活生生的东西。

带着难以排遣的郁闷与焦灼，他来到南方，为的是开心开眼界。南方的改革气氛使他振奋。这里根本不分企业的所有制性质，企业一律站在公平的起点上竞争。楼上是企业，楼下就是家。企业家如鱼得水的创业环境叫何阳羡慕不止。

回到北京，他冒死刻了一个章：北京市和洋民用新技术研究所。“逼得没辙了”，后来何阳这样回忆说。

马上发生戏剧性的转折。还是同样的技术，同样的客户，就因为换了一个章，何阳的技术有人买了。第一笔转让的技术是餐巾纸，与一般餐巾纸不同，何阳设计的餐巾纸是化纤做成的，上面有酒精，具有消毒功能。更能方便顾客使用。

转让费是 3000 元人民币。今天看来这个数目太微薄了，然而当时却使何阳兴奋不已。用这点钱，他简单地装潢了一下门面，买了一台打字机。此后，又陆续地卖出去一些民用新技术，何阳居然可以靠发明生存了。

今天的何阳不讳言自己当初的“小家子气”。原打算挣到 10 万就不干了，存到银行吃利息。可真的挣到 10 万时，比他的腰包鼓起来更快的是他的眼界，他想：我的事业应该搞大。

他开始想到利用现代传媒树立形象，于是在报纸上做广

告。通过专利局取得专利，获得权威机构的认可。一些展览会的评奖，何阳也不放过。他知道，有名才有利。

他还大胆地采用了一般发明人不敢采用的手段。对几个知名度很高的企业，他聪明地让人家使用他的发明而分文不取，这样的条件企业当然有“不妨一试”的愿望。表面上看吃亏了，其实不然。

何阳得到的是无形的财富。这无形迟早要通过有形表现出来。这笔无形的财富就是“身价”——知名度。他把与这些知名企业往来的合同、文件摆在不了解他的客户面前，那效应不难想象。

人性的弱点之一就是势利，多少新发现、新发明、新面孔、新思想就因藉藉无名而横遭冷落乃至扼杀。洞悉此点，何阳想尽办法“出名”，竭力把“何阳”这个符号输入更多人的大脑之中。

他会微雕，一个小小的领带夹他能刻上千字长的文章，布局美观，所刻之字一点也不变形。北京企业家协会成立一周年时，在北京饭店聚会。何阳闻讯赶来，免费给大公司的总裁们每人赠送一枚自己刻的微雕印章，上面刻着诸如《岳阳楼记》之类的古代散文名篇。亚运会上，他的微雕成了送给外宾的小礼品。

可是，当他发现别人把他当成刻章匠的时候，才意识到有点做过头了，于是马上决定洗手不干。

