

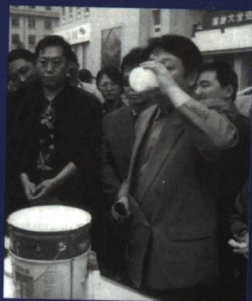
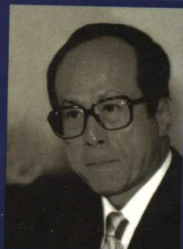
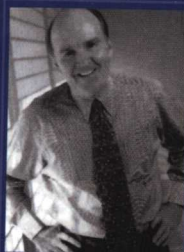
The Might of Capital

资本的主张

亚、欧、美中小企业成功典范

企业界而言，对于众多中小企业主而言，这是一本开启“天眼”的书：做大，做强，资本无所不能

咎爱宗 宋广辉 著



当代中国 出版社

资本的主张

亚、欧、美中小企业成功典范

打开本书,亲爱的读者您会发现您与他们拥有同样的梦想
当你面对资本时,你会发现财富的基本基因与膨胀的脉络所在,
随之相信你的世界变大了。

打造智慧产业关键在行动/只有破译中小企业成功之谜才能搏取财富
管爱宗 宋广辉/著

图书在版编目(CIP)数据

资本的主张:亚、欧、美中小企业成功典范/咎爱宗, 宋广辉著. - 北京:当代中国出版社. 2002. 01

ISBN 7-80170-080-5

I. 资… II. ①咎…②宋… III. 中小企业-企业管理-经验-世界 IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 090069 号

版权所有 不得翻印

资本的主张:亚、欧、美中小企业成功典范

作者:咎爱宗,宋广辉

责任编辑:刘小晖

当代中国出版社 出版发行

地址:北京地安门西大街旌勇里 8 号

邮编:100009

经销:全国新华书店经销

印刷:杭州大众美术印刷厂

出版日期:2002 年 3 月第一版 2002 年 3 月第一次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32

印张:7.5 插页:2

字数:180 千字

印数:6000 册

书号:ISBN7-80170-080-5/F·18

定价:22.80 元

目 录

卷首语:资本的主张和富亚的一夜成名 /1

“凯西定律”的背面 /3

“如果事物可能向好的方向发展,它一定会这样。”

这是从商 55 年,曾出任美洲航空公司 CEO 和美国邮政部长的艾尔·凯西总结的著名的“凯西定律”,正好与闻名美国的另一个著名的“墨非定律”相反。墨非说,如果事物可能向坏的方向发展,它的结果注定是坏的。本书当然倾向于前者,并认为前者让人无法回避……

丰富的想象力 /5

想象力是一种新的获得财富的驱动力。要知道,世界五百强,又有哪一家不是由小企业变成大企业的呢?谁又能从娘胎里一出来就成为巨人呢?著名的美国通用汽车公司、福特汽车等企业靠出色的经营业绩证明,大企业的前身就是小企业,小企业的未来就是大企业,任何企业都是以赢利为目的的,大小企业一视同仁,小企业更加可贵的就是具有丰富的想象力,把企业做大,把利润做大。总经理张开大嘴:喝涂料的“富亚”赢了 /8

高呼“赢了”的不只是日本、美国、意大利等国家的知名洋品牌,还有中国土生土长的“中国人自己的品牌”,富

亚就是其中比较杰出的一个，“富亚赢了”就是一个成功的实例。

创业者的创新与企业人力资源 /11

盖茨的想象力，就像爱迪生对电灯的想象力一样，是对人类发现更多“光明前景”的一大贡献，盖茨这样的企业家是杰出的富有想象力的天才。

盖茨十九岁创业，在三十一岁的时候就成了亿万富翁。这个年龄做出如此不简单的事情，没有高度发达的想象力简直是不可能的。

左右世界潮流的企业竞争力 /14

科技是第一生产力，人才是关键的生产力。没有资本，没有人才，企业难以谈得上发展，产品的竞争力、资本丰富的想象力难以付诸现实，企业的未来更是难以把握。

推荐文选：

判断有价值的项目 /17

第一章 总经理喝涂料：一场资本运动 /19

创业者有什么样的创业自由 /21

福特不是汽车的发明者，而现在他创下的事业规模已经超过了戴姆勒和奔驰先生的汽车公司；瑞克罗不是煎烤档的发明人，但从美洲大陆到南非、遥远的中国西部，都有金色的大“M”字样在阳光下闪闪发光……

“涂料不是饮料” /26

涂料不是饮料，这道理谁都明白，此事之前，尚未听说过世界上有什么人喝过涂料。不料，蒋和平此举招来了一大堆麻烦和 400% 的销量——

推荐文选:

一、倾听内部的创意 /37

二、5个赚钱的自我激励“黄金”步骤 /37

第二章 蛋糕:越切越大 /39

企业的对手与朋友 /41

蒋和平敏锐地看到,先要弄清什么样的企业才是优秀的企业,然后就去做什么样的企业。思考这个问题,在计划经济时代是行不行的事情,而在市场经济时代都是做不做的问题,市场经济条件下,只有做才有可能成功,不然,连成功的可能性都谈不上——

加入狼群,自己也成了狼 /43

中国在2001年底如期加入WTO之后,不少行业的保护壁垒将被无情地拆除,中国的中小企业仿佛一只只小船被抛到百舸争流的市场上,而它们面临的却是国外大企业的“航母”战斗群。实力的较量注定会淘汰弱者,只有不断充实自己壮大自己的企业才能获得一线生机。

超越改造 /48

世界上知名品牌大都被赋予鲜明的个性及理念,人们在消费产品的同时,在精神上也获得了超值享受。当青春活力的青年穿上耐克鞋后,他们身上每一个细胞都沉浸在“JUST DO IT(想做就做)”的激情和冲动中。总理蒋和平的仰脖一饮,富亚涂料在人们心目无毒无害的环保形象便开始确立了。

企业竞争定位与市场领导者秘诀 /58

企业面对这样的机遇,如果不能与国际接轨,不能打破洋垄断,就打造不出中国的世界500强来。

推荐文选:

一、他们很有钱 /62

二、我为什么非要买你的产品? /62

三、质量可使企业一荣俱荣,亦可使企业一损俱损 /63

四、钓鱼经济学 /63

第三章 企业发展战略:高起点,低门槛 /65

资本披上了绿色外衣 /67

当资本披上了绿色外衣,当环境(自然、社会、产业)赋予资本更强大的竞争力,维护一种制度下的正常交易是促进经济发展的不可缺少的重要因素

成功也是一种资本 /75

自从美国人尤伯罗斯将几乎没有人肯举办的 1984 年洛杉矶奥运会办成了一届赢利 2.25 亿美元的赚钱买卖后,举办奥运会一直是全球许多国家和地区的城市追求的目标。从此,奥运会也给“策划大师”发金牌。

信用是一种稳定而顽固的资本 /82

而在市场上,各种故意性的失信欺诈行为已经严重地影响了社会稳定,各种证券与期货诈骗以及利用互联网和电子商务进行的非法集资行为或者经济诈骗使大批中小投资者血本无归。而社会腐败大部分源于官员对于社会与公众的失信,必须强调信用资本。

推荐文选:

世界经济的转型 /86

第四章 创业:以人为本,人才即资本 /89

楷模的力量,人才的力量,资本的力量 /91

新创业者，一定要记住，永远不要坐着不动，不断改变自己，改变公司，是这个时代的两大挑战。GE 的韦尔奇可以花一天时间参观一个工厂，跳上一架飞机，小睡几个钟头，然后重新开始工作，他忠告，我们必须当场反应，不要事前反应……

运筹帷幄，策划人妙解锦囊 /99

当前中国企业界已经走入营销策划的时代。营销策划是市场竞争激烈化的产物。在商品凭票凭证供应的年代，市场商品供不应求，企业只要开动机器生产就够了，不必思考经营理念。90年代中后期，中国众多行业进入过剩时代，谁也跳不过营销策划这一关——

全力出击，寻找职业经理人 /105

韦尔奇说：“我认为成为一名优秀的管理者归根到底体现在我们的工作中。这就是我所说的施肥和浇水这样的事情，我们的工作就是要给员工浇水，让他们觉得自己非常棒，让他们成长。我认为一个领导人面临的最大挑战是如何激励员工。这些年来，如果说我有什么成功的地方，那就是我能激励员工，让他们实现他们的梦想，让他们寻找更好的设想。”

企业家的做大与做小 /112

成功人士多是抬高李嘉诚的能力和地位，研究过李嘉诚成长史的人不难看出，李嘉诚把自己做大，脱胎换骨成为大老板，还是因为他首先把第一桶金挖到手了，把小企业做好了，再加上一点点小市民执着的理想，大企业也就脱颖而出了。

中小企业做大的基础 /119

做企业，在资本领域，每一位闯入者必须要看清环

境再作投资。虽然创业并没有资格限制,任何年纪、背景的人,都可以创业,但是如果期望创业有成,则必须对创业有深入的了解,事前考虑各种要素,作好万全的准备……

经营资本就是经营自己 /123

“真正的商人要敢于拿妻子的结婚项链去抵押。”这句话是美国著名的商品经营家格林尼说的。

推荐文选:

行动力胜过计划 /127

第五章 轰动效应:成功案例推广与营销 /129

质疑西方营销方法 /131

海尔和摩托罗拉都是相当成功的企业,但他们所走的品牌之路迥然不同。就海尔来说,品牌就是一场大规模的促销运动——要让每个人都对海尔的名字琅琅上口;但对摩托罗拉而言,品牌是要在目标消费者心目中建立起认知价值和品牌偏好的一场战略运动。海尔运用的是战术,而摩托罗拉运用的则是战略。

经典回望:一时不是长远 /134

第一个吃螃蟹的顶多是匹夫之勇,而第一个卖螃蟹的才是智者。富亚的创意走了独木桥,总经理精神可嘉……

广告市场:轰动是靠不住的 /135

所以有人说,自进入过剩经济时代,则需要打造一个有品质才有市场的新时代。好广告是产品优势之一,而非全部优势。

是非成败的分界线 /138

广大的中小企业主应当清楚地看到：当消费者买不到商品时，有产品就有市场；当市场丰富而消费者不知如何选择时，有广告就有市场；而当消费者面对“过剩经济”时，有品质才有市场。

富亚终端形象：品牌忠诚度最关键 /140

经过这次新闻“事件”，蒋和平要重新认识自己的企业。现在老百姓就认“最先进的”和“最优秀的”，加入WTO以后更是如此。富亚不打算打什么“民族牌”一类的概念，今后必须扎扎实实做事：广告只是引导，品质最为关键。

成功案例的最佳注脚 /144

有了成功的第一次，还会有成功的无数次。富亚抓住了机会：2001年6月3日，北京昌平区举行了一次别开生面的选美大会，优胜者当场披红挂彩，出任富亚公司的产品形象大使。出人意料的是，走上舞台的形象大使们，不是美貌少女，更非明星大腕，而一群可爱的小猫、小狗。

推荐文选：

一、与狼共舞 /145

二、美国中小企业百年经营奇迹 /146

第六章 企业领袖们：自助者天助 /155

出了校门，当上老板 /158

实际上，这一代人应该被称为是具有创业精神的一代人。根据巴布森学院的一项调查，年龄在25—34岁的美国人中有近10%积极致力于创办自己的公司，至少是其他年龄段人的3倍。无疑，他们是看重结果的一代。

买塑料花起家的大老板 /160

庞大的塑胶花市场，为李嘉诚带来了数以千万港元计的利润，长江工业公司的塑胶花和李嘉诚本人也愈来愈受到塑胶界的注目。“长江”因此而成为世界上最大的塑胶花制造基地，而小老板出身的李嘉诚则被誉为“塑胶花大王”。

兴风作浪的老板吉诺·普洛奇 /165

一个人活在世界上，若不能兴个风作个浪，做点与众不同的事情，使别人刮目相看的话，他的日子一定会过得没意思透了。这不仅仅是豆芽大王吉诺·普洛奇的人生哲学，也是他做生意的主要动力。

现金危机磨练出来的融资精英 /171

路维格的许多公司和地产，只有他自己 是股东。他从来不必为了投资某事业而出让自己事业的任何股权。路维格不愿受一群股票拥有人左右。

耶鲁毕业的大老板 /176

威廉·宾顿这个本来赚到一百万美元就知足的人，没有想到把所有的注意力转到《百科全书》出版业，随之却拥有了一亿五千万美元资财。

这个投机行家正是老板本人 /180

一个人怎么样才会成功，这是很难分析的。但是，在贺希哈身上可以分析出一点因素，那就是他自己定的一个简单公式：时间，胆量和金钱。

在里维村造大厦的开发商 /183

几个世纪以来，营造商都是一栋一栋，慢吞吞地建房子。而现在突然间，出现了一个营造商，一下子就盖了整个村庄……

敢于硬碰硬的华尔街奇才 /186

纽约的一个股票经纪人说：“林恩非常具有竞争性。他是为了比赛而比赛的人，他几乎从来不喝酒，但我见过他为了跟人比赛而喝得大醉，他把做生意看成一种硬碰硬的体育竞赛。”

推销成功观念的老板 /190

聪明人脚下到处是发财的机会，格兰·透纳说，如果你有自己系鞋带的能力，你就有上天摘星的机会。

领薪水永远发不了大财，为什么不留意身边尚未开发的巨大资源……

聪明的老板，脚下处处是机会 /196

“牛肉饼大王”富·克洛的创业很有传奇性，它向人们证明：善于抓住机会的人最可能成功。这样的人独具慧眼，一桩买卖，一笔交易，一项工作，一顿饭，都不会轻易放过而不加利用。

可里蒙·斯通：“马上就做！” /200

为推销保险，斯通走进大楼。如果他被踢出来，他准备像当年卖报纸被踢出餐馆那样，再不折不挠地壮胆进去。但他没有被踢出来，每一间办公室，他都去了。他脑海里一直想着那句话：“马上就做！”每一次走到办公室空无收获的话，更担心到下一间办公室会碰到钉子。不过，他还是毫不犹豫地强迫自己走进下一间办公室。

推荐文选：

一、安利事业创始人理查·狄维士的自助者信条 /206

二、我们怎样做老板 /208

后记

资本的“加法” /211

迈入世界财富 500 强 /214

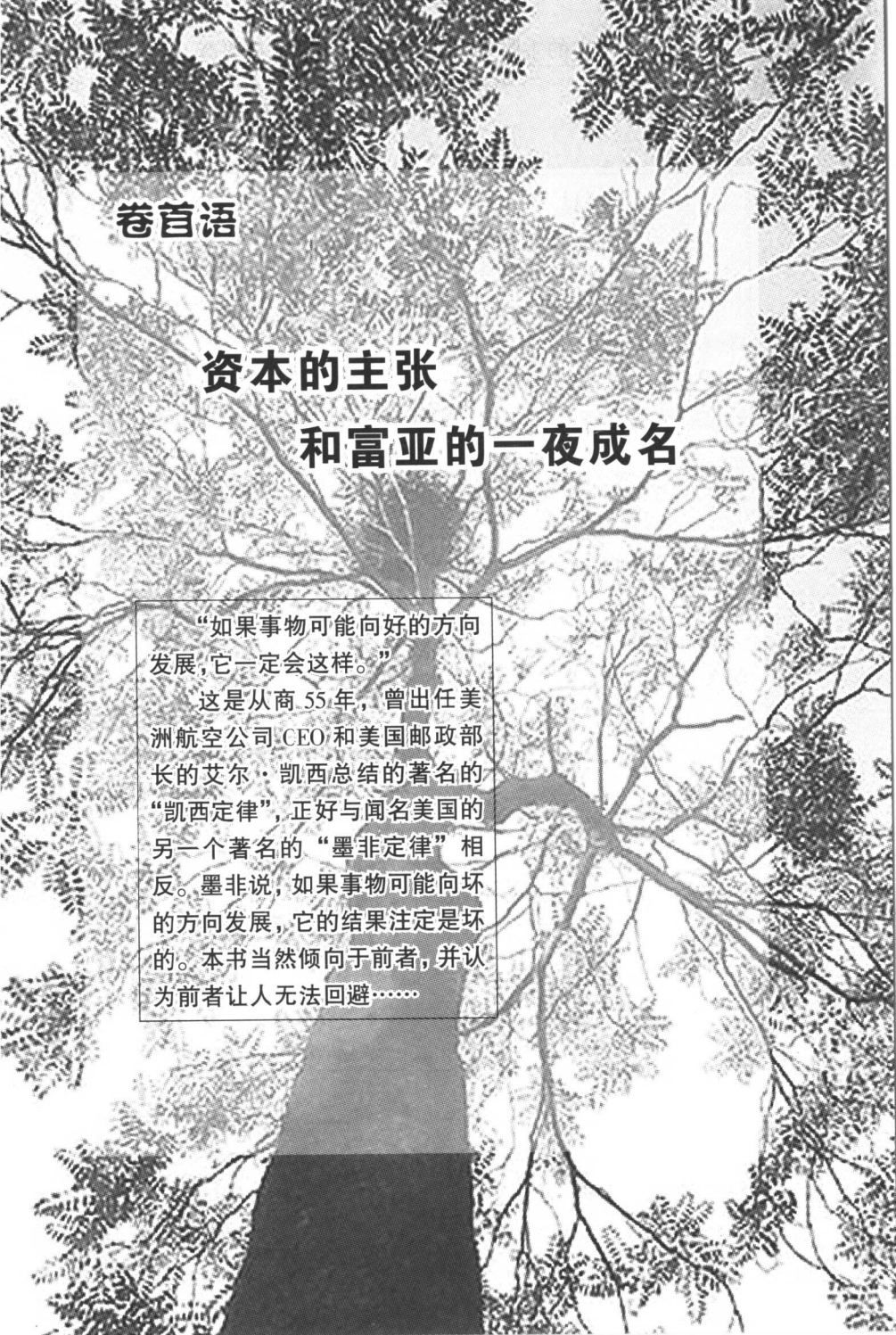
《财富》杂志公布,2000 年全球 500 强企业评选揭晓,9 家中国企业榜上有名,它们分别是:中国电信、中石化、中国电力、工商银行、中国银行、中化、农业银行、建设银行、中粮。当然,这个名单的权威不容质疑,但我们遗憾其中没有中国的知名私企。

WTO 时代的资本主张 /217

伟大的企业从来不是天生的,而是打造出来的。约翰·奈比斯特说过,当代亚洲的强大与崛起,必将造就一代企业巨人,他们是财富、成效、经济活力的真正创造者,他们将重塑现代人的灵魂,在唤醒个性意识,树立坚定信念和倡导苦干与献身精神方面,他们将以先趋者的姿态出现……

附录:

1. 《福布斯》评出全球最佳小公司(中国部分)
2. 《福布斯》评出 2001 年度全球富人 50 强
3. 《福布斯全球》2001 年中国内地首富企业家排行榜



卷首语

资本的主张 和富亚的一夜成名

“如果事物可能向好的方向发展,它一定会这样。”

这是从商 55 年,曾出任美洲航空公司 CEO 和美国邮政部长的艾尔·凯西总结的著名的“凯西定律”,正好与闻名美国的另一个著名的“墨非定律”相反。墨非说,如果事物可能向坏的方向发展,它的结果注定是坏的。本书当然倾向于前者,并认为前者让人无法回避……



箴言在线(1)

中国最缺的不是资金,而是人才、管理、技术。

——朱镕基 2001 年 9 月于南京世界华商大会

人才是资本,知识是资本,资金是资本,智力是资本,信息是资本,关系是资本,机遇是资本……在一个处处需要资本运作的时代,我们每一个优秀的企业人都不能少了资本的主张和自己与生俱来的资本家的想象力。

——简邦论坛

企业经营犹如应用软件,应用软件再好,计算机的操作系统不行,软件不仅在里面跑不动,而且严重的会死机。薄弱的管理基础是中国企业在进行转型时要特别注意的方面。

——联想集团总裁柳传志

短缺经济时代拍脑袋进行投资决策的做法一去不复返了,过剩时代的决策要靠理性判断。

——经济学家魏杰

一流的企业家应该精力充沛,善于鼓励别人,坚持把计划实施到底。未来,知识将不是最重要的,最重要的将是具有最新的创意。创意和智慧、资历、知识一样,同具有资本的属性。

——通用电气公司(GE)总裁韦尔奇

想象力是一种全新的获得财富的驱动力。

——简邦论坛

野外钓鱼与市场决策并非毫无关系。在孤独地等待大鱼上钩这一过程中,正是分析天气、研究鱼性的好时机。知此知彼,百战不殆。没有市场可以抢占市场,没有机会可以创造机会,所谓赢家通吃就是这个道理。

——富亚公司总裁蒋和平

“那是最美好的时代，那是最糟糕的时代；那是智慧的年头，那是愚昧的年头；那是信仰的时期，那是怀疑的时期；那是光明的季节，那是黑暗的季节；那是希望的春天，那是失望的冬天；我们全都在直奔天堂，我们全都在直奔相反的方向——简而言之，那时跟现在非常相像……”

“凯西定律”的背面

在《资本的主张——亚、欧、美中小企业成功典范》开篇，我引用英国大作家狄更斯在《双城记》卷首的话，意在揭示一个永恒的企业发展定律：如果事物可能向好的方向发展，它一定会这样。这就是美国人艾尔·凯西总结的著名的“凯西定律”，正好与闻名美国的另一个著名的“墨非定律”相反。墨非说，如果事物可能向坏的方面发展，它的结果注定是坏的。当然，我倾向于“凯西定律”。从商 55 年、曾出任美洲航空公司 CEO 和美国邮政部长的艾尔·凯西正是我们这个时代最杰出的商务人士之一，他善于接纳与承受各种挑战，无论是在个人领域还是在社会生活中。他最杰出的人生乐章就在出任时代明镜集团主席的时候奏响，他神话般地推动这样一家地处西海岸的私营小传媒公司，一跃成为一个多元化的国际媒体巨人：先在纳斯达克上市，之后转到纽约股票交易市场。在 1974 年的时候，凯西出任美洲航空公司的 CEO。自信的人不排斥任何挑战，他在任职的 11 年内使这家公司起死回生。20 世纪 80 年代，当美国储贷协会危机爆发时，凯西被



任命为解决信托公司的主席，避免了因银行遭遇大劫难而可能造成的行业系统的崩溃。凯西后来成为美国考克斯学院的荣誉教授，总结出“凯西定律”，可谓功成名就。

在 19 世纪的美国，一个人由一文不名而变成富翁大亨，已经不是绝对不可能的事了。安祖·卡耐基从苏格兰移民美国，抵达纽约的时候，口袋里还不到一块钱，后来创立了“美国钢铁公司”，成了千万富翁。约翰·洛克菲勒，这位石油大王创业前也不过是克里夫兰一家公司的一个不起眼的小伙子，薪水微不足道，三餐不继。约瑟夫·肯尼迪的父亲，由于爱尔兰发生了饥荒而移民到美国，在波士顿登陆的时候，肚子空空，身上也没有什么法宝，却靠自己双手的努力，使他家里变成了中产阶级，后来又看着他儿子成为拥有 4 亿美元的富翁。

现在，当代人就不能再度辉煌吗？或许机会就在眼前：一方面，我们面临的是前所未有的时代，却必须要接受眼前这样一个类似于 19 世纪伟大作家所描述的残酷、充满诱惑、富有挑战而又复杂的现实；另一方面，在眼下这个“圣洁与物欲共舞、财富与贫困同在”的时代，我们每一个有激情有理想有资本的创业者，都需要通过亲身遭遇的这个培养优秀人才的时代，发现与培养自己的智慧，摒弃与治疗自己的糟糕和愚昧，期待在现实中获得成功，创造财富，实现自我价值，以适合时代发展的需要。

身处我们这个时代，不难发现：这是一个靠智慧才能生存才能发展的时代，却不是一个等待与观望的时代。生存是容易的，不容易的是生存的质量与目的；等待与观望是容易的，不等待不观望却是不容易的。只是有的人等待和观望了一辈子，得到的只是等待和观望。从经营人生的角度说，从计算生命成本的角度说，生存是一种原始积累的状态，积极生存的任何结果都将是递增的，而等待和观望的结果却是赤字的积累，支出的是生命本身。同样是积累，