

企业家管理丛书

企业家

精神

丁栋虹◎编著

企业家是谁？从何而来？因何而来？要到哪里去？为何而去？

如果将企业家能力喻为“术”，则企业家精神应是“道”。道不通，则术不行。

企业并不仅仅是个**利润的实体**，它首先得是一个**精神的载体**。

清华大学出版社



企业家管理丛书

企业家 精神

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书从企业家精神的特质分析、国际比较、制度发展及实证演绎等四个角度，首创性地建构了企业家精神（Entrepreneurship）分析的完整体系。具体内容涉及道德价值、实业运营、创新能力与前向思维等企业家精神的特质分析，美国事业、欧洲文明、犹太文化及亚洲变革等国际企业家精神的实证分析，文化基因、教育方法、市场机制、企业制度等企业家精神的制度分析，红顶传统、华商管理、草根精神、网络趋势等中国企业家精神的演绎分析，全面揭示了企业家精神的思想与实践（国外与国内，历史、现状与趋势）。

本书在结构、内容与体例上，与学科发展、国际趋势、实践要求紧密结合，并进行了大胆的创新与突破。分析内容强调理论与实践的结合，注重方法、技术与经验的积累。本书直面现实，力图进行深层次的原因剖析，强调实证，致力于思想的启蒙。其内容阐述建立在丰富的文献及实证基础上，采用大量的专栏（包括专题分析与案例讨论）对分析进行深度支持，结合以学习目标的提示、极具思考价值的练习，以及创造性地提供章后的延伸阅读进行经典文献阅读指点，可读性、思考性、借鉴性强，能够实质性地启迪读者的思想方法、提升素质能力，是所有企业家或有志于成为企业家的人士，以及研究企业家或对企业家及其精神与事业关心的读者不可或缺的读本。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目（CIP）数据

企业家精神/丁栋虹编著. —北京：清华大学出版社，2010.1
（企业家管理丛书）

ISBN 978-7-302-20916-4

I. 企… II. 丁… III. 企业领导学 IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 163704 号

责任编辑：王 威 杜春杰 路 慧

封面设计：唐韵设计

版式设计：杨 洋

责任校对：姜 彦

责任印制：王秀菊

出版发行：清华大学出版社

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编：100084

社 总 机：010-62770175

邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者：北京四季青印刷厂

装 订 者：三河市李旗庄少明装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：185×260 印 张：38.5 字 数：887 千字

版 次：2010 年 1 月第 1 版 印 次：2010 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1~4000

定 价：52.80 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题，请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话：(010)62770177 转 3103 产品编号：019179-01

如果你爱他，让他成为企业家；
在缔造实业王国的创业征途上，
他将领略人生无与伦比的欢乐。

如果你恨他，让他成为企业家；
在承载企业成长的竞争搏击中，
他要遍尝人生真实惨烈的痛苦。

——作者自题

前言

企业家是谁？从何而来？因何而来？要到哪里去？为何而去？

本书是我主著的“企业家管理丛书”中的一本。为什么要建构“企业家管理学”研究体系，为什么要编着这套丛书呢？亨利·明茨伯格在他的《管理者而非 MBA》自序中的第一句话就说：我教过 15 年 MBA 课程，但我自己没有 MBA 学位。明茨伯格表示自己宁愿降低工资也不愿再讲 MBA 课程，因为他感到目前 MBA 课堂的教学与企业经理人的业务、能力要求存在着太多的脱节，而且在他的同行中，很多人也有这样的想法，认同此现象的人数之多令他吃惊。从此，他下决心要对课程进行改革，要为编写一本对成功经理人真正有用、能联系实际需要的教材作出努力。明茨伯格这句话也正是我的这种努力的出发点与长久坚持下来的驱动力。中国管理学教育的教师大多数没有经历纯正市场环境的熏陶，没有创业的实践及实际经验（无论成功还是失败），甚至没有经过管理学教育的系统训练——管理学本身诞生较迟，而引入中国的时间更为滞后，许多教师本身为其他专业，如经济学、心理学、数学等的治学背景，因此，通过系统的学习、实践考察及实证体验，分析与建构相应的研究及教育教材体系，对于提高管理学研究与教学的品质及效果，就显得弥足珍贵。

在整个企业家管理的教学体系中，本书占据了至高无上的地位^①。如果说，改革开放之初，中国人在精神上表现出巨大的欢腾、在实践中具有巨大冲劲儿的话，那么，在改革开放 30 多年后的今天，要概括大多数中国企业家生存与发展状况，最恰当的一个词是“迷惘”：30 多年的努力，至今还没有一家民营企业能够成功地进入世界 500 强的行列，全国还没有造就一位世界级的企业家大师，在经济、科技、教育等诸多重要行业，我国与发达国家仍存在差距。另一方面，发展还出现了许多意外的负面效果，如环境、能源、生态等，某些方面甚至可以以“危机”来后缀；同时，面对各种各样的危机与冲突，社会至今只有继发性的被动应对，仍然缺少防范性的主动纠治。在此背景下，中国企业家很容易在精神上严重虚置，在实践上很容易陷入盲区：依托无力、方向不明、目的不清。基于一个庞大的人口基数，高速发展中的经济、社会、资源与生态系统，以及转型国家的基础，这种以价值体系缺失所导致的方向“迷惘”感是一种巨大的危险，严峻地拷问着每一个企业家，身处这样一个时代，我们该如何进行价值体系的重构？

出版了《野蛮生长》的万通董事长冯仑说过：“出书就像生孩子，痛了就生了。”本书的“痛感”是十分深切的。撰写本书，有三种情感纠缠着我：迷惘、欣喜、沉重。

其一 是迷惘。要写好本书，我需要解决如下问题的困扰：现实迷雾、历史解答、认知瓶颈。

^① 参见本书“导论”中的有关阐述。

如何很好地理解现实，尤其是抛开主流大道，独辟蹊径，是需要勇气与付出代价的。而如何更好地回答历史疑难，则迫使我不断超越自我，需要以理性与科学为依据，以实证与发展为导师，超越自我已有的认知水平。所有这一切，都是一个基于迷惘而突破的过程。

其二是欣喜。在企业家精神的理性思考中，基于不断逼近某种真知、不断揭示了更大的真实、不断地澄清了认知的迷惘，我经常产生精神上的一种愉悦感。用顾准的话说：“一个人，用全部生命写出来的东西，并非无聊文人的无病呻吟，那应该是铭刻在脑袋中、溶化在血液里的东西。”

其三是沉重。思想的开始是怀疑，思想的终结是恐惧。从迷惘到明朗，会感受到现实与理性的巨大反差，自己既体味出历史的无情，也体味出现实的无奈。这本书前后写了四年，上述三种情感不断纠缠、折磨着我，直至今天。已经记不清自己其间搜集、阅读与研究了多少资料，为了一个结构、为了一个观点、为了一个分析思路上的突破，自己苦虑、兴奋，在夜半、在假日、在所有能够被挤榨的时间与空间范围内，包括在行走的单车上和漫步的公园河边。

企业家是任何一个民族最具智慧的群体。我经常告诫自己的研究生：要研究企业家，需要研究者拥有一流的智慧。在我致力开拓的企业家管理学研究领域，研究者只有在智力、素养、方法、能力乃至道德上超过研究对象（特别是作为“人”的研究对象“企业家”），才能透彻地研究“研究对象”，透视其光辉灿烂的一面，也能把握其显露乃至隐藏的围制其进一步成长的属于瓶颈的一面，如此才有可能引导研究对象走向进一步的提升与超越。而对于一个乐于庸常环境中成长起来的中国人来说，就首先需要进行一个自我超越意义上的学习。这本书的分析与写作带给我的经常就是精神上的冲击与思想上的启迪，源自于在书中提到的国外与国内许许多多伟大企业家的精神、思想、方法与实践。

本书的内容分析是直率的，在一片宽容渐长的背景下，希望获得人们的理解。借用林语堂先生在《吾国吾民》（*My Country and My People*）中的一段话：“我可以坦诚相见，我并不为我的国家感到惭愧。我可以把她的麻烦公之于世，因为我没有失去希望。中国比那些小小的爱国者要伟大得多，所以不需要他们来涂脂抹粉。她会再一次恢复平稳，她一直就是这样做的。”这种直率的分析很大程度上是基于对中华民族的爱，同时，它也是良知的需要，更是实践的需要。能力决定目标，精神决定目的，企业家要成就自己的事业，不仅需要能力，还需要软性力量，这就是企业家精神。从根本上来说，企业家能力只回答企业家应该如何做的问题，而并不回答企业家应该做什么的问题，后者是由企业家精神分析来回答的。也就是说，企业家能力不具有价值判断性，而企业家精神则提供了价值判断的依据。美国研究专家资中筠《冷眼向洋——百年风云启示录》一书中认为，历史上一切大国兴起，首先绝不仅是“船坚炮利”、“开疆拓土”，而是必须有优秀的人文传统。在这本书的分析与写作里，我似乎找到了一个人或者一个民族灵魂所应该藉以依托的精神基石，也就从本质上复原了企业家人性的灵魂，愿这种人文主义的企业家精神复原如作者书房窗外浩瀚的绿地一样，昭示给所有的读者一个清新而灿烂的远景！

很大程度上，本书是一本企业家精神文献学习与实践思考及归纳的笔记。我要感谢学习的所有文献及资料的作者，他们的思考、思想与劳动，是本书的基础；我要感谢古今中外的伟大企业家，本书稿的完成是建立在他们的实践与创造基础上的；感谢我的妻子马雪雁，甘于沉静的生活，分担繁杂的家务，同时对我的写作涉及的资料收集、内容分析、图表制作、文字表述

等，做了大量的辅助工作，陪伴我一路走过！本丛书的策划编辑与审稿人，对本书的定稿与出版也做出了实质性的贡献。基于分析与写作，我开设了“企业家精神与领导力”这门课程，直面企业家的人文精神、心智模式与商业伦理，以突破其领导力提升的瓶颈，受到学员们的热烈欢迎，其间的授课及与学员的互动，对本书的完成是一个巨大的促进。

我一直致力于本书内容与形式两个方面的不断完善，包括内容上的思想性、实证性和形式上的简洁性、可读性，提升读者的阅读品质。其内容阐述建立在丰富的文献及实证基础上，采用大量的专栏（包括专题分析与案例讨论）对分析进行深度支持，结合以学习目标的提示、极具思考价值的练习，以及创造性地提供章后的延伸阅读进行经典文献阅读指点。而形式上，在章节标题中放弃使用“第……章（节）”等数字性前缀；在专栏与案例的使用上，也放弃了编号，部分甚至直接放弃了题注，内容也不再作阴影化处理，而通过字体的变化及段落格式的调整体现差异；采用文献管理软件 Endnote，最大程度地将引用文献作章末处理，在尽可能完整注释的情况下，力求正文内容的清晰与流畅；在章节的名称等方面，尽可能概念化，结构上实现整齐一致；每章之后的思考练习题精炼成 10 项；每章之后的延伸阅读都维持在 10 本的定数（实际上可读的相关优秀文献当然不限于此数）。内容与形式两个方面的努力均力图增强本书的可读性、思考性、借鉴性，以期能够实质性地启迪读者的思想方法，提升素质能力。

我致力于将本书做成一个开放性的体系。热忱欢迎读者来信，告之本书的学习收获、阅读评论、教学反馈，提供本书进一步修改的各种建议，包括资料更新、文献补正、分析完善、文字与图表修正、补充实践问题与案例等，不一而足。也欢迎回馈书中思考练习的分析报告、延伸阅读的文献读后感，以及提供新的思考练习问题、添补或修正延伸阅读的书目。进行教材使用的教师将获赠教学投影（PowerPoint）、教学大纲、阅读文献等资料。欢迎个人或组织来信，就合作进行市场拓展、开设专业课程、举办学术讲座、发展实践培训、提供咨询与研究等一系列意向，进行协商^①。

谨以此书纪念我敬爱的父亲丁松泉，因着他的磨难、高尚与大爱！

丁栋虹

2009年8月10日

^①丁栋虹教授信箱：ddh188@gmail.com，MSN：ddh188@hotmail.com。

目 录

第 1 章 导论	1
精神特质	2
精神教育	16
精神研究	27
本章概要	34
思考练习	34
延伸阅读	36
参考文献	37

第一篇 特质分析

第 2 章 道德价值	42
领导能力	43
文化型构	50
管理方法	64
本章概要	71
思考练习	72
延伸阅读	72
参考文献	74
第 3 章 实业运营	76
价值创造	77
自律自强	90
精英管治	97
本章概要	105
思考练习	105
延伸阅读	105
参考文献	108
第 4 章 创新能力	109
创新意义	110
创新内涵	114

创新策略	120
能力基因	138
本章概要	152
思考练习	152
延伸阅读	153
参考文献	155
第5章 前向思维	156
目标远大	158
善走窄门	167
惧者生存	176
本章概要	189
思考练习	189
延伸阅读	190
参考文献	192

第二篇 国际比较

第6章 美国事业	194
人文环境	195
企业制度	215
社会伦理	228
本章概要	234
思考练习	235
延伸阅读	235
参考文献	237
第7章 欧洲文明	238
文化特质	239
教育制度	244
管理方法	254
自由扩张	261
本章概要	262
思考练习	262
延伸阅读	262
参考文献	264
第8章 犹太文化	265
精神起源	268
精神特质	271

精神培养	283
本章概要	289
思考练习	289
延伸阅读	289
参考文献	291
第 9 章 亚洲变革	292
文明西化	292
经济改革	304
本章概要	310
思考练习	310
延伸阅读	311
参考文献	313

第三篇 制度发展

第 10 章 文化基因	316
生命基因	317
制度基因	324
科学基因	333
本章概要	343
思考练习	343
延伸阅读	344
参考文献	346
第 11 章 教育方法	347
人本教育	348
专业教育	366
人文教育	378
本章概要	388
思考练习	388
延伸阅读	389
参考文献	391
第 12 章 市场机制	392
商务独立	394
竞争制度	405
有限政府	418
本章概要	437
思考练习	437

延伸阅读	438
参考文献	441
第 13 章 企业制度	443
价值机理	443
发展制度	455
管理应用	465
本章概要	472
思考练习	473
延伸阅读	473
参考文献	475
 第四篇 实证演绎 	
第 14 章 红顶传统	480
制度主体	481
产权界定	490
政治运营	497
本章概要	508
思考练习	508
延伸阅读	509
参考文献	511
第 15 章 华商管理	513
产业聚集	514
跨国公司	517
族群网络	521
运营理念	525
管理特质	531
本章概要	539
思考练习	539
延伸阅读	540
参考文献	542
第 16 章 草根精神	543
实用主义	545
文化失位	550
教育问题	557
本章概要	565
思考练习	565

延伸阅读	566
参考文献	567
第 17 章 网络趋势	569
技术创新	570
专家兴起	577
未知主导	589
本章概要	595
思考练习	595
延伸阅读	596
参考文献	598
教学评论	599

导 论

人类关系中的危机，在很大程度上是一种精神危机。

—— [英] 哈耶克^①

学习目的

- 了解企业家精神的内涵与特质；
- 透析企业家精神教育的背景、方法及其国内外的发展趋势；
- 把握企业家精神研究的方法导向。

企业家（Entrepreneur）是谁？为什么是他们？在大大小小的经济人物榜上，不同的选择标准像筛子一样寻找、发现企业家这个群体。人们无法用简单的词语来描绘企业家，但是如不描绘，就难以发现他们拥有的洞察力和某种把握世界商业的全新坐标体系的能力。现在，媒体和公众需要的是一种本质的视角，透过表面庞杂、细节琐碎的事物，抓住那些被历史重新定义和重新定义产业、商业历史的人物，因为唯有“人”才能激发想象和创造。

自然，企业家是个性不同的人，他们率领的公司也有不同的特征。但是从本质的角度出发，企业家作为一个群体，他们具有同一种气质；企业家不是一种职位或头衔，其实质是一种精神；企业家是参与企业的组织和管理的具有企业家精神（Entrepreneurship）的人。在《新教伦理与资本主义精神》中，韦伯指出：透过任何一项事业的表象，可以在其背后发现有一种无形的、支撑这一事业的^{时代精神}力量；这种以社会精神气质为表现的^{时代精神}，与特定社会的文化背景有着某种内在的渊源关系；在一定条件下，这种精神力量决定着这项事业的成败；资本主义的兴起源于将工作视为天职（Calling）的新教伦理精神。根据韦伯的假设，企业中的工人同样需要一种“文化”化了的道德理念的支持。

当代中国企业家最缺的不是能力，而是精神。企业家精神在中国企业处于埋藏状况：中国进入世界 500 强的 23 家企业，很少有人知道其企业家是谁。由于企业家精神的缺失，中国企

^① 弗里德里希·奥古斯特·冯·哈耶克（又译为海耶克，Friedrich August von Hayek，1899—1992）是奥地利出生的英国知名经济学家和政治哲学家。

业家的能力难以得到应有的提升，甚至导致阻碍与削弱。^①

中国需要一场彻底而广泛的企业家精神的洗礼。

精神特质

究竟什么是企业家精神？企业家精神究竟包括哪些内容？企业家精神是由英文 Entrepreneurship 一词翻译而来的。就像其他英文词汇的翻译，“企业家精神”一词的意义显得不是模糊不清，就是扭曲失义。国内许多的译法将其译成“创业精神”，但实际上，企业家精神的内涵远远大于创业精神。在笔者¹看来，所谓企业家精神（Entrepreneurship）是指企业家在所处的社会、经济体制下，从事工商业经营管理的过程中，在激烈的市场竞争中和优胜劣汰的无情压力下形成的心理状态、价值观念、思维方式和精神素质。企业家精神通过企业家的行为表现出来，体现在企业家的商品生产和经营活动中，而且是优秀企业家共同的基本特征。

在普遍的理解上，企业家常指具体的人，而企业家精神通常指抽象的企业家概念，即企业家的共性所在。西方发展到 19 世纪，人们将企业家具有的某些特征归纳为企业家精神，在英文术语使用上，“企业家”（Entrepreneur）和“企业家精神”（Entrepreneurship）常常互换。长期以来，企业家的概念通常是从商业、管理及个人特征等方面进行定义。进入 20 世纪后，企业家精神的定义就已拓展到了行为学、心理学和社会学分析的领域。而在当今西方发达国家，企业家转到政府或社会组织中工作非常普遍，政府也不断提出和实施用企业家精神来完善政府服务工作和社会管理工作。而精神首先是一种精神品质，是一种思想形式，是一种驱动智慧运思的意识形态，但精神不完全是仅仅表明个人意识状况或过程的、心理的、主观的概念。精神相对于意识，它似乎应该是对意识的一种价值抽象。企业家精神也是表明企业家这个特殊群体所具有的共同特征，是他们所具有的独特个人素质、价值取向以及思维模式的抽象表达，是对企业家理性和非理性逻辑结构的一种超越、升华。企业家群体独有的、显著的精神特征就和其他群体特征区别开来，人们日常也把它看作是成功的企业家个人内在的经营意识、品质、胆魄和魅力，并以此为标尺来识别、挑选和任用企业家。

企业家精神具有主体性、制度性、实践性及继承性等四个基本特征。

主体性

何谓主体性？主体性是指实践中起决定性作用的人的因素的存在，即是说，具有能动性、创造性和自主性的人是人类社会活动的主体。

企业家精神具有主体性，是企业家客观存在的一种动力源头，属高层次的文化范畴，也是形成企业精神的凝聚点，是影响企业性质、特点的关键。主体性是企业家精神的基石。人的主体性是靠自己的完全实现建立起来的。人的完全实现就意味着对内是自律的，对外是创造的，即自我应成为一个“自律”的创造的生命个体。所谓自律就是个体性原则与主观性原则的确立。

^① 马克斯·韦伯在其《儒教与道教》一书中认为，中国未能成功发展出像西方那样的理性资本主义，主要原因是缺乏一种特殊宗教作为鼓舞力量。而这种宗教特质，在笔者看来，最直接的就是企业家精神。

在鲁迅看来,对个体性的尊重就是对主观性的尊重,个体的独立性原则也就是主观的真理性原则。从政治伦理角度看,这种“以自有之主观世界为至高之标准”的主观性原则超越了客观的善恶判断,因为“惟发挥个性,为至高之道德,而顾瞻他事,胥无益焉”²,任何外在的道德法则作为群体多数的产物与人的个体性原则与主观性原则在本质上都是不相容的。人在历史的进化趋势与规律面前不是被动的,“一点一滴地进化”归根到底是“人为”与“人功”的结果。这样,进化的快慢程度与其说决定于客观事物的规律不如说取决于人的主观能动性。可以说,主观性正是生命进于深邃的自由境界的内在动力。换言之,处于“主观与自觉”状态中的个体即自由意志被视为唯一真实的、有意义的存在。对企业家精神的激活来说,实现人的这种自律性就是首要的原则了。

主体性的建构需要自由意志的启蒙,从道德实践的意向上看,意味着激发一种积极进取的生命精神。激发起了生命精神,一个人就不能仅仅平安生存即知足,他还必须在他的生存愿望中,有些超越普通动物的打算,比饱食暖衣保全首领以至终老更多一点的贪心或幻想,方能把生命引到一个崇高理想上去。这是企业家精神的一个重要层面,从根本上说,也正是人之能够实现自我的动力。

精神追求

真正的企业家赚钱不是目的,而只是手段,只是事业的保障,其精神世界里有一种一般企业家难以企及的境界——能够不断探索、不断学习、不断创新,并对自己认定的价值观如宗教般坚定追求。

天福茶庄的老板、闽籍台商李瑞河,经营茶叶赚了不少钱。但他一心迷上茶文化,一心只想回报桑梓,不辞劳苦,终于在云南的深山老林里找到一种他梦寐以求的原始野茶树,证明了茶的原产地是中国,而不是国际上有人说的茶叶产自印度。据说李瑞河当时对着这棵2700年树龄的野茶树顶礼膜拜、老泪纵横,在场的人无不为之动容。李瑞河还在福建老家漳浦建造了全国最大的茶博物馆,面积达8000多平方米。这个茶商的境界,已不是经营茶叶赚钱,在他的精神世界里,茶叶是他的一切,茶叶是神,是一种宗教。

柯达公司的创始人乔治·伊斯曼(George Eastman, 1854—1932年)终生都在研制、改进、生产、销售感光胶片,赚的钱可以用“不计其数”来形容。按理说他应该很满足了,但他觉得自己追求的并不是金钱,而是感光胶片事业上的完美。到了晚年,当感到自己的事业再也无法突破时,他采取跳海自杀的方式结束了自己的生命。这就是典型的企业家。当然这是一个极端的案例,不过从中人们仍然可以窥探到一个真正企业家的内心世界,那种对心中理想如痴如狂的追求。

真正的企业家一定是有大勇气、大想法、大气魄、大智慧,能给人们带来信心的人。这些人当中,已经“修成正果”的冒险家是最先引人注目的一群,比如中国的张瑞敏、任正非、刘永好。他们起事于政策未见明朗时期,顽强生存下来之后,在企业制度、规范化运作等方面做了许多艰难探索。这一代企业家面临的是复杂莫测的制度环境,必须化解大量非市场因素的阻扰,在混沌的局面中把握方向、拓展生存空间,敢于创新、敢于冒险,这恰恰成就了他们的非凡之处。从他们对于企业发展规律的思辨中可以看出,这是一批截然不同于西方的企业家——更像是政治家,以政治家的谋略和教父一般的号召力,走出了企业辉煌的成功之路。这些企业家有一种强烈的精神追求,执着于他们的企业、团队在精神上的教化和企业文化的建设。

张瑞敏说,他就像一个布道的牧师。

人生哲学

每个人都有自己的人生哲学，并受到这种哲学的主宰。无论一个人从事的是什么工作，事业成功的真正本质经常不在于其技术方面，而在于他所拥有的哲学思想。在企业家身上，这种哲学思想便成为企业家精神的基本内涵。企业家不仅要在推动社会经济增长方面起到火车头的作用，还要以自己的精神为社会塑造一种气质。

企业家精神能使企业家的事业符合其所处社会的核心价值体系的要求，从而在根本上为企业家事业找到“积极的伦理认可”。每个社会都有其基本的价值系统，通过这个价值系统形成全社会基本的道德标准、行为模式以至政府的政策倾向和制度的构架等。企业家们要使自己的事业能得到政府和民间的广泛支持，要使社会制度的建设能够有利于经营的开展，首先必须清楚地意识到本社会的核心价值体系。

企业家精神是一种哲学。企业家精神也有助于企业家去建立自己的企业哲学（Business Philosophy）。正是这种哲学成为企业家与企业发展的基本动力。世界著名企业家、日本京陶集团创始人、日本盛和塾塾长稻盛和夫先生的理念所体现的企业家是：“拥有更高水准的哲学，更高水准的人生观”。他认为，作为一个企业家，自己所特有的哲学支配着自己的经营，决定着事业成败；如果想扩大公司，想使自己的职员幸福，就应该不断完善自己的思维方式和经营理念。当人们将目光投向神奇的京陶公司时，所见的是1959年28名职员用300万日元、以制作精密陶瓷材料产品而起家的公司，创业40年已是多元化的集团公司，生产电子组件、半导体部件、手提电话、打印机、照相机，纳税前利润达到1300亿日元。然而，稻盛先生却说：“我赤手空拳创业至今，仅仅40年的时间，就取得这样的发展，那不是因为我有什么超群的才能，而是由于我始终忠实地信守了我所说的经营原则，才使我们的事业有了今天这样的空前发展，除此之外，我不知道用什么解释这让人难以相信的成长和发展的事实。”

稻盛先生将企业家精神概括为：确定光明正大而又意义深远的视野；树立自始至终与员工共有的目标；让心中强烈的愿望渗透到意识之中；做不显眼的工作，坚持不懈的努力；利润不是单纯追求得到的，而是努力的结果；决定商品的价值，既使顾客满意，又能使自己赚到钱；充满斗志；处事要有勇气；拥有一颗为他人着想和诚实的心；始终保持开朗，抱有理想和希望，以朴实之心从事经营。

这种真理也已被众多企业家活动的实践证明：一个缺乏积极企业家精神的人，即使是“学富五车，才高八斗”，也不可能将其内在的潜能变为创造社会价值的实际能力；不仅如此，还有可能利用其“才能”对企业、对社会价值的创造产生负作用，甚至巨大的破坏作用。反之，一个具有忠诚、守信、责任感等精神素养的人，即使是力量弱小，天赋不强的人，也完全可以发挥自己的潜能，实现人力资本价值的最大化。

忧患意识是企业家精神的催化剂。植根于忧患意识的危机感和紧迫感最能使企业家警醒，对于陈旧观念的顽固堡垒最具摧毁力。长久农耕文化的围制，使西部民众的种种观念形成了一种超稳定的观念文化结构，这种结构的根基中最缺乏的是忧患意识。在西部，越是贫困的地方越是表现出：（1）“贫困的贵族”现象。例如，这里的农民宁愿通宵闲聊而不参加政府工作人员召集的会议，要么就是支使作不了主的老人或小孩到会应付充数。（2）固步自封。自以为是，对政府宣传的新形势、新科技、新项目、新产业不相信、不认可、不趋同。（3）求稳怕乱。比较起来，东部浙江的农民只要有十分之一的希望就百分之百地敢闯敢试，而西部

的很多农民哪怕是有可能有百分之九十的可能都不敢尝试，排斥开拓，畏惧风险，回避挑战，不敢创新。大力导入忧患意识，以危机感和紧迫感作为“烈性炸药”，进行“整体性定向爆破”，对于变革和开发西部民众尤其是企业家的观念，实施其观念文化的重构，将会起到事半功倍的效果。

难以衡量

评价企业家精神考虑的方面众多，以下几方面因素对企业家精神的形成和作用以及绩效都比较重要：

(1) 综合效益因素。综合效益因素是决定企业家价值的最主要因素。一般说来，获取利润越多，创造的社会价值越多，企业家精神所展现出来的价值也就越高。经济因素主要是通过相关的财务指标进行综合分析来评价企业经济效益的。

(2) 企业文化因素。企业文化因素表现在企业家以自己的创新精神、经营理念、自身形象和经营能力等方面的人生观、价值观来影响全体员工和塑造企业文化，在企业中形成巨大的向心力和凝聚力，成为企业发展的动力源泉。

(3) 创新因素。创新因素表现在突破旧的经济循环机制，把握革新的主动权，使企业摆脱旧的组合方式，完成新的组合，不断破除旧的生产方式，创造新的生产方式等。

(4) 社会公共关系因素。社会公共关系因素表现在企业家不仅是行业专家、管理专家，还应成为出色的社会活动家，能处理好企业与企业之间、企业与政府部门之间、企业与个人之间的关系。

(5) 社会服务因素。把所付出的努力用来最有效地满足人们的欲望，把各种生产要素变成适合需求的商品。主要是从企业产品的效用及企业产品的服务功能来分析。

这五个方面中最重要的是综合效益因素，因为企业家精神的外现需要一定的基础来支撑，而这个最好平台就是搭建在综合效益因素之上的，它不但惠及本组织内的成员，也通过其正向外部型过渡为社会造福。其他四个因素，创新因素是企业家精神塑造的原动力，社会公共关系因素和社会服务因素对综合效益的高低具有非常重要的影响，尤其是在中国这样的制度环境之下。而企业文化始于企业家精神，且一旦形成又对企业家精神的发挥、发展具有重要的作用；企业文化一旦形成，在短时间内就很难改变，它会作用于企业家精神发挥的始终，只在企业发生巨变的时候才会改变。图 1.1 展示了企业家精神五个衡量因素之间相互作用的表现。

据此可知，评价企业家精神在一定程度上就是评价企业家的价值，而企业家价值可以在一定程度上用企业家对未来企业现金流增量的贡献的折现来表示。当然，仅从这一点来衡量是不够的，还需要考虑以下两个因素：(1) 所领导的团队绩效，表现为企业家精神的扩大化；(2) 所领导的团队对国家、人类社会的贡献，表现为企业家精神的外延化。因此，通过完整的评价企业家精神来建立一个数学模型，从而将方方面面量化，要考虑的因素众多，每一个因素的度量 and 功效也较难以客观量化，所以还需要进一步地深入研究企业家精神的作用机制。

实践中，内在并哲学化的企业家精神很难用上述指标来定义，所以不存在一个真正的企业家的市场，真正的企业家精神也是不能“买到”的。因此企业家的出现必然是一个“自己选择自己”的结果，即通过创办自己的企业来将自己与他人区别开来。按照这一思想，一个企业不能搞好是一个毫无意义的问题，因为这是企业家的事情，也只有企业家自己才知道。企业有成功和失败的概率，但是历史的经验至少应该能够证明，只有企业家自己去办企业，企业才可