

经营哲学

主 编 李景人

中国经济出版社

前 言

现在，马克思主义哲学课的教学改革，已经变得十分必要和十分迫切。

目前流行的哲学教科书体系，导源于三十和五十年代的苏联模式。经过多年的自我完善，其理论体系和逻辑结构已经相当严谨，具有一种自治和自我完备性，也包藏着无法反映时代发展的封闭性和某种僵硬不变性。因此，它严重落后于现实，越来越不适应我们建设有中国特色的社会主义条件下哲学教学的需要，人们都深感哲学教学改革势在必行。

在我国深化改革的新历史条件下，邓小平同志提出“换脑筋”的问题，这本应从哲学的高度来理解，着眼于变革观念。但是，哲学要指导人们“换脑筋”，首先要自己“换脑筋”。满足于几十年不变的老一套体系，已经无法起到应有的作用了。

中央领导同志近来不断加强，学习马列主义要少而精，学了要管用。马克思主义是很朴实的东西，很朴实的道理。要使理论教学与现实结合的更紧密，更生动活泼，更有时代气息。要把基本理论和学生普遍感兴趣的问题结合起来。要使学生听了感到有理，学了以后感到有用，我们的理论教学也就会产生更大的吸引力。现在有些学生不愿听政治课，关键是我们教的内容和方法需要改进。马列主义理论课，要用最通俗、最生动的办法给学生讲基本常识，并引导学生学习邓小平建设有

中国特色社会主义的理论。

本书的编写，正是适应上述政策要求所作的一种尝试。它密切联系市场经济中的具体经营活动事例，来阐明辩证唯物主义的基本理论观点，把哲学基本理论与经营活动的生动事实结合起来，力求用最通俗的阐述，通过最生动的事例，使读者掌握辩证唯物主义最基本的理论观点和方法。

建设具有中国特色的社会主义，把建立社会主义市场经济体制，确定为我国经济体制改革的目标，这种时代特点，必然使得研究市场与经营的理论和实践活动的特点，成为关心国家发展的广大青年最感兴趣的问题，也必然使他们乐于大胆吸收和借鉴人类社会创造的一切文明成果，吸收和借鉴当今世界各国其中包括资本主义发达国家的一切反映现代化生产规律的先进经营方式、管理方法。但是，这种兴趣必须具有马克思主义哲学理论的指导，才会富结硕果，为了使这种吸收和借鉴真正卓有成效，也必须学会在分析问题时熟练运用辩证唯物主义的观点和方法，把哲学理论和具体实际结合起来。本书编写的宗旨，就是帮助广大哲学爱好者在理论与实际的结合中来掌握马克思主义哲学的基本理论，并学会运用这一理论分析和解决现实问题。

为了避免理论的枯燥性，本书广选生动典型的经营事例，由于涉及的书刊和作者太多，恕不一一列名致谢。本书是一种探索，缺点和不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

李景人 九四.二.

目 录

1. 求发展离不开市场调查.....	(1)
—— 实事求是,面对现实	
2. 诚实经营树信誉.....	(8)
—— 再谈实事求是原则	
3. 祝你走“好运”!	(14)
—— 谈时间和空间的唯物论	
4. 生命的含义——时间性	(20)
—— 谈时间和空间的辩证法	
5. 电脑管理,倍增效益.....	(26)
—— 思维模拟和意识	
6. 未识庐山真面目	(32)
—— 经营信息论	
7. 巨贾的才干不是天生的	(42)
—— 信息是智慧的源泉	
8. 听到一句话变成的富豪	(48)
—— 信息是宝贵的资源和财富	
9. 世界钟表大王宝座的争夺	(55)
—— 信息是企业的生命	
10. 无形战场上的“日军”.....	(62)
—— 信息资源争夺战	
11. 从相关经营谈起.....	(67)
—— 事物的普遍联系	
12. 一切皆变.....	(74)
—— 事物的永恒发展变化	

13. 出租汽车诞生引起的风波·····	(81)
——新生事物必胜	
14. 抓质量求生存·····	(87)
——商品生产中的质、量、度	
15. 薄利多销的秘密·····	(93)
——量变和质变的辩证法	
16. 起死回生术何在·····	(98)
——排列组合不同引起质变	
17. 叶经理的“怪”信条·····	(105)
——谈两点论	
18. 叫卖声宛如喊杀声·····	(112)
——发展就是对立面的斗争	
19. 中国民族工业的勃兴·····	(119)
——再谈发展是对立面的斗争	
20. 企业经营中的竞争·····	(125)
——矛盾斗争的普遍性	
21. 把大腿当作爆破筒·····	(132)
——再谈矛盾斗争的普遍性	
22. 微笑是致胜的“法宝”·····	(137)
——矛盾斗争的特殊性	
23. 特色经营,生意旺盛·····	(143)
——矛盾普遍性和特殊性的结合	
24. 听证会上的两番证词·····	(149)
——对立面的相互转化	
25. 青出于蓝而胜于蓝·····	(156)
——辩证的否定	

26. 商品复古趋势的启发	(162)
—— 否定之否定规律	
27. 打破砂锅问到底	(167)
—— 原因和结果的辩证法	
28. 美不美,家乡水	(173)
—— 个别和一般的辩证法	
29. 可口可乐和头痛药水	(181)
—— 必然和偶然的辩证法	
30. 一个鸡旦的家当	(187)
—— 可能性和现实性的辩证法	
31. 从服装市场的兴旺谈起	(195)
—— 内容和形式的辩证法	
32. 几家欢乐几家愁	(200)
—— 现象和本质的辩证法	
33. 从“人体增高器”广告谈起	(205)
—— 谈唯物主义的反映论	
34. “天女散花”美名传	(212)
—— 积极、能动的反映论	
35. 马季成了香烟推销员	(217)
—— 再谈积极、能动的反映论	
36. 诺贝尔的商品推销术	(223)
—— 认识来源于实践	
37. 知彼知己,百战不殆	(228)
—— 认识的真理性的	
38. “拿来主义”,为虎添翼	(234)
—— 尊重知识和引进技术	

1. 求发展离不开市场调查

——实事求是，面对现实

和干一切事业一样，经营企业也不会总是一帆风顺，困难总会有，危机也难免。在这种时候，要想从困境中解脱出来，或者在激烈的竞争中，要想求得生存和发展，除了其他必备条件，重要的就是要作市场调查，借以认清企业经营所处的现实环境和所能争取到的条件。以便抓住时机，采取相应措施，自救自强。例如，上海有两家工厂的生存发展，正是得益于此法。

上海宝山罗店化工厂，本是个默无名声的小不点乡镇企业，近年来却名声雀起。在强者如林、竞争激烈的上海化工界，它靠什么树立了名声？就靠睁大眼睛看行情，竖起耳朵听动静，广泛的市场调查，再加上善于经营。这个厂坚持一套“人无我有，人有我好，人好我优，人优我廉”的经营方针，而支持这个方针的就是大力的市场调查和信息灵通。为了知有无、断优劣、分贵廉，他们在上海、南京、天津、重庆、兰州、沈阳、广州等地设立业务网点，着眼于调查市场，捕捉信息和认识外部动态。一次，他们把国家召开的一个医药会议当作市场调查的绝妙良机，千方百计往里钻，没有住处住弄堂，无权入会搞“采访”，硬是把一些医药供销的重要信息弄到了手，并迅速行动，生产出市场急需但别家还没开发的产品，来满足用户需要。就这样，他们把一个小厂搞得红红火火，名声在外了。

上海矽钢片厂，前几年生产步入困境，经营难以维持。它生产的矽钢片历来是短线产品，但在 1979 年却呆滞了，到

1980年，国家下达的生产任务少得可怜，只够该厂生产能力两个月的产量。怎么办？难道能一年中十个月无活干？他们没有消极等待，而是积极向市场作调查。他们组织人力，到全国各地一百多家用户作询问调查；通过书面形式，向全国一千多家企业发函调查并征求订货；他们分析调查材料，建立用户档案卡片；他们积极参加全国排产、订货会议，了解矽钢片产、供、销情况。在这些调查中，他们了解到矽钢片确是长线产品，但矽钢片中电机矽钢片却是长线中的短线，认为不应限产。于是，他们把调查所得的情况及工厂的意见要求，一块上报主管部门，争取到了支持。该厂国家安排任务生产矽钢片本来全年只有7万吨，实际生产了20万吨，生产任务饱满了，用户的需要也满足了。

上述两个事例说明，市场调查关系着企业的兴衰、经营的成败。其实，在商品经济条件下，不仅是步入困境的企业，也不仅是无名的乡镇小厂，一切企业或商业的经营，都应树立市场调查观念，都会从中受益。因为市场调查的内容，会提供给他们开展经营所必需的许多重要信息。

市场调查具有广泛的内容，比如说，市场是商品流通的渠道，是连接生产和消费的桥梁，因此要对市场需求容量、营销条件以及各阶层消费者的消费状况，如他们的消费心理，消费水平、消费意向等作调查；市场也是各家商品争芳斗艳的园地，因此要调查哪些商品趋“走俏”，哪些商品要“背时”，要调查本厂产品在市场上的竞争力及所获得的评价等；市场更是各厂家竞争较量的比武场，因此要调查竞争对手的产销状况，如它们的产、销和新产品开发能力，它们的经营方针，策略和经营条件，它们的市场占有率等；市场还是在国家宏观控制下

运转的经济环节。因此要调查国家的工商业政策,各种经济法规、法令等;市场毕竟又是社会的一角,不仅是经济条件,就是社会风情的变化,也会影响到市场势态的涨落,因此要作广泛的社会调查,如工农业总产值和人均收入,群众的储蓄和物价指数,以及风俗人情和家庭消费观念的变化等,都应在调查的视野之内。

总之可以说,市场调查是企业 and 商业经营活动所必需的基本功,它的实际意义在于能使经营者睁开眼睛认清自己活动所面临的客观环境和现实条件,把这一点提高到哲学的高度说,它是以承认世界的客观物质性,以唯物主义世界观作为基本指导思想的必然产物。

唯物主义世界观认为,世界是客观的,它不依赖于人的主观意识而独立存在着,不管你是否认识和是否承认它,它都存在着。例如对自然界来说,人类在地球上出现最多不过 3—5 百万年,而地球已存在四十多亿年了,地球的存在当然是不依赖于人的意识的。对整个世界都可以这样说,不仅科学可以证明,人们从生活实践中也能够体验到外部世界是客观存在的,农民种田,工人作工,企业家生产商品,商人作买卖,都必须面对不以他主观为转移的客观现实环境和条件。承认在我们的意识之外,有一个不依赖我们意识而独立存在的客观物质世界,这是朴素的唯物主义常识,把这种朴素认识提高为系统理论,就是唯物主义哲学。

唯物主义哲学的基本精神,就是按自然界的本来面目解释自然界而不附加任何主观成分;就是承认世界是不依人的意识为转移的客观实在,承认世界的物质性。列宁说:“物质是标志客观实在的哲学范畴,这种客观实在是人通过感觉感知

的，它不依赖于我们的感觉而存在，为我们有感觉所复写、摄影、反映。”“物质的唯一‘特性’就是：它是客观实在，它存在于我们的意识之外”，^①世界上除了运动着的物质之外，再没有别的东西，世界的统一性，就在于它的物质性。

所谓世界的物质性，当然是既包括自然界，也包括人类社会。马克思主义的历史唯物主义，是人类科学思想在上世纪所取得的最大成果，它科学地论证了人类社会是物质世界的一部分，它认为，社会历史的发展，归根到底是社会物质生活资料的生产发展的历史，是遵循客观规律的物质发展过程，人们在社会生活中所结成的生产关系，是一种物质关系。社会生产力也好，生产关系也好，都是不能由人随意选择和随意改变的客观存在的物质现象，人们的精神生活，不过是社会物质生活的反映。不是人们的意识决定人们的存在。相反，正是人们的社会存在决定人们的意识。

因此，对任何企业或商业的经营者来说，国内外现实经济条件的特点，社会生产和社会消费状况，竞争对手的活动，社会需求和社会风情的变化，等等，所有这些都是客观存在的物质世界的一部分，是物质世界中和你的经营联系最密切的那一部分，你可以不认识不了解它，但你永远不能否定它的存在和发生作用。不认识它时，你是盲目的，认识了它，你就是自由的。经过市场调查，你对它取得了认识，把情况掌握起来，才能适应客观世界的变化，调整自己的行动，顺应形势的发展，争取经营的主动，任何企业家、经营家，必须以这种清醒的唯物主义基本精神作指导，才能有所作为，才能避免盲目性的错

^① 《列宁选集》第二卷第128页，266页

误。罗店化工厂从大力的市场调查,找到了自己开发新产品的出路,上海矽钢片厂从广泛的市场调查中,发掘出用户需求,给自己闲置的生产力找到了用武之地,这都说明它们以承认物质世界的客观实在性作为自己活动的前提,并且努力去认识不依它们意识为转移的客观物质世界,以便从中寻找出自己活动的客观依据,它们的成功,从根本上说,也就是贯彻唯物主义的实事求是思想路线的成功。

资本主义的企业家可能不相信马克思主义哲学,但他们在活动中也不能以唯心主义、而必须是以自发的唯物主义原则作指导,才能取得经营上的成功。例如日本松下电器公司,就十分重视用市场调查来指导自己的经营决策。松下公司经营 的干电池,在日本市场上保持着很高的知名度和市场占有率,但它的干电池事业部,仍是非常注意改进质量,保证向消费者提供经得住夏季和雷雨季节考验的高性能干电池,为此,它不放过任何向顾客作调查的机会。每年夏季全日本的高等学校要在甲子园球场举办一次大学生棒球赛,很多观众都带着半导体收音机进场。于是,松下公司干电池事业部就利用这个机会,派推销人员在球场入口处,为进场时带着松下电池的观众,以旧换新,免费更换电池。当然,这是以服务方式作广告宣传,更重要的还是一种巧妙的市场调查。结果他们发现,在球迷们所携带的收音机中,用松下电池的占 67%,这就给它分析市场占有率和考虑经营规模,提供了重要依据。

美国的蓝羚公司是一家相片冲洗公司。前几年在公司的暗房中发生过一个难题:工作人员必须在漆黑中摸索着操作,动作缓慢,效率很低,还常出差错。面对这一情况,经理十分焦急。一天,他突然想出了一个聪明的办法,他决定雇用几个盲

人到暗房里工作。结果，工作效率大为提高。以前视力正常的人在暗房中摸索操作，每小时仅能冲洗 125 个胶卷，而现在盲人每小时可以轻易地冲洗 160 个。

蓝羚公司费城冲洗厂的经理柯德维尔指出，盲人之所以工作效率高，是由于他们的触觉器官要比视力正常的人敏锐得多，他们平常活动都靠触觉和摸索，在暗房中工作自然毫不吃力，能迅速地操作，不需要花时间去适应。

这件事富有启发意义，蓝羚公司经理这个主意的高明之处，自然是在于他使人尽其才，做到了扬长避短，并由此大为提高了劳动生产率。但如深入一步问，他为什么能够思维广阔，能想出这样聪明的办法？回答只能说是由于他对社会上各种人的特点有广泛的调查和深切的了解，是他遵循了从实际出发的唯物主义原则，而不是凭主观臆断。不用说，只有相信客观物质世界是不依人的意识为转移，并去认真探索客观事物的种种特性的人，才能坚持从实际出发的唯物广义原则，而唯心主义者和知识贫乏的人，是无法做到这一点的。

总之，承认世界在本质上的物质性，这是马克思主义哲学的基石，马克思主义哲学的整个大厦，就是建立在这块基石之上的。列宁说：“唯物主义的基本前提是承认外部世界，承认物在我们的意识之外并且不依赖于我们的意识而存在着。”^①在学习马克思主义哲学的时候，我们必须首先弄清这个“基本前提”，把这块“基石”放牢固，因为离开这个“基本前提”，动摇这块“基石”，就没有了唯物主义，也没有马克思主义哲学了。

从世界的物质性原理，我们就会顺理成章地得出正确的

① 《列宁选集》第二卷第 79 页

唯物主义思想路线，既然世界是不依人们的主观意识为转移的客观实在，那在认识世界和改造世界的时候，在建设有中国特色的社会主义的过程中，我们就必须面向世界，正视现实，从实际出发，使主观如实地反映客观，使思想符合客观实际，而不是无视或任意宰割客观实际。也就是要实事求是，按照客观存在的实际情况决定我们的工作方针。

十一届三中全会以来，我们党确定了一个中心两个基本点的方针政策，大大促进了我国的现代化建设，十几年来我们取得了巨大成就，国民生产总值增长一倍多，国民收入增加近三倍。我们党根据国内外实际所确定的一系列重大方针政策，特别是对外开放，面向世界，扩大对外经济联系，引进外资和技术等，都取得了巨大成功，从而使我国经济一步步走向世界，越来越成为世界经济不可分割的重要组成部分，成为环太平洋地区经济舞台上一支举足轻重的力量，这一切，从根本上说，应看做是党的一切从实际出发，实事求是思想路线的胜利，也是坚信世界的客观物质性的马克思主义哲学的胜利。

2. 诚实经营树信誉

——再谈实事求是原则

唯物主义者一贯坚持实事求是原则，这一原则在商业企业经营领域中的根本表现就是诚实经营。诚实经营对企业赢得信誉和开拓市场具有异常重要的意义，请看下面的经营实例：

山东招远县的一名小人物孙志坚，1983年挑头组织一批人在他的几十户人家的小山村办起一个灯具厂，别看条件简陋，产品知名度小，只因为他十分看重诚实经营，重视信誉，很快把工厂办得热气腾腾。在短短三年时间里，该厂生产的喷沙吊灯、豪华彩灯、玉兰壁灯竟挤进占领了济南的繁华市面，该厂产品畅销到全国50多个城市22个区县，引起一片赞美声。工厂的兴盛靠的就是讲信誉这张王牌。

一次组装车间的一名工人，把一个有砂眼的葵花灯罩当正品安装了，厂长知道后，二话没说，卸下灯罩就扔进了废品筐。有的工人算小帐说，芝麻粒大的砂眼不碍事，扔一个20多元太可惜。厂长坚持诚实教育：一个灯罩换一块好名声的工厂牌子，到底哪个重要哪个可惜？有一次，威海交电站慕名来厂订做了一批五头玉兰吊灯，运送时路上颠簸，卸车时发现碎了25个灯罩，厂长得知后，亲自把25个好灯罩免费送到威海交电站，使对方十分感动，自然成了该厂老主顾。工厂还由此作出一项规定：“今后凡属运输途中破碎的，损失由厂方负责。”该厂就是靠这样的诚实作风发展起来。

还有这样一家木器厂，以制造和销售木器家俱出名，它的产品信誉好，主要是由于厂家牢固树立了对消费者负责到底的诚实精神。有一次他们卖给几个单位六千把椅子，许下诺言说三年之内实行“三包”，没想到产品使用不久就出了质量问题，这些椅子总价值十一万多元。可不是一个小数目，但木器厂在事故面前就敢毫不含糊地站出来说“赔！”结果，六千把椅子全部换新的。这样做无异需要很大气魄，表面看来也确实赔苦了，但是这个做法，既教育了职工，又挽回了影响，真正树立了信誉，并由此争取到更多的订货，难怪他们自己认为，从眼前说是赔了，从长远说可是赚了。

这家木器厂还接受外地一个学院三百多套教学桌椅的订货单，按合同必须在九月开学前交货，可是正当产品待运的时候，忽然洪水大发，冲破铁路，无法起运。为了遵守合同，他们即时改为空运，并甘愿为此承担比原来高十倍的运费。这种做法，使用户深受感动，主动要求承担多付运费。通过这件事，木器厂的诚实经营作风，已是遐迩闻名。

这两家企业以他们的实践表明，他们非常懂得一个十分重要的道理：诚实经营树信誉，而信誉就是企业的生命。正象木器厂领导人所说的一句话：“信誉比金子更贵重。”他们懂得，假冒商品，以次充好，用来坑害顾客，最后坑害的将会是他们自己；而对用户负责，诚实不欺的精神，才能把经营者引向发达的光明大道。这种诚实经营的作风，究其实质，提高到哲学上说，就是唯物主义者所倡导的实事求是的科学态度。

坚持唯物主义的哲学世界观，就是要首先承认世界上一切事物存在及其发展规律的客观性，承认客观世界不依人的意志为转移，人在客观世界及其规律面前，应当持实事求是的

诚实态度，即一切从实际出发，而不能从自己的主观愿望出发，应当按客观规律的要求办事，而不能违背客观规律而为所欲为。具体到一切经营领域，那就要求树立诚实服务精神，时刻不能忘记把顾客的需要放到第一位，遵守等价交换的原则，维护客户的利益，坚信只有尊重顾客利益、满足顾客需要、被顾客信得过的企业家，才能立于不败之地。因此必须做到诚实经营，处处作老实人，买卖诚实公道，尽力为顾客提供周到的优质服务，不赚昧心钱，这样自然就能树立信誉。而那些自以为聪明的假、冒、伪、劣产品的制造者，终有一天，会受到应有惩罚。

我们要建设社会主义的商品经济，一切企业活动的根本宗旨都应是发展生产，搞活流通，努力满足人民群众日益增长的物质文化生活的需要。因此，我们的一切企业家和经营者，都应当以唯物主义哲学世界观作指导，在活动中能做到不搞伪劣，不作欺瞒，实事求是，注重信誉，应当说，这是一切社会主义企业所必须遵循的基本原则。毛泽东同志曾说过：“说老实话，办老实事，作老实人，终究不吃亏”。这话的道理适用于各个领域，当然也适用于经营活动。

有一宗天津市邮局服务信誉的故事，一直作为佳话流传。

二十多年前，在“文革”开始“横扫一切”日子的一天晚上，天津市民刘益民夫妇因怕“四旧”招致横祸，想把家存的金货投到河里去，但又不忍，干脆上交，又怕自找麻烦，于是他们想到邮局最可信，就把珍藏的金锭等物装进一个信封中，不封口也没写字，悄悄投进了大街上的一个邮筒里。转天，邮局开筒员张大同就发现了这个盛着黄橙橙金物的奇特信封。但毫无字据，既无法投递也无法找投主，这位忠于公职而毫无私心

的诚实开筒员，便带回邮局，在《拾物登记簿》上把事实和经过详加登记，上交有关领导处理。到1982年，刘益民年老体弱，又不慎摔断了腿，经济拮据，这时刘氏夫妇想起了十几年前的黄金事件，抱着侥幸心理，找到邮局查询，本来没敢抱太大希望，但在市邮政局的协助下，竟查到了他们投入邮筒黄金的头绪，最后领到黄金折款3081元的支票，终于物归原主，感动得老俩口热泪盈眶，在人民中“人民邮电”的信誉传为美谈。

信誉是企业或经营者在广大消费者和顾客中树立的一种信任感、信赖关系，它乍看似虚缥缈、无影无踪、实际却是货真价实的东西。它是靠长期、一贯的诚实经营、辛勤服务、一流的商品质量、公正的价格以及众口一词的无可挑剔的经营道德等多种因素的积累，才能培育起来，因此信誉是实实在在的有价物，有时它所产生的力量远比实物商品都大得多。人们经常可以看到，顾客为能买到他所信赖的牌子的商品，不辞辛劳，不惜财力，八方寻找，舍近求远，有着病魔似的执拗劲，原因何在？就是信誉这个因素在人的头脑里发生作用。

在日本的服装市场竞争不能说不激烈。但上海衬衫厂的男衬衫硬是因其无可挑剔的信誉在日本的伊藤洋华堂公司的经营中占据了举足轻重的一席。

伊藤洋华堂公司是一个大销售集团，拥有一百多家超级市场以及各种销售店共计有三千多。该公司年销售男衬衫约二百万件，其中的60万件是进口货，而在进口货中有25万件是中国上海衬衫厂的产品，占的比重不算小。

上海衬衫厂对日出口男衬衫，成功的诀窍在哪里？它们有五张王牌：第一是产品质量上等，这是最关键的。该厂一贯坚持质量第一，产品的做工和外观都属一流，所以在销售中被誉