

企业与银行信息

李小云 陈进华

主 编

广西民族出版社

目 录

邓水平同志南巡讲话的六个要点

第一部分 国内外企业成功诀窍…………… (3)

现代企业管理之道…………… (3)

企业领导您具备这些能力吗? …………… (4)

经营成功者的基本素质…………… (5)

搞好企业的标准…………… (6)

中小企业开发新产品的窍门…………… (6)

推销员七要诀…………… (7)

推销员座右铭19条…………… (8)

怎样编写产品说明书…………… (9)

外国人怎样做生意…………… (10)

南朝鲜中小企业经营秘诀…………… (10)

日本企业成功的六条经验…………… (11)

日本企业家的经营信条…………… (12)

日本企业家的信息观…………… (12)

廉价商店经营有诀窍…………… (12)

怎样与外商谈生意…………… (13)

外商与中国合资的障碍…………… (14)

防止企业经济诈骗的几种措施·····	(15)
企业开发新产品的10种失误·····	(16)
商品市场的七种特性·····	(16)
农村商品生产五忌·····	(17)
“四靠近”·····	(18)
我国将从六方面调整产业结构·····	(18)
国务院提出发展乡镇企业新政策·····	(19)
国家计委提出发展乡镇企业措施·····	(19)
乡镇企业如何起步? ·····	(20)
乡镇企业如何选择好产业方向·····	(21)
乡镇企业如何发展·····	(21)
发展乡镇企业应注意什么? ·····	(22)
乡镇企业的鸟雀经营策略·····	(23)
怎样办好乡镇企业·····	(24)
乡镇企业技术开发要注意三点·····	(25)
乡镇企业取胜十诀·····	(25)
如何搞好乡镇企业规划·····	(26)

第二部分 农行为企业提供信息····· (28)

南宁市农行经济信息咨询服务部简介·····	(28)
怎样到银行办理信用咨询·····	(30)
固定资产投资项目评估业务咨询·····	(31)
农行信息系统“八五”主要目标·····	(34)
银行对企业的十点希望·····	(35)
金融咨询大有可为·····	(35)
加强宏观管理 促进信息产业化·····	(36)

我国咨询机构已有 3 万家.....	(37)
国务院对信息工作的新要求.....	(38)
国家有关部门正在制定本世纪末 信息服务发展规划.....	(38)
树立十大观念 开展经济信息咨询.....	(39)
中国信息协会提出加快发展信息服务五条建议.....	(40)
形式多样的县乡信息活动.....	(40)
国际经济信息咨询大有可为.....	(41)
九十年代信息技术十大新趋势.....	(44)
九十年代世界科技发展趋势.....	(45)
我国九十年代支柱产业.....	(49)
90年代最受欢迎的人才.....	(47)
第三部分 信息是国内外企业的耳目	(48)
信息篇.....	(48)
信息的价值.....	(48)
信息是资源和财富.....	(50)
信息是企业的耳朵和眼睛.....	(50)
信息——现代生活的支柱.....	(51)
开发信息资源.....	(53)
信息与发明.....	(54)
知识信息其妙无穷.....	(55)
你的信息向何处转化?.....	(57)
重视开发农村经济信息.....	(58)
重视信息的输出.....	(60)

要重视外贸市场信息工作.....	(61)
开展横向信息交流适应市场发展.....	(62)
价格信息小议.....	(65)
信息传得越快越远价值越大.....	(65)
捷重视收集产品质量标准信息.....	(68)
日本获得经济信息的速度.....	(69)
国外的咨询方式.....	(69)
重金支付咨询费.....	(70)
日本的企业最欢迎咨询部门.....	(70)
第四部分 信息的收集与运用	(72)
企业经营管理家中的信息工作.....	(72)
我说信息.....	(73)
人类历史上的五次信息革命.....	(76)
漫话信息传递.....	(77)
信息浅谈.....	(78)
信息的六大特征.....	(79)
三C技术.....	(80)
信息的种类.....	(80)
如何巧抓信息.....	(82)
企业搜集信息六法.....	(83)
收集信息的八种方法.....	(83)
信息收集工作的几个要求.....	(84)
抓信息注重求实、求质、求快.....	(86)
供需信息收集十法.....	(86)
大力开发档案信息资源.....	(87)

运用经济信息应注意什么?	(89)
运用信息五法	(90)
摄取经济信息失误的七种典型表现	(91)
治一治不可靠信息	(61)
第五部分 中央领导、名人谈信息	(93)
邓小平同志谈信息	(93)
陈云同志谈信息	(93)
李先念同志谈信息	(63)
李鹏同志谈信息	(93)
李瑞环同志谈信息	(100)
杨波同志谈信息	(104)
薛暮桥同志谈信息	(105)
薛永应同志谈信息	(107)
第六部分 我国信息系统状况与研究	(110)
加快我国信息系统建设	(110)
发展信息产业 建立信息系统	(111)
建设国家经济信息系统	(112)
建立社会主义信息市场	(115)
加速发展电子和信息产业	(116)
四化建设需要科技咨询	(118)
国家经济信息系统的发展战略	(120)
经济信息是一门新兴科学	(123)
信息经济学	(124)
应当建立信息经济学	(125)
信息化社会和思维训练	(126)

邓小平同志南巡谈话的六个要点

一、坚定不移地坚持党的十一届三中全会以来的路线，走有中国特色的社会主义道路。

十一届三中全会以来，我们党把马克思主义基本理论同中国的实际情况相结合，形成了以经济建设为中心坚持四项基本原则，坚持改革开放路线以及一系列行之有效的方针、政策，走出了一条有中国特色的社会主义道路。

二、改革开放的胆子要大些，改革开放的步伐要加快。

邓小平同志在讲话中强调改革开放胆子要大些，要敢于试验，看准了就大胆地试，大胆地闯。

三、抓住时机，加快经济发展速度。

邓小平同志谈话中有一个很重要的指导思想，就是要抓住国内外有利时机，发展自己，集中精力把经济建设搞上去。

四、要坚持两手抓，一手抓改革开放，一手抓打击各种犯罪活动。

坚持两手抓是邓小平同志一贯的重要思想，这次他又强调“这两只手都要硬，打击各种犯罪活动，扫除各种丑恶现象手软不行”。

五、加强领导班子建设。特别要重视培养接班人。

邓小平同志强调指出：正确的政治路线要靠正确的组织

路线来保证。中国的事物能不能办好，社会主义和改革开放能不能坚持，经济能不能快一点发展起来，国家能不能长治久安，从一定意义上说，关键在“人”。说到底关键是我们共产党内部要搞好，不出事。

邓小平同志指出：“实事求是马克思主义的精髓，要提倡这个，不要提倡本本；我们改革开放的成功不是靠本本，而是靠实践，靠实事求是”。

第一部分 国内收企业成功诀窍

现代企业管理之道

合理使用自己的时间一个有效的管理者，不是以计划为工作的起点，而是以算清楚他们的时间花在什么地方为起点。时间是一项最稀有的也是最特殊的资源。有效的管理者最显著的特点，就在于他们能够珍惜时间，将时间作整批的运用。如果将时间分割开按零星使用，纵然总时间相同，但效果也相差极大。

用人所长构成有效管理的核心内容 人的长处，才是真正机会。发挥人的长处，是组织的维一目的，有效的管理者择人任事和升迁，都以一个人能做些什么为基础，不在于如何减少人的短处，而在于如何发挥人的长处。

如果一个组织要求所有的人没有短处，那么，这个组织只是一个平平凡凡的组织。所谓“样样都是”必然一无是处。才干越高的人，其缺点往往越著。有高峰必有深谷。谁也不可能是十项全能。

有效的决策来源于正反两方面意见 管理者的决策不是以“众口一词”中得来，好的决策，应以互相冲突的意见为基础，应从不同的观点中选择，应在不同的判断中选择，而

不应寻求“意见一致”无任何分歧的决策。

反面意见的本身，正是决策所需要的“另一方案”。决策时只有一种方案，别无其它选择，就和赌博没有什么两样了。只有一种方案，失败的机会必高。也许是这个决策一开始就错了。结果只能背水一战。如果有多种方案，决策人就有思考和选择比较的余地。

企业领导您具备这些能力吗？

搜集信息的能力 必须主动利用各种机会和现代化手段获取信息，掌握市场行情，即使出差逛商店，也应留心身旁的议论，注意商品的造型、装潢、价格、了解与本厂产品相关的生产、销售等情况。

提取信息的能力 在多数情况下，有价值的信息往往被淹没在信息的瀚海中。如果缺乏捕捉正确信息的能力，抓住一些假信息进行决策，那将使企业陷入灭顶之灾。所以，企业领导应当运用科学的思维方法，通过各种信息源来核实、印证、判明，进行加工和提纯。

对信息敏捷的反应能力 如果对信息缺乏敏捷的反应能力和透避的洞察力，就会失去营销机会，失去市场。

贮存和调用信息的能力 有些信息虽然经过筛选、加工，但并非马上可用，还有许多信息具备贮存和调用信息的能力。电子计算机的运用，已使人类的记忆功能发生新的革命。只靠死记硬背贮存信息的传统方法，已让位于计算机占有，调用等综合利用的方法。

善于利用信息的能力 对企业来说，能产生效益的信息才有价值。信息滞后，对企业决策毫无价值。因此，企业领

导要排除信息泛滥的干扰，及时把有效的信息投入应用，并在使用后注意反馈。

经营成功者的基本素质

远大的抱负。要有长远的观念，决不为眼前的利益所俘虏。

富于冒险精神。要干事业，就要敢冒风险；要干大事业，就要敢冒大风险。

交际能力。努力创造和保护自己对外形象。

死不服输的劲头。顶住失败带来的排山倒海的压力。

较强的求知欲。信息时代，学习就是人们通过自身提高来增加财富的一条途径。

不低估自己的能力。不低估自己，才能够创立大业。

实践的观念。走成功之路最忌纸上谈兵。

顽强的自制力。感情脆弱将失去理智和力量。

理智型。要有以退为进，发展自身实力的勇气。

时间观念。竞争者都有黄金般的机会，问题是你能否利用。

进取心。没有远大的抱负，就不免于沉沦。

合作观念。干事业最忌内部倾轧，最忌把精力花在提防、对付周围的人身上。

熟谙用人之道。用人讲究以才取人。

信息观念。没有信息，经营之路将布满浓雾。

危机感。事业的危机常发生在略有成就之时。只能让危机感自始至终地伴随自己，督促着自己，才肯时时不忘去刻意求新。

搞好企业的标准

所谓搞活企业就是：企业具有自我改造的能力，自我发展的能力，自我经营的能力，并使企业实现生产经营的良性循环。良性循环的标志是：

- 一、职工的生产积极性越来越高。
- 二、产品更新的迅速越来越快。
- 三、产品市场的占有率越来越高。
- 四、经济效益越来越高。
- 五、企业生产发展的后劲越来越大。

中小企业开发新产品的窍门

大家知道，同别人在一个碗里争饭吃，会使你索然无味，这是一个比喻，但是用到商品竞争上，就可以体会出它给我们的启示。

如果不和别人一个碗里“争饭”，那么，就要善于在商品生产中补“缺口”，补“冷门”，使自己的产品填补国家需要的空白，才能占领市场，形成自己的优势。

综合各地开发新产品的经验如下：

- 一、经常不断地掌握市场需求信息。任何一个企业，对自己的产品要考虑更新换代，不能老抱住一种产品，搞数十年一贯制。因此，企业领导人要捕捉市场需求信息，使自己的产品跟上人民生活需要和时代的脚步。
- 二、从自己的设备条件出发。开发新产品这是至关重要的。不能一提开发新产品，就要更新设备，这样，时间长，

花钱多，对于企业迅速增加经济效益不利。

三、要考虑新产品的原料资源。新产品问世，会受到欢迎。但是新产品的资源是重要的前提。任何一个企业，不能离开原料资源去考虑新产品开发。巧媳妇难为无米炊，这在开发新产品时，应为一大忌。

四、技术力量与技术改造，必须提到议事日程上。新产品开发，没有技术力量不行。或则调入人手，或则培训人才，都要解决。没有技术上的改造，不能保证产品质量。不顾质量的新产品，是没有生命力的。

五、做好新产品售后服务。产品再好，不宣传它的优点和长处，是不行的，这没法打开销路。经常听取用户意见，改善新产品质量，是新产品优上加优的办法。舍比，无前途。

推销员七要诀

一是感情开拓法。利用亲朋好友等关系进行商谈，感情融洽，谈起来方便，但不可将关系作为说服对方的重点。

二是单刀直入法。开头便简明扼要地说出自己的姓名，来历及目的，对方无拒绝之意即切入主题。

三是雪球开拓法。利用朋友的朋友介绍，由老带新，从点到线到面地建立销售网络，但要周密的计划。

四是客观介绍法。由老顾客陪同访问另一位潜在顾客，做客观性介绍。用此法应注意尽量发挥老顾客的作用，自己尽量少讲。

五是挨户开拓法。利用左邻右舍，由此及彼，了解对方虚实，有目的地开拓。

六是集体开拓法。通常用于老手对生手实地训练，或大宗生意，或对方对商品极内行，一人难以胜任时。

七是宣传开拓法。将广告与推销合而成一，取长补短。

推销员座右铭19条

你想成为一名成功的推销员吗？当你奔波推销，身心感到倦怠时，你不妨看看这些座右铭。从这些座右铭里，你所找到的，定是必胜的信念。

1. 推销产品，应首先推销诚实可靠的自己。

2. 机会要靠自己来创造。

3. 胜败乃兵家常事，平日的努力远比胜利重要。

4. 经验有用，但并非解决一切疑难的万能钥匙。

8. 承诺而不履行，后患无穷，其后果比不承诺还要糟糕。

6. 把握今天，活用今天，别以为还有数不尽的明天。

7. 没有规律的生活，会使你思考力迟钝，而工作能力也会减少一半。

8. 别空羡慕别人的成功，只要你脚踏实地苦下推销功夫，明天的成功非你莫属。

9. 若使一位顾客不满，他会带走百名用户。

10. 尚未开发的巨大市场，就在你的脚下。

11. 用户是情绪多变的情人，你必时时注意培养新的魅力，否则，总有一天他会离你而去。

12. 推销员的劲敌皆在自己心里，只要你自己能够降服它。

13. 别急于立刻成交，推销的第一步，是把你的仪表与

姓名，深深烙在用户的头脑中。

14. 要站在用户的立场上，仔细观察产品和你，想想是否值得购买。

15. 自卑感，是推销员最大的劲敌，你用自己的力量消灭它。

16. 勇气，是治疗访问恐惧症的特效药。

17. 信用不会回头，一旦失去，即无法觅求。

18. 紧张，会产生推销的阻力，要学会创造融洽的交谈气氛。

19. 推销，是有助益于他人的伟大行为。

怎样编写产品说明书

为便于用户熟悉掌握产品性能，正确地使用产品，出厂产品都应附有产品说明书。根据产品的复杂程度，说明书可分为两类，一类是简单产品说明书，一类是复杂产品说明书。

产品说明书的编写一定要做到简明扼要，正确科学。简单产品说明书一般只须写明产品名称、规格、商标、适用范围、使用方法、维修保养、厂名厂址、电话号码。

复杂产品说明书则要包括如上内容：

(1) 封面：产品名称、厂名厂址、电话号码。(2) 概述：产品的原理、用途、性能特点、规格型号及使用范围。(3) 产品主要技术参数，如产品设计及技术特性的各种理论数据。(4) 操作使用须知和注意事项。(5) 逐条说明维修与保养的具体方法，一般故障的处理方法。(6) 附图：为维修保养的配图，机械产品安装示意图，电子产品

的线路图、电路图及一些产品的润滑部位图、易损件图。

(7) 附件名称、数量和规格型号。

外国人怎样做生意

美国 只要能大量生产，大量销售，哪怕是极便宜的东西，都有可观的利润。

把“货物出门、概不退换”改为“货物出门，负责到底”，这就是我们发达的诀窍。

日本 利润大的商品，不是最好的商品；顾客喜欢的商品，才是最好的商品。

我们要办的事，就是为顾客提供满意而又便宜的商品，同时给公司带来收益。

英国 不要说“这种商品我们店没有”应该说“只要你需要，我们将尽力替您想办法”。

泰国 必须让顾客高兴地来，满意地走，并且带来更多人的光顾。

西德 从服务质量上去争取顾客，以提高工作效率来降低成本。

南朝鲜中小企业经营秘诀

南朝鲜每日经济新闻社通过分析优秀中小企业发展成功的经验，总结出了这些企业经营得道的七条秘诀：

- 一、从平凡的商品和熟悉的行业中见分晓。
- 二、果断地为新技术和新计划投资。
- 三、把别人的技术变成自己的。
- 四、把注意力转向出口。

- 五、要使自己的产品质量得到承认。
- 六、敲开支援机关的大门。
- 七、与别的企业保持密切关系。

日本企业成功的六条经验

日本野村综合研究所所长玉尾富光对企业成功之路，提出六条途径：（一）把研究机构和培训机构视为最重要的部门；（二）要建立充满活力向一个共同目标共同前进的新厂风；（三）认准研究开发；（四）在现有技术基础上开展“多角”经营；（五）通过情报研究洞察未来发展；（六）其产品既要适应需要，又要引导消费。

日本企业家的经营信条

在日本经济形势和经营环境激热变化的今天，经营信条尤为企业所重视。日本企业家把正确的经营信条看作是“激流中求生存的力量和基础”。现将其中一些有名的经营信息辑录如下：

日本商工会议郎会长说：“不陷孤高，不惧孤独。”（要与下属打成一片之意）。

住友生命保险公司会长说：“其身正，无令亦行；其身不正，有令难行。”

松下电器会长说“不委让责、权、难培养人才。”

兴业银行前总经理说“要解决问题，需要先提出问题。能力分高低，但只要能借助众人的力量，必能圆满地解决问题。”

日本经济协会会长说：“有忧必须马上报告，要给极优