

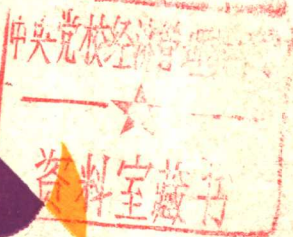
改行指南

从科技人员到 企业家

[美]大卫·E·多尔蒂 著

唐涛平 岳丽扬 译

陈国权 校



中国科学技术大学出版社

从科技人员到企业家

· 改行指南 ·

〔美〕大卫·E·多尔蒂 著

唐涛平 岳丽扬 译
陈国权 校

中国科学技术大学出版社

1989·合肥

From Technical Professional to Corporate
Manager

— A Guide to Career Transition

David E. Dougherty

Published by John Wiley & Sons, Inc.

Printed in USA.

从科技人员到企业家

· 改行指南 ·

〔美〕 大卫·E·多尔蒂 著

唐涛平 岳丽扬 译

陈国权 校

责任编辑：夏文彧 封面设计：王瑞荣

中国科学技术大学出版社出版

（安徽省合肥市金寨路96号）

中国科学技术大学印刷厂印刷

安徽省新华书店发行

开本：787×1092/32 印张：9.125 字数：196千

1989年4月第1版 1989年4月第1次印刷

印数：1—8000册

ISBN 7-312-00080-0/F·4 定价：2.80元

内 容 简 介

这是一本指导当代美国科技人员如何推销自我，推销自己的发明创造，从而获得更有利的工作机会，更高的职务，更多的薪金等优越条件的经验性著作。如何获得成功？如何有效地工作？如何进入一个公司或企业的高级管理阶层？如何避免犯一般性的错误？如何谈判？如何申请专利？这一类的问题在书中都有明确的答案。因此，书中反映出的美国科技人员所具有的强烈竞争意识和将科学研究与实业发展紧密联系起来的经济观念对于我国知识分子有着生动的启示意义。

本书在我国的经济和科学体制改革中，在科学技术面向经济建设的潮流中，将会成为科研人员，工程技术人员，企业管理经营者，大专院校师生走上事业成功之路的行动指南。

译者序

科技人员正面临着新的抉择，靠微薄的薪俸为科学献身呢还是投身于经济潮流为振兴工业出力。且不要说客观上存在的种种限制和困难，科技人员的思想意识在主观上就严重阻碍着这种转变，在科技人员的个人效用函数以及科技人员群体的评价标准中，深奥的理论和玄妙的技术占主要地位，而实用技术、经济目标、企业精神是不包括在内的，弄不好还要以负项出现。赚钱、做生意在他们心目中更是下贱的事，虽然他们同时不断埋怨物价太高收入太少。

但是，我们眼见一个一个被瞧不起的国家发展起来，不但人民生活水平迅速提高，科技水平也迅速发展。欧州曾以其基础研究看不起美国的实用技术开发；美国曾以其创造才智看不起日本苦心的商业经营，但后者却已经或正在成为前者的严重威胁。

作为文化素养比较深厚的科技人员，我们经常批评电影中那种对西方文化亦步亦趋的倾向，那些布景、动作、语言脱离中国实际使人感到浅薄。但现在出现了中国西部电影，其泥土气息使我们不能不折服，也普遍为国际电影界所赞誉。那末科学技术界呢？我们不也是在那里亦步亦趋吗？何时开始我们的“淘金热”，何时像斯坦福大学那样利用风险投资的热潮把中国科学技术大学也发展成一所第一流的高等学府？可惜至今还有许多科技人员和科技领导把商业开发、

12/03/05

科学研究以及实业发展与教育看成是不能相容的东西，没有意识到其中积极的有机联系。

翻译本书的人员是一些科技人员，我们甚至是一些培养科技人员的科技人员。科技人员的偏见和迂腐在我们身上是不差分毫的，我们也尚处在无所适从的阶段。

我们是把经济科学家、管理科学家与实际从事经济工作和管理工作的官员分开来的。我们不认为一个职位高的官员就是一名管理科学家，也不认为一个百万富翁就是一名经济学教授。资本家、企业家、管理官员、经济系统、行政机构都只是经济管理科学家的研究对象，这和石头与地质学家，老虎与动物学家之间的关系是一样的。

但是当我们注意到动物学家不吃生肉，地质学家也与石头毫无相似之处的时候，我们同时看到管理科学研究人员变成管理者，科技人员变成企业家的可能性。假如有一大批管理科学研究人员、一大批技术人员，把创办新技术企业、为企业获取最大利润、发展国家经济作为己任；当他们把他们教育训练上的优势以及在从事科学研究中表现出来的责任感和聪明才智用到这个新的职业上，他们能发挥的作用是难以估量的。

一个国家的发展有赖于其经济的发展；经济的发展有赖于企业的成功；而作为企业发展的刀刃则是新技术创业。能在新技术创业中起最积极作用的正是那些有高技术知识又懂得管理科学的人才。

于是，我们也“改行”，翻译这一本按惯例不该由我们来翻译的“改行指南”。

按译书的惯例，应先声明我们并不都同意原书的观点。

其实这种声明是多余的。翻译要求在文字上忠于原作，怎么能指望译者同意作者的全部观点。我们读任何一本书，只不过是接受一些启示、吸收一些营养，同时不可避免要有抛弃或存疑。抛弃使你明确认识到一种观点的错误，存疑使你扩大了思路，这都是读书的收益。对书中观点判断的权力属于读者。

我们读过这本书之后发现，作者自己就是一个改行者，有丰富的实际经验。他用了许多实例说明自己的观点。和作者所描写的美国企业相比，中国企业中的专利意识还处于启蒙阶段，这也许正是科技人员可以发挥作用的地方。我们是一个崇尚大公无私的国家，知识分子又是社会主义意识最强的阶层之一，向来不谈升官发财之道，书中的坦白一定使读者感到尴尬。但是书中所描写的竞争精神和高效率的作风在我国却不无唤醒的必要。广东潮州有句俗话：“交朋友靠率直，做生意靠老实”，作者提倡的正是这种精神。这种精神在美国确是处处可见，这与无商不奸的观点截然相反。经济学家认为，发展中国家的生意人或企业家一般不太讲信誉，不注意质量，更加欺诈。深知老实是最基本的治学态度的科技人员进入社会主义企业家阶层必将为这个新兴阶层奠定健康的伦理基础，使中国商标走向世界。

若以科学技术书刊的简洁严谨的标准来衡量，一定会感到这本书有点啰嗦。但是理论数学照样可以指责应用数学太啰嗦，应用数学则可以指责技术科学太啰嗦。层次不同，抽象程度与叙述方法也不同。在文学作品中，许多人都把过份概括和抽象看成愚蠢（高尔基就是持这种观点的作家）。既然本书不包括干涩的理论和繁难的公式，不妨将它放在饭后

茶余作为一种消遣。它会诱惑你投笔从商吗？不！它只是劝说你拿着笔去干实业，想帮助你发挥你在科学技术和文化方面的优势，在经济社会中作出更大贡献。

本书是由陈国权、唐元华、岳献春、董玛丽、汪涛、周亚平、马扬组成的翻译小组集体翻译的，错误在所难免，请不吝指正。李景湘曾审阅过全稿并为最后统一校改提出许多宝贵的修改意见，在此表示感谢。

译 者
一九八八年春节

序 言

本书写给那些拥有一定技术背景，并对自己在公司中的事业有执着追求的人们。作者期望这本书将有助于那些具有创造力的工程师和科学家实现他们事业上的理想。

《从科技人员到企业家》告诉你如何去争取担负更多的责任，获取更大的成功。它还告诉你，在公司体制中，你该如何引导自己的事业，达到更高的水平。

如果你愿意为获得成功而付出代价的话，你是能得到的。在绝大多数场合，只要你确定好努力方向，得到领导的认可和赏识；在同行中表现出众，引人注目；充分有效地利用时间，干更多的事情，你就可获得更高的职位。在许多场合，前途规划，目标，方向和努力工作即意味着晋升。

本书告知你，如何利用公司的有利条件发挥自己的才能，如何避免犯一般性的错误。本书将透彻地分析企业的实践，向你介绍许多成功的例子，看看他们是如何一级一级地登上公司的高级管理阶层的。

在书中你将遇到许多真实的人物，他们在企业中获得了成功，他们给你提供了生动的一课，如何去有效地工作，如何走在前面，如何享受自己的生活。书中还有一些人物，我仅引用了他们的姓氏及名字的缩写，他们也是成功的，引用他们只是为了说明，在你的自我发展中，应该避免那些类似的事态发生。

你还会碰到一些不成功的人物。为了避免引起不快，我

使用了化名 某些读者会将他们自己的活动与这些不成功的人相比较，作一些联想。这些读者将发现，现在还为时不晚，过去的且让它过去，未来却该有个崭新的开始。

本书从头至尾，都特别强调推销自己的设想和推销自我。革新可以作为你通向成功的跳板；专利和其它形式的知识产权可以使你工作干得更好，推进你的事业进展。专利的实际史例说明了其自身内在的复杂性，不仅用它，推销你的设想；而且更重要的，用它来推销你自己。

这里所说的科技人员包括两年学历的专科毕业生，职业工程师和持有博士学位的科学家。当然，其中主要的对象是工程师。因为工程师阶层中男性占有很大的比例，因此我在本书中使用了男性人称代词。作者决无对性别怀有任何歧视。

当你阅读本书时，记住书中的每一论点都是精心安排的，为的是使你能走上通向成功之路。如果你愿意在工作中更进一步地投入自己的努力，且真诚地希望进步，请读下去！

大卫·E·多尔蒂

一九八四年六月

于康涅狄格州 威斯登

目 次

译者序

序 言

1 追求成功之路

- 1.1 引言..... (1)
- 1.2 热情..... (4)
- 1.3 革新..... (6)
- 1.4 韧性与毅力..... (9)

2 成功的特征

- 2.1 知识..... (13)
- 2.2 努力方向..... (14)
- 2.3 工程中的准备..... (15)
- 2.4 有效地使用时间..... (17)
- 2.5 控制时间..... (19)
- 2.6 用于订计划的时间..... (20)
- 2.7 用于阅读的时间..... (21)
- 2.8 电话与时间..... (21)
- 2.9 分秒必争..... (22)
- 2.10 集中处理同类工作..... (23)
- 2.11 制定计划以提高时间利用率..... (23)

3 成功的诸种特征

- 3.1 态度..... (25)
- 3.2 交流..... (29)

3.3	记忆·····	(31)
3.4	仪表·····	(33)
3.5	通过推销自己的思想来推销自我·····	(33)
3.6	事业方向·····	(35)

4 思想之价值

4.1	思想·····	(39)
4.2	革新·····	(40)
4.3	推销你的项目·····	(42)
4.4	寻找一名导师·····	(43)
4.5	专利·····	(44)
4.6	如何利用专利·····	(46)
4.7	如何作出发明·····	(48)
4.8	在获得专利前的推销工作·····	(50)
4.9	撷取发展自己的时机·····	(51)
4.10	判断力·····	(53)

5 评价你的雇主

5.1	引言·····	(55)
5.2	一般技巧·····	(57)
5.3	特殊技巧·····	(62)
5.4	管理风格的解释·····	(64)
5.5	竞争历史·····	(66)
5.6	外事活动与社会责任·····	(67)
5.7	董事会·····	(68)
5.8	人事政策·····	(68)
5.9	公司对研究与开发的态度·····	(69)
5.10	结论·····	(70)

6 利用潜在资源

- 6.1 超过你的同事..... (71)
- 6.2 利用专利部门..... (72)
- 6.3 利用图书馆..... (72)
- 6.4 关于专利调查的其它内容..... (73)
- 6.5 建立你的推销队伍..... (74)
- 6.6 利用营销组织..... (75)
- 6.7 利用人事部门..... (76)
- 6.8 利用财务部门..... (77)
- 6.9 建立协调组织..... (78)
- 6.10 有效地使用时间..... (78)
- 6.11 确定目标..... (80)

7 准备进入管理部门

- 7.1 计划..... (82)
- 7.2 检查你的发展目标..... (83)
- 7.3 安排事务..... (84)
- 7.4 记录管理..... (85)
- 7.5 自我约束节约时间..... (88)
- 7.6 良好的开端..... (88)
- 7.7 参与各种事务..... (89)

8 确立你的权利

- 8.1 追求第一..... (92)
- 8.2 成为团体中的一员..... (93)
- 8.3 对专利部门要诚实..... (94)
- 8.4 呈交发明申请..... (95)
- 8.5 工业产权的基本原则..... (95)

8.6	利用专利	(97)
-----	------	--------

8.7	宣传可获专利的思想	(99)
-----	-----------	--------

9 确立专利思想的价值

9.1	怎样与专利律师更好地合作	(101)
-----	--------------	-------

9.2	专利律师对你的作用	(104)
-----	-----------	-------

9.3	国外专利的申请	(107)
-----	---------	-------

9.4	完善你的设想	(108)
-----	--------	-------

9.5	总结	(110)
-----	----	-------

10 对雇主的义务

10.1	理解雇用合同	(111)
------	--------	-------

10.2	正直	(113)
------	----	-------

10.3	申报与转让发明的义务	(115)
------	------------	-------

10.4	保守机密	(116)
------	------	-------

10.5	对前雇主的责任	(118)
------	---------	-------

10.6	什么应该属于公司	(119)
------	----------	-------

10.7	政府合同的作用	(120)
------	---------	-------

10.8	不要轻易签署协议	(121)
------	----------	-------

11 保守情报机密

11.1	怎样与外界发明者相处	(123)
------	------------	-------

11.2	怎样与顾客相处	(124)
------	---------	-------

11.3	怎样对待要求并入的公司	(126)
------	-------------	-------

11.4	生产过程的机密性	(126)
------	----------	-------

11.5	商业机密的诉讼纠纷	(127)
------	-----------	-------

11.6	参观工厂	(128)
------	------	-------

11.7	与商贩及顾问人员的相处之道	(129)
------	---------------	-------

11.8	总结	(130)
------	----	-------

12 机智灵活地利用对手财富

- 12.1 何必再去发明车轮.....(131)
- 12.2 公司的情报机构.....(132)
- 12.3 国外信息来源.....(135)
- 12.4 专利记录资料.....(135)
- 12.5 联络的重要性.....(136)
- 12.6 图书馆的作用.....(137)
- 12.7 地方报纸和法院记录的作用.....(137)
- 12.8 专业性学术会议的作用.....(137)
- 12.9 不要鬼鬼祟祟.....(139)
- 12.10 参观工厂及其合法性.....(140)

13 扩大影响, 增加收入

- 13.1 专利许可证.....(142)
- 13.2 购买技术.....(145)
- 13.3 适当的使用费.....(146)
- 13.4 谈判.....(147)
- 13.5 联合投资.....(148)
- 13.6 利用各种资源.....(149)

14 在市场中的“占位”技巧

- 14.1 推销技术性产品.....(151)
- 14.2 商标的定义.....(153)
- 14.3 选择商标.....(155)
- 14.4 恰当地使用商标.....(156)
- 14.5 维护公司的商标.....(157)
- 14.6 商业装潢和商标法第四十三条.....(158)
- 14.7 公共关系.....(158)

15 推销工程项目的先进观念

- 15.1 引言.....(160)
- 15.2 开拓新市场, 推销新产品.....(162)
- 15.3 开题演讲的准备工作.....(164)
- 15.4 推销项目的乐趣.....(166)
- 15.5 推销工程项目的技术.....(167)
- 15.6 理智和感情在选择项目时的作用.....(169)
- 15.7 问题诱导和控制.....(170)
- 15.8 为成功创造气氛.....(171)
- 15.9 克服反对意见.....(172)
- 15.10 管理部门的参与.....(173)
- 15.11 拍板成交的关键.....(173)
- 15.12 有效的推销演讲.....(174)

16 战略规划及其对工作的影响

- 16.1 环境和大公司.....(176)
- 16.2 大公司的战略规划.....(177)
- 16.3 分权制下的工程策略.....(181)
- 16.4 公司的研究和发展战略.....(182)
- 16.5 战术.....(183)
- 16.6 总结.....(183)

17 谈判的艺术

- 17.1 引言.....(185)
- 17.2 外交.....(188)
- 17.3 敏感.....(191)
- 17.4 合作.....(194)
- 17.5 准备.....(196)

17.6	感情和理智·····	(197)
17.7	确定谈判时间·····	(200)
17.8	一些谈判的艺术·····	(201)
18	工程领导	
18.1	工程领导引论·····	(204)
18.2	交流·····	(205)
18.3	赞扬和批评·····	(207)
18.4	建立起一支队伍·····	(210)
18.5	竞争机制与参与管理·····	(211)
18.6	演讲的艺术·····	(213)
19	工程界女性面临的一些特别问题	
19.1	树立自己的形象·····	(221)
19.2	家庭支持的重要性·····	(222)
19.3	灵活与机智·····	(223)
19.4	克服孤立·····	(224)
19.5	打破男性的一统天下·····	(225)
19.6	面对面地进行交谈·····	(226)
19.7	总结·····	(227)
20	寻找新工作	
20.1	时机与准备·····	(230)
20.2	个人简历·····	(231)
20.3	寻找新工作·····	(233)
20.4	接受面试·····	(236)
20.5	总结·····	(238)
21	结 论	