

● 程敬明 王文田 李吉民 著

SHICHANGZHISHENGZHI LU

致胜之路

哲学与竞争

中国商业出版社

前 言

我国改革开放已经进行了将近二十年,在这近二十年里,旧的体制不断被破除,新的体制日趋确立,蓦然回首间,企业面对的市场环境已与昨日迥然不同,现实要求我们思考,现实也迫使我们转变观念,在日益激烈复杂的市场竞争环境中,企业应如何大显身手,才能立于不败之地,不断发展壮大。

当然,这个问题的提出不是一天两天了,可是解决这个问题则不是一蹴而就的事情。我们注意到,在近些年的市场上,结合古代兵法,结合古代小说而出版的商战计谋书籍不断涌现。但社会总是不断发展的,依靠这些书籍提供的策略成长起来的企业家们在手中运营的资本不断扩张之后,便迫切需要更新的理论知识来武装自己的头脑,以使自己的竞争水平跃上一个新的台阶,正如仅靠《三国演义》便不会有清朝后来的盛世一样。出于以上想法,我们认为,把理论与实践结合起来,寻找一条能进一步提高竞争水平的途径,以适应我国目前改革开放,发展社会主义市场经济的需要,是十分迫切的。哲学是伟大的认识工具,是最根本的方法论,是聪明智慧之学,将它与竞争结合起来,必然会使竞争水平大大提高,为企业在激烈复杂的市场竞争中开辟一条致胜之路。

基于上述情况,我们不敢懈怠,写了《市场致胜之路——哲学与竞争》这本书。本书以哲学思想为指导,对市场竞争的主要方面进行了系统的论述,包括竞争层次的系统分析,竞争空间的总体认识,竞争方式的重点把握,竞争力的不断提

高，求实的竞争战略，灵活的攻防战术，竞争取胜的基本战法等等。希望对上述问题的解决能够有所帮助，对读者有所裨益。

由于我们的水平有限，本书错误和疏漏在所难免，望读者批评指正。

著 者

1998年4月

目 录

前 言	(1)
一、总论	(1)
(一) 哲学的运用是提高现代企业竞争水平的必然	(2)
(二) 哲学在企业竞争中的运用	(5)
(三) 哲学运用于现代企业竞争的基本特征	(13)
二、竞争层次的系统分析	(19)
(一) 竞争作为系统而存在	(19)
(二) 寓系统方法于市场竞争之中	(38)
三、竞争空间的总体认识	(44)
(一) 知天——监测宏观环境	(44)
(二) 知地——分析行业态势	(52)
(三) 知己——了解自身状况	(59)
(四) 知彼——考察竞争对手	(63)
四、竞争方式的重点把握	(69)
(一) 竞争方式的多样性	(69)
(二) 人才竞争是关键	(100)
五、竞争力的不断提高 (上篇)	
“内力”的增强——内因是根据	(107)
(一) 提高领导者的素质	(108)
(二) 增强领导艺术	(126)
(三) 加强对职工的管理	(135)

六、竞争力的不断提高（下篇）

“外力”的增强——外因是条件·····	(150)
（一）协调新闻媒介关系·····	(150)
（二）协调政府关系·····	(158)
（三）协调社区关系·····	(163)
（四）协调顾客关系·····	(167)
（五）协调企业间合作关系·····	(177)
（六）协调股东关系·····	(180)
七、求实的竞争战略·····	(185)
（一）战略类型的选择·····	(185)
（二）战略决策的制定·····	(190)
（三）战略的实施与调控·····	(197)
八、灵活的攻防战术·····	(202)
（一）企业竞争的进攻战术·····	(202)
（二）企业竞争的防守战术·····	(219)
（三）坚持“进攻”和“防守”的辩证统一·····	(229)
九、竞争取胜的基本战法·····	(232)
（一）战略上藐视对手，战术上重视对手·····	(232)
（二）集中优势力量，各个击破对手·····	(236)
（三）依靠群众，群策群力·····	(244)
十、正当竞争与不正当竞争·····	(259)
（一）正当竞争的基本条件·····	(259)
（二）不正当竞争的界定·····	(282)
（三）反不正当竞争法·····	(285)
附：中华人民共和国反不正当竞争法·····	(292)
后 记·····	(299)

一、总 论

看到本书的书名,读者首先想到的一个问题很可能就是:丰富多彩的市场竞争怎么可能和严肃深奥的哲学联系在一起呢?如果您产生了这个疑问,不妨带着它来阅读我们的总论,那么您就会明白从哲学理论的高度研究企业竞争,对提高企业竞争的理论水平,锻炼竞争实践能力,开拓竞争谋略思想等都起着至关重要的作用。

“哲学”一词来源于古希腊文,由“爱”和“智”两个字组成,就词义而言,也就是爱智慧,或者说智慧之友;在汉语中,“哲”字解释为“聪明”的意思。人们往往把哲学称为给人智慧、使人聪明的学问。就科学概念而言,哲学是理论化系统化的世界观,是世界观和方法论的统一,是自然知识、社会知识和思维知识的概括和总结。马克思主义哲学继承了以往人类历史所创造的先进的思想文化,是人类文明发展的思想的结晶;同时又总结了现代实践的崭新经验,概括了科学发展的积极成果,是现代“文明之灵魂”。它不仅自身具有革命性、科学性、真理性,而且运用到其他领域进行理论指导也是一柄利器。在今天激烈的市场竞争中,作为一个经济理论工作者,特别是作为一个企业经营者和管理者,甚至企业的每一个职工,在实践中运用哲学思想,以提高人们市场竞争的基本素质,催开人们聪明才智的火花,培养现代儒商意识,具有十分重要的现实意义。

（一）哲学的运用是提高现代企业竞争水平的必然

把哲学运用到现代企业竞争中去，必然使竞争水平得到提高，这是因为：

1. 哲学博大精深，它揭示了整个世界的普遍规律，对整个世界的各个领域、各门具体科学都有指导作用，竞争当然也不例外。

哲学是对各门具体科学的概括和总结，它和各门具体科学的关系是一般和个别、普遍和特殊的关系。哲学研究的是关于整个世界，包括自然、社会和人类思维领域的普遍规律，各门具体科学研究的是世界的某一方面，某一领域的特殊规律，从这个角度上讲，它们是不能互相代替的。同时，哲学和各门具体科学又存在着密切联系，不能截然分开。一方面，哲学以各门具体科学为基础，把具体科学的成果作为自身生长的土壤，其产生和发展离不开具体科学，需要从各门具体科学中吸收丰富的营养，不断从具体科学提供的新材料、经验和知识中总结概括出哲学的一般结论。否则，哲学作为一门最抽象、最概括的学问，就会变成无源之水、无本之木，从而也就会枯竭，失去自己存在的基础和发展的活力。另一方面，哲学给各门具体科学提供世界观和方法论，对于各门具体科学有普遍的指导作用，这是哲学特有的功能之一。科学史证明，科学家的科学研究活动，都是自觉或不自觉地在某种哲学世界观和方法论指导下进行的。缺乏世界观和方法论的指导，科学家就会失去工作的方面并出现思想混乱。许多有重大科学成就的科学家都非常重视哲学，自觉思考认识有关哲学世界观的问题，德国物理学家普朗克曾说过：“研究人员的世界观将永远决定着他们工作方向。”爱因斯坦也说过：“认识论要是不同科学接触，就会成为一个空架子。科学要是

没有认识论——要是这真是可以设想的——就是原始的混乱的东西。”

企业竞争是一门学问，也是一门艺术。它只有在哲学的指导下才能完善、提高和发展。特别是在深化经济体制改革，建立社会主义市场经济体制和现代企业制度的过程中，学习和研究哲学的基本理论以指导实践，为改革开放服务，为提高我国企业的经营管理水平和竞争水平服务是一个重要课题。

2. 哲学是伟大的认识工具，可以提高人的理论思维能力，对企业竞争中高水平谋略的制定有启迪作用。

人们对客观事物的认识，不但依赖于观察和经验，也要依赖于理论思维和能力。恩格斯指出：“一个民族想要站在科学的最高峰，就一刻也不能没有理论思维。”（《马克思恩格斯选集》第3卷第467页，人民出版社1972年版）科学研究总要进行理论思维，如果没有理论思维，即使对两种自然的事实也联系不起来，或者对二者之间所存在的联系也无法了解。理论思维能力是一个民族一个人智力智能水平的重要标志，是从事一切活动的基本功。对理论思维能力“必须加以发展和锻炼，而为了进行这种锻炼，除了学习以往的哲学，直到现在还没有别的手段。”（《马克思恩格斯选集》第3卷第465页）这就是说，理论思维能力的提高不能离开哲学，开发智力智能的最佳途径是哲学。正如列宁所说“哲学是伟大的认识工具”。它为我们提供了正确认识自然规律和社会规律、正确处理各种复杂矛盾的立场、观点和方法。

在建立和发展社会主义市场经济的过程中，“商场即战场”，“竞争即战争”，是一场没有硝烟的特殊经济“战争”。在这场竞争中，消费者在选择市场，竞争双方在争夺市场，每

一个企业都将面临着来自各方面的竞争和挑战，形势是非常错综复杂的。特别是随着我国对外经济关系的不断发展，企业不仅面临着国内市场的竞争，还要参与国际市场的竞争，对竞争艺术的要求也日益提高。实践告诉我们，竞争能力的高低直接决定着企业的生死存亡，企业领导者只有学习运用哲学理论提高思维能力，才能制定出高水平的竞争策略，使竞争策略具有全面性、客观性、系统性，防止片面性、主观性、表面性。

3. 哲学是时代精神的精华，反映时代的特点，对当今时代竞争观念的发展有导向作用。

任何科学理论都是一定时代的产物，是时代的理论表现。哲学以其特有的方式，概括地反映了人类对历史的反思和对未来的展望。它集中地全面地反映时代，是时代精神的精华。时代精神是对一定时代的本质、内容和基本特征的概括。一定时代的质的规定性是多方面的，可以从不同侧面并在不同程度上去反映它。哲学是从总体上把握时代的内涵，集中地反映时代精神。哲学与时代精神有着内在联系：一方面，时代精神为哲学的存在和发展提供了总的大背景，是哲学存在和发展的思想基础。从这个意义上说，时代精神决定哲学，有什么样的时代精神，社会就有什么形式的哲学，时代精神变化了，也必然引起哲学的变革。另一方面，哲学是最高层次的理论形态，它不直接地机械地等同于时代精神，它是时代精神升华的产物，是时代精神反思的结果，是时代精神沉淀的结晶，同时又在指导着时代精神，预示着时代精神的发展。

市场竞争是经济领域中的一种普遍现象，随着商品经济的产生而产生，随着商品经济的发展而发展。市场竞争具有鲜明的时代特点，在不同的历史时期，由于经济条件不同，竞

争便也具有不同的特点，对竞争起指导作用的理论当然也不例外。哲学从总体上突出地反映了一个时代的特点，反映了时代精神，影响着时代观念的发展。我们要想真正了解一个时代竞争的基本特点，掌握一个时代的基本竞争理论，就必须学习这个时代的哲学，把它作为了解竞争的基本背景。同时，在飞速发展的科技革命的推动下，经济本身在不断发展，竞争形式在变化，竞争的手段在革新，人们的竞争观念当然也要随之改变。提高竞争能力，不仅要掌握一个时代的竞争理论，还要跟得上竞争观念的发展，这也需要哲学的指导。

（二）哲学在企业竞争中的运用

哲学的历史源远流长，发展到现代，已经产生了反映现代哲学最高水平的马克思主义哲学。马克思主义哲学是关于自然、社会和人类思维最一般规律的科学，是科学的世界观和方法论，是人们认识世界、改造世界的有力武器。它有着丰富的内容，主要包括辩证唯物主义和历史唯物主义两部分，辩证唯物主义由唯物论、辩证法和认识论三部分组成。我们运用这些理论指导现代企业竞争，使哲学理论与企业竞争相融合，是企业在竞争中取得胜利、获得成功的必由之路。

1. 辩证唯物论的运用是企业竞争取胜的前提和基础

辩证唯物论认为，世界的本原是物质，物质是运动的载体，运动是物质的根本属性，物质离不开运动，运动离不开物质，而运动着的物质在时间、空间中存在，时空是运动着的物质的存在形式。在物质和意识的关系上，它主张物质第一性，意识第二性，物质决定意识，意识对物质有依赖性和反作用，明确指出世界统一于物质的原理。这个原理要求人们在认识和改造世界的过程中，不应该从主观的思想出发，而应该一切从实际出发，也就是要从物质及其具体形态和属性

的全部总和出发。

要真正做到一切从实际出发，就不能停留在事物的表面，而要去努力掌握事物的规律，这就是毛泽东所倡导的“实事求是”原理。“实事”就是客观存在的一切事物；“是”就是客观事物的内部联系，即规律性；“求”就是去研究。实事求是，就是要从客观存在的一切事物中，探索它的内在规律，并按照客观事物的规律去办事。

要真正做到实事求是，思想不能保守，要有创新开拓精神，这就是邓小平同志所强调的解放思想。解放思想和实事求是辩证统一的关系。解放思想是实事求是的前提和保证，实事求是则是解放思想的基础和目的。因为实事求是要求思想和实际相符合，使主观和客观相一致，客观实际又是不断变化着的，在客观实际发展到一个新的阶段时，主观思想也要发生相应变化；如果思想依旧停留在原来的地方，就会导致思想滞后或僵化。只有解放思想才能防止打破思想的滞后或僵化，使主观思想不断与新的实际相符合，真正做到实事求是。

一切从实际出发，解放思想，实事求是，是马克思主义、毛泽东思想的根本点和方法，也是邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的哲学基础和精髓。企业在竞争中同样需要坚持一切从实际出发，解放思想，实事求是，这是企业在竞争中取胜的前提和基础。任何竞争策略都必须在充分了解实际经济情况的基础上制定，处在竞争中的企业首先要做的第一件事就是全面把握企业的竞争环境，了解自己和竞争对手的情况，然后才能根据实际情况选择制定合理的战略。而实际情况变化了，又需要企业及时掌握变化了的经济信息，适时地调整自己的竞争策略。如，石家庄水泵厂是国内最大的

杂质泵和潜水泵制造厂，产品有 13 个系列 113 个品种。进入 20 世纪 90 年代以来，这个厂的产品不仅在国内处于领先地位，而且在国际上也处于先进水平。他们在进行产品战略调整中认识到：从宏观上，我国目前能源紧张，国家要求淘汰低效率、高能耗的老产品。从近几年市场需求情况来看，该厂的老产品如 4PS、6PH、4PH 虽然畅销，经济效益也好，但已经处于成熟期，因此，如果绝对增加老产品的产量，可能会出现供大于求，产品有滞销的可能。该厂领导适时调整经营战略，从国外引进了最先进的生产技术，生产出了 8/6E—AH、10/88T—AH、100D—L 型渣浆泵。产品以效率高、耗能低、适用范围广的优势迅速占领国际和国内市场。

2. 唯物辩证法的运用是企业竞争取胜的关键

唯物辩证法是关于世界普遍联系和永恒发展的科学，联系和发展是唯物辩证法的总特征，它是由一系列规律和范畴组成的科学体系，是与形而上学相对立的世界观和方法论。

它用全面、联系的观点看世界，反对形而上学用孤立、片面的观点看世界。唯物辩证法把世界看作相互联系的一个整体，因而要求用全面联系的观点来看整体与部分的关系。整体是由部分组成的，不了解部分就不能清晰地把握整体。因此，把个别事物从普遍联系中抽取出来，进行单独的、分别的研究，是完全必要的。但是，辩证法在强调研究个别事物时，要求看到它同整体以及整体中其他部分之间的联系。割断联系，就看不清任何一个最简单的事物；抛开整体，就弄不清组成它的各个部分。形而上学孤立、片面地看世界的方法，使人们只见局部，不见整体；只见个别事物，不见它们之间的联系。在事物之间的同异关系上，形而上学认为，“同”则绝对的同，“异”则绝对的异，看不到同中有异、异

中有同的辩证关系，因而在研究事物的区别时，总是企图找到一条绝对分明、固定不变的界限。科学的发展证明了恩格斯早在 100 多年前所作的预言：“辩证法不知道什么绝对分明的和固定不变的界限，不知道什么无条件的普遍有效的‘非此即彼！’，它使固定的形而上学的差异互相过渡，除了‘非此即彼！’，又在适当的地方承认‘亦此亦彼！’，并且使对立互为中介；辩证法是唯一的、最高度地适合于自然观的这一发展阶段的思维方法。”（《马克思恩格斯选集》第 3 卷第 535 页）

辩证法用发展变化的观点看世界，反对形而上学用静止不变的观点看世界。辩证法对世界的看法贯穿着发展变化的原则。在唯物辩证法看来，整个世界的发展从混沌到有序，从低级到高级，从机械运动、物理运动、化学运动到生物运动、社会运动，总有新的东西产生出来。整个宇宙是开放的宇宙，不能把高级的运动形式简单地归结为低级运动形式，高级运动形式把低级运动形式作为自己的基础并在这一基础上形成自己所特有的运动方式。整个世界就是这样不断运动变化，不断新陈代谢地向前发展。形而上学孤立片面地看世界，必然导致把世界看作静止的。当然，形而上学并不是否认世界的任何运动，但它只承认一种运动即机械运动。把一切都归结为机械运动的过程；它只承认一种变化即量的变化，把各种变化都归结为数量的变化。在形而上学看来，时间、空间、生物、社会、宇宙等等，一切都是机械的运动过程，人也不过是架钟表，心脏是发条，神经是游丝，骨骼是齿轮，而人的思维过程只不过是命题、观念进行加减。

辩证法主张矛盾是事物发展的动力，反对形而上学否认矛盾的存在。辩证法与形而上学的根本对立，就在于是否承

从事物内部矛盾是事物发展的动力。辩证法确认每一事物内部都存在着矛盾，该事物与周围世界也处于矛盾之中。矛盾的不断展开，就会使事物内部发生变化，并在与周围矛盾的相互作用下，推动一事物向另一事物转化。矛盾是世界普遍联系和永恒发展的根源，矛盾的观点是联系的观点、发展的观点的基础。形而上学根本否认矛盾的存在。100多年前，机械唯物主义者杜林就说过：“在事物中没有任何矛盾，或者换句话说，真实地产生的矛盾甚至是背理的顶点。”在杜林看来，客观世界本身是没有矛盾的，而思想中的矛盾则属于应该排除的“主观错误”或者“背理”。形而上学否定事物本身的矛盾，当然也就看不到事物的联系、发展、变化，更看不到旧事物向新事物的飞跃、质变。

在激烈的企业竞争中运用唯物辩证法，避免和反对形而上学是竞争取胜的关键。企业之间运作的过程是非常复杂的过程。从内部看，现代企业有产、供、销环节和人、财、物、技术、信息等经营要素；从外部看，又要符合国家宏观政策导向和要求，适应市场需求，要战胜对手，还要考虑到政治、经济、文化等经营环境的影响。这就需要企业领导者在决策时做到两点：第一，要谋全局，既高屋建瓴，统筹谋划，全方位地思考问题，又要区别不同层次，分清轻重缓急，把握重点。第二，要谋长远。在制定竞争决策时，既立足现实，又着眼未来，预测未来的发展；既从现实出发，又有未来意识和超越意识，使企业不断适应环境变化，处于主动和领先地位，把握和迎接未来。企业领导者要做到这两点，必须运用唯物辩证法，用全面的、联系的、发展的观点看问题。只有这样才能做出科学决策，制订出正确的竞争战略和灵活机动的战术，在竞争实践中不断击败竞争对手，保持自己企业的

商品在市场上的占有率和份额,巩固和发展自己企业的地位,取得竞争的胜利。如果不运用唯物辩证法那就会出现形而上学所主张的用孤立、静止、片面的观点看问题,使竞争决策失去科学性而顾此失彼,导致企业在竞争中失败。美国的汽车业在竞争中之所以惨败于日本手下,就是因为美国汽车业没有从全局考虑,当石油危机已经来临时,忽视了能源这个因素对汽车消费市场的影响,坚持生产耗油量大的大型汽车,最后被日本的小型节油汽车控制了市场。

3. 辩证唯物主义认识论的运用是企业竞争取胜的重要途径

辩证唯物主义认识论是能动的革命的反映论,它科学地阐明了认识的本质及其运动规律指导人们在实践中不断认识和实践,实现主观和客观的统一,能动地改造世界。它认为实践在认识中起决定作用,实践是认识的基础。列宁指出:“生活、实践的观点,应该是认识论的首先的和基本的观点。”(《列宁选集》第2卷第142页,人民出版社1972年版)离开了社会实践就不会有认识,也不会有认识的发展。因为实践是认识的来源,实践是推动认识发展的动力,实践是检验认识真理性的标准,实践是认识的目的。它还认为实践受认识制约,理论对实践具有指导作用。人们的社会实践属于客观的物质活动,又始终是自觉的有目的有意识的活动,这是人区别于动物活动的本质特点。人们对客观对象,主体自身以及主客体相互关系的认识,特别是这些认识的高级形式即理论,支配着他们的行动。错误的认识会使人们的行动违背客观规律,招致挫折和失败,符合实际的认识正确反映了客观规律,能够通过指导实践变成巨大的物质力量,因此实践需要科学理论的指导。

辩证唯物主义认识论主张认识的发生、发展是一个曲折的过程，正如毛泽东同志在《实践论》中指出的“通过实践而发现真理，又通过实践而证实真理和发展真理。从感性认识而能动地发展到理性认识，又从理性认识而能动地指导革命实践，改造主观世界和客观世界。实践、认识、再实践、再认识，这种形式，循环往复以至无穷，而实践和认识之每一循环的内容，都比较地进到了高一级的程度。”（《毛泽东选集》第1卷第296页，人民出版社1991年第2版）总结出了认识发展的总规律，推出了唯一的科学认识路线和唯一科学的工作路线。

现代企业竞争中，制订科学决策，获得丰硕战果，均不是从天上掉下来的，也不是头脑中固有的，更不是通过一次认识就能得到的，需要在实践中充分考虑实际情况，经过认识的多次反复，才能获得。因为企业竞争是复杂的，竞争对手和周围环境不仅需要有一个逐渐暴露过程，而且还在不断地变化和发展。这就是说，当竞争对手和周围环境没有完全暴露出来之前，或对情况不能完全了解之前，会给正确认识增加难度，因而不能一次获得正确认识。当竞争对手和周围环境起了变化，认识也要随着变化，就需要再进行认识，这也说明认识不能一次完成，需要多次反复。马克思主义认识论是企业竞争中科学获取正确战略、战术的重要途径，当然也是企业竞争中取胜的一个重要途径。因为只有科学决策采用正确战略、战术，企业在竞争中才能避免失误，不误战机，有理有利有节地战胜对手。

4. 群众史观的运用是企业竞争取胜的保证

历史唯物主义和历史唯心主义的根本分歧之一就是是否承认人民群众是历史的创造者。历史唯心主义反对人民群众

是历史的创造者，主张英雄史观，认为历史是个别英雄人物、帝王将相、才子佳人等创造的。人民群众不是历史活动的主体，而是被动的“客体”、“惰性的物质”，是受“天命”、“宇宙精神”、伟大人物意志摆布的盲目工具。历史唯物主义主张群众史观，强调人民群众是历史的创造者，因为人民群众不仅是物质财富的创造者，而且是精神财富的创造者，还是社会发展的决定力量，是历史活动的主体。

中国共产党和毛泽东同志把关于人民群众是历史创造者的理论，系统地运用在党的全部活动中，形成党的群众观点和群众路线。群众观点是一切为了人民群众，一切向人民群众负责，坚信人民群众能够自己解放自己，反对恩赐观点和包办代替，向人民群众学习，关心人民群众的利益。群众路线是在相信群众、依靠群众、全心全意为人民服务的基础上，采取“从群众中来，到群众中去”的方法，即“将群众的意见（分散的无系统的意见）集中起来（经过研究，化为集中的系统的意见），又到群众中去作宣传解释，化为群众的意见，使群众坚持下去，见之于行动，并在群众行动中考验这些意见是否正确，然后再从群众中集中起来，再到群众中坚持下去。如此无限循环，一次比一次地更正确、更生动、更丰富。”（《毛泽东选集》第3卷第899页）群众路线是历史唯物主义群众观点的具体运用。

在我国革命和建设的历史上，群众路线起了很重要的作用，在革命战争年代，由于中国共产党坚持了群众路线，所以党和人民群众的关系犹如鱼水关系，党受到了群众的爱戴、拥护和支持，使党领导全国人民能推翻三座大山，取得革命的胜利。从被压迫、被屠杀、被围剿的地位，转变到执政的地位。在社会主义建设中由于坚持了群众路线，我们克服了