

素质 · 观念 · 能力

——致青年企业家

徐迎新



天津人民出版社

素质·观念·能力
——致青年企业家
徐迎新

*

天津人民出版社出版
(天津市赤峰道130号)

香河延福屯印刷厂印刷 新华书店天津发行所发行

•

787×1092毫米 32开本 6.125印张 2插页 124千字

1988年4月第1版 1988年4月第1次印刷

印数：1-7,000

I S B N 7-201-00024-1 / C·7

定 价：1.35 元

目 录

经济增长的“国王”

- 企业家的重要性 (1)

去赢得第一吧

- 企业家的雄心壮志 (9)

新时代 新思考

- 企业家要善于接受新观念 (18)

眼光和气魄

- 企业家的冒险精神 (28)

得才者兴

- 企业家的人才观 (35)

无知者不自由

- 企业家的知识观 (46)

跟上时代的大趋势

- 企业家的信息观 (54)

“忙”到点子上

- 企业家的效率与节奏 (65)

兴趣·热情·事业心

- 企业家成功三要素 (77)

敢为天下先

- 企业家的进取精神 (87)

应付急骤变化的方法

- 企业家的学习精神和知识结构 (96)

思则得之

- 企业家的思考力 (104)

想象力比知识更重要

- 企业家的想象力 (115)

保持心理平衡

- 企业家的自制力 (126)

战胜自己

- 企业家的意志力 (133)

对一个人投资

- 企业家的创造力 (141)

决策就是生命

- 企业家的决策力 (153)

把握未来

- 企业家的预测力 (164)

语不惊人死不休

- 企业家的口才 (174)

善交际为荣，广交际为富

- 企业家的交际力 (184)



经济增长的“国王”

——企业家的重要性

同一企业在不同的经营者手中，会有不同的结果，企业的兴衰取决于企业家的素质——信息、资金、技术、设备、人力等是公认的经济发展中不可缺少的要素，但光靠这些，企业不能振兴，经济不能起飞，还需要有一位“国王”来组织、统帅这些要素，这“国王”就是企业家。他才是经济增长的关键要素。我们时代的骄子是企业家，要抛弃封建观念，认清时代赋予企业家的使命。

国外一家叫《视界》的杂志上，刊登了一篇题为“企业之成败在于领导”的文章。文章说：“在企业活动中，缺少真正的领导者，从长远或眼前来看，均不可避免地意味着企业停滞、失败或破产……在任何一个企业里，部门活动的效率取决于什么？尽管生产好是由许多因素促成的，但是，没有

一个主要因素——一位有能力的领导者，任何部门都不能顺利前进，这是不可否认的。”事实如此。这一点已为许多企业甚至国家的经济发展史所证明。

“可口可乐”的启示

“可口可乐”畅销155个国家和地区，统治着国际饮料市场。直到目前为止，世界上还没有一种不含酒精的饮料比“可口可乐”销路更广。但是，使“可口可乐”名扬美国，甚至行销全世界的并不是这种饮料的发明人和最初的经营——平伯顿。说起来，这还是一段很有趣的故事哩。

1886年春天，在美国乔治亚州的首府亚特兰大市的一个小药店里，一位顾客蹙着眉头走了进来。

“喂！”他扶着柜台呻吟着说，“有治头疼的药水没有？”

“有。”正在柜台里打瞌睡的店员被惊醒后，顺口答道。

“快给我拿一瓶来，头疼死了。”

店员到后面货架子上去找，这才发现他的老板平伯顿所调制的那种“万灵药水”已经没有了。这家伙灵机一动，顺手在架子上拿了一种药水与糖浆混在一起，搅了搅后，拿给那人喝了。

过了一会儿，又有一位顾客走了进来，他一进门就喊：

“我头疼，快把刚才贺斯喝的那种药水给我一瓶。”

“什么药水？”店员一时摸不着头脑。

“头疼药水，”客人不耐烦地说，“就是刚才你卖给贺

斯喝的那一种，快！”

店员明白了，“贺斯”一定是刚才买药水的那个人。于是，他又走到后面，准备再配点药水，可是他望着架子上的瓶子，竟记不起刚才拿的是哪种药水了。这时，老板平伯顿走了进来，他问店员：“客人要什么？”店员回答：“他要您配的那种提神用的药水，不过，那种药水已经卖光了。”平伯顿立刻又配了一些药水拿到店堂。没想到客人一见，竟生气地质问：“你们想骗我？随便拿点白开水来卖给我吗？贺斯亲口告诉我，他刚才喝的那种药水是深红色的，现在怎么变成白色了？”最后客人愤愤地走了。

“这究竟是怎么回事？”客人走后，平伯顿问店员。

店员不敢隐瞒，只好把刚才的情形说了一遍。平伯顿听后，正想教训店员几句，可是头脑里突然涌出一个念头：

“带色的药水似乎特别受人欢迎。”他想到自己配制的白药水，在治头疼和提神醒脑方面功效很好，但因为它跟白水一样，所以不吸引人，甚至被人当作假药水。“如果我配制出一种有颜色的饮料，不是也照样会吸引人吗？”于是，他立即着手研制这种新型饮料。

一个月后，他配制了一种新型的有颜色的饮料，这就是后来的“可口可乐”。由于财力不足，他又找了个合伙人弗兰克·鲁宾逊来共同经营。“可口可乐”这个名字就是鲁宾逊起的。

第一年营业额只比广告费多2.5元，如果加上营业费、工钱，无疑是一笔赔钱买卖。平伯顿无计可施，终于把生意转手卖掉了。买主也是一位药剂师，名叫葛莱。

葛莱取得“可口可乐”的制造权之后，采取了两项措施：一、确定“可口可乐”的特性是大众化的清凉饮料，消暑解渴，爽神开胃，它不是药剂。二、制定了供给加工代理店原料液制度，使“可口可乐”销售网扩大，并建立了畅通的零售路线。

葛莱的这两手是很高明的：第一点，消除了顾客的疑虑，使他们知道“可口可乐”中没有药的成份，可以畅饮。第二点，保证和扩大了销售的方式。第一年的营业额就比平伯顿时增加了800倍。“可口可乐”很快便在全美国畅销，统治了饮料市场。1924年后接手“可口可乐”公司的罗伯特·温希普·伍德拉夫在第二次世界大战期间决定：以5美分的价格向每个美国士兵——无论他驻扎在世界何地——供应一瓶“可口可乐”。这使“可口可乐”随着美国兵的足迹走向世界，并逐渐统治了国际饮料市场。葛莱和伍德拉夫是“可口可乐”成功的两大功臣，尤其是葛莱，被誉为“第一功臣”。人们认为，没有葛莱的经营才能，“可口可乐”的历史将会重写，这种饮料很可能湮没而不彰。直到今天，美国仍有不少人认为，葛莱是“可口可乐”的发明者，而平伯顿却鲜为人知。

平伯顿与葛莱同是药剂师，一个创造了“可口可乐”却不能使它发展，一个虽然没有创造的天才，却有使它畅销的能力。两相比较，我们不难看出卓越的经营能力之重要。说得更明确些，一个企业成功与否，经营者是关键因素。平伯顿失败的根本原因，正如他当年的合伙人鲁宾逊所说，他缺乏经营的才能，他不是一个合适的经理人选。如果他当初不

出让而是继续经营“可口可乐”，那“可口可乐”仍然会默默无闻，而不可能成为世界性的饮料。

经济增长的“国王”

为什么一些国家经济迅速增长，而另一些国家的经济却长期停滞不前？或者说究竟什么是经济增长的主要因素？

西方的经济学家用了200多年的时间来探索这一问题，终于从理论上证明了经济增长的两个主要因素：资本积累和技术进步。说得更确切些，应该是三个因素：资本、劳动和技术。这个结论应该说是不错的，但它只揭示了促成经济增长的因素本身，却没有指出隐藏在增长要素背后的原动力是什么。因此，有些经济学家指出，上述结论是一出《哈姆莱特》——没有国王登场的戏。

那么经济增长的“国王”是谁呢？美国著名经济学家熊彼特第一个从理论上论证，这个“国王”就是企业家。他指出，正是企业家把要素组织起来，并不断改变其组合方式进行生产才带来了经济增长。熊彼特的见解得到西方经济学家的普遍承认。人们认为，熊彼特抓住了经济增长的本质原因。有些学者还研究了日本、美国等国家的经济增长，进一步说明：资本的形成不过是增长的诱发因素，而企业家的创新才是经济增长的自发因素。只有通过企业家的投资、盈利、储蓄、再投资，国家的储蓄率 and 投资率才上升，才能有持续不断的经济增长。

这些观点有其片面性——掩盖了资本主义生产关系的剥削性质，但同时也有其正确的一面：指出了企业家在经济增

长中的地位和作用。世界上不少国家的经验和教训，从正反两方面为我们提供了佐证。哪个国家有成批出色的企业家，那里就会有发达的经济。发达资本主义国家的经济增长史，固然是一部充满着血和泪的剥削史，但同时也是一部企业家的创业史。英国最早形成企业家集团，它的经济也是最先“起飞”；美国是当代西方经济最发达的国家，它同时具有一大批成功的企业家。第二次世界大战后，许多新独立的发展中国家为使经济迅速增长，从发达国家借来了资本，引进了先进的技术和设备，雄心勃勃地开始实行自己的经济“起飞”计划。但却事与愿违，其结果并不美妙。因为在发达国家堪称优秀的投资项目，在不发达国家却可能是赔本买卖；在西方是先进的机器设备，引入不发达地区，往往无用武之地，成了一堆废铁。这其中原因很多，但有一条非常主要的原因，就是这些急于求成的发展中国家缺少一批了解社会需求、勇于创新、善于经营的企业家。

平伯顿具有使“可口可乐”公司成功的条件，却失败了；葛莱在同样的条件下使“可口可乐”名声大振，这件事从微观上给我们一个启示——一个企业的成功依赖于一位成功的企业家。西方发达国家的经济增长史和一些发展中国家的经济发展教训，从宏观上为我们提供了一个深刻的道理——在一个国家经济发展的舞台上，不能没有千千万万个“国王”——千千万万个充满活力的企业家。在当代社会，信息、资金、技术、设备、人才等被公认为经济发展必不可少的因素，但要使它们转为现实的生产力，则需要企业家运用经营管理的才能，发挥优势，激发潜能，对各种资源进行

最佳组合。可以说，企业家是使经济富于活力，使经济增长迅速的关键因素。

时代的要求

时势造英雄。任何一个时代，都需要符合时代潮流的一代英雄。

本世纪的上半叶，我国经历了一次划时代的革命。这场革命的主要任务是推翻“三座大山”，建立社会主义的新中国。这个时代需要并产生了一大批军事家、政治家和革命家。

当代的中国，正经历着另一次划时代的革命，革命的核心内容就是发展生产力，搞社会主义的四个现代化。我国目前所进行的经济体制改革，就是要把我国的经济转变为公有制基础上的有计划的商品经济。没有商品经济就没有现代化。这是一次深刻的结构性革命。随着商品经济的发展，社会经济的细胞组织由自然经济时代的家庭转变到企业，财富的母体由要素本身转向了要素的组合方式（分工协作、交换、规模经济等）。把要素组织起来从事生产，并不断改变要素组合方式的正是企业家；唤起对科学技术的渴求和需要，并把科学技术转化为生产力的也是企业家。应当说，商品经济的时代，就是企业家的时代。实现四个现代化，很大程度上有赖于大批社会主义新型企业家的崛起。这一点，从近几年我国农村经济的改革不难看出。在我国农村，地还是那么多地，人还是原来的人，技术也没有多少飞跃，但为什么在短短几年就出现了奇迹？一个重要原因在于党的农村经

济政策造就了一大批新型的农民企业家。搞活了经济，就放出了能人；有了一个能人，就使一个企业发展起来，就带动了一片经济。中国农村最富裕的地区，也正是企业家人才最多，企业家精神最普遍的地区。

社会上，仍有些人鄙视企业家和商人，将他们列入四民之末，视为逐臭之夫。这种观念是与自然经济相联系的，带有浓厚的封建色彩，应该是摒弃它的时候了。我们的时代当然需要政治家、科学家、艺术家……但无疑更需要企业家。在本世纪上半叶，时代召唤青年投身革命，当一个革命先锋；在80年代的今天，时代需要的骄子是企业家，它要求更多的有识之士投身于实业。振兴经济，实现翻两番的目标，取决于人才，尤其是企业管理人才的素质。与世界强国相比，我们的一个差距就是管理人才太少，管理水平不高。我们的企业家和立志成为企业家的青年，从微观看，他们面临使企业在绝境中振兴，在竞争中腾飞，在同行中领先的重任。从宏观上看，他们肩负着国家经济腾飞，民族兴旺发达的历史使命。

世界之广袤，知识之浩瀚，现代管理之复杂，经济发展之急速，都要求企业家认清时代要求，奋起学习，奋起实践，努力提高管理、经营的素质、观念和能力，做一个出类拔萃的企业管理者，为实现四个现代化贡献力量。



去赢得第一吧

——企业家的雄心壮志

要有赢得第一，作同行业中的“执牛耳者”的雄心壮志——雄心给你毅力，给你才智。要以“为什么不是最好的”这句警句时时鞭策自己。

古人云：“哀莫大于心死，愁莫过于无志”。有无雄心壮志，对于一个想成就一番事业的人来说，可谓至关重要。著名科学家巴斯德说过这样一段话：“立志是一件很重要的事情。工作随着志向走，成功随着工作来，这是一定的规律。立志，工作，成功，是人类活动的三大要素。立志是事业的大门，工作是登堂入室的旅程。这旅程的尽头就有个成功在等待着，来庆祝你的努力结果。”

作为一个企业家、一个经理，无志就不足以成就事业，无志就不可能获得成功。一位经理的志向，直接关系着一个企业

的命运。现实中不难看到这样的事，两个条件大致相同的企业，由于主管者的志向高低不同，它们的成果也就不同。有志者的企业生气勃勃，产品炙手可热；无志者的企业死气沉沉，产品无人问津。同一个企业在具有不同志向的主管者的主持下，面貌会截然不同。

赢得第一

经营企业就意味着面对激烈竞争，面对重重困难。经理的征途上免不了要过“景阳岗”，免不了要“打虎上山”，如果没有扬帆东海，立马昆仑的雄心壮志，就会落得个“三碗不过岗”，败下山来的下场。历史上，现实中；国内，国外，那些使企业成功的经理，哪一个不是“愿乘长风破万里浪”的有志之士呢？

1947年4月7日晚上，美国的汽车大王，“福特汽车公司”的创始人，年已84岁的威廉·福特与夫人进行了这样一段对话：

“当年我制造了一部叫999的赛车，因为它实在太快了，连赛车大王巴奈都不敢驾驶它，结果我自己披挂上阵，赢得第一。”福特回忆着往事对夫人说。

“你快去休息吧，现在不是提当年勇的时候。”

“我要让你知道，如果现在还有一种没人敢开的车子，我还可以试一试。”

“我知道，你还象小孩子一样，在向往第一名。让他们扶你去睡觉吧，有话明天再说。”夫人对他说。

“我自己能走，不用别人扶。”福特站起来，一边走向

卧室一边说，“我这辈子没有让人扶过。”

几小时之后，福特在睡眠中与世长辞。

从这一段对话中，我们看到一位年迈的企业家那颗倔强的心和那永远要争第一的志气。

福特所说的“赛车”一事发生在1901年。那时福特刚刚开始独立创业。为了创立福特汽车公司，为了给未来的产品创出好的声誉，他决定自己装配一辆汽车，去参加一年一度的汽车大赛，而且要赢得冠军。他驾驶由他自己装配的26匹马力的汽车，一举击败所有对手，赢得了第一的桂冠。他的名字传遍了美国。在人们的心目中，他不仅是赛车英雄，而且是一位设计汽车的专家。这为他的公司，他的产品造成了很好的影响，为福特汽车公司的发展打下了良好的基础。在以后的几十年中，福特一直以要“赢得第一”的雄心来经营企业，与同行竞争，并多次在困境中崛起，争得同行业“第一”的美名。

纵观这位企业家的一生，不难看出福特之所以能创立美国最大的汽车王国，之所以被人誉为“把美国放在轮子上的人”（指他使汽车在美国得到普及），是他那种永远要“赢得第一”，要作同行业中的“执牛耳者”的雄心起了主导作用。

作为一名社会主义企业的经理，其雄心壮志自然不能和福特相提并论。他首先应树立为祖国四化大业奋斗的壮志。但在具体的经营中，福特那种不拿第一誓不罢休的精神，还是值得我们借鉴的。可以说，作一名经理必须树立这样的信念——办一流企业，出一流产品，作同行业中的“执牛耳

者”。

高尔基在《论文学》中说：“我常常重复这一句话：一个人追求的目标越高，他的才力就发展得越快，对社会就越有益；我确信这也是一个真理。这个真理是由我的全部生活经验，即是我观察、阅读、比较和深思熟虑过的一切确定下来的。”

斯大林说，伟大的毅力只为伟大的目的而产生。在远处闪光的目标，对于进取者来说，不仅在他的面前展示了广阔的天地，奋斗的征程，而且会给他们以毅力，会启发他们的才智，召唤他们不达目的决不罢休。可以说，立下远大志向的人，才能够勇敢地面对人生，才能以不屈的毅力去战胜生活中的困难和阻力；也才能使自己的聪明才智得到充分发挥。没有远大志向的人，则难免在人生所面临的种种困难、挫折面前感到迷惑，甚至随波逐流，虚度光阴，他的才华也难以得到发挥。

你想成为一名出色的企业家吗？你想作竞争中的强者吗？那么，请你首先树立起一定要“赢得第一”的志向吧。

理想与现实

在江西省德安县鄱阳湖畔有一座新兴的城市——“共青城”。这里有宽阔笔直的街道，有拔地而起的楼群，工厂、商店、邮局、餐厅……应有尽有。街上汽车来往如流，行人络绎不绝，人们称这座小城为“小上海”。可是十几年前，这里还是一片湖滩、荒丘，“共青城”的建设者创造了一个奇迹！据统计，“共青城”的经济发展速度、经济效益、劳

动生产率,在全国名列前茅,1979年以来,工农业总产值平均每年递增30%,群众生活水平稳步提高,人均住房12.8平方米,家家有煤气,大多数家庭有电视机、洗衣机、电冰箱。

“共青城”除农业迅速发展外,工业企业也获得很大发展。他们开办了十几家工业企业,仅以羽绒厂为例,这个厂的厂房设备是全国第一流的,生产规模、生产能力居全国第一,产品不仅畅销国内,而且远销世界五大洲二十多个国家和地区。“共青城”是怎样发展起来的呢?一条很重要的经验就是雄心壮志。“共青城”年仅40岁的党委书记在回答记者的问题时说:“广告不是有‘誉满全球’之类的话吗?可能有点吹牛,但作为企业家,确实需要这种雄心和气魄!”他的话锋一转,接着又说,“这几年我们打破了干部终身制,提拔了一批有能力的年轻干部;打破了‘大锅饭’,大量采用合同工,改革了工资制度;此外,大抓了技术改造,羽绒厂的设备已进行五代更新;从上到下树立起‘质量第一,用户第一,信誉第一’的思想。”他说,“没有这些扎扎实实的工作,争第一,拿冠军,只能是吹牛皮,说大话而已。”

这位书记的话道出了一个很重要的道理:一个企业家既要有高远的目标,远大的志向,又要从现实出发,脚踏实地的做好具体工作。我国古代思想家荀子说:“无冥冥之志者,无昭昭之明”。“冥冥之志”就是埋头苦干之志。天大的志向如果不落实到埋头苦干的实际行动中,也只是一个零。

有理想,又顾及现实的企业家被认为是企业经理的理想人选。企业家中常有这样两种人,一种人雄心很大,凡事喜欢夸张而不喜欢做扎实的工作。他们夸张时很有干劲,但具