

黄学忠 编著

现代 企业 经营 机会

XIAN DAI

QI YE JING YING

JI HUI

中国财政经济出版社



中财 B0109758

现代企业经营机会

黄学忠 编著

中央财经大学图书馆藏书章

登录号

471369

分类号

F272.3/17

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代企业经营机会/黄学忠著. - 北京: 中国财政经济出版社, 1998.3

ISBN 7-5005-3697-6

I. 现… II. 黄… III. 企业管理-经营决策
IV. F272.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 00619 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

e-mail: cfeph@drd.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行处电话: 64033095 财经书店电话: 64033436

北京新丰印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 32 开 11.125 印张 225 000 字

1998 年 7 月第 1 版 1998 年 7 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5 055 定价: 15.00 元

ISBN 7-5005-3697-6/F·3398

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

目 录

前 言	(1)
第一章 机会	(4)
一、机会	(4)
二、机会与运气	(9)
三、机会与情报	(11)
四、机会与条件	(13)
五、机会与灵感	(15)
第二章 经营机会	(18)
一、经营机会	(18)
二、经营机会存在的客观性	(22)
三、经营机会的属性	(32)
四、经营机会与经济信息	(36)
第三章 经营机会的基本特征	(43)
一、普遍性	(44)
二、偶然性	(48)
三、消逝性	(53)
四、开发性	(56)

第四章	经营机会的基本类型 ·····	(60)
一、	经营机会是可以分类的·····	(60)
二、	经营机会的基本类型·····	(61)
三、	经营机会的分类是相对的·····	(75)
第五章	经营机会的价值 ·····	(76)
一、	对现代企业经营的认识·····	(76)
二、	评价经营机会价值的基本标准·····	(79)
三、	经营机会的价值·····	(82)
第六章	经营机会的产生 ·····	(91)
一、	经营机会产生的条件·····	(92)
二、	经营机会的产生·····	(99)
三、	经营机会的增加趋势·····	(113)
第七章	发现和捕捉经营机会 ·····	(117)
一、	发现和捕捉经营机会是自觉行为·····	(118)
二、	发现经营机会·····	(123)
三、	捕捉经营机会·····	(140)
第八章	利用经营机会 ·····	(161)
一、	经营机会的利用·····	(162)
二、	经营机会的利用方式·····	(168)
三、	怎样有效地利用经营机会·····	(171)
四、	经营机会的开发利用·····	(184)
第九章	经营机会的创造 ·····	(192)
一、	经营机会是可以创造的·····	(193)
二、	创造经营机会的方式·····	(198)
三、	创造经营机会注意的几个问题·····	(227)

第十章 经营逆境与经营机会	(229)
一、企业经营逆境.....	(230)
二、利用经营机会是走出逆境的最佳选择.....	(235)
三、利用经营机会走出逆境应注意的几个问题.....	(252)
第十一章 经营机会案例	(254)
一、海南房地产热潮 百业兴旺 经济大特区繁荣 处处商机.....	(254)
二、法国大革命二百周年 迎来好机会连连不断.....	(259)
三、两伊停火 战争硝烟尚未尽 机会降临 商业竞争已白炽.....	(260)
四、农业产业化带来契机 农村大市场需求变化.....	(263)
五、农村涌动科技潮 文化需求新变化.....	(266)
六、昔日“农转非”千方钻营 今朝“非转农”蕴藏机会.....	(269)
七、房屋租赁 蓄势待发 市场广阔 商机无限.....	(271)
八、茶坊崛起 都市人新憩所 茶叶走俏 国饮再现辉煌.....	(273)
九、造船工业重心战略转移 加快发展步伐机不可失.....	(275)
十、花卉种植新机会	

姹紫嫣红大产业·····	(277)
十一、鲜花出租 都市新行业	
市场需求 发展前景广·····	(279)
十二、夏日炎炎 冷品商机未出	
饮水变化 自制纯水盛行·····	(281)
十三、酷热难当 空调火爆·····	(283)
十四、抓住两次发展机会	
实现经济两次腾飞·····	(286)
十五、作战美军又热又渴	
抓住机会推销可乐·····	(289)
十六、苏联解体 发掘许多机会	
巧妙利用 台湾商人发财·····	(290)
十七、偶然事件潜藏巨大商机	
精心策划产品赢得声誉·····	(291)
十八、投宿旅店看到经营机会	
独具特色迎合大众消费·····	(292)
十九、老虎图形背包进舞厅	
新潮征兆显示新机会·····	(294)
二十、年龄结构起变化	
抓住机会显温情·····	(295)
二十一、金鱼启动灵感之门	
机会降临有心之人·····	(296)
二十二、偶然机会 邮购目录发迹	
不断进取 百年老店长盛·····	(298)
二十三、厦门地产 魅力无穷	

行情涨落	把握时机·····	(300)
二十四、一个联想	开发全新产品	
创造机会	树立世界名牌·····	(302)
二十五、农民寻找机会	转战南北	
乡企利用机会	大获其利·····	(304)
二十六、利用条件	创造机会	
别出心裁	吸引顾客·····	(307)
二十七、网坛名将	一代明星	
商人慧眼	借机发财·····	(310)
二十八、休闲消费留下空档		
音乐茶座再热泸州·····		(312)
二十九、旅游消费急剧增长商机无限		
新兴旅游蓬勃兴起吸引游客·····		(314)
三十、进军奥运	抢抓商机	
走出逆境	重振雄风·····	(317)
三十一、借灵感	米老鼠一举成功	
抓机会	迪斯尼声扬全美·····	(318)
三十二、突然出现	机会确属难得	
苦心经营	企鹅驰名世界·····	(321)
三十三、书刊压缩	也有商机	
读者文摘	应运而生·····	(322)
三十四、研究社会变革浪潮找机会		
开发一代名车野马创奇迹·····		(325)
三十五、抓住机会	企业起死回生	
不断创新	公司越办越旺·····	(327)

三十六、倒闭企业 机会在哪里	
独具慧眼 新品振雄风·····	(330)
三十七、资金就在点子里	
机会凭借再创造·····	(332)
三十八、危险信号 机会来临	
氧水上市 受到青睐·····	(339)
三十九、羊肉面出战汉堡包 快餐崛起	
红高粱对垒麦当劳 商机在此·····	(341)
四十、冥思苦想 不知机会在何方	
触发灵感 吉列剃刀遍全球·····	(345)

前 言

机会，机会，机会！

一个经营机会可以使一个企业在很短时间内获得巨大的成功，平步青云，飞速发展；一个经营机会也可以使陷入逆境的企业，很快实现逆境的突破，挽救企业于危难，步入康庄大道。经营机会这种神奇作用，曾使多少经营者为之倾倒。

在激烈的市场竞争中，成功的经营者的喜形于色：“抓住机会，就抓住了成功的牛鼻子，发财挡都挡不住。”失利的经营者的懊丧不已：“错过机会，痛失良机！”一腔无可奈何花落去的无限感慨。无论成功的或失利的经营者的，在总结经验或教训时找出多少条来，但有一条经验或教训却是共同的，那就是如何捕捉和利用经营机会。在现代企业经营中经营机会处于何等重要的地位。经营机会一词，也是当代人们使用词汇中重复率最高的词汇之一。

那么，经营机会究竟是什么？它有哪些基本特征和价值？它在市场经济中如何产生？经营者如何捕捉和利用经营

机会？等等，迄今为止，还没有一本系统分析和研究经营机会的著作。这可能有两方面原因，一是经营机会在经济生活中十分常见，因而习以为常，约定成俗，无须研究；二是仁者见仁，智者见智，每个人从不同角度可以进行不同认识，“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，难以有一个统一认识，分析研究有一定难度。我写作《现代企业经营机会》一书，试图对经营机会进行较为系统的分析研究，先人一步，算作是一种努力，一种尝试，作为以后研究的垫脚石。

我本是一个书生，地道的文化人。但是，在 1988 年海南建省办经济大特区的浪潮中，阴错阳差，被卷入商海之中。几年来，在商海的波涛之中，真有说不尽的酸甜苦辣，既尝到抓住经营机会而获得经营成功的胜利喜悦，更多的则是吞下一次次痛失良机而惨淡经营的苦果，对经营机会的作用有切肤之感，别有一番滋味在心头。当我从商海中爬上岸来，海水未干，就想把自己在商海中对经营机会的理解和认识写出来。这也是我写作《现代企业经营机会》的动机。不管我对经营机会认识和分析是否正确，对现代企业广大经营者也是一种参考。

从一个社会来讲，机会是存在于社会发展过程中各个方面、各个环节，凡是发展变化的事物中都存在着机会，大到一个国家，小到个人、家庭。本书是从现代市场经济条件下企业经营角度分析、研究经营机会。经营机会是机会的一种类别。本书从第一章到第五章，主要是分析什么是经营机会，以及经营机会的价值；本书第六章到第十章是分析研究经营机会的利用问题，从分析经营机会产生开始经营机会如

何发现和捕捉到经营机会如何利用，第九章研究经营机会的创造实际上是经营机会如何利用的延伸，第十章是分析企业在经营逆境状态下如何利用经营机会走出逆境。企业在经营顺境状态下如何利用经营机会，在前面各章已有分析，因而在第十章中专门分析逆境状态下企业如何利用经营机会。第十一章案例，是从国内外企业中如何发现和利用经营机会而获得经营成功的实践中节选出来的实例，目的是帮助读者更好地理解 and 利用经营机会。

早在 1987 年湖北省经济管理学校开设市场营销专业时，由本人主持组织编写一套教材，其中本人撰写的《现代企业经营机会》10 余万字，作为教材试用几年，听取各方面意见。现在出版的《现代企业经营机会》是在原材料的基础上重新撰写的。由于本人学识水平有限，再加上时间匆忙，难免许多疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

作 者

1997 年 8 月于武昌

第一章 机 会

举凡大千世界，万向人间，不管是已逝的历史，或是当今的现实，机会、机会，多少人发现机会，利用机会，成就一件件伟大事业，科学的发明，军事上的胜利，经济的发展，社会的进步，无不与机会相关。

机会究竟是什么？人们千百次使用和重复的概念，无一个明晰的定义。仁者见仁，智者见智，莫衷一是。机会不是运气，不同于条件，也不是灵感，本章将给予回答。

一、机 会

机会，又叫机遇。机会是人们在经济与政治生活中使用频率非常高的一个概念，谁都明白机会究竟是什么意思。但至今为止，人们很难给机会下一个明晰的概念，仁者见仁，智者见智，众说纷纭，莫衷一是。也许正是因为机会是人们

使用千百次的概念，很难下一个确切的定义。一些理论工作者在谈到机会时，往往采用描述的方法来说明它，而回避下定义。这里，结合自己的体会和认识，谈谈看法。

为了说明什么是机会，不妨先举例来描述机会：

我国宋代诗人陆游有一首《游西山村》的名诗，对其家乡的自然风光进行曲折有致、引人入胜的描写：重重山峦，条条溪水，使人在山径之中疑无去路，可是山回路转，突然又出现一个绿柳成荫、繁花环绕的山村，正是那“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”。^① 现在，人们常常引用陆游的这一名句，或者用以形容文学作品写作波澜起伏，别开生面；或者是比喻人在困境时忽然绝处逢生，进入顺境；也指在科学探索过程中似已无望，突然因为意外情况又出现转机，使探索者进入一个别有天地的境界，取得了“意料之外，情理之中”的成功。这里描述的就是机会。

在科学探索中有许多似已无望忽然又别开生面的情况。诺贝尔发明炸药的过程就是一个典型的例子。诺贝尔二十多岁时确立了从事炸药研究的雄心壮志。他通过反复研究，首先取得了用少量火药导致硝化甘油爆炸的专利，相继发明雷管，又成功地解决了不用火药的爆炸问题，后来又相继发明了安全的黄色炸药。但新的炸药的爆炸力反而不如从前。那么，能不能发明一种既有原炸药那样大的爆炸力，又具有新炸药安全特征的炸药呢？已经五十多岁的诺贝尔，似乎陷入

^① 陆游：《游西山村》。《宋诗一百首》，上海古籍出版社，1978年版第77页。

了百思不得其解的困境。但是，一个偶然的因素给诺贝尔带来光明。那正是在 1875 年的一天，诺贝尔在做实验时，不慎把手指划破，他用哥罗丁敷伤口。当天夜里因手指疼痛难以入睡，这时又想起了炸药的浓度问题。突然，一个想法启发了他，是不是可以用同手上敷用的哥罗丁相似的确棉胶实验一下呢？他立即起床，跑到楼下实验室做实验，结果成功了。等到他的助手到实验室时，看到的是既安全可靠，爆炸力又大的新型炸药——胶质炸药，不禁又惊又喜。从诺贝尔发明炸药的过程来看，这是一个典型的机遇性的发现。尽管每一项科学发现都有自己的独特之处，可是每一项发现都有事先意料不到的因素在起作用，往往使人在“山重水复疑无路”时，进入“柳暗花明又一村”的境界。这就是一种机会。

在经济生活中无时不存在着大量机会现象，一些濒临破产的企业可以在一夜之间出现大转机，许多长期积压的商品成为抢手的东西。1988 年自春末夏初开始，由于部分商品价格调整，造成价格上涨，引起人们心理上的恐慌，一时间在全国许多地方出现了抢购风潮。当时，全国积压 800 万台半自动洗衣机，一些生产洗衣机的厂家简直喘不过气，一愁莫展。当抢购风潮突起时，长期积压的洗衣机一下在成了消费者抢购的热门货，许多地方出现排长队、走后门买洗衣机的景象。这对洗衣机生产厂来说，真是千载难逢的大好机会，不仅卸掉了长期积压的包袱、恢复了元气，而且又得到了充足资金，为以后的发展准备了条件。这又是一种当陷入“山重水复疑无路”时，出现了“柳暗花明又一村”的境界。

从以上两个例子的描述，说明了什么是机会。这里，我们可以给机会的概念作如下表述：

机会是事物发展变化过程中内部逐渐蓄积起来的特别因素，是一种有利的促进事物发展的契机，一种普遍存在又具有偶然性的事物发展的环节，一种可以认识和捕捉利用的关键性的时机。

机会这个概念包含以下几重意思：

第一，机会是事物发展变化过程中内部逐渐蓄积起来的特别因素。

任何事物总是处在不断发展变化的过程之中，无论是自然界，还是社会界，由于各种不同因素相互作用、相互影响、相互制约，特别是由于千百万人的参与，使事物的发展变化呈现出错综复杂、扑朔迷离的局面。在作用于事物发展变化的各种因素中，既有主导因素，也非主导因素，随着事物的发展变化，各种因素的地位和作用也相应发生变化，而且还出现一些新的因素。无论原有的非主导因素，或出现的新因素，都有可能变成推动事物发展变化的主导因素，甚至变成事物发展变化特别关键的因素。这样特别关键因素的出现时间、出现方式或在什么环节出现，往往带有偶然性。但它是在事物发展变化的全过程中各种因素不断作用的结果，是事物发展变化过程中内部逐步蓄积起来的，可谓“十月怀胎、一朝分娩”。这种直接制约、直接作用于事物发展变化的特别因素，就是我们所说的机会；这样特别因素的出现，就是机会的出现。

第二，任何机会都是促进事物发展的有利契机。

任何客观事物在发展过程中，总是要受到多种因素的制约和影响，出现波折和反复。机会是存在于事物发展过程中的，事物运动变化的频率越高，机会出现的概率也相应增大。在事物发展过程中一旦机会出现，就成为一种契机，即一事物向另一事物发展的关键，促进事物向新的方面迅速发展。而且，还必须看到，这种机会总是从有利的方面促进事物发展，而不是事物的倒退或破坏。象前面说到的诺贝尔发明胶质炸药，就是因为手指划破后出现的一次机会，使他在百思不得其解的困境中发现了新炸药，这就是一种有利的契机，可谓“柳暗花明又一村”。

第三，机会是普遍存在又具有偶然性的事物发展环节。

任何客观事物发展过程中，总是一步一步、一个环节一个环节地向前发展，形成事物发展的“环链”。机会是事物发展过程中的一个环节，存在于事物发展过程之中，而且这种存在具有普遍性。说机会具有偶然性，就是说尽管机会普遍存在于事物发展过程之中，但机会的出现和发现往往是意外发生的，获得一种意想不到的新现象，绝不是唾手可得，一旦机会出现，就会对事物的发展起积极的促进作用，从“山重水复”到“柳暗花明”。本来 1988 年春季以前洗衣机大量积压，谁知意外地出现了“抢购风”，一下子解除了洗衣机厂存在的困境，出现了预想不到的好形势，从而促进了洗衣机行业的发展。

第四，机会是一种可以认识和捕捉利用的关键时机。

这里所说的机会是一种关键时机有两层意思：一是指机会具有时间性，从它的产生到消逝，总是在一定的时间内，