

托起明天的太阳

——任重道远的民营企业

宋宝全 王生发 编著



沈阳出版社

托起明天的太阳

江苏工业学院图书馆 远的民营企业

藏书章

朱宝全 王生发 编著

沈阳出版社

前 言

党的十一届三中全会以来，随着我国经济体制改革的不断深入和社会结构的转型，特别是在计划经济体制的缝隙中，生长着一种生命力极强且又区别于公有制经济的新的经济成分——民营经济。

1988年《中华人民共和国宪法修正案》将其明确地称之为“私营经济”。这种新的经济形式，是以市场机制为基础配置的社会资源，是以新型的雇佣关系为纽带的组合生产要素。经过25年的发展，在经历了由小到大、从弱到强、与时俱进的艰难的发展历程之后，它已成为我国社会主义市场经济的重要组成部分，成为促进社会主义生产力发展的重要力量。特别在就业方面，它占有全国企业的绝大多数，有的地区已达到90%以上。其中个体工商户、个人独资企业和合伙企业，是他们通过依靠自身的力量，在取得企业成功的同时，正带领大家共同创业，努力地向着小康社会迈进。与此同时，他们一直在寻求民营经济中的股份制经济，因为它是民营经济发展的高级形态，是一种混合经济，具有资本社会化的基本特征。就民营经济的本质而言，它是“民本经济”，是千百万老百姓通过自主创业而成长起来的，是发展生产力、解放生产力的新的经济，是先进生产力的重要承载者，是广大人民群众实现共同富裕的重要手段，是创造社会主义财富的不竭之源。

到目前为止，虽然专家们已经在民营经济的各个领域取

得了较为丰硕的研究成果，但还满足不了民营经济快速发展的需要。本文试图在作者自己所从事的企业及所研究的领域中，提供一系列的论据来分析和探索当代中国民营企业及企业的发展问题。与大家共同探讨并通过系统地论证，为读者提供一个崭新的世界，并借以说明当代中国的民营企业及企业家的历史生成及其发展现状。与此同时，本文还倾向于对“企业文化”的探讨，并就这一领域的个人观点加以阐述，以期达到抛砖引玉的目的，使大家一同来关心我们的国家、我们的社会和我们事业。

作者

2004年5月

序 一

本书的内容主要涉及中国最年轻、最有希望的企业群体——民营企业，而这些企业确实是正在冉冉升起的太阳。对它们，我一直怀着一种无比崇敬的心情。因此，当作者希望我为《托起明天的太阳》一书写序时，作为一个体制内的人，总感到自己力不从心，诚惶诚恐。由于作者之一的宋宝全先生一直是我工作和生活中的良师益友，朋友之命，推之不恭，也就只好勉为其难，答应了下来。

当我一气呵成读完书稿之后，感到的是一种深深的震撼。这几乎是一本描述中国民营企业诞生至今的成功与失败、发展与彷徨的思想简史。中国的民营企业是特指中国改革开放以来，短短二十多年中，在艰难曲折当中奋进成长的一批非公有制企业。尽管它们当中多半是中小型企业，但它们却是这个时代最引人瞩目的一批企业群体。人们关注它，是因为它们作为体制外的新生企业，给我们的国家和民族、给我们这个时代带来了太多深刻的影响。不过无论社会对它们多么关注，往往只是停留在对它们的崛起和财富的形成历程的好奇，以及民营企业掌门人那些个人奋斗、发家致富的传奇故事的层面上。而像本书这样，从思想的层面上来关注民营企业，来探索民营企业成长的深层次原因的，确实还不多见。因此，我为之而感到欢欣鼓舞。

民营企业是中国经济发展中一支强劲的生力军，党的十六大为我国民营企业的发展提供了更广阔的天地。应该说，中国民营企业正步入了一个发展的黄金时期。那么民营企业如何抓住这一机遇，不断发展和壮大自己，实现规范化管理，不断提升企业综合竞争力，并且走向世界，参与国际竞争，从而不断为我们的民族工业发展贡献力量呢？应该说，这是今天摆在我们所有民营企业面前的一个神圣而艰巨的历史使命。而本书正是以这样的视角和使命感来从思想层面上研究民营企业的兴衰和成败规律，并且列举了民企发展中一些典型的案例，以此来揭示它们在发展过程中应遵循的客观规律，具有极高的思想内涵。相信不但对民营企业家，而且对其他的企业家来说，都是很有裨益的。更为可贵的是，宋宝全先生作为一个民营企业家，王生发先生作为一个政府中从事民营企业管理工作公务员，“官商”联手，共同研究民企发展的深层次理论问题，这是今天从事这方面研究中较为罕见的，应该说这也是振兴东北老工业基地，思路转型的一个具体反映。

随着全球经济一体化和中国加入 WTO，国际国内的竞争形势日趋激烈，民营企业将面临更为激烈的市场竞争和更加开放的市场环境。如何审时度势，正确把握“十六大”后的宏观经济形势，抓住新的发展机遇，打造企业的核心竞争力，使企业在激烈的竞争中立于不败之地，这是在新的形势下民营企业必须面对的实际问题。当前，制约中国民营企业发展最致命的问题是高素质的企业家群体还在形成过程中，大部分的民营企业家还在寻找对自己历史责任的定位，我感到，只要这种定位落实了，民营企业就足以承担起振兴中国民族经济之大任。看了《托起明天的太阳》一书后，使我豁然开朗，对上述问题充满了信心，因为在中国民营企业家群体中，也不乏宋宝全先生这

样有着深邃的思想，以振兴民族经济，为社会造福为己任者，他们是中国民营经济未来发展的希望所在，我深信他们将托起明天的太阳。

A large, stylized handwritten signature in black ink, reading '林光明' (Lin Guangming). The characters are fluid and connected, with a long horizontal stroke at the end of the last character.

二〇〇四年五月九日于北京

序 二

拿到这本名为《托起明天的太阳》的书稿，是因受宝全和生发两位作者之托，希望我能为之写一个“开篇词”。

我近十年来一直在负责经济体制改革和民营经济发展工作，出于对民营经济的职业性偏爱，关于反映当代民营企业方面的书我都比较关注。也有不少充满激情和热心并有战略眼光的民营经济界的朋友，宋宝全和王生发就是其中的两位。尽管我在担任沈阳市民营经济发展工作委员会主任和市中小企业局局长期间由于工作需要，对民营经济接触较多，不少民营企业家的酸甜苦辣和创业成功的喜悦都深深的融入了我们的记忆和思想交流中；但同许多成功并敢于又善于大胆思考和创新的民营企业家比起来，我对加速发展民营经济这项宏大的事业的研究思考还很不够。为《托起明天的太阳》这篇民营经济的大文章做开篇，深感力不从心。

然而，读了这本《托起明天的太阳》书稿之后，从大小标题的别致，到通篇语言的真诚，以至所包含的内容之丰富，觉得确实令人耳目一新。深为作者发自内心的对民营经济大业的事业心和责任感所打动。也感到二位作者心愿恰如其名字，他们是在以此书为促进民营企业生机勃勃的加快发展献“宝”。宋宝全作为一位成功的民营企业家，百忙之中能同王生发合著此书，其精神和毅力是令人叹服的。我水平有限，恐难如作者所望；但能得作者之信任为之开篇，不仅是一种荣幸，一种责

任，一种义务，更是一种朋友间难以推脱、必须给予的支持。于是欣然命笔，抛砖引玉，以此小文作为一“砖”抛出，望引来能“托起明天的太阳”——促进民营经济大发展之“玉”。

这本书通篇洋溢着如民营经济般生机勃勃的鲜活之气和深刻思考。既着眼于现实，着眼于真情；也着眼于希望，也着眼于未来。这些思考来自于作者从事民营经济事业实践的真切感悟，来自于发自作者内心的对发展民营经济事业的热爱，来自于作者对中国改革开放以来民营经济所走的历史——正在经历的现实——和将要走向的未来所做的深刻思考和大胆探索。

每个真正关心民营经济或有志于投身民营经济发展的人，如果认真的读一读这本书，必会从中受到启迪、引发思考、有所启示。

于连胜

二〇〇四年五月十二日

目 录

序 言

序一/林左鸣

序二/于连胜

第一部分：明天的辉煌由我们来创造

——中国民营企业家.....1

一、花儿为什么这样红

——企业家们，要善于经营你自己.....2

二、明明白白说清楚

——民营企业家的定义及生成.....5

三、一个不得不说的话题

——民营企业家现状12

四、春天的故事

——中国民营企业家16

五、请你听我说

——关于民营企业家的素质研究24

六、敢问路在何方

——民营企业家自我完善的途径31

七、不得不回答的问题	
——民营企业发展十问	54
八、你何时跟我走	
——如何创造拴心留人的环境	65
九、说是为你好，看了你提高	
——民营企业容易出现十个问题	71
十、一个不容忽视的问题	
——如何搞好对“身边人”的培养和教育?	82

第二部分：叙说一个传奇的故事

——中国民营经济	89
一、掀起你的红盖头	
——民营经济定义及界定	91
二、爱拼才会赢	
——民营企业的发展历程	94
三、让我欢喜让我忧	
——中国民营企业的成长及现状	97
四、拨开云雾见青天	
——中国民营经济发展的趋势	108
五、难以泯灭的情怀	
——中国民营企业的问题研究	114
六、聚是皓月当空	
——民营企业十大优势	132
七、化腐朽为神奇	
——民营企业发展的十大劣势	135
八、拨亮一盏灯，照亮一大片	
——沈阳民营经济发展给我们带来的启示	139

第三部分：好大一棵树

- 现代企业文化管理.....149
- 一、不能拒绝的爱
 - 民营企业文化建设.....150
- 二、一枝一叶总关情
 - 企业文化建设的理论问题.....170
- 三、月亮代表我的心
 - 如何培育企业文化的大局观念.....174
- 四、妹妹你大胆地往前走
 - 企业文化建设与创新.....176
- 五、你知道我在等你吗？
 - 企业文化建设与道德意识.....178
- 六、万水千山总是情
 - 企业文化建设与不断增强社会责任感问题.....180
- 七、把爱奉献给你
 - 谈建立与市场经济体制相适应的道德体系.....182
- 八、不能忘却的爱
 - 企业文化的发展趋势.....185

第四部分：从胜利走向胜利

- 人生是一本读不完的书.....187
- 一、天生我才必有用
 - 一个人的智慧对人的发展起着重要的作用.....188
- 二、留住我们的根
 - 人才在市场经济发展中起着决定作用.....191

三、走你的路,让人家去说吧

——如何做人·····206

四、不用青春赌明天

——人生属于自己的三件宝·····208

五、真诚的告白

——我们的十个体会和忠告·····211

后记·····213

第一部分

明天的辉煌由我来创造

——中国民营企业家

***用我们健美的臂膀，托起明天的太阳。**

党在十六大报告中明确提出：“在优化结构和提高效益的基础上，国内生产总值到2020年力争比2000年翻两番，综合国力和国际竞争力明显增强，基本实现工业化，建成完善的社会主义市场经济体制和更具活力、更加开放的经济体系。城镇人口的比重较大幅度提高，工农差别、城乡差别和地区差别扩大的趋势逐步扭转。社会保障体系比较健全，社会就业比较充分，家庭财产普遍增加，人民过上更加富足的生活。”这就是我们所向往的小康社会的奋斗目标。

从实现小康社会的奋斗目标中，我们不难看出，当代中国的企业家将承担着积极而又强大的国际竞争压力，承担着缩小“工农、城乡、地区”等三大差别的攻坚任务，承担着巨大的就业压力，承担着共同富裕的千钧重担。

肩负着历史使命的民营企业家们，面对党的重托和人民群众的希望，我们别无选择，只有大干快上，以只争朝夕的精神，用我们的勤劳和智慧，托起明天的太阳。

一、花儿为什么这样红

——企业家们，要善于经营你自己

***人气是财气的基础，财气是腾飞的条件。只有经营好我们自己，才能创造出辉煌的业绩。**

在全球经济一体化的今天，作为一名企业家，特别是民营企业，你要懂得并善于去经营你自己，因为经营你自己就是经营企业。你个人的品牌打出去了，你的企业的品牌自然也就打出去了。用国际钢铁企业综合竞争力排名第二位的“宝钢”公司的理念说，如果“企”字上面没了“人”，这个企业也就“停止”了，不会有更大的作为。虽然这只是一般的说文解字，但它至少说明一个道理，企业里面不能没有人才，人力资源是企业发展壮大基础和前提，而这个企业的“当家人”，则是企业发展的关键。所以说，企业家个人品牌的好坏，决定着其企业能否长久地发展。

经我们研究认为，随着 WTO 的加入和国外企业的加盟，中国企业家的行为和形象越来越被人们所关注，也可以说他是一个系统的组织、控制和管理的工程，或说它已成为企业兴衰存亡的脉门也不为过。同时，更多的企业家特别是民营企业也逐步认识到，需要着力打造的不单是企业的产品，而且还包括我们企业家本人。

在市场经济条件下，企业的发展很大程度上依赖于企业家

这个关键的因素。在我们国家，企业家的形象和企业形象有着极大的关联，他们对企业有着很强的控制力，是企业内部管理中最不受管理的因素，特别是民营企业。因此，企业领导人特别是民营企业家的形象管理便成为控制企业风险因素的关键环节。

中国缺少企业家，企业家是中国的财富。他的形象如何，决定着企业形象的好坏。所以，他个人的形象决定了其企业的价值，因此要加大力度去塑造、去管理。诚如许多人在对微软感兴趣的同时，也会对比尔·盖茨本人感兴趣。在现代营销中，一个管理软件的供应商和支持者，他们有很好的产品，但是如果他们自身的企业和企业家没有优秀的管理或是没有让人动心的管理故事，那么他或多或少是个缺憾。微软坚信“我们提供、满足用户的这些要求，本身就是服务的内容之一”。因此，人们不仅愿意听到一个组织的传奇故事，更愿意听到一些与故事中人物相关的事情。企业领导人的形象对于产品的影响客观上是很大的，他已成为其产品形象的代言人。所以，把企业家个人形象与企业融为一体，并进行有效的系统管理，已成为现代企业管理体系中的一个重要的组成部分。

有关专家指出：“无论企业领导人在这个组织的地位多么高，他都是整体和谐的运作链其中的一个重要的关节，都是这个运作链上的节点之一，那么管理领导就不可能回避，它是可以左右企业兴衰存亡的”。当今，中国的许多民营企业已经充分认识到了这一问题，并逐步地改善。可以讲，企业领导人作为企业的一员，对其个人形象与企业形象的牵连性要有一个足够的认识，对于个人与企业组织间的行为边际更应界定清楚。所以我们认为，企业家形象传播的针对性与有效性也应该透过有效的形象营销计划来加以规范和发展。

在管理上，对领导人的管理不同于对一般人员的管理。因

为每个企业领导人的资源都具有特殊性。这种研究需要非常细致的量体裁衣式的诊断、设计，然后才能做好。当然，在现实生活中，企业家的形象管理比企业形象管理更为困难。因为在组织的行为模式上，有很多模式可资借鉴，而领导人的形象管理则不同。实践证明，对于企业家的管理不仅是形象的管理，还包括公众场合露面的技巧，讲究内在修养的做法，与员工互相沟通的方法，等等。所以说，企业家是一个容易被大家认同为感性信息来源的地方，也是现代企业中应该加以管理和利用的资源。

最近，各地纷纷召开民营企业座谈会，绝大部分企业家包括政界的一些人士也都认为，一个好的企业家，在创造企业价值最大化的同时，也应该创建一个属于你自己的品牌——良好的形象。