

超越自己——

乐之智业

◎ 郭晓薇 著

知识产权出版社



超越自己——

乐之智业

邬晓薇 著

知识产权出版社

图书在版编目(CIP)数据

超越自己/邬晓薇著.—北京:知识产权出版社,2004.9

ISBN 7-80198-080-8

I.超... II.邬... III.新闻工作-策划-经验 IV.G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 083424 号

本书的所有版权受到保护,未经出版者书面许可,任何人不得以任何方式和方法复制抄袭本书的任何部分,违者皆须承担全部民事责任及刑事责任。

超越自己

责任编辑:韩国兴 蔡虹

封面设计:雷励

知识产权出版社出版、发行

(北京市海淀区马甸南村 1 号 邮编:100088)

<http://www.cnbod.com>

(010)82000890 (010)82000860-8128

知识产权出版社电子制印中心印刷

中国按需出版网直销

2004 年 8 月第一版 2004 年 8 月第一次印刷

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:7.625 字数:202 千字

ISBN 7-80198-080-8/C·017

定价:30.00 元

如有印装质量问题,本社负责调换。

序

记得2001年我的一个大学同学来北京出差,见面头一句话就问我:“还知道电机怎么转吗?”这虽然是老同学开玩笑的话,倒是一针见血。因为,我的确是不务正“业”了。

一个学电机的怎么最后就和文字打上交道了。

如果让我自己说,那就是,考工科大学是给别人考的。因为,上世纪80年代初期,恢复高考不久,老师、家长像念咒似的给我们灌输“学好数理化,走遍天下都不怕”。虽然喜欢文学,但理工科也学得挺好,就赶时髦,学吧。记得临高考前我们班上60个同学,女生仅剩7个。

其实学什么无所谓,关键在于你的价值在哪儿体现?

总结自己这十七年的工作心路,曾经设计并做过很多梦,拼命地营造心中的那个梦,中间也时不时地迷失方向,以为挣很多钱就很快乐。可是当挣到了自认为已经够了的那个数目时,我发现我并没有超凡脱俗,我还是原来的那个我。痛苦和烦恼仍然时常伴随我,付出几十年的代价才真正活明白:做自己喜欢做的事!

孔子说:“知之者不如好之者,好之者不如乐之者。”

只有乐之者时,人才是忘我的、天真的、自然的、活泼的。

什么是自己喜欢的呢?那就是把自己最优秀的一面用来为他人服务,为他人创造价值,为他人带来快乐。

我在为他人服务当中发现,自己一个小小的点子,一句温暖善解人意的话能为他人带来收获和成功,能为他人解除烦恼和忧愁,这让我好有成就感!让我好快乐,好幸福!这种感觉远远超过当我挣到很多钱时的感受。从此我就认准了它,坚定不毅向前走,发现越走越快乐,其乐融融。

为他人服务可能是业务上的指点,也可能是生活上的关心,也

可能是心灵上的安抚。只要是他人所需要的,而自己又能做到的,我慷慨大度决不吝啬。当然为他人服务需要仁义、需要热情、需要正义、需要智慧,还需要委屈和牺牲,可这不正是一个仁人志士活着应该具备的吗?

许多朋友问过我同样的话:“为什么总有客户主动找上你,而我们就没有?你的朋友怎么那么多?”

好朋友《中国消费者报》社长助理孙建和刘学美夫妇一次无意中說:“晓薇靠的是人格魅力。”

其实,我一个凡夫俗子,又没有值得炫耀的家庭背景,和别人不一样的就是用心。用心做事,用心做人。我喜欢换位思考,在我的人生词典里我不喜欢也尽量避免负面词,不对朋友说不,也不说自己不,更不说客户不。

如今是以成败论英雄,以财富论成就。

我离所谓的成功还相差甚远,但我自己很满足。因为在人生纵横交错的轨道中,我找到了适合自己的那条轨道,只要我一直在这条轨道努力,我就无怨无悔。

人的价值评判有两个:一个是自己,一个是社会,缺一个都算不上真正的成功。

成功和幸福一样,没有指标,它是一种感觉。

邬晓薇

2004年7月

代 序

晓薇告诉我她写了一本书,我略有吃惊。因为她的业务非常繁忙,居然还可以坐下来写书。她希望我给写个序,我亦感到不敢当。我们是初中、高中同班同学,现在都在北京,每年能见几次面,每次都是家长里短聊个不停。有了孩子后,主要是看孩子们在一起玩。只有当我看了她的书稿后,我才了解了她这十几年来来的工作历程。

一位朋友曾经说过,人生的价值主要体现在三个方面。第一,要做自己喜欢做的事情;第二,所做的事情对社会有价值;第三,做事情的同时还可以为自己挣得金钱。读完晓薇的工作自传,我感觉晓薇的人生价值得到了体现。

晓薇是在哈尔滨理工大学读的电机专业,现在从事的是企业宣传策划。这中间的跨度不可谓不大。也许从理论上讲,她还有很多缺陷,但是从实际效果讲,她已经赢得了许多企业的信任。先科电子、中国蓝星、国家工程中心、WATERMATE 净水宝、东鹏陶瓷等一个个耳熟能详的企业、产品的名字,也许会给我们一些特别的感受。

早在四十年前,彼得·德鲁克就观察到,公司的首要任务就是“创造顾客”。然而面对众多的服务供应商,顾客将如何进行选择呢?顾客是价值最大化的追求者,他们根据自己对价值的期望进行选择。企业对策划人的需求亦是如此。当今的策划人,必须不断监督、了解顾客对理想价值的看法,为顾客提供高度满意的服务,使顾客对你的服务产生共鸣,而这种共鸣就是顾客忠诚的来源。

晓薇是一个非常感性的人。她在看到很多企业花了大笔金钱而没能取得理想的宣传效果时,总是扼腕长叹,替企业担心。于是她下决心将自己工作中积累起来的一些经验,包括一些成功的策

划方案完整的公布出来,一些失败的案例完整的书写出来,希望对我国的企业有一份贡献。

在读这本书稿的时候,我曾给她提过建议,能否在各策划案例中添加一些理论性的东西,把这本书拔高,成为 MBA 的参考读物。但是她认为,虽然那样会显得本书更有水平一些,但也显得内容更空泛了。想想也对,价值之所以能够体现出对于主体的有用性,能够有效地满足主体的现实需要,关键在于客体本身具有某种客观的属性。所以马克思说:“如果去掉使葡萄成为葡萄的那些属性,那么它作为葡萄对人的使用价值就消失了。”

希望这本书能够对我国的企业策划事业起到应有的作用。

对外经济贸易大学金融学院副院长 邹亚生博士

2004 年 7 月 12 日 于人民大学

制心一处

读晓薇写的《乐之智业》一书,我和别人的感觉不太一样,这本书在我眼里展现的不是一行行文字,而是一幅幅画面,还有晓薇那张总是热情洋溢的笑脸。我和晓薇共事多年,即是她的领导也是她的朋友,所以书中记录的许多她的策划故事我都是见证人。晓薇是一个很直率的西北人,也是一个执著地用心做事的一个人。在我印象中,她帮助企业做宣传策划的初衷就是因为她认同企业领导的理念或者企业产品的价值,由此她才会投入巨大的精力和热情帮助企业走向成功。

晓薇从到中国科技信息杂志工作开始,这么多年始终在科技新闻界中耕耘,只是工作的侧重点不同,从一名记者发展成为一名策划人。其实她这些年做的工作和中国科技信息杂志的宗旨一脉相承,就是帮助科技企业树立品牌,推广产品。佛家有句话:制心一处,无事不办。晓薇正是在科技传播界十年如一日的历练,才成为科技企业、科技产品宣传推广的行家里手,这本书中的大多数科技企业的成功案例就是证明。

晓薇在人生梦想探索中不断定义自己成功的标准,我认为她在序言中将“做自己喜欢做的事!”作为自己的人生追求是很适合她的禀性的,相信她有这样的人生理念就会取得与众不同的成功。

最近读了《追求卓越》一书的作者汤姆·彼得斯的新作《重新想像》,书中强调这样一个观点:明天属于女性。在我看来,晓薇的履历已经回应了这位大师迟到的判断。

希望未来晓薇还能写书,但那不再是一本写自己的书,而是她写的一本融入她的心血、快乐的成功企业的传记。

中国科技新闻学会副秘书长 中国科技信息杂志总编 杨昕

孔子曰：

知之者不如好之者
好之者不如乐之者

目 录

* 序	1
* 《超越自己》代序	3
* 制心一处	5
* 全国第一届经纪人培训班	1
* 中国科技信息交流网络年会	6
* 膜技术与纯净水	11
* 国家工程中心	38
* WATERMATE 净水宝	48
* 三起知识产权纠纷案	56
* 氢氧焊割机	65
* 东鹏陶瓷	71
* 兴隆灯饰城	77
* 汽车文化节	81
* 工程质量	86
* 数码相机	92
* 先科电子	97
* 虹景大背投	109
* 网络媒体	115
* 奇迪饮水机	124

* 中国蓝星	137
* 奥星天网	159
* 北京建工金源	170
* 信息安全	176
* 人在旅途	182
* 随想	193
* 附录	215
* 后记	254

全国第一届经纪人培训班

1992年,可以说是中国技术市场的明媚春天。

小平同志南巡后,加快了院所体制改革、科研人员体制改革步伐,国家又出台一系列加快科学技术发展的优惠和开放政策,允许政府及事业单位办公司,允许国家公职人员、科研人员下海办企业。

一下子,技术市场出现了前所未有的井喷现象。

各种各样的发明专利、实用技术、科研成果比比皆是,有单位的,有个人的,几乎到了是个人都可拥有一两项个人专利,有些高产者可拥有几十项个人专利的火暴地步。

各种各样的科技公司、信息中心、专利公司,政府办的、大学办的、研究所办的、甚至个人办的,随处可见,如雨后春笋。

一大批科研人员、大学教授拿着研究所资料堆里的科技成果、实验室的项目,胸有成竹、满怀信心地甩开膀子准备下海大干一番。

政府官员凭借工作多年和企业的上下关系网,倒腾一两个项目不在话下,也扮演起二级政府、三级政府的角色,捞!

而这一切繁荣景象的下游就是没有任何技术开发能力的生产企业。

一时间,鱼龙混杂。

明智的企业选择了厂校联合、厂所联姻,两家合成一家人共同开发新项目,风险共担,利益共享。而有些企业却在这波涛汹涌的市场大浪中被撞得头破血流,付出十分惨重的代价。

有些企业能吃一堑长一智,反过来又开始骗技术方;

有些科研人员只懂技术、懂科研,不懂市场游戏规则,上当受

骗；

有些咨询中介公司跑前跑后，穿针引线，最后，供需双方过河拆桥，甩掉“媒人”，竹篮打水一场空。

.....

坑蒙拐骗的大量出现，使许多科研人员投鼠忌器，造成许多好的科技项目被置压。这种现象严重制约了技术市场的正常发展。

那么技术方、接产方、中介人三方，到底各自应该扮演什么样的角色？中介人在供需双方交易中的存在合法吗？能不能把中介人和倒买倒卖钢材、车皮的二道贩子混为一谈？中介人该不该得到应有的报酬？该得多少？依据是什么？

这些问题一直萦绕在我的脑海。

在无意的一次闲聊中，高级编辑张韵霞老师对我说，她前两天参加了国家科委召开的一个工作会，中国技术市场管理协会办公室主任刘东升在会上说，要在全中国建立一支科技经纪人队伍。

我说：“科委公务人员那么紧，谁能有空组织培训呢，咱们来办怎么样？”

我感到这是个商机，想我们来做全国经纪人培训班。

可是，万事开头难，什么是经纪人？经纪人是合法的还是非法的？经纪人都需要哪些基本常识和知识？我们一概不知。如果说我们对经纪人有初步的概念，那就是技术中介人。

我和张老师两个人开始想着这个问题，首先想到的是中国贸易经济法律最权威的中国人民大学，我们打电话直接联系到贸易经济系主任——著名教授李金轩。

我们去了李教授家里，说明来意后，李教授热情接待了我们。当我们把办经纪人培训班的想法告诉他后，他很是赞赏。李教授经常在国外做访问学者，他对美国的技术贸易市场了如指掌，说欧美发达国家早就有经纪人，经纪人不仅扮演着非常重要的角色，而且已经是一个非常庞大管理规范的行业。经纪人活跃在证券、金融、地产、商业等许多领域，他把经纪人的含义给我们详细地讲了一

下,并告诉我们经纪人商务活动中应该掌握哪些基本常识,应具备哪些基本素质。最后李教授接受了我们热情的邀请,准备担任本次培训班的授课老师。

从李教授那儿回来,我们关于培训班课程的设置全清楚了,经纪人的形象也在脑海中勾画出来了,最起码知道经纪人不仅仅是技术中介人,一切中介代理贸易、技术、法律等关系的人可以统称为经纪人。

根据经纪人的业务需要,经纪人首先需要掌握基本的法律知识、贸易知识,技术经纪人还需要掌握技术合同法、专利和商标的相关规定,我们的思路越来越清晰了。

接着我们又去中国人民大学法律系求教,法律系 80 岁的老前辈潘敬成教授在家里接待了我们,他给我们推荐了两位在职的年轻能干的老师吴宏伟教授和周教授(记不清名字了)。这样贸易和法律两个专业的老师就确定了。

为了让使培训班的学习内容不抽象,我们还计划请法官结合实际案例进行授课,这样理论结合实践,培训班才能收到满意的效果。于是,我们又去北京市高级人民法院经济庭拜访了张鲁民庭长,邀请她给我们讲一些司法实践中的经济案例,她热情地接受了我们的邀请。

我们又分别去了国家工商局商标管理处和国家专利局。这样我们就把一个完整的经纪人的培训框架搭建起来了。

接下来就是我们具体的会务工作。

我们开始找培训地点,联系到单位附近的海军司令部招待所,并确定了具体培训时间为 3 月 24 日至 3 月 26 日,为期 3 天。我们还排好了课程表,印发了培训通知。

万事俱备,只欠东风!

结果,从全国各地来了 120 名学员,分别来自于深圳科技园、西北工业大学、煤炭工业部、中国科学院等,而且多数都来自于国家科委系统的科研院所、大专院校科技处、技术市场办公室,还有

的来自于各地的经济信息咨询公司、企业,并且相当一部分是个人学员。

开幕式当天,国家科委体改司副司长贾振廉、中国技术市场管理协会主任刘东升和中国技术市场信息联络部主任封章大出席了开幕式并做重要讲话。



全国第一届经纪人培训班

左一:中国技术市场协会管理办公室主任刘东升

左二:国家科委体改司贾振廉司长

右二:中国技术市场信息联络部主任封章大

我们按照讲课老师的要求给学员购买了相关书籍。由于课程安排比较丰富全面,老师讲得生动具体。对学员来说,是一个全新的概念,全新知识领域,有一批学员是带着单位具体问题来学的,所以,课堂上师生一问一答,互动性特别强,气氛很活跃。

有的学员说培训完就要自己办公司,有的学员正在从事技术转让,已经遇到中介费如何收取的问题,有的学员所在单位已经出现了法律纠纷。培训班结束后,我们的学员好多都办了公司。至今为止,我们有个别学员还和我保持着联系,像在中央党校的傅宗科总经理,他办了一个咨询公司,专门对企业高层领导讲授第五次修炼,在企业界影响很大。

整个培训班的运作前后,我们没有通知任何一家新闻单位,没有想出名,也没有想造势,只是想将科委想做又没有人具体做的经纪人队伍建起来,把培训班做好,让学员学到要学的东西而已。结果,中央电视台、光明日报、科技日报、北京日报等许多媒体对此进行了报道。其中,中央电视台中国报道主持人王世林一行四人亲自到教室采访学员和老师,并于1992年的6月5日在中央电视台-1频道黄金时间晚上10点中国新闻给我们做了10分钟专题报道。

由于是全国第一期经纪人培训,因此,在全国技术市场、科委系统和法院系统影响特别大,取得了社会效益和经济效益双赢的圆满效果。

但唯一的缺憾就是当时我们仅仅是从全国的技术市场需求出发,学员也没有一个是冲着证件来的,所以着重了内容,忽视了形式,结果没有像现在这样正式地给每个学员颁发正规的结业证。

第一期经纪人培训取得空前效果后,有来自全国各地的许多电话问第二期什么时候办。于是我们在1993年4月份又在同一地点举办了第二期经纪人培训班,全国来了有六十多名学员。

点评:有需要就有市场

这种商机是在聊天中发现的,也就是说,商机是处处都有的,关键的是要随时捕捉,而且一旦握在手里,就应立刻分析它的可行性,再付诸于行动,这样,就可以做到稳扎稳打,有的放矢。那些发现机会,而不去分析它,或者稍微摸不着边际,就浅尝辄止的人是永远抓不住时机的。

中国科技信息交流网络年会

在《中国科技信息》杂志社,杨昕主编让我担任中国科技信息交流网络副秘书长。这个网络是国家科委成果司和《中国科技信息》杂志社联合组建的,成立的目的是为了更好地推广科技成果,加速科技成果的转化,成为连接科研院所、大专院校和企事业单位之间的桥梁。加强政府官员、科研人员、企业人员之间的联络和合作。

这个网络在当时影响空前。因为个网络的建立,正赶上 1992 年之后,当时技术市场领域十分活跃。

大专院校、科研院所所学项目层出不穷,其中有相当一批是国家计划项目,但由于种种原因没有走向市场,从而造成产业化,形成大量优秀项目和科研成果的积压。另一方面,全国各地政府、各种机制的企业都争先恐后地按新规划上新项目、新技术,到处寻求短平快项目、实用技术,而其他的项目和技术却无人问津。而对大量优秀项目科技成果的积压,各个部委的情报所、科技处都相继成立专门部门,编辑出版项目集锦,召开本系统的技术交流会,为技术买卖双方牵线搭桥,自觉地充当起技术中介、技术咨询团体经纪人的角色,但由于隶属关系,条块分割现象十分严重。面对全国庞大的技术市场,这支队伍力量显得非常单薄,没有一个能站在一定高度,全面担当起全国技术市场这么一支领头羊,从政策、法规、市场、产业、技术等方面给予技术双方做全方位的指导。

《中国科技信息》杂志正是在这个夹缝中找到独特空间的媒体。

许多优秀的科技项目都是通过这个网络搭建平台推广出去的;许多名牌产品也是通过《中国科技信息》杂志宣传推广的;许多