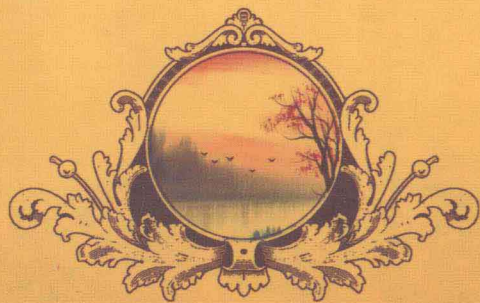


魏星 子越◎主编

企业家名言警句

速查手册

一语道破商机

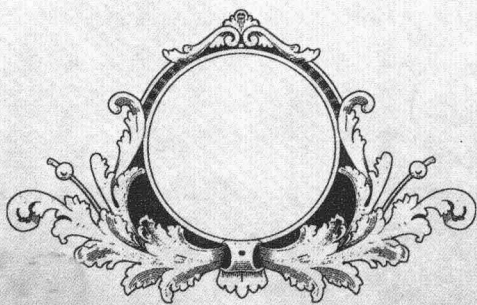


中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

企业家名言可

速查手册

一语道破商机



中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

责任编辑：刘向鸿
封面设计：润地文化

图书在版编目(CIP)数据

企业家名言警句速查手册：一语道破商机 / 魏星，子越编著.
—北京：中华工商联合出版社，2004
ISBN 978-7-80193-154-2

I.企… II.①魏…②子… III.企业管理
IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 065078 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编：100027 电话：64153909

网址：www.chgslcbs.cn

北京振兴华印刷厂印刷

新华书店总经销

880 × 1230 毫米 1/32 印张：9.75 190 千字

2007 年 3 月第 2 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80193-154-2/F·64

定 价：19.80 元

序言

思想的声音

——给读者

美国著名经济学家乔治·吉尔德说：“财富并不主要存在于物质之中，而是存在于思想之中。”许多事实证明，成功而优秀的企业精英人物都有自己的思想。他们在一些媒体上所表述的言语文字，无不渗透着新锐的观念、理性的思考、英明的预见，他们的所作所为、所言所感无不表现出社会财富创造者与奉献者那睿智的眼光、宽阔的胸怀和高尚的品格。

思想是许多企业精英人物的财富，也是他们不断走向事业与人生成功的法宝。有人说，生意人与企业家的层次差别主要在于前者只有生意，而没有思想，而后者既有自己的思想，也有自己的事业追求。这是不无道理的。他们善于把中国优秀的民族传统文化与市场经济规律结合起来，形成自己独具特色的经营思想，并应用于实践，且收效明显。他们大都有高屋建瓴的预见眼光，能敏锐地察觉并抓住任何可能的机会，为企业赢得潜在的商业利润；他们具有超人的胆略，敢于在一片泥泞中开辟出一条阳光大道；他们政治思维能力强，大多具有政治思维的广度和深度；他们有胆识，有谋略，敢想敢做，具有开拓创新、不断进取的基本素质；他们有着强

烈的创业、敬业、爱业的事业心和责任感；他们具有明显的个性特征和人格魅力；他们是时代的弄潮儿，是推动社会不断走向科学和文明的英雄豪杰……他们不仅是精明的实践家，也是谙熟经营哲学的思想家。他们在多种场合、各种媒体上发表的言论，蕴藏着他们的思想精髓，他们的经营哲学，他们的精神内核，他们的价值取向，他们的人生感悟和深刻的经验与教训……从中，我们可以读出许多关于财富的忠告！

这些忠告是友善的、真诚的，发人深省的，给我们智慧和启迪，是实在的，永远的！

尽管这里采撷的都是一些片言只语，其言语文字也并非字字珠玑，句句是金。他们有各自的个性特点，看问题的视角和思考问题的思维方式也不尽相同，但只要我们用形而上的眼光去理解它、运用它，而是结合自身的实际细细品味，慢慢消化，其启迪和借鉴作用无疑是巨大的。

让我们静下心来，倾听他们思想的声音吧！

目 录

序言：思想的声音//// 1 /

——给读者

关于品格

一、生存的立身之本是诚信//// 3 /

1. 讲信誉是经营者的天职 3
2. 企业的本分首先是企业家的本分 6
3. 惟利是图与企业的社会价值并行不悖 8
4. 守正就是依法经营 10
5. 在企业的道德链条之上,永远都是债务人 13

二、品格乃信用之基////15/

1. 不上高山兀巅连,怎见人间足壮观 15
2. 做一个永远不知道疲倦的追赶者 17
3. 要对事业充满巨大的热情 20
4. 困难越多,挑战更大,成功感也就越强 23
5. 要坚信自己手中的才是一块无价之宝 26

三、做人像水,做事像山////31/

1. 做企业实际上是做人 31

- 2. 企业家的人格力量和人格魅力 33
- 3. 优秀企业家贵在奉献 37
- 4. 企业家的胸怀和品质决定事业成败 39
- 5. 经营者的心态决定企业活力 48

四、有新的观念才能有新的方法////51/

- 1. 成功和不成功的人区别在于思想 51
- 2. 必须具备全球观念和全球意识 54
- 3. 用新的现代经营观、利益观进行新的企业运营 57

五、自我完善,自我超越////60/

- 1. 把镜子转向自己 60
- 2. 最大的弊端还是自我 63
- 3. 总结自己才能超越自我 65
- 4. 给自己一个评分 67
- 5. 只有善于学习才能不断进步 71
- 6. 把你积累的东西用在需要的地方 76

关于经营

一、只有疲软的产品,没有疲软的市场////81/

- 1. 市场是检验企业一切工作的标准 81
- 2. 不是推销商品,而是推销自己 86
- 3. 广告是企业营销工作的“排头兵” 89
- 4. 服务才是最后竞争的关键 91
- 5. 资本经营等于是在做乘法 93

二、品牌的价值////96/

- 1. 品牌 = 品质 + 标志 + 信誉 96



2. 名牌是企业征服市场的砝码 98
3. 一个企业必须有一个叫得响的牌子 101

三、企业竞争是“竞走”////104/

1. 竞争是企业成长的激素 104
2. 在竞争中打有准备之仗 107
3. 惟有最好,才能最大 110
4. 胜兵先胜而后战 113

四、面对危机,战胜风险////119/

1. 危机能够使我们企业家更加清醒 119
2. 企业家随时都会被风险所累 124
3. 在风险中寻求可以成功的机会 125

五、全球化时代企业生存的真正秘诀——创新////128/

1. 创新就是用最快的速度去不断尝试 128
2. 没有创新,您将近乎一无所有 132
3. 创新是一个不断学习、实践和超越的过程 135
4. 创新不是没有风险 138
5. 技术是企业的生命 140

关于管理

一、应该建设一个没有我的公司////145/

1. 只有个性化的管理才符合自己企业
 的经营特色 145
2. 书法讲究章法与布局,企业管理又何尝不是 149
3. 一个成功的企业必须是一体化的思想 152
4. 别忙着管理了,赶快领导吧 155

二、领导力不是由头衔、地位或者官阶层次决定的////161/

1. 领导者的责任 161
2. 企业要拥有一个权威或英雄 163
3. 无能的经理是企业的杀手 164
4. 挑战理智,捕获人心 166

三、商人没有战略,企业家才有战略////170/

1. 企业家应该是战略家 170
2. 战略成果是组合智慧的智慧 172
3. 企业为明天而战 175
4. 我们的目标应该是创造价值 180
5. 核心理念对企业长期发展特别重要 182

四、如果你在错误的路上,奔跑也没有用////185/

1. 企业的生命在决策 185
2. 信息是比金钱还重要的资源 186
3. 决策必须从战略着眼 188
4. 重要的本领是决策实施能力 192

五、钱是空气,人力资本是水////194/

1. 人越来越成为企业的核心资本 194
2. 人要陆续地培养教育 199
3. 办公司就是“办人” 202
4. 人员的变动其实是很正常的 209
5. 识人之智 210
6. 用人之道有上中下三策 215
7. 要有容纳人才的胸怀 220

六、企业家不是老总一个人,而是一个团队////223/

1. 模范氛围比规则还要重要 223
2. 必须相信你周围的人是诚实的 225
3. 好的企业就像一支军队 227
4. 立即沟通以及立即解决问题,是绝对必要的 230
5. 要善于用不同表情表达你的想法 233

七、企业惟一可以竞争的是企业文化////235/

1. 惟有文化是一个企业最独特的内涵 235
2. 文化是企业无法替代的资本 239
3. 企业文化的核心是价值观 243

关于人生

一、人生也需要经营////249/

1. 通过商务活动体现人生价值和企业的价值 249
2. 每个人都拥有同等的权利去追求幸福和
 制造财富 253
3. 人生最重要的是给自己定位 257
4. 成功的过程没有投机取巧 259
5. 最好的锤炼方法是失败 263
6. 人最大的幸福在于接受挑战并获胜 266

二、创业难,守业难,知难不难////273/

1. 成功创业是创业者的梦想 273
2. 创业需要远见、雄心和行动 275
3. 挑战总是机遇的孪生兄弟 280
4. 做真正的企业家要富有创意 283

三、人要哲学地活着////286/

1. 什么是财富 286
2. 拥有财富不是罪恶 288
3. 大富可以成为大仁 289
4. 对财富的态度要平和 291
5. 学会用好的心态面对生活 295
6. 在事业和生活之间找到平衡点 298

后 记////301/

一
语



商
机



关于品格

- 生存的立身之本是诚信
- 品格乃信用之基
- 做人像水,做事像山
- 有新的观念才能有新的方法
- 自我完善,自我超越



生存的 立身之本是 诚信

1. 讲信誉是经营者的天职

谋事以诚,平等相待,信誉为重。

奥斯曼·艾哈迈德·奥斯曼(埃及商业巨头)

声誉和信用是为人之本。

包玉钢(香港著名企业家、“世界船王”)

企业的信誉与人的“脸面”一样,是一种无形的资本。它是企业经营的一个十分重要的要素,在一定条件上,它比人、财、物这样一些我们所熟悉的有形资本,显得更为珍贵和重要;面子本身就是一笔巨大的财富。

孙炳炎(已故新加坡森林集团总裁)

人每做一件事都是一次信誉的机会。说出去的事情就必须做到,不能喊出一个高分,最后出牌却打出低分,要用行为争得信誉。

柳传志(联想集团董事局主席)

讲信誉是要付出代价的。我曾为一个承诺赔了1800万。

段永平(广东步步高电子公司总经理)

信用缺失,原因是多方面的。规范有序的市场经济活动,需要有一个能有效调动社会资源和规范市场交易的国民信用体系做保障。

来辉武(陕西五〇五集团总裁)

建立个人和企业良好信誉,这是资产负债表之中见不到、但却是价值无限的资产。

李嘉诚(香港长江实业董事局主席)

做人必须讲诚信,不讲诚信难于立身。

张兆东(北大方正集团总裁)

讲信誉是经营者的天职。

林磐耸(台湾澳门设计师协会荣誉顾问)

重信誉是成功之本。

张百清(智得沟通事业股份有限公司董事、总经理)

诚信为本、诚信为真、诚信立业。

艾宝俊(上海宝钢股份公司总经理)

大家都讲诚信了,技术上的投入才能名副其实,产品的质量才能不断提高,虚假宣传才能杜绝,企业财务才能健康,市场秩序才能好转。家电业才能迎来光明的春天。

周厚健(海信集团董事长)

企业的信誉比利润更重要,合作的原则应该是双赢。世界上最大的傻瓜就是以为别人是傻瓜的人,这个傻瓜老想着什么便宜都要占,认为,让对方赚的越少越好。

段永基(四通集团董事长)



赢得市场我们不能用欺骗的办法,我们要做百年老店,一定要诚信经营,多赚的钱一定要吐出去,尽管我们损失了钱,却赢得了市场,赢得了人心。

刘永行(东方希望集团董事长)

加入世贸组织,诚信是游戏的最基本规则,也是国际经济交往的通行证。

周厚健(海信集团董事长)

咨询机构的诚信度更是表现在“产品”和“人品”上。

黄万春(IDC 国际数据公司大中华区总裁)

中国文化教人要诚信,办事要稳妥,这是优秀的传统。世茂集团的宗旨里将诚信放在首位。

许荣茂(香港世茂集团董事长)

产品的质量是实力诚信,没有质量做保证,一切承诺都将是欺骗。诚信的根本还是发展,在建立具有中国特色的企业制度中,谁意识得早,抓得实,谁就能占得先机,争得上游,存续永久。

李秀林(吉林敖东集团董事长)

对客户就像狗对主人一样忠诚,而绝不能像狼一样凶险。因为,狗是人类文明进化过程中经过驯化的一个动物,知道如何按照道德和规则来办事,而狼是不懂得任何规则的。

范 棣(招商迪辰集团董事长)



2. 企业的本分首先是企业家的本分

签订合同是一种必不可少的惯例手续。纸上的合同可以撕毁,但签订在心上的合同是撕不毁的。人与人之间的友谊应该建立在相互信任的基础上。

包玉钢(香港著名企业家、“世界船王”)

什么是真正的商道? 商道,其实就是赚取人心。

陈峰(海南航空集团董事长)

不要过度承诺,但要超值交付。

迈克尔·戴尔(戴尔电脑公司董事长)

企业不是吹出来的,不是“做秀”做出来的,不是“评比”评出来的。

高天乐(浙江天正集团董事长)

企业的本分首先是企业家的本分,这是企业家必须具备的基本素质。本分体现着企业家的道德风范,有自己的原则。有些生意哪怕最赚钱,如果违背做企业的原则,那就不应也不能去做,否则内心会受到道德的拷问,客观上也会破坏自己的形象,给企业将来的发展造成不利的影响。

段永平(广东步步高电子公司总经理)

企业也好,企业家也好,都应该有一个良好的社会责任意识。踏踏实实地、负责任地、讲诚信地做事、做人。

施锦秀(哈尔滨锦秀实业集团董事局主席)

医药用品与企业的品牌无关,它们的销路取决于是否对患者有帮助。

罗纳德·盖伯曼(美国强生医药品集团董事长)