

图书在版编目(CIP)数据

读党史学经营 宋连生著 南昌:江西人民出版社,
2005

ISBN 7-229-05111-1

I 读党史学经营 II 宋连生 III 中国共产党—党史—通俗读物
②商业经营—通俗读物 IV 读党史学经营 宋连生

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 111111 号

读党史学经营

宋连生 主编

江西出版集团
江西人民出版社 出版发行

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

开本 787 毫米 1092 毫米 1/16 印张 11.5

字数 200 千字 印数 1—1000 册

定价 12.00 元

江西人民出版社 地址:南昌市三经路 111 号

邮政编码 330000 电话 0791-8383838 发行部

网址:www.jxpp.com

赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换

前 言

企业怎么管？经营怎么抓？生意怎么做？这是企业界的人们天天都在考虑的问题，也是人们在不断寻求答案、常说常新的问题。

改革开放近三十年来，企业界曾掀起了一个向西方、向日本学管理、学经营、学谈判的热潮，国内翻译、出版了大量介绍国外企业经营管理的书籍，关于世界 500 强企业的案例更是被有些人奉为企业“圣经”。平心而论，这种学习是必要的，有益的。道理很简单：我们自己在这方面既没有系统的理论，又缺少实践经验，不向别人学习怎么办呢？既然外国人可以那样做，而且还做得不错，我们为什么不可以学一学呢？此所谓他山之石，可以攻玉。但问题是，正因为捧在手里的是“他山之石”，到了我们这里就不可避免地出现了种种“水土不服”——既有社会经济、政治制度方面的“不服”，也有民族文化、心理方面的“不服”。关于这一点，企业界的朋友们已经看得很清楚了。正是在这样的背景下，近年来，越来越多的人开始呼吁经营管理的“本土化”、“中国化”。看来，这个“化”是必须的。因为不这么“化”一下，哈佛的企业理念、IBM 之道、松下精神、杜拉克学说和尼尔伦伯格的理论就永远无法在中国的土地上生根、开花，更不要说结出果实了。



有鉴于此,近年来企业界又兴起了一股“国学热”。人们试图从中国传统文化中汲取现代经营管理的养料。于是,各种各样谈论古代儒家、道家、佛家、兵家,甚至史学家、小说家管理之道、经营之道、生财之道、处世之道的书籍与讲座应运而生。这种“国学热”的兴起,说明人们的思想前进了一大步,已经比较自觉地注意到经营管理的“本土化”与“中国化”了。但问题依然显而易见。儒家、道家和其他传统的理论与学说,虽然是国人的精神文化成果,不存在“水土不服”问题,但毕竟产生于古代,应用于千年前,与今天的社会实际相隔着宽广的历史长河。不仅其中的理论、案例远离现实,就连语言、文字也让今天的读者难识、难懂。更何况,传统文化中还有一个“精华”与“糟粕”并存的问题,而汲取“精华”,剔除“糟粕”,又是一个相当费时、费力、费心思的事情,显然不是在企业工作的朋友们可以单独完成的。而在时下流行的相关著作与讲座中,论者又自觉不自觉地吧古人的东西装扮成“花朵”似的,好像在“国学”园地里,就只有“香花”,没有“毒草”了。这种倾向显然是片面而有害的,也已经引起了越来越多企业界人士的疑惑与批评。

本书是从一个新的领域探讨企业的经营、管理与谈判等问题。这个新领域就是中国共产党八十多年的恢宏历史。中国共产党由一个只有几十名党员的政治组织,几十年间,由小到大,以弱胜强,一步步发展到今天,成为一个拥有数千万党员,在一个十几亿人口的大国长期执政的大党。这样的成长、发展经历,是古今中外任何其他组织与集团都不曾有过的。这个党,重视思想建设,重视理论探索,重视文化创新;重视实践,重视总结经验,并在认真总结经验的基础上不断提高。因此,中国共产党的历史,可以提供给我们无比丰富的理论成果和实践经验。这些理论与经验,是中国化的,是本土化的,与我们今天的社会实践紧密结合,既没有“水土不服”的病症,又没有远隔尘世的疑惑,完

全可以为企业界的朋友所学习与掌握。而且与国外的成果相比较,与中国传统文化中的成果相比较,它的理论更容易懂,案例更容易记,方法更容易使用。

本书的写作,立足于尊重历史,紧密结合企业经营、管理、发展中的难点、疑点、热点问题,讲故事,讲经典,讲企业面临的问题,讲现实的应用方法,力求在通俗浅显的讲述中,让读者既丰富了有趣的历史知识,又能学到实用的工作方法,从而发挥党史资政育人、服务社会的作用。

从1982年在大学讲授中共党史课程算起,我从事中共党史的教学与研究已经26年了。讲历史,归根到底离不开现实,这本书就是我将历史服务于现实的一个阶段性小结。由于长期在经济类大学工作,与企业界的朋友接触相对多一些。在给一些企业培训讲课时,我曾讲过本书的少量内容,结果反响热烈,获得了许多朋友的鼓励与支持,这也使我有勇气将书稿呈现给更多的朋友。这样做,一来希望自己的这些学习与研究心得能够在实践中发挥些作用,二来更希望得到读者的批评与指正。

宋连生

2008年春于石家庄

目 录

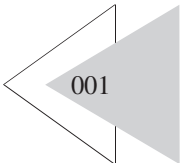
前言 001



从实际出发制定路线与政策

在现代激烈的市场竞争中,作为一名经营管理者,应站在全局的角度看问题,要能够从不利环境中预见到未来的发展趋势,看到胜利的希望,树立必胜的信心。在竞争中,一定要克服畏敌情绪,拥有敢为人先的勇气和信心,不断地推陈出新,这才是决胜的关键。

1. 认清国情是生存发展的基本前提	003
2. 要有明确的目标,又要有相应的政策	007
3. 敢于走前人没有走过的道路	010
4. 做计划要切合实际并留有余地	014
5. 把解决问题的方案放在自力更生的基础上	017
6. 科学的决策来自于调查研究	021



星星之火,可以燎原

商场如战场,在企业经营中,无论经营者经验如何丰富,水平如何高,都难免遭遇经营低谷。对于暂时处于弱势的企业来说,适当地往后退一步,保存实力,比孤注一掷地硬拼更有可能开辟出一条生路。



1. 注意保存实力,避免无谓牺牲	027
2. 在敌人防守薄弱的环节打开缺口	032
3. 巩固组织系统,严明组织纪律	037
4. 开展政治教育,增强必胜信念	041
5. 切实解决兵员、给养等生存问题	045
6. 在防御中进攻,在进攻中防御	050

第三章

建立巩固的根据地

对企业来说,根据地是企业的“铁饭碗”,是企业发展的“根”。那些力量有限的企业要想立足下来,就要为自己建立一块根据地,从被强势企业包围的困境中找到一方自己的天地。

1. 建立根据地,不做李闯王	057
2. 根据地必须重视群众工作	061
3. 粉碎“围剿”,把根据地做大做强	065
4. 开展根据地的经济、政治、文化建设	069
5. 建立中心区域,采取波浪式推进战略	073
6. 适时地把若干小块根据地连成一片	077

第四章

结成广泛的统一战线

经营者要有这样的意识:自己的企业和其他企业在一定范围内是一个利益共同体,只有为对方创造价值,自身的价值才能够实现。

1. 团结一切可以团结的人	083
2. 真诚地与同盟者合作共事	087
3. 切实尊重同盟者的利益诉求	091
4. 坚持统一战线中的独立自主原则	096
5. 政策是建立在区别对待的基础上	100
6. 对不良行为开展必要的揭露和斗争	105

第五章

政治、哲学与战争

对于企业而言,战争与政治的关系,颇类似经营与管理的关系。有人说:“经营是做正确的事,管理是正确地做事。”这句话颇为准确地阐述了经营与管理二者的内在关系。

003

1. 用政治家的眼光研究战争	111
2. 支持正义战争,反对非正义战争	115
3. 决定战争胜负的是人,不是物	119
4. 战争的目的是保存自己消灭敌人	124
5. 兵民是胜利之本	128
6. 研究战争规律,提高驾驭战争的能力	133

第六章

灵活机动的战略战术

经营者固守一种策略、一种模式是行不通的,要随时研究市场变化,掌握其中的规律,发现于己有利的因素,找到于己有利的战机。



1. 战略上藐视敌人,战术上重视敌人	139
2. 你有你的打法,我有我的打法	142
3. 集中优势兵力打歼灭战	146
4. 不打无准备之仗,不打无把握之仗	149
5. 战略的持久战与战役、战斗的速决战	153
6. 进攻是第一位的,防御是第二位的	157
7. 运动战、阵地战与游击战互相配合	160
8. 发展多兵种的协同作战	165

第七章

发展生产,壮大实力

在企业的拓展壮大过程中,应注重企业后备力量的及时补充,大力研发新产品,增加产品种类,或用高质量的产品赢得更多的市场份额,或用新型产品开辟新的市场。

1. 军队向前进,生产长一寸	171
2. 鼓励流通,保障供给	175
3. 自己动手,丰衣足食	180
4. 争取尽可能多的外界援助	184
5. 千方百计改善装备	189
6. 一手抓生产,一手抓生活	193

第八章

对技术精益求精

在这个充满变化的社会里,各个行业在分工细化的同时,联系也越来越紧密。真正成功的企业领导者,无一不是各方面的行家,没有虚心向内行人学习的态度是不可能做到这一点的。

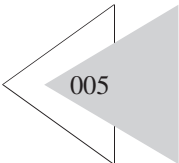
1. 把解放军办成大学校	201
2. 向一切内行的人学习	205
3. 虚心使人进步,骄傲使人落后	208
4. 教育培养懂技术、会经营的人才	212
5. 官教兵,兵教官,兵教兵	216
6. 开展学英模和大比武运动	220

第九章

善于务虚 增强“软实力”

相信理论的力量,重视理论,学习理论。用理论武装员工的思想,企业才可能建立起属于自己的文化,才能有长足的发展。

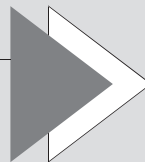
1. 重视理论学习,加强思想建设	227
2. 谈心:一对一的深入交流	231
3. 开会:集思广益,群策群力	235
4. 整风:既要弄清思想,又要团结同志	240
5. 宣传:动员群众,瓦解敌军	244
6. 论辩:占领舆论的制高点	248
7. 发扬成绩,纠正错误	251





第六章

灵活机动的战略战术



经营者固守一种策略、一种模式是行不通的 ,要随时研究市场变化 ,
掌握其中的规律 发现于己有利的因素 找到于己有利的战机。



战略上藐视敌人 战术上重视敌人

中国的革命,是武装的革命反对武装的反革命。从第一次国内革命战争到抗日战争再到解放战争,中国的政治前途主要依靠战争去解决。在战争中,战略和战术是决定战争胜负的关键。毛泽东根据中国革命战争的特点,提出了“在战略上藐视敌人,在战术上重视敌人”的思想。这一思想是对中国革命具有根本性的指导原则,是对马克思列宁主义的新贡献。它不但体现了中国共产党人必胜的战斗精神,而且体现了革命者的斗争智慧。

毛泽东在规划中国革命的战略思想时,总是强调要树立敢于胜利的革命精神,把帝国主义和反动派都看做是纸老虎。这种对中国革命的必胜信心,来自于对中国革命规律的认真研究。中国革命的特点决定了革命力量的可能发展并最终战胜敌人。在人类历史上,新生力量总是能够战胜腐朽力量。作为新生力量的革命阶级必然战胜腐朽的反



毛泽东《战争与战略问题》的修改稿。

动阶级。有了这样的信心，无论遇到什么困难，都会勇往直前。

战略上藐视敌人也就是不要过高估计敌人的力量，要树立必胜的信心。第二次国内革命战争期间，人民军队没有被力量远远强于我们的国民党反动派吓倒，而是怀着必胜的决心，将革命武装从开始只有几千人的“星星之火”，发展为十余万人的“燎原之势”，粉碎了敌人的多次“围剿”。抗

日战争时期，针对亲日派的“亡国论”和部分人的“速胜论”，毛泽东冷静地分析了中日双方的特点，指出：抗日战争是持久战，但最后的胜利一定属于中国。抗日战争胜利后，国民党在美帝国主义的支持下发动了全面内战。面对军事和经济都占优势的敌人，毛泽东明确指出：一切反动派都是纸老虎。他们看起来是可怕的，但是实际上并没有多么了不起的力量。从长远的观点看问题，真正强大的力量不是属于反动派，而是属于人民。正是在这种大无畏的精神和敢于胜利的思想的激励下，人民军队才能凭借着“小米加步枪”，逐步战胜了国民党的飞机和大炮，最终取得了新民主主义革命的胜利。

在今天，毛泽东的这一理论对企业制定发展战略和具体的决策计划同样具有十分重要的指导意义。随着深化改革与扩大开放的进程，

我国企业不仅要面对国内同行的竞争,而且还要面对国际市场的更多强劲对手。这些“内忧外患”使得一些企业经营者感到忧虑和恐惧,以至于有人看不到企业发展的前景。这种思想是十分有害的。一个聪明的经营者,需要具备全局思想,要能够在不利的环境中看到企业未来的发展前景。

华为集团在严峻的环境下奇迹般成长的经历对于其他企业有着重要的借鉴意义。华为成立时,国际电信巨头大部分已经进入中国市场多年,华为与这些拥有雄厚财力、先进技术的“百年老店”很难抗衡。但华为总裁任正非没有被严峻的形势吓倒。他冷静地分析市场环境和自身的优劣形势,选择了一条后来被称之为“农村包围城市”的发展策略——华为先占领国际电信巨头没有能力深入的广大农村市场,步步为营,最后占领城市。事实证明,这个战略不仅使华为避免了被国际电信巨头扼杀,更让华为获得了长足发展。后来,华为集团不仅在国内的通信业占有了一席之地,还走出了国门,在国际市场纵横驰骋。

中国革命在敌我力量悬殊的情况下取得胜利的另一个原因,是“在战术上把帝国主义和反动派看作真老虎”。毛泽东分析说,只有在战术上重视敌人,才能不因为低估敌人而产生麻痹轻敌思想;才能在每一个具体的斗争中采取谨慎态度,讲究斗争艺术。

第二次国内革命战争时期,红军根据敌强我弱的情况,采取避敌主力,诱敌深入,集中优势兵力,各个歼灭敌人的方针,粉碎了敌人的四次反革命“围剿”。毛泽东在总结第二次国内革命战争的经验时说:我们的战略是“以一当十”,我们的战术是“以十当一”,这是我们战胜敌人的根本法则之一。新中国成立后,毛泽东对“战术上重视敌人”的理论做了进一步论述:在一个一个地具体问题上我们一定要重视敌人。在每一个具体问题上,如果我们不重视它,不采取谨慎态度,不讲



究战术,不集中全力作战,不注意争取一切应当争取的同盟者,我们就要犯“左”倾冒险主义错误。打仗只能一仗一仗的打,敌人只能一部分一部分的消灭。因此,在具体或局部的战术问题上,不能轻敌,认真对待每一次战斗,集中全力作战,才能取得胜利。

企业在制定具体的决策时,也要在战术上重视“敌人”。对于企业来说,资源、资本有限,要发展、要参与市场竞争,必须有所为有所不为,在有限的条件下,集中优势兵力打“歼灭战”。当年,金山公司在WPS系统被微软视窗系统代替,公司陷入困境时,也曾有人一度绝望。但他们很快就冷静下来,并对自身的实力和中国的系统软件市场环境进行了认真分析。他们清醒地认识到,自己在系统软件市场东山再起的机会渺茫,于是,便把目光投向了当时竞争不是十分激烈的杀毒软件领域。金山公司推出的金山毒霸杀毒软件很快在市场上占有了一席之地,公司也逐步恢复了生机。此后,他们继续致力于杀毒软件的研发,将此作为自己业务的主要方向,同时把目光投向了海外,并于2005年正式进入日本市场。

由此我们可以获得重要的启迪:一个企业,尤其是处于困境中的企业,只有秉持战略上藐视敌人,战术上重视敌人的经营思想,敢于胜利又充分重视竞争对手,才能在激烈的市场竞争中取得一席之地。



你有你的打法,我有我的打法

毛泽东曾把人民战争的战略战术,高度地概括为:你打你的,我打我的,打得赢就打,打不赢就走。也就是说,你发挥你的优势,我发挥我的长处;你有你的企图,我有我的打算;你有你的打法,我有我的招数。

这和朱德所说的“有什么枪打什么仗,对什么敌人打什么仗,在什么时间地点打什么时间地点的仗”^①的精神是完全一致的,意思都是说作战要制定灵活机动的战略战术。

一切从实际出发,制定机动灵活的战略战术是毛泽东军事战略思想的灵魂,也是中国共产党人战争实践活动的主要特点。毛泽东在作战指导原则上,从来不把战略战术的原则当作僵死的教条,也从来没有为我军规定过千古不变的作战原则,而是基于中国革命战争的客观实际情况,采取



朱德是人民军队的主要缔造者之一。他善于根据作战的实际情况作出决断。

你打你的,我打我的,打得赢就打,打不赢就走等灵活制胜方法。他曾把古人所谓“运用之妙,存乎一心”的“妙”字比作灵活性,强调灵活绝不是妄动,而是聪明的指挥员基于客观情况“审时度势”所采取的及时的和恰当的处置方法的一种才能。基于这种运用之妙,就能实现我对于敌之主动权,就能压倒一切敌人并最后夺取战争的胜利。

朱德曾长期担任人民军队的总司令,被老百姓称为“革命的老英雄”。他用兵最突出的特点,是善于根据作战的实际情况作出决断。他认为,一切好的战略战术,都是实事求是,合乎辩证法的。他提出,一切战争,离不了五个要素:政治、经济、人员、武器、交通(包括地形)。而且“凡是战争都是依据上述的五个条件——政治、经济、人员、武器、交通

^① 《朱德选集》第168页,人民出版社1983年版。



来决定自己的战略战术”^①。在朱德看来,战争是剧烈变化的矛盾运动,一切应以时间、地点、条件为转移,最要不得“机械化”,因为“机械化”只能捆住自己的手脚。他善于从纷纭复杂的战争矛盾运动中,抓住最有决定意义的关键环节,进行全面的运筹。他强调,战略战术的灵活运用是战胜敌人的重要条件,原则是不欺哄我们的,只要能灵活运用,必能顺利消灭一切敌人。他认为,兵无常形,必须活用战法。

以毛泽东为代表的中国共产党的老一辈领导人之所以非常重视军事战略的灵活机动,不仅在于他们透彻地分析了灵活作战的实质,准确地把握了灵活作战的奥秘,而且还在于他们掌握了战争的本质和规律,认识到战争是变化多端的领域,充满了偶然性和不确实性。所以在敌强我弱的情况下,我军坚持“你有你的打法,我有我的打法”,顺应战场瞬息万变的复杂情况,避敌之长,击敌之短,有效地保存了自己,消灭了敌人,最终赢得了战争的胜利。

在今天,一些小型企业,由于对手强大,自己力量薄弱,在相当长的时间内一直处于被动地位。如何从被动中争取主动,变被动为主动,是这些企业面临的关键问题。小企业不可能去模仿大企业的发展模式,只能寻找自己的优势,走适合自己的发展之路,也就是说,要树立“你有你的打法,我有我的打法”的灵活经营理念。

蒙牛刚起步时,把深圳作为第一个战略市场。但当时洋品牌早已占领了深圳的乳品市场,对于那时的蒙牛来说,高额的市场进场费是根本承受不起的。而当时已经是全国第一的伊利刚刚败北于此,又给蒙牛进入深圳的设想蒙上了一层迷雾。伊利在深圳采取的是传统策略,即先打媒体广告,随后超市跟进,结果彻底失败,因为深圳的老百姓基本上都认准了洋品牌的口味,伊利为此付出了几百万的广告费后

^① 《朱德选集》,第54页,人民出版社1983年版。