

# 创 业 篇



# 第 1 章

## 什么是老板

### 什么是老板

一天我陪一家世界著名软件开发公司的总裁到北京中关村了解计算机市场。一个手里拿着许多 VCD 盘的小贩追在我们后面：“老板，买不买盘？”在我告诉这位总裁小贩所云后，他非常惊讶地问我：“他怎么知道我是老板？”我一时无言以答。

中国的老板多如牛毛，“老板”一词已成为当今社会运用频率最高的词汇，真正的老板被称为老板，顾客被称为老板，政府领导被称为“老板”，甚至一个不知老板为何

意的农民老乡也会莫名其妙地被人问上一句：“老板，哪儿发财呢？”老板已被视为权力与威望的象征。

老板的职业及“老板”的称呼已成为一种时尚！当不是老板的人大喜过望地被人称为“老板”时，真正意义上的老板却很反感别人称他们为“老板”。真是“有人漏夜赶考场，有人辞官归故里”。

“老板”一词，一般是对所敬畏的人的一种时尚通称。任何人，只要是或者可能是你的上级，或者仅仅因为对方喜欢听都可以称为老板，而“老板”一词的真正含义是指那些具备以下特点的特定的人：

他们创立并运作企业；

他们拥有企业的股份或权益，他们是企业的所有者；

他们承担企业债权、债务，享受企业利润，承担企业风险；

他们雇用别人劳动。

所以政府人员不是老板，事业单位负责人不是老板，社会工作者与自由职业者不是老板，因为他们不在企业工作；工人、企业管理人员，甚至总裁都不是老板，因为他们并不是企业的所有者；另外那些虽然占有企业股份，但从不过问企业经营利益的食利者也不是老板，因为他们并不运作企业。

老板是那些拥有企业所有权，并且同时运作企业的人。老板是那些把企业视为自己生命的人。老板是那些通过企业运作实现自己人生目标的人。

## 老板眼中的“老板”

我从 MBA 毕业后，就任于北京绿伞化学有限公司，我的

老板是一个发明家与创业家，就像他的名字一样叫“高强”。

一天，当我问他“当老板的感觉如何？”他的回答令我吃惊，毕竟那时候我接触的老板还很少，而且自己也还没有打破老板梦。

“去他的老板！”他悻悻地说道。

“从当老板第一天起，就没有过一天好日子。是的，你有点钱了，有点权了，也被别人叫做老板了。而事实上你就是一个孙子。每天早七晚八，不干上十五个小时是没可能睡觉的。早上一起床就像欠了人家几千块，因为工资、房租、水电费等等，不管你今天开张没有，人家照收没商量，反正我的感觉是好像你的口袋里放着的是人家的手。”

“明天怎么样，天晓得！只觉得今天精疲力尽，心力交瘁。真想一气睡上他三天三夜。”

“做老板没工资，到年底一算可能我还要赔进去一些。没福利，没安全感，有时甚至觉得没有未来。”

接着他的语气缓和了下来。

“当然啦，这些都是自己愿意，毕竟这包含有自己的梦想与希望。我觉得自己还是自由的，起码能干我自己想干的事。既然是自找苦吃，也就只能苦中取乐，自我安慰了。不管怎么说，这辈子前面已经荒废过去一半了，总想利用现在的好时机做出点事出来，起码已有十几项专利发明了，也就算是自我实现吧！”

我想这可能就是大多数老板的真实写照。

与社会上的老板形象不同，也与大多数老百姓眼中的老板不同，老板眼中的“老板”更生动、具体。与一般人看到的富有的、财大气粗的老板不同，老板眼中的老板更困惑，更艰辛，更痛苦。所以许多老板形容自己是越做越胆小越做越没底，越做越觉得自己有点像贵州的毛驴。

## 一个老板多如牛毛的社会

几年前因为招聘的原因我与北京一个大公司老板有一面之交，感叹于优秀管理者难寻，这位老板言道“现在中国是老板多如牛毛，优秀管理者凤毛麟角”。他自己手下培养了无数的人才，大多数都离开公司，自立门户，但大多惨淡经营，并不比在公司干好多少。所以这位老板有感而发，希望本来不多的优秀管理人员能保持自己的优势，不跟着潮流去当老板，浪费了自己的才华。

改革开放以来，中国确实一夜之间冒出了无数的老板，像许多其他热一样，“老板热”也成为了一种时尚与潮流，说中国社会是“老板多如牛毛”一点也不为过。之所以说是多如牛毛，一是数量多。深圳流传着一个笑话：“天上掉下一块石头，砸倒 5 个人，其中有 4 个是老板”。在东南沿海，一个镇子“全民皆板”，老板比“打工”的还多，并不是什么新鲜事。二是身份杂，什么人都可以当老板，什么样的老板都有，所以很长时间“老板”一词几乎与“奸商”划等号。三是质量差。中国老板数量虽多，有水平的大老板却很少，所以比尔·盖茨一个人顶得上几百万个中国小老板。四是命短。中国民营企业界流传的一句话叫“富不过五载”，暴发户、“企业奇迹”比比皆是，但能坚持五年以上的企业寥若晨星。

与其他文化不同，中国人对老板有一种特殊的感情。大多数人都有一个“老板情结”，有条件当老板的要当，没有条件当老板的创造条件也要当，形成了千军万马都过老板这个独木桥的无奈场面。

中国人的老板情结，是一个深层的社会文化现象，有其历

史的与人文的原因。

宁当鸡头，不当凤尾的心态

中国长期处于封建社会，人与人之间是压迫与被压迫、压制与被压制的关系。所以要么上天，要么入地，没有其他空间可以选择。“吃得苦中苦”的目的，只是为“做得人上人”，并不是建立相互平等互助的关系。所以小老板也是老板，也是自己说了算，不受人家的气。你即使是大总裁，到时候老板炒你的鱿鱼，也只能卷铺盖卷走人。

小农经济的影响

中国是小农经济的汪洋大海，封闭的小富即安的思想在许多人的心目中占有主导地位。“一亩三分地”也就成为了生活的目标，所以当个小老板，有自己的“一亩三分地”也是老板情结的内心写照。

机会多

在中国当个老板有时确实很容易，试想你家邻居那个前几天还流鼻涕的阿毛，一年不见回来已经是开奔驰的大款时，你有什么感想？许多人是会坐不住、会纵身跃入“商海”的。这是由于中国社会中有一些方面还不成熟，到处都在变化，机会随处可见，所以投机成功的可能性很高，只要敢干，运气好，一不留神就会成为百万富翁。

## 长期压制的结果

中国有几十年没有了老板，改革开放后，又多了一条路，谁不想试一试。而且“发财”始终是中国人梦寐以求的大事之一。长期压制的结果，就是猛烈爆发，所以老板自然就“多如牛毛”了。

## 缺乏社会分工与合作的文化基础

中国文化过分注重个人能力与才智，现有的教育体系又更进一步培养了人们的这一心态。单打独斗，自创天下已成为中国人文化的一部分，而这种鼓励个人努力的文化，是滋生人们老板情结的沃土。

一般社会的结构是一种宝塔形结构，越往上越小，但中国是腰鼓形结构，两头大中间小，即老板多，基层员工多，而中间的专业人才少。因为老板热让许多本应该是中间专业人才的人也都跑去当老板了，使中间形成瓶颈，限制了社会的发展。这与西方社会差别很大。西方社会有一个中产阶级，这部分处于社会中间阶层的人数众多，力量强大，并且很少向老板阶层发展，所以形成了稳定的社会结构，人力资源得以合理分配。少数的大老板、大量的中层专业人士及稳定的低层工人阶级使得西方社会得以保持较为长久的稳定。

“老板热”的出现，是社会进步的表现，说明中国社会由注重意识形态向注重生产力过渡。

## “老板热”的副作用

当然，由于这种热潮过于盲目，又无经验，摸着石头过河，也给社会带来了混乱与副作用。

1. 社会结构变形，有些头重脚轻。稍有些能力的人就想当老板，大量的专业人员不安心本职工作，总觉得人家当老板风光实惠，所以把企业当学校，一旦学成就离开另立门户。这使得需求量最大的中层专业人员短缺或者不安于现有的工作，给社会带来了许多不利影响。

2. 浪费人力、财力。许多本不适于当老板的人当了老板后深感力不从心，结果自己的专业荒废了，老板又没当好，不但没有增加机会，反而感到得不偿失。整个社会在这种“老板热”中因盲目而产生的浪费是惊人的。

3. 有损老板（企业家）的形象。老板多如牛毛，必然鱼目混珠，一些无能之辈甚至不法之徒，打着老板的旗号，干了许多不法勾当，让大家失去了对老板的好感，使得那些真正出色的企业家跟着受牵连，给工作带来了许多限制。

4. 社会价值观扭曲。由于人们认为当老板容易，而且运气好的话，来钱也容易，使得社会价值观转变，人们不愿意通过勤奋工作获取财富而更想投机取巧。

## “官”与“商”之间

翻开中国民营企业的公司简介，扉页上往往是政府领导人题词或公司老板与政府领导人的合影，很少像外国公司的简介那样，把企业形象与产品放在最显著的位置上，这也从另一个

侧面反映了中国民营企业与政府之间、民营企业老板与政府官员之间的关系。

没有哪个国家的企业与国家政策之间的关系像中国这样关系如此紧密。过去十多年的经验证明，中国的老板之路与中国整体经济改革走过了同样的历程。

## 中国第一家民营企业

1980年冬天一个寒冷的早晨，北京市海淀区工商局来了两位中年人，工商管理从他们递上的申请表中知道他们名叫陈春先、纪效赢。而使工商人员吃惊的是，他们申请注册的是私营（民营）企业。这在当时是一件难以想像的事情，因为没有这类先例，也没有这方面的政策，工商局人员只能答复“让我们研究研究”。经过漫长的等待与企盼，最终他们的申请被批准了，他们成立了中国第一家民营企业。1999年国家的宪法确定了私有经济成分的神圣地位，充分肯定民营经济在国民经济中的地位。这一切都说明，中国民营经济与国家政策密切关系。

每当政府鼓励发展私有经济时，老百姓就会振奋，民营企业就像“雨后春笋”般竞相破土而出，而当政府政策趋于收缩时，民营企业又如“晒蔫的黄瓜”，尤其当出现经济衰退时，政策无力扶持民营企业，它们就像秋风扫落叶一般，一倒一大片。

虽然大多数民营企业老板内心不太愿意关心政治，也不大喜欢与政府官员打交道，但事实上中国老板们异常关注政策的走向与政府的行为，因为他们明白自己的命运实际上更多时候并不掌握在自己手中，而在政府手中，所以他们不得不成为半个政治家，以至于老板们在一起，谈论政治远远多于生意。

## 朝里有人好开店

中国老板不论大小，每个人总有几个政府中的朋友，或了解信息，或得到优惠，或帮助贷款，或取得特许批件，或挂靠，或开业剪彩出席招待会、题词，总之是“朝里有人好开店”。

中国的官员们认为与其他国有企事业单位一样，民营企业也是他们的属民，也归他们管，所以他们也理所当然的以民营企业的领导自居（事实上政府如果没有持有民营企业股份的话，惟一的工作就是作为公务人员为纳税人服务）。另外，各级政府都以搞好一方经济作为领导的最主要的业绩，而民营企业又是最活跃的经济力量，始终是经济增长的热点与动力，所以政府领导也会十分重视民营企业。民营企业老板常常也就成为了领导的座上客，但各级领导始终把他们当成自己的下级，大多以关怀与命令的口气说话。老板们大多也诚惶诚恐，大气不敢出。因为老板们清楚，其他原因导致做不好企业，日子会不好过，但是还不至于倒闭关门，但是如果政策上出了问题，或得罪了政府，那么企业就非关门不可了。中国民营企业老板在一种很复杂的心态中与政府官员打交道，他们怕官，不想沾官，但又离不开官，关键时刻还要靠官。这种“官”、“商”关系是一种普遍的现象。

事实上，所有的老板都敬佩“好官”与“清官”，而痛恨官僚主义，特别是贪官。虽然对那些贪官脸上陪笑脸，但心里企盼的是一个宽松、竞争公平的环境及一个真心为企业服务的政府。

## 我给你“饭碗”，但好像你更像“老板”

“官”与“商”是一对矛盾，在当今以经济建设为中心，以生产力作为衡量标准的中国，商更为重要。因为只有企业发展了，政府才能生存，事实上，政府生存的根本目的之一也是为企业的发展服务。民营企业是独立的经营者，不是政府的下级，政府除了支持、引导、监督企业外，不能直接领导企业。各级领导应该把企业家待为上宾，因为他们是政府官员的“饮食父母”。政府作为纳税人（特别是企业纳税人）的代言人，应该切实转变职能，真正为企业服务。另外官商不能结合太紧密，否则一定会出事。“权钱交易”大多是由于两者过于紧密而产生的。为了铲除滋生“权钱交易”的土壤，政府应该与企业脱节，政府官员应该摆正自己的位置，而老板们也应该用法律来保护自己，这样才能形成企业良好的生存环境。

但愿有一天，我们的企业简介中再也不要出现领导题词、集体合影了。因为企业的上帝是用户，企业的核心是产品与服务，企业的主人是全体员工，这样不仅中国的老板会轻松一些，而且也不会西方的老板那里贻笑大方了。

## 老板们的生活方式

老板的生活方式一直是大众谈论的话题，因为比较有钱，站在社会消费前列的老板们的生活方式始终是大众关注的焦点，人们对富人的复杂心态，也充分表现在对他们生活方式的评头论足上。

## 富字只有写在脸上人家才能看得见

中国社会有一种非常独特的社会现象，一方面要事业有成，光宗耀祖，要在社会上有面子，“饿死事小，面子事大”。而有面子，无外两条路，或者“升官”或者“发财”，走老板路的人图的就是“发财”，说白了就是有钱，而富字只有写在脸上人家才能看得见，所以人前显贵、人前显富是有面子的主要表现，另一方面又怕冒富、显富。“人怕出名猪怕壮”，几千年来形成的杀富济贫的农民平均主义心态始终影响着中国人的价值观。

这种矛盾在中国老板身上体现得最为明显，一方面有了点钱生怕人家不知道，自觉不自觉地表现出来。一些层次低的老板花钱如流水，别墅、汽车、豪宴、靓女，极尽荣华富贵之能事，结果引起社会普通百姓的反感，当他们说某某老板一看就像一个“暴发户”，已经是没有文化、没有档次的象征。而另一方面老板们又怕被别人说“有几个臭钱有什么了不起”，怕被不法之徒惦记着，怕有一天又“均贫富”给均掉了财产。这种矛盾的心态使得中国老板形成了短期爱显富、长期怕漏富，怕别人说是暴发户、又以暴发户为荣的独特生活方式。

## 外松内紧，点面结合的生活方式

中国老板的生活方式从根本上讲是一种外松内紧，点面结合的方式，主要体现在：

1. 与一般人的印象不同，老板们的生活总体比较单调，他们大多没有太多的爱好。有特殊爱好的老板（如体育、艺术等）为数不多，两点一线（公司、家庭）的老板是大多数。

2. 在生活方式上总体以物质为主。他们较少参加正式的社交活动，又没有像西方老板那样的行业俱乐部。社会活动大多以饮食为主，请人吃饭对于许多老板而言是工作之外惟一的活动。

3. 把家庭与社会分开，中国老板很少在家开招待会，很少把公司的事带到家庭来，家人一般也很少参加社交活动。家庭生活一般只局限于家人，而不与公司及员工相关联。与西方老板不同，中国老板的配偶一般很少与丈夫（妻子）一起参加社交活动，子女在未成年前也很少在社会上露面。

4. 对家人紧，对外人松。外人总觉得老板有钱，家里人跟着沾光，也都出手阔绰。但是由于老板大多很忙，对子女及亲戚很少过问和照顾，而且大多不愿意因为钱财闹纠纷，所以对家庭及亲友，他们在钱上控制较紧，对朋友反倒比较大方。对家人紧是怕为钱出事，对朋友松则是两肋插刀，讲义气，重感情。出手大方的老板会比较受欢迎，比较受到圈内人的尊重。

5. 重大事件绝不含糊。许多老板平时不太在意，但是对于婚丧、生儿育女、子女在教育上的成就等等都非常重视。因为这关系到老板的声誉。老板们的精明也用在了生活方式上。日常小事低调处理，重大事件做足文章，既显得不那么俗，也能体现实力与社会地位。做一两件别人可望而不可及的事，足以说明问题，所以一旦老板们觉得一件事重要，而且能树立声誉，那么他们会倾其全力去做。

## 公众的偏见与误解

什么是老板，大多数老板自己都说不清楚，更何况外人

了，所以社会中有许多对老板的偏见与误解，这些偏见与误解使得老板的社会形象与老板的真实面目有很多偏差。这些误解包括：

## 1. 老板是天生的，不可造就的

许多著名老板传记的作者都把老板描述成从娘胎里生下来就是老板的料，就有生意基因与天赋，他们可以上小学时就做成第一笔生意，中学没毕业就开创了自己的企业，并大赚其钱。

事实上这过于理想了，有些哗众取宠，对读者而言有些戏剧化，致使许多人认为做老板就像当皇帝，他爸爸是皇上，生下来的就是小皇上，事情就是那么简单。

世界上哪有这样的好事。诚然老板需要有天赋，个性与家庭背景在老板之路中起到了很关键的作用，像比尔·盖茨这样的天才是有，但更多的老板不是天生的成功者，他们大多数并不比别人聪明，也不比别人多懂些什么，他们只是不相信老板是天生的，所以他们更希望挑战，更愿意尝试。他们的失败总是多于成功。他们从失败中学到的远比从娘胎中带来的多得多。

老板是可造就的，而不是天生的！

## 2, 老板们都风度不凡，富于魅力

许多人心目中的老板就像丘吉尔，有个性，风度翩翩，魅力十足。而事实上老板们大多其貌不扬，如果在大街上你肯定认不出谁是老板，而且衣着光鲜风度翩翩的往往大多是“打工仔”。如果觉得老板就像周润发或者 007 里的邦德，那一定是

电影看多了。

老板大多给人第一印象并不突出，其貌不扬的大有人在。但是如果与他们交往多了，特别是对他们有深入了解后，人们就会慢慢发现老板的魅力。与他们的外在形象比，他们的内心世界更加丰富。他们大多个性突出，意志坚定，思维敏锐。与他们在一起你会觉得有所收益，无论你是喜欢或憎恨他们，你都会有强烈的感受，而不会像温吞水，让人上下够不着。

### 3. 老板在成为老板之前很少被炒，但他们不安份

近期一项对老板的研究表明，大多数老板在他们成为老板前曾被炒过鱿鱼。一个后来成为大老板的人曾被炒过三次，第一次是因为缺乏团队精神，以个人为中心，大家对他意见大，老板不得不炒他。第二次是他的老板觉得他有点“神经病”，因为他让人觉得思维怪僻、不可思议，你说东，他偏往西，太有自己的主意。最后一次是他的老板觉得他更像是“老板”，一山不容二虎，被人家炒鱿鱼就是自然而然的了。

做老板与打工是两回事，打工好的未必能做老板，打不了工的要么就是寄生虫，要么就是老板。

一般人认为老板在成为老板之前很少被炒鱿鱼，同时又认为他们不安份，在打工时会经常跳槽。事实上，他们很少跳槽，他们如果不被炒的话，会在一个企业干较长时间。这是因为老板们往往早就有做老板的打算，之所以打工，主要是为积累经验。他们知道不在一个企业做一段时间，很难了解企业运作的全过程，也少有机会得到提拔，所以他们有恒心，更能为长远目标而忍耐。

#### 4. 老板心想事成，没有坏主意

人们大多看到老板的成功一面，总是觉得他们运气好，主意高，很少出错。事实上老板们的主意并不是个个都好，个个都能赚钱的。与坏主意相比，好主意还是少数，因为老板不是神，他们也没有料事如神的能力，他们比常人只强一点点，那就是他们面对挫折不气馁。他们在许多坏主意中得到成长，吸取教训，最终形成我们一般人不可能想到的好主意。

科尔·本茨（Karl Benz）先生（奔驰汽车公司的老板）曾经开着自己初期生产的三轮单缸发动机的大众汽车到 300 公里外去参加展销，整个展览会只有一个人订他的货，而且是要本茨先生免费送货，并且试用一个月后再付款。可想而知，后来成为一代名车老板的本茨先生当时的三轮汽车有多么糟糕。

Sun 微处理系统公司的老板斯克特·麦克尼利（Scott McNelly）曾经说过，我每天都强迫自己有一个新生意，其中许多都被事实证明是坏主意，但并不妨碍其中还有许多让我成为亿万富翁的好主意。

有坏主意并不怕，重要的是老板们都要有主意！

#### 5. 老板们富于逻辑，遵循规则

老板们大多是感性的人，在他们眼中没有什么做不了的事。他们很少按逻辑思考问题，他们的逻辑就是使得许多不符合逻辑的思想变成符合逻辑的结果。比如前几年流行的一种满脸雀斑的椰菜娃娃，他们的丑态与滑稽的脸，让那些漂亮的布娃娃退避三舍，让生产她的老板大发其财。

老板们都是我行我素的人，他们眼中没有太多的规则，他