

分析企业崛起的深层法则 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/237/2021\\_2022\\_\\_E5\\_88\\_86\\_E6\\_9E\\_90\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_c70\\_237615.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/237/2021_2022__E5_88_86_E6_9E_90_E4_BC_81_E4_c70_237615.htm)

最近一部纪录片引发了社会各界广泛的关注--《大国崛起》，这部纪录片从政治、经济、文化、历史的多方角度，深刻挖掘了近代葡萄牙、西班牙、荷兰、英国、德国、日本、苏联、美国的大国之路。据说这部纪录片的背景是国家领导人几年前的一个研讨课题，对于一个领先了两千多年、但近代饱受欺凌而今又迫切希望重新迈入世界强国之林的国家来说，的确有太多值得深思和反省的地方。同样的，大国崛起之道与企业崛起之道，是异曲同工的，落后的企业、小企业如何能在激烈的竞争中脱颖而出，是值得我们思考的问题。

一、不可否认，技术革命是企业进步的发动机。三百年前，康熙皇帝正在用他的文治武功，开辟一个新王朝的辉煌。此时的英国，正在孕育人类历史上一种崭新的生产方式，后世称之为“工业革命”。这一时期，诞生了很多科学巨匠，牛顿就是其中之一，西方人形容他给人类带来从未有过的自信，曾经匍匐在上帝脚下的人类，终于大胆地抬起头来，开始用自己理性的眼光打量世界。有人说，牛顿为工业革命创造了一把科学的钥匙，瓦特拿着这把钥匙开启了工业革命的大门。工业革命让英国迅速成为一个现代强国。1945年9月6日，在二战刚刚结束、日本正式投降后的第四天，当时的美国总统杜鲁门就提出了“21点战后复兴计划”，明确指出：“没有一个国家可以在当今世界上维持领袖地位，除非它充分开发了它的科学技术资源。”美国哈佛大学教授约瑟夫#8226.斯密的《国富论》

诞生了，这不是一本简单的书，他奠定了西方经济发展的根本思想。它可以看作是一台特殊的发动机，一台思想的发动机，它将为人类财富的增长提供源源不断的动力。正是它使得工业化不再停留于发明机器和制造产品的阶段，而真正对社会发展产生了革命性的意义。同样的，对于企业来说，建立适合行业特点和具有企业特色管理思想和管理文化，是企业家需要深刻思索的问题。我们可以想象张瑞敏的“人单合一、流程化管理”、通用电器的6西格玛等管理思想，正是他们快速发展的基础。1215年6月15日，当时的英国国王约翰王，不得不同意与25位贵族代表举行谈判。那是一场艰难的谈判，刀光剑影下，贵族代表与国王进行了整整四天的交锋和妥协，最后，《大宪章》--这份和平停战宣言终于签署了。英国的历代君主，不断地将《大宪章》稍加修正后继续颁布。几个世纪下来，《大宪章》前前后后总共颁布超过了40次。尽管在很多时候，《大宪章》并不被大多数英国人明确感知，但是，这种长期的重申和普及，却积累起深厚的传统力量，将契约和法制的基本精神，注入到英国人的思想根基中。中国人不喜欢按规矩办事，老板和员工都比较随便，没有契约精神，这其实也损害了中国企业的竞争力。另外一个方面，缺乏完善的激励机制也是中国企业不能走向卓越的重要原因。对技术创新的激励机制，对英国发展影响深远，直到已进入知识经济时代的今天，这个制定了世界上第一部专利法的国家，依然将科技创新战略作为国家发展战略，并在全球高新产品生产国中位列第四。而250年前，英国对知识产权的保护和奖励，使几乎所有的人，都陷入了一种对新技术、新发明的狂热崇拜之中。一本英国刊物称，“工程技术的贡献大

于战争和外交；它的贡献大于教堂和大学；它的贡献大于抽象的哲学和文学；在改变社会方面，它的贡献大于我们法律所作的贡献”。而反观我们的国家和企业，对于知识的尊重和保护又做到什么地步呢？学术界抄袭成风，知识越来越被功利化、世俗化，这样下去，我们的发展后劲在哪里？三、精神与信仰将是决定企业的持续发展。西方文化对知识的尊重和信仰，是值得我们学习的。西方文化里那种执着、认真的精神，也值得我们反思。1727年，牛顿去世。英国以隆重的国葬仪式将他安葬在威斯敏斯特大教堂，这里一向是王公贵族的墓地，牛顿成为第一个安息在此的科学家。出殡的那天，成千上万的普通市民涌向街头为他送行；抬棺槨的，是两位公爵、三位伯爵和一位大法官；在教堂合唱的哀歌中，王公贵族、政府大臣和文人学士们一起向这位科学巨人告别。

《国富论》出版12年后的一天，亚当·斯密，应邀去一位公爵家里做客。客厅里的王公贵族和商界巨贾，几乎掌握了英国经济的全部命脉，英国当时的政府首相皮特先生也在其中。当斯密下了马车，步入客厅时，原本散坐四处、谈笑风生的绅士们，立即停止了话题，大家把眼光都投向了斯密，并纷纷站起向他致意，斯密不好意思地说：“先生们，请坐。”这时候，已经站在斯密身边的首相皮特认真地说道：“博士，您不坐，我们是不会坐下的，哪里有学生不为老师让座的呢？”。1955年，一位名叫盛田昭夫的日本商人来到美国拓展市场。美国一家大公司决定向他订购10万台小型收音机，条件是必须换上美国公司的商标出售。10万台的订单对于刚刚起步的商人来说是个极大的诱惑。但盛田昭夫却坚持使用自己的商标，放弃了这宗生意。因为他看重的不是

一笔买卖，而是公司的品牌。盛田昭夫所坚持的品牌就是今天的“索尼”。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)