

如何打造中国千亿级公司 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E5_A6_82_E4_BD_95_E6_89_93_E9_c123_289431.htm 三年决定企业的生死，五年是基础，八年是规模，十年是小有成就，二十年才能够长成参天大树。中国有一批企业已经成功跨越从1亿到10亿、10亿到100亿的台阶，目前正从100亿向1000亿突破。有专家预言，中国到了诞生年销售额千亿级公司的关键时刻。我们都知道规模不是企业的终极目标，但必定是企业发展的一种结果。而要成为千亿级公司，更多的中国企业还需要不断历练及战略调整。企业的四次浪潮在过去的20多年时间里，中国企业的成长大致可以分为四类。中国第一轮经商的浪潮发生在改革开放的初期，那时很多人还不耻于经商，而胆子大的一批人则主动或者被动地下海了，他们大多做流通领域，从南方做到北方。80年代中期，国家实施价格改革，也就是“双轨制”，造就了第二轮经商的浪潮，后来学术界把它称作“寻租”，就是利用价格差。第三次浪潮是1992年，“有限责任公司暂行条例”和“股份公司暂行条例”颁布，这意味着中国真正意义上的现代企业从此诞生。第四次是上世纪末，是随着网络经济的兴起而来的，大批的海归归国创业。所以，现在中国很多企业尤其是民营企业充其量不过20年左右的历史，绝大部分只有不到十年的时间。从目前来看，中国冲击“千亿级”的力量还远远不够，因为企业的发展同样绕不过事物成长的周期规律。规模和国际化道路不管你是早期靠胆量火到现在的，还是后来凭借特殊的资源一蹴而就的，还是在现代企业制度的框架上崛起的，抑或是在风险投

资的帮助下由海归们创立起来的，都面临着一个现实问题：在残酷竞争的国际大环境里，如何生存，成长，获得持续的生存能力，融入和谐的全球化市场并实现共赢？规模化的道路不可回避。规模是什么？规模是“话语权”、“地位”和“眼球”。杰克·韦尔奇经常讲，一定要做第一。也就是说，你要成为行业的领袖型企业。其实企业生态和大自然一样，一定会有一棵大树，大树下一定也有繁茂的灌木丛和杂草。第二个面临的最重要问题是国际化。过去我们讲国际化是到海外办企业，而今天的国际化是什么样了？是人们跑到你的家门口，逼着你国际化了。世界大部分的跨国公司都到中国来了，所以你不走国际化的道路，不跟国际标准接轨，不跟国际行为方式接轨，不和国际管理思维接轨，不和国际技术、潮流接轨，企业未来想要在市场上立足是绝对不可能的。如何打造“千亿级”首先，没有一定的时间积累是不行的。就是在短时间造就了千亿级的企业，那也会成为建在沙滩上的大厦。聚沙成塔，集腋成裘，只有经过量的积累才能带来质的飞跃，说的就是这个道理。在我看来，三年决定企业的生死，五年是基础，八年是规模，十年是小有成就，二十年才能够长成参天大树。同时，我想告诫大家，倒得最快的企业也一定是那些以最快速度成长的企业。高速成长之后，无论是资金链条，管理链条，还是市场链条，基础可能还没有打牢，“体质”还比较“虚弱”。一旦遭遇经济浪潮，先被打垮的一定是体质虚弱的那些。第二个是市场。中国本土市场的容量，是足够造就一百家世界五百强的，所以本土市场的规模相当重要。第三，除了自身成长，还有资本并购。资本并购是一个自然界法则应用到企业界中来的典型：“优

胜劣汰”。企业兼并、并购，一定是动态、自由化的，这其实是市场竞争的法则。为什么西方人特别崇尚完全的竞争？大家都知道完全竞争的市场是不存在的，是一种理想化的市场，但是为什么他们还一直怀着这种理想呢？那是因为这个理想遵循了“优胜劣汰”的法则。企业要想做大，资本并购是必要的手段，国外很多公司的不断做大，大多数都是通过并购完成的。所以，中国企业要想做大，也必须学会并购这堂课，而且中国也逐步出现了这种情况，如联想并购IBMPC，马上就进入了世界500强，还有TCL、华为、中海油等案例。当然不是所有的都能做成千亿级企业。但如果你们有理想，要做这个行业的领袖型企业，那我就敢肯定地说，冲击千亿级只是时间的问题了。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