

段永平

追逐世

一步步高



4 本栏目“生意立交桥”为广大经营者牵线搭桥,沟通信息。欲刊登者请来信写明姓名、地址、邮编、信息内容及寄来本人身份证复印件(推销产品请附工商执照复印件)。每则信息限 100 字,收费 150 元,邮汇本刊广告部。

小霸王、步步高家喻户晓。但谁是幕后导演,不一定人人知道。他就是年轻的段永平先生。因为他拥有知识、信誉和非凡的创造力,所以他轻轻松松地成功了。他用事实否定了成功是失败的积累,他用理性控制住了事物的发展节奏,他用知识创造了财富,他启用成龙、李连杰、张惠妹、施瓦辛格来演绎他的事业梦想!他相信产品品质第一、广告第二,在掌声与鲜花面前,他能平常视之。他站在全球经济一体化的层面来审视自己。在新经济时代,我们国家太需要这样的职业经理人了。

节奏

总经理访谈录

●本刊记者 邹洪

2000年6月9日下午,我约定第二天采访广东步步高电子工业公司总经理段永平。说句实话,直到此时,我对步步高的了解也是很感性的,只知道它是一个名牌企业,他们生产的VCD、超级VCD、DVD、无绳电话、语言复读机在李连杰、张惠妹等名星的点缀下,其名声早已进入千家万户。而段永平为何方神圣?年龄几何?成功的背景是什么?对我来讲,都是一个谜。我不由得琢磨起段永平来。因为名气和财富,段永平被视为中国企业界的传奇人物,明天就要和这位传奇人物过招,心里也多了些压力,不是没有采访过这么有名望的人,企业家比他名气大、地位高的人我也采访过许多,但是他是我非常感兴趣的实业家;他不是广东人;他是从打工仔起家的;他是中国人民大学经济学系研究生;他年仅39岁;他的广告作得不同凡

响;他1995年9月18日才创办步步高企业;他是中国企业家理事会常务理事;他经营赞助了全国性的文化体育活动;他被《南风窗》杂志评为广东八大民企风云人物;他以“明晰的远见和创新能力被《Asiaweek》(亚洲周刊)评为商业与金融业20名“千禧年领袖”之一;最近他出巨资邀请了国际影视巨星施瓦辛格拍摄了DVD和家庭影院广告……

段永平的故事很多,虽然他是一个很低调的人,但他一直是传媒的焦点人物,而到处看见的并不是段永平的英雄壮举,而是步步高系列产品,国内的财经杂志似乎也没有见到过关于他的全程报道。因此,段永平就是非常值得研究的一个人物,一种责任和情感驱动着我来诠释他的一切。

6月10日,飞机安全着陆在深圳黄田

国际机场,而我的心情却没有着陆。6月酷暑,深圳更是奇热难忍,带着鱼腥味的热浪时时向我袭来,略略有些不适之感。前来接我的是步步高的司机余师傅,上车后,莫秘书安排我们直接驱车前往乌沙大酒店。

在乌沙大酒店门口,秘书莫小姐已早早等候在那里。互相问好后,她告诉我:“邹记者,那就是我们段总。”随着她的视线,我的眼光也追随而去。在我看清楚段总的那一瞬间,我的心情才真正着陆。我的第一感觉是:段永平是一个非常朴实的人。没想到出现在记者面前的这位传奇人物竟是如此的普通和朴实,除了他的车是不同凡响的奔驰外,他的装束是再平常不过:1.65米左右的个头,背着一个大挎包,留着小平头,穿一件花白花的夹克,随意轻松的装束活像一个西部牛仔。我急忙

防身宝:大量低价批发,本产品为液体喷雾型,用于紧急自卫。目前,口红型防身宝价廉物美最好销,样品:25元/2只,20只起批每只7元,100只600元,500只2500元,市场零售:35元/只。并有多种防身用品超低价批发,资料函索即寄。(310012)杭州市文二邮局1245信箱防护研究所彭永森 0571-8868852

迎他而去,握手问好,他说:“走,我们到楼上找个地方坐下来再聊。”

于是,一个真实的段永平走进了我的视野。

小霸王情结

广东因地处沿海,交通十分便利,经济环境和生意氛围都相当不错,加上特区现象的点缀,去广东就意味着去寻梦!去淘金!所以当时流行一句俗语:“东西南北中,发财到广东”,段永平从浙大无线电系毕业后,被分配到北京电子管厂,然后于1986-1988年就读中国人民大学经济系研究生,1989-1992年8月任广东中山日华电子厂(小霸王公司原名)厂

是怎样运作成功的?”

段永平:“刚接手日华电子厂时(小霸王前身),这个厂已亏损200多万元。我们首先着手的是生产家用电视游戏机,1996年,中国内地市场卖出了300万台游戏机,而它的饱和容量是4000万台,就像VCD大战一样,顷刻之间,中国冒出了数百家电视游戏机生产厂,都发现这是个有潜力的产品,但他们没有创品牌的意识。我给这个产品取名“小霸王”,并以‘全国一盘棋’的营销理念,在各大城市推行总代理制,大力扶持各级经销商,建立了遍布全国的营销网络,并且统一全国售价,成立了30多个售后服务中心。我们提出:只要产品有问题,不问原因,包修包换。为了使产品有冲击

永平本人及下属的所得为小霸王纯利润的20%,这是一笔令一般人不敢奢望的数字。因此,段永平成了一名名副其实的打工皇帝,成了一个名满天下的千万富翁,也为他日后的再次飞跃积累了原始资本。在他与小霸王好聚好散的时候,集团总经理陈健仁也表现出了大将风度,他破例亲自主持欢送酒会。据现任董事长李平讲:“那场面十分悲壮,不少与会者都流下了热泪,许多人都喝醉了,阿段更是醉得不省人事。”也有人说:“在珠江三角洲,他们欣赏到了新时代的‘霸王别姬’。”

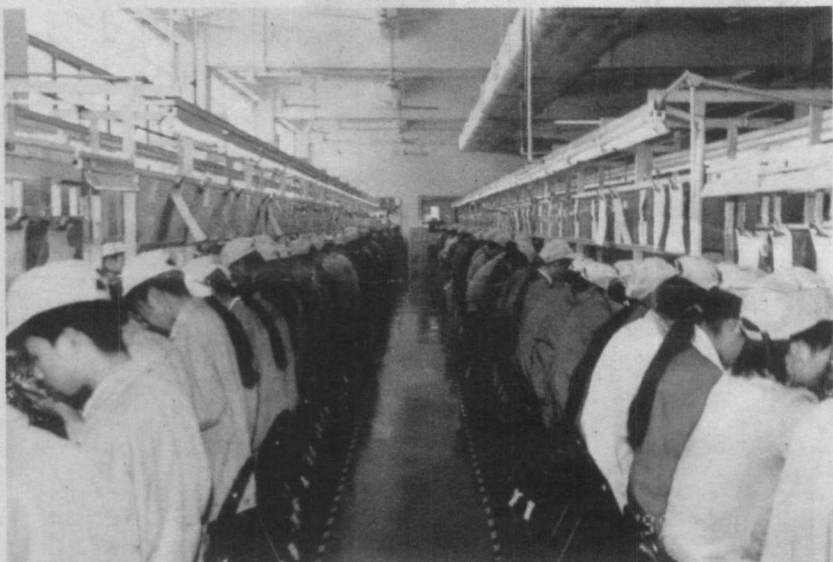
念及往事,段永平也感慨万千:“陈老总待我不薄,他对我有知遇之恩,离开小霸王,他送了我一辆奔驰车,现在想起来,真有一种成亦萧何,败亦萧何的感觉。”

锁定步步高

段永平离开小霸王的时间是1995年8月18日,一个月后,与中山一江之隔的东莞长安镇注册成立了广东力高电子有限公司(步步高前身)。人们发现,力高的年轻总裁正是辞去小霸王另起炉灶的段永平。

段永平离开小霸王之后,小霸王的中干几乎全跑到力高公司了。人们惊讶的发现,原小霸王的总经理助理、外销部长、内销部长、工程部长、生产部长、计财部长、后勤部长、供应部长等,都在段永平手下找到了同等的位置。不但中干投奔段永平,大多数工人也集体投奔到了段永平旗下。原因何在呢?有的说:“船长不在船上,水手不知道船会开到哪里去,所以只好下船。”有的人又说:“小霸王为预防段的嫡系部队出走,马上就作出为管理人员涨工资的预防招术,没想到金钱却没能战胜感情。”“段总有情有义,言出必行,有眼光、有胆识,值得追随,而且给我们也配了股份,我们有当家作主的感觉,跟着他干,没错!”真是一语道破天机。

段永平是一个理性商人,他深知一个品牌企业,其名字必须有冲击力,于是他出资1万元面向全国征集品牌名称。在一万多封热情洋溢,充满创意的名称里,他选择了步步高。这三个字的意味是深长而健康的。他说:“当时,流行取洋名字,我们也可以取一个洋名字,比如足下松田,拿到日本注个册,回来说是日本名牌。我们没这样做,我认为没意思,有欺骗消费者感觉,再加上民族情感,我是中



长,1992-1995年8月任中山市小霸王电子工业公司总经理。

记者:“段总,南下的人我认为有几种因素,第一种在内地混不下去了,想出去寻找暴富的机会;第二种,靠打工过日子;第三种,寻梦淘金干大事业;第四种选择一种生活方式。而你是属于哪一种呢?”

段永平:“其实我当初南下,不是像传媒所讲的为了所谓的梦想,也不是为了去赶‘淘金热潮’,我到广东的时候,也是一个极普通的毕业生,只是因为喜欢广东这个地方,经济氛围浓厚,很适合自己的性格,我绝对没有立下雄心壮志,一定要干出名堂来!我觉得这样也没意思,毕业后,我可以进机关,但我不太喜欢这种生活方式,我只是选择了自己喜欢的一种生活方式而已。”

记者:“小霸王是你的一个杰作,你

力,首先我们推出的是拍手歌广告片,没想到效果很好,拍手歌也成了少年儿童喜爱的新儿歌,随后邀请了成龙作为我们产品的形象大使。望子成龙是每一个父母的共同心愿,因此,我们找到了产品的诉求对象,随着“同是天下父母心,望子成龙小霸王”这句广告语,使公司形象和产品形象都得到了有效的提升。因此,小霸王的市场份额一路飙升,横扫各路杂牌军,市场份额接近80%。”

有了段永平的小霸王就是不一样。1992年小霸王产值逾亿元,1995年小霸王产值逾10亿,小霸王的成功推出不仅把段永平推到了前台,而且也给他带来了荣誉,他被评为“广东省十大杰出青年企业家”“全国优秀青年企业家”,小霸王品牌无形资产被有关机构评估为5个亿。

按照段永平与怡华集团的协议,段

致富信息: A、外商合资、融资贷款、注册国际公司。B、微型多功能打气筒(组装):每天可装80个左右,全手工活,组装机1-1.5元;供应散件,负责运费及税收,培训技术。合作较好者,可预付组装机。C、国际互联网:欢迎入网、查询、发信息;D、一次性美容消毒香皂纸、一次性仿真丝芳香多彩宴席台布、多彩珍珠饮料等8项技术转让或合作。资料备案。(450053)郑州市1413信箱邙山区政府院冠宇公司 林默 0371-3827121、3945159 Fax: 3827121 <http://www.GuanYu.com>

国人,所以就打消了这个想法。”就是这么一个决定,步步高在不到两年的时间就进入了我们的生活空间。步步高的崛起也留给我们太多的思索。

品牌对话

记者:“段总,你从小霸王到步步高,可以这样讲,你推出了两个全国知名品牌,你从请成龙、李连杰、张惠妹到最近的施瓦辛格,几乎招招都是大手笔,而且请的名人是一个比一个强,知名度一个比一个高,你是不是一个影迷或是一个歌迷,你是不是小时候就有一种追星情结什么的,现在有钱了,借做广告的同时,就实现了孩提时代的梦想?”

段永平:“请这些名人做广告,跟我个人喜爱完全没有关系,我最喜欢打高尔夫球,倘若根据我喜爱,我会请世界上最有名的高尔夫球高手来做广告,但是这样做,我们将失去产品,也会失去市场。我没有这么感性,我们请这些名人,是在市场调研后作出的选择。广告是行销的重要环节,名人广告看起来一开始会花很多钱,其实名人作广告还省钱呢。举个例子,中央电视台同时播放10条广告,你都看见了,但你不一定都记住了,请名人作广告,能提高消费者的关注度和注意力,能强化消费者的记忆力,换句话说,能提高广告的效率,当消费者想到购买产品时,他首先反映到的就是留下记忆最深刻的产品。”

记者:“段总,确实你是一个广告运作高手,你能巧妙制造兴奋点。”

段永平:“错!我不是高手,我个人的强项在打高尔夫球,我们公司的强项在于产品。说句心理话,如果产品不行,不论你广告做得如何成功,你都不可能有的市场,我始终认为产品永远最重要。”

记者:“段总,据我所知,自1997年VCD大战以来,步步高在中央电视台的广告投放经费都是最多的,从在1998、1999年来看,你们才是真正的“标王”,平时你们也经常参与赞助全国性的文化体育活动,如步步高杯全国女足超级联赛,步步高杯电视围棋快棋赛,步步高杯第九届青年歌手大奖赛等大活动,看得出来,你是非常注重广告投入的,你们的品牌是靠钱堆出来的吧!”

段永平:“请问,倘若产品没市场,质量不好,广告再好,投钱再多,产品能卖得动吗?倘若我们没有钱赚,我们会出巨资拍广告做广告吗?品牌产品必须靠品质说话,如果产品的知名度很好,但品质、服务

不怎么样,肯定要出问题,一个不懂企业的人,光靠做广告早晚会把企业做死,而且是加速死亡。我最自信的是我们产品的质量和品牌,品牌没有广告支持也不可能成为品牌,首先你得让用户知道你呀,这就需要广告。当然,我们也是有严格测算和评估的,我们不可能赚1亿拿2亿去做广告,品牌不是吹出来的,而是消费者‘品’出来的。”

记者:“记得当年爱多请成龙拍‘好功夫’广告后,你们急忙请李连杰拍‘真功夫’对播,是否有一种抄袭之嫌呀,当时是怎么想的呢?”

段永平:“这是一种策略,我们也没有说他们坏话呀!拍这则广告之前,我们也设想了很多创意,最终认为启用李连杰演绎真功夫能借力打力,效果会更好,我们做这则广告是没有心理压力的,胡志标请成龙拍广告是预防我们请,信不信由你,不信你去问胡志标,最先请成龙做广告的还是我。”

记者:“听说,你们在上海已经拍完了施瓦辛格为你们做的DVD和家庭影院广告,选择施瓦辛格也体现了你们企业的大气,他是世界上最有性格的演员,用时下流行语来说,他是最‘酷’的演员,是‘男人中的男人’,你们这样做,其他公司无法跟进,几乎无人能超越他的广告效果。你们为什么请他做,花了多少钱,创意是什么?什么时候能播出?”

段永平:“请施瓦辛格做广告,半年以前就在操作了,从谈判到签约,我去美国就去了很多次,我们运气很好,正好5

月份,他作为国际慈善大使来中国为中国特奥运动募集资金,我们抓住了这一个机会,经过调查研究,人们对施瓦辛格的印象和评价相当不错,他又是一个有爱心的人,在电影中,他经常扮演英雄角色,是一个很有魅力的男人,我们的产品如果让他作形象大使,效果估计不错。我们购买了他在大中国地区的形象使用权,包括台湾、香港、澳门。价格肯定不菲,我认为是一个正常价位,施瓦辛格给我们拍了两支广告片,魅力篇拍的是DVD广告,创意是施瓦辛格戴着眼镜正在家里看碟,在他取下眼镜的时候,一个小孩突然取下他的眼镜,并大叫道:‘你哭了!你哭了!’施瓦辛格说,‘我们还是看动作片吧。’然后特写我们的步步高DVD了,也展示了这位性格巨星温柔的一面;震撼篇拍的是家庭影院的广告,有一种美国大片的效果。现在正在香港进行后期制作,将在7月份在各大媒体上投放。”

记者:“段总,你们的产品进军国际市场了吗?有没有想过,把步步高经营成国际品牌。”

段永平:“进军国际市场,我们肯定有此想法,说心里话,在美国市场,我们所有的局部地区产品均走得不错,凡是华人,都非常喜欢和接受我们的产品,因为我们的外观,价格、功能都很有优势。从严格意义讲,这不叫进入国际市场,我们的真正原因是与对手差距太大。进军国际市场,就是品牌问题解决不了,原因是投不起这个钱,一年在美国投2亿美元是跑不掉的,否则就不叫品牌。只有我们积累到



段永平与本刊记者合影

DIY 魔术气球:一根长条气球可任意编做成千变万化的造型,台湾人萧文治就凭它赚取200万港币的年薪,《北京晚报》、《扬子晚报》、《南方都市报》、《深圳晚报》、《大河报》、《春城晚报》等都曾报道。供相关专业培训、营销方法、技术支持。创业成本1000元以下。(518000)深圳警校综合楼1栋5楼柏意公司 0755-3708505、3709505

一定程度后,再来实现这个梦想。我们请施瓦辛格的目的,主要就是走向国际化,达到更好的沟通作用。咱们中国的企业也请得起施瓦辛格,看来产品质量不错吧,能够提高外商对我们产品的关注度。做一个世界级的品牌以及加入世界500强都相当不容易的,你想想,人家做了几十年、上百年才做到这个程度,我们至少也要许多年,除非在有极特殊机遇的情况下,时间会相对短一些。否则,我们做的时间会更长,因为他们已经存在了,当然,我们也不可能知难而退,要正视对手,才能战胜对手”。

阿段论经营

与段总交流非常轻松,他应对方式轻松自如,充满智慧,经常语出惊人,让你不得不佩服他的博学和理性思维。他不像是企业家,更像一个经济学教授。他的“本分说”、“平常心”、“高速公路说”等精彩见解或许对每一个经营者都有建设性的启迪。

他说:“企业家必须具备相应的素质,我觉得做企业跟做学问搞科研一样,勤奋和坚韧都是非常重要的。爱迪生关于成功的公式——99分汗水加1分灵感,同样适合企业家。企业在成长过程中,不可能一帆风顺,随时都有可能遇到困难和挫折,有时甚至是灾难性的打击,企业家必须要挺住,绝不能放弃自己的追求。许多人老是埋怨自己运气不好,在逆境中沮丧,甚至走向颓废,这实际就是意志品质不太好。企业家应该有一种精神,百折不挠,方能取胜;其次企业家应有道德,有自己的原则。有些生意哪怕再能赚钱,如果违背自己做企业的原则,那我肯定不做,因为内心会受到道德的拷问,很痛苦,客观上也会破坏自己的形象,对企业的将来经营会造成不利影响。因此,企业家必须是理想主义者与现实主义者的结合。理想主义者不是不食人间烟火的浪漫空想者,但应有自己的道德水准,企业不能不赢利,不赢利意味着对员工犯罪,赢利应建立在对市场准确把握的基础上,进行合法经营,如果什么钱都想挣,这种企业肯定做不大。如果挣钱就是唯一目的,那眼光未免太短浅了,这种企业也很难长大。”

“经营企业没有绝招,有的人在媒体上宣称我给你一个方案或点子,就能赚很多钱,这是没根据的,试问?如果真能挣钱,那么他早就成大老板了。有的企业家在企业经营中确实有自己的体会,但我们应该把眼光看得更长远一些,应该与国际上的大企业家相比。”

焦点法则

一个企业家应将80%的精力放在20%的事情上,这20%的事情能给你带来80%效益。我们有的企业最大的毛病就是什么事都想去做。实际上每个企业的资源都是有限的,包括人力、物力、财力,把这有限的资源用到无限的投资方面上去肯定要出问题。有的企业什么都在做,但都没有什么特点,你不知道它到底是干什么的。这种企业的问题也许短期内不会表现出来,但将来很麻烦。我从“小霸王”到“步步高”,一直都在搞电子行业,且搞活经济的产品也很单一,但与我们同时起步的一些搞多元化经营的企业相比,发展速度和经营效果要好得多,“小霸王”在几年之间资产翻了几十倍,我觉得与焦点法则有关。同时在经营时还要对自己的资源及能力有一个正确估计,有时有人问我对某一个项目有没有兴趣,我问都不问就说没有兴趣,我知道我自己和我的企业就这么点能力和规模,不可能再分散资源,我不想念有天上掉馅饼的事。

本分之说

守信誉不是给人看的,为了一个承诺去赔钱,可能很多企业会赖账,我便毫不犹豫地践诺。有的企业家仅将信誉当作一种手段,我觉得应是一种本分,是本该这样的。我曾经为一个承诺赔了1800多万元。客观地说,守信誉能带来巨大的收获。离开小霸王后,我振臂一呼:我们要办一个企业,有没有人愿意出钱?以前的很多生意上的朋友就把钱拿过来了,只要我写一张条子就行,这信誉就成了一笔巨大的无形资产,这种资产就是靠本分慢慢积累起来的。我觉得好汉应能吃眼前亏,吃了眼前亏才不会吃亏。有的人看上去很聪明,算得很精,甚至能骗钱,但他赚不了大钱。只有智慧的人才能挣大钱,他不会去玩手腕,不会去骗人,而这种企业家往往能将企业做大。

关于他的本分,请看下面的一则对话:

记者:“段总,前些日子,在无绳电话广告这块,好像你们与TCL发生了口角什么的,你们的广告诉求点是‘步步高无绳电话,方便千万家’,TCL无绳电话的广告诉求点是‘不清晰,方便有什么用’。面对挑战,你怎么应对的,打官司了吗?”

段永平:“没必要打官司,消费者是最好的裁判。电话的最基本功能是清晰,

不清晰怎么叫电话,就像手表的基本功能是计时一样,无绳电话解决的问题就是方便,而TCL的所谓清晰型电话就是针对我们的方便叫板了,其实这没有道理。据说,他们预测我们会起诉他们,也作好几套应对方案。但他们错了,我们根本就理他们,我只是跟李东生打了一个电话,问他知道这件事吗?李东生讲,这是不对的,要下去查一查。但李东生至今没有对我道个歉,在这一点上,我对他有些看法。”他又说,“企业家要有点风度,攻击对手恰恰是没有信心的表现,沾染上这些东西,纵然一时得手,将来总是要摔跤的。”

高速公路说法

在采访段总的过程之中,其类比思维特别强烈,谈营销,他从老太太卖菜谈起,生动而有趣。谈如何经营企业,他推出了他的高速公路说法。

他说:“企业好比一辆车子,做企业就好像车子行驶在高速公路上一样,能否成功的开到目的地,首先取决于我们的车况。如果我们的车只能开到100公里/小时,那么我们最好跑60公里/小时,我的车最快跑250公里/小时,我一般开140-160公里/小时,这样才能安全。如果速度太快,路上稍微出一点问题,随时都会命丧黄泉,如果连安全都不能保证,速度有什么用呢?所以我们要保持足够的最小速度,这样才不致于发生翻车等事故。看见人家跑快了,我们也不能着急超车,危险往往发生在超车过程中,此时,我们应该改善车况,加满汽油,好好的修整修整,然后待时机成熟了,再提速超车。在高速公路上行驶,马虎不得。走在前面时,不能掉以轻心,更不能沾沾自喜;走在后面时,要不断的改变自己,调整自己,选好时机后,再超越对手;更不能妄自菲薄,不思进取。只有稳中求进,才能成功的开到目的地,企业也才能有可持续性的大发展。从最后结果看,我们的脚步不比任何人慢。”

平常心

当今世界是一个充满诱惑的世界,平常心,易说不易做。而平常心对于企业讲又意味着什么呢?他说:“我们不应该相信神话,诸如‘点石成金’、‘水变汽油’、练某某功可以成仙等,企业就是由点点滴滴的平常组成的,平常到每一个产品的开发和设计,每一件产品的品质和服务,每一个消费者的感觉和评价,每一位员工的工作和生活等。平常的功夫就是实力,平常

的积累才能创造奇迹。”

他说：“我当初下海心态就很平常，我以平常心去做工作，这样考虑问题，思路就很清晰，不带功利色彩，不会因某个时段，一时一地，某个信息所左右，我们内心一定要有自己的行为理念，不能人云亦云、随波逐流，我认为，我们企业相对而言，显得稳重一些，只有稳重才能对消费者负责，才能对员工负责，对股东负责，才有可能对社会负责。”

平心而论，年轻有为的段永平他有的是骄傲的本钱，他不仅有钱而且有知识，倘若换了另位的企业家，他能有此平常心吗？就是有些拥“兵”百万的企业家也不知云里雾里。我曾采访过一位亿万富翁，没谈几句，他就轻描淡写地感叹人生“我真没想到，我会有这么多的钱”，“哎！我的文化没有钱多！”，“哎，他妈的去年一不小心就赚了1个亿”。而段永平的分析却入木三分，他说：“这种显富心理，根据心理学分析，某种意义上是一种自卑心理，因为他以前穷过，现在富了，怕人家瞧不起他，故大吹特吹，这不可取，在心理学上叫心态不健康”。

步步高，世界的节奏

不知不觉4个多小时就过去了，在采访中我一直都在认真观察段永平先生，我读他的眼神，读他的语言，读他的待人处事。而段永平给我的震撼是非常强大的。

追求事业的成功是每一个有志者的梦想，我采访过许多企业家，他们在念及自己的过去时，总有谈不完的伤感和遗憾，似乎没有这些失败、痛苦、内心的煎熬，成功是不可能随便取得的。而段永平的成功却是一帆风顺的，他并不是没有自律性的发展，他是按照自我发展思路去设计人生，他具备了成功的条件，首先他有知识、有文化、有眼光、有魄力，其次他懂得品牌运作、品质管理、人才及售后服务在企业整个大系统工程中的作用。虽然做企业的方法大致相同，而段永平却是身体力行，非常严谨地执行这一思路，所以他心想事成。

企业家的眼光和见解应该具有哲学性和前瞻性。段永平创建小霸王和步步高时，其开发的产品没有哪一件产品是独创，都是跟进产品。为什么他能木秀于林后来居上呢？他知道产品竞争的最终目标是品牌竞争，他不承认产品已进入了同质化时代，他率先在品质和品牌上做工作，所以他走在了同行的前面。企业家的胆略和学者的理性才使段永平具有超人的眼

光，能在落后的情况下出奇制胜。

创业是需要资金的，他从打工皇帝做起，一直干到1995年，积累了一定创业基金，他说中国人往往能够共同脱贫，但很难共同致富，企业一旦做大，分家的分家，打官司的打官司，因此，中国的企业短命多，各领风骚没几年，要长久做下去，必须搞股份制这也是段永平当初离开小霸王的真正原因。因为他的本份和人格魅力，使他在商界赢得了信誉，许多朋友都入股步步高，其中台湾的宏基电脑入股19%。股份制的建立，使步步高有了活力，大家都是主人，为步步高的高速发展奠定了良好的体制保证。

企业法人素质是影响企业发展的重要瓶颈之一，已是中国人民大学经济系研究生的段永平依然发现自己的知识有限，为了迎接WTO的到来，他正在北京攻读BPA，每个月还得飞赴北京学习4天功课。

人的一生，要做好两件事情，先学做人，再学做事。做人要遵循人的运动规律，段永平的本分、平常心、厚重，使他的人格和精神得以完整。做事要遵循事物的发展规律，段永平因有良好的个人素质，他能洞悉市场竞争的规律，他能了解产品上市、品牌运作的规律，他有能力、有魄力的执行自我意志，使企业朝着制度化、规范化的方向健康前进，所以，他能轻轻松松的成功。他的理性和战略性眼光正是新经济时代企业家的必备素质。“登山千条路，共仰一月高”，做人要步步高，做事要步步高，做品牌也要步步高。步步高是我们对生活，对事业的最佳态度和目标。做人要

讲究节奏，做事也同样要讲究节奏。人在得意时，很容易失控，很难把握住自己，失意时也容易走向失败。因此调节好自己的生活节奏，就应该站在一个理性的高度来思考问题。做事亦然，成功的时候容易骄傲，失败的时候容易兵败如山倒，所以企业家应能控制企业发展的节奏。当今世界，节奏变化太快，杂志类一个月、半个月或一周是一个节奏，报纸类一天是一个节奏，电脑网上信息是一分钟一个节奏，“逝者如斯夫，不舍昼夜”！段永平每天坚持上网半小时以上，也是为了能准确把握世界的节奏和变化。信息和知识的落后会导致决策的落后，因此，段永平他不敢懈怠和松懈自己，他就像跳上战车的士兵一样，只有前进，不能后退。

段永平的眼光是放眼世界的，正因如此，他在取得令业界惊叹成绩的同时，他更感觉到自己的渺小，他已站到另一个层面来思考问题了，他已拥有世界的胸怀，他能正视国际知名企业的强项，他也找到了步步高逐鹿世界的差距。作为一个成功的企业家，一个由第二代向第三代转型的企业家，他留给广大经营者的思考是一份珍贵的礼物。段永平用事实演绎了步步高的品牌魅力，他用本份赢得了顾客，赢得了市场，他把知识演绎成财富。段永平认为企业运作的最高境界不是一时的高速前进，而是一种可持续性发展。

步步高，步步高，方能步步取胜。段永平正有计划、有步骤地追逐着世界节奏——步步高。



免费赠送 跳舞草 跳舞草是一种珍贵神奇植物，如播放优美抒情音乐，她即舒展对对小叶，随旋律起舞，在99昆明世博会上引得中外游客赞叹称奇购买。市场上云南优良种子每粒售价2元，开发这一神奇植物销售，是冷门致富门路，来信附邮票0.8元，即赠种子10粒及彩照和栽培资料。另供《全国批发及专业市场3000家》28元/册，《广州货源市场大全》36元（70页）。（336100）江西万载县宝塔南路126号万立（工艺）产品制作所 邱老师 0795-8821096 8826590