

江雪读博客

价值成长必须伴随理性繁荣

用“王道”铸就伟大企业

■ 本报记者 江雪/文

“王道精神”从西方角度而言,就是关注利益相关者的利益。指消费者、股东、员工、银行、经销商加上社会的利益。企业用这样的思维经营,就是“天下苍生”。施振荣之所以在上世纪90年代被美国《商业周刊》评为“全球25位最杰出的企业管理者”之一,是他向世界贡献了微笑曲线、分布式管理等案例。如今,他愿意带领世纪华商共同推行“王道精神”。

打造“命运共同体”

长江商学院院长项兵认为,“敌意”的消除必须靠我们与世界积极融合,把自己真正当成世界企业公民。别“做空”企业公民概念。

当奥运在中国举办的時候,“同一个世界,同一个梦想”几乎让中国人相信了自己,已经魔术般使得东方文明神话成为了世界的新宗教、新道德。季羡林老人临终时还说“21世纪是中国的世纪”。那时起,很多企业习惯用“中国崛起”、“中国雄起”这个概念来统领意识。似乎在想像中加上激情,这个理想很快就成为了事实。

当时间仅仅指向了2011年时,中国企业概念股丑闻占据了世界各大媒体。无论中国的政府官员、经济学家以及企业家多么乐观地解释说“中国在美国上市或者准备上市的大部分企业还是诚信的”。然而,美国证券交易会和上市公司会计监督委员会在7月7日表示:“我们寻求中方给予现场调查权,彻底查清中国概念股丑闻。”

这是一个信号。
“罗马跳动的不是议会的大理石柱,而是圆形竞技场的黄沙。”这是电影《角斗士》中的一句台词。日前,电影导演冯小刚在《人民日报》上发表的一篇文章振聋发聩:“用户没有义务保护中国制造,没有义务保护中国品牌。观众没有义务保护中国电影。正确的选择权永远在用户手中。”很多优秀企业家认为,这个观点不仅仅适用于中国电影,更适用于中国商业。中国企业家不要等到黎明那一刻,才会体会到残酷的梦境时分。

项兵近日在博客中说:一年半的时间,在全球各地参加了多个公开和闭门的高端会议,发现西方主流国家讨论中国问题的风向发生了较大的转变。中国企业在全球的发展环境趋于恶化,可以说对中国的敌意正在升温。现在,我们必须改变参与全球竞争的策略,重铸中国商业文明,并向世界贡献具有普世价值的“道”和“梦想”,这是扭转中国企业在全球遭遇的敌意态势,积极融入全球主流商业阵营以及完成中国经济转型与升级。这是中国企业家们急需探讨的一个重大命题。

或许,很多企业家还沉醉在世界对中国“感到压力”的窃喜之中,没有感到在这样的背景下,中国企业界需要用平和、积极且理性的心态来面对西方的转变,要拿出一些切实的策略来改变这种态势”的紧迫性。

财经评论家叶檀在博客中写

西方人终于相信了哲学家们的一个观点:“别看他说什么,看他在做什么。”无论是中海油漏油事故,还是中国概念股丑闻,都让世界的眼睛在看中国时角度和心态发生了变化。这个事实不仅给政府和经济学家带来了紧迫感,企业家群体也开始谋“道”。日前,台湾企业“教父”施振荣的“王道精神”再次引起国际商业精英的关注,被称为“新时代国际企业领袖需要的世界观”。



项兵 重视“紧迫感”



范伟 学会融入世界



郭广昌 不“化妆”不“整容”

道:中石油事故显示出三宗罪:背后制度环境与自然环境劣质化,对利益永无止境追求,没有受到公众利益、社会利益的严厉约束。

她深情提示企业家:“当我们面对5倍以上的海洋养殖地扩张只能换来1倍多的收益时,应该听到公众利益的哭泣,应该感受到社会的愤怒,应该对日后的社会运作高成本保持警惕之心。”

品牌研究者王永在表达自己观点时说:“道”的滑坡首先显示在企业家特别容易原谅自己的错误。我们也可以原谅错误,但不会原谅出现错误还要狡辩和说谎。“垄断部门缺乏责任和真诚”是西方人不看好中国企业的最大问题。西方企业把真诚沟通作为处理危机最重要的基本原则。

项兵在呼吁“道思想”的建设时建议:一定把企业走向世界的具体方式加以改变。应对政策之一是通过参股的方式与西方主流经济体融合,从而建立一个跨国性的、商业发展共进退的“命运共同体”。

这是一个鼓励中国企业通过参股来介入全球产业链的两端,通过参股国际主流金融机构来构建“你中有我,我中有你”的新的竞争格局。只有做真正的“世界企业公民”才可以融入世界经济舞台,共建共享世界商业文明之道。

做低调者,建设“王道”

专注中国成长动力的范伟,把郭广昌的思想落实在了“全球寻找资源并利用好资源”,真正实现“崛起”。

从建设个人精神世界的高度讲,中国一大批企业家已经体会到了超越、包容、协同带来的成就,同时也认同必须融入“命运共同体”才可以打造新型的企业公信力。

复星集团总经理范伟7月11日在公司网站上写道:“我们企业的逻辑是,中国是一个巨大的市场,但是国际上有很多更好的资源,包括自然资源、品牌资源、技术资源、管理资源、人力资源、资本资源等,都可以为己所用。这需要企业家有长远的战略和眼光。事实上,在建立中国巨大市场的基础上,在全球寻找资源,利用这些资源充分提高自己的生产效率,可以得到很好的份额。但是我们必须学习融入的规则。”

这是一种商业思想也是企业家的勇敢实践:不怕做小股东,不怕当低调者,融入其中去学习真正的商业文明和诚信精神。正是本着这个意图,复星2011年完成了在巴黎酒店行业、美国保险行业、香港医药行业、希腊时尚业的多个项目投资。“你中有我,我中有你,自然的相互尊重,相互积累,从竞争对手甚至威胁者角色转变为“同一条战线的战友”,以“润物细无声”的方式与对方分享发展与利益。

一名经济学家在某个论坛说:就是一个有代表性的案例,也符合相当一批经济学家一直倡导的“颠覆式的、革命式的大风流创新。”

“大风流创新”不仅能给自己带来机会,也能给全球带来一系列共赢。这才是中国企业家要追赶的世界潮流和思想潮流。因为中国企业家出现一

批“大风流创新”的条件已经具备。

郭广昌认同经济学家给予的指点,他在博客中说:中国企业通过参股,让世界认识到中国崛起是一个积极、稳定的“阳光”力量,中国企业并不是充满敌意的对手,中国企业愿意与其他人一起分享利益,一起承担责任。

如果,中国企业和企业家本身“道”都不过关,那么,输出的思想和力量就减弱。“大风流创新”还包括着一个共识:“中国的财富要与思想结盟”。

有了海外的合资合作,企业家既要面对它也要管理它,而非随波逐流。企业家有责任保障利益相关者的平衡。这也是施振荣强调的“软实力不要昙花一现”的基础。

向世界贡献“普世价值”

郭本恒打破沉默说,很多企业不遵守国际规则,愿意“化妆”、整容,把行业搞得乌七八糟。最后就是“烈士”。

宏基集团董事长施正荣所言的“王道精神”在社会学家眼里就是“新的商业文化”。这种精神要在共识基础上形成像西方的系统,容易让人了解并能很快收到效益,最后得以大量推广来影响世界。

公众们应该喜悦的是,“王道精神”的“教父”已经开始实施“高阶人才培养计划”。作为“班长”,他表示:这一计划主要针对华人企业领袖和未来领袖。目前的授课人有企业家柳传志;香港大学教授、文学家龙应台;中华文化发展促进会会长许嘉璐。

听到这个消息的上海光明乳业总裁郭本恒终于打破沉默,说出对“标准之争”的态度:在中国,创新可能成为一个英雄,也可能催生很多“烈士”,因为大环境不保护和尊重“创新”,而是“化妆”、“整容”,导致自己的商业环境渐趋恶化,国际市场难以打开。很多领域是在WTO规则下做出的变革。中国奶业也必须走变革之路。

中国企业应对中国威胁论的一个核心对策就是重铸中国商业文明,修出自己的“明道—普世之道”。中国崛起不仅仅是经济,必须有文化跟随其后,不然必须丧失话语权。

在7月3日上海举办的“企业家的中国梦——从财富到丰富的人生”论坛上,商、政、学三界精英探讨了“财富输出”话题,共识是:中国不能为世界输出虚假和虚伪。企业家要努力推动社会形成公平公正的价值体系。

中国人民大学社会学系毕业的刘强东原来的梦想是从政,改变社会。他说,当了企业家之后,才发现中国的企业家里有些人有个非常不好的心态,就是企业一做大,就愿意把自己包装成很伟大,像神一样。这个与国际级企业家相差太远。

施正荣坚定地表示:中国企业家必须明白,自己的利益不仅仅在国内还在国外,企业家要面对它更要管理它,不可以随波逐流,甚至是牺牲他人利益和权利,文化力量必须崛起。

不虚伪,才可以不作假;不虚伪,才可以顶天立地;不虚伪,才可以“普世”。

企业家书屋

从容一生

俞敏洪/文

一个管理专家对听众提出一个问题:一分钟我们能做多少事?答案自然是一分钟能做很多事情。比如,一分钟可以阅读一篇五六百字的文章,可以浏览一份40多版的报纸、看5到10个精彩的广告短片、跑400米、做20个仰卧起坐等等。

鼓励人们在1分钟内做更多的事或者节约每一分钟,自然是件好事。但这一表面上的积极问题和答案,实际上掩盖了急功近利的心态,让大家产生一种紧迫感,像蚂蚁一样匆匆忙忙地跑来跑去,一心想着尽可能地多做事,却不再去从容的心态去做事,尤其是不再去思考什么是真正重要的事情。

一个人一辈子如何活得更更有意义,并不在于争得每一分钟,而在于生命作为一个整体内涵有多丰富。内涵的丰富来自于对生命的完整意义的追求,而不是每一分钟能做多少事情的匆忙。如果因为追求每一分钟的充实而迷失了一生,实在是得不偿失的事情。

曾经有一个人,因为偶然在地上捡到一枚金币,从此每天都低头寻找。一辈子过去了,他捡到了几千枚纸币、几万颗钉子,还有数不清的纽扣——这些东西加起来也不值几个钱。等他到老去的时候,背驼了,眼花了,想直起腰看一看远方的风景都不可能了。很多人对待时间也像这个人一样,争取了每一分钟的忙碌,却错过了一生的风景。

如果让每一分钟凝聚成生命的重要时刻,可能需要一辈子的修炼。金字塔尖那一块石头的高度,并不是因为那块石头本身有多高,而是因为设计者心中有了金字塔的蓝图,同时成千上万块石头排列在一起形成了塔基,最后才有了塔尖的屹立。

同样,一个人生命的高度不在于每天的忙碌,而是取决于他的追求和梦想。没有梦想,生命原地踏步,会像驴子拉磨一样重复着绕圈子。

有了梦想,我们才会去追求,才会有实现梦想的重要时刻;但那一刻的来临,是以前无数个日夜不懈努力的结果。因此,对于那些只知道忙碌却不去思考生命高度的人,每一分钟对于他们才是有意义的。

社会上流传的很多书籍如《致胜》、《教你攻克》等,不断向人们灌输用技巧取胜的手段。还有某些管理专家,不断向人们宣讲他们所谓的速成理论,鼓励人们去走并不存在的捷径。此外,媒体宣传的所谓成功者的故事,大多数是如何急速增加财富的故事,使社会充满了急功近利的心态。

在这种环境下,大多数人变得性情浮躁。性情浮躁使我们失去了沉静之美;急功近利使我们失去了恬淡之心。“采菊东篱下,悠然见南山”的那份从容离我们越来越远。

急功近利只会使我们远离生命的意义。生命的意义在于从容,在于从容之中展望未来,在于从容之中成就人生。一个人能够闲庭信步走完一生,云淡风轻般进退自如,才是真正值得大家追求的境界。

就像陶行知所说的那样:“人生只为一件大事来。”一辈子能够从从容地把一件大事做好,死而无憾矣。

服务企业做好年检年报



王利博制图

六项举措:一是开展座谈、宣讲,制播“红盾时空”专题节目,提高企业年检、年报意识。二是在服务大厅循环播放年检中各类问题,便于企业核对数据并及时改正,提高通过率。三是针对部分大型企业在海淀区内网点或分支机构众多且分布分散的特点,为减少企业在奔波忙,开通“大型企业分支机构集中年检专场”,为海淀区物资回收公司、北京首都报刊有限责任公司、中国工商银行等企业的1030余户分支机构办理年检。四是定期查询年检系统中已申报未年检企业,电话催报完成申报工作。五是延长办公时间,方便企业。六是开辟周末、夜间年检专场,方便企业合理安排时间,利用公休日和业余时间办理,并在有条件的地方上门年检,降低企业年检成本。

北京市工商局海淀分局 助力企业发展专题报道

镜鉴

“炫耀产品”与“炫耀文化”同等重要

■ 北北/文

马克思大女儿燕妮问历史学家维特克:“您能用最简明的语言,把人类历史浓缩在了一本小册子里吗?”

维特克说:只要四句德国谚语就够了:1、上帝让谁灭亡,总先让他膨胀;2、时间是筛子,最终淘去一切沉渣;3、蜜蜂采花,结果却使花开茂盛;4、暗透了,更能看得见星光。

这是笔者7月18日早晨在《中国企业家》博客上读到的第一个信息。很多有博客的企业家都在默默转载。企业家们也认同一个经济学家曾经的观点:在中国,很多常识不说,不坚持说,人们的精神会往下

滑,以至于没有止境。同时,另两个消息也一样引起笔者关注。

一、中国企业每年因信用缺失经济损失高达6000亿元,其中因产品质量低劣造成各种损失达到2000亿元人民币。对此事实,中国企业联合会、中国企业家协会会长王忠禹在日前的企业文化年会上表达了自己的观点:“深层次看,诚信道德缺失背后是道德文化的缺失。”

二、7月,郭美美微博“火”过公益领军人物徐永光的事实告诉我们:民间正义者的力量撬动了社会学家们的“心灵秘密暗道”,形成社会主流,使得“无道德机构以及个别

企业编织的美丽谎言被无情揭穿”。这样的事实背后都是滚烫的火焰。

人性最纠结的是什么?恐惧感和危机感。但是,一样面对危机感,企业家群体里总是有建设者和破坏者。一个优秀的企业家和企业都要经过持续不断充满危机的岁月,才能够走向真正意义的成熟的。这个过程包括用常识指导自己,也包括不断地去普及常识。

正如企业家张醒生和李开复提问到:“真相和丑闻揭穿之后,企业家们需要做哪些调整和努力?”

出版了第4部书籍《从容一生》的俞敏洪给出了一个朴素的建议:“新东方犯过错误,但是我力争在错

误中找到教训、找到智慧并且立刻改正。企业家需要不断地增加正直的力量、坚忍不拔。任何相关的企业和企业家都要问自己,每天做的事情、出的产品是否维护人类公共道德?是否建设人类文明?是否对诚信继续加满信心?”

此间,经济学家许小年严肃地对企业家们说:民众的失落是一种无舍可守、魂不守舍的失落。人们需要商业领袖和精英做支柱,是需要牢固信念。没有牢固,自然失落、冷漠、愤世嫉俗。当企业家一个道德丧失事件出现时,“神马都是浮云”就成为了流行语。

社会学家焦虑“公益机构”的虚伪会带来“中国大地最大情绪的爆

发”;企业家们焦虑的是这个群体再一次卷入“丑闻”而使公众更加仇富。

所以,马云近日接受美国电视台采访的视频在网上“流传”有着不同的意义。公众愿意看到中国公司固守“道德”的勇敢行为被国际接受;淘宝网是一个可以在全球炫耀的产品;阿里巴巴也要做一个在全世界可以炫耀的公司;马云作为企业领袖也要把文化和文明炫耀成功。

这应该是中国企业家群体的祈祷。

北京岳成律师事务所主任岳成的观点是:公共慈善机构的善款去向必须按“国际惯例”公开审计。企业家如果参与其中,仅“炫耀产品”

不炫耀诚信和文化,公众只能理解为“同流合污”。

法国思想家狄德罗曾有言曰:质疑是迈向哲理的第一步。我们看到,中国目前“微博”所推动的,其实是整个社会的生态平衡。互联网企业家在推出“微博”产品的时候,也希望中国企业家生产出让自己心服口服的产品以及文化,那样才有资格到世界舞台上炫耀。卖产品的企业家都喜欢做乔布斯。他们真的明白苹果公司之所以成为苹果,是美国客观的市场环境、文化环境、人才环境的机制共同作用而生的吗?思考过“中国如果有一家企业能够做出跟苹果相同的产品,全世界是否跟风?”