读博客

以人文精神创新 新商业力量是否不输政治

本报记者 江雪

有年轻创业者,刚创业就直接告诉世界:希望一辈子活的特别有价值,就需要以人文精神去创新。经济学家也再次呼吁以“人文创新”推动新商业革命。

民企成功的社会价值

美团网首席执行官王兴说,IT很重要,基本推动了人类历史的进步。现在很大程度上,商业的力量已经不输于政治。

2012年3月15日,在2012“福布斯中国潜力企业投资论坛”及颁奖典礼上,耶鲁大学金融经济学教授陈志武演讲:我们不得不崇拜一种精神。民营企业个体化创业的故事和财富的故事,可以写很多的文章。他们的故事可以给社会和年轻人提供示范作用。这才是真正的民营企业上市给社会真正的价值所在。

正如特别希望用商业力量来加快信息流通,改变世界的王兴接受优米网采访时所言:我们活在一个激动人心的时代。互联网本质上不是一个行业,而是一个科技变革。其实,拒绝诱惑是非常困难的,但是我要永远搞明白我们能提供什么。总结别人犯过的错误,可以绕开一部分陷阱。

这段文字在优米网博客上传播得很快打动了很多年轻的创业者。对接触未知事物有强烈的爱好的王兴说:“IT很重要,基本推动了人类历史的进步。商业的力量已经不输于政治。”

“美团网的口碑传播能达到广告一样的效果”的商业思想是与王兴的人文情怀分不开的。“做不出门消费的电子商务”与其说是一种商业模式,更不如说是提倡一种快捷的生活方式,但是这种快捷更具人情、更体现关怀,是一个创业型企业家必须具备的商业眼光和人文情怀。

知道“第一是不好做的”,但还是想要做第一的李想和许朝军一样:脑海里老有这样的语录“我创业就是因为不信邪和喜欢解难题。”

创新型创业家里,京东老板刘强东在2011年被质疑次数最多,但他依然保持着对商业社会给予的美好予以感激之情,并为商业力量的积攒摇旗呐喊:“我觉得作为创业者,你必须要有一种特别高的梦想,也许一辈子做不到,但是必须要有一个梦,就是只做第一”。

商业力量是什么?包括产品、包括智慧、包括思想、包括潮流等等。商业精神才是可以引领市场时尚的。具体的商业力量都是由企业将思想、将设计师、销售者、消费者共同由微小的细节组合构成的,这样的力量才可以拉动需求,推动经济发展。

苹果可以改变人们生活方式首先来自思维的变化。京东模式在探索时期,很多“传统商业大佬”是不屑一顾的。但是,他不断地以艺术家的思维方式在服务上推出人文精神,做“艺术文章”,巧妙地运作新时代的传媒手段,潜心研究新时代消费者的消费心理,抓到了新商业的生机,点燃了年轻一代人的消费激情和热潮。

2011年,中国的大城市里,任何一个写字楼、大学门前都有一个新风景:“骑着摩托的邮局”,每个学生、白领都要乐乐呵呵地领走很多“商品包包”,欢天喜地的成为消费者。中国劳动力市场出现了这样的信息“邮递员月工资8000以上。”邮递业,成为新抢手行业。

王兴
全力以赴做事业

李想
互联网是里程碑

许朝军
创造人情味企业

电商企业家,成为市场新宠儿。

这个时代应该给予他们足够的重视和敬重。

陈欧,属于典型的80后老板。正如凡客的陈年所言“无耻不是文化。”他也“不要故事。不要设计理念那些繁复陈旧的东西”。他们的人文观念里有着“对商业没有贡献,那不是没文化,甚至还是无耻”的理想。

威力和价值在这些思想性很强的企业家心理占有相当的位置。

创业要做有“门槛的东西”

汽车之家首席执行官李想说,对每个点都认真去做的时候,往往有一天会串成一根线或者形成一个面。

4年收入翻了十五倍的李想:有比上市更重要的事情,很多人做的是自己的需求,不是用户的需求。

作为80后,他大胆贡献给中国商业的思想和模式是“垂直网站”的运营管理秘诀。他非常认同自己的“建树”:把期权的奖励给予员工,是管理他们的“期望值”。这样,员工和老板都瞄准自己的目标而不是别人的。

“第一是不好做的,要不断的树立新的灯塔来照耀自己的远大目标”。

这个“新灯塔”是对用户的把握;盯住其他企业的长处;每一个点全力以赴;不要让自己后悔;“招强人来消化我们”。

李想在博客上写道:所以同样的看到一个机会的时候,这个机会其实就是一个点,但是有过去的点相连的人做成了一个线一个面,只有这一个点本身的人,就是一个点了。就是你的点越多可能连的线越有价值。所以每个点都应该全力以赴的去做。

这很老到的话真的很不像是一个80后创业者说的。但是他做出来了,并成为其他人的效仿者。

创业公司的钱可以说“非常宝贵”。所以,不信邪,解难题的许朝军实现“网络也可以充满人情味”是艰难的。

他后来跟很多记者说:“我说服VC的是微博强大,我会更强大。自己想做一个伟大的公司是点点网‘营销谁’的定位非常准确。是为300万用户提供阵地,属于幸福的理想生意。”

4年时间,点点网引爆点就在于把“真实缺乏的人情味生意”做成了。

《福布斯》中文版总编辑周健工在主题是“科技与人文创新”论坛上解释了“为什么选择这个话题”。他简单地解释是“为了纪念乔布斯并向乔布斯致敬!因为,乔布斯始终站在硬件与软件、科技与人文的交汇点,所以他取得这么大成功,成为全球最大的公司。”

大的投资家们在说未来的发展趋势时,都强调必须要谈科技与人文创新,要看企业家、创业者更是否具备“人文创新能力和方向”。

“美国生产iPhone,我们中国生产什么?”很多经济学家问企业家。目的是引发企业家思考:“产品创新的因素,不仅仅是技术,而且是人文。所以我们要重视创新的人文生态。”

福布斯的精髓,实际上就是倡导“企业家精神”。面对逆境产生的各种挑战,企业家精神要时刻具备伟大的创新。

创造财富不制造悲剧

点点网CEO许朝军说,商业要充满人情味。

只有诗人的激情和调侃那是成不了企业家的。

没有企业家的实干,商业理想变不成商业力量。

从京东的历史看出,京东的管理原则就是“新商业力量”。比如,经济学家们研讨的“对高管公开所有财务数据和老板缺点”、“发现有人撒谎一定开除”、“所有员工包括老板在内360度考核”、“新招毕业生年薪十万并给股票”、“招大学生最核心的标准是能够一辈子吃苦”、“配送员是京东重要的最后一公里”、“都是因为无知无畏才会进入这个领域”、“供货商上游化、多样化、多地化”、“没有电子商务支撑的物流打死不做”、“让供货商赚到钱”、“60%的收入都捐出去”……

“真的希望自己一辈子活得特别有价值,我不想成为社会的累赘”是老板陈年的座右铭。陈年喊出“人民的时尚”不是口号,是人文情怀的具体体现。在他心里,商业是一个伟大的事业,不是为自己赚钱的买卖。

商业文明应该是什么?

许朝军的理解是“人情味”。他写道:在网络上也可以充满人情味,所有人都认识。改革开放以后,市场扩大了,产品五花八门,而社区人的基本需要方式仍然难以改变。那是一个充满人情味的时代和方式。老老少少都在一定的时间去到社区商店、小食杂店逛逛。时光里流淌的不仅仅是春夏秋冬,还有孩子的渴望、老人的期待等等情感消费。

很多研究者也把“人民时尚”看成是“大跃进”。

陈年在博客上写道:“互联网精神”回答这个社会“每个达人都是一个品牌,只是我看到了用户大跃进式的需求,促成了我做互联网上最快乐生意的想法”。到这个年纪,说句实话了是我没有偶像。凡客诚品有责任证明这个模式可以做得更大。这是对今天这个社会的精神贡献。

商业的魅力来自于刺激人们的心灵。于是有了消费。

像跳崖一样转型的定位是“披着团购皮的电子商务公司,希望在自己三十岁之前上市。”这些具有人文情怀做产品创新的企业家、创业家坚信自己是自己的代言人。

王兴更厉害,在2012年初他对员工们说:如果早出生一百万年,作为一个男人,此刻我应该正在狩猎。我应该围着兽皮裙,手持标枪,正在捕捉山羊野鹿,也可能正和虎豹豺狼大狗熊做生死之搏。如果我干不好,我就会被咬死,我的家人族人就会饿死。每想到这里,我就决定集中精力,回到中国互联网这个现实丛林中来。

@热微博

沟通关系

包凡:做人不要怕求别人,人跟人交往往往是你有需求他真帮了你你知恩图报帮他,跟男女之间关系一样,总要有人跨出第一步,交朋友也一样总要有人主动,只要你是知恩图报的人,你不要怕,往往人跟人交往就是通过互相之间帮助,慢慢生成的。

企业官僚主义

甘剑平:创新最后始终要转化为效益。以微软和苹果为例,苹果的市值在不断突破,而微软在近10年来,未能有效克服官僚主义,以致没有突破性的新产品占领市场。

人文创新

任赫:重新审视科技与人文创新,应该回归到哲学角度,看待科技创新的社会价值和伦理。一个可持续发展的科技创新模式,应该能够推动人文的提升和普及。如果不顾伦理仅为赚钱,那么科技或人文都是遮羞布而已。现在更加需要社会责任感,情怀更能扬善惩恶。

不漏税

志起:陶华碧老干妈老板表示,作为一个企业家挣了钱要本本分分地做事回报国家,企业要干干净净,一分钱税都不漏。上要对得起祖宗,下要对得起百姓。像这样流淌道德血液的企业值得中国企业学习。

考验选择

古永锵:人生本身就充满选择,关键要取舍有道。舍和得的关系就如因和果,因为是相关的,舍与得也是互动的。能够舍的人,一定是拥有富者的心胸;如果他的内心没有感恩、结缘的性格,他如何肯舍给人,如何能让人有所得?自己有财,才能舍财;自己有道,才能舍道。

“第二代企业家”特点

余明阳:值得注意的是“二代企业家”更关注“虚体”,“二代接班人”缺乏从第一线生产、营销、甚至建厂房、搬货品、搞推销等草创的市场磨练。大多数从国外或国内大学毕业后进入企业担任高管,或当一般公务员等转而进入企业,在企业里面其身份特殊,没有过多的压力、委屈、磨难。

商业价值

周鸿祎:没有用户就没有价值,有人说用户至上是幌子,一个企业到底还是追求商业利益的。但商业模式会不断变化,用户对公司和产品的认可才是持久资产。没有用户价值就没有商业价值。所谓“地在人失,人地皆失;地失人在,人地皆得。”人就是用户价值,地就是商业价值。

随遇而安

韩志国:放不下的,都往往失去;舍不得的,都常常疏离;忘不掉的,大都不属于你;想不开的,都经常失之毫厘。眷恋,往往牵手不易;痴迷,常常遭人鄙弃;张扬,往往带来沉寂;高调,常常被人看低。得不到的不一定最美,留得住的要格外珍惜。人生是得与失的循环,生活是利与弊的更替。

营销演变

叶茂中:第一阶段“胆”,有没有营销知识不重要,懂点皮毛胆大就成。 第二阶段“识”,懂营销知识很重要,各种理论盛行,企业家人手一摞。 当下第三阶段,你看的书对手也看过,导致营销思维雷同,所以建议企业家多接触艺术,不为脱俗,只为刺激“创造力、想象力”与众不同。

创业心态

刘积仁:今天学会以一种创业者的心态、心情来度过危机比依赖外部环境的变化更为来得现实。

【江雪编辑整理】

态度

中企出海失败 缘于未做好功课

——访安永大中华区首席合伙人吴港平

来自中国商务部的数据显示,截止到2010年底,中国企业对外直接投资累计达到2600亿美元,从2002年至2010年,中国对外直接投资年均增速达52%。然而尽管投资热情如此之高,但整体上投资失败的比率依然很大。

来自国际知名金融数据Dealogic公布的数据显示,2009年和2010年中国企业的跨境收购失败率分别为12%和11%,两年失败率均为全球最高。

相比之下,美国和英国公司2010年海外收购的失败率仅为2%和1%。

日前,就此两大话题,网易采访了领导安永大中华区业务、担任安永大中华区首席合伙人吴港平。

于2010年7月成为安永最高管理组织安永全球管理委员会成员的吴港平在专业服务业曾担任多项领导工作,因为对上海发展的贡献和作为中国商务咨询的先驱之一,他荣获了上海市政府颁发的“白玉兰荣誉奖”。多年来,他也一直积极地参与多家中国企业于海内外上市的工作。

问:讲到金融领域,之前我们有很多企业走出去,但是发现有一个问题,就是像外资的金融机构到我们中国这边来,他们一般都会赚得盆满钵满才回去,但像我们内地的这些金融机构他们出海的话,往往就是亏损,你怎么看这个问题?

吴港平:我觉得不是这样看的,我们现在只是看到某一个时段里面,很多国外企业在中国刚开始的时候来中国投资,有很多也是,我记得,因为我在中国工作了很多年了,1983年的时候(就来到中国工作了),前十年的时候,我常常听到很多外国企业一直说一个问题,就是说到中国投资能赚钱吗?然后有些是问,哪一个企业到中国投资赚钱的?有很多企业到中国,刚开始都是,都不一定能够赚到钱的,但是他们很快就赚回来了。所以我相信中国企业现在出去,也是同样一个情况。就是说开始的时候我们都交学费,我唯一希望我们这个学费是真的交了以后能够学到东西。

所以中国企业在海外肯定会有赚钱的,有亏的,刚开始的时候可能我们听到的声音是说,亏的可能比较多一些,但是我相信长远来说,中国企业在海外投资还是,应该是有利可图的,只要自己做好功课。

问:对于中国企业还有香港企业出海投资方面遇到的困难,您给什么好建议?

吴港平:这个是说到我的本家里面去了。我们看到有很多中国企业其实有些时候去收购、合并的时候,海外投资也好,很多时候真的做的功课不够,他们有些时候为了省前面一点点的费用,不想花钱从这个法律方面、税务方面,资质调查方面,为了省这一笔钱,很多时候就亏了整个投资,这样的有很多很多。就是说税务方面的安排,会计、财务方面的重要性。

问:据广东省中小企业融资现状调研报告显示,截至2011年上半年,抽查的333家中小企业融资需求总额为5188.6万元,已获融资3397万元,融资缺口达1791.6万元。此外,中国人民银行广州分行在今年上半年进行了一次调查,数据显示被抽查的382家中小企业有67%存在资金缺口。您接触企业比较多,感觉到是这样吗?

吴港平:其实我相信这个现在所谓的融资难是,应该说是相对性的。是相对于2008年全球金融危机的时候,我们国家通过4万亿投资,在我们基建等等方面的国内的投资,就变成那么多钱放在市场里面。资金那么多,银行把这个钱要借给很多很多企业,所以那个时候相对来说,贷款没有那么谨慎,相对来说不管好的企业,不好的企业,都很容易,比较容易拿到资金。但是现在国家也看到,我们市场里面不能永远地有那么多资金在里面,因为钱太多的话,在市场里面会造成很多不良的情况,所以国家也要慢慢把这个收紧,包括提高准备金率等等,就把在市场里面的资金要收紧。

收紧这个资金的话,代表现在所有的企业,不单是中小型的企业,大型的企业也会遇到同样的问题,就是相对来说这个资金会比2008年以后,就是比两年以前紧张一点。所以我相信这个都有。现在我觉得是我们慢慢把这个情况走向这个更正常化一些,我们不能用这个短期的举措认为它永远是这样的。

问:您对企业在资本市场融资需要注意的问题给哪些提醒?

吴港平:去融资这个我觉得,概念上是首先要对,很多企业认为,比方说第一次上市,招募新股,很多企业可能对做IPO有一个错误的观念,IPO就是整个项目的结束,就是去圈一笔钱回来,就是结束了我的任务。我的看法是相反的,我觉得IPO只是开始而已,IPO是把这个企业更规范化,包括公司治理,包括整个架构,这个管理层就应该知道我现在从一个私人公司变成一个公众的公司,我必须要遵守所有上市公司的规定,增加自己的透明度,就不能把这个企业变成是自己的公司一样。所以我觉得从管理上、从经营上都应该说可以更上一个台阶。

另外一个,变成一个上市公司以后,就是一个开始,就是说我可以用这个新的平台在我企业继续发展的时候,可以用不同的方法,包括我要发布新股,增发也好,我要发债也好,包括我可以继续跟银行贷款也好,就变成一个企业一个新的开始,这个新公司重新再往又一个平台去继续发展。

应该说中国还是一个新兴市场,新兴市场不单是中国,包括印度、巴西、俄罗斯这些国家的经济发展还是远超于发达国家的。这个从我们自己安永在不同国家的业务,我们就能看到。新兴市场的增长还是非常可观的,这个也反映在我们业务的发展里面。发达国家的市场相对来说是增长但是比较小的,比较低的,这个是能够看到的。所以我相信中国市场还是会比世界其他很多发达国家的市场更看好一些。

(网易《财经会客厅》供稿)