

企业家,再创业情怀依旧

■ 本报记者 江雪

“天下没有不散的宴席”。当毛大庆、解植春、熊青云等职业经理人以“情怀篇辞职信”告别老东家,开始新长征时,人们不断地问:这个时代是什么时代?答案真的不再是那句“这是一个最好的时代,也是一个最坏的时代”的老套语录了,而是“对经商人来说,不会写信,都不好意思说离职”的真实调侃。

丰富的安静 做自己的“王”

与近日家电企业手机部发生的“集体辞职”事件有着本质不同的是,在2015年,很多职业经理人是读着哲学家的书长大的。他们在不同场合、不同地点都高谈阔论过:“人生最好的境界是丰富的安静。”这在文学巨匠、诗人泰戈尔的专著中可以找到依据:“外在世界的运动无穷无尽,证明了其中没有我们可以达到的目标。目标只能在别处,即在精神的内在世界。”

庆幸的是,和很多“纯商业利益者”不同,毛大庆、谢莉、解植春等职业经理人的商业生涯中,人生乐趣、价值、人文情怀,显出了独具的商业文化特色。这还一点没有影响他们经商的业绩。或许,正是因为具备的突出才华,“辞职让我惊讶”才是王石等企业家的态度。

2015年6月,中国宝洁公司20年的职业经理人熊青云提出辞职。她要做自己的“王”。但是,她的“辞职信”感动了宝洁老东家,也感动了新东家京东。

情怀时代,当自己的“王”的时代,她的信甚至成为很多职业经理人的经商“必读书”。

“这绝对不是80年代、90年代的传统经理人、厂长的风格。”2015年7月17日,某工业大学管理学院博士生导师对《中国企业家》记者表示。这位刚刚从加拿大访问归来的教授特别强调:“在个性自由、创新,才华出众能够得到承认、展示的时代,中国企业家需要张扬新的商业理想,才可以快速与国际化商业氛围得以成功的融合。”

事实上,毛大庆为新加坡企业服务的时候,身上就充满了“家国情怀”。

解植春从1978年入学到毕业,心里都是“感恩”。

他们对事业、对企业、对创始人的爱,在“离开谁,都能活,活得更好的时代”是难以想象的“忠诚”。

而岁月不仅斑驳,且常常在光线之下,透给你某种使命暗示。

听从内心召唤 但做职业榜样

2015年7月,毛大庆再次写下《其实我不想做一名商人》一文,并发表在《中国慈善家》杂志时,很多大学商科研究者在此文基础上,对年初《辞职信》中的情感、情绪做出了深刻



王利博制图

商业利益虽然是永远存在的,但是职业经理人的《辞职信》告知了世界:他们是中国新一代。继承该继承的,创造该创造的。

“癌症的打击、考验”。

再次复出工作,他对当今“辞职再创业”事件,看得很淡。不再发表过多言论。甚至心里向那些“情怀者”靠近。因为他听懂了一个故事:毛大庆在《辞职信》没有写“压力、酗酒、熬夜,加之房地产市场不景气,已经把自己的生活节奏乱了,得了抑郁症。”但是,他独自跑到汶川救人,发誓把一位孤残儿童培养成“21世纪的张海迪”时,辞职的种子就发芽了。当孤残儿童李月相继出版自传《我心永舞》、散文集《舞月豆蔻》、日记体散文《心舞流年》后,45岁的毛大庆才敢于公开《辞职信》,并说“活明白了。”

记者看到,职业经理人的《辞职信》中,每一个文字都是“听从内心召唤”掏到的“灵魂钻石”,串成的项链,才如此耀眼夺目。

信中点滴清泪 展示豪气依旧

解植春在“黑大演讲”后,网上传了一份新《公告函》:“经董事会批准,公司今天正式对外公告江浩先生为艺龙首席执行官,该任命于2015年7月8日正式生效。艺龙前任首席执行官崔广福先生将作为公司顾问,继续为公司服务。”

这是另一个角度的《离职信》。体现了“董事会的慎重任命”,也展示了江浩丰富的专业经验。毕业于上海交通大学,获得工科学士学位的江浩,虽然与毛大庆等人风格不同,但是,公众在“让我们热烈欢迎新任CEO江浩到来,期待他们和现有SMT团队带领全体同事,将艺龙带到一个新的发展阶段”的文字中,读出了“企业家对职业经理人的尊重和祝福。”

很多读者说,读着大人物的《辞职信》,哭的感觉都有。

但是,读者之所以感动不愤恨,是看到了,无论出生高级知识分子家

庭的毛大庆,还是从小城市乡村走出来的解植春,还有在城市享受小资生活的“海归”吴士宏、谢莉等人,他们都在“企业人生哲学大课堂”中获得了巨大的精神财富:“英雄主义会让一个人的气质、气量、思维的空间全面产生变化,最重要的是一种活着的态度。”

“《辞职信》在中国,成为商业精神人格的文化解读。他们大多数人到中年,成为社会正能量,绝对是好事。这也是优秀企业家素质的具体展示。他们将来有可能成为真正的企业家。”一位研究者对《中国企业家》记者表示。

2005年7月采访过“新加坡公司毛大庆”的《中国企业家》记者,在2015年读到万科老板王石《与自己较量》的新书时,开始相信,读毛大庆《辞职信》流泪的人,绝不仅王石一个。

《辞职信》是一种新的人际关系处理方式,也是情感“撕裂”的文明表达方式,更是理念、文化、价值观的“告别”,是自我的再创造。

正如毛大庆在2015年7月8日亮出“创业者,一定要有企业家精神。职业经理人必须有企业家精神。不要误解经理人的角色”的最新观点一样,投资业人士解植春,也带着全部的“思想结晶”奔赴“理论新高地”。

雷军、马云、王健林也都在2015年7月的“联想酒会”上再次袒露观点:“企业家成功,是精神、是竞争不垮的心态、是征服未来的雄心。”

虽然,商业利益是永远存在的,但是职业经理人的《辞职信》告知了世界:我们是中国新一代。继承该继承的,创造该创造的。

这是一个给英雄展示豪气、勇气、才华的最好时期。因为,创业故事,不是企业家演讲成功的,而是企业家做出来的。

未来中国,依然需要创造的火种、火把。

江湖

徐建一因违纪违法被“双开”

近日,中央纪委监察部网站消息,中国第一汽车集团公司原党委书记、董事长徐建一严重违纪违法被“双开”。高检网同日称,最高人民检察院依法对徐建一以涉嫌受贿罪立案侦查并依法采取强制措施。

解读:

“曾干扰、妨碍组织审查”,在北京参加两会后被中纪委带走调查的徐建一,近期由中央纪委监察部网站公布调查结果:“双开”、立案侦查并依法采取强制措施。

13年前,一汽集团为历任高管修建净月别墅,让其他企业高管“羡慕不已”:有跃层“厂长楼”,还分得一套别墅。在2007年,徐建一对“别墅样式不满,遂推倒重盖,耗费数百万元公款”。

针对这片别墅区,中央巡视组也专门指出“一汽在净月开发区购买土地建131栋别墅,属于顶风违纪。”影响能好吗?

在一汽工作逾35年,被称为“一汽的孩子”的徐建一,在党的十八大后仍不收敛、不收手。2012年以来,多名高管被查或被判刑的一汽集团,陷入“反腐风暴”。其实最大的“患者”就是职业生涯都在一汽集团度过的徐建一。他的“人生目标”变得模糊、“自主发展滞后”。



王健林说:中国最缺文化品牌

企业家王健林近日高调宣布:“中国需要什么品牌?不仅是商品品牌,中国最缺的恰恰是文化品牌,正因为文化品牌稀缺,文化品牌的打造需要更长的时间,所以从现在开始就要及早规划。”

解读:

为什么说中国特别需要打造文化品牌?这个互联网时代显得不那么主流?

其实,王健林说什么,一定是有研究基础的。市场上我们看到,一部《阿凡达》改变了世界,改变了这个行业。这个事实早就感动了王健林。他也在很多场合,讲品牌影响力大、讲文化品牌可以影响几代人甚至几十代人。

在说着“相信再过若干年,我们也会一样记住《阿凡达》”的观点时,公众听出了王健林“文化输出思想和价值观”的心声,他更清楚美国现在最大的产业是文化产业。

与之配合的是,刚刚发布的《2015 瀚亚资本胡润全球华人富豪榜》中,新首富之位又属于了王健林。87岁的李嘉诚位列第二。

财富达到2600亿的王健林,可以由着儿子“玩电影了”。

8月18日,王思聪迎合了父亲的文化价值观,确定进军娱乐圈,并且已经签下了韩国美少女组合T-ara,强力打造新的强势品牌。

看来,万达“八卦新闻”会越来越多了。



周鸿祎:最怕的是心态变老

近日,周鸿祎接受采访,首次回击说他变老的人,如果一个产品没做成就证明老了,太过“成王败寇”。但是他承认,足球场上如果跑不起来了,“跟人撞一撞还是挺有乐趣”。

解读:

对企业家来说,老不老,一定不是年龄。比如:论创意和产品的感觉,周鸿祎绝对不承认自己老了。但在如何管理90后的问题上,他承认“值得反思。”

做360金融的时候,他首次使用合伙人制。通过分拆业务的方式,给团队拥有感。

当不乏劝阻者,善意提醒他守护现有的主业最重要时,喜欢挑战的周鸿祎,老了吗?“我希望能给360赋予新的安全内涵。如果提起360,老说它是做免费杀毒的,好像总是生活在过去。”也有90后网民解释:是操心的人老了。创新者,永远年轻。



阿里巴巴委任新董事龚万仁

19日,阿里巴巴集团宣布,委任龚万仁为阿里巴巴集团董事会成员,出任独立董事,此项任命9月1日起正式生效。至此,阿里巴巴集团董事会成员增至11名。同时,龚万仁将出任阿里巴巴集团审计委员会成员。

解读:

此前为雀巢CFO的龚万仁,8月20日被阿里巴巴集团委任为新董事。

很多同行都为她开心。这个时代转型能如此坚决、如此精彩,真是少有,什么人才啊?

在雀巢集团、沃尔玛国际、环球电子商务拥有长达30年丰富的国际业务以及财务经验的龚万仁,相信马云是有着特别的“认识”。

她全球化的教育背景,是马云最赏识的,也是阿里巴巴集团董事会必不可缺的。

持有美国明尼苏达大学工商管理以及管理信息系统硕士学位、菲律宾大学工商管理兼会计学学士学位的她,也是菲律宾注册会计师。

愈来愈全球化的集团,一定需要更多像龚女士这样的商界领袖参与。这一点,恐怕是王健林等企业需要及时“学习的”。(本报记者江雪整理、点评)



“七夕”乞巧节 少些商业也浪漫

■ 唐栋梁

七夕景迢迢,相逢只一宵。七夕节本名“乞巧节”,源起汉代。

我国的农历七月初七,俗称七夕,因牛郎织女鹊桥相会的传说平添浪漫色彩,然而,作为中国传统节日,七夕的源起、内涵与习俗,却不如端午、中秋节那样广为人知。在“西节东渐”“浪漫经济”的风潮下,如何追溯七夕原本的“乞巧”传统,还节日原本的民俗风貌?专家提醒:莫让中国传统节日,迷失在商业推销活动中。

8月18日,即七夕到来之前,以“中国乞巧·对话世界”为主题的第七届乞巧女儿节保护传承论坛在北京举办。与会代表认为,传统节日如果过于商业化,不利于节日文化的传承,以“乞巧女儿节”为例,年轻人可以浪漫过节,但更需要知晓、保护、传承、发展,“乞巧女儿节”和其他传统节日一样,背后都蕴含着独特的记忆和情怀。

现在,人们几乎针对每个节日,都过成购物节、狂欢节、美食节的现象,对此,专家普遍认为,节日的存

在,是为了传达独属于这一个日子里的文化内涵和精神内核,如果我们在过节时,完全忽略了节日承载的文化,那就失去了过节的本来意义,就丧失了节日的民族特性。就“乞巧女儿节”来说,专家认为,尽快将其申报联合国教科文组织人类非物质文化遗产,是对节日最有意义的参与。

乞巧文化及乞巧节,起源并流传于现今甘肃陇南一带,至今已有2000多年的历史。陇南西和乞巧节从每年农历六月最后一个晚上开始,到七月初七晚结束,是一种集信仰崇拜、生

活期盼、民间传说、诗歌谣赋、音乐舞蹈、才艺展示和民间工艺为一体的综合性岁时节令活动,整个活动分为坐巧、迎巧、祭巧、拜巧、娱巧、卜巧、送巧七个环节。

因其持续时间之长、参与女性之多、传承之久远、唱词之淳朴、情感之真挚、程式之完整,在全国绝无仅有,被誉为中国古代乞巧风俗的活化石。2014年底,陇南市正式启动了将中国(陇南)乞巧女儿节申报为联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作目录工作。