



《无界战》:第一次揭示战争平台演进规律

中国出版传媒商报讯 国防大学研究员郭高民新著《无界战:我们正在进行的战争》近日由人民出版社出版发行。该书突破传统战书兵法的理论窠臼,基于战争平台变革规律,提出了无界战及一系列崭新战争概念,系统回答了什么是战争、怎样看战争、战争怎么打等当今迫切需要回答的问题。

作者认为,在信息革命不断突破“界”的局限的今天,人类再也不能将社会和战争捆绑为“只有人类的社会”“只有军队的战争”,而是必须把包括其他动物、植物、微生物

等在内的生命体都纳入战争视野,加以整体运筹和应对。“无界战”所强调的是一种整体思维。在今天“你中有我,我中有你”的国际格局下,在武器与货币、军用与民用、战时与平时,甚至是人类与其他生命体之间的传统界限日益模糊的新历史条件下,确立整体战争思维尤显重要。我们只有站在人类命运共同体的高度,打破“界”的局限,把生命世界作为一个整体来看待,才能对国际争端、生态危机及其他全球性问题有一个“左顾右盼”“瞻前顾后”的战略选择,切实构建起和谐世界,拥有一个可持续发展的美好未来。

(文 萱) 《无界战——我们正在进行的战争》郭高民著/人民出版社2015年4月版/39.80元

是什么令企业基业长青?

关键词 战略 团队 创新 进取

那些能够持续成长的公司,尽管它们的经营战略和实践活动总是不断地适应着变化的外部世界,却始终保持着稳定不变的核心价值观和基本目标。

○胡艳丽(书评人)

纵观近年来出版的企业或企业家传记类图书,其中不乏会讲故事者,比如《阿里巴巴正传》、《柳问》,以及2014年出版的《华为靠什么》、《日航重生》等等。但这些书籍隐藏着一个共性问题,便是书的作者因与企业、企业家的各种关系,难免将作者本人的情感,有时是偏见融入其中,导致内容视角偏颇。一家企业、一位企业家,总会有不同的侧面,需要全方位解读,所以阅读此类书籍,读者不能尽信作者的观点。只有通过书中的故事与企业在市场上的表现相互比较,对企业家观其言、察其行,独立思考,才能对企业形成较为客观公正的认识。而这种认识,又不是一成不变的,处于变动中的企业便应在变动中解读,企业世界永恒的魅力正在于此。

读企业其实是读故事

读企业、企业家的管理、传记类书籍,其实读的是企业创业、发展过程中成功、失败的故事,读的是一家企业与众不同的气质,读的是企业面对危机之时的应对之道,读者自会读出故事背后传达的深意。比如皮克斯动画工作室的联合创始人、总裁艾德·卡特姆在新作《创新公司:皮克斯的启示》中便深情回顾了其一路带领皮克斯团队,在无路处探路,不断磨炼领导力,引导、激发团队成员精诚合作、创新创意的艰难历程。

该书不同于一般经验总结类书籍,它的重点不在于展示公司创造的连环佳绩,而是侧重于讲述一群执着于事业的创意狂人,如何面对一次次挫折、失败,如何在困难之中逐步磨合出能够帮助团队协同共进、形成坦诚文化的艰难历程,其中的挫折失败闪耀着比成功更动人的光辉。

围绕新生代企业家的疑团

以《阿里巴巴正传》为例,作者为马云多年老友,一年一次开怀畅谈。他所认识的阿里企业,一是马云口中的阿里,二是媒体笔下的阿里,三是他自己长期观察的阿里。在书中,作者跳出了事件发生时的话语情境,用历史回望的方法,分析事件的功过得失。讲述马云在不得已的情况下所行的非常之举,比站在道德制高点对阿里集团指手划脚者多了一分理性。但作者过多地引用了马云的言论,站在马云的立场看问题,在一定程度上又失去了客观公正性,不能不说这是该书的一点遗憾。

比如对于引起轩然大波的马云转移支付宝所有权事件,作者倾向于认为这是马云,基于长远战略考虑、规避国家政策制约的一步棋。虽然程序上失当,却换来了阿里金融可以放开手脚,大胆创新的新天地”,后又有“为什么要质疑呢”这样的疑问。这些似乎再度卖出了作者对马云的崇拜。他所讲的内容虽颇符合中国国情,却印证了国人“人大于制度”、“领袖大于企业”的惯性思维。这种兵行险招的做法,在阿里集团深度国际化的过程中怕是不能重演,也不应被歌颂。

跳出该书,不妨点数一下市场上关于马云的书籍,从去年下半年至今已出版不下几十本之多,但真正能够看清阿里、写透马云、放眼未来的人却少之又少。其原因之一是马云是时代的先行者,其功过得失并不是当下能够立即看清的;其二,正处于事业开拓期的马云,有很多不想说、说不清的事儿,比如当年以40%的阿里股份收购雅虎;其三,马云的“忽悠”功夫的确出神入化。其实不仅仅是针对马云的书籍,市场上对一众互联网企业的追捧、扎堆出书的情况也都大抵如此。此时这些新兴互联网企业才刚刚起步,任何的经验总结都略显草率,偶然和必然、正确与失误都未见分晓。

回望老一代企业领袖的风采

相对新兴互联网企业的锋芒无限,经历过几十年发展历程,在大风大浪中稳步发展的华为、联想等老牌名企,则显得沉稳、内敛得多,他们在发展过程中,确实沉淀下了一些值得讲述的故事、可供分享的经验,在长跑中胜出的企业总有不同寻常之处。

比如《华为靠什么》一书,作者是曾在华为工作8年的核心员工,其走出华为后再重新看华为,历时5年时间写就《华为靠什么》,文章中自然多了一分厚重。华为的成功可归结为四点:研发人员拼死奉献、销售人员攻坚苦战、华为主教任正非拥有治企的铁血手腕,以及在国际市场上挥洒自如的太极真功。

不妨再回顾一下联想的发展历程,寻找其中的异同。联想创办于经济体制改革初期,一出世就面临许多政策与商业风险,常要在政策红线边缘起舞。《柳传志的管理三要素》一书解读了柳传志运用中国式智慧,曲折变通,带领队伍在中国市场机制远未完善之时发展壮大的故事。这与华为起步初期的步步惊心何等相似?应该说是大致相同的市场环境、大致相同的政策环境,令当年成功突围的高科技企业走过了大致相同的路径。

但任正非与柳传志又是不同的。任正非对员工更强调拼死奉献。在华为内部一手打造出了以企为家的“床垫文化”,而柳传志打造出的是“发动机文化”,在这一点上柳传志似乎略胜一筹。所谓“发动机文化”即企业核心管理层如同中央发动机,业务部门如同众多小发动机,大小联动,将企业内部的摩擦力降至最低。此中,柳传

志没有特殊秘诀,他将企业与员工的付出放在对等的水平线上衡量:一般员工有责任心即可,中层干部要有上进心,而高层管理者则需要拿出“把命卖给企业”的精神。这既体现了柳传志对每位员工不同生活方式、不同事业追求的尊重,同时也展现了他在企业内部将责、权、利相匹配,以人为本的治企理念。

互联网时代的大智慧

企业成功的原因是相近的,而失败的原因各有不同。看多了成功的励志故事,不妨看一下企业的失败经验,化失败为希望,翻转企业河山,其难度必定远超新建企业以及带领企业持续发展。纵观世界企业界,此中除了德高望重的稻盛和夫先生,怕是无人敢称第一。稻盛和夫在78岁高龄之时接手积弊已久的日本航空公司,利用2年零8个月的时间令这家破产重组企业绝地重生。稻盛和夫何以能?《日航重生》一书揭晓了答案。书的内容虽然精彩,但笔者以为终不能全面展现稻盛和夫的风采。读者不妨将他人的叙述,与老先生的自述《领导者的资质》等书籍合在一起阅读,这样更能体味这位经营之圣以人为本,可移植、可复制的经营管理哲学。

当下,一众互联网企业风声水起,短暂的成功迷惑了世人的眼睛,而经营是门永恒的学问。那些能在时光中历久弥新,在顺境、逆境中皆能锐意进取,创造奇迹的企业、企业家更值得尊重、学习。正如柳传志所说的那样,互联网时代,处于风暴核心区的媒体、电商、游戏等行业率先而动,而处于风暴相对边缘位置的企业则仍有时间看准市场,找准问题,一步一步调整经营战略,而不能以重资产的体量转身,那样更容易伤筋动骨。究其根本,互联网及移动互联网改变的是人与人之间的链接方式,改变的是产业链前端与末端的环节,但并不能改变、替代物质世界中产品生产制造本身,实体产品仍是支持这个世界有序运转的中流砥柱。想必柳传志的观点与任正非不谋而合吧。

编者的话

企业和企业家的经营管理、传记类图书是一直受到读者追捧的热点,尤其是那些有大成就的企业和企业家,更是格外受到关注。在当前国家大力提倡年轻人自主创业的背景下,编辑将近期出版的企业类图书集中做一个梳理,目的是帮助读者更加冷静客观地看待这些图书,掌握这些书的核心价值和理念,以期对日后的创业之路提供借鉴。

● 新书推荐

《解密无印良品》[日] 松井忠三著 吕灵芝译 新星出版社 2015年4月版/36.00元



被《福布斯》杂志评为全球最佳企业的无印良品曾经一度陷入经营艰难的困境,究竟是什么让MUJI实现从36亿日元赤字扭亏为盈,达到最高营业额1620亿日元?该书作者作为良品计划株式会社会长,从“企业文化”着手对陷入赤字状态的公司进行改革。这要归功于管理方式的优化:顾客对商品的意见能够迅速反馈到设计部门;18:30以后,公司里不再有加班职员;员工可以查找任何一次会议的商谈结果以便执行;所有提案的内容都不会超过一张A4纸。很快,MUJI的赤字状况得到改善,营业额稳健上扬。最终实现了公司业绩的V字恢复,公司走上迅速成长的道路。

《联想涅槃:中国企业全球化教科书》李鸿谷著/中信出版社 2015年4月版/49.00元



作为中国民族企业的标杆与活化石,写联想的书不少,但多集中在柳传志时代“中国本土的联想”。《联想涅槃》一书聚焦联想收购IBMPC后国际化转型的10年(2004~2014),深剖一家中国企业及其员工在世界舞台上的竞技和命运改变,以及与惠普、宏碁等企业竞争的内幕。国际化10年,联想舞台更开阔,面临的风险与挑战也更大,该书尽显了杨元庆时代联想的曲折与精彩,以及在移动互联网开辟另一战场的同时,联想的互联网转型谋划。《三联生活周刊》执行主编李鸿谷遍采国内外与联想相关的重要人士,历时两年多,写就该书,堪称近年来较杰出的企业传记。

《马化腾的棋:腾讯持久称霸内幕》王春燕著/电子工业出版社 2015年4月版/38.00元



腾讯网是目前中国浏览量最大的中文门户网站。这16年,马化腾下了一盘很大的棋,从QQ到微信,变的是交流形式,不变的是腾讯不断满足用户需求、与业界狂舞的热望。该书纵览腾讯16年的创业历史,从多个角度、多个维度展示了腾讯一路走来的真实历程,并总结了历经时间洗礼而沉淀下来的企业精神。该书希望能让读者洞悉马化腾和他的“企鹅王朝”的真相,也希望读者通过阅读学习颇为有益的商业思想,并得到有价值的人生启迪。

王健林:商业时代的出色猎手

关键词 高速 创新 机遇 挑战

王健林企业经营思想颇有哲学意味。模式的新与旧、行动的快与慢、规模的大与小、政商的远与近,既辩证统一又充满智慧,这是万达成功的根源。

○田方(书评人)

市场空间和话语权。

“亲近政府,远离政治”是王健林的名言。与柳传志“不讲政治”相比,王健林说,他处理官商关系的秘诀是“亲近政府,远离政治”,“有人说‘我从来不和政府打交道’,我觉得是虚伪的。但是把跟政府打交道定位在是和组织打交道,不是跟个人打交道。不要希望自己和每一个官员,甚至高管,成为铁哥们儿,结为利益联盟,这就是我讲的‘亲近政府,远离政治’。”“做企业一定要顺势而为,不要逆势而动。”王健林如是说。他善于借势。万达尝试向商业地产转型之初,首先想到了要与世界500强公司合作。为了说服沃尔玛,他亲自数次登门拜访相关负责人,竟然不得入其门。后来还是通过政府人士的牵线,才最终达成合作。在万达此后的快速扩张时期,万达更是将政府的势能用到了极致。



《万达哲学》王健林著/中信出版社 2015年1月版/49.00元

万达的发展历史堪称一部创新史。无论做电影,做娱乐公园,做主题公园,做工厂,万达都是围绕创新这一主题来做的。所以,《万达哲学》一书的最大价值,就是给后来人提供镜鉴。譬如,抓住大时代赐予我们每个人、每个企业的机遇,抓住了时代机遇,人生及事业没准就会翻天覆地。再譬如,企业的创新精神。王健林认为,“在企业传承中,最重要的是创新精神,作为这么大的集团,要有创新品质;要发展文化,如果没有文化,公司肯定发展不长远、肯定要消失”。

揭开褚橙成功的秘密

关键词 学习 质量 营销 励志

褚橙的成功核心其实不是互联网思维或者网络营销的成功,而是褚橙作为产品的成功。

○闫东良(书评人)

掌握其核心的技术。褚时健从一开始,就在努力这样做:1.利用当地得天独厚的地理、气候条件,他认为,别人不可能“把云南的太阳搬去”。2.“水果,水果,水是最重要的,没有水就没有果”,借钱也要搞水利工程,把大山深处最优质的泉水引到果园。3.把肥料当成另一个重点,建实验室,建肥料厂,因地施肥,严格管理田间施肥作业。4.“少就是多”,每亩只留80棵果树,这些树比以前每亩146棵树能得到更精细的照料,得到更多的阳光。除了这些,还有很多方面的,褚橙人员都下大力气来解决。从而让褚橙成为具有极好口碑的产品。



《褚橙你也学不会》黄铁鹰著/机械工业出版社 2015年4月版/39.00元

褚橙的成功,最重要的就是其得天独厚的“故事营销”资源。褚橙是最一流的水果,比褚橙一点也不逊色的,是褚时健独特的人生经历。他年轻时酿过酒,他的出酒率比别人高15%,酒的质量也优过别人。后来,他接手管理云南烟厂,成为全国有名的“烟草大王”。正在事业如日中天时,他跌入低谷,被判入狱。2002年,75岁的褚时健出狱后,回到了云南玉溪的家里,接手了新平县一家国营农场。10年之后,在他85岁时成为了“中国冰糖橙大王”。褚橙基地规模超过了8000亩,2013年的销售额达到了7770万元。无数的创业者和企业家从褚时健的励志故事里,得到了共鸣,他们选择褚橙作为礼物,人们不仅品尝到优质的橙子,更分享到了褚时健永不言败、勇闯难关、锐意进取的正能量。

当前,中国的经济到了转型升级的关键时期,该书聚焦褚橙案例并深入细致地解析褚时健成功原因,具有深刻的现实意义。褚橙案例不仅对于搞企业的人来说,通常会选择一个规模不大的市场领域,用尽全力打造自己的“无敌产品”,