

● 本版关注



《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掙定为“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

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超越利润最大化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“有什么要质疑呢”这样的疑问。这些似乎再度出卖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、销售人员攻坚克难,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。《柳问: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是何等的相似?应该说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老先生,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急转身,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社长,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),深刻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、宏基等企业竞争的内幕。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、与商界狂舞的热望。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)

王健林,一个敢为天下先的地产大亨,一个曾与马云对赌一个亿的冒险家。他从林业工人、军队独行者に商业巨头,一步步的成功得益于他对各种边界的准确掌握和对政商规则的高度敏感。《万达哲学》一书中王健林首次自述经营之道。通过王健林身上的那些关键要素(个性、精力、商业能力以及对政治和经济的把握等)的展示,读者能够通过企业家精神这个关键的整合器,来理解王健林的财富之路。“如果一个企业的老板整天去爬山,我不相信那个企业能够做好。”王健林说。有如中国经济的增长总是习惯于推翻过往的经济学认知一般,万达高速扩张之下的生命力,也似乎在创造一个“快而不倒”的案例。

回溯历史,出生于军人家庭的王健林,凭借大连的老城改造掘得第一桶金;与足球联姻迅速让王健林与万达家喻户晓;商业地产价值链的开拓,“城市综合体”不但让万达跻身于房地产巨头行列,在商业地产领域万达也几乎没有对手。“场上赢球的时候不换队员。万达现在做得很顺,任何事情不做颠覆性的改造。这有心理暗示作用,不仅是一个战略需要。”王健林认为,万达必须再快一点。快是战略问题,必须要快。现在是最后的机会,可以做大市场份额,可以积累经验,可以赢得未来的



《万达哲学》王健林著/中信出版社2015年1月版/49.00元

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”。“有些人说‘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。不要希望自己和某一个官员,甚至高官,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》一书的极大价值,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互联网营销的成功,而是褚橙作为产品的成功。

○闫东良(书评人)

在中国现代农业中,褚时健和他的褚橙是一个极为出色的成功案例。《褚橙你也不学》一书,从案例研究的角度,围绕褚橙种植、营销的诸多环节,全方位地解析了褚橙成功的秘密。

开门见山,紧抓要点,是该书的特点。“写啥都往根上扳”是作者黄铁鹰一贯的写作风格。在写褚时健跌宕起伏的人生时,作者惜墨如金,简要带过,在写褚橙的种植和管理时,却不放过任何细节,条理清晰地叙述了“褚橙是什么橙”、“为什么要种冰糖橙”、“因地制宜”、“间伐”、“控梢”及“销售”等内容。

从该书中,我们能得到诸多的启示。褚橙的成功,首先在于褚时健善于学习的精神。对于在这片云南大山产出的冰糖橙,被人称呼为“褚橙”,似乎再贴切不过:早在褚橙成为一流的橙子之前,褚时健已成为一流的橙子专家。褚时健花了12年的时间,站在田间地头,亲眼看着自己的橙子树,从小苗长成硕果累累的大树。随着这些小树成长的,是褚橙公司会议室里越摞越厚的技术书籍,以及书中越来越密的标注。褚时健认为,企业管理,绝对不能外行领导内行。他常说:“不懂就要学习!认真学!否则,别人汇报你都听不懂,就会吃大亏。”

褚橙的成功,还在于其采用了“无敌产品模式”。这样的企业,其信念是:产品就是公司的信仰,生产出最好的产品就是公司生存的意义。这样的信念,驱动公司不断把产品质量做到极致。这些企业,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”,

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,还有很多的方面,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。

褚橙的成功,最重要的是其得天独厚的“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,对于其它行业的人来说,也能从中得到极好的借鉴和启发。