

江雪读博客

从已经铸就的种种堡垒中突围

“刀锋上跳舞”成就伟大公司

■ 本报记者 江雪/文

坚守“牌坊”

今年2月,阿里巴巴交易平台上爆出2326名“中国供应商”涉嫌欺诈,并有上百名阿里巴巴的销售人员牵涉其中。事件发生后,阿里巴巴很快做出反应,公司CEO卫哲、COO李旭晖引咎辞职。

马云的表现被业界看做是超级“公关秀”。但也有很多社会学家认为马云身上的确是具备企业家最稀缺的资源——肩负沉重的新期待、开疆拓土的先行者、化解冲突的协调者、商业道德的守护者、企业文化的传导者……

极其艰难的马云在4月22日参加“绿色公司年会”的当日写下博文:“企业家的兄弟恩情资源更稀缺。但公司出了这样的事,就一定要有人为此付出代价,为此付出代价的一定是CEO。企业家可以培养。这是不是最好的解决方案我不知道,但这是最正确的方案,我没有办法追求完美,天下没有最完美的解决方案。我立了‘牌坊’就得坚守。”

2011年的4月,中国企业家界是风不平,浪不静。“企业管理者道德滑坡”之风愈演愈烈,痛心不已的不仅仅是马云这样懂得坚守道义的企业家,还有国家总理。

马云的表态同样在清华举办的“创新论坛”上成为热门话题。事实上,人们并不想把他想像成“矫情之事”的始作俑者,但还是不由自主地对他的“唠叨”怀有一点鄙视。

但是,不断行走在各种企业家论坛中的马云准备好了承受这一切:围绕着“守牌坊”、“高调”引出来种种对企业以及企业家的不利。

谈到这个事实,企业家冯仑说:作为创业家,马云在此事件中承担了更大的责任。卫哲的离开,就像在他11年美好的形象上刻下一道大伤疤。痛并不快乐着。因为是兄弟,失去的还有亲情。这个案例在中国企业并不多见。非常有探讨的价值。

专家也认为:“高调”是因为坚持,虽然坚持并不代表阿里巴巴做得都那么好。正因为有的时候没有做好,才更要坚持当初的理想和承诺。现在既然“牌坊”已经立起来了,就要坚守下去。阿里巴巴想做百年企业,但现在公司才成长十几年,每一年都活得很辛苦,离品牌还很远。中国互联网不需要一个更会赚钱的公司,而是要练就成为伟大公司的真功夫。

开始新事业的卫哲也在4月第一次公开表态:马云给他的“大礼”就是这道伤疤。但是这个“伤疤”会比他身上任何一个勋章都值钱。他们在此次失败中共同练就了“坚守牌坊”的功夫。打破“咒语”才有理由相信,他们会有获取未来的可能。

日前,在“最受尊敬公司”的评选活动,我们读到了张瑞敏的心声:“要想让世界相信自己,就得突破传统的守义,改变世界”。

“中国缺少这样具备使命感的公司。我们的视野要开阔,要有更大的格局。让我们共同学会坚守”。相信10年后可以创新体系、提升为国际一流企业的苏宁总裁张近东也说出了自己的观点。

杨元庆鼓励马云说:基因创新才是最大的创新。

中国为了在10年、20年之后诞生伟大的公司,必须要在道德信仰、核心技术、经营的差异化、品牌影响力等多方面竭力创新,突出重围。这是企业家在“2011年中国绿色公司年会”以及“中国最受尊敬企业十年”活动中最关心的话题。

在巴菲特眼里,伟大企业是“游着鳄鱼的很宽的护城河保护下的城堡”。在成为伟大企业之前,有一道作业企业家必须详细解答:你是否可以成为领军企业,敢于在刀锋上跳舞?



马云
天下没有完美的事情



牛根生
防止身心干裂



陈年
为人民服务心里“顺溜”

不抱怨世界

4月21日晚,2011中国绿色公司年会的开幕酒会后,冯仑和俞敏洪以及数百位国内外企业领袖、外交家、学者、NGO领导人就目前重大而紧急的各种命题表达了各自的观点。顶尖的思想力与顶尖的行动力汇聚一堂,一场解读全球大变局大趋势的思想盛宴开始。

听了“北京共识”首倡者雷默和美国畅销书《不抱怨的世界》作者威尔鲍温演讲之后,深有同感的企业家牛根生在公司网站公开观点:我们不能对世界抱怨了。中国企业在日常产品生产过程中消耗着大量看不见的水,而“水足迹”、“水中和”等水资源概念目前在中国环保领域几乎一片空白。想着要伟大下去的企业首先要有这个意识:不要让世界上最后一滴水变为世界的眼泪,否则我们的身心也将遭遇一场严重的干裂。从日本大地震带来的水危机看,这个难题离中国企业以及企业家的生活并不遥远了。

事实上,企业家牛根生自从蒙牛品牌陷入“门”事件以来很少公开露面。但是,不再抱怨世界的他在4月初就以理事长身份与企业家俱乐部、大自然保护协会(TNC)、世界自然基金会(WWF)、世界资源研究院(WRI)等5家机构联合发起“善水”行动公益倡议,通过对水资源现状的科学分析,提出“善待水,就是善待生命”的价值理念,以“水中和”的概念为核心,提供与传播“善水”价值理念与解决方案。

牛根生基于对水资源的焦虑情绪,在两年时间全心全意种了400多万棵树。在这样的努力过程中,他同世界气候大使布萊尔先生、新加坡前首相、总理以及巴菲特的儿子一起做了多个环保电视节目。2007年又专程去了南极考察水资源。

中国企业要奔向下一个百年,必须“善工、善制、善世。”对此话题,IBM大中华地区董事长钱大群发表了自己的观点。

记者在4月13日读到了企业家们郑重向企业及公众发起的倡议:提升水资源保护意识,将“水中和”作为企业在商业框架中的年度环境指标考核选项;企业在原料采购、生产、物流、消费等环节建立全方位的水资源监控,在企业内部建立水的回收与补偿机制,积极实现“水中和”;在企业内部和企业所在社区或区域,每年开展一次水资源保护与节水示范等活动,培养公众的“善水”意识;发起国内首个水足迹公益网站,传播水足迹计算器。

记者观察到,被提名“10年最受尊敬企业”的华为总裁任正非表示:这个社会需要这样的口号来“醍醐灌顶”,不能老是“腾云驾雾”地活着。这个时代不会忘记“善水从今天开始,每周少洗一次车”的口号是企业家们发起的。同样也不会忘记有牛根生的踏实努力。

方正首席执行官李友的态度更是明确:与世界上的伟大公司相比,我们发现自己最大的问题是不懂得平衡与和谐,没有平衡与和谐就不会取得稳健。方正公司进入了医疗信息系统、物流等医疗医药领域的其他环节,看似是个笑话或者是神话。如果不倾听、不理解企业家们的这个善水倡议,我这个企业家恐怕不会立刻开始重视“水资源”,关注企业自循环和

生产消耗过程当中的水脚印,并把这个理念与企业核心竞争力放在一起思考。

4月11日,腾讯在清华举办了“亿时代互联网创新和趋势搜搜校园之星创新大赛”。腾讯首次开放了千万级用户平台,自定义为“自省的企鹅”的腾讯首席执行官马化腾表示:拥抱未来就要接受挑战。不能一味地希望别人为自己打开大门而自己抱紧双臂。抱怨这个世界的人是没有出路的。

经历了磨难的企业家真正学会了“不抱怨”这个世界。底线、远见、担当是他们冷静观察之后得到的积极心态和行动指南。“与这个世界共同前进”就要学会化解冲突、纷争,赢得持续影响力。

“透视”差异化价值

刀锋上跳舞,不确定因素多。有些时候,商业神话并不一定都是建立在商业基石上。懂得找市场的差异化并不断探索的企业是有可能成为伟大公司的。

被巴菲特看好的比亚迪老总王传福有一段语录:看我的企业,不要老看他不是当“小毛孩”,而是比亚迪凭借什么功夫在刀锋上跳舞?无论是做电池还是汽车、电动车,都可以做到第一?我创新的不仅仅是心态,还有在市场上不停的“透视”差异化的能力。

与他有着相同思想的企业家很多。最突出的“新贵”也称“神马”的是“文艺愤青型”企业家、2010年获得“最有影响力企业领袖——商业新锐”奖的凡客首席执行官陈年。

在“刀锋上跳舞”的陈年不羡慕深圳的王传福,甚至在各种企业家活动上采取躲闪行动。但这并不影响他偷偷学习王传福的“虔诚寻找市场差异化”。他很欣赏王传福的态度:一个品牌可以活一百年,靠的是百年都不能自我局限。

得到第5轮1亿美元投资的陈年在博客上写道:由于我身上的确流淌过一些扭曲的东西,我能够看到市场上很多别人看不到的好价值。过去我一直纠结做文化人还是商人?是人民群众“30元钱我就买”的消费理念让我活“顺溜”了。我愿意更去“懂”人。有人问我“你的差异化是什么”?我的回答是“公司叫凡客”。这是我用非商业因素“透视”差异化带来的商业机遇。

差异化的经营不单给陈年2010年带来了20亿元人民币的销售额,同时也给很多传统型企业家带来了新的思考方式:爱读汪曾祺书的陈年为什么坚持把带有“攻击性”和“道德用词”的“人民时尚”作为公司策略?这个“品牌道德”策略为什么能够得到韩寒的欣赏,并成为凡客代言人?为什么说出“没钱穿的很值,有钱穿的有意思”就能赚钱?

同样讲究“商道”立体化的青岛啤酒老板金志国也承认,目光长远的企业家必须思考如何找到差异化市场。比亚迪敢于后发制人,那是它找准了差异化的“六位”,这和盲目生长有很大区别。万科正是“透视”到了差异化市场,才在“不屯地、不捂盘、不当地王”的判断下做出了“会呼吸的房子”,实现销售千亿。

有“饥饿感”的企业才能发现“差异化”市场。这是联想CEO杨元庆的观点。在这一点上,他希望企业家都具备点“野兽创新精神”,猎食之旅永不停步。

镜鉴

“股神”如何消除4月忐忑?

■ 北北/文

有戏谑之言:“其实华尔街里没有正常人,全部是钱的奴隶,其他人全部是华尔街的奴隶。”

照此理论,我们可以认为,些许的贪念和自我膨胀难以避免,即使是被推崇备至的投资大师内心,也有程度不同的忐忑:被大师信任的门徒们也可能耐不住寂寞,触碰监管红线,但是必须要有责任人出来高调承担后果。

这就是美国思维。这就是巴菲特公司的思维。

当3月底,被外界视作巴菲特的接班人、54岁的索科尔突然辞职时,伯克希尔·哈撒韦公司发表公告称,“公司审计委员会向董事会就索科尔行为出具的报告认为,索科尔对路博润公司的股票交易违规,伯克希尔公司可能采取法律行动”。

4月28日,股神巴菲特在故乡奥马哈市召开了“2011年伯克希尔·哈撒韦股东大会”,超过4万股东从世界各地赶赴会议。一个加拿大学生作为小股东对前去采访的中国记者表示:“巴菲特必须给小股东一个明确的交代——伯克希尔公司的行为准则和内控形同虚设?伯克希尔公司其他高管是否也存在类似或者更严重的道德不规范?我们不必要弄清楚其中的操作细节,我们只想关心巴菲特以及美国对此事件的态度和结果。这对我国企业以及企业家是个很好的教材。

信誉危机导火索点燃了,巴菲特能否敢于承担责任?

我们不难从巴菲特“我们可以承受得起输钱,但我们不能接受输掉信誉,即使一点点都不行”的这句话中体会到他的尴尬而失神。何况,伯克希尔公司内部一个使用了超过10年的条例《“内幕”交易政策与程序》清晰地表明:“对于所有员工,包括他们的家庭成员,从伯克希尔公开披露收购或持仓某上市公司的证券时开始,所有有关这家公司的证券交易必须预先到马克·汉堡处清零,直到伯克希尔声明已不再持有该公司的股权。”

各媒体预言:巴菲特的“股神形象”被捅破了一个洞。因为,这一事件让巴菲特不免被追究责任。4月中旬,《滚雪球》的作者爱丽丝·施罗德说:这里完全没有基础结构,有的是信任文化。这个“结论”似乎验证了巴菲特曾在2010年致股东信中写到的“相比于程序,我们更信任人。聘请一位合适的人加上少量的管理,符合所有业务经理人和我的想法”这个过于感性的管理模式。

那么,巴菲特“镜中的自己”又是如何让世界股民依然钟情呢?5月1日,巴菲特回答了4万股东:我没有感觉那样糟糕,因为我从前犯过错,今后也会犯错,从来没认为自己是完美的标准。我尽量在未来少犯错误。也许调查当局将发现更多信息。但这件事除了造成一个令人感伤的局面,并没有其它过多的影响。

同时,巴菲特强调“我们的枪已经过上好子弹,我扣扳机的手指正蠢蠢欲动。当我发现自己处在一个洞穴之中时,最重要的事情就是停止挖掘”。

这样诚实、悲伤、决绝的态度换来世界什么样的反应?

多数受访股东均表示:索科尔难咎其责,但是对巴菲特的信任并没有因此发生改变;对于“索科尔事件”应以历史的眼光来看,伯克希尔公司几十年的经营史中也只出现了这么一次问题,这不足以使他们对巴菲特失去信任;依然可以百分之百地信任巴菲特。

常在河边走,哪有不湿鞋?82岁的巴菲特显然非常知道这个事实难以被一般人看透,他希望自己的接班人早一天成熟。在去年的一份工作备忘录上他写道:如果你看到了什么,其正当性或合法性使你犹豫,给我打电话。如果一些行为让你怀疑是不是会越界,那么想都不要去想。

事实是,我们可以清晰地看到,靠“一辈子不能有闪失”理念支撑自己走到今天的巴菲特,愤怒的背后显出无奈和悲凉——亲手把选定的接班人扫地出门。

“股神形象”没有倾塌。从中间我们看到:可以被普通股东起诉的巴菲特是值得我们尊敬的;这样的法律制度是值得我们尊敬的;不怕你了解真相,自己出面解释真相,承认错误,敢于改正错误的82岁股神更是令人尊敬的;大会休息时间对中国企业女职工“以跪求婚”的幽默方式是令人尊敬的。

那一小小的洞口相信“股神”会极力补救完整的。

资讯

南工大和侨兴环保进行人才培养合作

日前,由南京工业大学与江苏侨兴环保设备有限公司共同主办的“南京工业大学-侨兴企业-新材料产学研发展中心、南京工业大学-侨兴企业-应用型研究生培养工作站、南京工业大学-侨兴企业-本科生人才培养基地”三项工作揭牌仪式在南京侨兴环保设备有限公司成功举行。侨兴环保此次承载的应用型研究生培养工作站、本科生人才培养基地的行动,也充分显示了侨兴环保企业的社会责任感,为高校人才就业打下了坚实的基础。

红星新品“红双喜酒”上市抢喜宴市场

近日,北京红星股份有限公司精心打造的“红星红双喜酒”隆重上市。此次共分两款,一款为38度的浓香型“红星红双喜酒”,规格为518ml×6;另一款为同样度数的浓香型“红星红双喜酒”,规格为1036ml×4;两款酒的瓶身都是充满喜庆色彩的红双喜字,成为一种喜的象征,具有浓郁的传统民俗文化风情,是中国人的审美情趣和民俗文化的代表,也表达了积极、乐观向上的情绪。

高清视频厂商风行旗下软件升级改版

日前,高清视频的领军厂商风行网宣布,已对旗下风行软件进行升级改版,风行2.4.1新版主要针对流行界面,独立的高清电影点播和下载管理,尽享边下边看的快乐体验。风行网表示,对于高清电影而言,用户有收藏分享的需求,风行独有的“边下边看”已经成为主流应用,将网友的网上观影体验发挥到极致是风行每次主动升级版本的目的。此外,风行网在一周总有效时长和一周总有效运行时间等指标上也已位列网络电视第二。

九牧卫浴发布新品启动爱心惠卖活动

近日,世界自然基金会全球大使、九牧卫浴品牌形象代言人李冰冰与九牧卫浴集团副总裁、营销中心总经理张彬在京共同揭幕,九牧卫浴覆盖龙头、淋浴器、浴室柜、陶瓷以及淋浴房5个品类10款不同的新产品正式发布。九牧卫浴负责人表示,任何与高科技的结合,都是为了让人们生活得更美好、更健康、更环保而设计的,这是九牧核心的品牌理念。与此同时,九牧卫浴发起的爱心惠卖中国行公益活动也同时启动。

SMS Meer 获连铸连轧机组设备新订单

日前,全球管材、长材、锻压和加热技术设备领域的领军企业——SMS Meer与贵溪市江西铜业股份有限公司及济南市山东祥瑞铜材有限公司,分别签署了为其提供新型CONTIROD紫铜盘条连铸连轧机组设备的合作协议。这两套设备的投入使用将大大提升这两家紫铜盘条生产商的竞争优势,进一步强化其作为业内优质铜线材生产核心企业的行业地位。据悉,这两套设备均计划于2012年5月正式投产测试。

波司登、山东如意等受到中纺协表彰

在近日召开的全国纺织行业质量工作会议上,波司登股份有限公司、山东如意科技集团有限公司和11家行业企业提名企业受到中国纺织工业协会的表彰。据悉,在此前揭晓的第2届中国工业大奖中,波司登股份有限公司荣获中国工业大奖,山东如意科技集团有限公司——高效短流程嵌入式复合纺纱技术及其产业化项目荣获中国工业大奖表彰奖。

纽约林肯艺术中心签约天津滨海新区

近日,美国最大综合艺术表演中心林肯中心与中国天津新金融投资有限公司达成战略合作协议,宣布将在天津滨海新区合力建造一座具有世界一流水准的艺术中心。即将于今年年内动工的艺术中心位于天津滨海新区的于家堡金融区,预计规模约为2万平方米。在于家堡艺术中心筹备阶段,林肯中心将担任咨询顾问,由专家和高管组成的核心团队将为该项目进行专项市场分析,为打造世界一流水平的艺术中心提供建筑及功能设计建议。

首届国际空姐推介大赛促大学生就业

4月24日,由中华全国总工会保障工作部等单位指导,中国航空运输协会、中国人力资源开发研究会等单位联合主办,中国智慧工程研究会独家承办的“爱在蓝天——首届国际空姐推介大赛”启动仪式在北京国家会议中心正式启动。大赛以“放飞青春梦想,展现智慧人生”为主题,以促进大学生就业择业为目的,为国内外航空公司选拔优秀空乘人才拓展新渠道,为宣传航空行业文化搭建新平台。