

指导单位:中国君仁爱心工程协会 军旅企业发展研究工作委员会

战略合作:河南军臣投资担保有限公司 兴邦伟业(北京)投资有限公司

在美国流传着这样的说法:世界上最优秀的商学院,不是哈佛大学,而是西点军校。第二次世界大战以来,在世界500强企业中,西点军校出身的董事长有1000多名,副董事长有2000多名,总裁和副总裁高达5000多名。

在中国,500强企业领军人物,不仅有近一半是军人出身,而且前10名都具有军人背景。

“兵商文化”催生企业家大军

房秀文 林建 任鸽/文

兵商,当过兵的商人。这是一个遍及世界的群体,这是一个特定内质的团队。中国改革开放30多年,更加凸显了兵商现象,产生出特定的兵商文化。来自“中国军旅企业家高峰论坛”消息,在我国现有的企业家队伍中,有过军旅经历的人达30%以上,珠江三角洲和长江三角洲等经济发达地区这个比例更是高达60%以上。而更详细的数据表明,目前在全国排名前500强的企业中,军人出身的总裁、副总裁就有200多人。

这还不是全部。放眼世界,在全球500强企业中,有近1/3的高级管理人员有着军人出身的背景。在美国,甚至流传着这样的一种说法:世界上最优秀的商学院,不是哈佛大学而是西点军校,因为自第二次世界大战以来,在世界500强企业中,仅西点军校出身的董事长就有1000多名,副董事长有2000多名,总裁和副总裁高达5000多名。

一个个令人震撼的数字挑拨着人们敏感的神经,或许人们在初看到这些数字时心里还有些“打鼓”,但当这样一些名字出现在眼前时,相信没有人再对此有所怀疑——联想的柳传志、海尔的张瑞敏、华为的任正非、双星的汪海……据称,在全国著名的前10位商界领军人物中,多数具有军人背景。

这是一种偶然现象还是一种必然为之?

军人文化支撑商场霸气

在一些人眼里,军人懂管理,方法简单实用,工作效益高;军人守纪律,听指挥,执行力强;军人有胆识,敢于尝试新事物;军人能吃苦,不怕困难;军人讲究分工合作,协调一致。然而,这只是揭示了一般军人的普遍规律,并不能从根本上反映出为什么当今有那么多的军人,从部队转业后成为社会经济力量中的“国之栋梁”。

有调研表明,在现有的军旅企业家家中,很多人当年“下海”虽然跟彼时的大环境有关,但也并非出于为多挣几个钱,在他们眼里,实现人生价值和承担哪怕一丝的社会责任,都是当时促使他们放弃或平稳或优越工作条件,转而投向市场的决定性因素。在他们曾经流淌着的军人的血液里,个人利益始终要和社会利益乃至国家利益联系在一起,在没有经验,很少资本,并近乎“白手起家”的基础上,他们秉承着军人的坚韧一步步走上来。在现实工作中,他们极富想象力和创造力,善于占领制高点,敢于大规模整合资源,其坚毅和执著的品性,使他们哪怕只有一丝希望,也决不轻言放弃。同时,他们严于律己,为人表率,并高度重视企业文化建设,擅长做政治思想工作,用理想和追求凝聚人心。因此,所有熟悉和接触过他们的人几乎都这样评价:这是一支用热血铸就的商场“铁军”,在他们眼里,没有不敢干的事,没有干不成的事。

如今商场上的军旅企业家,都是当年从军队中走出来的战士和将军;他们今天的表现和作为,也是昨天在部队时注入的军人文化的延续与发展。毫不夸张地讲,正是由于军队的教育培养,正是由于体内旺盛的军人文化在起着巨大的支撑和引导作用,才使他们形成了商场上那种独有的雄风霸气,从而铸就了事业上一个又一个的辉煌。

军人理想举起兵商大旗

说到军人文化,许多方面都非常值得探讨,但作为任何一个有着多年军旅生涯的老兵,其中带给他们体会最深的则来自于两点:一是远大的理想和对祖国的忠诚。从战争年代到平时时期,视祖国的利益高于一切,始终是战士、将军的最高行为准则。当祖国安全受到威胁的时候,他们总义无反顾、挺身而出,即使吃苦受累、流血牺牲也在所不辞。二是出奇制胜的创造力和



王利博制图

英勇顽强的战斗作风。无论遇到再强的对手、再恶的险境、再大的困难,都敢亮剑出招,哪怕还剩下一个人、一颗子弹也要坚守阵地,攻上山头。在这两条中,起着根本和关键作用的,就是理想。有了理想,忠诚才有方向,“出奇”才有价值,英勇才能修成正果。为理想而战,是指引军队走向胜利的金色旗帜,是保证这支军队永远立于不败之地的旺盛“军魂”。

这种军人文化,一旦应用于商场,就会和商人文化融合,经过优化提升,形成一种强势的商业文化——“兵商文化”。比如,把军人的远大理想和商人的经营管理思想结合起来,就会将经商的层次提升到民族振兴的高度,为人民谋求幸福,为社会增加财富,从而打破狭隘的“私欲”,去着眼于大发展,成就大事业;把军人对祖国的无限忠诚和商人的“爱财”、“敬业”结合起来,就会自觉把企业利益和祖国利益联系在一起,忠于自己的企业、忠于自己的员工、忠于自己的岗位,全力以赴为自己选择的事业而奋斗;把军人出奇制胜的创造力和商人的“神机妙算”结合起来,就会产生精妙的经营艺术,能谋善断,充分发挥商业的“整合”和“运作”功能,占据优势,以小的投入,获得大的利润,迅速让企业发展起来;把军人英勇顽强的战斗作风与商人的敢于冒险结合起来,就会形成不畏艰险、勇往直前的进取精神,敢想别人不敢想的事,能做别人不能做的活,勇立潮头,叱咤商海,所向披靡。

当然,在这个过程中,理想也是起着根本和关键作用的,是“兵商文化”金色的旗帜。广大退伍军人,正是抱着为理想而战的远大追求,于市场中创业,并且在完成军人向商人蜕变的过程中,创造了令人刮目相看的“兵商文化”。而“兵商文化”也正是在为理想而战的理想主导下,支撑和哺育着广大退伍军人,令他们在拼搏中锻炼成长,实现了由一个军人向军旅企业家的跨越。

“战场生死”演绎“商场成败”

随着我国经济的快速发展,中华民族已迈开了向大国复兴进军脚步。然而,历史向人们发出的警告是:越是接近目标,越是困难重重。作为企业,如何在这个机遇和挑战并存、希望和 risk 同在的时代有所作为?广大军旅企业家已经用自己的行动为我们提供了借鉴:为理想而战,用自己的忠诚和睿智,打造一支支商场上的“铁军”,努力报效祖国和人民。

如果说在战场厮杀中形成的军人文化是“生死文化”,在市场竞争中形成的商人文化是“成败文化”,那么由这两种文化融合而生的“兵商文化”,就是经过“生死”和“成败”双重淬火的特质商业文化。这种商业文化,应该就是军旅企业家所追寻的新时代的“商魂”。在很多军人企业家眼中,我国现行的社会主义市场经济体制,就其对民族振兴的意义来讲,绝不亚于过去的土地革命。所以,军旅企业家今天投身商场,就像当年前辈们投身战场一样,不能只着眼于为自己赚钱,而是要将个人、企业与国家的利益结合起来,为国家的富强而战。在他们眼里,新时代的商人,应该是有远大理想的商人,忠于祖国的商人,富有创造力的商人,敢于挑战一切对手的商人。有了这种文化支撑,企业的精神就会为之一振,员工的积极性就会从根本上得到调动,事业也就有了永恒的动力来源。

今天的中国,面临着经济体制深刻变革、社会结构深刻变动、利益格局深刻调整、思想观念深刻变化的新形势。面对着当今世界各种思想文化相互交织、相互激荡的大潮,人们思想活动的独立性、选择性、多变性、差异性增强,价值取向呈现多样化发展。在这样的情况下,我们更加需要大力建设社会核心价值体系,用理想提升企业,

用理想提升社会,用理想提升每一个人。只有这样,才能切实地激发出整个民族的责任感和使命感,才能更好地完成大国崛起赋予我们的历史重任,去实现那个从古老祖先开始就一直在编织着的“大国梦”。

“强军”经验用于“富国”大业

兵商文化有着深远的历史渊源,早在远古时期我国就有“兵商同道”之说。著名的商圣范蠡,就是职业军人出身,和越王勾践“卧薪尝胆”之后,在极端困难情况下,他率领越国军队,用整整20年时间,战胜吴国,创造了复仇的神话。战争一结束,范蠡就将自己领兵打仗的经验用在商业竞争上,在其间的19年中,他三次积累起来超越亿万财富,又三次无私地将其全部捐献给社会和百姓,可谓是兵商的祖师。

可以讲,历史上流传下来的大量军事名著,都包含着深刻的商业哲学思想。然而,真正使兵商文化得到长足发展的,是改革开放以后,随着社会主义市场经济的确立,大批退役军人进入市场创业,把“强军”经验用于“富国”之上,不仅在理论上得到了创新和完善,更使大批军旅企业家在实践中迅速成长起来,成为当前我国经济建设中的国之栋梁。

而随着军旅企业家队伍的不断壮大,关注和弘扬兵商文化也成为当下人们热议的焦点。我国每年有成千上万名退伍军人由部队转至地方,如何充分利用军人的特质对他们加以因势利导,如何利用成功的企业家经验更好地推动中国经济的发展,都是我们要梳理分析“兵商文化”的重要因素。中华民族正在进行着一场由13亿人参与的伟大的经济和社会实践,军人退出现役、融入社会,投身于市场经济建设的宏伟事业中,必将再创人生辉煌。

十大军旅企业领军人物

杰出军旅企业家是时代的一面旗帜,是企业家队伍中的领军人物。中国改革开放30多年来,涌现出了一批又一批为共和国繁荣昌盛建功立业的杰出企业家,特别是具有从军生涯经历、有着人民解放军光荣传统的军旅企业家们,更加引人注目。

柳传志：教父型

军史:7年

柳传志,在许多公开的场合被当众称为“柳大师”。这一称谓表达了人们对于这位至今屹立不倒的中国第一代企业家的尊敬。

对于军营生涯,这位中国企业界“教父”级人物从来也不讳言是军营塑造了他。柳传志推崇“大柔非柔、至刚无刚”的“王道”。当整个世界都在谈论联想、谈论柳传志的时候,他的回应却是:“我不会用言语去回应质疑,我只用具体的业绩赢取信任。”

任正非：苦行僧型

军史:10年

任正非是个“红透”,他经常和员工讲毛泽东、邓小平,谈论三大战役、抗美援朝,而且讲得群情激昂。

他说,在战场上,军人的使命是捍卫国家主权的尊严;在市场上,企业家的使命则是捍卫企业的市场地位。任正非是这样说的,也是这样做的。20多年来,他一直带领着华为人,在硝烟的战场上冲锋陷阵,攻城掠地。吃苦对任正非而言是个生存常态,而华为则被某周刊评为“可能是中国最累的企业”。

任志强：“大炮”型

军史:13年

任志强是个“愤青”,也被别人“愤”着,他与公众之间似乎永远保持着一种“苦大仇深”的对立状。其实,任志强是个很简单的人,他的逻辑就是:作为一个商人,“凯撒的归凯撒,市场的归市场”。

公众面前的任志强像是堂·吉珂德,无时无刻挑战着大众舆论和情感的风车;他也像个大佬,话语犀利、言辞激烈、批判一切,哪怕四面树敌。这就是“大炮”的性格,纵使最后粉身碎骨,也要把该说的、想说的都说个痛快。

王石：狂野型

军史:5年

与大多神情肃穆、性格庄严的军旅企业家相比,王石更叛逆、外向、机智,正是这些“老顽童”般的特质,让他成了企业家队伍里的明星。

王石喜爱探险,性格桀骜不驯,身上似乎有着永远也“挥霍”不完的激情与活力。攀珠峰、闯南极,让这位年届耳顺之年的男人像一个风情万种的浪子充满神秘魅力。

郑永刚：“巴顿”型

军史:3年

郑永刚,杉杉投资控股公司董事局主席。因为敢作敢为、果决刚毅,在业内郑永刚被称为“中国服装界的巴顿将军”。

年过50岁的郑永刚随和而狂傲。“我有东北人的豪爽,也有军人雷厉风行的作风。同时,我又有南方人、宁波人的经商意识和精明。”郑永刚这样评价自己。

苏增福：“大哥”型

军史:8年

从一名退伍军人,到“掌舵”业内唯一一家上市公司——苏泊尔,苏增福仅用了11年时间。

苏增福为人淳朴,处事真诚,声誉极佳。听说,苏增福这个名字在当地是有分量的,无论是政府官员还是普通百姓,提起苏增福,只会用两个字来评价:一流。

一流的老苏,不仅是全国人大代表,还是一个“大善人”,更是一位一流的民营企业企业家。

封亚军：“隐形冠军”型

军史:5年

封亚军身上有着许多粤商的共性:低调、务实、闷头发财,在商界有如一股静水深流。

几乎在媒体面前绝迹的封亚军和他所创办的广东湛大集团实际上却不同凡响:湛大是广东最大的饲料企业之一,总资产价值高达十几亿元。而今,湛大又开始进军医药产业,将有更广阔的发展空间。

郭凡生：书生型

军史:4年

郭凡生有两个身份:一个是慧聪网董事长;一个是国内知识经济的倡导人和先行者。浓浓的书生味,让郭凡生看起来更像个学者。

有人这样评价郭凡生:他一直对中国家族企业从事严谨的学术研究。他的思想源于实践,逻辑顺畅,体系严谨,体现忧国忧民之心;他的演讲气势磅礴,语言犀利,充满激情,具有罕见的震撼力。他深受企业家、学术界的推崇与尊重,被誉为中国家族企业的管理大师。

王中军：大腕型

军史:6年

作为华谊兄弟总舵主,王中军很“腕儿”,就像他投资拍的那些超人气电影和捧红的数不胜数的明星一样。他曾霸气十足地说,冯小刚+王中磊+我,华谊就是内地老大。

目前,华谊兄弟成了中国内地最赚钱的娱乐公司,王中军也成了名副其实的娱乐大亨。

另外,王中军酷爱车,尤其对宝马情有独钟。

海岩：知道分子型

军史:4年

海岩初中毕业就去参军了,虽然学历不高,但却是个多才多艺的杂家。

他是著名作家,曾撰写了《永不瞑目》等大量文学作品;他是出色的企业家,现任锦江国际集团董事、昆仑饭店董事长;他是一流的设计师,国内许多有名餐厅的设计都出自他的手笔。

海岩曾经这样总结自己:一流的室内设计师,二流的酒店管理者,三流的作家,四流的编剧。