

## 重罚高通说明中国市场更趋坚强

江金骐

最近,在中国市场上有两件事让人印象深刻。一是知名钟表企业西铁城在华生产基地,在毫无征兆的情况下宣布清算解散;二是国家发改委于2月10日对高通公司开出反垄断史上的最高罚单。前者消息既出,让那些唱衰中国市场的人又得口实;而高通的跟进,则体现了中国市场足够自信的一面。

任何事情在发展中都有两面性,行进中的中国市场也一样。近期,除了西铁城,还连续有其他知名外企的撤退动作,微软将彻底关停在北京的工厂,松下公司也表示将从中国撤出两条彩电生产线,诺基亚将东莞工厂的生产设备搬迁至越南……一时间,由“外资撤离中国”引发的“中国市场失宠”的话题甚嚣尘上,有人甚至吁请中国政府重新审视外资政策。而中国政府呢,这次以一张开给高通的罚单,表明了自己的态度。

长期以来,以开发区为主要载体的中国市场,为了扩大招商成果,各地政府在资源配置方面,狠劲儿地“放水养鱼”,外资、国企、大型民企等,无论是税收减免,还是环境成本,往往都拥有着超国民的待遇,都充分

享受着各种资源优势。但经过了30多年的发展,中国市场正式走出了“财政贴息、地块任选、项目任性”的饥渴式招商。这种变化,不仅体现在前端的项目审批上,还体现在进驻后的运营监管上,该松的决不干预,该严的决不手软。按照这一基本指向,我们对外来的投资企业,说“不”的声音比以前显著增多;对已经进来的企业,约谈、发警示、亮“黄牌”、开罚单等也见怪不怪了。远的不说,仅近半年来,中国就连续对日本住友、精工等12家企业,做出12.35亿元的处罚,这次,再度开出60.88亿元“高价罚单”,一方面,体现着中国市场的理性和原则性,另一方面,是对“中国市场式微论”的驳斥。

中国市场到底还有没有吸引力,

数据是最好的明证。

不久前,联合国贸易和发展会议发布的《全球投资趋势监测报告》显示,中国2014年吸引的外资约为1280亿美元,较2013年增长约3%,外资流入量首次成为全球第一。大家也许有所不知,去年全球外国直接投资较2013年下降了8%,两相比较就明白,中国市场对全球资本有着怎样的吸引力。

外围的情势,有比较就有鉴别,再看看内部情况,众所周知,新常态下的中国,吸引外资的结构正在深度调整,虽然劳动力工资和生产成本持续上升,部分劳动密集型低端制造业,确实有不少将生产基地迁往低收入国家,但流入中国的高端制造业和高科技产业,却在呈现着有增无减的

变化。对我们而言,不管是哪种走向,中国市场“以我为主”的姿态不会改变。换句话说,不管你是世界500强,还是行业“大哥大”,只要来了,就得守纪律、讲规矩。

只有保证市场的规范化,才能做到竞争的公平性。就像这次重罚高通,一方面,高通受另外两家外企举报而受罚,此举,无疑是给所有其他急于在中国市场捞金的外国企业一个警示。另一方面,当“大伽”级的外国企业陆续被问责,中国的贸易立法及政府监管,确实变得日益严苛。这会不会引起更多不确定对象的焦躁情绪?是否会引发在华外资的群体性不满?

对此疑惑,《华尔街日报》最近似乎有所回应:“近10亿美元的罚单,这对于中国反垄断进程是里程碑式的举措,中国反垄断法案对跨国企业的影响,由此正在加深……中国正在以更加强硬的姿态站在世界舞台上”。接着外媒的话,我们说,一切在劳动力支付上、在环境成本上、在市场监管上、在资源占有上……要小聪明者,中国的市场将“一查到底”。换而言之,高通被罚不是第一个,也不会是最后一个。在谁的地盘,就要看谁的脸色办事、依谁家的规矩做事。

行业观察



## 互联网巨头以用户名义“开倒车”很愚蠢

许意强

日前,阿里旗下的支付宝刚刚推出红包功能,便在腾讯的微信朋友圈遭遇“封杀”。这也进一步引发了腾讯和阿里这两大巨头围绕在移动互联网时代的生态圈建设过程中的矛盾和冲突。其实,此前阿里旗下的淘宝、天猫,消费者在购物时可以选择第三方支付平台只有支付宝,而无法使用微信支付。同样,淘宝和天猫的购物链接也无法在微信朋友圈分享打开。

无疑,腾讯和阿里这两家当今中国最大的互联网企业,前者手握QQ、微信这两大超级APP平台,开始建立全新的移动生态圈。而阿里则手握淘宝、天猫两大电商购物平台,影响着数亿人的生活方式。当年,两家企业的起步正是凭借“免费、开放、共享”的互联网初心,才取得今天的成就与发展。

水可载舟,亦可覆舟。如果离开大量用户的支撑,特别是一大批忠诚粉丝持续不断的推动,就不可能有今天的“腾讯”和“阿里”。离开了用户的信任和支持,可以说支撑整个腾讯和

当一大批的传统企业巨头纷纷拥抱和融入互联网之际,阿里和腾讯却初心不顾,以用户体验和打造生态圈的名义,在他们熟悉的“开放、免费、共享”的发家路径中进行资源封锁。

阿里的商业模式和可持续性就不复存在,这就是要“不忘初心,方得始终”,始终坚持以用户利益为导向,以用户体验和使用为核心支撑力,不要总想着“一旦建立了成熟的游戏规则之后就可以任意支配消费选择权和使用权”。

对于阿里和腾讯来说,其发展和崛起不过是最近短短10多年的时间,凭借的不是自身的核心竞争力和差异化模式,而是赶上了互联网这个时代的列车。所以,两家企业千万不要乐观地认为,自己已经掌握了消费者的支配权和产业的定义权,就可借助“生态圈”名义,对自己的同行和对

当年,腾讯正是在中国移动、中国联通、中国电信三大巨头垄断的通讯市场上,以互联网的免费思维杀出一条血路,才开辟了QQ、微信这种移动交互平台。同样,阿里淘宝无疑将分散在全国的众多线下销售平台搬到网上,汇聚成为一条全球性的电商平台,开启了中国商业新体系。

当前,阿里和腾讯为了各自商业利益最大化而采取“开倒车”行为,表面上确保了自身利益的可持续发展,实际上带来的却是大量潜在竞争对手和同行的快速成长和崛起,无形之中将会给自己带来更多的敌人和对手。

如果,阿里和腾讯只是因为害怕竞争,担心竞争导致各自市场份额和行业地位下滑,这显然是一种愚蠢和无知。其实,只要是基于良性体系下的商业巨头竞争,尤其是互联网巨头之间的正面竞争,带来的不是企业之间的“你死我活”,不会给企业发展带来阻力,反而会拓展整个行业的进入机会,推动产业的升级,在提升用户体验的同时,更好地激活企业的发展动力和创新精神。

## 华为:善于跑龙套 才能做大角色

任正非

华为公司共同的价值体系,就是要建立一个共同为世界、为社会、为祖国作出贡献的企业文化。这个文化是开放的、包容的,是黏合全体员工团结合作,走群体奋斗的道路。

公司要求每一个员工,要热爱自己的祖国,热爱我们这个刚刚开始振兴的民族,只有背负着民族的希望,才能进行艰苦的搏击,而无怨无悔。

华为的管理是一个矩阵系统,运作起来就是一个求助网。希望大家成为这个大系统中一个开放的子系统,积极、有效地既求助于他人,同时又给予他人支援,这样大家就能充分地利用公司资源,就能借助别人提供的基础,吸取别人的经验,很快进入角色,很快进步。求助没有什么不光彩的,求助是参与群体奋斗的最好形式。

在华为改变自己命运的方法,只有两个:一是努力奋斗;二是做出良好的贡献。我们呼唤英雄,不让雷锋吃

亏,本身就是创造让各路英雄脱颖而出的条件。雷锋和英雄都不是超纯的人,也没有固定的标准,其标准是随时变化的,在华为,一丝不苟地做好本职工作就是奉献,就是英雄行为,就是雷锋精神。

有时候,大家会感到公司没有想像中的公平,其实,真正绝对的公平是没有的,大家不能对这方面期望太高。但在努力者面前,机会总是均等的,做好事有时反受委屈,关键是要承受得起。“烧不死的鸟就是凤凰”,这是华为人对待委屈和挫折的态度和挑选干部的准则。没有一定的承受能力,今后如何能做大事?

世上有许多“欲速则不达”的案例,希望大家丢掉速成的幻想,学习日本人踏踏实实、德国人一丝不苟的敬业精神。现实生活中能把某一项业务精通是十分难的,不必面面俱到。干一行,爱一行,行行出状元。有人想提高效益、待遇,那么只有把精力集中在有限的工作面上,不然就很难熟能

生巧。华为要造就一批业精于勤、行成于思,有真正动手能力和管理能力的干部,机遇偏爱踏踏实实的工作者。

公司永远不会提拔一个没有基层经验的人做高层管理者。遵循循序渐进的原则,每一个环节对大家都有巨大的意义,大家要十分认真地去对待现在手中的任何一项工作,十分认真地走好职业生涯的每一个台阶。

为帮助员工不断超越自我,公司建立了各种培训中心,培训是个大平台,是通向明天的重要阶梯。华为人要充分利用这个大平台,努力学习先进的科学技术、管理技能、科学的思维方法和工作方法,要摆正自己的位置,不怕做小角色,才有可能做大角。

物质资源终会枯竭,唯有文化才能生生不息。

一个高新技术企业,不能没有文化,只有文化才能支撑她持续发展,华为的文化就是奋斗文化,它的所有文化的内涵,都是来自世界的、来自各民族的、伙伴的……甚至是竞争对手的

先进合理的部分。

华为文化的特征就是服务文化,“谁为谁服务”的问题一定要解决。服务的涵义是很广的,总的是为用户服务,但具体来讲,下一道工序就是用户,就是自己的“上帝”,我们每个人必须认真地对待每一道工序和每一个用户,任何时间、任何地点,华为都意味着高品质。对于一个新员工来说,都要积极主动、脚踏实地地在消化接纳华为的价值观;只有每一批新员工都能接纳弘扬华为文化,才能使华为生生不息。

华为多年来铸就的成就只有两个字——诚信!诚信是生存之本、发展之源,诚信文化是公司最重要的无形资产。诚信也是每一个员工最宝贵的财富。

我们不赞成员工去指点江山,激扬文字,要注重实践。实践是提高水平的基础,只有实践后善于用理论去归纳总结,实践再实践,才能产生飞跃性的提高。

思想



## 树立正确的企业观

宋志平企业观之九

企业领导人应该树立正确的企业观,真正做到“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”,把自己和企业融为一体,把企业和社会融为一体,把有限的生命融入企业的成长,把企业的成长融入社会的发展。

宋志平

2012年和2013年,是我人生收获颇丰的两年。2012年11月,我被推选为党的十八大代表,回想起来,我当选党的十五大代表是1997年秋天的事了,两者相隔15个年头。2013年7月,中国建材集团和国药集团双双进入世界500强企业行列,我也被《财富》杂志中文版评选为“2013年度中国商人”。我似乎一下子成了名人,对于社会的认可我自然很高兴,但仍能以平常心对待,并不追逐名利。

改革开放和经济的快速发展给了我们这一代人大展拳脚的机会。中国在过去30多年里完成了西方资本主义国家上百年才完成的事情,我们这代人经历了这个伟大的时代,拥有了很多机会。所以,我们自身的一些成就,首先要归功于时代赋予我们的机会。

当然,我们这一代人也付出了很多。回首我在企业工作的30多年,从车间技术员到工厂销售员,从厂长到集团总经理再到同时担任两个企业的董事长,这些年几乎没有停歇过。尤其是这5年,同时担任中国建材集团和国药集团的董事长,更是鲜有休息。我一般只知道几月几号,却很少知道是星期几。常言道“一分汗水一分收获”,任何一点儿成绩的取得都要靠超常的努力,对于我更是“十分汗水一分收获”。

但我并不是一个工作狂,也不是个爱出风头的人。实际上我比较认同IBM副总裁罗杰斯在其著作《IBM道路》中的那句话:“我是为了生活而工作。”我是个怀揣理想也十分热爱生活的人,最大的爱好是读书,年轻时还喜欢打乒乓球、背诵诗歌,也喜欢在卡拉OK唱几首怀旧的歌曲。现在这种忙碌的工作状态,是由我特定的工作性质决定的,这些年虽然为工作付出了许多,但我觉得这些都是应该做的,从来无怨无悔。

前不久卸任国药集团董事长后,我的时间宽松了些。我主动给自己放了个假,“五一”假期去曲阜的孔子研究院学习了3天,还参观了孔庙和孔林。通过这次学习,我对自己的道路和使命认识得更加透彻了,也可以说是豁然开朗了。

30年前,我去过曲阜,但那时是走马观花,领悟不深,后来又书面学习了孔子的理论。现在,我带着问题和思考向这位至圣先贤寻求答案,脑子里已经搭建起了孔子的生平、实践与主张的立体框架。孔子的学说是治世和修身的学说,他希望人们自觉遵守社会规范,加强修养,放大善性,做到“己所不欲,勿施于人”,以修己安人的方式讲信修睦,最终达到社会的至善。他的德治思想、仁爱精神和天下为公的政治主张,对于我们树立社会核心价值观、建设企业文化,乃至铸造企业家精神都有着积极的指导意义。

我的职业历程,其实就是一个追求至善的过程。所谓至善,指的是理想中道德修养的最完美境界。对企业家来说,既要明德修身,还要引领企业实现和谐发展,最终推动社会的进步和国家的繁荣。这是企业家的应尽之责。在其位就要谋其政。无论身处哪个岗位,如能把自己融入这样的事业追求中,时时反躬自省,事事精益求精,那么我们的每一分努力都会是闪光的、有价值的。

除了立德,企业家还要立功、立言。因此,我今后一个很重要的工作,就是归纳、整理多年来的管理经验,进一步提炼、升华我的管理思想,为推动中国企业的的发展做些贡献。我给自己的定位是,做一个为企业眺望远方的人,一个有精神财富的人,一个有理想、有思想的企业家。

说到“企业家”这三个字,这些年来,在一些场合,有人曾质疑我的企业家身份,因为在他们看来,国企里没有企业家。但我说:“二十几年前,我带领北新从一个濒临倒闭的企业,成长为一家著名的上市公司;十几年来,我带领中国建材集团走出极度困难的经营状况,跻身世界500强企业;5年时间,我带领国药集团从年收入400亿元的企业成长为年收入超过2000亿元的企业,并且跻身世界500强企业的行列,我是不是可以被称为企业家呢?”

有人问我,与在日本培育出两家世界500强企业的稻盛和夫相比,你们有什么相同和不同之处?我说:“稻盛和夫是我景仰的企业家老前辈,我们的相同点都是奉行敬天爱人、包容和利他主义的理念;不同的是,稻盛和夫为社会创造财富的同时也为自己创造了巨额财富,而我则是为社会创造财富的同时,为国家创造了巨额财富。”

有人把我比作官员,认为我是局级或副部级干部,其实国企领导人并没有行政级别。还有人问我,如果让你重新选择,你还会选择做企业吗?这让我想到了屈原《橘颂》里的一句话:“受命不迁,生南国兮”。人生没有重来的机会,但如果重来,以我的性格,我还是会选择同一条人生道路。

(下转第十四版)