

“毛派企业家”从毛泽东那里悟到了什么?



张瑞敏



史玉柱



任正非



宗庆后

蒋介石曾经这样评价毛泽东,“毛泽东打仗是艺术,是高超的艺术。我们要研究毛泽东,要学习毛泽东。”不仅是在军事领域,毛泽东思想备受推崇,在经济领域,毛泽东的思想也被“毛派企业家”灵活运用。

近几年来,从马云到史玉柱、张瑞敏、任正非、宗庆后、冯仑、李东升、陈天桥等等,中国企业界对毛泽东思想的研究和推崇,一直没有停歇过。

“毛派企业家”们从毛泽东那里学到了什么?

1 马云的“毛式管理”运动

“有人说我是毛派,我关注到过,有人说我和史玉柱等人都是毛派。我觉得我们这代人,1960年代人不可避免地都学习过。”阿里巴巴创始人马云在接受采访时说道。

事实上马云不止是学习,在阿里巴巴最为艰难也最为关键的2001-2003年,马云在公司内部就推行过3种“毛式管理”运动。那段时间,马云希望以“延安整风运动”来统一价值观、统一理想,以“抗日军政大学”来培训干部团队的管理能力,以“南泥湾开荒”培养销售人员面对客户应有的观念、方法和技巧,最终达到“把跟我们没有共同价值观、没有共同使命感的人,统统开除出公司”的效果。甚至阿里巴巴的团队和毛泽东当年组建军队一样设有至关重要的政委体系。

2 张瑞敏“不按常理出牌”

张瑞敏也是毛泽东的崇拜者。当年他在美国讲学的时候,有位记者问他毛泽东思想的精髓是什么?张瑞敏脱口而出:“实事求是”。2002年,当海尔处在舆论的各种质疑和揣测中时,张瑞敏接受了媒体的采访,对海尔的策略有如下描述,“正如当年毛泽东主席带领弱小的红军能打下中国,

就是要‘出其不意,攻其不备’,就是‘不按常理出牌’。如果按书上的牌理出牌,永远赢不了。”

3 史玉柱

活用“农村包围城市”策略

传奇式人物史玉柱对毛氏思想也很是痴迷。1994年推广脑黄金时,他仿效毛泽东在解放战争时采用的军事体制,在深圳设总指挥部,各地设“军区”,发动“总攻令”,试图以排山倒海的广告来启动市场,其广告词便是“请人民作证”。这种“人海战略”和人民战争模式一度竟非常有效。而最后靠一句“送礼只送脑白金”的超恶俗广告,史玉柱在两年内摘掉了“中国首负”帽子,重回亿万富翁阵营,其中所用的策略就是毛氏兵法中“农村包围城市”的翻版。

4 任正非是“学毛选标兵”

华为总裁任正非,在部队期间就是“学毛选标兵”,明眼人看到,华为的市场攻略、客户政策、竞争策略以及内部管理与运作,无不打上“毛式”斗争哲学的烙印。据说任正非一有工夫,就读毛选,琢磨把毛泽东的兵法化为华为的战略。

5 宗庆后关键时刻“大权独揽”

中国首富宗庆后是“农村包围城市”的一个忠诚实践者,在强手林立的饮料市场,他以联销体的模式在城镇市场取得绝对优势。他在公司内部实行强权的一人领导制,也是向毛主席学的。宗庆后常常说,给他影响最大的就是毛泽东。宗庆后认为:“你去看看中国现在成功的大企业,都是一个强势的领导,都是大权独揽,而且是专制的。”

6 冯仑“让他六尺又何妨”

毛泽东讲了一句著名的话:一个领袖和一个普通人的区别在于敢于坚持自己的观点,敢于坚持别人认为是错误的东西,错误到头了真理也就出现了。这启发了万通集团董事局主席冯仑的思路。

一天深夜,冯仑悟到:企业家不要拘泥于现实中各种各样的道德评判。他回忆道,在刚开始做生意的时候,有一个人说他不好,他就睡不着觉;若干年以后有100个人说他不好,他睡不着觉;今天有1000万人



马云

说他不好,他很高兴,因为“至少有1000万人在关注我”。

冯仑曾经为了毛泽东在中苏论战中引用的一句“让他六尺又何妨”的典故,到安徽时特意到桐城当地去看那堵“典故墙”,然后悟出:“人生当中,舍即是得,让便是进,不争即争。”

7 李东生打“持久战”

李东生崇拜毛泽东,书架上摆了许多毛泽东的书。企业低迷的时候,他也从毛泽东思想中汲取营养,除了组织员工到红花岗搞军事拉练、学习延安精神外,他还从毛泽东那里学到了国际化要打“持久战”的思想。TCL国际化受挫之后,李东生开始反

思。他重温毛泽东的《论持久战》,告诫员工,“只有战略的持久战,才是争取最后胜利的唯一途径”。

8 陈天桥的论“新文化运动”

年轻而没有经历文化大革命的陈天桥对毛泽东十分崇拜,他曾经模仿毛式语言专门写了一篇《论“新文化运动”》,在盛大公司内部开展文化整顿。据称,他聘用唐骏为盛大CEO,也与此喜爱有关,他们两人都是毛的崇拜者。唐骏在微软中国公司时,曾经包了一个专列,带领员工浩浩荡荡上山岗。

(中企网)



冯仑



李东生



陈天桥

走向国际市场民企要跨越六大“关隘”

“在欧债危机持续发酵,八国峰会提出今后的共同任务是经济增长和促进就业的背景下,中国民营企业‘走出去’占领国际市场大有可为。”全国人大代表、全国工商联副主席、陕西荣民集团董事长史贵禄指出,尽管近些年一批有实力的民营企业充分发挥自己的优势,走出国门闯天下,赢得了一些海外市场,在国际化道路上取得了很好的开局,但就整体而言,我国民营企业“走出去”还处在初级阶段。

跨国经营中的六大路障

史贵禄告诉记者,中国的民营企业目前在跨国经营中遇到六大“路障”,难以适应当前“走出去”的发展要求。

首先是部分西方国家担心中国的快速发展对其构成威胁,对中国民营企业“走出去”设障阻,增大了企业在境外开拓新市场的难度。

其次,从中央到地方,尚未建立统一、权

威的民营企业“走出去”专门管理机构,缺乏系统的国际化发展导向机制和法律法规体系,影响着民营企业“走出去”发展的进程。

第三,我国长期以风险防范为主的管理思路,导致民营企业立项审批多头管理,互不协调,贻误商机,制约着企业国际化发展。

第四,我国外汇管理和银行限制较为严格,加之融资程序复杂,担保条件苛刻,运作周期过长,不适应民营企业“走出去”参与国际竞争的需要。

第五,由于国际市场通行的各类标准大部分为西方国家制定,“中国标准”缺失,以致民营企业在国际化发展中缺乏竞争的市场话语权 and 主动权。

“最后一点,中国民营企业海外业务主要分布在形势复杂的国家、政治、军事事件和传统安全风险不断上升,给中国民营企业海外经营带来严重影响和损失。”史贵禄指出,以上这些问题,是阻碍民营企业“走出去”的路障,迫切需要企业、政府和商会高度重视,坚定信心,协力破解。

走出去从九个方面发力

“我国民营企业‘走出去’是国家的一项战略决策,也是对外开放的一条必由之路。中国民营企业要在‘走出去’中有所作为,应从九个方面发力。”史贵禄说,首当其冲的就是政府铺路。“目前,中国民营企业在境外投资的数量少,经营经验不足,需要政府提供多方面的支持,尽快出台《关于加快民营企业‘走出去’的若干意见》,加快制定民营企业海外投资总体规划,尽快启动海外投资促进法的立法程序,完善我国企业知识产权海外维权机构,积极探索建立境外发展基金制度、投资损失准备金制度和海外投资收入税收减免制度,逐步建立民营企业海外投资服务体系,帮助支撑民营企业‘走出去’发展。”

史贵禄所说的第二个发力点,是人才先行。他指出,从目前看我国民营企业高科技人才短缺已成为制约并影响许多企业“走出去”发展的瓶颈。为此,政府要将大力培养人才和加强引进人才并重,出台刚性的保障措施,创新人才培养保障机制,设立人才发展基金,积

极与学校、科研院所等机构建立稳定的合作关系,加快培养一批具有国际视野的优秀企业家和科技管理人才队伍。同时,要通过各种方式引进人才。

“第三个发力点,是大企业拉动。”史贵禄告诉记者,大企业无论国有还是民营,都是国家的财富,都是国家竞争力的载体。大企业大集团大多处于产业链的高端,是行业“走出去”的排头兵。“因此,政府应站在整体和长远利益的角度,建立统一协调的大企业大集团在‘走出去’中的引领机制,充分发挥大企业大集团在资金技术、管理、品牌、商誉、渠道网络等方面的优势,积极支持与国内产业链上中小企业实施战略合作,形成利益联结机制,实现大企业大集团与中小企业合作发展。”

目前,部分发达国家财政紧缩,投资乏力,产业空心化严重,处于从“走工业化”向“再工业化”转变的重要时期。因此,史贵禄建议的第四个发力点,是要紧紧抓住这一有利机遇,依据自身的能力和行业特点,选择合适的切入点,趁机跟进,制定出海路线图,学习跨国公司的创新战略和高端科技,提升

我国民营企业的发展质量和高端市场的占有率。

谈到第五和第六个发力点,史贵禄用了两个很生动的概括——借船过海和借梯上楼。所谓借船出海,是指将香港纳入国家“走出去”战略,由特区政府和中央政府联合建立海外投资信息服务平台,通过香港市场支持民营企业“走出去”。而借梯上楼,是指企业应充分利用海外高端管理人才和研发机构,甚至可保留卖方公司的原有管理团队,让其继续经营全球企业。“这种借梯上楼的做法,有利于涉外民营企业扎根、发展、壮大,创新中国品牌,扩大国际市场。”

“除此之外,外储支持、商会协调、文化提升,也应该是着重的发力点。”史贵禄表示,中国企业在海外竞争中,需要政府支持、商会服务,更需要努力建设聚和文化,节约资源,注重质量,保护环境,践行诚信,促进所到国社会和谐,经济发展,树立我们中国民营企业的良好形象。“这既是社会对企业的普遍期望,也是民营企业‘走出去’健康发展的必然要求。”

(傅春荣)