

A2 富士照明 CEO 吴长江
品牌如人要赢得尊重

A3 美女高管卷5亿巨款潜逃
保监会紧急通知风险排查

A4 全球制造业新赛局:
“中国制造”还是“美国制造”

B1 宁波职业经理人
跳槽频频

封面话题

听王石谈:不矮化自己 不假设别人

编者按:理想主义者王石自问自答什么是企业家精神。中国企业家论坛有一个持续的话题,就是企业家的社会地位问题。很多时候,企业家的社会地位,与企业家对自己的心理期许有关。想要获得社会的承认与尊重,首先要相信自己是应该获得社会承认和尊重的。有这样的自信,有这样的自我期许,企业家才能对社会形成更大的影响力;企业家们不仅仅为社会提供就业与财富,企业家精神更是社会进步的动力。这种道德勇气意味着更多的付出与努力,更意味着在许多我们不熟悉的领域发挥企业家精神;去促使那些我们认为有价值的改变发生。



成功是和自己的较量



2009年,我和一些朋友们响应一个国际环保 NGO 野生救援(WildAid)的号召,一起发起倡议拒吃鱼翅,当时就有位被我们拉过来签字的企业家说:这个我不能签,比如我跟部长吃饭,部长要吃鱼翅,我能说我不吃吗?我的生意还要不要做了?这位企业家朋友最后没有签字,但我们都签了。三年过去,没听说那位签字的老板因为不吃鱼翅而

生意做不成了。姚明还给野生救援拍了广告片:“没有买卖,就没有杀害”,现在几乎妇孺皆知。我看到网上还有人拿来恶搞。似乎姚明的生意也越做越大,丝毫受影响。

作为企业家,我们应该不矮化自己,也不假设别人。一个认为自己的饮食偏好(不吃鱼翅,不喝酒)都会导致官员生气的企业家,首先就把自己定位得矮化了。更

何况,这个心理假设的前提是,政府官员们心理上都是些长不大、被惯坏的孩子——稍有不如意就会迁怒。万科从成立之初就有句口号,叫不行贿。当时也有人在说:不行贿怎么做房地产生意?结果事实证明我们不行贿不仅做成了房地产业,还做成了全球最大的住宅开发商。个中辛酸,不足为道。

A 中国商人和企业家精神

中国的现代化,肇始于19世纪中叶。这不仅包括人们日常所关注的器物与制度层面,也包括夹在这两层之间的社会。现代意义上的商业与商业文明,也开始于这一时期。第一代的中国“企业家”们,如胡雪岩、雷履泰等,都是出色的管理大师。但在面对公众时却面目模糊。他们对自己的定位就是一名“晋商”或者“徽商”,那么社会也就认为他们仅仅是商人。

19世纪末、20世纪初以荣德生、张謇为代表的新一代企业家则显示出完全不

同的气度。他们不仅仅只是企业家,从创业之初就自认是社会的砥柱。除了投资实业以外,他们造桥铺路,建立公园,兴办教育、参与城市规划、区域经济规划甚至是社会保障规划的制定。他们为“实业救国”“教育救国”的主张到处奔走。1922年,北京、上海等地的报纸联合举办民意测验,张謇当选“最受敬仰之人物”。如果张謇和荣德生们还是和他们的先辈胡雪岩、雷履泰一样,仅仅以创办一家公司的商号为目标,我无法想象他们能获得社会如此的承

认与尊重的。在中文中的“企业家精神”,被大大局限了。因为英文中的 entrepreneurship 的含义要比中文中的“企业家”广泛得多。就好像“奋进号航天飞机”的“enterprise”,在中文中如果被翻译成“企业号”,就与 NASA 的本意有偏差。一个社会总是有一些传统、规范和模式,而认识到这些模式的问题,重新组织要素,并成功为社会创造价值,这就是企业家精神。

B 企业家精神是社会进步的动力

纽约的洛克菲勒中心门前,有一个阿特拉斯的雕像。这座雕像落成于1937年,当时,企业家精神这个概念在西方也是刚提出不久。托起天堂的巨神阿特拉斯,是纽约的企业家们的自我期许——我们就是承载美国经济与社会的巨人。从安·兰德开始,美国社会建构起一套有关企业家的英雄叙事,这套思想的源头来自于熊彼得:企业家精神是创造性的破坏来自于熊彼得。而创新才是经济发展的根本动力。正是因为这种英雄叙事和道德勇气,才使得美国的企业家们勇于承担社会责任,积极投身到各种公益事业中去,并赢得社会尊重。

企业家们最重要能力是说服。说服人们相信你所画下的美好蓝图,说服人们自愿跟随你前进。企业家除了要相信自己值得人们尊敬的,更需要以企业家的方式为社会提供价值。七八十年前,我们的前辈们提出了“实业救国”的口号,他们更以实际行动说服人们相信这一理念,并获得了社会的尊重。现在,轮到我们来思考,该如何实现我们这一代人对社会的责任?

企业家精神是当下所稀缺的,中国的改革就是一个最需要企业家精神的课题。这不仅需要领导人发现体制目前所存在的问题,还需要他们能在目前价值如此多元的社会里,团结起足够多的共识,甚至在体制内调和各种相互矛盾的利益关系,以推动改革向更深层次发展。邓小平的“摸着石头过河”就是最大的企业家精神。他的“50年不变”,“不争论”,就是在妥协,在动员,在说服。而这都是企业家们最擅

长的领域:远见、规划、管理、组织、协调、说服、动员、妥协。以国情而言,如果不把我们这些才能贡献给社会,仅仅是拿出一些钱来做“慈善”,谈不上是真正的“企业社会责任”。

所以,企业家对社会发挥影响力,真还不能向学者,向明星学习。仅仅是发言就罢了。一个集团军司令没必要跟武林高手比武。企业家向这个社会输出的正能量,恐怕就是现代的管理制度,组织机构,沟通技巧。越来越多的中国人开始投身非营利的社会组织,以推动他们认为有价值却不太可能挣钱的事业。在这些事业中,企业家们能做的就是发挥我们在组织、动员、说服上的经验,为“社会资本”存款。

企业家做公益跟谁,在管理上就要以

企业的标准衡量。企业家们自己相互组织,更要走出乡党的小圈子,从农业社会的地缘亲缘所维系的熟人关系,转变成以共同职业、理念和使命为纽带的组织——因为企业本身就是以理念和使命结合在一起的平台。而企业家组织本身,更应该明确这个组织绝不仅仅只是“搞关系”、“盘资源”的平台。

这也是对中国企业家论坛这个组织的期待之一:从一个熟人网络走向共同理念的平台。比如,除了邀请经济学界的专家之外,我们是不是能邀请其他学术界,甚至政界的朋友?无论是带领实验室,还是带领改革,这些在其他领域工作的精英们,所展现的都是真正的企业家精神。(王石)

iPhone, Android 手机扫描二维码下载安装

企业家日报微信公众平台二维码
企业家日报手机客户端APP——太阳岛二维码

企业家要过滤噪音 不听风是雨

无论中外,企业家都有很强的政治倾向。因为企业家同时也是社会成员,也是一个公民。但是,企业家在发挥公民诉求时,有一点不同,因为一个企业跟着你,还要考虑这么多员工每天如何过日子,责任非常重。社会是东西的,你可以表达你的政治倾向,这个社会是有后果的,政治当中也会有各种各样较劲的事情。当你要同时承担两个以上的角色,就要当心考虑中间的平衡。

市场有无数特性,比较重要的一个特性是什么?就是不确定性很大。

市场是无数消费者的活动,消费者口袋里的钱往哪儿花,这是非常没准儿的事。问消费者需要什么手机,一万个人有一万个答案,等乔布斯把苹果做出来,诺基亚就不行了,这是因为消费者潮流变了。

经济学家的回答是没有人完全知道,他们都在猜、在赌,都试图在概率上把握未来。不确定性的第二个来源是技术。当年日本整个家电技术把宝押在高清晰度,结果数字化革命一来,所有设备全部倒转。

第三个不确定性是政治环境。比如国内曾经报道了山西煤矿的黑窝事件,关于劳工保护的思潮一下子就来了,因为公众、舆论不能接受,黑窝是很小的一个点,一经传播,包括人大立法机构等国家上层建筑,看法都调过来了,然后通过政策立法。

我们现在还有很多所谓非传统的冲击,你不知道危险从哪里来,危险只要来了,世界就跟原来不一样了。

全国有上千万的企业,总有试对的,碰对的就打开一片天,引导资源往那个方向走。错了的呢?企业死,人可不会死,一翻身就起来了。这是现代有限责任公司的一个伟大创造,把这块赔了,过两年还能再试。一个伟大不确定,太容易出错,一个好的制度会不断让资源重新组织再站起来。

当下,把所有智慧用进去,要生存都是挺困难的,只有一条办法,放胆去试。这个社会的环境、法律、意识形态、文化等都要鼓励去试。试错了没关系,把有限责任跟财产赔偿,过一段时间再起来去试。这是保障我们对付不确定性最重要的环节。

当然,作为一个教书的这么容易,你真正办一家企业,都希望别失败,这是不断学习的过程。我的答案是从整体看,就是创造一个好的环境鼓励人们去试,尝试一切可能的方向,因为没人能保证明天会怎样,技术会怎样,竞争对手会怎样,全球会怎样。只有放开去试,这个国家、市场经济才有希望。

风浪和潮流变来变去,首先要认为这很正常,同时对信号不要任意放大,因为很多信号是放大的,会搅乱我们的决策。什么事情都会尘埃落定,传来一条,该干什么就干什么。

有时候大潮流不见得跟我们当下的决定有直接关系。我作为老师认真上课是对付未来不确定性的最好方法。教书的只管教书,这是主业,业余时间思考社会问题。(周其仁)

传递价值 成就你我

芙蓉王

文化头条新闻

湖南芙蓉王文化传播有限公司

中国秦岭

中国·秦岭鲜果展销

联邦电缆 联接世界的力量

- 750-1100KV 特高压、220-500KV 超高压电力电缆
- 110-500KV 海底电缆、碳纤维导线
- 核电力电缆、风能电缆、特种电缆
- 国家级重点工程急需的高精尖产品
- 国家“125”规划重点发展产品

电话:0717-6697188 传真:0717-6510555

网址: www.chinaunicable.com