

中国企业家的“自虐”与“管理精神”的复苏?



近日,关于格力集团董事长董明珠从去年10月开始,要求格力1000多名党员全部佩戴党徽上班,成为讨论的热点。“要重塑党员形象,更重要的是要让员工监督你。”董明珠说,“干部不好,员工才不好。好的干部,往往是敢于做‘坏人’;一个事事对你点头的干部,可能正在伤害大多数人的利益。”

这种观点正好和日本当代首屈一指的管理大师有“东方德鲁克”美誉的稻山芳雄的核心管理思想《这样的干部辞职吧》、《培养部下》的100条铁则》等一致。

“我推崇军事化管理”,董明珠坦言,“很多人说女性管理者,更人性化;我说没有‘人性化’的管理,管理只有一种,就是制度,不分男女。管理是企业的根基。”在格力,人行道和车道泾渭分明,如果员工在车行道上走路,就要被开除。“如果被车撞了,这是人性化么?”她说。

庞大企业需要行动一致的管理精神

据报道,董明珠要求格力1000多名党员,全部要佩戴党徽上班!并且这个规定从2012年10月份就已经开始执行了。执行与落地结果暂且不谈,单从网友网友的跟贴来看,赞成者寥寥无几,“鄙视”或反对者十之九成还多。一家企业的一项规定,竟然引致了如此“齐整”的响应,有些匪夷所思。

不赞成者的主要逻辑不外乎这么几种:一是董明珠将企业与政治混在了一起,其实搞产品的与党徽无一毛钱的关系;二是向政府表忠心,为了订单;三是过于形式主义,不实用;四是愤青思想,这个不用多说,大家可以想得到的;五是所谓的理论批判,从世界通行原则推定格力这招犯了所谓的“管理大忌”;凡此种种,不一而足。

石军伟说,如果以如此感性的思维、如此简单的逻辑来评价董明珠的这条简单的规定,确实表明两个现象:一是管理不是大家伙茶余饭后、百姓巷谈的那种故事;二是我们更缺少像董明珠这样的懂行的管理者和行为规范。

一个企业要想基业长青,形成强大无比的群体战斗力,不是仅靠一个或少数几个“明星企业家”得到的,她必然要有一支庞大的、行动一致、令行禁止、高效无比的人才队伍做坚实的支撑与后盾。

要想队伍庞大不难,但想要庞大的队伍“行动一致、令行禁止、高效无比”,如果没有“管理精神”,则绝不是那么容易的。

换言之,你可能拥有无数的员工,但如果这些人不能达到你所设定的上述要求,那他们远远不能称为企业的“人才”。人才,一定是相对于某个企业的事业而言的。你可以达到企业

去年,一个美国企业代表团到格力工厂考察;走时,美国人竖起大拇指,送了三个字:“自虐狂”。真是这么回事吗?中国企业家真的喜欢“自虐”吗?中南财经政法大学副教授石军伟可不这么认为,他认为这正是管理精神的复苏。



所需要的职业要求,你就是职业的、专业的人才。

否则,你就只能是一个“人”或“员工”。正如松下幸之助所言,“松下公司首先制造人才,兼而制造电子产品”。在制造人才队伍时,领导与管理就是非常重要的两类行为。你要“制造”一两个或少数几个人才,发挥你的领导才能足矣;但要“制造”一支庞大的、有战斗力的队伍,你必须得具备和运用“管理精神”。

领导者的影响力与管理制度

领导与管理,也是企业里非常容易混淆的两种行为。简而言之,理想的领导行为就是通过领导本人的影响使公司变得与众不同,但理想的管理行为却是通过严格的制度使公司上下一致地表现得如同一人。

这两个看似没有明确的边界,但在公司里产生的效果却是截然不同的。大家更希望看到的是有领导魄力、个性鲜明、创造力十足的企业家,这其实是满足自我崇拜心理的一种认同性诉求。

对于非常高效、敬业、职业、专业的管理精神,大家都敬而远之,认为这样的企业家太没趣、太像工程师。可能在内心深处,大部分人会认为:管理制度嘛,哪个都会做,用来管理别人还行,但有谁本人愿意遵守呢?再说了,制度太多,哪儿能遵守得过来呢?

这正是中国企业“管理精神”沦陷的真正“祸根”!所谓管理精神,我认为可简要地概括为如下几个词:“确定、理性、共性与效率”。

所谓确定,就是所有人的行为或所面对的任务,在管理视角看来,不应该存在不确定性或变数,这是管理的前提。

比如说,“戴党徽”就是一项具体的、确定的任务,不管其他企业如何要求,应当戴党徽

的人,必须戴,而且应当按具体规定戴好。

所谓理性,就是这种行为应当是多次推敲过,所以不论什么人,都应当做出所要求的行为或提供相应的技能,而不应该在行动的过程中擅自改动、变形或自做主张地添油加醋。

比如,公司规定必须天天佩戴党徽,你不可以自己决定只在一、三、五戴,二、四、六、日不戴。又如公司的一项制度,你不可说在面队上级检查时做得非常标准,其他时间可稀松些做;这样的话,不叫理性。

谓共性,就是不仅你一个人能做到、做得好,还应该让你的周边的相关人士也像你一样能做到、做得好。不仅在一件事情上做得好,还能够其他事情上做得一样好。

正像美国西点军校的《学员荣誉准则》中第一条所明确规定的那样:“不得撒谎、欺骗、行窃,也不得容忍他人有这种行为”。

如果达不到共性,“队伍”就无从谈起。比如,如果一个公司的员工连“戴党徽”这样的规定就做不到,或不能让你的同事也做得像你一样好,那这家公司的“人才队伍”就一定会有问题。

所谓效率,应该不用太多解释,但我可以个性化地理解为:最小的因分歧导致的额外成本,最大的由共同努力带来的额外产出。

你可能会说,这样的四个词就能代表“管理精神”吗?可能不会,但如果你能在公司的管理与运营过程中,坚持不懈地首先从这个四方面做好各种各样的事情,你肯定就能真切地看到“管理精神”在你公司中迸发出的能量、内涵与外在生产力。

不做好小事是腐蚀“管理精神”的毒药

笔者有一个简单的观点:能够把一件简单事情重复做好一千遍,那你肯定不简单,成功肯定会等着你!

不要说“戴党徽上班”是无聊、无用的小事,如果你连小事都做不到,哪来的大事给你做?“管中窥豹”虽可见一斑,但如果这一斑长得不好看,我还有兴趣再去看“第二个、第三个斑”吗?

正如董明珠所言:“很多人说女性管理者,更人性化;我说没有‘人性化’的管理,管理只有一种,就是制度,不分男女。日常工作可以随意性,但是原则问题是铁的纪律。”

在格力工厂,人行道和车道泾渭分明,如果员工在车行道上走路,就要被开除。“如果被车撞了,这是人性化么?”在董明珠看来,亲和力不过是管理失去严谨的掩饰,导致因人而异的结果。我们可以将此简称为“董明珠风格”,也就是“管理精神”的直接体现。

我们的企业,总是觉得这件事不打紧,还有更重要的事情比这更有意义。这样的一种心态,就是腐蚀“管理精神”的一大毒药。

如果你不认同董明珠在这样小事上较真的“董明珠风格”,那你会像她那样,在面临临海的质检机构多次跟格力表示“会多多支持企业”时,却一口否决:“最大的支持是质检,哪怕产品有一点点问题,你就给我退回来。”并且能够苛刻到近乎“自虐”的地步吗?你能够理解为什么乔布斯会成百上千次地更改 iPhone 的每一处小小的细节设计吗?

从这个视角来看,我认为“细节决定成败”是个伪命题,如果没有一种持久的“管理精神”或“细节精神”,单个的小细节能决定成败吗?你用什么来支撑在“所有的细节”方面都能够“完美无瑕”?

不要认为管理丑陋,领导光鲜,所以就追求闪个不停的镁光灯。是个好领导,但不是一个好的管理者,那你就做对了一半。要知道,对企业家来说,只对一半,等于没对或全错。要知道,如果没有坚实的“管理精神”,你的领导形象会很快地“碎为一地鸡毛”!

所以,“戴党徽”的确只是一件小事、小制度,但如果只能在格力执行下来,而在贵公司却成为“字度”,那你就以此看到自己与董明珠在“管理精神”上的差距。

“空谈误国,实干兴邦”,这句话,在当前的环境中,用到构筑企业“管理精神”的工作中,似乎也一样地合适。(金融界)



技术改变商业和我们的生活

在过去一年里,涌现出了众多的新产品和新技术,并带动了新商业的普及和发展。在此,我们精选出其中最重要的十大趋势。

1、互联网电视

这是互联网电视狂飙突进的一年,就在苹果和谷歌对电视仍然一筹莫展的时候,众多的国内厂商如乐视、小米、爱奇艺、阿里巴巴、TCL、创维等纷纷跳入了互联网电视的汪洋大海。在厌倦了传统电视台那些面目可憎的节目之后,许多年轻观众将视线转向了互联网,开始在电脑上追踪自己喜欢的美剧、韩剧。如今,互联网电视有望将他们重新拉回客厅,找回全家团聚的乐趣。不过,对于不久前刚刚购买了高清大屏幕传统电视的人们来说,一个能够接入互联网的机顶盒,也许是他们最理智的选择。

2、智能路由器

过去一年里,极路由、小米已经发布了路由器,而360、百度、果壳等互联网公司也跃跃欲试,这也使得智能路由器成为最火的家庭网络接入设备。与过去传统路由器厂商的思路不同,智能路由器的上网设置普遍更加简单,只需要简单几步就能够完成。智能路由器普遍配备了最高可达1T容量的大内存,使得路由器自身成为了一个软件的存储和分发中心,再加入通用手机操作系统的植入,智能路由器能够非常方便地与智能手机、智能电视等家庭用的所有智能终端实现互动,从而成为家庭的智能控制中心。

3、64位8核移动处理器

2013年,在发布iPhone 5S的同时,苹果还发布了全球第一款64位移动处理器——A7处理器。此后不到48个小时,三星、英特尔等厂商也宣布将很快推出64位处理器。除了“位”的拼杀,对“核”的军备竞赛也已经展开。三星、联发科均在2013年推出了8核处理器,并将其用在最新的智能手机上。这也说明,“摩尔定律”的竞争已经从PC延伸到了移动设备。鉴于目前PC市场上仍然没有普及64位8核处理器,这也意味着移动设备的技术架构有望第一次赶超PC,借此ARM阵营也将进一步削弱英特尔架构(IA)的势力范围。

4、二维码

二维码其实并不算是一个新颖的产品,但是过去在中国一直缺乏产业链的推动。直到2013年微信将二维码作为信息交互的标准入口之后,二维码开始在中国普及开来。与NFC等电信运营商力推的近场数字识别技术相比,二维码不需要更换手机,具有明显的成本上的优势。由于二维码具有某种特定的几何图形,按一定规律在二维方向分布的黑白相间的图形记录数据符号,它存储的信息量远远大于过去常用的条形码,因此可以广泛用在商业的各个领域,例如身份识别、交换信息、网站跳转、广告推送、手机支付等,成为O2O的标配工具。

5、智能手表

随着Google Glass的推出,可穿戴设备也成为了最近一年的热点。不过,由于对联网的要求太高,Google Glass似乎并没有得到大众的广泛认可。与此相反,很多消费电子厂商如三星、果壳亮相继推出了智能手表,如三星就推出了Galaxy Gear,当它通过蓝牙连接上手机之后,就能够完

成打电话、看消息、传输数据等功能。我们可以将智能手表看作是人们生活与互联网又一次更加亲密的结合。当手机将人们与网络的接触时间缩小到分钟之后,智能手机以及各种贴身的可穿戴设备与人的接触将变成无时无刻。

6、短视频

当Snapchat拒绝了Facebook高达30亿美元收购要约的时候,我们知道短视频注定会火爆起来。由于网络条件的限制,手机用户注定无法享受到PC上的在线长视频服务,这也使得仅有8秒、10秒或者最多1分钟的短视频成为了手机用户之间进行分享和交流的最好介质。而且,“阅后即焚”的功能也有效地保护了用户们的隐私。在中国,新浪微博和腾讯微博先后推出了短视频App“秒拍”和“微视”,全力进军这个市场。

7、页岩气

当人类正在为能源短缺而发愁的时候,新技术却给人类送来了一份大礼。页岩气是一种以游离或吸附状态藏身于页岩层或泥岩层中的非常规天然气,过去开采成本极高。如今,随着水平井、多层压裂等技术的革新,单位成本得到了极大降低,率先采用这些新技术的美国也取代俄罗斯,成为全球第一大天然气生产国。页岩气将极大地改变全球能源格局,拥有这种开采技术的国家在未来将获得极大的竞争优势。

8、比特币

比特币成为了第一个由民间产生、没有国家背书、但是却能够在全球流通的虚拟货币。任何人都可以通过破解密码难题获得比特币,然后将其存放在“区块链”并计入总账当中。由于总账面向所有网民公开并且分布到每个比特币持有者的电脑中,使得比特币几乎不可破解,从而建立起了一种信誉。这种虚拟货币受到了投资渠道匮乏的中国投资者的狂热追捧,以人民币计价的交易量占到了全球比特币交易量的70%。

9、知识图谱

2013年5月,谷歌I/O开发者大会上,谷歌正式推出了“知识图谱”概念,这也是下一代的搜索技术,它通过对大数据的挖掘形成答案,直接将高质量的搜索结果呈现给用户,还可以和用户实现智能交互,问必答。与传统搜索只能通过关键字搜索返回同样的结果不同,“知识图谱”能够实现问答、对话式搜索、关联预测三大功能,它更加智能和人性化,甚至能够模仿人类的某些行为。也是在2013年,以“知识图谱”技术为基础,百度推出了电商、游戏、旅游、医疗、教育等各个垂直行业的“知心搜索”产品。

10、电动汽车

作为传统汽车市场的颠覆者,特斯拉Model S在2013年获得了巨大成功,它采用直流异步电动机作为动力,无论是最大功率还是最大扭矩等性能指标都丝毫不逊色于传统的豪华轿车。而电动汽车更加环保、更加节能的理念如今已经深入人心,使得特斯拉获得了众多硅谷新贵的狂热追捧,并在中国的新锐企业家阶层中获得了广泛欢迎。此外,特斯拉采用的类似平板电脑的操控系统也代表了未来汽车电子的发展方向,在不远的将来,汽车的自动驾驶将不再是个梦。

互联网思维与先进生产力

日前,《雷军之间与郁亮之思:中国房价不能跌一半》一文,在网上引起很多争鸣。这是关于互联网思维大讨论的一则报道。互联网产业代表了先进生产力、先进生产关系和先进思维模式,它将深刻改变中国,并成为推动中国向前的巨大力量。一切传统产业和传统思维都需要以大为量,借助互联网思维重构自己,革新自己,非如此不会有前途。

过去的2013年,移动互联网在很多方面对人们生活的改变是颠覆性的,从旅游、租车、订餐、网购、游戏到以前管制颇多的金融、电信、媒体、教育、医疗,互联网大潮浩浩荡荡。天弘基金原来在七八十家基金公司中名不见经传,和支付宝结合后,只用了半年多时间,就成为管理基金资产净值规模最大的基金公司,

“余额宝”正向3000亿元规模迈进,客户数正向5000万迈进。以前只能被动的存银行的储户纷纷“搬家”,其力量如此之大,以至倒逼银行也要上浮存款利率。

2013年微信作为一种生活方式已经“普遍化”,微信的成功带动腾讯不断刷新市值纪录。以日前收盘价计算,腾讯市值为9720亿港元,折合7582亿元人民币,以市值计,相当于5.3个上海汽车,5.5个贵州茅台,9.2个万科,12.3个宝钢股份。

互联网不是传统产业的杀手,但如果传统产业不建立互联网思维,不用互联网思维改造旧有的模式,一旦互联网冲击来临,就会丢盔卸甲。中国平安集团董事长马明哲是一个以不断创新著称的人,连他也用“不变即死”

(change or die)形容互联网金融的冲击,比如未来十年内60%以上的信用卡可都被取代了。陶醉在传统模式中的成功者需要警惕,让你覆灭的力量正在潜滋暗长。美国《连线》杂志主编凯利曾举例,200年前的高科技是帆船,它是在全世界运输产品的好方式。当第一艘蒸汽汽船出现时,大家嘲笑说很可笑、很滑稽、很没有效率。蒸汽船经常出故障,成本也很高,大家叫它们玩具,的确是玩具,因为没用。但蒸汽船做的一件事却是帆船做不了的,那就是能够往上游走。因为不断改进,到1875年基本没有一家帆船运输公司能留下来,都破产了。不奔向先进生产力方向,帆船运输公司就是未来的命运。(财金网)