

华为逻辑:强者的生存状态

■ 王育琨

唯有强者，才有可能把自己的生存状态宣布为幸福！

日前在巴塞罗那世界移动通讯大会间隙的一个小型恳谈会上，任正非以最简单的语言，这样概括华为逻辑：对客户需求有宗教般的信仰和敬畏。不去关注虚头脑的模式或理念，坚持把对客户的诚信做到极致。

这是华为汇聚天下智慧的亿万条路径之一。几年前任正非提出“一杯咖啡接受天地能量”，鼓励华为高管出去与圈外的人喝咖啡。他自己更是在内部和外部发展出无数种汇聚的方式，以致于他在恳谈会上说，华为坚定正确的方向，不是来自哪一个能人，而是来自这种正式的和非正式的汇聚。他还举例说，他今年开年的讲话稿，开始在内部征求意见，上万条严厉的批评，让他看到了华为未来领袖的风范！这些年轻员工无所顾

忌，敢于穿着马甲（匿名）或不穿马甲（实名）提出自己的见解，难能可贵，他从中学习到很多东西。

我有幸参加了巴塞罗那那个小型恳谈会。任正非说出华为这个制胜的逻辑，深深地打动了我。让我想起了任正非的眼泪。1993年初，在深圳蛇口的一个小礼堂里，华为召开了1992年年终总结大会，当时全体员工270人，第一次目睹了任正非满脸沉重、嗓音沧桑的真情流露。会议开始后，只见任正非在台上说了一句“我们活下来了”，就泪流满面再也说不下去，双手不断抹着泪水……

或许，那时任正非想到了一条与众不同的路上的孤独与艰难。当众多公司都在为着利润奔忙，为着上市融资操劳的时候，任正非和他的团队，却坚持走一条以客户为中心的道路。什么是客户为中心？就是不为眼前的利益所动，从客户长久的基本诉求中，寻找发展的根由。

在巴塞罗那，与华为终端 CEO 余承东有一个交流。他因为发布 MateBook 而一时成为全球移动大会上最忙碌的人之一。他推掉众多约会，与我们几个交流。余承东说了一件事，让我体会到1993年任正非的眼泪。

上世纪90年代初，围绕著是否投资上马小灵通，华为内部争议很大。一直到前不久我还听到一位离开的高管在论坛上说，华为曾经犯下错误，就是太自以为是了，不能顺着客户的需求，错过了上马小灵通。而余承东非常坚定地说，华为恪守一切以客户为中心的价值，在小灵通事件上完美呈现出来。当时任正非坚持认为，小灵通是注定要被淘汰的通讯模式，中国更需要2.5G和3G。于是，华为坚定投资长远。而国内市场只对小灵通技术开放，国外市场还没有去开拓。在这样的背景下，华为被逼从零开始去开拓国际市场。那份无奈和艰难，很难用语言表达。

亲历整个过程的余承东，至今依然感慨

万千。当时任正非受到了内部的严厉质疑，有些高管甚至辞职而去。为着客户的利益，华为坚持自己的投资方向没有变。没过几年，小灵通这样的通讯方式，就被淘汰了。华为虽然没有在小灵通市场上赚到钱，但是却修炼了一颗一切为客户创造价值的“诚信”，使华为今天既能推出“共建联接世界”的战略，又可以推出二合一的MateBook的新品。

华为坚持以奋斗者为本，坚持以奋斗者的勇猛精进和自我超越构筑公司的底部。奋斗者渴望得到最多的财富和最多的精神。如何让奋斗者拿到最多的财富和最多的精神？这里面有一系列独一无二的华为逻辑：聚焦“针尖刺破天”战略，以客户为中心，以奋斗者为本，长期艰苦奋斗，坚持自我批判……

华为的无二绝活，无二路径，无二思想，无二文化，无二战略，无二逻辑，这是可以供中国企业广泛借鉴的路径，也是具有普世价值的深根固蒂长生久视之道。

创业者如何构建有价值的关系网？

目前，针对初创企业召开的各种会议层出不穷。投资人、战略投资者和已经成功的创业者轮流登场。对于创业者而言，他们不难获得结识贵人、甚至登台亮相的机会。

但是，盲目地撒网不是一个好办法。对此，初创企业博客TheAccelerators针对创业者如何建立有价值的商业关系，给出了各位大咖的宝贵经验：

1、认真交朋友，不要混圈子
纽约WarbyParker公司联合创始人尼尔·布魯門薩尔认为，“混圈子”(Networking)是一个可怕的词，原本想进入圈子是要培养能够对事业有益的关系。但是，通过积极地“混圈子”，创业者却无法建立这样的关系。一个真正富有成效的关系网是友情的副产品。

友谊是第一步。没有人可以比朋友更了解我们的优势、劣势和兴趣了——而这些正是打造坚固的关系网的要素。但是要注意，不要在“职业生活”和“个人生活”间树立起屏障。

因此，尼尔建议：第一，朋友永远都不嫌多；第二，要对朋友的工作保持好奇心并且和朋友多聊自己的工作。

2、永远提早赴约
提早到达。无论是行业会议、展销会还是研讨会，每个提早赴会的人都会感觉尴尬。会议场所空空荡荡的，你会想知道你身边站着的那三个人是不是就是全部计划赴会的人。这恰好是破冰和交友的最佳时间。

积极参与行业支持的慈善活动。在幕后计划慈善晚宴、组织嘉年华、为无声拍卖收集拍品的努力不但可以得到食物链上层人士的注意，还可以得到下层人士的感激。

在专业平台上发表讲话。创业者应该努力成为一名思想领袖，在对企业或行业具有重要意义的话题上就要有所建树。

3、打理好关系网
那些使我印象深刻的创业者都明白他们自身的价值远远大于公司产品的价值。做得好的创业者们会相互转发彼此讨论过的话题相关的有趣的文章；会相互引见其他企业家、投资人和媒体；会(尽量)参加对方组织的活动。这样才能更好建立一种职场友谊，如果发现帮助对方的有意义的机会，就可以挺身而出。

千万不要盲目地参加活动。如果一个创业者就职于金融科技领域，却在一周内出席了三场电子商务发布会，就是在浪费自己的宝贵时间。对于参加什么活动，特别是如何利用时间，创业者应该深思熟虑、有的放矢。

4、利用现有的人际关系网
最后，还要避免急功近利。对于高攀名人、自吹自擂和夸夸其谈的做法，别自欺欺人地以为别人看不透这些把戏。初创企业的社交圈子小得惊人，没有诚意的举动会让创业者不受欢迎。你要做的就是：微笑、友善些、握手和提问。(译文)

涟水商务局 助推外资工作开门红

商务局 2015 年“三外”工作受表彰

新年伊始，江苏涟水县商务局立足抓早求实，力争实现精彩开局，首战告捷，努力助推外资工作首季开门红。

涟水商务局首先结合实际，把全年和首季外资任务层层分解落实，层层传递压力，层层明确责任，确保2016年注册外资到账1.6亿美元，其中开工项目注册外资1亿美元，新批美日韩项目4个、台资项目12个，总投资1亿美元以上项目2个、3000万美元以上项目5个，新开工项目12个，新竣工项目10个。首季确保引进外资4000万美元，争取5000万美元，为完成全年总任务夯实基础。其次在春节前后与经济开发区、人社局等单位联袂为外资企业招工，满足用工需求；在行政审批中心窗口为外资企业提供“一条龙”、“保姆式”服务，促进外资企业落地生根、开花结果。三是抢抓机遇，尽早复工。泰丰针织、新芳杰、汉门电子、振维电子、源通制帽等港商台资企业，都在正月初六开工，力争取得较好的经济效益和社会效益。

(梁超 刘苏瑶 陈裕)

又讯 2015 年，涟水商务局干部职工铆足干劲，砥砺前行，冲出“三外”工作连续两年在全市垫底的窘境，扭转举步维艰的困境，渐入柳暗花明的佳境。经过锲而不舍的努力，全年引进外资 1.18 亿美元，同比增长 6.3 倍；完成外贸进出口总额 3.82 亿美元，同比增长 8.5%。完成外经营营业额 2520 万美元，同比增长 20.2%，其中主体指标引进外资名列全市前茅，被市商务局评为“全市商务工作先进单位”，被县委授予“科学赶超跨越发展先进奖”，“省级特色产业园”、“省农村电子商务示范村”分别被县委评为“创新创优”优秀项目奖。

(梁超 徐天鹏 陈裕)

2015—2016 年十大健康图书

■ 肖林燕

随着中国经济的飞速发展和国民生活水平的普遍提高，丰衣足食的理想得以实现，于是，人们对健康的渴求开始越来越强烈，人人都希望拥有高品质的生活、健康的身体和长寿的生活，这也就带动了健康养生类图书十余年的持续火爆。

但是，读者来到书店，都会被各式各样的健康图书搅得眼花缭乱，莫衷一是。事实上目前健康图书市场的确存在图书良莠不齐的现象，主要表现在：针对性不强，泛泛而谈，有的宣扬“一书治百病”，讲针灸的，讲按摩的，讲穴位的书籍似乎只要懂了人体经络就可以解决一切大小病灶，民间疗法好像就能藐视一切科学技术。至于其他介绍大众健康理念类的图书在阅读之后，我们看似懂了很多道理但是又好像什么都没明白，所以我们迫切地需要一些真的能够解决健康问题的、专业性 强、科学性强、细分且更为精准的小众化健康图书。

正因为上述理由，应广大读者的需求，国内资深图书推选机构北京万卷图书中心组织人员从当下图书市场上几千本健康类书籍中，遴选出“2015—2016 年十大健康图书”，推荐给全国广大读者。我们在遴选“十大健康图书”时特别关注出版机构的资质、作者的身份和图书内容的科学性、可操作性和针对性，这些图书中部分已经是读者喜爱的畅销书，新近出版的也必将经历起时间和读者考验。

“2015 年十大健康图书”陈列如下，排名不分先后。

- 1、《百岁非梦》，胡国华著，广东高等教育出版社 2015 年 7 月第 1 版，定价：35.00 元。
- 2、《男孩女孩的 第 1 本身

体书：关于长大最好的回答》，[德]赫立本摄、[德]赫尔姆斯撰文、邓光远译，广东教育出版社 2015 年 3 月第 1 版，定价：38.00 元。

3、《给教师的健康枕边书》，刘建主编，山东科学技术出版社 2015 年 9 月第 1 版，定价：29.80 元。

4、《月经调养书·21 天瘦必胜》，张家蓓著，上海科学普及出版社 2014 年 4 月第 1 版，定价：35.00 元。

5、《人体止痛完全图解》，[英]塞门·尼尔-亚瑟著，陈婷君译，浙江科学技术出版社 2014 年 7 月第 1 版，定价：42.00 元。

6、《合理饮食与健康》，吕晓华主编，四川教育出版社 2015 年 8 月，定价：48.00 元。

7、《这书能让你戒烟》，[英]亚伦·卡尔著、严冬冬译，中华工商联合出版社 2015 年 3 月，定价：32.80 元。

8、《图解舌诊》，罗大伦著，江西科学技术出版社 2015 年 12 月，定价：39.90 元。

9、《暖暖的女人不生病》，[日]福田千晶著，曹逸冰译，江西科学技术出版社 2015 年 10 月，定价：32.80 元。

10、《冀连梅谈：中国人应该这样用药》，冀连梅著，江苏科学技术出版社 2015 年 10 月，定价：38.00 元。



●赤峰塞原食品有限公司 13 真空包装

塞原食品 逆势飞扬

经济下行，行业萧条……赤峰塞原食品有限公司却逆势而上，塞贡牌系列风干牛肉呈现产销两旺的大好局面，销售收入每月都较去年同期大幅提升，无论是直销店还是加盟店、经销店的店长、经理和员工们都笑逐颜开，随着辉煌的业绩，他们的腰包也鼓起来了。

赤峰塞原食品有限公司位于内蒙古赤峰市元宝山区美丽河镇新井子，公司在宏观经济困局中独树一帜，在市场逆境中飞速前进，是它有多大经济实力能抗风险吗？是它有什么应对经济危机的妙招吗？为此我们采访到了该公司总经理刘国忠，他说，总结起来，起决定作用的主要有两条：一是“朝阳产业”，二是品牌效应。

“朝阳产业”这话说到了点子上了，风干牛肉是历史悠久的民族食品，但在传统上却是农牧民自己制作，自己食用，真正把风干牛肉变成商品，并推向市场，只是近几年的事

情，在这一“变”一“推”的过程中，塞原人走在前头，从而推动一个朝阳产业发展，成为赤峰市乃至内蒙古新的经济增长点。所以塞原人在危机来临时，能够从容应对。

塞原食品从创业之初就把品牌建设放在战略高度来做，多年来从原料选购到工艺设计，从产品质量到包装创新，从经营理念到售后服务，从企业文化到宣传广告，都围绕品牌建设进行，投入了大量的人力物力，使品牌深入人心，得到广大消费者信赖，得到各级政府的认可。塞原食品系列风干牛肉作为内蒙古特产中的精品馈赠，品牌效应提高了其核心竞争力，这种力量在经济危机中显得更加充分，使企业不但能够应对自如，而且扩大了市场份额。

塞原把经济危机视为发展的良好契机，在销售网络建成的基础上，今年开始把战略的重点转向了东北、华北、西北等地区，在那里成立了销售分公司，准备大干一番。(明月)

“三角杯”西峡首届红岩卡车司机精英挑战赛总决赛隆重举行

■ 彭强 马波

大年正月十六，2016 年“三角杯”西峡首届红岩卡车司机精英挑战赛总决赛在河南省西峡县隆重举行。本次大赛由上汽依维柯红岩、西峡县金三角销售服务有限公司、西峡县重阳镇人民政府、西峡县电视台共同举办。西峡县人民政府、总工会、妇联、商务局、地税局、重阳镇等部门领导，当地各物流企业负责人、各卡车司机及家人共计 200 多人出席活动。

大赛从卡车司机角度出发，帮助卡车司机提升驾驶技能、提高运营收益，进一步促进西峡县物流运输水平，同时为广大卡车司机提供一个展示技艺、交流经验、展示风采的平台，引导卡车司机文明驾驶、安全驾驶、高效驾驶！

2016 年“三角杯”西峡首届红岩卡车司机精英挑战赛从 2015 年 11 月份开始面向西峡县各物流企业和卡车司机进行报名和预赛，西峡县电视台对比赛进行了连续跟踪报道。34 名精英卡车司机从 400 余位报名卡友中脱颖而出晋级总决赛。

总决赛分为理论考试和驾驶竞技两大项，理论考试包括车辆基础知识、安全驾驶规范、交通法规等内容；驾驶竞技包括直角入库、双向绕桩、精准停车、平稳操作等内容。比赛内容的设定切合安全、精准、高效物流运输实际，同时也具有对抗性和趣味性。



大赛采用红岩杰卡 390 马力 6x2 牵引车为比赛用车，司机们通过零距离体验红岩杰卡卓越的操控性能，对红岩杰卡赞不绝口，现场就有用户购买了红岩杰卡，上汽依维柯红岩河南销售服务中心总经理谷险峰将象征财富和幸运的金钥匙交到了用户手上。

经过紧张的对决，大赛产生了冠亚季军及优秀奖奖。赛后，大赛组委会还在现场进行了杰狮杰卡车辆展示、猜灯谜、放烟花、文艺表演等活动，将闹元宵与卡车赛完美结合起来，为当地卡车司机朋友们奉献了一场精彩的卡车文化饕餮盛宴！