

企业文化

丛书(二)

*Enterprise
Culture
Salon*

沙龙

● 金融自由化意味着什么

● 武二郎开店

● 如何开发中国农村消费市场

● 何为虚拟经济

● 中国企业国际化的导向

领先中外思想

MBA 学员精品读物



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



SCHOOL OF BUSINESS SUN YAT-SEN UNIVERSITY
中山大学管理学院二十周年
1985—2005



李新春 教授

德国洪堡大学经济学博士。中山大学管理学院院长，战略管理、营销战略和创业学教授，企业战略与组织方向博士生导师，广东省“千百十工程”优秀人才省级培养对象。社会兼职包括：中国国家家族企业研究中心主任，广东省政府发展研究中心特约研究员，广东省经济学会副会长，广东省中青年经济研究会副会长，广州市风险投资促进会理事。

院长致辞

中山先生立国之初，以教育为先。“武”有黄埔军校，“文”有中山大学。吾校乃开国文化之重镇，伟人首创，山高水长。80年历史，积深厚文化学术传统。幽雅校园，大师云集，才俊辈出，浩然天下，成就一代著名学府。管理学院于此浓郁文化氛围中滋养长成。又值祖国改革开放千载难逢之时机，在南方这片得改革开放之先的热土上，得以茁壮成长。学院秉承改革、开放、务实、创新之精神，吸收西方管理理论与实践之精华，扎根于中国传统与现代管理之沃土，孜孜以求，砥砺奋发。回首二十春秋，已然桑梓成荫，桃李天下。我院MBA、MPAcc、MPM项目以培养具有宽阔的国际视野、高尚的道德文化修养、卓越能力素质的职业经理人为目标，着力打造培养企业家的“黄埔军校”。让我们聚到一起，坚持不懈地努力，聚优秀的教师大师、聚一流的学生、聚学识聚文化、聚友情聚财富，我们的目标一定能实现。

中山大学管理学院院长

李新春教授

中山大学管理学院是一所以研究力量著称的学院，为国家重要的工商管理人才基地之一。教授27人（其中博士生导师22人），副教授与副研究员41人，每年均承担大量国家级科研项目，其中许多教师兼任著名大中型企业、创业中的民营企业的独立董事和管理顾问，并承担了企业委托的一大批研究项目。学院设有企业国际化经营与市场研究中心、服务性企业管理研究中心、企业管理研究所、中国营销研究中心、中国第三产业研究中心、人力资源开发与管理研究中心、案例开发中心等一批学术研究机构。

中山大学管理学院创立于1985年，是中国最早成立的专门从事工商管理教育和研究的学院之一，下设工商管理、市场学、会计学、旅游酒店管理、财务与投资共五个系，其中企业管理被批准为国家重点建设学科，旅游管理和会计学在国内名列前茅；1998年，设立工商管理博士后科研流动站；2000年，首批获得工商管理一级学科（含企业管理、会计学、旅游管理、技术经济与管理）博士授予权。

学院专业学位教育目前包括工商管理硕士MBA、会计硕士MPAcc和项目工程硕士MPM。MBA教育又设有春季MBA（在职）和秋季MBA（在职和全日制），至今共招收和培养了1500余名MBA，在校800多人。

中山大学管理学院的MBA教育在国内享有盛誉，2001年，国务院学位办与全国MBA指导委员会对中国高校MBA教育进行评估，中山大学在全国第二批接受评估的院校中，排名第一；同时由国务院学位办批准成为全国首批EMBA专业学位教育试办单位之一。学院为美国AACSB协会会员。

2004年在中国商学院排行榜中，中山大学管理学院综合实力名列第五；2005年在福布斯杂志MBA毕业生赚钱最多的学院排行榜中，中山大学管理学院名列第七；在最有投资价值的商学院排行榜中名列第十。

地址：广州市新港西路135号 电话：020-84113622 网址：<http://www.mbazd.com>



企业文化沙龙

主持人致辞

2005年4月30日，在北京人民大会堂隆重召开了全国劳动模范和先进工作者表彰大会。会上，有2969人受到表彰，其中2124人荣获全国劳动模范称号，845人被授予全国先进工作者称号。这些受表彰的人来自各行各业，有公务员，也有教授、科研人员，但最多的还是企业界人士，包括有许多的企业白领走进了全国劳动模范的行列。这是让人们感到莫大荣誉和极为振奋的。

本册《企业文化沙龙》开辟一个新栏目和减掉两个老栏目。新增栏目是与中山大学管理学院合办的《管理论坛》，这得益于来自中国经济最活跃的珠江三角洲的MBA学员对于我们的支持和帮助。相信读者会在这一新栏目中看到一系列的精彩文章。减掉的两个栏目分别是：《游戏动员》和《人物点评》，但不再设栏目并不意味着以后不发表这方面的文章，一是栏目随时可以恢复，再是有的文章也可以放在其他的栏目发表。

本册非常值得品味的文章是：《三言两语》栏目推出的三篇短文，即《武二郎开店》、《厚颜不无耻》和《选择攻击点》。

这次《读书推荐》栏目推荐的书是《做人如钟》，作者是一位企业出身的政府官员。虽然国家已经明令禁止官员出书，但我们以为，大家读一读这位名叫张保振的官员的书还是十分有益的。





企业文化沙龙
丛书(二)

Enterprise
Culture
Salon

主 编: 钱 津

副 主 编: 边洪秀

主编助理: 钱 舰

责任编辑: 刘一玲

电 话: 68359417

封面设计: 中子画艺术设计

版式设计: 中子画艺术设计

目 录 CONTENTS

主持人致辞

网络在线

05 中国企业国际化的导向

10 中国的考试已泛滥成灾

14 不必追求完美的服务

管理论坛

18 中国建设银行一级分行行长任
期经济责任审计的发展目标及
改进措施

33 怡宝重庆市场进入竞争战略

天行健专栏

38 中小企业发展呼唤良性环境

43 文化力与企业文化

用人之道

50 稳定与变动

54 原则与变通

茶余饭后

58 何为虚拟经济

63 金融自由化意味着什么

MBA 交流

68 北京奥运会物流管理探讨



故事会

84 去贵州考察煤化工

理论经典

89 中国需要激发民众活力

案例分析

104 商业银行风险管理的激励机制

中国市场

110 如何开发中国农村消费市场

品牌研究

121 金华火腿

三言两语

128 武二郎开店

132 厚颜不无耻

136 选择攻击点

饮食人生

140 开封第一楼灌汤小笼包

娱乐休闲

145 舞剧《红楼梦》

旅游天地

150 广州番禺香江野生动物园

读书推荐

155 黄河文化孕育的《做人如钟》

图书在版编目(CIP)数据

企业文化沙龙.丛书(二).钱津主编.

—北京:中国经济出版社,2005.6

ISBN 7-5017-7088-3

I.企... II.钱... III.企业文化—文集 IV.F270-53

中国版本图书馆CIP数据核字
(2005)第068125号

出版发行:中国经济出版社

地址:北京市西城区百万庄北街3号

邮编:100037

网址:www.economyph.com

经销:新华书店

印刷:北京市地矿印刷厂

版次:2005年6月第1版

印次:2005年6月第1次印刷

开本:880×1230毫米 1/32

印张:5

字数:80千字

书号:ISBN 7-5017-7088-3/F·5684

定价:10.00元

版权所有 盗版必究

举报电话:68359417 68359418





《企业文化沙龙》丛书理事单位

中山大学 MBA 教育中心
西南财经大学 MBA 教育中心
西北大学 MBA 教育中心
华中师范大学股份经济与证券投资研究所
浙江师范大学工商管理学院
贵州财经学院贸易经济系
贵州新智源营销策划有限公司
沈阳天行健产业效率研究所
富思特集团

《企业文化沙龙》丛书聘请理事单位启事

中国经济出版社拟扩大发行《企业文化沙龙》，与社会各界共同办好这一学习园地，决定聘请若干理事单位。凡受聘理事单位，中国经济出版社将与之建立长期合作关系，并在每辑中刊登理事单位名称。有意合作单位，请上网查看相关简章及受聘协议书样本。欢迎来电来信联系。

网址: www.economyph.com <<http://www.economyph.com>>

电话: 010 — 68359417

信址: 100037 北京市百万庄北街3号中国经济出版社

联系人: 刘一玲



【网络在线】

中国企业 国际化的^①导向

——连商



在经济全球化的时代背景下，中国企业走向国际已是不可逆转的趋势。那么，在大势所趋之下，什么才是正确的国际化导向呢？这正是我们要探讨的问题。

有人认为，中国企业的国际化就是走出国门，或是去发达国家建厂、办企业，或是去发展中国家图发展。这种观点是颇有代表性的，也可以说是一种普遍思潮的代表。并且，已经有许多人这样做了。如去美国建工厂，去非洲办实业，等等。这样的



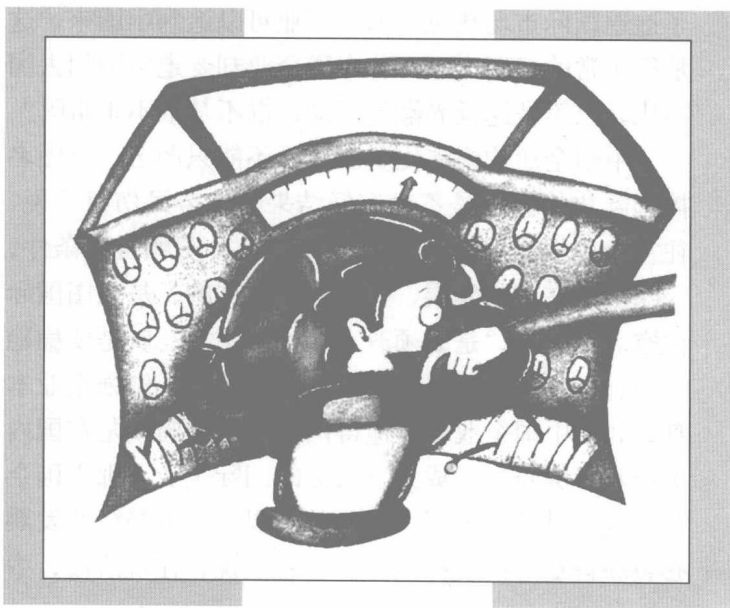


做
法
当
然
是
一
种
国
际
化
的
走
向
，
是
不
可
否
认
的
企
业
国
际
化
行
为
。但
是
，
从
中
国
的
实
际
出
发
，
从
世
界
经
济
发
展
的
大
势
来
认
识
，
中
国
企
业
的
国
际
化
仅
仅
停
留
在
这
个
层
面
上
是
远
远
不
够
的
。不
在
中
国
投
资
，
而
追
求
在
国
外
发
展
，
这
对
中
国
企
业
来
说
，
难
度
是
比
较
大
的
。因
此
，
我
们
更
可
以
肯
定
已
在
国
外
建
厂
的
中
国
企
业
是
十
分
不
容
易
的
。首
先
，
中
国
有
几
百
万
个
企
业
，
不
可
能
大
部
分
企
业
去
国
外
发
展
，
中
国
企
业
不
具
有
那
样
的
实
力
，
国
外
也
没
有
那
样
大
的
市
场
，
那
么
是
不
是
说
不
能
去
国
外
投
资
发
展
的
中
国
企
业
就
不
能
国
际
化
了
。显
然
，
如
果
将
国
际
化
界
定
为
去
国
外
投
资
发
展
，
那
只
能
是
只
有
少
部
分
或
者
说
很
少
一
部
分
中
国
企
业
能
做
到
国
际
化
。再
有
，
中
国
企
业
目
前
尚
未
能
靠
技
术
去
国
外
发
展
。中
国
企
业
的
技
术
是
直
接
引
进
或
间
接
引
进
的
，
靠
这
样
引
进
的
技
术
再
返
回
到
国
外
去
，
至
少
在
发
达
国
家
是
没
有
竞
争
力
的
，
而
在
发
展
中
国
家
是
找
不
到
市
场
差
异
的
，
所
以
，
即
使
有
实
力
打
出
去
的
中
国
企
业
也
不
会
在
国
外
称
雄
称
霸
，
国
内
一
流
的
企
业
打
到
国
外
去
也
就
是
表
现
一
般
的
企
业
。这
是
由
技
术
水
平
决
定
的
，
不
是
由
企
业
管
理
层
的
聪
明
才
智
决
定
的
。再
次
，
国
外
的
市
场
是
自
由
的
也
是
饱
和
的
，
去
国
外
发
展
只
能
是
挤
市
场
而
不
能
是
创
市
场
，
中
国
企
业
虽
有
在
国
内
挤
市
场
的
经
验
，
但
恐
怕
尚
缺
在
国
外
挤
市
场
的
能
力
，
这
种
状
态
下
到
国
外
只
能
处
于
被
动
的
经
营
态
势
，
因
而
会
从
根
本
上
限
制
中
国
企
业
到
国
外
发
展
。事
实
上
，
有
一
些
中
国
企
业
到
了
国
外
只
能
是
在
那
里
吃
老
本
，
毫
无
盈
利
的
可
能
。总



之，中国企业走出国门是非常困难的，这不由我们的美好愿望或雄心大志来兑现目标，而是由中国企业的现状决定我们留在国内发展比走出国门更有利。如果坚持以走出国门为中国企业国际化的标志，那么很遗憾，尽管中国企业很愿意国际化，但能够成为这种标志的中国企业不会很多，甚至很可能是很少的企业去勇于实践。我们不希望中国企业的国际化受到这样的限制，我们也不认为中国企业国际化的正确导向是走出国门。

在21世纪，世界经济的热点是在中国，国际市场的扩展也是在中国，所以，中国企业国际化的出路就在中国市场。在中国市场与国际企业连接，或是说在





中国与国际市场连接，这才是中国企业国际化的正确导向。

不走向国门，就要实现企业的国际化，这听起来可能有点儿不可思议，可事实正是如此。入世后的中国已不是孤立的存在，而是世界经济的重要组成部分。由于中国打开了国门，世界各国的企业纷纷涌入，中国已成为21世纪国际市场发展的最大亮点。试想，打开一个俄罗斯市场，才1亿多人口的容量，而打开一个中国市场，就会有10倍的俄罗斯市场容量。这对世界各国企业是最大的诱惑。中国的经济尚未发达，21世纪是中国经济起飞的世纪，在这一远景的认定下，任何企业都会明白21世纪的国际市场发展在哪里。为了追逐国际市场热点，国外企业可以追到中国来，这是很正常的；而这时，若中国企业却要走向国门去国际化，岂不是逆世界潮流而动，岂不是很不正常吗？

中国企业的国际化要图实而不能只图名。只图名搞国际化的企业是不会有好结果的，劳民伤财不说，往往会耽误企业发展的最有利时机。不顾自身条件，一味追求在国外发展，是不值得赞许的，是只图国际化空名的表现，是必须改正的。而图实，就是要稳稳当当地在国内发展，努力站在市场前沿，做强企业本身。如果中国企业都能懂得国际化的导向就是在国内巩固和扩大市场，成为有实力的国际企业，那中国企业的成熟就是进入了一个新的境界，中国经济的发展必将获得更好的支撑动力。也就是说，在现阶段，中



国企业不用走出国门就能实现国际化，因为中国市场已经是一个国际化的市场，而且整个21世纪中国市场都是国际市场的发展热点；而走出国门去实现国际化则是很困难的，是需要完备条件的，如果不具备条件反而不会取得国际化的效果。今天，中国需要越来越多的企业成为在国内市场实现国际化的典范，以这种正确的导向引领中国企业发展是十分必要的。

有人讲，2004年末联想集团收购IBM个人电脑业务可以看作是中国企业国际化的先驱。对于这一事实，恐怕是没有人否认的。IBM的个人电脑业务是遍及世界的，联想收购了IBM的这项业务，当然是将自身的业务也扩展到了全世界。但是，更重要的是，我们要看到，联想实际上收购的是一个亏损的业务，如果联想像IBM那样在全世界继续经营这项业务，恐怕也只能是更亏损下去，而联想能与IBM不同的就是可更好地在中国市场求发展，而这种发展才会使原来IBM的个人电脑业务在联想手中变成盈利的业务。这也就是说，从表面上看，联想是走出了国门去收购一个国际大企业的一项重要业务，从而使自身也成为国际化的企业，成为世界排名第三的电脑业务公司；而从实际来看，联想仍然是退回国内求发展，仍然是以中国市场为销售电脑的最重要的市场，它的国际化仍然是中国市场化。这也就是为什么新的拥有全球个人电脑业务的联想公司的1.9万名员工中有2/3要在中国本土服务。





中国的考试 已泛滥成灾

尹文



在目前的中国经济中，已经形成了一种考试经济，即有众多的人参与到商业化的考试培训之中，这些人都靠各种考试吃饭。这说明，中国的考试已泛滥成灾。其中，英语考试恐怕是最多的考试，也是最滥的考试。在媒体上，屡屡传来有人因英语考试违规而受到惩处的消息。其他考试传来丑闻也是屡见不鲜的，神圣的考试已经变得不再神圣了。这当然与有些人的违法犯罪有关，也与有些人过度商业化地对待考试有关，但从更根本的角度讲，这是与考试泛滥成灾有直接关系的。



(一) 为什么考试多

现在,大学生毕业后找工作,光有毕业文凭还不行,要想找一个好一点儿的工作,首先还要有英语6级证书,甚至还要有英语8级证书。不知道这些用人单位为什么要学生提供这一类的考试证明。似乎没有哪个单位内部全是用英语工作,若工作语言是英语,那恐怕英语8级的水平是远达不到要求的。而业务工作也未必使用英语,可就是要学生们拿出优秀的英语考试证明。于是,学生们必须去参加那些考试,以求寻找工作时能与其他人站在同一起跑线上。其实,即使是英语6级通过考试的人,其英语水平也是极为有限的,不能称其为有流利的英语,更不能称其为有流利的专业英语,这种考试除了对学生考学或找工作有用以外,恐怕没有别的用。

有的学生希望毕业后能成为一名国家公务员,那就还要参加公务员考试。这种考试是作为社会管理方式的进步表现问世的。因为在此之前,公务员队伍的扩大是极为不公平的,有一些人的亲戚、朋友是政府官员,就可以被他们的已在党政机关工作亲戚、朋友接纳为新的公务员,而没有这种门路的人,即使有国家分配指标,也很难进入公务员队伍。考试似乎为人们进入公务员队伍提供了一个公平的平台。但事实上,提供这个平台是多余的。公务员是社会的精英,是国家优秀知识分子的组成部分。中央政府选拔公务员,可以直接接收国内名牌大学的专业毕业生,省一级政府可以接收本





省名牌大学的专业毕业生,或是接收国内名牌大学的专业毕业生也可,就是没有必要再搭一个平台让各方人士来竞争。特别是没有必要让一些博士生、硕士生与本科生同场考试。国家培养博士生、硕士生的目的是使学术研究后继有人,博士学位条例和硕士学位条例对此写得很清楚,没有人讲培养博士或硕士是为公务员队伍后继有人服务的。所以,搞同台竞争的公务员考试,基本上是对博士和硕士的一种贬压,也是对非名牌大学毕业生的误导。因为如果是正常的考试,博士生、硕士生肯定可以表现出比本科生更高的知识水平,名牌大学的毕业生综合素质要高于一般院校的毕业生。如此一来,考试就成为一种幌子,看似公平,实际上是一种没有必要的搞大混同的公平。

(二) 考试泛滥表示教育系统地位丧失

社会上有众多的考试,还不包括企业招工进行的考试,这只说明中国目前的国民教育序列已遇到严重的信任危机,教育部门应有的地位已经丧失,社会不再承认学校教育评价的权威性。

如果学校教育的权威性还存在,那么就无须还有这么多的社会考试。在过去,人们只要一提到北大即北京大学,不管具体的人在北大是怎么学习的,是努力还是不努力的,只要他或她是北大的毕业生,人们就认可,就会觉得是优秀的人才,是很了不起的。而今,人们听到北大的毕业生跟没听到一样,甚至还有人专门拒绝北大的毕业生,这是何等巨大的反差。问题是,北大尚且



如此，就不用提其他学校了，没有人认可学校的评价，相反，要看学生们获得的各种各样的社会考试证书。仅就此而言，我们的高等教育就是存在很多问题的。什么时候学校重新有了权威性，什么时候社会上的考试泛滥才会得到根本的治理。

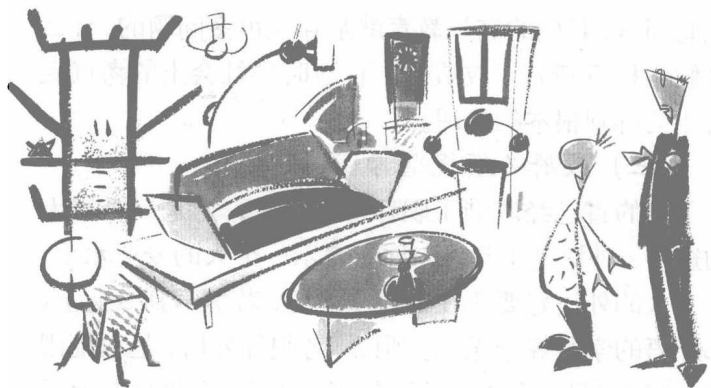
（三）政府必须规范考试

有的省已经取消了职称外语考试，这是一个很大的进步。外语是工具，职称应表示一个人的专业水平，一个人的外语好要落在专业上才行，若落不到专业上，那外语的学习等于无用。所以，考职称外语，是很荒谬的，这种事只可在中国这样的国家发生，在世界其他任何一个国家都是没有的。职称外语是一大类考试，若在全国范围内取消这一类考试，将是在一个很大的层面上对考试的泛滥成灾的一种有效的控制。

其他的诸如律师考试、会计师考试、评估师考试、拍卖师考试、技师考试等应一律简化，不要搞成为考试而考试，考试应起到规范行业的有效作用，不能只是单纯地发证书。值得一提的是今后应强化对农民的考试，只有经过国家考试合格的农民，才有资格耕种土地，从事农业生产，因为农业是国家经济的命脉，必须高度重视。

进一步讲，在制止社会考试泛滥成灾的同时，各级各类学校内的考试也要减少，能考查的就不要考试，能开卷考的就不要闭卷考。学校教育的目的最终是为了培养合格的人才，不是为了考试。





不必追求 完美的服务

丁明亮

从计划经济到市场经济,中国经历了重大的转型。可是,事到如今,在某些地方人们还会不经意地流露出计划经济的痕迹。比如,凡事追求尽善尽美,就不是一个市场规则,这种观念在不计成本的计划经济时代可以做到,而在已经市场化的社会里是很难得到认同的。这也就是说,在市场经济条件下,服务是由价格限定的,没有不讲价格只讲完美服务的。

