

西方商人地图

MAP OF WEST BUSINESSMAN

欧人 葛山 陈丽华

00001 6668886688668

郑州大学出版社

2007/01

◇ ATM



欧人 葛山 陈丽华

西方商人地图

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

西方商人地图/欧人,葛山,陈丽华著. —郑州:郑州大学出版社,2007.1

(中西管理智慧丛书)

ISBN 978-7-81106-402-5

I. 西… II. ①欧…②葛…③陈… III. 商业经营-西方国家-通俗读物 IV. F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 162478 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南第二新华印刷厂印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:13.5

字数:160 千字

版次:2007 年 1 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

1/16

印数:1~7 000

印次:2007 年 1 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-81106-402-5 定价:25.00 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换

目录

序:寻找西方商人的财富基因	001
德国商人:“德国制造”与德国商人的严谨	009
美国商人:创业与财富的交响	053
法国商人:浪漫与他们的时尚产业	099
俄罗斯商人:急躁的性格与他们的经营方式	141
英国商人:英国绅士与财富元老	167
意大利商人:激情与他们的创意产业	191

序

寻找西方商人的财富基因

一、中国企业家应该向谁要智慧

对于中国商人来说,最近这一二十年是有史以来最光彩照人的时期。一方面商人的地位得到了整个社会的肯定,财富观念得到了整个社会的广泛认可,人们不再称商人为“奸商”,而改称为“成功人士”。更主要的是商人的财富得到了快速的积累,一个财富阶层在中国社会迅速崛起。成功企业家们的一颦一笑,影响着整个社会的神经。企业家们进入到了中国政治和经济舞台的中心。

在中国企业家的成长过程中,他们已经经历了一个向美国人要智慧的阶段,正在经历一个向中国文化要智慧的阶段,即将经历一个向世界文化要智慧的阶段。

中国企业家就像一个长身体的孩子。在身体快速成长的过程中,他们哭着喊着:“谁能给我强身健体的营养药?谁能给我百战百胜的智慧树?谁能给我进入武林江湖的秘笈?谁能给我摇钱不止的枕边书?”

他们先是找到美国人,向美国人要经营智慧。以美式管理为核心的西方管理经验的引进,是近些年中国管理的主流。仅从近几年畅销书的流行就可以看出大致的脉络。从《基业长青》、《追求卓越》、《第五项修炼》到《把信送给加西亚》、《谁动了我的奶酪》,一路走来,都一度成为超级畅销书。美式管理以其强大的经济基础和其成熟的管理为依托,以激发人的潜能为核心,以高效的运作为手段,以财富的累积为目的。有企业的叔叔阿姨们在读这些书,没有企业的兄弟姐妹也在读这些书。他们接受了这些理念,并且为之迷狂,以为找到了通向财富之门的“阿拉丁”神灯,好像找到了独步天下的“武林秘笈”。

一阵恶补下来,人们发现,美式管理也不是灵丹妙药,它不够人性,不够和谐,原来财富也不是人生的唯一目的。一个中国顶级经济学家站在中央电视台“对话”的圣坛上向他的学生们——中国商人布道:不要在向美国人学习的同时,忘了我们的祖宗。于是又重新寻找,找到了中国古人,找到了中国传统管理智慧,导致了中国传统管理智慧的复兴。

接着,《水煮三国》、《细节决定成败》、《中国式管理》这些中国传统经营管理智慧的书压倒性地占到了畅销书的排行榜。中

国智慧强调以智取胜,认为做企业最重要的是把握商机,认为做企业最重要是“中庸之道”,认为“三十六计”可以用于商务谈判,认为“水浒”和“三国”讲的都是商界江湖,认为只有修身才能“治企”。一个叫做曾仕强的台湾老人,到处宣传他的“中国式管理”,他要让每一个中国商人都成为圣人。在北京大学的总裁班上,企业家们聆听着国学大师们宣讲孔孟之道,著名华人历史学家许倬云先生开起了《从历史看管理》的课程。原来中国古代政府管理经验里也有许多供今天的企业管理者学习和借鉴的东西。

对于中国式管理的大行其道,现在已经有人开始质问了:孔孟之道一直都存在,为什么中国就没有出一个世界级的企业家?台湾有一个名为“趋势科技”的企业,它的财务总部在日本,销售总部在美国,研发总部在中国,开发中心在马来西亚,它应该采取什么样的管理呢?

近来,管理学上一个新的动向已经引起人们的注意,就是人们看到了红色管理的价值,向中国革命要智慧。中国共产党有最高纲领和最低纲领,这好比企业的愿景,中国共产党作为世界上最大最有效的政党,这好比企业的组织。从《向解放军学习》开始,《党史商鉴》、《红色管理》都是红色管理方面的著作。

说到这里,明白人一看就清楚,中西管理的争论涉及到近代以来中西文化冲突中的一个最基本的命题:是中体西用还是全盘西化?作为这个命题已经形成一个约定俗成的答案:这两种态度都不对,一个正确的态度是应该吸收人类文化的所有优秀成果。

管理之学作为应用之学更是如此。一个成熟的企业家,它

应该向整个世界要智慧,应该向全部的人类文化要智慧。不管是德国商人的严谨、印度商人的空灵还是日本商人的武性、犹太商人的精明同样可以使我们受益无穷。

所以我非常自信地说,中国企业家即将经历一个向世界文化要智慧的阶段。

正是基于此,我们编辑了这套“中西管理智慧”丛书,系统梳理世界文化中优秀的经营智慧,寻找世界商人的财富基因。本期共推出5本,包括《东方商人地图》、《西方商人地图》、《中国传统经营智慧20讲》、《中国红色管理智慧20讲》和《中西管理智慧大PK》。在此之前我们出版了《商人地图——中国商人的地域性格与文化精神》。以后有条件的话我们会继续做下去,通过我们的努力来迎接这个中国企业家向世界优秀文化要智慧的时代到来。

二、西方商人的财富基因

下面这则故事说明了文化性格的差异。

有三个人因故要在监狱服刑三年,监狱长答应他们每人可以提一个要求。美国人爱抽雪茄,就要了三箱雪茄。法国人最浪漫,他要了一个美丽的女子在狱中相伴。而犹太人说,他要的是一部可以与外界随时沟通的电话。

三年很快就过去了。

美国人率先从监狱里冲出来,嘴里、鼻孔里都塞满了雪茄,大喊道:“给我火,给我火!”原来他忘记要火了。

接着出来的是法国人,只见他手里抱着一个小孩子,美丽女子手里牵着一个孩子,肚子里还怀着第三个宝宝。

最后出来的是犹太人,他紧紧地握住监狱长的手说:“这三年来我每天与外界联系,我的生意不但没有停顿,反而增长了300%,现在我已经是10亿身价了。为了表示感谢,我给我的监友每人送一辆劳施莱斯!”

一种文化决定了一个企业群体的财富基因。

一种文化决定了一个民族的商人性格和一个民族的企业成长轨迹。

不管是中式管理,还是美式管理,就其本质来说,都可以从文化上找到性格基因。严谨的科层结构发生于德国,现代经理人制度发端于美国,精细的管理和团队精神更多表现在日本。科层管理的背后是德国严谨的日耳曼民族精神;现代经理人制度之所以发源于美国,主要是美国的个人英雄主义和鼓励个人创新;而精细管理之所以更多地出现在日本,是因为大和民族的团队精神,强调服从与忠诚。这些都是与民族文化有关系的。

每个国家亦有自己特有的商人个性,比如英国商人具有绅士风度,法国商人具有浪漫情怀;又如俄罗斯商人的摇摆不定,意大利商人的激情四溢,提到美国商人,自然令人想到了英雄主义和创业精神。

一个国家的商人性格,决定一个国家的商品性格,就以汽车为例,有一个顺口溜是这样说的:

日车是精巧的,省油是可取的,优点是实用的,缺点是薄皮的;

韩车是经济的,档次是平民的,价格是诱人的,特色是软面的;

德车是先进的,安全是可信的,可靠是一贯的,技术是先进的;

英车是绅士的,内饰是豪华的,毛病是常出的,价格是吓人的;

法车是浪漫的,铁龙是无力的,雷诺是落伍的,标致是进取的;

意车是刚劲的,性能是不稳的,颜色是红色的,顶上是没盖的;

美车是大气的,吃油是天生的,进步是明显的,差距是不小的。

汽车如人。

本书中我们勾画了西方商人的财富地图,分析了德国商人、美国商人、法国商人、俄罗斯商人、英国商人和意大利商人这六大西方商人的财富基因。

西方商人的财富基因里有许多共性的东西,他们同样源于古希腊传统。他们普遍具有重商的传统,财富标准是他们共同的标准,他们普遍具有创业精神,但是他们又极具个性。

英国的富豪主要是贵族后代,美国的富豪主要是信息精英,德国在制造业上有绝对优势,法国的巨富主要是时尚产业,而俄罗斯的巨富则主要是石油商人。

从西方商人的性格基因我们看到:越是严谨的民族,经济发展就越稳定,它的制造业就越发达,比如英国、德国是世界著名的制造业中心;越是浪漫的民族,它的时尚产业就越发达,比如意大利、法国等,他们的时装和化妆品无人能敌;越是性格开放

的民族,它的企业的国际化程度就越高,像英国,面对的就是一个开放的世界,他们的企业的国际化程度就非常高,比如英国人的联合利华可以开到世界一百多个国家,他们可以到阿拉斯加去采油。相对来说,意大利人的国际化程度就要低得多。由此我们得出一个规律性的东西:一个开放性格的民族,企业的国际化程度就要高一些。

德国商人

『德国制造』与德国商人的严谨

文化性格决定了商人性格，商人性格决定了商品性格。

德国文化和德国商人以严谨著称，他们的严谨使他们在制造业方面无人匹敌。

德国商人的严谨有些像日本商人。日本人有尼康，德国人有莱卡；日本人有东芝，





德国人有西门子；日本人有本田、丰田，德国人有宝马、奔驰。

德国人在制造业方面的名字可以列出一串串。除了前面的奔驰、宝马、西门子外，还有汉高、阿迪达斯、保时捷、奥迪、博朗、麦德龙、汉高、博世、贝克、海德堡等世界知名品牌。

德国是世界著名的制造业大国，“德国制造”意味着高品质。

德国作为高度发达的工业化国家，经济实力居欧洲首位。在国际上是仅次于美国和日本之后的第三大经济强国和美国之后的第二大贸易国。目前，中德贸易占中欧贸易的40%。

德国文化与德国商人的财富基因

“德意志”一词来源于古德语“diot”一词，是指生活在法兰克王国东部的日耳曼部落所讲的方言，最早见之于公元8世纪。查理大帝统治法兰克王国时期，有许多讲德语的日耳曼部落，这些日耳曼部落人所讲的方言被称为“德意志”。查理大帝去世以后，法兰克帝国瓦解，形成了东西两个王国。讲法语的西法兰克王国后来演变成今天的法国，而讲德语的东法兰克王国的居民在此后的长期生活中也逐渐产生了一种“同属一国”的感觉，这就是后来的德国。

第二次世界大战以后，德国作为战败国被分为德意志联邦共和国（即西德）和德意志民主共和国（即东德）。直到冷战结束，到1990年东德和西德才实现统一。这就是我们现在概念的德国。

德国位于欧洲的中部，面积35.69万平方公里，人口7860万。

德国不仅经济上令人瞩目，而且在文学界有歌德、海涅、席



勒、莱辛和格林兄弟，在音乐界有贝多芬、门德尔松、巴赫和勃拉姆斯，在哲学界有马克思、尼采、弗洛伊德和康德。

德国人在人类文明史上有着举世瞩目的成就。

德国人像精灵，也像魔鬼。

英国首相丘吉尔说过一句话，大意是：第一次世界大战是由德国人发动的，第二次世界大战也是由德国人发动的，所以第三次世界大战也还会是由德国人发动。

美国学者戈登·A·克雷格认为，对德意志这个国家来一个概括，人人都感到很难，大概是因为德国人总是不像其他民族人民那样服从逻辑法则。

德国哲学家尼采也说过，德意志的灵魂道德是多重的、多源头的、混合重叠的，而不是实实在在建立起来的，因此，德意志人比起其他民族来，对他们自己就更为不可捉摸、更复杂、更矛盾、更不可知、更难预测、更令人吃惊，甚至更为可怕。

这一切都要从德国文化中寻找答案。

德国人以日耳曼人自称。希特勒发动第二次世界大战的时候，一个重要的理论就是认为日耳曼人是世界最伟大的民族，为此，他要统治整个世界。

就日耳曼人的生存环境来说，寒冷的气候、贫瘠的土地培养了日耳曼人旺盛的生存本能。为了生存，他们进入了无止境的征战。战争与掠夺成为日耳曼人生活中的重要部分，形成了他们民族性的重要方面。

德国的文化受欧洲文化价值观影响很深。首先，欧洲文艺复兴运动和法国资产阶级大革命带来的民主、自由等价值观，对德国文化产生了很大的影响。其次，宗教主张的博爱、平等、勤



俭、节制等价值观念,在很大程度上影响了德国文化。还有,德国强调依法治国、注重法制教育、强调法制管理,在市场经济条件下长期形成的完备的法律体系,为建立注重诚信、遵守法律的文化奠定了基础。德国人长期形成的讲究信用、严谨、追求完美的行为习惯,使企业从产品设计、生产、销售到售后服务的各个环节,无不渗透着一种严谨细致的作风,体现着严格按照规章制度去处理问题,对企业形成独特的文化产生了极大影响。这几方面的结合,形成了德国人冷静、理智和近乎保守的认真、刻板、规则的文化传统。

德国文化明显区别于美国的以自由、个性、追求多样性、勇于冒险为特征的文化,也区别于日本强调团队精神在市场中取胜的文化。

找到了德国文化,就找到了德国商人的财富基因。

德国人在世界上是以严谨、认真著称的。他们的民族性格决定了他们的财富基因。

德意志民族是一个讲究秩序的民族。在德国很少见到乱堆乱放的情况,从城市建筑物到家庭里的摆设都井井有条。德国人做事很有计划性,家庭主妇外出购物先列好一张购物单,要买多少大米、多少面,在家里都计划好。德国人出国旅游,可能在一年前就开始制订旅游计划了。由此可见德国人办事的计划性及严格认真的态度。

在德国,不用担心飞机、火车误点的问题。不仅飞机、火车守时,就是公共汽车也非常守时。德国人的守时是出了名的。一次,一个在德国的中国商人约好了一个德国人到他们住地谈保险的事,时间约定在早晨9点。8点55分,这个德国人已经在