

全球十四本财经畅销书的商人对话

品味资本

王巍 李青原 等著

《中国企业家》书系



中国时代经济出版社

全球十四本财经畅销书的商人对话

品味资本

王 巍 李青原 等著

《中国企业家》书系



中国时代经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

品味资本：全球十四本财经畅销书的商人对话/王巍等著.

- 北京：中国时代经济出版社，2002.9

ISBN 7-80169-340-X

I. 品… II. 王… III. 经济-书评-世界 IV. G236

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 069354 号

品味资本

全球十四本财经畅销书的商人对话

王巍 李青原等著

出版者	中国时代经济出版社 (原中国审计出版社)
地址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦 11 层东办公区
邮政编码	100007
电话	(010)88361317 64066019
传真	(010)64066026
发行经销	各地新华书店经销
印刷	北京百善印刷厂
开本	880×1230 1/32
版次	2002 年 9 月第 1 版
印次	2002 年 9 月第 1 次印刷
印张	7.875
字数	150 千字
印数	1~5000 册
定价	19.80 元
书号	ISBN 7-80169-340-X/F·110

版权所有 侵权必究

目 录

网络的滋味

- 读英国《经济学家》关于网络经济的点评精选 5

探索新经济中的创新动力

- 读《The New New Thing——一个硅谷故事》 19

投资银行家与企业价值的创造

- 读《新金融资本家》 37

面对变化的 4 种生活态度

- 读《谁拿走了我的奶酪》? 55

环境要素、宽容失败与创新精神

- 读《硅谷的优势》 69

交易的艺术与企业家人格魅力

- 读《东山再起——投资界的不死鸟》 85

东西方学者和企业家的共同关注

- 读《所有制的出路》 101

新经济中的政府定位与企业战略	
——读《看不见的大陆》	117
数目化管理与企业文化重建	
——读黄仁宇的《资本主义与二十一世纪》	133
人格化金融资本的成就与悲哀	
——读《华尔街上的白鲨》	149
人力资本与货币资本的较量	
——读《新关系：美国公司的人力资本》	167
信任的资本化	
——读美国学者福山的《信任》	183
企业对政府定位的要求	
——读《国家竞争优势》	203
竞争力不是保护出来的	
——读《日本还有竞争力吗?》	219
从网易、安然到信用规则	235
后 记	245

商人的奢侈

商人是我们这个社会上做事的目的性最强，同时又必须直接对结果负责的人群之一。把商人与读书放在一起，总让人觉得有点怪。

即使到了“学而优则商”渐成风气的时候，我们也很难点拨给大家说：某某是因为学习好、读书多而成为大商人的。反面的例子倒比比皆是：从我国改革开放之初大量

因无知之勇而暴富的创业者，到美国学都不想完就去做生意赚钱的比尔·盖茨、杨致远。其实，在我们的生活中，像我等貌似以读书为职业，心中常存某种莫名其妙的精神优越感的人，往往被一些偶然发现所击中，甚至击蒙：那么多挣了大钱并且仍然在继续挣大钱的人，他们也没读多少书、没见多聪明啊，我们那么认真地读书、辛苦地写作，难道只是为了自许清高、自娱自乐吗？

问题也许正出在这里。读书对于我们许多人来说，已经不只是一种工作方式，甚至成为一种基本的生活方式。书中有很多诱惑，读书本身就可以给我们很大的满足感。既然“书中自有黄金屋”，还那么在乎书外之物干什么？因此，如果说读书对我们，对普通读书人属于随手可得而又乐在其中的一般消费行为的话，那么，对于商人而言，读书则是一种极端奢侈的消费行为，因为他们的一切努力几乎都是为了提高交易的价值、经营的效益，他们的时间是实实在在以金钱来计算，是非常昂贵的，而读书又实实在在是特别耗费时间的事情。

然而今天，就是在读书找不到满足感，只有挣钱、不断挣大钱才能找到满足感的商人圈里，这种极其昂贵、极其奢侈的读书行为正在滋长起来、蔓延开来，演为风尚。为什么呢？当然首先是源于他们的需要，挣钱的需要，经营管理的需要，扩大眼界、提高素质的需要。商人圈里，附庸风雅的人不能说没有，能在读书本身的过程中找到乐趣、找到享受的人也不能说没有，但正像文首说的，商人

是目的性最强、最看重结果的人群之一，他们一定不会单纯为了做个样子给别人看或单纯为了享受一番而花大量时间去读书的，否则他就不是真正的商人了，真正的商人读书一定有非常直接的目的，非常迫切的需要，就像饿了要找香肠，渴了要找啤酒一样。而不一样的是，文人通过读书真能充饥解渴，甚至比真正充饥解渴还过瘾；商人读书却没法真正充饥解渴，只能让他觉得似乎眼睛更亮了，思维更清晰了，判断更准确了，决策失误的可能性更小了，捕捉商机的能力更强了等等，总之是通过读书、读有用的书让他自己觉得更能做一个成功的、不容易失败的商人了，经营管理更有办法了。真正能让一个商人充饥解渴、甚至比充饥解渴更过瘾的事情，只有赚钱，不断地赚更多的钱。

其次，读书这种商人的奢侈行为之所以能迅速风生水起，成为风尚，除了源于商人自身的内在需要外，还必须有人善于非常敏锐地捕捉这种需要，放大这种需要，以至于千方百计地满足这种需要。谁在做这种事情？很多人、很多机构都在做，自卖自夸地说，《中国企业家》杂志在这方面是真正做得既早、又持之以恒坚持了下来的。从1997年的“企业家书架”、后来的“首脑书斋”直到房毅编辑、王巍主持的“商人读书”专栏，应该说是越做越有味道、越做越受欢迎、越做越有感觉了。尤其是“商人读书”，主持人王巍作为学者型的“海归派”企业家，经商多年却不改读书旧习，阅人无数而阅书更多，把自己和朋友们读后认为对中国商圈最值得推荐的全球财经畅销书，以对话的

方式一本本拿来咀嚼品评，献诸同好。在日渐强烈的反响和好评声中，一年多来不觉已经累积十几本，其中不少是经过“商人读书”的影响才引起国内出版界注意，继而译为中文，风行一时的，如《谁动了我的奶酪？》。王巍在“商人读书”中的对话对象，或如关注商界、了解资本的清灵学者李青原，或似学养深厚、知行合一的思想商人田源、冯仑，书已是好书，再经过他（她）们在对话中的精彩解读与再创造，对读者来说已无异于美酒咖啡，其诱惑怎能抗拒？

难怪许多企业家说是“商人读书”唤醒了他们的读书兴趣，激发了他们的学习热情；难怪那么多朋友希望我们把“商人读书”的对话结集出版，奉献给更多的读者朋友呢！

在此，我再次感谢王巍先生，感谢在“商人读书”中与王巍对话的各位朋友，感谢中国时代经济出版社，也感谢《中国企业家》杂志的“商人读书”的责任编辑房毅。是他（她）们使得《品味资本》这本书有了出版的可能，从而为我们的《中国企业家书系》又增加了一朵奇葩；是他（她）们身体力行，坚持不懈，努力地推动着读书——这种商人的奢侈行为逐渐风行起来，蔚成大观。

是为序。

刘东华

二〇〇二年八月十八日

网络的滋味

——读英国《经济学家》

关于网络经济的点评精选

主持人 王巍





2000年中，网络经济刚刚完成一个轮回，大家对下一步的动向不甚了了。与其自雄自壮地发些底气不足的呐喊，何如冷静地理解别人的研究和看法。

过去的一年里，我们耳闻目睹了一连串被称作“跨世纪”事件的兴与衰，如大国领袖的更替，经济巨头的并购，人类基因密码的检测等等，无论是政治的，经济的，文化的，军事的，科技的大举措还是观念上的推陈出新，无一不带着网络时代的标记。这倒不一定非得从事件中找出互联网的内容，仅仅从人们获取这些事件和变化的主要媒介已在不知不觉当中转向互联网这个事实就明了于心了。互联网在全球已是风起云涌，蓄成不可逆转之势。

“有情风万里卷潮来”，网络时代的千头万绪也在一批批网络弄潮儿的顽强努力下在中国强劲登陆。归国学人挟洋款以自重，抢滩圈地；名校学生效盖茨而停学，赤膊登场；各地行政诸侯，亦惟恐后人而无功，竞建“硅谷”；高人频频设坛宣教，指点禅机；公司纷纷翻牌触网，浑水摸鱼。一时间，大有“忽如一夜春风来”之意，以至于若干勇者竟呼出赶“英”超“美”的口号来。谁知天不假年，转过一个世纪的端口，国人刚刚体味到互联网的些许魅力，信心初上，居然形势急转直下，大洋彼岸 Nasdaq 一声锣响给中国送来了“网络泡沫”。未等创业者们观望清楚，网络先驱便成网络先烈。各界对网络商务种种幼稚的商业模式的冷嘲热讽又飕飕压将过来，弄得网络业者口壮心亏，偃旗息鼓竟落得个“落红满阶无人扫”的局面。

正如本书题目所称，“从疯狂到理智？！”，尽管人人都对网络社会的未来有十足的信心，谁个清楚网络时代的当下处境。也许今日的清淡是对往日疯狂的矫正，或许是矫

枉过正。狐疑之中，广求诸贤，亦不得释怀。硅谷才俊均声嘶力竭大张网络之目，年轻后生仍摩拳擦掌惟恐投身无门，政府官员自胸有城府俨然天生舵主，显要贤达则深谋远虑不容他人置喙。身为企业财务顾问，每每应对咨询，不敢“以其昏昏，使人昭昭”，不免时时恶补网络新知。一日翻检英国《经济学家》杂志，得悉英国的“大不列颠百科全书”在互联网浪潮的冲击下，倨傲于前，失措于后，节节溃退终究不保其数百年贵族气节而宣告经济破产的悲剧。掩卷而思，未敢举一反三地替互联网叫板其他传统产业，却有感于作者将偌大的学问贵族沦落史三言两语地概括，让你在轻描淡写之中领悟惊心动魄的变化，实在是大家手笔（参见附录第 11 篇“朝着网络超市进发”）。由此滋生出更多了解一点国外学者关于互联网感受的想法。尽管国内关于互联网的译著已是纷来沓至，但多是科技工具类或是商业推广类，在一些讨论社会影响的译著中也多为激情的预言而缺乏具体的感受。相对于过于理性化的鸿篇巨制而言，英国《经济学家》杂志两年以来关于互联网的种种议论实在是平实无华的佐餐调料。该杂志在学界口碑极佳，专家多隐名讨论，不以声名定尊卑，亦不避臧否人物。观点不求一统，你察之我观之，相逢一笑而已；风格不拘一致，有厉色有柔声，各诉衷肠可也；点到为止，无须上纲上线；曲径通幽，鲜见剑拔弩张。此等意境最适于讨论诸如网络经济之类的未来趋势，心平气和，慢条斯理。虽少了高头讲章的气派，却有了微言大义的起点。我将《经

济学家》所刊出的百余篇文章大体浏览后，在网络由热到冷的一个周期内（1999年11月－2000年5月）选出27篇请同道诸君译校并与读者们共同体会之。

1. 网络与民主

网络经济一词已是大行其道了，但网络政治、网络文化、网络法律等等却姗姗来迟。本书学者对经济之外的网络现象给予高度的关注，网络与民主是一个频率很高的关联词。经济学家们不断鼓吹网络经济减少摩擦，降低交易成本，使供给能够直接与消费者的各种需求挂钩，全心全意为人民服务。但几年来的实际数据表明，“互联网的好处却偏向了收入天平上更高的一边。而互联网从本质上来说，却是民主的、公开的和透明的。如果它的利益扩展得更为广泛一些，从长远来看，也许真的能够有助于减少不平等而不是增加不平等”。这不免相当于从计划经济进入市场经济的意义了，拒绝网络经济将会使由于落伍而形成的表面上的不平等长期地甚至是永远地固化为鸿沟。对社会阶层的含义如此，对于全球化中的国家差距也是同理。“垄断在网络经济中仍会出现，就好像在许多行业中那样，但得益于互联网自身的特点，在将来它们也许会变得要求不高、天地有限。”同样，本书中讨论互联网在政治家竞选中应用的几篇文字也揭示了未来网络社会中政治民主的表达方式与制约对人们习以为常的观念的调整。

2. 网络与隐私

当我们强调互联网上信息的廉价与共享的同时，不得不承受网络普及可能导致黑客的泛滥、个人隐私丧失的可能代价。本书一个作者“以身试法”的经历（见附录第4篇“互联网与隐私”）颇令读者心领神会。信息社会的美好是否包括对个人隐私的限制，如果运用信息手段来保护个人的自由领地，那么，信息壁垒会不会增大了社会交易成本，会不会改变社会道德标准和行为规则。如果将商业公司的隐私考虑进去，信息割据能否增大新经济的交易成本，商业道德和商业行为准则会有何种变化。同样的问题也可以推而广之地引申到国家安全、军事和宗教等更为敏感的课题上。显然，没有任何明确的答案可以放之四海而皆准，仅仅提出问题便令人获益匪浅了。

3. 网络与政府

互联网源于国防安全，但其发展的动力却是无数人基于科技和商业的目的而汇聚的能量，简言之，互联网实在是无政府主义的产物。当网络列车开上高速路后，政府发现它已失去了司机的位置。出于种种动机，网络弄潮儿极力推动政府义无反顾地投身于互联网浪潮，但对于政府在网络社会的地位却三缄其口，或顾左右而言他。本书作者在各篇都涉及了政府在美国、日本、英国、法国、亚洲等地域的表现，讨论了政府在网络立法、网络征税、网络垄

断和网络政治等题目上的态度和举措，颇有新意。令笔者注意的是在附录第9篇“亚洲小虎与科技”中对亚洲网络经济的几点忠告：“亚洲互联网业确实已经崭露头角。希望就在于政府别再去教大家如何行事”。

4. 网络与文化

网络当然是文化现象，但鲜有像附录第21篇“网络与法国文化”作者那样将民族文化与互联网的冲击针锋相对起来。法国人的文化骄傲及政府对互联网的倔强政策到底能走多远，是令文化人牵肠挂肚的事儿。参照着附录第13篇“英国政府与互联网”的无奈以及附录第19篇“首先是美国，然后是世界”的傲慢，国人也不得不反躬自问，中国文化在这一轮西学东进中何以自处。联想起不久前网络界曾出现的“中国C网”企图在网络上打出民族特色一事，确使志士仁人惆怅不已。大约是互联网与科技，与赚钱联系太紧的缘故，很多知识分子和文化人士对网络退避三舍。也许几十年后，不沾互联网的文化即便存在也成“国学”了。当眼见越来越多的中小學生是从互联网上学习传统文化时，我们不得不关注“互联网文化”的蔓延。传统社会中的文化表现形态、学术承继机制、知识分子的阶层性格会在互联网这种交互的（interactive）、宽带的（broadband and multimedia）、个性定制的（customization）、无线移动（wireless and mobile）、感应启动的（voice-activated）、多重传输（multiple access）的文化交流方式中有何种深远的变化，我

们真是无从得知。幸耶，不幸耶？

5. 网络与科技

笔者每每在各种讨论的场合与出身科技界的网络朋友直率地称，互联网不是高科技，不过是科技的应用而已。尽管大家心照不宣地认同这一点，但似乎多少有些感情伤害。在《网络公司价值评估与上市》（经济科学出版社 2000 版）一书中，笔者称：“科技并不是互联网的主导成分，如同智能电话和数码电视固然是高科技的产品，但打电话和看电视本身却谈不上是什么高科技一样。科技界掌握了互联网的最初话语权是历史发展的自然结果，但过于强调其‘数码为王’的表象将会排斥普通大众拥抱网络经济的信心与激情。毛泽东曾督促哲学的普及，称‘让哲学从哲学家的课堂上和书本里解放出来，成为广大人民群众手中锐利的武器’，今天的互联网也恰恰面临这样的任务。在科技界自雄自壮地创造一个个网络神话的同时，我们更为关心普通民众对于网络经济的了解和把握。我们今天讨论网络经济更多的是关注互联网对于人们消费、生产、交易和社会交往的巨大冲击，观察在互联网基础上的经济组织方式、社会融合模式、文化思维方面的诸多变迁。在这个层面上，企业界和普通民众应当有更大的话语权和参与机会”。参照附录第 5 篇“被遗忘的互联网先驱”一文，相信读者会有许多领悟。该作者指出：“多数与网络增长失之交臂的先驱者都缺乏这种观点，即动力和创造力需要在新经济中获得成