

这是一部诠释“兵道”与“商道”的文化力作
这是一组从战场走向商场的英雄雕像

兵商如铁

田浩运



看军人文化的时代魅力

BINGSHANGRUTIE

房秀文◎著

人民出版社

◎ 中國當代文學研究叢書
◎ 中國當代文學研究叢書

真商如鐵

中國當代文學研究叢書

看軍人文化的時代魅力

THE CHINESE MILITARY CULTURE

王康著



中國當代文學研究叢書

兵商如鐵

遲浩田 

看军人文化的时代魅力

BINGSHANGRUTIE

房秀文◎著

 人民出版社

责任编辑:蒋建平

装帧设计:北京九品轩工作室

图书在版编目(CIP)数据

兵商如铁——看军人文化的市场魅力/房秀文 著.

—北京:人民出版社,2007.11

ISBN 978-7-01-006623-3

I. 兵… II. 房… III. 成功心理学 IV. B848.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 170171 号

兵 商 如 铁

BINGSHANG RUTIE

房秀文 著

人民出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷 新华书店经销

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月北京第 1 次印刷

开本:700 毫米×1000 毫米 1/16 印张:21

字数:255 千字 印数:0,001—10,000 册

ISBN 978-7-01-006623-3 定价:49.80 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

序

范廷宇 少将

他是一位商人。但在他写的这本《兵商如铁》书中，出现频率最高的一句话却是“我是军人”。军人——商人，商人——军人，这分明是在昭示人们：他曾经是军人；在脱下军装，投入商海之后，依然自觉而严格地用“军人”这把标尺去衡量、去修正自己的思想、议论和行为。须知，这是一种情结，一种蕴涵丰富、历久弥新的军人情结——军人自有军人的品格，军人自有军人的情怀，军人自有军人的精神，军人自有军人的特质。军人的浩然正气和远大追求，在《兵商如铁》这部书中表现得淋漓尽致！

我是一名军人。军人读《兵商如铁》，有一种特殊的敬意会从心底油然而生。因为在我看来，摆在我面前的是一部新书，一部充满新意的书，一部“看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛”的书。新书之新，新在独出心裁，独辟蹊径，独树一帜。“兵商文化”的命题是崭新的，它提出并回答了革命军人在新形势下为何能够保持荣誉、如何继续保持荣誉这样一个重大的时代课题。25年的军旅生涯，堪称老兵；12年的商海搏击，当属新传。顺理成章，我把作者这一次的著书立说看成是市场经济条件下新的“老兵新传”。我谓“新传”，大家请看——

作者面临的是新的课题。“列车上的碰撞”、“八个小时的转换”、“第一份考卷”、“挥师北上”……从战场到市场，从军营到商海，从军人到商人，一切都是新的。原来所熟悉的，在军队所掌握的那些业务知识和生活经验，直接搬来是用不上的。一时间，他感受到了方方面面的不适应。可以这么讲，从“兵商文化”命题的提出，到“兵商文化”体系的构建，从“兵商文化”内容的揭示，到“兵商文化”发展的设想，一个个都是新的课题，也是新的难题。作者难能可贵的是能迎难而上，知难而进，尽快转

变，尽早适应，硬是用“锲而不舍，金石可镂”的精神破解了难题，开创了先河。作者这样做，不是为了哗众取宠，不是为了填补空白，不是为了学术而学术，不是为了出书而出书，而是将整个着眼点放在帮助退伍军人市场创业上，放在推动民族商业文化的振兴上，这就更加鲜明地映照出了一个老军人的拳拳之心和高风亮节。

作者推出的是新的思路。用老一套的思路去对待崭新的课题，肯定是格格不入的。作者推出的新思路，新就新在研究新问题，适应新情况。比如，他“把自己精简为零”，发出“存折招领启事”，全力“培育‘铁血团队’”，甘当“编外股东”，让工程“重新启动”，等等。所有的这些思路，都是新的。我把它看成是一种换位思考，反向思维。也许很多人有和作者相同的经历，也许不少人的阅历和积累可能更加丰富一些。可是，为什么作者能够在这种情况下推出新的思路，不少人却是想做而做不到？我觉得，作者平生恪守并身体力行的“与人为善，待人以诚，助人为乐，成人之美”的生活信条，可以给我们以深刻的启迪。要知道，这一生活信条所反映的本质内涵，是我们中华民族思想宝库中一个具有核心支撑力的优秀思想。我们这个被称为礼仪之邦的、历史悠久的文明古国，为我们传承下来很多宝贵的思想财富，这便是最值得珍藏的财富之一。说来也巧得很，作者的祖籍正好在孔、孟的故乡，基因的传承和严格的家教，从小就将这种民族思想的精髓，渗透进了自己的头脑深处，在人生的每一个时刻，都如同烛火燃在心房，照亮自己，也温暖了别人。问君思路何以新，为有源头活水来。在我看来，作者的这一生活信条，既是他以人为本精神的生动写照，也是他新的思路赖以产生的源头活水。

作者进行的是新的探索。都是摸着石头过河，都是趟着水过河，他坚定地相信，世上本没有路，走的人多了，人走的多了，也便成了路。从这部书中看，作者的这12年，是探索的12年，是搏击的12年。在这12年中，他曾经“三次与死神握手”，经历过“塞外冬来早”、“春寒彻骨”，但他依然“在风雨中挺立”。做到这一点，不仅需要勇气、坚韧、胆识和魄力，更需要那种“破茧成蝶”式的自我突破与自我超越。他确实做到了，那是因为他敢于站立潮头，在风雨磨砺中成长。当然，12年的探索，有顺利也有挫折，有低谷也有高潮，这都是很正常的。但从总体上来说，他是成功的。我对他这12年，想引用一句宋词来做总结，那就是“弄潮儿向涛头立，手把红旗旗不湿”。

作者收获的是新的感悟。实践中悟出很多新的道理，形成很多新的观点，翻开此书，随处可见。比如，作者阐述并论证了战场文化是“生死文化”，商场文化是“成败文化”，而“兵商文化”则是“融合文化”这一命题；融合并不是简单的加法，而是加减乘除诸法兼用，把融合化为一个锻铸、提升和发展的过程，高屋建瓴，颇具新意。再如，“市场是退伍军人施展才华的最好舞台”、“军人素质是创业成才的无价之宝”、“兵商精神是商场中的亮剑精神”、“做企业就是做眼光”等等。这些新道理、新观点，没有亲身经历是悟不出来；而有了亲身经历，也不一定悟得出来。作者的可贵或者说是高明之处，就在于他不是站在个人的立场上，而是站在一个更高的、更为广阔的立场上，“我为战友架金桥”，脑子里装的是千千万万走出营房的战友，展示的是“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”的大胸怀。应当说，这是理论上的收获，也是精神上的升华。

作者是部队的一位资深的优秀新闻工作者，写作这本书仍然用的是“新闻笔法”。在写作过程中，他牢牢把握真实是新闻的生命这一个原则；他灵活运用叙事明理、事理相间、旁征博引、画龙点睛的表现手法；他始终坚持从理论与实践的结合上，观点与材料的统一上说明问题；他努力实现作品可读、可信、可亲的阅读要求……“新闻笔法”的匠心独运，确实强化了作品能够抓住人、说服人、打动人的效果。看我连续十几天都在聚精会神地翻阅书稿，一位老战友关切地问道：这书写得怎么样啊？我半是玩笑半认真，随口撂下三句话：耐人寻味，发人深省，催人奋进！其实，这话就是我真实的阅读感受。

与“新闻笔法”互为表里，殊途同归的一点，就是本书朴实的文风。朴实，要“有真意，去粉饰，少做作，勿卖弄”，摒绝浮华，朴实无华。搞写作的人都懂得，语言是有声无形的文章，文章是有形无声的语言，你怎么想就怎么说，怎么说就怎么写。这样写出来的作品才会像一股活水自然流注，明白而晓畅。世界上好的作品差不多也就是这种清新、质朴、绝无虚伪和粉饰的作品。在这些作品（包括本书在内）里，没有硬添上去的口号和造作的尾巴，有的是真实的生活，生龙活虎的战斗，人民的事业、思想和热情。作者书中所叙都是亲历亲为之事，书中所议都是发自肺腑之言，所以读他的作品，你始终会强烈地感受到一种挥之不去的朴实无华，但字里行间绝对不乏思想的火花和飞扬的文采的力量。

“年光似鸟翩翩过，世事如棋局局新。”世事是如棋，人生亦如棋。我

和本书作者房秀文同志相识 30 多年，深知他是一个惜时如金，勇于创新的人。他在书中表现出来的是革命军人的浩然正气，是一个开拓者奋发向上、自强不息的创造精神。相信本书不仅会对现役军人和退伍军人产生重要的激励作用，而且对商人、学生等社会各界的青年朋友也具有重要的参考和借鉴价值。行文至此，我突然萌生这样一个念头：再过 12 年，我们来相会，作者奉献给我们的必定是又一部新的商海传奇，它将再一次让我们震撼，让我们惊喜！

（作者原为解放军艺术学院院长）

序 / 001

开篇：商场“铁军”是怎样铸成的 / 1

一、自强 / 6

加入 WTO 以后，世界市场一体化的格局基本形成。面对日益白热化的国际竞争，中国企业应对不力的有之，恐惧慌乱的有之，消沉疲软的有之……整个“舰队”如何突围“生死地带”？答案只有一个：自强不息！要圆大国复兴的“梦”，必须先“铸”大国复兴的“魂”。

故事 1：列车上的撞击

二、忘我 / 15

天下熙熙，皆为利来。趋利避害是人的天性。但是人之所以为人，就在于人能够克服自己的动物性。鸟为食亡，人却不一定为“财”死。只有克服了自利的天性，才能完成从“无商不奸”的商人到“兼济天下”的企业家的蜕变。

故事 2：把自己精简为“零”

三、敢为 / 25

张瑞敏说：要么被狼吃掉，要么征服狼。面对“狼来了”的阵阵呼声，中国企业需要的不是惧怕，不是关起门来研究“对策”，而是起而行之，与狼共舞的“铁血文化”。军人永远是军人，而狼却永远只能是狼。

故事 3：八个小时的转换

四、志远 / 38

军人远大的革命追求，经过市场拼搏的“淬火”，吸纳商人敢于冒险的品格，就铸成了独具特色的中国企业和企业家精神，这就是“无高不攀”的进取创新精神。有了这种精神，我们就能突出“重围”，杀向世界，铸造出一个本来就应该属于中国商人的辉煌。

故事4：第一份考卷

五、尽责 / 46

在如今的中国企业界，“责任感”是普遍缺失的：老板不像老板，员工不像员工，这一点从根本上妨碍了我们向现代企业的转变。如何才能培养出像军人那样尽职尽责、自发自觉的强烈责任感呢？说穿了，秘诀其实只有两个字：赶上。

故事5：辽东海滨闹“离婚”

六、进取 / 54

财富如水，都是向着低处走的。很多拥有财富的人，也都不自觉被带到了沉沦、消极、颓废的人生负面，妨碍了进一步的发展。他们不知道，人是有“魂”的，人生是逆水行舟的。人往高处走，没有钱是万万不能的，但有了钱也非万能。财富，是人生成功的助推器，而非终点。

故事6：挥师北上

七、融合 / 64

什么是最高经营之道？就是为自己创造一个最有利于发展的外部环境。兵家的“善战不战”用之于商，就是融合。尽最大可能去展开合作，消除阻力，从更高层次上占领市场，乃至创造市场。

故事7：以酒会友

八、善谋 / 74

“兵者，诡道也。上兵伐谋。”商场如战场，追求的都是“利”的最大化。一个成功的企业家，一定是高明的谋略家。尤其从原始的资源竞争进入到现在的智本竞争，谋略的作用，往往是关乎全局成败的。

故事 8：在制高点上炸响

九、创造 / 85

商，为创造财富而生；商道，首先是创造财富之道，其次才是管理财富之道。创造在管理之先。而如何去创造，实现“从无到有”、“从弱到强”、“从小到大”，在这一点上，兵与商是相通的，就是“整合资源”。

故事 9：花 30 万，实现全线开工

十、制胜 / 95

兵道制胜，商道制成。无论干什么事情，把着眼点放在成功上，成事上，一切围绕这个目标转。为了目标的达成，有时候甚至必须不惜血本。该舍的舍，该让的让，但必须保证成功。

故事 10：一切为了按时竣工

十一、英勇 / 104

军人文化，说到底是一种“血性文化”，向解放军学习，就是要学习那种充满阳刚气或叫男人味的勇往直前的精神。学着去做一个大碗喝酒、大块吃肉，宁可死在对方剑下也要“亮剑”的斗士。

故事 11：培育“铁血团队”

十二、较真 / 114

进入商场，想要有所成就，必须要过“较真”这一关。商，是阳光下的“宠儿”，它决不容纳投机取巧者。市场经济越发达，



越青睐诚实、较真的人。细节上是否敢于“较真”，决定了你的成败。

故事 12：百年大计，不能留一点隐患

十三、表率 / 123

“看我的！”“我先上！”“跟我来！”军人的表率作用，用之于商场，就是高效率、高质量的保证。不管是战场，还是商场，乃至人生的任何一个场，都需要英雄，关键时刻，都需要有人站出来。

故事 13：三次与死神握手

十四、守节 / 132

一个军人的一生，一定是痛快淋漓的一生。有所为，有所不为。可以站着死，但绝对不可以跪着生。商场上对这种“气节”的考验，就是金钱。抵御金钱这种“糖衣炮弹”最有效武器，就是“守道”。

故事 14：存折招领启事

十五、律己 / 143

君子慎独。如果没有平常对自己苛刻的、近乎无情的“冷酷”要求，就很难抵御来自阴暗面的“诱惑”。这时候栽跟头，不是轻轻一跌，而是一下子摔进了欲望的深渊，万劫不复。

故事 15：每天早上一碗羊杂碎

十六、稳健 / 152

军人的稳健，是缜密分析基础上的准确判断，是判断基础上的理性思考，是理性思考基础上的科学决策。商场上，更需要在瞬息万变的态势下，建立这么一套独具特色的“决策学”和“指挥学”。

故事 16：塞外“冬”来早

十七、坚毅 / 165

人人最大的恐惧，都莫过于死亡。军人所以战胜了死亡，就是因为有着崇高的理想。死，其实很容易，但真正艰难的是生，它需要极大的坚毅。用生命的极限和对方拼下去，再坚持一下，你就胜利了。

故事 17：在风雨中挺立

十八、正气 / 176

兵法有云：“勿击堂堂之师。”自古以来，邪不胜正，正气在胸，是战胜一切困难的力量。商场是一个特殊的战场，只要你坚信“人间正道是沧桑”，就一定能屹立不倒。

故事 18：铁窗中的军人魅力

十九、赤诚 / 191

军人的岗位意识是任何人都无法比拟的。人在岗位在，人不在了岗位还是要在。更高的岗位，意味着更大的责任。由兵到商，越是在岗位上遇到了挫折和委屈，越会看出这种品格与胸怀的可贵。

故事 19：我不会离开岗位

二十、重誉 / 200

军人的“亮剑”精神，是千百年历史中形成的民族魂，在战场上，“军魂”所指，无不披靡；到商场上，“军魂”蜕变为“商魂”，一样光彩夺目。金钱、权力、欲望都不能玷污其一分一毫。

故事 20：跨世纪的“十字架”

二十一、练达 / 211

人生，是一个不断历练，多次“淬火”的过程。从军人到商

人，历经常人无法想象的锻铸，兵商才有了“练达”，才有了如铁一般不可战胜的意志和品质。这一点，在处于低谷的时候，尤其明显。

故事 21：春寒彻骨

二十二、宽宏 / 222

军人，常被人说“太直了”、“太傻了”，其实，这恰恰是不了解军人。君子坦荡荡，军人强调的是“大我”的人生价值，是更加波澜壮阔的丰富历程。兵商更容易成长为军旅企业家，道理正在于此。

故事 22：余波连连

二十三、识势 / 232

军人阅“势”，商人看“利”，“势利”二字本无褒贬之意，所不同的是一个在较高的层次上，一个在较低层次上。能高能低，是兵商成就事业的一大“法宝”。高与低，也是每个组织面临生死或成败考验能否挺住的“胜负手”。

故事 23：第一位的是启动工程

二十四、践信 / 241

有人说，诚信缺失已经成为当今中国商界的“致命伤”，其实，真正的“商”是永远不会离开“信”这块永恒的基石的。人而不信，不知其可；商而无信，不复存在。从军人到商人，信，是一定不能丢掉的。

故事 24：编外股东

二十五、忠义 / 250

不同的场，决定了不同情感的表现形式：军人文化是阳刚的，商人文化是阴柔的；军人文化是张扬的，商人文化是内敛的。至于兵商文化，则融合二者之长，阴阳结合，刚柔相济，达

到了和谐。

故事 25：军人的情怀

二十六、反省 / 260

人人都懂得自加，却很少有人懂得自减。加得多了，必然负担加重，越走越慢；财富积累过多，只能吞噬自己。正确的做法是“一日三省吾身，”当减则减。如此，才能常胜不败，永攀高峰。这也是我们军人带到商场上来的一大“利器”。

故事 26：破茧成蝶

二十七、豪迈 / 270

人生困难重重，但人生的意义恰恰是为了挑战而存在的，越挑战越精彩。只有经历挫折，才能走向成熟。相信自己，适应环境，奋起做事，永葆激情，从头再来……这几乎是所有兵商，走过的共同道路。

故事 27：再当一次新兵

二十八、大器 / 280

不怨天，不尤人。行有不得，反求诸己。对世事豁达，敞开心扉，才能获得人生的淡定，炼成大器。兵商文化，就是在极限文化、保全文化、合作文化、蜕变文化、创造文化、超越文化等基础上合成的。

故事 28：构建新华商文化殿堂

二十九、开拓 / 291

开拓，意味着风险，但更意味着机遇。开拓贵在创新，更贵在坚持。兵商的开拓是谨慎的，但更是执着的。一旦认定了一件事情，一个方向，就会想方设法，坚定不移地走下去，不达目的誓不罢休。

故事 29：12 年铸就一首歌



三十、奉献 / 304

龙的民族，龙的子孙，是最富于奉献精神和合作意识的。军人也好，商人也罢，其实都是为了奉献人类而存在的。融合共存，是和谐的基本前提。我为人人，人人为我，以奉献为使命的中华兵商文化，必将得到发扬光大。

故事 30：我为战友架金桥

尾声：我荐“军魂”铸“商魂” / 313

开篇：

商场“铁军”是怎样铸成的

在全球 500 强企业中，近 1/3 的高级管理人员有着军人出身的背景。在美国，流传着这样的说法：世界上最优秀的商学院，不是哈佛大学，而是西点军校。第二次世界大战以来，在世界 500 强企业中，西点军校出身的董事长有 1 000 多名，副董事长有 2 000 多名，总裁和副总裁高达 5 000 多名。

曾几何时，每每看到这些梦幻般的数字，心里总难免有些“打鼓”：这会是真的吗？可是，没有想到，经过仅仅 30 年改革开放的洗礼，这种神奇的“兵商现象”确已在中华大地上凸现出来。据最近在南昌结束的“中国军旅企业家高峰论坛”透露：在目前我国企业家队伍中，有军人背景的占 30% 以上，珠江三角洲和长江三角洲的经济发达地区高达 60% 以上；全国排名前 500 强的企业中，军人出身的总裁、副总裁就有 200 多人；在全国著名的前 10 位商界领军人物中，多数具有军人背景，像联想的柳传志、海尔的张瑞敏、华为的任正非、双星的汪海……

军人退役走进市场创业为什么成功率会这样高？过去不少人给予的答案是：军人懂管理，方法简单实用，工作效益高；军人守纪律，听指挥，执行力强；军人有胆识，敢于做大事情；军人能吃苦，不怕困难；军人讲究分工合作，协调一致；等等。

然而，我觉得这只是揭示了一般军人的普遍规律，并不能反映从人民军队中走出来的革命军人的全部特点，因此也不能从根本上解释我国商场上凸现而起的“兵商现象”。比如说吧，在现有的军旅企业家中，很多人当年“下海”，不仅仅是为了挣几个钱，而是要实现人生价值，甚至是要