

商业的伦理

牛文文／著

一个财经观察家的手记



《中国企业家》『观察家』精选

读史时代

商业伦理

企业战略

为金融哭泣

新商业·挑战者

预言与争论

拯救与退出

“走出去”的困境



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

F718

48-C

商业的伦理

一个财经观察家的手记

牛文文 / 著

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商业的伦理 / 牛文文著. —北京: 中信出版社, 2006.12

ISBN 7-5086-0526-8

I. 商… II. 牛… III. 商业道德 IV. F718

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第132267号

商业的伦理

SHANGYE DE LUNLI

著 者: 牛文文

策 划 者: 中信出版社策划中心

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 13 字 数: 129 千字

版 次: 2007年1月第1版 印 次: 2007年1月第2次印刷

书 号: ISBN 7-5086-0526-8/F · 1075

定 价: 28.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

序言

中粮集团董事长 宁高宁

有爱心才有价值

与文文相识也有好几年了，开始总不能把读他的文章的感觉和他这个人的外表对应起来。因为文文生得白净、清瘦，又戴着一副显得有点大的眼镜，而且是办杂志的，我想他的文字一定很规整，可我没有期望他会对企业的事有很多独到的见解。现在看来我是错了，文文这几年的文章，总在恰当的时间，用恰当的角度，把恰当的道理说出来。这有些像在企业里，你开始没有期望某个经理把某件事情做得很出色，可他做到了，这时候你除了内心有点自责以外，还很想问一问为什么。

企业的人看别人评论自己，很怕评论者过于理想化，因为新的标准总比企业经营的现状要高，因为企业面对历史和环境总有自身的苦衷，因为企业的进步总是一步步积累的过程，因为事后的评论分析总比事前的决策和创造要容易得多。这就是为什么中国并不缺少对企业的评论和批评，可企业界的接受程度不高，对企业的促进也不大。文文的文章对企业有评论，有批评，也有忠告，让人觉得是很实际的，

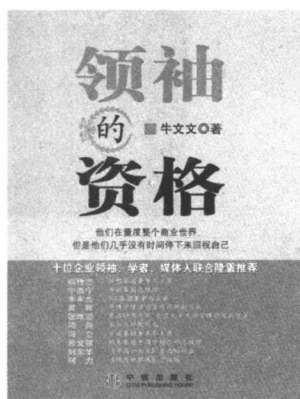
可以带来反思的。

企业的人看别人评论自己很怕评论者离企业很远，不了解一个产业，不熟悉一个过程，不清楚真正的原因，更不清楚企业的战略规划，有时煽情叫好，有时群起攻之。中国的企业除去要面对市场的竞争和评价以外，还要面对来自不同方面的，有时是离得很远的人的评价，而且这些评价不论正确与否往往真的会影响到企业内外的经营环境。读文文的文章，觉得他离企业很近，知道企业发生了什么事，所以他的一些评论和观点后来实践证明是很有道理的。

企业的人很希望能看到对企业有见地的分析，很希望中国的理论界和评论家能给企业更多有用的指导。企业的人很怕评论者不断在浅层面上重复，对表象评论多，对原因研究少，对局部评论多，对整体研究少，对动机怀疑多，对系统设计研究少。虽然这些进步不是一日之功，要伴随着中国企业的进步才能逐步达到。文文的文章虽然也不能全解决这些问题，但他的出发点和角度在字里行间能让人感受到他的善良用意，也在很多层面上触及了这些问题，我觉得是一个很好的开始。

企业的人今天面对很多来自不同方面的不同目标要求，有宏观的，也有微观的，有竞争的，也有合作的，有企业的，也有社会的，有长远的，也有短期的，企业目标的多重化对企业困扰很大。企业很怕评论者只关注其中一项，也怕评论者要求企业同时顾及太多项，而这些目标的重要性时常在变动，有时使得企业无所适从。而文文的文章中关注了企业自身健康发展的根本，而这也正是企业可以达成更多目标的条件，这是出于他对企业环境的深入了解。

我想文文在企业刊物出版界一定是与企业界联络较多的一位总编，他不仅熟悉企业的事，他还熟悉企业的人，他对中国的企业有一份很真诚的爱心。正是因为他的角度、他的态度，使得他今天写下的这些文字对中国的企业界很有价值。



领袖的资格

作者：牛文文

定价：24.00

ISBN：7-80073-912-0/F·580

他们在度量整个世界，
但是他们几乎没有时间停下来审视自己

十位企业领袖、学者、媒体人联合隆重推荐
柳传志 宁高宁 李东生 冯仑 黄辉 张维迎 项兵
曾文祺 刘东华 何力

半个世纪以来，中国企业家在世界同行中是一个独特的存在：他们与资本几乎完全隔离，在一块没有资本家、没有资本市场，没有资本的诱惑也没有资本的压力的“净土”上过活。50年的5个半企业家，令人惊讶地围着资本绕了一个圈：建国初的红色资本家们自愿地脱离了资本，四十多年后的网络创业者们又重新和资本拉起手，两者中间有一个长达四十多年的资本虚空。

在真正体验了资本化生存之后，中国的企业家们才从代替政府行使企业管理权的状态下解脱出来，在资本的旋涡中生存，真正为企业的兴衰成败负责，由此也备受批评和非议，一如在繁荣年代所得到的尊重和礼遇。同时，企业家开始分门别派，出现了资本化和企业化两种。在加入WTO之后，中国企业家渐渐与国际接轨，全球第一CEO杰克·韦尔奇成为中国企业家纷纷学习、仿效的楷模，探索中国企业在国际竞争中胜出的新路。

作为一个媒体人和旁观者，《中国企业家》杂志总编辑、财经观察家牛文文将1999年以来国内企业界重要的变革、现象逐一考察、评说。其内容包括资本化生存、领导转型、金融变局、入世后企业的生存之道，以及经济衰退下的发展模式。作者旁征博引，阐明了在世纪之交经济领域发生重大变革的时刻，在长期效益与短期利润相冲突的情况下，欲引领企业在激烈竞争的环境下立于不败之地的领导者，应具备怎样的素质，应有怎样的作为。

《沸腾的岁月》

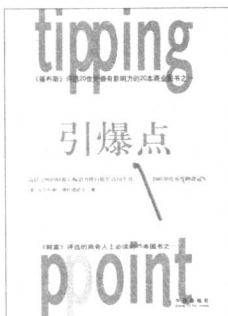
20世纪60年代，美国股市狂飙突进，
崩盘与兴起并存的10年！

《财富》推荐语：其自信的商业写作
手法，可谓前无古人，后无来者！

[美]约翰·布鲁克斯 著

ISBN 7-5086-0728-7

定价：35.00元



《引爆点》

高居《纽约时报》畅销书排行榜长
达10个月，2005年度再度蝉联冠军。

《福布斯》评选20世纪最有影响力
的20本商业图书之一。

[美]马尔科姆·格拉德威尔 著

ISBN 7-5086-0546-2

定价：29.80元

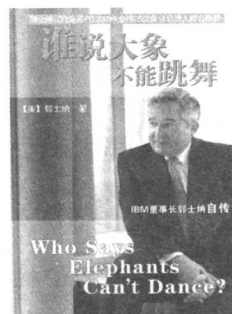
《谁说大象不能跳舞》

IBM前CEO郭士纳自传，对所有商务人
士备加关注的“传统企业如何转变为与世界
经济接轨的、务实而灵活的现代企业”做了
最完美和精彩的诠释。

[美]郭士纳 著

ISBN 7-5086-0669-8

定价：36.00元



《小沃森自传》

沃森父子的努力如何打造出世界一流的
IBM,权力与亲情的交织呈现出一种独特
的商业传记风格，最佳工作拍档还是
最形同陌路的父子？

[美]小托马斯·沃森 彼得·彼得 著

ISBN 7-5086-0269-2

定价：29.00

中信出版社出版的其他《财富》75本商务人士必读书：

《基业长青》

《只有偏执狂才能生存》

《成功人士战胜疲劳的秘密》



全球高级主管必读书！
继《追求卓越》狂销上千万册之后颠覆传统管理学力作！
已经翻译成几十种语言，全球发行！

《解放型管理（上）——无结构时代的企业》

定价：35.00元

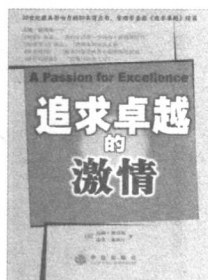
ISBN: 7-5086-0684-1/F · 1047



《解放型管理（下）——企业流行与市场创新》

定价：28.00元

ISBN: 7-5086-0729-5/F · 1062



《追求卓越的激情》

历史上最畅销的管理圣经《追求卓越》续篇！
颠覆了传统的“基于数字”的管理教条，得出
实现卓越领导的最新原则和方法。

定价：45.00元

ISBN: 7-80073-664-4/F · 470

即将隆重推出

《追求卓越·个人成长版》

彼得斯总结归纳出210条简单易行的“卓越”理念，帮助你轻松经营你的人生和事业！

《疯狂的时代呼唤疯狂的组织》

彼得斯认为，当今企业管理的最大问题是：缺少疯狂。他最常挂在嘴边的一句话是：
“疯狂的时代呼唤疯狂的组织。”

《创新圈》

彼得斯道出“没有橡皮擦，企业无法生存”这句广为流传的名言，认为组织不能策略性地忘掉过去的成功史，就很难有所创新和突破。

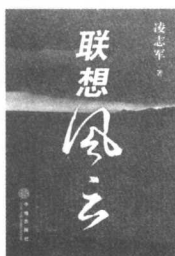


一个财经以外的王石 一个作为普通人的王石
一个有趣的王石 一个真实的王石

书名:《王石这个人》
作者:周桦
ISBN: 7-5086-0677-9/F · 1045
定价: 35.00

一位中国企业家中领袖人物的人生心路
一部企业成长的真实记录

书名:《道路与梦想:我与万科20年》
作者:王石 缪川
ISBN: 7-5086-0542-X/F · 965
定价: 36.00



一部中国企业20年生存智慧的总结

书名:《联想风云》
作者:凌志军
ISBN: 7-5086-0162-9/F · 834
定价: 29.80

华人企业全球典范28年愿景历程

书名:《再造宏基:开创、成长与挑战》
作者:施振荣 林文玲
ISBN: 7-5086-0396-6/F · 869
定价: 33.00



台湾IT教父28年管理智慧不留一手、和盘托出

书名:《宏基的世纪变革:淡出制造,成就品牌》
作者:施振荣 张玉文
ISBN: 7-5086-0395-8/F · 868
定价: 26.00

世界100家顶级品牌中成长最快的品牌,
企业巨子效仿的最佳管理典范

书名:《三星浴火重生:李健熙改革十年》
作者:[韩]金成洪 禹仁浩
ISBN: 7-5086-0389-3/F · 863
定价: 30.00



国际化大公司的亚太攻略

书名:《雄霸亚洲》
作者:钱为礼 施振荣 朱博涵
ISBN: 7-5086-0398-2/F · 871
定价: 25.00

35岁的中国首富如何写就创业传奇,
攀上财富巅峰

书名:《105亿传奇:黄光裕和他的国美帝国》
作者:吴阿仑
ISBN: 7-5086-0375-3/F · 851
定价: 29.80



支点中国,让柯达撬动整个世界

书名:《跨越:柯达在中国》
作者:袁卫东
ISBN: 7-5086-0267-6/F · 838
定价: 29.80

再现沃尔玛半个世纪的成长历程,剖析企业文化、经营理念在历任领导人间的传承

书名:《沃尔玛王朝》
作者:[美]罗伯特·斯莱特
ISBN: 7-5086-0249-8/F · 757
定价: 26.00



IBM创始人亲述企业成功理念

书名:《一个企业的信念》
作者:[美]小托马斯·沃森
ISBN: 7-80073-950-3/F · 599
定价: 18.00

美国《商业周刊》、《福布斯》杂志强力推荐

书名:《花旗帝国:金融奇才桑迪·韦尔传奇》
作者:莫尼卡·兰利
ISBN: 7-5086-0359-1/F · 824
定价: 38.00





“全球管理大师” “日本战略之父”

大前研一最新专著：

《专业主义》

专业，21世纪你唯一的生存之道

日文版上市两周，销量突破15万册！

日本亚马逊、丸善、三省堂等书店商业畅销书

排行榜第一名！

周其仁、姜汝祥、秦朔强力推荐！

定价：28.00元

大前研一首次系统公开创业者商学院核心课程

大前研一管理实践系列



《新企业战略》

定价：38.00元

《差异化经营》

定价：34.00元

《思考型管理》

定价：35.00元

《数字化商业模式》

定价：32.00元

《创业者之道》

定价：36.00元



《财富的革命》

万众期待达十余年之久，托夫勒最新作品！
全球数十国家及地区争购版权，同步出版！
美国首印突破20万册！上市之初荣登美国各
大畅销书排行榜！

定价：45.00

ISBN 7-5086-0638-8/F · 1026

《第三次浪潮》

一部给几代人指明未来方向的不朽经典！思想
震撼至今不绝！
全球发行上千万册，持续热销20年！已被翻译
成30余种语言！

定价：38.00

ISBN 7-5086-0634-5/F · 1020



《未来的冲击》

《第三次浪潮》作者奠定声名之作，全球
畅销700余万册，名列社科领域引用次数最
多的经典著作之一！

定价：36.00

ISBN 7-5086-0667-1/F.1038

《权力的转移》

分析了权力的三种表现形式：暴力、财富、知
识，深入而精辟地阐述了知识经济的作用，宣
告了知识力量的崛起。

定价：39.80

ISBN 7-5086-0671-X/F.1042



《再造新文明》

托夫勒关于政治领域的理念浓缩，被美国
前议长金里奇誉为“21世纪的公民指南”！

定价：22.00

ISBN 7-5086-0641-8/F.1029

即将推出

《未来的战争》

托夫勒认为：人们创造财富的途径也是发动战争的途径，我
们在进行变革时，也需要缔造和平。

出版单位：中信出版社

地 址：北京市朝阳区塔园外交办公大楼(100600)

联 系 人：王宏宇

传 真：010-85322526

电 话：010-85323366转8092

目录 Contents

vii 序言 有爱心才有价值

1 一 读史时代

3 回到100年前
6 读史时代
8 我们的商业年轮
10 长江两年
13 德鲁克，及学者的立场
16 韦尔奇的时代过去了吗？
18 《兄弟》的商业世界
20 行动创造历史

23 二 商业伦理

25 韦尔奇与李嘉诚
28 假如买下沃尔玛
31 鱼鹰、蝗虫与沃尔玛

34	李嘉诚的下一个“艺术”
37	以全球视野迎接下一个20年
40	那些被我们忽略了的成本
42	“利益相关者”与法学家时代
44	你是谁的天使？
46	责任是一种成本
48	改造企业家，还是改造国民意识？
50	投资离慈善有多远？

53	三 企业战略
55	贸易战时代的商界智慧
58	有战略的幸福
61	当“企业战略”碰到“国家战略”
64	异类公司的主流化困境
67	在低谷中学习布局
70	“自主”二字好沉重
73	并购情商
75	品牌之父，品牌之母
78	中国式的品牌事业

81	四 为金融哭泣
83	本土金融家的速成时代
86	民企的脆弱时刻
89	金融业为什么难以复制制造业改革的奇迹？

93	五 新商业·挑战者
95	欢迎，挑战者！
98	创业期是个围城

101	商业男孩
103	当市长成为VC

六 预言与争论

107	失语一代的痛苦
110	迟到的重型化争论
113	段永平与“巴菲特的午餐”

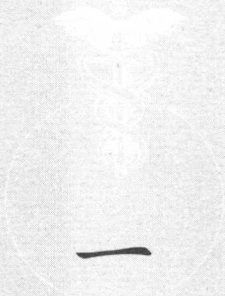
七 拯救与退出

115	企业“拯救者”的春天
117	亚洲式商业灾难
120	创始人为何过早退居二线?
123	企业风险可以量化吗?
126	佛山方式
129	另外一种价值承认
132	在狱中
135	逆境中的男人
138	为什么要卖掉企业
141	

八 “走出去”的困境

145	20年与60年
147	做个亚洲企业家
150	商业杂志人的国际联盟
153	准备好了吗, 中国老板?
156	到全世界去扭亏
159	艰难时刻回看日本企业
162	关注江浙企业“走出去”的困境
165	“欧美道路”是喜是忧
168	

171	建立“走出去”的评价体系
174	倾听商业领袖的声音
177	三星的关键时刻
179	后记 全球视野下的新商业伦理



一

读史时代

