

还原事件真相
谈笑是非恩怨

一本书读懂商业社会

吴刚梁 / 著

公司的逻辑



为什么中国的企业家缺少企业家精神？
有限责任是“无赖特许状”吗？

公司里应该由谁说了算？
美国崛起的秘密是什么？

小微企业为何能战胜跨国公司？
企业如何赚钱、赚谁的钱、为谁赚钱？

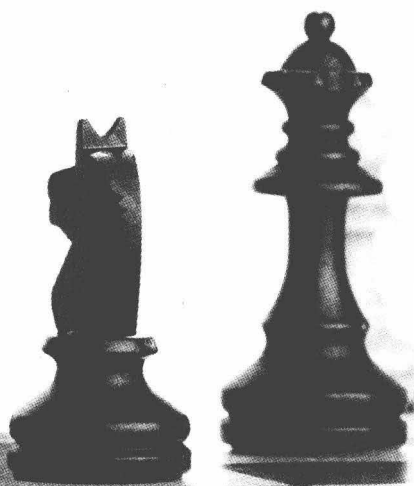
清华大学出版社



一本书读懂商业社会

吴刚梁 / 著

公司的逻辑



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书以公司治理为核心,从文化、法律、金融、管理等多个角度,系统地论证了企业家价值观、公司基本制度、治理结构、声誉机制、资本结构、企业规模、产权改革七个方面的热点问题。通过分析企业家、股东、职业经理人、债权人、劳动者、客户、供应商、政府、投资人、投行、评级机构等不同主体的角色定位、行为边界和权利义务,探讨了公司里的效率、公平与正义。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

公司的逻辑:一本书读懂商业社会/吴刚梁著. —北京:清华大学出版社,2012.8

ISBN 978-7-302-29547-1

I. ①公… II. ①吴… III. ①企业管理-研究 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第170519号

责任编辑:邓 婷

封面设计:刘 超

版式设计:文森时代

责任校对:赵丽杰

责任印制:张雪娇

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印装厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×230mm 印 张:17.25 字 数:235千字

版 次:2012年8月第1版

印 次:2012年8月第1次印刷

印 数:1~6000

定 价:38.00元

序言 ::::

preface / / / / /

在2010年4月《国资迷局》一书出版之后，我本来打算好好歇一歇，还参加了一个“企业家国学论坛”。随着国美控制权之争的不断升级，公司治理话题开始引起社会的强烈关注，正好那时我又开始从事股权管理工作。那段时间发生的一系列与公司治理相关的事情让我深有感触，为了解开心中的困惑，我开始大量阅读和深入思考，结果一发不可收，感觉自己又有写一点东西的必要了。

公司是什么？公司是如何运行的？它遵循什么样的游戏规则？游戏的参与者包括谁？什么样的游行规则才能体现效率、公平与正义？一个社会的政治、经济、文化是如何影响公司模式的？顺着这条思路走下去，就自然得出了“公司的逻辑”。

公司是当今社会的细胞，即使你没钱“开公司”，你也离不开公司，你要买公司生产的产品，你要在公司里上班赚钱，你赚到的钱还可能买公司的股票，你存在银行的钱最终流向了公司。其实，整个现代社会就是一个以公司为核心进行交换和循环的生态系统。因此，不管你是企业家、工商人士，还是普通大众，你都不能不了解公司的逻辑。

所谓“逻辑”，就是“讲道理”。自从央视播出专题片《公司的力量》后，公司成为社会的热门话题，市场上关于普及公司基本知识的读物越来越多。然而，这些读物虽然为读者提供了宏大的叙事和权威的史料，但很少告诉读者公司为什么是这样，而不是那样。本书立足当前国内发生的重大公司事件，从文化、政治、法律和经济等多个角度进行分析与论证，探寻纷纭复杂的事件背后的真相与逻辑，为读者提供一套解读财经问题的思维方法，以及一套评判公司

事件是是非非的价值标准。

将深奥的理论用浅显的文字表达出来，不使用任何图表与公式，不说晦涩难懂的话，也不说废话和套话，这是我在创作时对自己的要求。因此，在行文风格上，本书采取了财经随笔的形式。为了使本书读起来更加流畅，我尽量不使用专业术语，也不像学术著作那样以脚注的形式来详细说明所引用资料和数据来源，而是直接将它们体现在正文之中。

事件的背后是逻辑，逻辑的背后是复杂的经济学、法学与管理学原理。本书虽然通俗易懂，但绝不是一本快餐式的读物，而是需要读者慢慢咀嚼与品味。它或许会让你产生强烈共鸣，或许会颠覆你的“常识”，或许会给你一些启迪，当然，也可能让你不适与反感。但无论如何，相信它会给你留下深刻的印象。

本书坚持独立思考，坚持理性与逻辑，不讨好官方，不迎合民众，自始至终勇于捍卫真理。书中观点仅代表个人立场。

本书在创作和出版过程中得到编辑、朋友及亲人的大力帮助。首先感谢清华大学出版社相关编辑的辛勤工作，也要感谢刘坤、张斌、杨琴给予我的建议和帮助，更要感谢妻子刘静在身后一贯的默默支持。

我利用业余时间创作，从构思、阅读、写作到出版，花了两年多的时间，熬了无数个夜，牺牲了无数个双休日。我的所有付出并不是为了卖书，也不是让自己名声大噪，只是心里有话不吐不快，希望和大家交流一下自己的心得与体会，只要读者认为这本书对得住自己付出的书价和阅读时间，就是对我最大的安慰。

作者

2012年8月

第 1 章 公司的灵魂：企业家价值观 1

- 1.1 信仰危机下的“国学热” 3
乔布斯和史玉柱有何不同？||为什么说中国的企业家缺少企业家精神？||为什么企业家比普通人面临着更大的信仰危机？
- 1.2 儒商：自相矛盾的伪命题 8
为什么说“儒”与“商”是对立的？||为什么说儒家不讲契约精神？||东亚的“经济奇迹”是儒家复兴的结果吗？
- 1.3 法家：似是而非的法治 14
法家治国有哪些“绝招”？||为什么说法家统治是中华民族噩梦的开端？||为什么说当今有些中国人还活在法家的阴影之下？
- 1.4 道家：通往自由之路 21
为什么推崇道家思想的王朝能够创造“盛世”？||为什么说道家思想体现了分权与制衡的原则？||为什么说西方的自由市场经济思想源于道家？
- 1.5 墨家：民主与科学的先驱 27
为什么说墨家是民族失落的瑰宝？||为什么说“只有墨子才能救中国”？||什么是民主？
- 1.6 企业家的信仰 35
民族精神与时代精神如何融合？||为什么说“市场原教旨主义者”很傻很天真？||为什么说企业家要拥护民主政治和市场经济？

第 2 章 公司的身世：性质与起源 41

- 2.1 黑匣子里的秘密 43
科斯的企业理论“新”在哪里？||企业的指挥命令与市场的平等协商有何不

- 同？■为什么说企业是一个“签约中心”？
- 2.2 古典企业：家族企业的宿命 47
方太为什么要坚守家族企业？■困扰家族企业的两大“魔咒”是什么？■家族企业如何“去家族化”？
- 2.3 股份公司：认钱不认人 54
荷兰东印度公司具有哪些上市公司的特征？■为什么说股票天然需要流通？■为什么说我国当前的股份公司只是“山寨版”？
- 2.4 有限责任，无限权利 61
有限责任法案是“无赖特许状”吗？■为什么说发明有限责任比发明蒸汽机意义更大？■有限责任会伤害谁的利益？
- 2.5 法人：伟大的拟制之物 67
李某拿自家公司的钱犯法吗？■为什么说创设“公司法人”可以提高经济效率？■“法人”是被“绳之以法”的人吗？
- 2.6 政府 VS 公司：不可错位的逻辑 74
如何理解政府的“公权”与公司的“私权”？■选票如何对抗股票？■政府能否引入企业家精神？

第3章 公司的架构：内部的治理结构 81

- 3.1 企业家：剥削者还是价值创造者？ 83
谁是当今社会最大的资本家？■为什么说企业家是财富创造的引领者？■为什么说大多数企业家没有剥削劳动者？
- 3.2 股东：公司唯一的老板 90
马云凭什么拿走“支付宝”？■公司为什么要归股东所有？■马云错在哪里？
- 3.3 董事会：公司法人的心脏 96
国美控制权之争中谁是谁非？■上市公司的权力中心是股东会还是董事会？■陈晓有没有“背信弃义”？
- 3.4 职业经理人：打工仔还是合作者？ 102
“打工皇帝”唐骏为什么要学历造假？■为什么说职业经理人天然就是股东？■老板与职业经理人为何总是“同床异梦”？

- 3.5 劳动者：人力资本的价值在哪里？ 110
山西票号的“身股制”为什么能提高生产率？||人力资本与物质资本有何不同？||为什么说工人的竞争对手永远是工人？
- 3.6 债权人：危难之际显身手 117
李途纯为何会痛失太子奶？||哪种情况下股东应该交出公司的控制权？||濒临破产的公司应该选择清算还是重整？

第4章 公司的形象：外部的声誉机制 125

- 4.1 客户：品牌为何有价值？ 127
为什么说郎咸平的“6+1”产业价值链分析是空谈？||客户为何喜欢名牌产品？||为什么中国的企业只能“代工”？
- 4.2 供应商：如何防止被“敲竹杠”？ 133
通用汽车为何要收购费雪公司？||为什么中国钢铁企业要饱受“三大铁矿石巨头”涨价之苦？||一体化并购消除了“敲竹杠”问题吗？
- 4.3 政府：“上层建筑”决定经济基础 138
为什么说行政审批是“制度瓶颈”？||一个国家走向富强的根本原因是什么？||当前的改革“难”在哪里？
- 4.4 利益相关者：社会责任之争 144
公司为什么不能将眼睛仅盯着客户？||为什么说企业社会责任本质上是一种人权义务？||公司注重利润就是不讲社会责任吗？
- 4.5 评级公司：市场之眼 149
评级公司真的能“一言毁邦”吗？||为什么说媒体“捂盖子”不利于建立诚信社会？||为什么评级机构能够成为市场的审判者？

第5章 公司的血液：资本的游戏 157

- 5.1 公司的价值：虚拟经济并不“虚” 159
凯恩斯的“笨蛋理论”对吗？||如何正确看待资本市场的“泡沫”？||我国需要继续加强对金融市场的管制吗？

- 5.2 资金：“劫贫济富”的生产要素 164
资金“双轨制”是怎么形成的？||金融业为什么是社会的“毒瘤”？||吴英搞非法集资该判死刑吗？
- 5.3 股权文化：资本主义精神的核心 172
美国经济崛起的秘密是什么？||为什么说农业银行上市扼杀了无数青年的创业梦想？||我国资本市场的“顽疾”是什么？
- 5.4 投资人：创业者背后的创业者 178
周鸿祎“舌战”投资峰会为哪般？||投资人到底是价值发现者还是资本猎手？||对赌协议暗含什么玄机？
- 5.5 公司的成长：并购是资本掠夺还是价值创造？ 185
资本运作的“四步曲”妙在哪里？||并购活动为什么能够创造价值？||“资本大鳄”是资本运作的先驱，还是可恶的犯罪分子？
- 5.6 投资银行：高贵的资金“掮客” 192
李国庆为什么要“过河拆桥”？||谁是中国最大的投资银行？||投资银行真的能统治世界吗？

第6章 公司的形态：规模与边界 199

- 6.1 大而不倒：谁在纵容贪婪？ 201
美国穷人为什么要占领华尔街？||为什么说“大而不倒”会激发“赌徒心态”？||为什么说“大而不倒”情结无处不在？
- 6.2 跨国公司：无法拒绝的入侵 207
经济全球化背后的逻辑是什么？||抑制日货就是爱国吗？||如何看待外资开设的“血汗工厂”？
- 6.3 小微企业：穷人的公司 212
微型企业与中小企业有何不同？||为什么说微型企业是社会的“稳定器”？||扶持小微企业发展需要有什么新举措？
- 6.4 企业的边界：做加法还是做减法？ 219
企业到底是“做大”好还是“做小”好？||企业的规模有没有一个科学合理的最优边界？||扩张对企业来说是好事还是坏事？

6.5 虚拟企业：大小无形 224

虚拟企业的边界在哪里？■为何“做实”策略对美特斯·邦威来说是一个致命错误？■国内电商自己做物流靠谱吗？

第7章 公司的基因：产权与国企改革 231

7.1 产权保护：私有财产神圣不可侵犯 233

当前中国的富豪为什么要移民？■为什么说政府的天职就是保护私有财产？
■“强拆”屡禁不止的根源在哪里？

7.2 产权有成本，制度有优劣 238

西周的“公田”为何会变成“私田”？■为什么土匪也能够有效治理公路？
■为什么说国有产权的运行成本转嫁给了全社会？

7.3 所有者缺位：国企永远的痛 244

律师告国资委为何无果而终？■谁是国有企业真正的老板？■郎咸平的“保姆理论”错在哪里？

7.4 国企崛起背后的隐忧 250

国有企业是如何赚钱的？■国有企业赚谁的钱？■国有企业为谁赚钱？

7.5 公有制还是共有制？ 256

华西村在“共有制”方面有何探索？■国家所有等于全民所有吗？■为什么股份制不是公有制的实现形式？

7.6 人民信托基金：“全民所有”不是梦 261

美国阿拉斯加州为何要实行社会分红？■为什么国企改革到最后总是不尽如人意？■人民信托基金的“亮点”在哪里？

第 1 章

公司的灵魂：企业家价值观

思想决定行动。企业家精神、公司文化、商业伦理这些价值观层面的东西，决定着一个公司的行为模式，因此它们是“公司的灵魂”。纵观我国的传统文化，我们可以总结出，儒家不讲平等，法家不搞法治，道家崇尚自由，墨家倡导民主。作为社会精英，一个企业家到底需要什么样的价值观？

1.1 信仰危机下的“国学热”

没有信仰的经济是疯子。没有好的信仰所形成的商业伦理支撑，就会有工商而无文明，有贪婪而无禁忌，有财富而无幸福。

——著名经济学家 赵晓

背景与导读

乔布斯 VS 史玉柱

美国东部时间 2011 年 10 月 5 日晚，美国苹果公司创始人史蒂夫·乔布斯逝世，享年 56 岁，成千上万的中国网民用留言或小蜡烛标志来表达哀思。在北京，消息发布后的一大早就有不少苹果粉丝来到位于三里屯的苹果旗舰店，献花悼念乔布斯。

美国企业家乔布斯能够受到中国普通百姓的尊重和敬仰，这似乎是非常难以理解的事情，因为在中国，人们对企业家的评价不是很高，很多人甚至本能地排斥企业家。一个企业家可以很容易地把别人的钱装入自己的口袋，但很难把自己的思想装入别人的脑袋，而白手起家的乔布斯却成功地做到了这两点。

管理咨询专家姜汝祥认为，中国人怀念乔布斯其实跟他本人没有多大关系，人们怀念的是他的企业家精神，这点正是中国企业家所欠缺的，中国企业家除了钱，拥有的其实并不多。

2009 年 6 月，《企业家》杂志联合创始人申音曾经撰文《美国没有史玉柱，中国没有乔布斯》，对这两位企业家及中美两国的商业环境做了比较。文章指出，两人虽然都是商业奇才，但“不同在于，两个理想主义的青年，一个变成

了真正的商业梦想家，为了创造未来他不惜调动一切资源。而另一个人转变为纯粹而现实的商人，精确地计算着自己的付出与回报。”

乔布斯从开创 PC 开始，到梦工厂、iPhone 和 iPad，一直都在做一件事，那就是从创新中获利，即使在公司出现危机的时候，他仍固执地等待转机出现；而史玉柱从科技产品汉卡开始，后来转到脑白金、网络游戏，最后还入股民生银行，总之哪行赚钱就干哪行，他个人获得了很大成功，不过所赢得的社会尊重与乔布斯相比仍有差距。

姜汝祥说：“乔布斯与史玉柱不同点之一是创新与投机的不同。乔布斯代表的是美国式市场经济的企业家逻辑：创新主义。而史玉柱代表的是中国式市场经济的企业家逻辑：机会主义。”巴菲特则说得更直白：“我感觉中国没有真正的企业家，有很多更像投机家。”

本节我们将讨论：乔布斯和史玉柱有何不同？为什么说中国的企业家缺少企业家精神？为什么企业家比普通人面临着更大的信仰危机？

企业家是一个社会的精英阶层，他们不仅创造物质财富，还引领社会的价值观，他们表现出来的创新、冒险、敬业、执著、合作、诚信等优秀品质，被人们称作“企业家精神”，这是人类共同的精神财富。国外著名的企业家，如盖茨、乔布斯，都享有崇高的社会威望。企业家也是推动社会进步的中坚力量，诺贝尔经济学奖得主蒙代尔曾说，“从历史上看，企业家至少和政治领袖同样重要。那些伟大的企业家曾经让欧洲变得强大，让美国变得强大，如今正让中国变得强大。”

然而在现实之中，中国企业家的地位并没有蒙代尔想象的那么高。国内企业家虽然人数众多，资产也很庞大，但作为一个群体，他们并没有取得相应的政治地位，也没有得到社会的普遍信任和尊重。在某些中国人眼中，大多数企

业家仍是“奸商”和“暴发户”的形象，人们习惯于把他们的财富与坑蒙拐骗、残酷压榨、官商勾结联系在一起，“企业家精神”更无从谈起。中国商人的社会地位并不是很高，所以大多数国内一流大学的毕业生宁愿报考公务员和挤入国企，也不愿选择创业。可见，当前我国企业家的地位与其对社会做出的贡献是极不对称的。

为什么中外企业家的地位相差这么大？为什么“美国没有史玉柱，中国没有乔布斯”？根本原因还是土壤问题，“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”。国内非常欠缺适合优秀企业家生存和成长的环境。2012年1月，Facebook创始人扎克伯格问一批来自中国的商界精英：“在中国和在美国做公司有何不同？”所有人都告诉他“那边更复杂”。复杂在哪里呢？如果在中国，扎克伯格不可能专注于自己的产品研发，乔布斯也不可能坚持桀骜不驯的个性，中国企业家的主要精力也许不能专注于公司的业务，因为政府与企业之间的关系不像西方那样简单，万达集团董事长王健林提出“企业家要亲近政府，远离政治”，但真正处理起来并不容易。

为什么中美两国的商业环境会如此不同？一个国家的商业环境是由经济、制度和观念三个部分构成的。中国经过30年的改革开放，经济基础已经发生了翻天覆地的变化，支持经济发展的制度和法律也比较完善，问题就出现在观念上，几十年来，中国人的价值观念并没有进步，反而诚信缺失，世风日下。由于价值观念的落后，好的法律制度很难得到执行，某些地方权大于法，一些领域“潜规则”盛行，个别不择手段的人反而容易成功。可见，在构成商业环境的三部分当中，观念是至关重要的，财富增长容易，建立制度也容易，而观念最难转变。目前世界上有二十多个国家复制了美国的政治和经济制度，但鲜有成功者，原因是他们没有形成遵守制度的思想观念。观念是社会发展的“软件”，是由历史长期积淀而形成的，它深植于人们的头脑之中，简单地搞“拿来主义”并不能迅速奏效。

中国的企业家有没有“企业家精神”，很大程度上也与他们的价值观有关。人为什么活着？什么样的人算是成功人士？企业家辛苦赚钱的意义在哪里？对于这些人生基本价值问题的态度，决定着一个企业家是选择创新还是投机，是选择诚信还是欺诈。当前中国人的价值观并不统一，人们普遍缺乏信仰，企业家作为一个特殊群体，面临比普通人更大的压力和诱惑，也承担更大的责任。企业家不再为生计所累，面对不断膨胀的个人资产，他们更多地是在思考人生价值。我国很多企业家是理工科出身，文史哲方面的知识比较欠缺，有些企业家只知道如何赚钱，却不知道为什么要赚钱，以至于迷失了人生的方向。

历史上，各国在经济崛起和社会转型之初，企业家也会遭遇类似的困惑，但当时的那些国家出现了引领商业伦理与企业家价值观的巨著，例如，英国工业革命前夕，现代经济学鼻祖亚当·斯密在出版《国富论》之前，先出版了伦理学著作《道德情操论》，该书讨论了善恶、美丑、正义、责任等一系列概念，被企业家奉为“圣经”；德国社会学家马克斯·韦伯出版了《新教伦理与资本主义精神》一书，认为新教伦理与发展资本主义并不矛盾，强调“精于职业、精于赚钱”是一种美德；日本明治维新后，“企业家之父”涩泽荣一的著作《儒家与算盘》，破除了日本人耻言富贵的传统观念，使工商人士追求利润的动机合理化。中国自1978年开始改革开放以来，在经济腾飞的同时却没有类似的思想启蒙运动，企业家的内心缺乏一种强大的理想与信念支持。

面对尴尬的处境和精神上的困惑，很多企业家开始从古代先哲的经典中寻求答案。素有“道商”之称的张瑞敏从老子的《道德经》悟出了“无为而治”的道理，强调“所谓无为，就是企业的价值观”；而“儒商”在中国更比比皆是，如胡雪岩、李嘉诚、邵逸夫等，他们强调义利结合，注重社会责任。有些企业还把儒学上升到企业文化的高度，2008年方太集团开设了“孔子堂”，向员工系统地讲授《三字经》、《弟子规》等儒家经典，如今诵读儒家经典仍是该公司各部门晨会的重要内容。

在这种背景下，国学也“热”起来了。北大、清华、复旦等名牌大学纷纷设立了面向企业家的“国学班”，中国人民大学、武汉大学成立了国学院，中国社会科学院也成立了“儒教研究中心”；与此同时，国学已经开始全面走向社会，央视《百家讲坛》讲《论语》等传统文化的节目一直热播，一些地方政府还高调组织了形式多样的“祭孔”和其他祭祖活动。

值得一提的是，“国学”并不是一门统一的学问，它泛指中国本土的各种哲学思想，这些思想主要起源于春秋战国时期，这一时期国家分裂、群雄并起，没有占统治地位的思想权威，中国出现了历史上少有的“百花齐放、百家争鸣”的局面，诸子百家从不同角度解释了世界和人生。可以说，先秦时期是中国思想文化的“原创期”，在此后几千年的时间里，人们都只是对诸子百家的思想做些解释和延伸的工作。在诸子百家当中，有几种学说曾经风靡于世，对当时社会影响很大，被称为“显学”，主要包括以孔子、孟子为代表的“儒家”，以老子、庄子为代表的“道家”，以商鞅、韩非为代表的“法家”，以墨翟为代表的“墨家”。当前社会的各种思潮，如果追溯起来，基本上都能从这四家显学里找到源头。

从更大范围看，春秋战国时期，人类文明已经发展到了一定的程度，人们开始思考世界和人生问题，除了中国的老子和孔子，当时世界上的其他国家也诞生了很多伟大的精神导师，包括古希腊的苏格拉底、柏拉图、亚里士多德，以色列犹太教的先知们，古印度的释迦牟尼，他们提出的哲学思想深深地影响着人类社会，塑造了今天每个国家各自不同的文化传统。这个时期被德国哲学家雅思贝斯称为人类文明的“轴心时代”，他指出“这个时代产生的基本范畴，直至今今天仍是我们的思考范围”。

然而，不管古今中外的思想文化有多大不同，作为共同生存在一个地球上的人类，吃的都是五谷杂粮，都面临生老病死，人性都是一致的，即都追求真善美，反对假恶丑，同时，社会经济规律也是客观的，因此，人类的价