

马云新春“双响炮”背后的深意

□胡艳丽

《阿里巴巴正传:我们与马云的“一步之遥”》诞生于舆论的风口浪尖,事情的始作俑者便是书作者之一互联网名人方兴东。在阿里赴美上市前夕,他借老友聚会之机与马云畅聊互联网天下格局,聊到“嗨”处马云显露出“一览众山小”的王者风范,顺带也点评了一下竞争对手。马云说者无心,方兴东听者有意,把这一番对话写成了该书的序言,这也是该书的重头戏。“马云喷京东:京东是个悲剧”的文章在网上人气爆棚,京东“心怀疑无之念,不必妄自多情”的神回应亦博得叫好连连,后面马云道歉不该“童言无忌”,一场纷争暂时偃旗息鼓。

如果说这是马云被老朋友无意中摆了一局,那么2014年底“马云喷工商总局”事件,似乎就复杂得多。2015年1月先是由工商总局网监司宣布“淘宝正品率不足4成”,淘宝不服,双方针锋相对相互驳斥,阿里股票市值应声下跌,一时间“马云喷工商总局,喷丢600亿”的大标题赫然现于网络之中;月末,事情“峰回路转”,工商总局局长专门会见马云。

“双响炮”事件就像是提前上映的新春贺岁片,笑料不断、掌声不断,问题不断。娱乐之后,终究还是要回归理性。看似风光无限的阿里集团,实则处于巨大的同行竞争、政商角力、全球注目的漩涡之中。前面的“同行相轻”实则是商业模式之争,而“赌”的是未来发展前景。来自市场的竞争压力,对马云而言并不是最大的问题,市场的问题自然可用市场的办法解决,马云是此中高手。但涉及到政府层面,问题就来了。虽然书中无法收录上述两个“经典”案例,但对于问题背后的成因其实有颇多论述,谈阿里、谈马云便永远回避不了这些扯不断、理还乱的问题。

回到《阿里巴巴正传》这本书。尽管为阿里、马云著书立说者众,但真正能够看清阿里、写透马云、放眼未来的人却难得一见。究其原因,其一,马云是时代的先行者,其功过得失并不是当下能够立即看清的;其二,正处于事业开拓期的马云,有很多不想说、说不清的事儿,比如当年以40%的阿里股份收购雅虎、2011年10月“淘宝暴动”等;其三,马云的“忽悠”功夫出神入化。在此书中不难看到作者被“忽悠”的痕迹,比如对马云的崇拜、对阿里大展宏图的乐观憧憬,确有神化马云的嫌疑。

略去马云的豪气干云,淡去方兴东的个人崇拜,不妨将《阿里巴巴正传》当成一部小说来读。对外,阿里与腾讯双峰并起、与京东、亚马逊等竞争对手缠斗不止,这段争霸互联

网天下、逐步实现线上线下融合的故事,不逊于历史上任何一段风云演义。对内,马云亦手将阿里巴巴集团旗下的支付宝所有权转移至马云控股的一家中国内资公司,在将集团业务架构调整成25个事业部之后,卸任集团CEO以退为进退而不休,玩起了决胜全球的阿里大战略。在融资方面,马云赴美融资借力高盛筹得第一桶金,之后又“6分钟搞定孙正义”,香港上市五年后退市赴美IPO,完成了互联网企业的融资传奇。今天,马云以占阿里巴巴总股本7.64%的股份,玩转阿里江山,将企业控制权牢牢掌握在自己手中,这些霹雳手段确是让一众看客眼花缭乱。在马云成功的大幕之下,回味马云经历过失败、挫折、遭遇的传统行业乃至来自政府部门的阻击战,确是好玩连台。需注意的是听任何故事,都不要被讲述者的主观意识左右,不要陷入思维陷阱,要寻找事实与传统的分水岭。

在书中,方兴东点数阿里巴巴经历的历史大事件,跳出了事件发生时的话语情境,用历史回望的方法,分析事件的功过得失,讲述马云在不得已的情况下所行的非常之举,确是比站在道德高点对阿里集团指手画脚者多了一分理性。但不可避免的是,作者过多地引用了马云的言论,站在马云的立场看待问题,在一定程度上有失公允。

笔者以为对“欺诈门”事件,除了关注卫哲等一批高管的集体引咎辞职以外,公众更关注的是马云的担当,他本人在此事件中承



出版社:江苏凤凰文艺出版社
作者:方兴东 刘伟
书名:《阿里巴巴正传》

担了什么样的责任,后续为避免此类事件再次发生,在制度上有哪些突破。显然几位高管的辞职,可以消解一部分公众的怨气,分流舆论的关注焦点,但对于企业来讲,事情应该远未结束。但作者在此部分点到即止,仅是引用了马云当年避重就轻的一些发言,不能不说是一种遗憾。假如当年阿里集团对“欺诈门”事件有更多制度上的反省、改进、举一反三,或许面对今天的“假货门”就不是仅仅在统计学上质问工商总局,而是以内部建立起的相对完善的质量监督体系,形成的对淘商、天猫商城商家行之有效的“软约束”,以及拿得出手的硬质量来向公众做个交待。显然,在这方面阿里集团还有成长精进的空间。

对于“支付宝事件”,作者倾向于认为这是马云基于长远战略考虑的一步棋,虽然程序上失当,却换来了“阿里金融可以放开手脚,大胆创新,支付宝失去的是‘锁链’,得到的是整个互联网金融的新天地”。在后文中,作者再次述及“马云只有真正掌控了支付宝之后,作为一个小股东的身份,才真正牢牢掌控了整个阿里帝国。很显然,只有马云掌控阿里,阿里才有了今天,才有更开阔的未来。如此共赢的局面,为什么还要去继续质疑呢?”这样的论述似乎再次深陷于个人崇拜的陷阱,却印证了国人“人大于制度”、“领袖大于企业”的惯性思维,这种“非常时期行非常手段”的做法,在阿里集团深度国际化的过程中怕是不能重演,况且支付宝所有权

“90后”创业家已经登场

说,新中国成立后的第一代人是“50后”,基本一穷二白,没有积累;“60后”很幸运,赶上上大学和中国经济起飞,现在依然是社会主流;“80后”是“50后”的后代,父母给他们传承不多,且多有负担——“80后”除了养活自己,通常还需考虑如何让父母过得更好。而“90后”截然不同,他们的“60后”父母有很强的经济能力和社会人脉,但不但不需被养,还能帮到子女。所以,“90后”没有后顾之忧,中国第一次出现了“可以干自己想干的事情”的一代人,这代人喷薄而出的创新力,会帮助中国进入一个极具创新力的年代。

不少“90后”得到了父母的传承,这是一个优势。比如Teambition CEO齐俊元,他的父亲是一位大学教授,他从初中开始就在父亲的实验室鼓捣,用他的话说是“总找机会在实验室里待着,帮老师打杂,有些老师不太愿意做的实验,我就帮忙做”。这让我想起苹果公司的两个重要人物,一个是苹果公司联合创始人史蒂夫·沃兹尼亚克(Steve Wozniak),他的父亲是洛克希德公司的一位工程师,沃兹从小接受父亲循序渐进的电子学启蒙训练。另一个是苹果公司首席设计师乔纳森·埃维(Jonathan Ive),他的父亲是一位银匠并在当地大学任教,乔纳森说,“他(父亲)是一个绝佳的工艺师,他送我的圣诞礼物会是在他大学内的工作室待上一天,在圣诞假期中工作室空无一人时,帮我做出我梦想中的任何事物。”“90后”是第一代有了传承的一代人,是个好现象。

这次美国之行,我再次来到了硅谷。2014年9月3日上午,我们一行参观斯坦福大学虚拟人际互动实验室(Virtual Human Interaction Lab),在实验室创始人杰里米·拜伦森(Jeremy Bailenson)博士的辅助下,我体验了虚拟现实技术,除了感官上的冲击,想到更多的是,虚拟现实技术大规模运用将带来各种应用场景的改变性影响。杰里米·拜伦森博士今年42岁,他22岁喜欢上了这件事,一做就是20年。中国人说,板凳要坐10年冷,而他差不多坐了20年的冷板凳。头10年,虚拟现实技术默默无闻,主要靠政府资助。2005年左右,日本企业看到了其中的价值,投入了一些钱。直到这两年,这项技术才变得炙手可热,今年3月Facebook斥资23亿美元收购从事虚拟现实技术的Oculus Rift就是一个例证。

在硅谷,像杰里米·拜伦森博士这样的人很多,喜欢一件事,认准了,就心甘情愿默默无闻地做下去。硅谷流行“You Only Live Once”(YOLO,你只会活一次)文化,每个人只做自己爱的事,过好自己,就是对社会最大的贡献,这是硅谷创新力的重要源泉。YOLO的出现也与美国年轻人出身条件好,社会环境包容,没有太多的后顾之忧相关。中国“90后”这一代人开始具备了一些这方面的条件,因而会大大增加中国的创新浓度。

从这些“90后”孩子的经历中,还可以看到互联网带来的巨大好处,这又是这一代人的幸运。这些创业者有一个共同特点,即他们在做自己事业的时候,会经常遇到来自家庭和社会的阻力。中国家庭还是有很多传统观念的,比如,“火箭哥”胡振宇从小试制炸药、晋学堂CEO李逸凡想先开公司后上大学、黑客社区SegmentFault CEO高阳不上大学,这些都是离经叛道的做法,受到过很大阻力,但他们幸运地坚持了自己的想法。这其中,很大一个原因是互联网把特立独行的人连接起来,让他们可找到同道中人,知道外面的世界,因而更容易坚持自己。

可以说,没有后顾之忧,可以干自己想干的事,可以从父母那里得到传承,在互联网上可以得到最新的知识,找到同道之人,都极大地解放了“90后”的创新力。这些“90后”创业者的故事正在印证着,一个全新的世界真的来了。

同事说,腾讯搞一系列“90后”活动,一个重要的初衷是让腾讯向“90后”创业者学习,更好地了解“90后”、“00后”的需求。这是有道理的。腾讯一个很大的担忧是搞不懂年轻人的想法,这直接关系到腾讯在下一个10年的发展。

QQ伴随了“80后”、“90后”的成长,在“80后”还是非主流人群时理解了他们的需求,造就了腾讯前十几年的成功。但我们不能带着对“80后”的深刻认知来试图走进已成长起来的“90后”和“00后”的世界。现在腾讯是两万多人的大公司,如何不固步自封、不断更新思维,跟上外部世界的变化,这一切都充满挑战。向“90后”创业者讨教是个很好的方法。

美国社会学家玛格丽特·米德(Margaret Mead)在《文化与承诺》一书中将时代划分为“前喻文化时代、并喻文化时代和后喻文化时代”。前喻文化,是指晚辈主要向

的非常转移,并非没有后遗症。

一家企业命运兴衰假若全系于一人,不出几十年就会遇到生死劫。而一家企业内部的制衡之道,不应因一个人的强大、英明而废立、变更,更不能因某个人的突出贡献而免使他受监督、约束的义务。来自各界的质疑,是让事业如日中天的马云乃至阿里集团保持清醒、流水不腐的有益之声。要打造跨越3个世界卓越企业的马云,当有兼听天下,“有则改之,无则加勉”的胸襟和气度。

昨天人们谈马云,更多的是从他艰难的创业历程谈起,而今天人们谈马云的基调变了,是从阿里赴美上市谈起,从马云成为“中国首富”谈起。阿里对于中国的意义,決不在于他是世界上市值第几高的互联网企业,马云对中国的意义也不应仅仅是他是否坐稳了“首富”的交椅。一旦过度谈及这些,就容易被财富的炫目光环蒙蔽,而失去了对企业发展战略、当下具体业务的关注,也失去了对世界互联网大局的判断。马云的财富以亿元计,站在财富的峰顶,金钱对于他仅是数字游戏,而唯有金钱作为资本,融入企业未来发展的战略之中,发挥四两拨千斤的杠杆作用,才有价值和意义。

马云的成功,既得益于时代大背景,也得益于他个人的远见卓识。我认为马云是一个胸怀天下又目空一切的时代“搅局者”。他率领阿里团队建立的绝非仅仅是B2B、C2C以及B2C的商业模式,而是新的社会生态系统。这个新的生态系统是一个全球化的世界,信用是每个人最大的财富。他建立起了商家、客户的网上信用体系,不断促进商业信息的透明化、公开化,教会消费者明辨真伪,提升维权意识,甚至剑指国有银行体系,瓦解松动了银行业乱收费的积弊。他已然改变了中国的很多业态,介入了金融、物流、流通、文化、医疗健康等领域,远远超越了互联网的边界。在改变城市居民购物习惯的同时,马云正在高位谋划的大物流、大金融体系,必然为阿里集团开疆拓土,一手连结中国城市乡村,一手为建立起全球通、通全球的宏伟大业夯实基础。

马云这一代互联网创业者,是当之无愧在无路处开路的探路先锋,尽管马云在发展阿里巴巴的过程中错失了多次机遇,犯下了几次重大错误,但我始终以为这是他自己,也为后来者预交的一笔互联网学费,不付出这些代价,也成就不了今天的阿里和马云。铺满了黄金的资本市场于马云而言也不过是他构建阿里巴魔法世界的一个道具。截至目前,没有人能猜测得到马云和阿里巴巴的未来。祝福马云、祝福阿里、祝福来自中国的互联网企业,构建起更大、更高、更开阔的商业格局。

长辈学习;并喻文化,是指晚辈和长辈的学习都发生在同辈人之间;后喻文化,则是指长辈反过来向晚辈学习。我们处于一个不断改变的科技文化时代,我们需要向“90后”年轻人学习。

还有一点引起我的思考。现在腾讯开始引入很多“90后”员工,怎么让“90后”同学更好地融入腾讯,发挥好他们的力量,是我们迫切需要考虑的。这本书中,有一位准“90后”——脸萌CEO郭列,他曾经是腾讯的员工,今年6月,脸萌在中国的应用商店排名第一。到了8、9月份,脸萌的英文版Face O出现在美国、英国等很多国家的苹果商店和Google Play排行榜上,都是排第一第二。

这次美国之旅,一个很大亮点是参观MIT(麻省理工学院)媒体实验室,它的前沿科技让人惊叹不已。同时,其创始人尼古拉斯·尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)写在大门口的一段话发人深省:“1985年10月,我们正式创办时,我们中的许多人要么被认为是古怪的计算机专家,要么被认为是落魄的艺术家,或者两者都是……坦率地说,MIT的其他系当时拒绝我们,视我们为不折不扣的失败者沙龙。”

我们需要时刻提醒和反思,腾讯怎么留住更多优秀的年轻人,如何有更高远的企业目标,如何一开始就让“90后”员工承担重要的职责,让他们在腾讯有尽情发挥的空间。再好的产品都有生命周期,腾讯要基业长青,需要建立生态平台让员工创意融入到主流产品,需要运营有效机制让员工创新力源源不断。

平心而论,理解“90后”及“00后”的需求,充分意识并发挥“90后”的潜能,不只是腾讯一家遇到的挑战。中国的主流企业都是“60后”、“70后”、“80后”担纲,大家都需要面对和迎接这个问题。

为理想、志趣工作和创业,会获得超越现实但又离不开现实的幸福和快乐。这就是已经登场的“90后”,这就是未来改变社会的“90后”。

以上是我读这些“90后”创业者故事的一些感受。很多人现在讲跨界学习、跨界融合,恐怕还需增加一个视角,那就是跨代学习、跨代融合。这些年轻人的想法真的让我受益匪浅,我看到了一个全新的世界,认识到未来这些年轻人一定会做出更多百亿美元、千亿美元的公司,所以推荐给大家。

■ 新书快递

商业设计

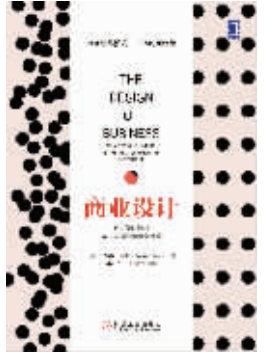
作者:(加)罗杰·马丁
出版社:机械工业出版社
内容简介:

本书中,罗杰·马丁提出了一种全新的思维模式,人们完全可以通过运用该模式来有效平衡新知识探索活动(创新)和现有知识开发利用活动(效率),从而有规律地实现突破性成长,持续为公司创造商业价值。“设计思维”旨在加快知识进步的速度,有效推动知识从谜题(一个无法解释的难题)跃升到启发阶段(一个指导人们寻找解决方案的经验法则),再发展到程式阶段(一个可以重复的成功模式)。随着知识在“知识漏斗”中不断前行,公司就可以同时实现生产力的提高和运营成本的降低。但是,设计思维型组织不会安于现状、止步不前,它们会借助在程式阶段创造的效率优势去不断探索新谜题、不断尝试新突破。

《商业设计:通过设计思维构建公司持续竞争优势》通过对商业、科学和艺术等各个领域的杰出的设计思维者进行深度挖掘,从而绘制出一幅设计思维路线图。本书的案例故事丰富多彩,实操指南详尽清晰,所有这些都是为了围绕设计思维来系统阐明:如何将强调数据证据的分析思维与强调探索可能的溯因思维有机结合;如何改变财务计划和薪酬体系以鼓励人们提出大胆的创新设想;如何改造公司组织结构与业务流程以推动知识从当前阶段跃升到下一个阶段;如何保护设计思维者以及设计思维模式免遭公司同事、董事会成员和投资者的打压;如何培养和开发设计思维者应该掌握的关键工具:观察、想象和构造。

作者简介:

罗杰·马丁,知名畅销书作者,他的《整合思维》一书颇受好评。马丁担任加拿大多伦多大学罗特曼管理学院院长长达15年之久,同时也是多家世界级大公司首席执行官的高级战略顾问。



日本历史的谜底

作者:(日)竹村公太郎
出版社:社科文献出版社
内容简介:

本书是作者数十年地形与气象相关领域工作的思考结晶,从地形、气象、基础设施的角度出发,对日本历史作出全新解释。或是深入说明,或是推翻成说,或是揭开悬而未决的谜底,同时也准备接受来自历史学家的挑战。

德川家康如何建都江户,德川幕府的复仇史,江户的建设史,日本的近代化变革史,京都、奈良、大阪、福岡的城市特色,在书中都可以找到前所未有的分析和结论。以往对历史的解释多从人文和社会科学的视角出发,而本书从更客观的角度着眼揭开谜底,具有开创性,不时让人产生“原来如此”、“一切皆有迹可循”的感叹。

作者简介:

竹村公太郎,1945年生,横滨人。1970年毕业于东北大学工学部土木工学科。同年进入建设省工作,主要从事水库、河流工程事业的指导工作,历任近畿地方建设局局长、河川局局长。2002年辞去国土交通省职务,现任河川水岸研究所代表理事及日本水研事务局局长。著有《土地的文明》、《律运的文明》、《透视本质的力量——环境、食物、能源》、《通过地形破解日本史之谜》等。



福尔摩斯思考术

作者:(美)玛丽亚·康尼科娃
出版社:中信出版社
内容简介:

我们有所见,不代表我们有所察。固有的偏见左右了我们的思维方式,给我们设置了种种限制,导致我们与真实的世界相隔绝。是的,我们都戴着有色眼镜看世界。

正如福尔摩斯所说,“我认为人的大脑原本像一间空空的小阁楼,应该有选择地放一些家具进去。”实际上,这个“大脑阁楼”的功能就是负责存储及梳理各类信息。那么,如何管理好大脑阁楼,让自己的思维更敏捷、更具洞察力?

心理学专家玛丽亚·康尼科娃认为,如果想摘下有色眼镜,像大侦探福尔摩斯一样明察秋毫,清醒地看到事物的本质,我们就应该了解大脑的两套思维系统——福尔摩斯系统和华生系统。前者警醒、专注,擅于自省和推理;后者行动迅速,却总是受到惯性的支配,遇到突发状况就手足无措。

通常,我们都在无意识地使用华生系统,导致做出错误的决策,留下人生败笔。实际上,我们完全可以通过留心观察、培养正念、三思而后行、质疑假设等训练,调动出内在的福尔摩斯系统,将这种明智、缜密的福尔摩斯思考术培养为常用的思维模式。只有这样,我们才能在这个信息轰炸的时代厘清自己的大脑阁楼,并且拥有福尔摩斯般的智慧及洞察力,做出最明智的决策。

作者简介:

玛丽亚·康尼科娃,毕业于哈佛大学,美国哥伦比亚大学心理学博士。她的作品经常被《大西洋月刊》、《纽约时报》、《华尔街日报》、《波士顿环球报》、《观察家报》等多家知名媒体所引用。

