

大众力量引爆流行

□李静媛

最近在读一本叫《引爆点》的书，很有意思。作者，也就是刚刚出版了畅销书《异类》的狂人怪才马尔科姆·格拉德威尔说，我们的世界看起来雷打不动，但只要你找对了一个点，它就可能被引爆。

许多大事都由小事开始，小至一个不起眼的点，瞬间怦一声点燃，火烧连营。

美国1974年的水门事件，从最小的事故一层层揭开，把一个总统拉下台。

假如那天华盛顿邮报的两名记者与美女有约，一起喝下午茶，他们就不会溜达到法庭听审，就不会留意到一件简单的水门大厦民主党总部盗窃案，他们就不会起疑：为何前来保释小偷的竟是白宫著名律师。

而该案件得以揭露，最终决策握在邮报督印人格兰姆夫人手中。当晚，格太太在家中宴客，祝酒的时候，执行编辑打电话给她：这一分钟就要决定，要不要将正稿刊出，还是作罢。”格太太答：要。”一个总统就此下台。

这以后有谁还敢轻视女人。

还有更令人目瞪口呆的事例，



书名：《引爆点》
作者：（美）马尔科姆·格拉德威尔
出版社：中信出版社

成功秘诀:积极付出

□永尤山

如果你渴望成功苦苦奋斗但不得要领，那就请你翻开这本书，在一个年轻人的小故事中寻找成功的答案。不过，你要做好两个准备：

首先，请你抛掉成见。也许付出才有收获”这三岁小儿都懂的终极真理对你来说已经毫无新意，所以你也准备对“成功的秘诀是付出”一笑置之，那么你就会遗憾地错过了另眼看世界的良机。

其次，请你准备好随时思考。如果你只打算在合上书页的那一刹醍醐灌顶，那么你就是个盲目的旅者，忽视了沿途一道道美丽的风景。

现在，就请你跟随主人公乔踏上这次可能永远改变你一生的奇妙之旅吧。

渴望成功的乔首先向神秘的格斯寻求帮助，面对这样一个看似无所事事但在竞争残酷的克拉森—希尔信托公司稳居要位的老者，你的疑问也许和乔一样，他是如何生存下来的？”

在格斯的帮助下，乔拜访了被誉为“商界最鲜为人知的秘诀”的成功企业家品达。出乎意料的是，在首次会面中。品达慷慨大方地向乔传授了自己的成功秘诀，不仅如此，他还和乔约定会在接下来的会面中，向他一一传授自己毕生的心血——终极成

解决战略财务问题的新途径

2009年6月，美国《财富》杂志中文网排出“美国十大破产公司”，其中一半是在2008年和2009年席卷全球的金融危机中倒下的。雷曼兄弟、华盛顿互助银行、通用汽车、克莱斯勒，这些曾经叱咤风云的企业巨头轰然倒塌，带来的是数以百万计员工失业和大量的不良资产。为了救助这些公司，消耗了巨额的国家财富。

人们往往事后才发现，有些严重的问题，早在成为压死骆驼的最后一根稻草之前，就应该被予以重视。金融危机带来信贷市场的溃败，摧毁了公司估值，动摇了过去几十年金融界赖以存在的各种基本假定。前面提到的这些著名企业，无一不是出现这样或那样的财务问题，并最终给企业带来致命一击。在目前的金融形势下，各种理论、实践上的问题纷纷涌现，更多的人开始关注如何把金融理论应用到企业理财实践上，指导公司的财务活动，避免出现估值、资本结构、流动性等方面的问题。但以往我们对于很多问题，都是理论上的一套，实际操作上另一套，没有很好地将二者结合起来。

公司理财的战略意义，对于CFO、财务经理、并购业务人员以及商务开发主管来说，远比具体的战术方法重要。作为沟通财务理论与实际操作之间巨大鸿沟的有效工具，《战略公司财务》是一本美国公司应用指南，它为我国公司提供了一个可供参考的战略框架，是公司理解和解决财务问题的应用指南，亦可作为投行人士以及管理顾问的培训用书和一般参考。本书所讨论的内容，从资本成本、业绩计量、并购、现金和流动性、财务杠

杆五大定律。

乔几乎不敢相信自己的好运气，他将信将疑，但也很好地把握住了时机。

在随后的几天里，品达相继把他介绍给了几个看似毫无关联的成功人士——身兼主厨及餐厅老板双重身份的厄内斯托、出人意料的首席执行官尼科尔、资深金融顾问山姆、业绩斐然的房地产经纪人达文波特，他们用自身的经历向乔一条条揭示和阐述了成功的终极定律。

在此过程中，乔还认识了冲得一手好咖啡的雷切尔，他们都是期待成功的年轻人，成功对于他们永远遥不可及吗？

这些终极成功定律到底是什么？

本书是一则精炼的商业寓言，像一次充满惊奇、坎坷和曲折的旅行，揭示了企业成功和个人完善的关键。年轻的主人公乔的导师帮助乔重新思考他一直以来对人生的看法：“大多数人在听说成功的秘诀是付出时，只会哈哈大笑。于是，大多数人都远不如自己所希望的那样成功。”

乔学会了“终极成功五大定律”：价值定律、收入定律、影响力定律，真实定律和收获定律，这引导着他从平凡走向富足。

书名：《做一个积极的付出者》
作者：（美）伯格·曼

解决战略财务问题的新途径

杆，到信用评级、红利和股票回购、风险管理，再到养老金，都具有极端重要性。这些财务问题关乎企业的命运，也是我们经常在新闻报道中听到的话题。正如爱尔康公司副总裁、全球业务部财务长戴维·巴斯所说，“（本书）为公司理财提供了极为新颖、实用的方法，有效地将理论和实践结合起来。作者关注的是一些公司需要持续面对，同时既迫切又长期存在的问题。”

本书以真实世界的财务问题为基础，从资产负债表出发，分报表的“左侧”和“右侧”展开论述。左侧以“整固、出售、成长”等观念为引导，主要涉及业绩计量和估值方面的议题。右侧涉及资本结构及其优化问题，为信用评级提供行动指南，构造具体的资本结构优化框架，并针对比较突出的现金过剩问题，给出了一份股利和股票回购政策实用手册。最后，作者在企业的层面上论述了资本管理问题，通过实例说明了战略风险管理以及金融风险规避实务。

让本书成为你公司的财务顾问，尽管里面谈到的问题不一定都会在企业实践中碰到，但当你遇到问题，当你对一些前沿的财务议题感到困惑，当你觉得身边找不到可以借鉴的经验时，你会发现，这是一本不可多得的参考书，对于很多曾经困扰你的战略财务问题，本书能为你提供一个可行的解决方案。（杨光）

书名：《战略公司财务：在估值和资本结构中的应用》
作者：佩蒂特
出版社：中国人民大学出版社

向后看

□王石

慢下来”，是我上一本书《让灵魂跟上脚步》的主旨。慢下来，不仅是要看看未来，希望看得更远；更要回顾过去，希望看得更清楚——包括个人的历程、企业的轨迹，以及大的文化背景。

耶路撒冷归来，很长一段时间，我沉入此行带来的精神震撼久久不能自拔；大屠杀纪念馆那种冷静反思本民族历史和人性的态度，也很启发我的思考。甚至在归来几个月之后，我又一次在旅途中特意借道耶城，再次拜访。完成这本书后，我突然想到：我去过耶路撒冷的犹太人大屠杀纪念馆，也去过柏林的欧洲被害犹太人纪念馆，可我竟然从来没有去过自己国家的南京大屠杀纪念馆。

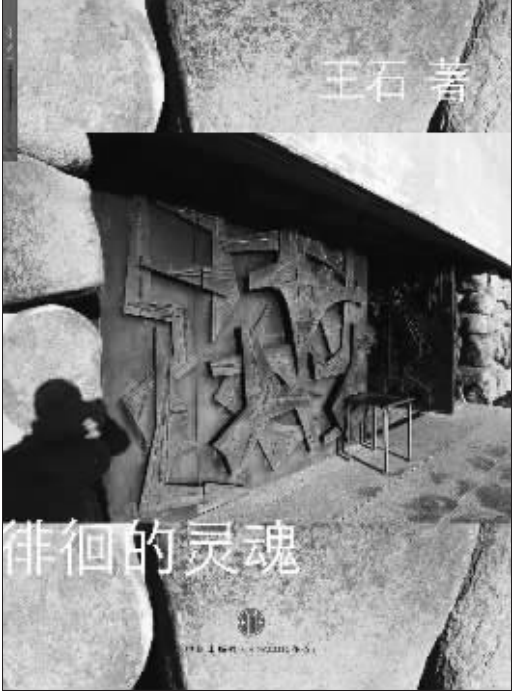
问问身边的朋友，竟没有一个曾去过南京大屠杀纪念馆的。为什么？除了我们的个体意识的忽略，是否也和我们民族整体意识的忽略有关？这或许反映了我们看待历史的方法和态度。

耶路撒冷的大屠杀纪念馆从1953年开始，在全世界范围内搜集每一位死难者和幸存者的个人资料，现在共拥有6200万份相关文件、档案，近27万张照片，以及数千份影音资料。近年，以色列甚至建成一个中央数据库，全世界都可以通过互联网查询到300万死于纳粹屠杀的遇难者姓名和相关个人资料。大屠杀纪念馆馆长阿夫纳·沙立夫说：

如果不了解遇难者和幸存者的故事，我们就不可能了解大屠杀，也不可能从中吸取教训。”

大屠杀纪念馆不仅是犹太人对德国纳粹的控诉，更是站在普世人性的角度，冷静反思大屠杀产生的根源，甚至对犹太人自身的反省，比如犹太人面对纳粹暴政的集体不抵抗，一些社区精英配合了纳粹对犹太同胞的迫害和屠杀……正是基于这种冷静的反思精神，德裔犹太哲学家汉娜·阿伦特形成了“平凡的恶”的洞见，她提出纳粹战犯受审的理由应当是“反人类罪”——如今，阿伦特的观点已经广为人所接受，成为人们谴责这类罪恶的共识。

相比之下，我们缺少这种对历



书名：《徘徊的灵魂》
作者：王石

史的尊重、对人性的尊重，也缺少对历史的反思、对自身的反思。

我们的民族是如此，企业、个人也是如此。今天的万科人，说起近年的持续高速增长，当然一个个头头是道，但有几个人还记得1993年宏观调控后做减法的艰难和狼狈？说到万科的全国布局，当然是英明决策，理性投资，但又有谁还记得海神广场——一个冒进的投资，几乎葬送整个公司前程？一本《道路与梦想》娓娓道来，说得多是理想、成功、韧性，一旦描写到错误和失败，就要来个春秋笔法。即使有失败，那也是成功路上用来增加悬念和起伏的小小挫折吧？

不能看到未来，不能看清楚过去，我们将往何处去？

明治维新后日本为何能迅速崛起

□华章

在日本明治维新之后，中国很多人多能人志士也期待着维新救国，但当时都无疾而终。实际上，日本社会在明治维新之前与中国有着很大的差别。

江户时代末期，日本的教育已经达到了相当高的水平。这可能是很多人没有想到的。这也为日本后来的工业化奠定了基础。中国百日维新之时，梁启超就认为，中国科举网罗举国上才之人，专事空疏无用之学，使学生“悉已为功令所束缚、帖括所驱役，鸢身灭顶，不能自拔”。

而江户时代的日本，教育已经广泛普及，并且形式多种多样。譬如日本当时的公立学校叫“学问所”，主要教授中国古代哲学和文学，平时教小孩子们识字。

让我们回到有关教育的话题。日本在与外国发生了关系之后，很多学问所也开始讲授荷兰语、西方技术等济世之学。

在日本地方的各个藩也有自己的学校，起初藩校是为了培养武士，让这些保安不仅身体强壮而且具备文化素质，避免“业主”的挑剔。到了江户末期，很多藩校也开始增设了军事、外语等学科，正因为如此，武

士阶层逐步成为了一个有文化、有技术、有力量、有理想的阶层，他们蓄势待发，等待着登上历史舞台的那一刻。

除了学问所和藩校之外，日本还有民间学塾与寺子屋。民间学塾主要是一些学者自己开的学校，传播儒学、国学，后来重点教授外语和技术。学生也不仅仅限于武士们。到了江户末期，很多渴望报效祖国、改变国家境况的有志青年们纷纷加入到民间学塾来。像后来的倒幕英雄高杉晋作，日本最著名的总理大臣伊藤博文，著名改革家、教育家福泽谕吉，都毕业于民间学塾。所谓的寺子屋则是进行儿童教育的民间学校。因为日本农民的生活还是比较滋润的，所以很多老百姓都热心于教育自己的子女，从城市到乡村，寺子屋随处可见。

在明治维新之前，日本的商业非常发达。因为各地的大名经常要到江户汇报工作而不得不频繁往来于江户和邻国之间，这给所经之地的经济发展提供了很大的空间。后来，幕府更是开通了五大商路和几条海路，这些通道沿途的商人们就承接了给过往的官员、客人提供马匹、人手帮助的项目。

随着米市、手工业的发展，富

商和高利贷者成为了令日本人艳羡的职业，就如同我们今天崇拜巴菲特一样。而日本传统的商业城市大阪也成为汇集商人、高利贷的繁华城市，这个城市还形成了大米的期货市场，是世界上最早的期货市场。

几百年后，曾经被视为美国投资天堂的华尔街一夜之间变得冷清凄凉，而大阪这个有些古老的商业城市依然坚强地运转着，发端于这个城市的众多财团、企业依然支配着世界经济的走向，它们在未来会迸发出更强劲的力量来改变世界。

农业、商业、教育、运输，这一切都顺理成章地发展着。能人、志士、武士们也都蓄势待发。到了19世纪中叶，他们似乎已经走到了一个新的起点，他们似乎发现了一个精神密码，打开之后，一个美轮美奂、充满激情的世界依次展开，而他们则用奋斗、阴谋和杀戮震惊了世界。

接下来，我们就会掌握这个密码，看到这个新世界。

书名：《麻辣日本史之明治物语》
将由机械工业出版社华章公司出版

上世纪的免费是有效的市场营销策略，本世纪的免费则是一种全新的经济模式

世界是“免费”的？



书名：《免费：商业的未来》
作者：安德森
出版社：中信出版社

□焦健

1975年2月3日，时任微软总合伙人的盖茨写了一封“致电脑爱好者的公开信”。他在信中说，“我们公司刚花了4万美元研制了一款新软件，但是却被人免费复制盗用了。”他警告说：如果这种情况延续下去的话，那么他将无力再研制出新的软件，大家在未来将满盘皆输。”时隔34年，当不得不“保卫微软帝国”明天时候，微软却将历史上首次推出让用户们免费使用的word2010。而Windows7操作系统的价格，也将大幅下调。

最让人感到有趣的当然是这种对比。什么因素导致了微软的改变？用最简单俗套的说法来解释就是，时代环境在变，假如不想成为因迟缓而灭亡的恐龙，你就不得不变。这个世界现在不仅仅是“又热又平又挤又弯又湿”，它拥有更加重要的一种特质——免费。

免费源自害怕被竞争对手赶超所导致的恐惧。在商业领域里，一些原本应该收费的内容也选择了免费。之所以会出现这种情况，既出于无奈，还将带来意想不到的好处：2008年11月，英国蒙提·派森飞行马戏团的成员因为他们的表演视频盗版猖獗而触怒，在YouTube网站上郑重地发表了一则声明：为了不再让该网站被画质糟糕得要死的视频占据，他们将免费提供下载。仅仅过了三个月之后，这一看似草率的做法却收到了奇效。蒙提·派森飞行马戏团的DVD销售量跃升至亚马逊电影和电视剧销售榜单的榜眼席位，在一个季度之内，销售量令人惊讶地增加了230倍之多。正是在无心插柳的情况之下，免费变成了一件“有益无害”的事情。

以互联网的规律来看，几年前的这个故事已经近乎于“天方夜谭”。对于那些在互联网使用已经成为社会基本工具的时代里成长起来的人们来说：免费不是新闻，收费才是新闻。正是因为如此，前不久《纽约时报》网站说要对内容进行收费，就使得这家以关注新闻为宗旨的机构本身，变成了新闻关注的焦点。

这些只不过是“免费时代”来临的几个例子。其实，“免费”拥有的是比我们想像中更加久远的历史：几乎所有的人都知道，一直以来，我们所买的报刊杂志的价格，是不足以弥补它们的成本的。而它们之所以能够“赔本”卖给我们，是因为有广告商的广告费用投放。这种广告商为读者们的注意力而进行“补贴”的生意，其实就是部分“免费”的。此外，在有形的商品领域，其实也不乏免费费例子。吉利刀片的发明者为了促进刀片的销售，就一直选择了免费发放刀架。其实“羊毛出在羊身上”，任何所谓免费的东西，成本都已经内涵在了价格之中，这只不过是一种名义上好听的促销方式而已。

免费时代的到来，并不意味着一切都会免费。出现一些免费商品，并不意味着经济学的规律已经失效。“免费”都只是商业模式中的一个领域而非全部，这是一个简单的常识。而我们今天所说的，其实也更聚焦于互联网领域。如何通过“免费”来进行盈利，这既是一个看上去的悖论，也是新经济时代最为核心的基础性命题之一。

在《连线》杂志主编安德森的新著——《免费》中，作者写道：你能够通过免费获得金钱。人们会为了节省时间而付费。人们会为了降低风险而付费。人们会为了他们所热爱的东西付费……免费打开了一扇门，不断接近新的顾客。它并不意味着，你不能向他们中的一部分进行收费。”