

60年, VIEWS OF WEALTH IN PAST 60 YEARS 我们走向大财富观

文_张晓晖 责任编辑_顾晓欢

60年, 我们的财富观发生了嬗变, 从仇视财富到君子不言利的回避财富, 逐渐过渡到君子爱财取之有道的大财富观, 当10几亿人能够正视财富, 并用自己的聪明才智追求财富的时候, 国家的前程何其远大?

建国60年了, 我们的祖国已经成长为有相当经济实力的大国, 我们国家的发展也为世界所瞩目。

一个国家的变化其实在于每一个具体而微的人的财富观的变化, 回眸60年风风雨雨、坎坎坷坷, 确实有很多感触, 也很振奋, 我们正在走向大财富观。

60年其实可以分成两个30年: 前30年自力更生, 后30年改革开放, 迎来了发展腾飞。

建国初期, 中国还是个农业国, 把“富裕”这两个字拆开, 就可以看出我们对“富裕”的理解, 一间房、一张嘴、一块田, 有衣服穿, 有粮食吃。那时的“富裕”就是温饱而已。

最先富裕一点的是农村, 交了国家的, 留了集体的, 剩下都是自己的。就这么简简单单的道理, 让农民基本上解决了吃饭问题, 且有了富余。

紧随其后的是城市的小商贩、小生产者, 需要资本不多, 船小好掉头, 在普遍落后的经济意识下, 只要头脑稍微灵活一点点, 钞票就来了。

后来是农村的乡镇企业, 从小作坊开始, 慢慢做大。

与此同时, 一个叫“深圳”的小渔村, 按照总设计师“杀出一条血路”的要求, 深圳这只小舢板悄然扬帆起航。当时, 很多“不安分”的人都到了深圳, 一个现代化的都市就这样神奇地拔地而起了。

这段时间是中国人金钱意识的启蒙阶段, 中国人发现了“有钱的诱惑力”。这时赚取财富的方式就不仅仅是吃苦了, 还要冒风险, 头脑灵活。而经济体制和法律因为人们的探索而逐渐完善, 人们也在时代的嬗变中走出自己的足迹。

再后来就是最近10年的城市化改革, 因为国有大中型企业的解困迫在眉睫, 教育、医疗的市场化改革也接踵而至, 住房市场化的时代也到来了, 信息经济的暖风也扑面而来, 面对WTO, 国门要更进一步地打开, 迎进来, 走出去, 改革的步伐也越来越大。

随着资本、技术和管理要素(企业家才能)在生产力中比例的提高, 简单劳动所占比例当然越来越小, 简单劳动所获得的收入也会相对降低。

人们的压力也越来越大, 过去只靠付出辛苦就能活得好, 现在要靠资本了, 要靠知识了, 过去只感觉到“有钱的诱惑力”, 现在切实感受到了“没钱的压力”。

最初的尝试是“何阳的点子”, 点子也能卖钱, 那时候市场经济的头脑还不大发达, 所以学一点营销学, 有一点小聪明确实能够发现不少好点子, 找到不少好机会。后来“何阳的点子”不了了之, 但那可能是脑系作为一种生产要素的最初尝试。

随着市场经济意识的进化, 市场里的空隙越来越少。逐渐地, 有人认识到, 要成功光有点子不行, 还需要坚韧不拔地把点子变成现实, 于是马云、俞敏洪在困难中熬啊熬, 不停地熬, 终于熬出了阿里巴巴和新东方。

近10年, 中国出现了一个新事物: 证券市场。

这个只在茅盾的《子夜》中出现过的东西呱呱落地, 人们很惊诧, 不知道它会给我们带来什么。人们首先想到的是冒险家、投机分子, 所以最初的深发展股票要靠行政命



令摊派，干部们很不情愿地放弃了国债，买了一些花花绿绿的卡片。后来这些卡片变成了货真价实的钞票，于是人头攒动，万人空巷。

纵观400年证券市场发展史，阿姆斯特丹的股票交易所成就了荷兰的海上霸主地位，这是最早的资本主义强国，只不过后来改变方向了，第一强国的宝座让给了实现工业革命的英国；其实，如果瓦特的蒸汽机没有伦敦交易所的翅膀，老英国是飞不上天的，也成不了日不落帝国；纽约的梧桐树促成了19世纪美国的西部开发、石油开采、运河开凿和铁路修建，英国人的资本造就了美国人的铁路、公路、建筑，美国人有使用权，英国人有所有权（股权），但英国人喜欢追涨杀跌，几次牛熊轮回下来，英国人把股权输给了美国人。

美国逐渐成为世界第一强国，其中最直接的动力就是华尔街。那里是企业家、冒险家、投机分子梦想汇聚的地方。

当证券市场在中国横空出世的时候，会带来什么呢？

近20年的曲折探索、艰难缔造，中国崛起了海尔、苏宁、联想、万科等一批有竞争力的企业，茅台、中国石油、同仁堂也借助资本市场的血液迎来了第二个春天。

人们在追涨杀跌中渐渐熟悉了GDP、CPI、贸易顺差、外汇储备、财政赤字、税率这些曾经很陌生的字眼儿，瞪大眼睛听财经节目里经济学家、股评家们侃侃而谈。其实，这才是中国证券市场的最大成就，那就是它快速完成了一个民族经济意识的启蒙、扫盲与速成。

人们从证券市场中感受到自己的命运和国家的命运如此紧密地相连，GDP的波动也确实伴随着自己心脏的搏动。

一个经济意识觉醒的民族会焕发出怎样蓬勃的生命力和创造力呢？

然后，就到了最近几年，房价涨、股价涨、油价涨、煤价涨、有色矿产涨，涨得总想变成

博尔特去和CPI比赛，那就找找投资目标吧？

股市、房市、期市、古玩、宜兴紫砂、玉石、普洱茶，每个赛场上都刷出了雪白的起跑线，就等着人们上场了。

但财富在哪儿呢？我们怎样才能跟得上中国发展的速度呢？

劳动力赚钱的时代过去了，技术赚钱需要越来越高的门槛，毕竟知识经济不仅仅需要学历，还需要发现市场机会的天才，不是谁都能成为盖茨、马云、李彦宏的。

资本赚钱的时代已经走近了我们，我们唯一保住、进而赚取财富的办法，就是把自己的财富凝聚在有生命力的企业上。

60年，我们的财富观发生了嬗变，从越穷越光荣的仇视财富，到君子不言利的回避财富，到盲目追求财富，逐渐过渡到君子爱财取之有道的大财富观，当10几亿人能够正视财富，并用自己的聪明才智追求财富的时候，国家的前程何其远大？

让我们平和坚定地向前去。MCB

THE ULTIMATE STATE OF STARTING-UP AND MANAGING A BUSINESS

创业与经营的极致境界

文_李道煜 责任编辑_顾晓欢

对于创业与经营, 修炼沟通功夫是长期而渐进的, 掌握沟通技能是必须的。而从不迷失方向的角度, 了解创业与经营的极致境界将起到航海灯塔的作用。

人类学家玛格丽特·米德 (Margaret Meade) 曾说: “那些为数不多的有思想、有责任感的人可以改变整个世界。对此, 永远不要怀疑, 因为这就是历史的全部。”事实上, 在曙光显现时需要察觉先机之人的验证与参与, 才会解决好改变世界的重大问题, 这才是此话的真正含义。

也正如罗伯特·肯尼迪 (Robert Kennedy) 所说的: “有些人看到了现实, 问为什么是这样; 有些人看到了未来, 问为什么不能是那样。”回答清楚前一个问题的是学问家, 意识到第二个问题的就是察觉先机的人们, 即创业者与经营者。

创业与经营成功的基础就是沟通。快捷沟通的三要素是: 及时、准确、得体。在此方面, 一般的着重点都在及时、准确, 而实际上缺乏的是得体, 于是沟通的效果会差很多, 甚至会适得其反。要得体, 首先就要换位思考, 以此为基础, 才能在不断实践中做到满意。

要想知道什么是得体的, 唯一的途径是真正去了解你的交流对象。他们是谁? 他们重视什么东西? 他们选择何种生活方式? 他们阅读哪一类杂志? 他们每天如何度过? 哪些事情能激发他们的动力? 回答清楚了这些问题之后, 你就能知道什么是得体的。

对于创业与经营, 修炼沟通功夫是长期而渐进的, 掌握沟通技能是必须的。而从不

迷失方向的角度, 了解创业与经营的极致境界将起到航海灯塔的作用。

创业与经营极致境界之核心。创业与经营的最核心竞争力有两点: 会扩展人脉与管理好承诺。人脉会帮助调适好最佳方向, 磨合出最优方法, 不会借助人脉, 则成功仅靠偶然; 会扩展人脉且能坚持住, 成功就成为必然。管理承诺是对外的表现, 管理好承诺才会树立起口碑和品牌, 没有口碑和品牌, 则只能靠投机取巧成功。

创业与经营极致境界之靶心。创业与经营的目标有两个: 用户满意与员工满意。只有站在让用户满意和员工满意的高度, 才能让一个人真正做到胸怀宽广。在保持经营良性运行的前提下, 谁能让用户更满意, 谁就能拥有更大的市场份额; 谁能让员工更满意, 谁就拥有更强的冲击力。如何做到让用户更满意、让员工更满意, 这既是管理承诺的具体体现方面, 也是生存与竞争的需要, 一定要动态管理好, 所谓的后起之秀往往是在先行者忽略的这两方面异军突起, 快速夺得强势地位。另一方面, 在用户满意和员工满意方面多下功夫, 也是抓住未来趋势的最佳途径。

创业与经营极致境界之中心。创业与经营的成功离不开借船出海, 选择好出海的航船是创业与经营的中心任务, 选对了航船则意味着成功90%, 而这往往被大多数数人忽略。当航船离岸, 再换航船是要经历九死一生的风险, 选对航船是创业与经营者在起步之时一定要选定的中心, 选择的角度就两个: 系统与产品。

任何的创业与经营都是居于产业链的某个环节, 系统是指在此环节你选择的系统能否把握住未来的趋势? 能否有最佳的理论指导未来? 能否支持在此环节形成最佳的团队? 否则弱势的系统终将在竞争中被兼并吸收掉; 产品是指此环节的上个环节能否提供最具竞争力的产品? 同样优质的后续产品能否持续提供? 这就像在斜坡上滚雪球, 最终雪球的大小意味着成功的大小, 选择好斜坡即指选择了未来的一个趋势 (斜坡不够长, 在现实中就会出现5年至10年必须要换跑道的情况), 系统好比是根据你的目标和个性正确指导你如何滚起雪球, 而产品则好比是要有足够的雪来支持你的目标。

达成创业与经营的极致境界, 只要有核心、靶心与中心意识, 面对选择, 特别是面对创业与经营问题, 不要用非此即彼的情况来人为圈住自己, 而是借助人脉寻找最佳方案, 为最大多数人创造最大利益, 为整体谋得了利益, 你就能获得成功。MCE

两年前我就已经被同行歧视过。他漫不经心地提到：我现在基本上只看订阅的RSS上的内容了，Web上的东西实在太杂乱了。当时我问：“什么是RSS啊？”“不会吧！你这个做媒体的连这个都不知道啊，那你肯定也不知道SNS吧。”

面对这样的问句，谁都不会舒服。不过经过两年的成长，虽然我对“新名词”的认知程度没提高太多，应付这种窘境的能力却成熟了不少。如果是现在，我会笑吟吟地至少看上去很镇定地反问对方：“它真的那么好用吗？现在都有什么功能啊？肯定有不少缺陷所以好多人都没用它吧。”这种回答的妙处在于，好像我对于RSS已经有所了解似的。更妙的地方在于，通过他的回答，我真的就了解一些了，而且不必再多花时间深究，因为说不定什么时候，这个“新名词”已经自生自灭了——如今好像很少有人再提RSS了。

自从10多年前互联网兴起以来，这个世界的运转就呈现出定向加速运动的态势，每天产生的新名词比“第三次浪潮”喷出来的浪花还要多。有次谈到中年危机话题的时候，一位做财经咨询的经理人道：我哪里有时间去中年危机？每天我疯狂读报纸、读杂志、看意见领袖的博客，不错过任何一个专业人士的聚会，保持时时更新专业知识。

岂止专业知识，只要称得上“精英”的人，就要摆出一副所有“新名词”全盘通吃的架势。大到国际政治、经济的新方向，比如被奥巴马推崇的新能源所涉及的氦、氖等原材料，

小到得知道家里新添的一双名牌鞋已经进化到有中国设计师参与的ODM了。

10年前我加入过疯狂的互联网行业，每天听到的“新名词”差不多比吸进来的空气还要多。10年后的今天再回头看看，经得住时间考验的“新名词”不用学，网民也都会了；经不起时间考验的，也早就没人再提及了，白白地占用了不少人的记忆力。如今，我的一位好友跻身当下大热的新媒体行业，情况和我当年类似。不过三字头的精英与二字头的相比，就是多了份从容淡定，她对付“新名词”的招数就是：如果你抛给我一个我不懂的，我就还给你一个你不懂的。现在她的上班时间及空闲时间，不仅是在吸纳众多的“新名词”，同时也在利用自己的职场经验和人生智慧自创许多“新名词”。反正是全新的领域，命名权和规则制定权都没有定夺，大家来抢呗。

但也有比她更淡定的高手，比如我见到过的一个在商界摸爬滚打多年的经理人，在面对一个知名电视嘉宾满嘴的“新名词”时，闲闲地问过后，就只是“哦”了一声，让对方不禁怀疑是否这个名词已经过时了，其实人家只是在判断他是否需要知道。另一个整日在家闭门画画的画家就更有意思了，在听到我吐出的天花乱坠的“新名词”时，他突然插话说：“我不上网。不过最近在学着发电子邮件。”被雷到的当然是我。人家还是活得好好的，而画的画一年比一年贵。MCE

你被“新名词”歧视过吗？

文_薛莉 责任编辑_顾晓欢

自从10多年前互联网兴起以来，这个世界的运转就呈现出定向加速运动的态势，每天产生的新名词比“第三次浪潮”喷出来的浪花还要多。

**WERE YOU EVER
DISCRIMINATED
AGAINST BY "NEW WORDS"?**