



傻

世界，笨生意

著：何力

导读主席

叶锦川

导读成员

罗陈李
亦森
俊泉玮

古板

◆日本人的古板，并没有妨碍他们成为世界的榜样

- 日本那么小的国家能取得那么大的经济成就，或许国民的古板恰好是重要原因之一，可以说严守规矩正是现代社会必备的一种公民素质。
- 说起日本人，有些中国人的评价是：二百五，死板。对此，笔者并不认同，日本那么小的国家能取得那么大的经济成就，或许国民的古板恰好是重要原因之一，可以说严守规矩正是现代社会必备的一种公民素质。仅从下面三点我们即可看出日本人古板之一斑。

◆公私分明

- 日本不存在公车私用，上下班都是用私车或乘公共交通工具与单位的通勤车，外出办事开公车，办完事老老实实开回来，再开私车回家。有几次，老师带我外出参观，回程经过老师家附近，当时离下班只有半小时，而开车回单位要将近一小时，老师一去一回就要2小时，第一次遇到这种情况时，我曾试探性“建议”老师，先把我送到就近的电车站（约10分钟车程），老师不如开车回家，明天再开去单位，这样可节省老师的时间，老师很干脆地说“不可以这样”，我马上意识到中国式的思维习惯在这里行不通，自此再没向老师们提出类似“聪明的建议”。

◆计划详明

- 日本人的工作计划乃至生活计划都是从年到月到日到分，每月下旬就要把下月的计划定好，具体到每天的上午下午，如需外出，还需列明从几时到几时，我有几次外出参观，计划表上甚至写清几点几分到哪里，几点几分又从哪里出发。计划一经确定，可以说雷打不动，有2次老师带笔者野外实习，当时满天飞雪，气温零下3度，我的实习计划照常进行，好在笔者基本功够扎实，老师示范后，笔者只用2次就达到了要求，再巩固了2次后，老师开恩让我提前收工。有一次在中秋节前半个月，我们中国进修生想邀请滋贺县国际协会与汉语学会的日本朋友开派对，请帖发了20份，中秋节当晚到场的只有13人，其他几位事先告诉了我们，他们已另有安排。事后，一位日本朋友告诉我们，开派对最好提前一个月通知。

◆不懂通融

- 有一次，笔者受金果实业一位副总之托，带一份礼物给东京一家公司的部长，事先给这位部长发过传真。我到东京后，先给部长打电话，不巧的是，部长有急事出差国外，问清了部长2天后回国，我又打电话过去，还是不巧，部长去了横滨，我只好问部长的手机号码（副总给我的名片上无手机号码，这也是日本人的习惯），对方无论我怎么解释都不松口，逼得我只好用邮包寄给了部长。我曾就此事向一位日本通讨教，他告诉我，手机与家庭电话号码都属个人隐私，不会随便告诉外人。在日本呆了一段时间后，我收到的日本人的名片证实了他的说法，名片上只有办公电话，只有混熟之后，日本人才会把手机号码手写在名片上。

恋旧

◆是时候谈谈德国了

- 提起德国，人们会立即联想到诸如“严谨…‘精良’，甚至“刻板”这样的词汇，但这只是抽象的概念。对于那些亲身游历德国的人来说，第一感受恐怕只是一个字——“笨”。是的，有那么一点儿，尤其是刚开始的时候。

◆关于德国人的严谨：E、T、H、O、S

- E是经济：这个投资在经济上是否划算？是否能成功？
- T是技术：技术是否可行、是否成熟？
- H是与人打交道：他们会考察这个人，没有管理、没有战略，德国人是不投资的。反过来如果你对他压根不招待，但你跟他谈判，把你的思路谈得非常清晰，让他看到某些真实的东西，他才能做出决定，而不是你请他吃吃喝喝。
- O是组织：哪个领导从哪个地方走进来，谁先发言，就这么非常细小的组织工作，这就是德国人的细微之处。
- S是社会：德国人会去考虑当地的风俗习惯是什么？投资的法律环境怎么样？文化怎么样？

◆向德国企业学什么？

- 德国企业像是个稳重又充满活力的中年人，默默地坚持着自己的目标，稳定而专注地在一个领域发展。
- 它们可能是“小公司”，也可能是“慢公司”，甚至还可能看起来是“笨公司”，但稳定的业绩和成长表明它们绝不是“差公司”。
- 产品专注创新，打造高附加值；德国制造者身上的品质：严谨可靠；员工培养技能，要求忠诚。
- 德国工会在450个行业里强制规定：劳工必须通过学徒才能被公司聘用。而在金融危机来临之时，与美国不同，大多数德国企业都通过减少工作时间或减少利润来保住多余的劳力。双轨教育与尊重技工，管理扁平化思维，双委员会制度保险，学习型企业--扁平化--决策层--（互动）操作层--中间管理层越少越好。
- 服务以客户为中心，为消费者带来更大的利益，“以客户为中心比以竞争为中心更重要，和客户之间保持常年合作关系是德国企业的长处，这甚至比强大的技术竞争力更有价值。”
- 一个电话、一封邮件，工程师就会马上飞到现场帮助解决。

◆两种发展模式的差别

- 德国学者冉珊鹤（UlrikeReisach）2008年提出英美“商人文化”与德国“手工文化”的差异。
- 美国代表的是一种寻求短期利润和个人财富的商人文化，而德国则代表了一种努力创造持久永恒产品的手工业文化“回到常识”，尊重规律，该走的路不能少走，该等的时间一定要等。

◆植根于社会，全球地方化

- 很多德国企业建立在远离市区的小镇，驻扎在小镇的另一个好处是可以避免干扰和精力分散。大城市对人的干扰实在太多，要创造出高品质的产品，人需要聚精会神，在安静的环境里更容易做到这一点。
- 德国的慢，是一种能看明白的慢。
- 杨佩昌说，他研究的东西就是怎么让国家的经济像一部机器一样均速发展，而不是一会儿快、一会儿慢，“德国基本上就是这样，表面有时候慢点儿，但是这种慢是能够看明白的，能够理解它为什么。所以德国经济模式的特点是稳定与增长。”

古板 & 恋旧

◆重新认识市场、理解竞争、懂得生活，建构人与商业的新关系

- 勇于反思、敢于向自己的谬误说不的精神

美国的成功 发明 创新 大众化 普遍智慧

- ◆科学家探索发现，发明家寻求解决办法，创新者不择手段地为某项解决办法谋求大众化应用。
- ◆实用性创新是让美国出类拔萃并让其他条件优越的国家落后乃至失败的首要原因。
- ◆没有创新的发明只不过是一种消遣，只有不到1%的专利具有创新价值。
- ◆HP---喷墨打印机，创新者 = 大众化的推行者
- ◆美国的创新历史可以分成三个阶段：机械技术时代、电气时代、数字时代
- ◆另外一支创新力量 = 政府
- ◆美国要想通过创新维持自己的世界霸权，正遭遇前所未有的挑战。□
- ◆美国正在失去科学优势，青年对从事科学事业的兴趣在减退。



醇厚

- ◆为什么要去印度？中国的市场不太好，印度的市场实在太大。
- 矛盾的是，对于中国人而言，印度这位近邻依然是一个在心理和习俗上非常遥远的国家。
- 从历史上看，印度对中国的影响主要是佛教的输出，而中国对印度提供的则是数学和天文等等。
- 中国商品越成功，中国商人越失败。
- 由于印度政府不对外国人开放零售业，这部分生意全都是印度人做起来的。
- 印度人因而控制了小商品领域的所有渠道与销售环节，中国商人以后再难进入。
- 1962中印战争，还有很多印度人记得，所以一些人对中国人并不友好。

身影---迈出国门的中国人，走向世界，也改变了世界

◆利比亚

- 三元钢铁利比亚有限公司，我们只要不和美国，欧洲抢石油，天然气就行。
- 这是高压线，不能碰。人家打了半年，花了多少钱，主要就是为了石油，天然气。
- 那些苦活累活，人家不愿意去干，我们中国人去干。
- 救命的群：网页打不开电子邮箱上不去，手机和电话都没信号，奇怪的是QQ仍然可以登录。
- 在中国人去之前，这个工厂的每寸土地上，每台机器上都积累5厘米厚的鸽子粪，杂草丛生，天上盘踞了成千上万只鸽子，等中国人撤离的时候，天上一只鸽子都没有了，这种对讲机在利比亚属于军用的不能带，被他们安检出来直接就给我带上了手铐，对方一共有四个人，其中一个悄悄跟我说，你给我们一人五块钱（27.5元人民币），我就放你走。这能叫贪污吗？在中国这叫贪污吗？这叫小费！
- 警车看见中国人的车就要拦，因为他们知道中国人有钱，中国人怕麻烦就会给点钱，他们还知道中国人办事都有回扣。
- 潘军海本来想去工厂看看，但听他的利比亚朋友说，当地人都知道这个工厂赚了很多钱，听说他最近回利比亚，都想和他见一面，顺便绑架他，让中国人拿点钱出来。

◆瑞典

- 龙门：加强了人们对中国“廉价”的印象，人们嘲笑它。
- 龙门的入口是一座简易版的天安门城楼。
- 风水：整个斯堪迪纳维亚地区的形状旧象是一条龙，龙门所在的位子正是龙的子。
- 温州商人，义乌

◆加拿大

- 中国移民的新房子，自己的城市突然被一个亚洲人以3.2亿美元买下了1/6，不少市民对李嘉诚的投资很反感，认为自己成了二等公民。
- 李泽钜在这时强调了自己的加拿大身份。
- 他一直强调自己是一个忠实的加拿大公民，妻子和3个孩子都是加拿大人。
- 加拿大人的怒火平息下去了。
- 多伦多最大一家地产公司的3位销售高层全为香港人，其中两位是副总裁。
- 当“楼花”大规模地进入到加拿大的地产市场，房子也由一种“日用品”变为“金融产品”。
- 多伦多开发商将买房团的最后一站安排到了尼亚加拉大瀑布前，距离瀑布最近的万豪酒店，所有房间都只有一侧，让人可以从上而下地欣赏瀑布。

多元——平等，战乱，多元化的世界需要多元化的“眼睛”

- ◆ 广东客人在车后座抱怨：“这里跟我们那儿的90年代似的！”阿福说：“我听了好难受！我一直都以为是我们台湾发展得更先进。要是两岸统一，我立刻把红旗插到家门口。”他的儿子在内地做生意，和政府关系很好，并且告诉他：“爸，打死我也不回台湾。”
- ◆ 法国人的平等基因，俄罗斯式民主亲历记，越南：一个幽灵飘荡的国度，索马里、突尼斯、埃及、利比亚，欧猪：意大利，希腊

