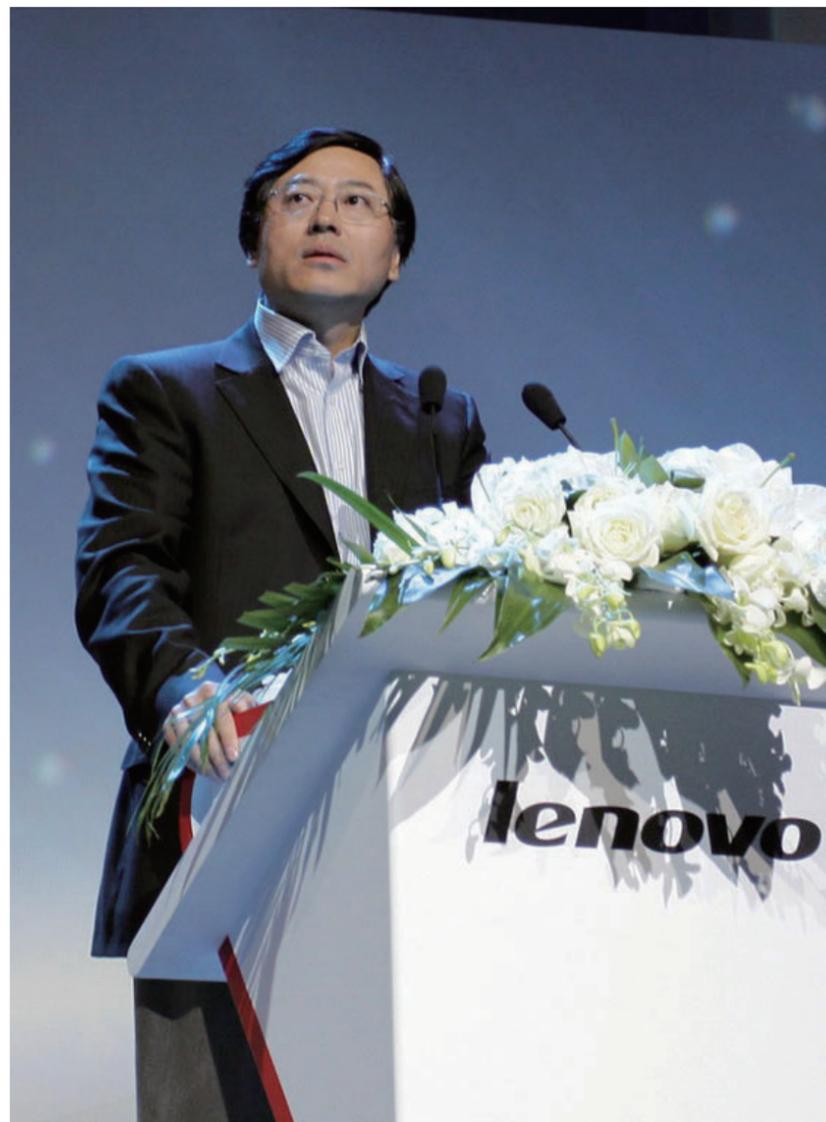


聯想集團董事局主席楊元慶在亞布力論壇上呼吁中國企業

用誠信經營好品牌

我們的一些企業，在國內如魚得水，日子過得紅紅火火，但一到國外，按他們在中國習慣的做法去經營，很快就露了馬腳，到處被查，到處碰壁。



■ 本報記者梅宗實北京報道

“我們做企業的，要嚴格自律，用誠信經營好品牌，服務好客戶。一時的名利並不是真正的成功，長久的健康發展才是企業應當追求的目標。”

在8月23日的亞布力論壇上聯想集團董事局主席兼CEO楊元慶是針對時下的互聯網熱說這番話的。

近來，互聯網的概念被炒得火熱，好像有了互聯網就有了一切，從互聯網起步可以構建一切傳統行業，可以顛覆一切傳統企業。

楊元慶說，互聯網概念被過分地誇大了，以至于在社會上產生了兩種極端心態。一種是恐懼，覺得傳統產業必將被互聯網顛覆，怕自己跟不上時代的變化，祇能眼看著生存空間被擠壓，有些不知所措。另一種則是浮躁，表現為迷信互聯網，認為互聯網包治百病，祇有互聯網公司才能成功，因此急于求成，想通過互聯網概念一夜成名，快速融資上市，忽視了健康企業對價值鏈均衡發展，對核心價值構建的需求。

楊元慶不否認互聯網帶動了企業各環節的變革。他說，開發人員可以直接和客戶互動，從而讓產品更貼近用戶需求，軟件產品的迭代速度也比以往任何時候都更加快速；營銷方式上，不同于以往的硬廣告推廣，利用社交媒體和互動營銷，企業可以把推廣更精準地做到需要

的受眾中去；銷售渠道上，在綫模式的確給用戶帶去了更多的便捷，也為廠商降低了渠道的成本；服務上，有了綫上諮詢、論壇上用戶之間的互動等多樣的方式，上門服務的需求大大降低。互聯網對某些行業所造成的影響甚至是革命性的，比如媒體行業、遊戲產業、部分電子行業等等。

“但顯然”，他強調，“互聯網並不能代替一切，它不能代替產品的創新，不能代替技術的研發，不能代替生產制造，也不能代替供應鏈管理。”他認為，互聯網並沒有，也不可能顛覆傳統產業的根本價值，核心價值，它就好比是推動前兩次工業革命的蒸汽機和電力，在各行各業都可以加以利用，是解放生產力的工具。我們可以用它來改善業務模式，促進效率的提升。

楊元慶說，傳統行業的企業大可不必對互聯網抱有恐懼或者抗拒的心理。互聯網金融給用戶帶來了更加便捷的投資理財手段，但它並不能改變傳統金融的核心價值——風險管理；打車軟件能夠給乘客和出租車司機帶來便捷，但是它並不能夠取代開車的司機，也取代不了乘車的乘客，它本質的目的，是為了獲得未來電子支付的用戶以及他們的銀行卡賬號；智能手機廠商可以通過手機向用戶推薦應用，拓展盈利空間，但這並不能取代手機的研發和生產制造的價值。

當然總會有一些想走“捷徑”

的人，希望利用互聯網迅速獲得商業成功。有些互聯網企業試圖把價值鏈其他環節都外包，他們把注意力放在營銷環節上，希望獲得快速成功，圈來資本市場的錢，他們不去琢磨如何苦練企業內功，怎樣做好研發、把控產品質量、管理好供應鏈、改善售後服務，

對此，楊元慶認為，“這樣的業務模式最終是行不通的。”他說：“他們要麼讓用戶總是饑餓着，要麼產品質量、售後服務頻頻出現問題，消費者投訴不斷。他們忘記了企業成功的短板理論，這絕對不是一種可持續的模式。”

楊元慶說，“我們既要張開雙臂擁抱互聯網，又不能神化它。互聯網並沒有改變大多數商業的本質，也不會取代大多數傳統產業，因為它無法取代它們的核心價值，它祇是傳統產業改進業務流程、提升效率的工具。透過互聯網的喧囂，我們應該看到生意的內核仍然是做好產品、服務好客戶。”

隨着互聯網的蓬勃發展，誠信問題也變得比以往任何時候都更突出，也更重要。

有些企業和個人利用互聯網獲取信息容易、傳播速度快的特點，以踐踏市場規則、挑戰道德底線的方式，達到他們追名逐利、快速圈錢的目的。不少互聯網應用都試圖拿到用戶更大的授權，去獲取你的聯系人、電話記錄、短信、位置等

信息，有的企業拿到這些信息就轉手倒賣，讓用戶深受其害。還有的企業為了博取流量，對不健康、不合法的內容視而不見。有的企業則虛報用戶數，好到資本市場去圈錢。甚至有的個人為了出名，不管正面還是負面的消息，都拿到網上去曬去炒。郭美美們居然能在中國市場上大行其道，甚至在欺騙行為被曝光後，反倒更加甚囂塵上。

針對這些現象，楊元慶質問道：“不能不讓我們深思，我們的社會到底怎麼了？我們的誠信到哪兒去了？”他分析說：“這裏很大的原因是我們的法制法規不健全，監管不到位。”

最近，中國政府在展開大規模的反壟斷行動，罰了很多大企業的錢。在國外，有人認為這是專門針對跨國公司的。楊元慶在接受《華爾街日報》的採訪回答說：並不是我們最近做得多了，做得過分了，而是過去我們做得實在太少了，以至于大家會認為我們沒有這方面的要求，不應該有這方面的監督。無論是跨國公司還是國內企業，都以為他們過去習慣的做法就是沒問題的，就能一直行得通。其實，恰恰是法律法規的不到位，市場監管的不得力，才讓那些在國外遵紀守法、享有盛譽的跨國公司，一到中國市場，不但沒把那套市場化的公平競爭、誠信經營的好東西帶過來，反而靠壟斷地位，靠私底下的協議，

協商價格、謀取暴利。更有甚者，還有的弄虛作假，超市故意把生產日期標錯，加工廠把過期變質了的肉賣給餐廳，這些事在監管嚴格的發達國家，恐怕是難以想象的。

楊元慶接着說，反過來的案例也是一樣，“我們的一些企業，在國內如魚得水，日子過得紅紅火火，但一到國外，按他們在中國習慣的做法去經營，很快就露了馬腳，到處被查，到處碰壁，像數據造假，侵犯用戶個人隱私這些問題，很難再有藏身之處了。”

“不誠信的行為必然帶來不公平的競爭，試想，能用虛假數字輕鬆從投資人那裏圈到錢的廠商，還會在乎產品掙不掙錢，業務健不健康嗎？這對那些踏實做業務，注重產品品質的企業來說，當然是不公平的。而不公平的競爭必然對經濟的可持續發展帶來消極的影響。更大的危害則是，不誠信還會成為中國企業走出去的巨大負資產，導致我們在國際市場上的競爭成本大大提高。”

楊元慶在呼吁企業要嚴格自律、誠信經營、服務好客戶的同時，呼吁政府，要加強立法，加強監管，建立公平、公正的市場環境，不留真空，讓不誠信的行為沒有可乘之機。

楊元慶最後說：“淨化市場上的浮躁之氣，蘊育出更多有國際競爭力、可持續發展的優秀企業，這將是經濟可持續發展的動力所在。”

(配圖原載天極網)