

《创建幸福企业》作者：岳川博 定价：36.00元
版本：北京大学出版社 2011年11月

幸福企业关乎国民幸福

企业是什么？是一个简单的工作场域，还是理应涵盖更多社会生活内容的地方？现代企业，必须追问企业创造“幸福”的可能性。岳川博创造性地提出“幸福人”假设，对此或许不是一种别样的见解。

□王尔德

企业也要幸福

企业也需要幸福？很多人对岳川博这本书表示难以理解，但我却对他的这个提法深表赞同。因为岳川博提出了一个非常重要的命题，企业的使命何在？

在回答这个问题之前，我认为我们需要更新对企业的认识。今天，随着企业日益壮大为一种强大的组织体系和社会力量，其之于社会的重要性，不言而喻。

今天，企业已成为社会中最重要组织。公司权力与国家权力并存，而且其对个人的影响要远远大于国家。想想看，这个社会中的大多数人都要在公司中生活，一天下来，上班族在公司办公室待的时间是不是要远远长于在家的时间？

实际上，在对个体的控制和约束方面，公司权力要大于国家权力。公司就像一个庞大的机器，具有自身内在的规定和命令，要求公司人无条件执行并要求每个公司成为单向发展的技术人或担当一个角色。为此，很多人的人生发展，都必须有意无意地遵循公司的逻辑。

不但如此，整个社会都在公司化，他的社会组织如政府、医院等也在公司化。西方影响甚大的管理学家，如国人熟悉的吉姆·柯林斯和汤姆·彼得斯，他们都已开始力推自己管理著作的社会机构版，将卓越的管理理念推广到商业机构之外的社会组织。如果说管理

学家的这种努力很难排除自身利益的驱动，我们不妨看看英美法学家对社会趋势的敏锐观察。

事关国民幸福

早在1996年，英美法系国家的法学家们清醒地观察到，企业组织开始毫不客气地在履行那些传统上专属政府的职能，他们在加拿大召开学术会议商讨法律的未来。不但法律的未来面临变革，就连国家都难逃厄运，英国的经济学家诺瑞娜·赫兹早在2002年就迫不及待地推出名为《当企业收购国家》的著作。

因为，我认为，以前我们熟悉的社会人概念应该变为“公司人”才对，人不但社会的动物，而且实际上已经沦为公司的动物。当大多数人已经变为“公司人”的时候，企业还能够名正言顺地说自己只能追求利润吗？这种表态如果能够成立的话，那么其言外之意就是人只是金钱的动物。

尽管在金钱社会，人人对金钱有着非同寻常的渴望，但没有人愿意承认，自己是金钱动物，人还有着对自由和幸福的渴望。因此，即便是德鲁克的名言，企业的使命是创造顾客需求可能也需要更新换代，而必须提升到一个更高的层次，企业的终极使命是追求和创造幸福。

唯有如此，企业才能在全球反思GDP而提倡国民幸福的今天，获得道义上的合法性。想想看，一个国家的企业的价值观如果与幸福无涉，那么单靠政府谈国民幸福，岂不是纸上谈兵？

在这个意义上，我认为岳川博极其高瞻远瞩，提出了一个极具远见的命题：企业应当是社会幸福的创造者，否则国民幸福就会变成空壳。

“幸福人”假设

很多人会进一步追问，企业创造幸福，可能吗？怎么样才能创造幸福？对这一问题，岳川博试图在管理学内部的框架中给出答案。他认为，我们需要更新管理学中关于人的假设，不论是X理论的“实利人”假设，Y理论的“自动人”假设，以及超Y理论的“复杂人”假设，归结点都回到提高企业的效益目标上。

对此，岳川博创造性地提出“幸福人”假设。在他看来，“幸福人”假设有五项目基本假设：人本幸福主义，即追求幸福是包括企业家在内的每个企业成员的根本动机和最终目的；幸福包含多样的价值目标，组织通过定义和发展这些价值目标，引导人们的思想和行动；人性的展现需要引导并依赖于场景的发挥；组织可以赋予劳动更高的效率、更佳成就、更好的回报和更大的意义，从而创造更多的组织成就和个人幸福；多数人都具有巨大的发展潜力和创造能力，并能够被有效激励。

这当然是一种有力的解释，但我认为是远远不够的。重塑企业使命任重而道远，幸福企业的创造不仅应从企业内部寻找，更要从整个社会中去寻找。只有社会形成合力，才能推动企业从一个利润机器变为一个幸福的创造者。

首富噱头好营销

在当下财经图书的出版热潮中，关于首富、企业家等等人物的传记屡见不鲜，但同时也是良莠不齐。抓住当下热点，顺应市场所需，不以专业功底取胜的趋势话题类图书一时间生机勃勃，《中国首富报告》是鲜明一例。

□书评人 邱恒明

五花八门的创富故事

创富故事五花八门，中国富豪起伏大，有趣、刺激神经，这大概是翻看《中国首富报告》的阅读体验。

比如宗庆后的故事。42岁的宗庆后还在杭州走街串巷吆喝着卖冰棍，2010年却成为了中国大陆的首富，大概这个时候，很多人才知道他的祖父可担任过张作霖的财政部长。

比如中国最年轻富豪的故事。1984年，卢国纪以61岁高龄白手创业，毫无航运经营经验的他克服万难，靠20年艰辛努力，把重庆民生轮船公司打造成国内最大的民营轮船公司。2005年，82岁的他当选《福布斯》中国内地第119位富豪，为重庆首富，是“中国最年长的富豪”。卢国纪是中国近现代史上最了不起的企业家、“船王”卢作孚的二儿子。

还有“26岁”创业现象，总结资料得知，陈发树、李宁、严介和、李锂等都在26岁创业。更有意思的是房地产行业的创业故事。举碧桂园的例子。20世纪90年代初，地产热刚开始时，杨国强承揽了一个大项目——碧桂园。工程建到一半时，恰好遇上房地产泡沫破灭，开发商资金断裂，把4000多套别墅作为工程款抵押给杨家，就这样，杨国强成了一名地产商，之后在威力无边的策划人及政策转暖等共同作用之下，这些别墅都卖了，杨国强后来使他

女儿杨惠妍成为富豪榜上的常客。

流于表面，误读不少

有这么多有趣的故事，那么，《中国首富报告》一定是一本有趣的读物。其实不然，《中国首富报告》是以批评的靶子进入我视线的。原因有二，其一，它并不是致力于研究中国富豪的专业作者的专著，它其实是以10年来《胡润百富榜》及《福布斯》中国富豪榜两个榜单为基础数据，进行了中国富豪资料的梳理及简单的榜单解读而已；原因二，该书章节间逻辑结构有显紊乱，框架搭建即让人产生疑惑。我是这样理解的，第四章“财富地理图志”、第五章“财富如水，流动于行业间”、第六章“那些落榜的名字，成了传说”分别从地域分布、行业分别、落榜者三个角度解读中国富豪，给人感觉层级明显，但前三章却像大杂烩，什么都往里装。第三章详细讲述了黑马富豪和老中青三代富豪不同特点，第二章讲富豪出身及财富观，但标题明显与实质内容相差较大。

《中国首富报告》分析不透彻，大多流于表面，甚至有不少误读，全书很少有让人拍手称快的评论或一手的精彩故事讲述，这些都让人遗憾。但也并不意味着全书毫无是处，要一棒子打死。

本土财经书历来多受诟病，研究精神欠缺，专业根基不深，职业作者匮乏是其本质原因。但外版财经书与本土情形相去甚远，水土

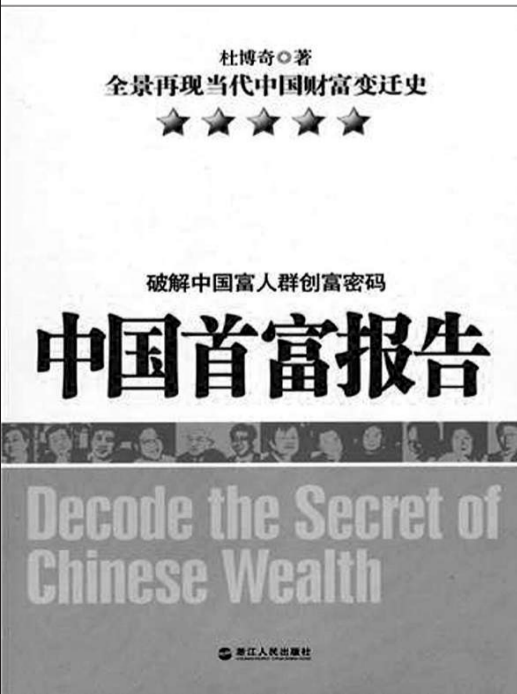
不服也是事实。抓住当下热点，顺应市场所需，不以专业功底取胜的趋势话题类图书一时间生机勃勃，《中国首富报告》是可见一例。

还是要潜心钻研

《中国首富报告》至少有一点难能可贵：重视策划，取材巧妙。而且我们不能忽视的是，作者潜心钻研，在消化成千上万富豪的资料，试图画上富豪成长路径与经济大势的连接线等方面费尽心力，作者努力劲头能窥一斑。

抓住市场所需，借助首富噱头好营销，这是《中国首富报告》取胜法宝之一。标题党有时会文不对题，但在标题上花工夫，努力靠近读者也体现出该书的良苦用心。比如，分解富豪地域特征时，分别用“权贵京城”、“传奇上海”、“潮流江浙”、“活力广东”、“资源边疆”等小标题来概括讲述，虽难以全然准确，也可谓对接工整、承接顺畅、有一气呵成之大气。

最后，我要推荐一对照阅读的范本《亚洲教父：香港、东南亚的金钱与权力》，它可是研究东南亚华裔富豪的佳作。作者乔·斯塔威尔是《中国经济季刊》创办人、总编辑，长期钻研此类话题，自20世纪80年代开始在亚洲从事新闻工作，之后替《经济学人》的商情部门写过大约十本与中国经济发展有关的小册子。《亚洲教父》出版后，乔·斯塔威尔被视为亚洲商界神话的首席破坏者。



《中国首富报告》作者：杜博奇 定价：35.00元
版本：浙江人民出版社 2011年10月版