

# 资本

## 新青年

FLOURISHING CAPITALIST

### 资本论

## 让价值观远离教条

丹麦宗教哲学心理学家、诗人索伦·克尔凯郭尔(S.Kierkegaard)认为,要认识生活就必须回顾,而生活更须前瞻。实际上,做企业何尝不是如此呢?谢宏的贝因美15年的成长经历,实际上我们从中感受到更多的是其公司未来发展的蓝图,“浙商”谢宏把自己的经营理念定位于“哲商”,将他个人的人生价值追求和经营企业的价值观念有机地融合起来,而“价值才能成就未来”。

“生存高于一切”,贝因美15年三次创业,实质上就是以创新求变来应对经营环境和企业自身的变化,在发展中体验生存,也只有持续发展才有基础能够实现“顾客、员工、股东、合作伙伴和社会”的价值统一。

贝因美现在完成了第二次创业阶段,即基本完成了中国婴童行业综合运营商的布局,从而进入第三次创业阶段,即正式启动领导品牌战略。因此,公司在电视广告中敢说“育婴专家贝因美”,这句广告词一方面是公司的自我评价,另一方面也是谢宏把“专注婴童事业”作为实现个人价值和企业文化理念的体现。

然而,问题是在许多企业中,价值观是一回事,所做的事情以及做事的方式又是另一回事了。“从单一米粉到全面进军婴幼儿产业,基本完成了中国婴童行业综合运营商的布局”,就是从制造型企业转型为一个服务型企业,就像IBM、Boeing以及SONY等公司一样,综合运营商意味着要为顾客提供解决问题的综合方案,这实际上也是世界性的潮流。仔细考察这些企业转型的做法,无论是其组织架构、流程方式、绩效指标和企业文化,还是其信息技术和信息系统方案,甚至其更替的新领导等,无不体现了以客户为中心、为每一个不同的客户提供解决问题的完整方案这种服务型企业的价值观。

我们还必须清醒地认识到,中国现在虽然已经产生了许多世界级的企业,但是还缺少世界级的企业管理大家,也还缺少世界级的管理学家。对此,西方一些先进企业和企业家能够把价值观和具体执行高度统一起来的做法还是值得我们学习的。我们不能邯郸学步,一味地模仿学习西方企业的管理运作。

索伦·克尔凯郭尔还说过:“当一只蜘蛛把自己从一个固定的点往下抛进自己结的网中时,它看见自己面前是一个空荡荡的空间,它在其中找不到任何立足点,而它却过度劳累。”企业经营缺乏价值观,就会随波逐流,或者会成为机会主义者,但是,即使企业树立了价值观而在企业运营中却“顾左右而言他”,那么再好的价值观也是一种教条。

贝因美从事的是婴童行业,婴童让成年人回忆,而婴童们只有前瞻。贝因美过去已经在一定程度上获得了巨大的成功,但是,谢宏的目标是要将贝因美打造成中国婴童行业重要的综合运营商、中国婴童市场的领导品牌,能否实现这个目标,关键之一还要看贝因美能不能将其树立的价值观融入到企业日常点点滴滴的运营过程中。

刘杰

复旦大学管理学院教授、博导  
复旦大学管理学院EMBA教授

復旦大學  
EMBA  
SCHOOL OF MANAGEMENT  
FUDAN UNIVERSITY

# 谢宏 哲商之道

谢宏,贝因美创始人,首席育婴专家,浙江大学MBA研究生导师。1980-1984年就读于浙江工商大学的前身——杭州商学院,后留校任教。多年来,他在食品科学、人类学、社会学、哲学、心理学、教育学等方面颇有造诣,著有《婴幼儿食品的科学范畴及评价原则》、《育婴指南》、《造就冠军宝贝》、《婴幼儿的认知、语言和意识发生》等19部书籍作品。

1992年,谢宏怀着“实业强国”的理想,创办贝因美。现任中国食品科学学会理事、杭州婴童行业协会会长、浙江工商大学客座教授等众多社会职务。

一个男人,为什么会将他的全部热忱和智慧投入妇幼婴童事业中去?十余年的潜心经营徐徐展开的又是怎样的宏图 and 梦想?

