



# 能搞定珠峰,还有什么搞不定?

## ——记那些征服过珠峰的企业家

■ 尚洁

有一种人天生就带有强烈的征服欲望,这种征服的欲望让他们不甘平庸,人生对于他们来说就是一场战役,只有胜利才能给他们带来存在感。这种人一旦创业,也会跟别人诉解开创期的苦楚,但他们会补充说那时是“痛并快乐着”。等到他们的公司积累到了一定程度,钱对于他们来说已经没有意义,而只是一串数字,还有什么可以令他们有征服的欲望呢? 珠穆朗玛峰。

爬珠峰必须有3个先决条件:第一,有钱。在春季,政府向单独爬山的个人收费2.5万美元。第二,身体好。高海拔会对人身体产生影响,通称“高原反应”,另外还有低温、强日照等。第三,有决心。光训练至少也需要两年以上。每周两到三次训练,力量训练和心肺训练交替,必须坚持。

登珠峰让人有一种征服的欲望、一种向上的动力、一种克服困难的勇气。当然,不是谁都能爬上去。史玉柱也曾想征服珠峰,但是在半路因为各种原因不得已下去了。但时至今日,挑战过珠峰的中国企业家已不在少数,王石、郁亮、黄怒波、张朝阳、王秋杨、王静等,在他们的榜样作用下,很多企业家也把征服珠峰当作一个人生目标。但其实,珠峰不仅仅存在于西藏,珠峰是在每一个人心中。

王石:我是强人

当时王石去爬珠峰,外界的猜测是他在工作上遇到了瓶颈,公司内斗激烈,他几乎被架空,大权旁落,所以选择了这种方式去排遣心中的郁闷。当然,这种说法被王石极力否认。

王石说爬完山以后至少瘦了10斤,到了8000米以上的高空,领略到了一览众山小的情怀。当时,他和他的同伴设定了一个激励机制。同伴要到8848米的高空求婚,他要跟着一起做见证人。不过登上去以后,他并没有满足感,等到回到了大本营才缓过来:哦,我干了这么一件牛逼的事情。

本来以为上了顶峰,把五星红旗一插,一定会非常激动,谁知道等上了山顶,动作非常非常慢。他讲述了高原反应,严重的时候,智力下降到了6岁,吸一下氧可能能够恢复到12岁。从1953年至今,有1000多人爬过珠峰,还有170人把生命留在那里,所以在这个过程中,王石曾经哆嗦过,害怕过,在最困难的时候,他关掉了对讲机,不向大本营请求支援,因为请求完成了需要两天支援才会到,自己肯定活不下来,还不如自己好好去克服障碍。

当别人说50岁的王石是拼了老命爬上去的时,王石也极力反对,他说70岁的人都爬过,我50岁算年富力强。

嗯,正如王石自己所说的,他是个强人,是企业界少有的强人。

张朝阳:爬完不久就抑郁了

作为普通人,慢悠悠地向人生的顶峰攀登,许多时候还气喘吁吁,但因为慢,可以欣赏一路的风景。但有些天才人物不行。他们人生的路走得特别快,几年就走完普通人一辈子要走的路,并且登上了顶峰,他们一定是很孤独的。

这是张朝阳的自述:高海拔能帮助你更容易体验这种没有思想的状态(也不一定,有的人在艰苦而陌生的高海拔地带,任何一点在平原上不以为然的小事都会为之钻牛角尖,情绪跌宕起伏)。每次登山下来都恍如隔世,人也有些变化,身体的弹性和适应能力增强了,不讲究了,更随了点,登山前的很多事情被简化后变成了永久记忆……

登完珠峰后没多久,张朝阳就抑郁了。也许是世界上所有难做的事情他都做到了,高处不胜寒。闭关

后,搜狐的各项事业都渐渐落于人后,张哥不淡定了,于是就在2013年喊着复出了,搜狗未来如何,PPTV未来如何,这个爬过珠峰的汉子还能创造奇迹吗?

黄怒波:爬山的诗人

2010年5月17日,西北汉子黄怒波成功登顶珠穆朗玛峰,成为由尼泊尔境内南坡一侧登顶珠峰的中国企业家第一人。登临珠峰之巅,黄怒波小心翼翼地摘下氧气面罩,轻声诵读自己写就的诗句,那一刻,被自己感动的他已然泪流满面。

很多人都是不知放弃,最后把生命留给了珠峰。2009年,当黄怒波爬到8700米的时候,他决定放弃,因为生命更重要。2010年,他卷土重来。“珠峰归来,对我来说出现了两个现象,一是留下了‘后遗症’,比较长的一段时间里,我的头脑中以及眼前总是有山的影像出现,特别是晚上睡觉时,感觉自己还在不停地攀登,感觉山那么高远总是走不到尽头。二是下山后不愿意多说话,因为每一次的攀登都会目睹死亡,经历风险,下山后一时还难以摆脱这些场景的影响。”

作为一名诗人,爬了一次珠峰,历时一个多月,他

写了40多首诗。

王秋杨:一边写日记一边爬山

王秋杨是一个女人,这个女人在生儿子前一个小时还在跟客户谈单子,谈完单子自己开着车就去医院生产了。她不仅是一名妻子,还是老公张宝全的得力助手。

“上有老,下有小,事业上又是一个最较劲的阶段,忽然间发现,自己对周围的每一个人都很重要,处理不好的时候,就会有一点紧张和焦虑。”这种焦虑之下,王秋杨决定去攀珠峰。登上珠峰前的一天,她给老公张宝全打电话说,我一定会活着回来,尽管她冲顶前一夜帐篷里就死了一个人。

王秋杨热爱爬山,虽然爬山需要一定的财富基础。对此,她并不忌讳,“财富确实给我带来虚荣心的满足和很好的物质生活”,但是每次出发前,她都是偷偷写好遗书,告诉家里人自己出差。

如果说西北汉子黄怒波是一个诗人,那么王秋杨就是一位散文家,她用女性的视角记录下了登峰日记并成书出版,起名《只为与你相遇》。

## 郁亮“登顶”:珠峰与万科 哪个难度更大?

■ 王玉光

登珠峰与领导万科,哪一个难度更大?

一个是海拔8844.43米的世界最高峰,一个是2012年销售收入1412.3亿元、全球最大的房地产公司。

今年5月下旬,48岁的万科集团总裁郁亮终于爬上象征权力之巅的珠峰。而去年的这个时候,万科还在被内部“宫斗”的传言所困扰。彼时,有8位高管相继离职。

10年前,万科创始人王石首次登上珠峰。2010年,他再次登顶,创下中国登珠峰年龄最大纪录。这项极限运动成就了王石“英雄”、“硬汉”之名,奠定了他在万科内外无人能及的偶像地位。

但如今,在郁亮组建的登山队中,王石却难掩暗淡。光环更多地打在少帅郁亮身上。这次登山下来,王石体重骤降30斤,还因为雪盲伤了眼睛。

这正是万科两代权力统帅迥异的领导风格:王石英雄气概、敢于冒险,郁亮沉稳厚重、步步为营。

喜欢拿《大卫·科波菲尔》当枕头的王石,被地产界奉为“教父”。这颗光芒耀眼的企业家之星在成就万科的同时,也埋下了一个“谁来接班”的难题——职位的交接总是容易,领导力的传承却难于坐实。

在管理学上,“领导力”有多种定义:动员大家为了共同的愿景而努力奋斗的艺术;转变他人的思

维方式,激发行行动,并以此来成就事物的能力。总而言之,广义的领导力就是让人追随的能力。

一贯自嘲为“菜鸟”的郁亮,此前更愿意将自己放在普通人的位置上。他用3年时间去精心筹备登山。每天坚持跑步5公里到10公里,使自己成功瘦身30斤。在他接任总裁职位的近13年间,万科年均增长率在20%以上,通过兼并整合、超前实现从百亿级到千亿级的规模跨越,成为房企巨无霸。

在王石偶像光芒四射的年代,“普通人”郁亮如何在万科植入个人的影响力?“宫斗”传闻不管真假,恐怕都是最俗套的解释。相比之下,“攀登珠峰”似乎更具万科权力交接的象征意义。

如果说王石仅仅是因为个人爱好而选择爬山,自称“毫无运动天赋”的郁亮却并非是纯粹“玩票”。尽管他习惯用“传承万科勇于挑战、超越自我的文化基因”来阐释动机,但在他对珠峰的朝拜历程中,却难以掩饰对影响力、控制力的谋求。

3年前,王石萌生退意。但坊间一直纷传其“隐而不退”,远程遥控公司事务,甚至在具体战略上与郁亮产生分歧,比如要不要做商业地产。

对于这些传言,郁亮一概公开否认。但几乎是在同一时间,他确立了登顶珠峰的“大目标”,并开始万科大力推行全员健身。登山被明显地仪式化。万科公司内部有一个经理人奖项,要求获奖者

在海拔6000米的山上领奖。

在郁亮成功瘦身30斤、成为时尚杂志封面先生并成功登上珠峰、与当年的王石站在同一高度后,万科的“80后”员工群情激昂,他们已渐渐习惯郁氏节拍,一边喊着“靓(亮)仔”,一边跟着新偶像长跑。

万科是中国地产行业的旗帜,观察万科的动向,往往就能看懂整个行业。

郁亮常开玩笑说,这几年持续调控,地产公司闲来无事,因而勤于操练,养精蓄锐。但实际上,万科从未停止攻城略地。近年来,万科正在主导一场行业并购大战,众多在调控中搁浅的中小房企纷纷以“合作方”姿态加盟,累计为万科带来约600亿元的民间资本(郁亮称其为“合作资金”),这使得万科在股市低迷、银行限贷、海外发债无门的调控大背景下,仍能保持畅旺的现金循环。

在郁亮看来,今后将万科定义为“城市化配套服务商”似乎更为务实。且不说商业地产、养老地产乃至海外地产,“即便是城市需要垃圾场,万科也会建”。跟着客户资源走,跟着城市化进程走,成为万科坚定的信仰。

地产行业时局早已今非昔比。单边式上扬的“王石时代”渐行渐远。登顶珠峰的郁亮,正在以他鲜明的个人印记,开启万科新的历程。

## 中国商界圈子声望榜

一个圈子,会有属于自己的性格:地产圈钱多;互联网圈爱炒作;金融圈精英感强烈;制造业圈最苦逼;快消圈最厚黑;奢侈品圈子最“做作”……下面就梳理一下中国商界圈子声望榜。

1.金融圈:精英感最强的圈

整天的资产证券化、收并购、IPO、增发、CPI、PMI、货币存量的高深术语挂在嘴边,金融圈最是高处不胜寒。而且,一般进入稍微大型的金融机构工作的,至少都是国内外知名大学的硕士,一路走来鲜花掌声,精英感最强烈。而且,即便是个“金融民工”,年收入水平也远远高于其他行业。

2.地产圈:最有钱却最低调的圈

可以说,地产圈里集中了中国最有钱的人,也是中国大部分财富的集中地。福布斯富豪榜长期以来被地产圈的大佬占据。在哪里买了地、哪个盘销售率如何是他们谈论的话题。高尔夫、高级会所是他们谈事儿的地儿。不过,这个圈里有钱是有钱,不过可能因为钱来得太容易了,明显比金融圈低调些。

3.互联网圈:最爱炒作的圈

互联网圈绝对是商界的娱乐圈。一会儿这家公司跟这个公司的大佬吵个架,一会儿两个公司又声称大打价格战……吸引眼球,他们绝对是好手。君不见360周鸿祎,跟腾讯斗完跟百度、金山斗,跟

百度斗完跟小米斗,跟小米斗完连奶粉推销员都不放过……真是互联网圈的明星,绯闻从不怕多。

4.制造圈:最苦逼的圈

仓库里还压着无数库存;银行里还有越积越多的贷款未还;工厂门口还有若干工人等着讨薪,客户却迟迟拖着欠款……制造业老板见制造业老板,表面上派头十足,其实个个心里都明白各自的苦。唉,捱过这段时间再说吧。

5.煤炭圈:最“傻大黑粗”的圈

煤老板手握现金一大麻袋,一个月内可以赚四五百万元,最愁的其实是怎么花钱。拍电影?投地产业?为子女办个豪华婚礼?这要看煤老板的心情。

6.快消食品圈:最厚黑的圈

快速消费品行业进入壁垒普遍较低,行业内竞争对手的数量较多,各种明争暗斗最常见。看看蒙牛伊利当年的“黑公关”们就知道他们斗得有多凶;看看加多宝、广药的持久战就知道他们斗得有多狠。

7.奢侈品圈:最“做作”的圈

作为奢侈品行业内的一名人员,浑身上下如果有一件不是奢侈名牌,你还算行业人吗?作为一名奢侈品行业的从业人员,如果你说中文不带夹英文的,没显出点儿国际范儿,你还算业内人员吗?

(九编)

