

玛约丽斯卡蒂诺：她的影响力 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/173/2021_2022__E7_8E_9B_E7_BA_A6_E4_B8_BD_C2_c73_173757.htm 我不相信男女有何不同。培生集团CEO玛约丽。斯卡蒂诺（Marjorie Scardino）在回答本报记者提问时说，她乐观风趣，没有商界女性常见的强硬，因而更具魅力。玛约丽。斯卡蒂诺并不乐意别人把注意力特别放在她的性别上，但她恐怕永远无法做到这一点。在9月1日她在北大的演讲前，林毅夫教授介绍她2003年被《财富》评为世界上最有影响力的女性，而且排名第一位时，听众会意地微笑。她也是英国百强企业领导人中的一个女性，而她是一个美国德克萨斯州人。更重要的是，你我都可能曾受玛约丽的影响：现在她掌管着英国《金融时报》

（Financial Times）、50%的《经济学人》The Economist，我们每个人也许都用过朗文的词典，学过新概念英语，读过企鹅版小说，用过培生教育出版的教材……在她成为培生CEO之前，她掌控100%的《经济学人》，是经济学人集团的CEO，培生拥有它50%的股权。对中国来说，玛约丽的影响力可能有另外的意义，在演讲中，她盛赞中国的崛起，说这是我们时代最大的故事，要把中国崛起的故事介绍给世界。这家公司带给客户产品的同时，产生的副产品（注：指利润）并不是追求的最终目标。在演讲中玛约丽重复这个她刚担任培生CEO时接受媒体采访而引发争论与嘲笑的话。她现在对此更加肯定，部分原因是因为她的副产品生产得不错。在出任CEO后仅两年的时间里，玛约丽。斯卡蒂诺就使培生集团成为了教育传媒业的领袖。下属的培生教育集团现在是世界

上最大的教育出版集团。她上任八年来，公司业绩提高了一倍多，年销售总额从1997年的35亿美元攀升到了2003年的72.46亿美元，利润8.77亿美元，公司总价值达60亿美元。在2003年公司年报中，玛约丽写道：在黑暗的地方，知识带来了光明，知识使经济运转、国家繁荣、个人成功，但知识却仍非人们能普遍获得的力量源泉。这才是她定义的挑战，她称培生的共同理念为广义上的教育，或者说为这个世界提供知识，目标明确。她说：盈利可以帮助一家企业持续发展，但并不能定义一家企业，一个能够有着良好发展的企业通常是把盈利作为给社会带来一些产品和服务之后的东西，而不是目标。1997年，玛约丽刚成为培生CEO时，这家有着175年悠久历史的企业虽然名列英国百强企业第五名，却像一个装满奇珍异宝的古董店，有蜡像馆、银行、瓷器工厂，甚至还有一家农场，大家都小心翼翼地怕不小心把古董打碎。玛约丽对演讲听众说，这些业务没有任何联系，不能相互支持，这不是一家可以理解的（comprehensive）公司。美国《商业周刊》当时的报道则这样说，管理层因为一项损失了4.05亿美元的投资而受到责难《金融时报》编辑部拒不服从管理，企业甚至面临着分崩离析的危险。玛约丽决心统一企业内部的理想。她大量卖出了那些不相关的企业，买进与教育、传媒相关的企业，甚至赢得了老谋深算的交易人的绰号。1998年10月，她把经营蜡像馆等的图桑德斯集团以5.28亿美元的价格卖掉1999年6月又以6.15亿美元的价格出售了利查德投资银行18%的股份。与此同时培生集团持有的媒体股则不断增加1998年5月培生以46亿美元的价格购买了西蒙。舒斯特教育商业公司2000年3月又以4.66亿美元的价格购买了英国儿童书

和插图书出版企业DK出版公司.....为了在美国推广《金融时报》她还对其投入巨资，成效非常显著这份报纸在美国的发行量从1996年的3.6万份提高到了2001年的12万份。回顾这个过程，她相当满意，她说，我们现在的业务在某种意义上都相互关联。在培生，我们共同的理念，是帮助一个孩子更好地学习，帮助一个大学生更好地学习知识.....就是广义上的教育。在玛约丽眼中，教育及其相关产业意味着无限商机，教育产业是未来产业。她看到，随着民主化和经济的发展，教育产业在美国正以8%的速度增长，在全球则达到了10%.教育是最好的市场，最好的商业，具有最好的特性，她说，人们越富裕，就会有越多的钱投给孩子的未来。在8月31日面对几百位中国出版业同行的演讲中，玛约丽称技术带来三个趋势改变了出版业：世界变得越来越小，距离变得越来越不重要，科技变得越来越重要；互联网让我们进入信息爆炸的时代，但需要出版商提供内容，让读者享受其中；个性化让我们可以以自己喜欢的方式享受产品。她举例道，譬如根据一个大学教授对教学的特殊要求设计一本参考书或者一本教科书；或在幼儿园教学方面，可以收集一个孩子的信息，他的喜好，他的学习方式，然后给他设计一本适合于他阅读的书籍。我们必须找到很好的办法来鼓励大家读书，不仅让大家学会读书，而且要成为一种终身的习惯。她对中国同行说，她发现技术带来的不仅仅是好处，也是挑战。她引用这样的数据来说明这项任务至关重要：在英国，五分之一的人说在他们的生命当中从来没有读过书，三个人当中有一个人说在过去五年中没有享受过阅读的乐趣。在美国，有一半的成人从来没有读过小说或者诗集，阅读力的下降最显著地表现在

年轻人的身上。在中国，过去五年的阅读力下降20%，和其他国家类似。我们也许要花一百年的时间建立在读者当中的信誉，却可能在三个星期之内彻底失去它。尽管在两个地方的演讲主题截然不同，记者却听到玛约丽两次引述同样的话，每次她都特别强调。玛约丽坚信出版行业比任何其他行业都要倚重于公众的信赖，在教育领域，也必须要平衡和满足股东利益与社会利益。玛约丽用三个词汇形容培生的个性：勇于探索、有创造力和崇高的风尚。这是我们所拥有最重要的东西，是我们每天早晨起来想到的第一件事。人的潜能是没有极限的，一个人说自己已经尽到全力了是不够的，还可以再努力。在回答本报记者关于她的管理风格时她说。某种意义上，这正是她改变8年前的培生所仰赖的力量之一。当时的培生缺乏一种提倡表现的文化，经理们实现年收入增长3%的目标就可以了，玛约丽提出了更高的目标，即要实现双倍的增长率。《金融时报》的奥利维尔·弗罗特第一次对这位CEO做报告，雄心勃勃地提出到2005年把报纸的全球发行量提高到75万份的发展计划，对于这样一个增长率将近90%的计划，玛约丽却笑着回答说，我很失望，奥利维尔，我以为你会说100万份呢。每个人都有知道得更多，而不是比别人更少的权利。关于管理风格，这是她的回答的另一个部分。之前她向我们这样解释在9.11发生后发电子邮件给所有员工是如何考虑的，她总是不断地发送电子邮件给所有员工，告诉公司发生了什么，谈论利润增长或是新的收购计划。她不愿同意我们假设的她的那份电子邮件体现她女性领导者的特色。当时她写道，当务之急是照顾你和家人。现在公司没有你非参加不可的会议，也不需要你立刻乘飞机出差。目前，你尽

可以照顾自己和家人，培生公司会尽一切可能帮助你们。玛约丽。她写电子邮件的时候，总是用亲爱的诸位来开头，我们希望使培生公司成为一个让员工满意的公司。玛约丽说。9.11事件后玛约丽发出的电子邮件所得到的数千封感谢回复说明，她已经使培生公司变成了一个理想的工作场所。家庭第一。玛约丽告诉一位提问的北大MBA女生。之前她说出了曾被广泛引用的话，她宣称自己有一个完美的丈夫，如果非要在事业与家庭之间做选择的话，她宁可选择家庭。这体现了她试图避免讨论的女性领导者的特点。实际上，我只在极少数的女性企业领导者口中听到过这句话。有趣的是，8月31日，紧接着玛约丽演讲之后，世界上最大女性时尚杂志出版商法国桦榭集团CEO热拉尔·德罗克莫雷尔先生G é rald de Roquemaurel说，妇女是推动人类进步的动力，因为男人或许由于天性，或许由于所肩负的社会职责而变得比较保守，他们往往都是在妻子的督促下才向前迈进。德罗克莫雷尔说引号中的这段话是1987年上海市一位市长和他谈及中国期盼变革话题时所说的。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com