

格力公司和华为公司是文化强企的典范

再论中国如何实现强国梦

蒲心文 原中国经济文化研究院副院长研究员，北大亚太中心教授、中国社科院研究员

中国成为世界科技经济强国的战略价值

虽然中国已成为世界经济大国，但仍未成为世界科技经济强国，原因有二：其一是科技水平仍远低于美、日、欧；其二，人均亦远低于美、日、欧，几乎为日本的十分之一。美、日仍位居世界

科技经济强国，所以美、日才敢在中国周边为所欲为，最典型是美国重返亚太；日本横行欲强占钓鱼岛，使十三亿中国人民十分愤慨，但又奈何呢？如果中国已成为世界科技经济强国，

美、日又怎敢如此放肆？

所谓中华名族的伟大复兴号是什么？成为世界科技、经济强国，这应是中国十三亿人民的最大期盼、最高追求和近代以来有志之士中国人的梦想，可以

这样说，实现全面小康这是一个重大战略任务，但实现中国的强国梦，这才是中华名族十三亿人民最根本，最能带动全体政府、全国城市人民为之奋斗的最高目标和任务。



中国实现强国梦之最新探索

作者在09年曾提出过高等教育改革之路，最快实现中国强国之梦，但经过几年观察，由于高教体制的改革难度太大，时间太长，很难实现强国梦。经过一段时间的调查研究发现，华为科技公司和格力电器公司在本世纪初，都在世界上赶超了美、日同行的世界企业巨头，成为世界名牌企业巨头，震动了美、日朝野之奇迹，通过中国企业实现强企之路，从而快速实现中国强国之梦，华为和格力成为世界企业巨头之路，一起创造了如此奇迹之奥秘有两条：

第一，以自主创新高科技术产品为方向，从而走上了强企之路。

华为科技公司和格力电器公司都是在新世纪初期，依靠自主研发电子电信高科技术成功并产品化，赶超了原世界名牌，世界企业巨头而成为世界名牌、世界第一。比如华为科技公司在上个世纪末就已经成为中国电子行业的巨头；到本世纪初叶，因为在电信科技尖端技术领域自主创新数量和水平均赶超了美国和瑞典同行业世界巨头，而震动了美国朝野。

首先是美国的《时代周刊》和《新闻周刊》将华为公司的创始人、总裁任正非选入世界企业100强巨人排行榜的前列。并在文中论述说：“华为公司已与美国的世界企业巨头电讯公司、北方电讯、朗讯科技、阿尔卡特、思科系统站及瑞典的爱立信等公司并驾齐驱，在网络领域的客户甚至超过了美国和瑞典的世界名牌”。其次是美国国会甚至叫上“华为公司已危及到美国国家安全”，要追查任正非的军人出身，可能还会采取限制华为公司的措施。这在中国企业和科技史上，还是罕见的第一次，在世界科技史上除去古代中国的四大发明外，在近代现代这也是罕见的第一次。由此可见华为科技公司为中国企业争了气、为中国争了光、为中国成为世界科技强国做出了榜样。

同样格力电器公司亦是在空调变频科技上自主创新获得了重大突破，赶超了原世界空调之父日本大金公司而震动了日本公司。到2011年格力公司又攻克了离心机技术制造出了中国自主知识产权的第一台离心机。打破了在这个领域美国长期的垄断，并且把中央空调机技术从过去的1拖8，提升到1拖30，现在已达到1拖200水平。极大的震动了日本和美国公司，特别是过去格力去学习的日本大金公司等五家公

司都返过来到珠海格力电器总部要求并购合作学习。而美国也有若干家离心机公司召开紧急会议讨论如何应对格力公司的自主创新重大突破和赶超行为；所以格力公司也是靠自主知识产权的高科技领域创新赶超了本行业的世界名牌，而成为世界名牌世界巨头的。

但是我们还是要看到中国还有成千上万的国有企业和民营企业，为何不能像格力公司和华为公司一样通过自主知识产权的高科技创新，去赶超同行业的世界名牌、世界巨头、而成为世界名牌、世界巨头呢？为什么华为公司和格力公司能在各科技领域能实现自主创新并产品化、系列化和赶超世界名牌、世界巨头成为世界名牌、世界巨头呢？有无更深层的动力和秘奥呢？

第二，以整体建设公司文化为根本动力，从而推动企业自主创新，成为世界强企的。

无论是国企格力公司，亦或是民企华为公司，他们自主创新尖端科技，成为世界名牌，其深层次的强大动力或秘奥，均来源于这两个公司能从整体上实施企业文化建设、企业制度文化建设及企业物质文化建设，并且持之以恒多年的实施建设，最终才实现了系统论的整体论之巨大的放大效应，即1+1>3的效果。使两个公司能赶超世界企业巨头而成为了世界名牌、世界100强企业巨人。

如华为科技公司总裁任正非，他在上世纪八十年代创立华为科技公司时，他提出的一条治企理念，即企业精神文化建设理念是“全员分担全员分享”，即公司自主自强的责任全员自觉分担；公司获得的盈利全员分享。这一建设企业理念一提出，使全体员工立刻产生一种华为公司的主人翁感；与老板任正非一样，全心分担公司发展自强的责任。是与其它所有未提出此治企理念的企业员工视自己为雇员、打工者的心理状态完全不同的心态。

华为员工主人翁地位的心理的满足，对员工自主自觉为华为在科技创新上努力奋斗，注入了最强大的动力、活力，紧跟着华为制定了全员分担和全员分享的具体实施的全员配股制度计划。凡在科技创新上作出贡献者，按贡献大小配以不同股份，这就更进一步把治企理念变成了治企制度文化；员工的创造尖端科技的动力自然更大。上世纪九十年代报纸上曾报导过，华为员工每人都

有一个“卷床”；当夜以继日在工作台上做科技创造开发很疲乏时，晚上就打开“卷床”在工作台下休息片刻的消息。足见华为员工自立自觉攻克电讯尖端科技精神与毅力之强大，是其它任何企业员工所不具有的。

任正非总裁不仅停留在精神文化、制度文化建设上，还要从物质文化建设上具体让员工都获得巨大物质利益的满足。最早获得此满足的是一位有七年工龄的员工，他提出辞职，当他正式写出辞职报告，交到人力资源部后，人力资源部很快就按照他七年为华为科技作出的贡献应得的企业股份报酬，为一千万人民币。他大为震惊，感叹，能有如此巨额收入，我为什么还要离开华为呢？任正非为了让全体员工都切身从物质利益上感到自己的主人翁地位，他还宣布，任何有八年工龄的员工都自动写出辞职申请报告，待双方达成协议后，员工再参与竞争上岗，写申请报告。

比如2007年那一次有7千名员工写辞职报告，他们都充分分享了华为的股权的巨大物质利益。到底多大呢？他们的股份占华为总股份的98.6%，假如按每人一千万计，总计达700亿人民币。而创始人老板任正非仅占到股份的1.4%；而后竞争上岗有99.9%员工又获得重新上岗，并产生新的创新科技动力。

美国《财富》杂志中文版2012年发布的中国最具影响力的50位商界巨人，任正非的影响力排在联想创始人柳传志和海尔创始人张瑞敏的前面。但任正非在富豪排行榜中，仅排到82位。可见在任正非的“全员分担，全员分享”中，员工股权利益在企业中的实际主人翁地位之高。

再看格力电器公司，与华为公司不同的是格力是国有企业。格力电器能在科技上赶超日本公司和美国离心机公司，当然，一方面是格力电器董事长本人就是一位科技之谜；他本人就有20项专利技术，另一方面也十分重视科技创新，他本人一再强调“科技救企而创立新科技的人就是企业的救世主”。但他能调动全员为创新科技产品化、系列化，全面赶超日本世界空调之父大金公司和美国垄断全球的“离心机公司”，仍然靠的是他坚持实施公司整体企业文化建设，持之以恒十多年所获得的深层次动力。

下面结合格力公司的实际择其要

加以论述，具体讲格力公司董事长朱江洪提出的治企理念核心就两句话：一、“公司是我家，员工是我亲人”，二、“员工幸福感与产品质量成正比”，这两句话在精神上对员工的鼓舞作用，是其它企业员工根本没法体验的。员工看到董事长把自己当亲人，即家中的兄弟姐妹，而不是其它企业员工感到自己不过是企业的打工者、雇员，获得了主人翁感、地位感、还有一种精神上心理上的满足感、幸福感。

格力公司同时又制定了体现员工是亲人、及幸福感的一系列制度文化，与华为公司所不同的是这些制度文化建设举措和政策是分为三个层次分别制定的。自然也是根据这三个层次人员对企业的不同贡献水平而制定的。比如管理层次，其责任更为重大，所以制定了配企业股权的制度。

对科技人才，又制定了科技奖励制度，对生产一线的年轻员工也制定了培训制度，这些制度自然更进一步让员工体现亲人感和幸福感。比如2007年一次管理层1057位管理人员，都获得了企业配置的股权物质利益，造就了一大批富人。对科技人员朱江洪更是特别在物质文化建设上下了功夫的，他认为“科技可以救企”，创新科技的科技人才便是“企业的救星”，所以在住房和奖励上是很厚道的。已专门为科技人员修了科技楼和花园洋房。花园洋房的房顶上还可以种树，足见其有多么讲究，而且都提供给科技上有贡献的科技人才。科技奖兑现更多，单项奖最多一次达百万。

所以格力科技人员有巨大的动力去攻克空调的变频学科技和离心机技术，而赶超了日本和美国的世界同行业企业巨头，成为了世界名牌。特别值得提到的是上世纪九十年代朱江洪曾带两位工程师去日本大金公司欲以1亿-3亿元购买大金空调的变频技术，遭到冷遇。大金公司的工程师说“这是不可能的，因为我们花了16年才攻克下来这项科技成就”。朱江洪受到冷遇后，反而有更大动力组织科技人员自主研发攻克，结果用一年时间攻克了变频科技，而后又攻克了美国垄断的离心机技术。震动了日本大金公司，2011年大金公司反过来派人到珠海格力基地，要求并购和控股组建合资公司向格力学习。格力电器与大金公司在谁控股问题上评判了整整一个月，最终以格力控股51%，大金是49%股份告终。

蒲心文教授著作

有专著十二部，论文两百余篇，首创专著为

一、《中国经济文化概论》人民出版社94年版原中纪委第二书记韩天石致辞，中宣部理论局原局长贾春凤写序言

二、《中国商业文化概论》中国商业出版社1991年版，原商业部长胡平写序言

三、《教育经济学》四川人民出版社1985年版四川省原宣传部长胡晓风写序言

首创性论文

一、《企业正面临文化时代新挑战》光明日报理论版1994年10月20号

二、《论消费文化》光明日报、理论版整版刊出，2005年6月6日

三、《关于文化富强企业的系统研究》经理日报理论版2012年11月21日第六版整版刊出

文化强企 企业强国

华为公司和格力公司都是自主创新科技赶超了美、日企业世界巨头，而成为世界名牌实现强企的，其背后深层的动力则是依靠文化实现强企，所以华为和格力都是文化强企的典范。从华为和格力实现文化强企的道路和过程中，我们十分清晰的看到了中国强国之道路；中国仅两个企业自主创新科技赶超美、日企业世界巨头，就震动美国朝野；引来了五个日本企业到珠海格力总部要求合作；美国企业巨头急速研究对策，国会叫称“影响美国安全”。

如果从现在起我国政府有计划有步骤的专门组织全国企业包括国企和民企及所有军工企业学习华为和格力文化强企的研讨班会，那么可以预计未来五年又将会出现数十个在科技上赶超美、日、欧企业世界巨头，那时会更大震动美、日、欧朝野，会引来近百个世界企业巨头到中国来向中国企业要求合作。美、日政府或许又有什么举措对中国企业，又奈我何呢？未来十年即到2020年中国可能并有数百个企业在科技创新上赶超美、日、欧世界企业老大，成为世界名牌，成为世界企业巨头，更会震动美、日、欧朝野，势必又进一步引来几千个美、日、欧企业巨头来到中国要求与中国企业巨头合作学习；美、日、欧政府也许会亲自出面率领其企业巨头来中国要求中国政府和企业支持、谈合作、并购事宜，那时或许时间更长一点，到2025年或2030年中国就已经成为美、日、欧政府和企业巨头心目中的世界科技、经济强国了，一改过去我们中国政府率团去美、日、欧要求购买对方高科技之常态，而变为美、日、欧政府和企业要求中国向他们出售高科技及其产品。中华民族的伟大复兴不就彻底实现了吗？

条件就是两条，第一条党和政府要将实现科技经济世界强国当成未来10-30的发展目标，最好作为一次党代会的战略决议；第二条我们的党和政府要尽最大努力组织好国企和民企学习、效法华为科技公司，格力电器公司文化强企之路的各种研讨会，并努力支持国企和民企的内部效法华为和格力的文化强企政策举措。

其实这条道路也是日本曾经走过的强国之路。二次大战日本战败后，从上世纪50年代恢复经济，60年代日本丰田汽车去美国参加汽车比赛，连一个陡坡都爬不上去，受到美国同行讥笑。但是到七十年代，丰田汽车就赶超美国名牌汽车了，到了80年代日本已有成百上千个企业在科技上成为世界第一。当是中国还出现了一本《日本的世界第一》之书，书中记述了日本企业成为上千个世界第一的新技术、新产品、新工艺。这标志日本到上世纪80年代已成为世界科技经济强国了。

在未来20年左右中国必定也会实现成百上千个种世界第一的新技术、新产品、新工艺。尤其是世界的十大尖端技术领域的新技术、新产品，中国也就必然成为世界科技、经济强国了，而且是世界头等科技经济强国。我们从现在开始组织学习华为、格力文化强企研讨班、会，预计到本世纪20年代到30年代，成为头等世界科技、经济强国，共用20年时间，我们是国土、人口及经济世界大国。只要认真、努力，是完全可以实现的。而且这个成为世界科技、经济强国的奋斗目标，是十三亿中国人民最强烈的期盼，比建成全面小康社会的目标，只能动员激励处于贫困线以下的1-2亿人口拼命奋斗相比，强国目标能更广泛的动员全国所有企业包括国企、民企和股份制企业乃至全体城乡国民，拼命为之奋斗。

因为中国成为世界科技、经济强国实现之日，也正是美、日等强国在我们中国周边随意为所欲为的行为结束之日，比如当前在钓鱼岛的为所欲为言行，就再也不会出现了。因而也是彻底实现中华民族伟大复兴之日。只要我们党在下一次党代会上明确提出中国强国之路的伟大任务和目标，把他定为全党、全体政府、全国人民的奋斗目标；经过一二十年的努力，是一定能实现的，也一定会实现的。