

[上接 P1]

弘扬新时代优秀企业家精神 打响“川字号”品牌

可以看出,四川省虽说是经济大省、人口大省、农业大省、生态大省,但却是一个品牌小省。

如何进一步提升中国尤其是我省的品牌地位?是靠政府还是靠企业?

我看,进一步提升我省的品牌地位,固然需要各级政府的政策与制度杠杆给力和全社会的支持,以形成品牌建设良好的企业生态。但从根本上说,品牌是市场经济的产物,一个产品能否成为品牌,最终是市场说了算,而市场说了算的事情只能靠企业,特别是企业家的拼搏、创新、坚持才能实现。换句话说,能否成就一番品牌大业,关键还是要靠企业家,靠企业家精神。正如十九大报告指出的,“市场活力来自于人,特别是来自于企业家,来自于企业家精神。”这是党的代表大会报告中首次关注“企业家精神”,自然也引起了人们对新时代企业家精神的思考。什么是新时代优秀企业家精神?如何培育和弘扬新时代中国企业家精神?这些问题需要我们在深化供给侧改革、推进自主创新和《中国制造 2025》等一系列谱写伟大“中国梦”四川篇章的企业实践中作出认真地回答。

什么是企业家精神?从 18 世纪 30 年代法国经济学家理查德·坎蒂隆首次提出企业家精神以来,最有影响力的要算美国经济学家熊彼特的观点了。他认为,企业家精神的本质是“创新精神”,并将企业家精神与经济发展联系起来。随后还有许多新的观点,例如,德国社会学家马克思·韦伯所说的“敬业精神”,美国经济学家道格拉斯·诺斯提出的“合作精神”。我认为,企业家精神是企业家所特有的时代精神,是人类最宝贵的财富,他们以其狂热的气质、伟大的人格、博大的胸怀、远大的目光和超常的灵商,营造超高的人气,聚集一流的人才,建设卓越的团队,不断筹划宏伟的目标,造就伟大的公司,创造和增长盛的企业生态,成就美好的事业。创新是企业家精神的灵魂;冒险是企业家精神的天性;合作是企业家精神的精髓;使命是企业家精神的动力;学习是企业家精神的关键;执着是企业家精神的本色;诚信是企业家精神的基础;担当是企业家精神的核心。2017 年 9 月,中共中央、国务院印发了《关于营造企业家健康成长环境弘扬优秀企业家精神更好发挥企业家作用的意见》(以下简称《意见》),这是中央首次出台文件聚焦企业家精神。《意见》提出了“三个弘扬”,即弘扬企业家爱国敬业、遵纪守法、艰苦奋斗的精神;弘扬企业家创新发展、专注品质、追求卓越的精神;弘扬企业家履行责任、敢于担当、服务社会的精神。

今天,在首届四川品牌大会上,我们围绕打响“川字号”品牌这个话题,向全省企业家再提企业家精神,而且是旗帜鲜明地高唱新时代中国优秀企业家精神,无疑具有十分重大的实践意义。下面,我谈五点体会和思考,与大家交流和分享。

一、弘扬新时代优秀企业家精神,用创新精神塑造“川字号”品牌

十九大报告明确提出“要激发和保护企业家精神”,各级政府正在积极致力于从外部给企业家营造一个健康向上的发展环境,激发企业家的创业、创新和创造活力;对企业来说,创新是一种生生不息的过程,伴随云计算、大数据、区块链、人工智能时代的到来,市场竞争比以往更趋激烈和复杂,企业生态的不确定性与颠覆性加剧,企业要想在竞争中立于不败之地,更需要企业家弘扬新时代优秀企业家精神,强化具有国际化眼光、全球化思维的品牌意识,并根据时代的发展与市场迭代的需求,不断推出新产品与新服务。而要实现这一企业的基本定位目标,企业就必须适时推动产品创新、技术创新、管理创新、商业模式创新等。

创新是企业的本色。创新意识是企业家精神的核心组成部分,这种创新意识可以为企业带来新思路、新策略、新产品、新市场、新模式、新发展。具有创新精神的企业家能够用灵商逐梦驱动企业远行,能够捕捉一般人所无法发现的商业机会,能够运用一般人所不能运用的生态资源,能够找到一般人所无法找到的解决办法,能够达到一般人所无法达到的品牌境界,能够创造一般人无法企及的人生辉煌。如四川企联副会长、四川省杰出企业家、恩威集团薛永新董事长,创业近四十年来,以冒险精神不断创新,战胜重重险阻,率领企业百折不挠走到了今天,成就了全国知名品牌。

量子时代,要成为伟大的企业,就好比在星空中穿越,企业所面临的挑战与考验许多是未知的。这需要企业家去探索,更需要企业家去冒险。冒险考验着企业家的胆识和勇气,考验着企业家对市场局势的判



●本文作者梁勤在首届四川品牌大会上做主题报告

断,考验着企业家对构建生态与协同进化的平台领导力,更考验着企业家灵商智慧与变革力。

尤其要警惕的是,在漫长的经营岁月中,一些企业家产生了“打江山”后的“坐江山”、不想走出“舒适区”、不敢去闯“无人区”、甚至极少数贪图“安逸”的思想。从敢于打拼、勇于开拓,变得瞻前顾后、患得患失。如果不克服这种思想,即便是创业的辉煌成功也会变成偶然的一次成功,不会成真正人生的成功。真正优秀的企业家是那些历经风雨、甚至遭受折腾仍然初心不改、砥砺奋进,率领团队不断打胜仗的人。

- 弘扬新时代优秀企业家精神,用创新精神塑造“川字号”品牌,当前至少要注意以下七点:
- 1.聚集核心技术研发,加大专有技术投入,提升自主创新能力,千方百计地突破“一根稻草压死一头骆驼”和“一块芯片停摆万亿产业”的危局与“一剑封喉”的困境,筑牢中国品牌的基础;
 - 2.在既有技术范式下通过突破性商业模式创新创造新品牌;
 - 3.关注用户体验,在与用户的互动中实现更加有针对性的技术改进,提升自主创新能力进而促进产品开发模式的创新并不断推出个性化、差异化、体验化的新产品与新服务;
 - 4.以变应变,适时捕捉市场环境的微小变化,充分利用市场机会实现品牌资产的迅速扩张,提升品牌附加值;
 - 5.通过实行组织变革促进企业各项能力的提升以提高品牌的潜在竞争力;
 - 6.通过品牌并购培育自主品牌,有条件的企业,要转变过去只重视买技术、买设备的观念,在防范风险的前提下,积极开展对国际知名品牌的跨区域并购;
 - 7.注入文化内涵和工匠精神,通过渐进式价值链的微创新,不断优化质量和提升品质,塑造受人尊敬的品牌文化。

为此,塑造品牌文化要修炼好三步曲:第一步:从“颜值”到“气质”;第二步:从“气质”到“品质”;第三步:从“品质”到“增值”。

二、弘扬新时代优秀企业家精神,用冒险精神拓展“川字号”品牌

企业发展需要遵循市场规律,但循规蹈矩地唱“同一首歌”的战略构成了不了真正的企业家精神。一个按部就班或随波逐流的企业可能在一段时期能平稳发展,但很可能在瞬息万变的市场竞争之下随时被颠覆,甚至遭受毫不知情的“跨界打击”而失去竞争力。而只有拥有冒险精神的企业家,才能撑起巨变时期企业发展的风帆,在惊涛骇浪中行稳致远,让企业始终成为时代的企业。

“企业家是冒险事业的经营者和组织者”。冒险精神不仅是企业家的“标配”,更是企业家精神的重要表现。这里所说的冒险,决不是盲目、痛快淋漓的冲杀,而是通过深入研判后,对市场、对企业发展格局大势的把握,表现在对企业发展战略的决策和对企业未来混沌状态下决胜力的掌控,是“未出茅庐而知三分天下”的先人一步。如四川企联副会长、四川省杰出企业家、恩威集团薛永新董事长,创业近四十年来,以冒险精神不断创新,战胜重重险阻,率领企业百折不挠走到了今天,成就了全国知名品牌。

量子时代,要成为伟大的企业,就好比在星空中穿越,企业所面临的挑战与考验许多是未知的。这需要企业家去探索,更需要企业家去冒险。冒险考验着企业家的胆识和勇气,考验着企业家对市场局势的判

断,考验着企业家对构建生态与协同进化的平台领导力,更考验着企业家灵商智慧与变革力。

尤其要警惕的是,在漫长的经营岁月中,一些企业家产生了“打江山”后的“坐江山”、不想走出“舒适区”、不敢去闯“无人区”、甚至极少数贪图“安逸”的思想。从敢于打拼、勇于开拓,变得瞻前顾后、患得患失。如果不克服这种思想,即便是创业的辉煌成功也会变成偶然的一次成功,不会成真正人生的成功。真正优秀的企业家是那些历经风雨、甚至遭受折腾仍然初心不改、砥砺奋进,率领团队不断打胜仗的人。

弘扬新时代优秀企业家精神,政府及社会各界也应用和谐包容的举措,鼓励创新,宽容失败,允许试错,为企业家冒险提供强有力的生态保障和人文关怀。中国为数不多的卓越企业家的成长与成功的案例证明了这一点:华为是,阿里巴巴是,海尔也是。有了冒险,任正非才有“暮色苍茫看劲松,乱云飞渡任从容”的定力;有了冒险,马云才能一马当先,笑傲“云端”,才能独占鳌头,独领风骚;有了冒险,张瑞敏才能自我砥砺,苦练内功,勇于改革,创造出“海尔模式”,实现了“任凭风浪起,稳坐钓鱼台”的全球化生态平台的布局。这正是习近平总书记所倡导的“敢为天下先,爱拼才会赢”的企业家精神中所隐含的大智慧。

三、弘扬新时代中国企业家精神,用敬业精神培育“川字号”品牌

企业家精神是企业家所拥有的一种与众不同的精神特质。虽然在不同的国家、不同的历史阶段,对企业家精神有着不同的表述,但当代中国的企业家精神,有一个令人肃然起敬的特质,那就是敬业精神。

在人类漫长的历史长河中,中国曾经长期居于世界的巅峰。改革开放中国用了短短 40 年,走完了西方国家一二百年走过的历程,再次成为世界经济大国,这在许多国际友人看来是一个不可复制的过程。曾有人问我,中国成功的秘籍究竟是什么?我说了几句,前两条是:首先,它源自于有中国特色的社会主义的制度优势;其次,它也是当代中国企业家群体及全民敬业精神的完美呈现。

关于当代中国企业家敬业精神是怎样产生的?说来话长,故事颇多。改革开放初期,改革开放总设计师邓小平指出:“摸着石头过河”,“不管白猫黑猫抓住老鼠就是好猫”及国家鼓励“让一部分人先富起来”的政策,在当时平均主义、计划经济统治的时代是非常有吸引力和爆破力的。中国企业进入市场,绝大部分是企业家自己开球,踢出第一脚,然后才得到政府尤其是地方政府某种方式的认同、鼓励、帮助扶持。四川省优秀企业家华东电气集团虞文权董事长以“四千万”的温商敬业精神(走遍千山万水,历经千辛万苦,道尽千言万语,赚回千千万万。)成就了企业的辉煌。

在这种政府给政策、企业闯市场的大背景下,有着优秀民族文化基因和强烈家国情怀的中国企业家以其特有的“天降大任于斯人也”的担当与敬业精神,在短短 40 年时间里创造出了令世界震惊的“中国速

度”和产业体系最全、制造门类最齐的“中国制造”。正是这些敬业的中国企业家在市场竞争中迅速成长,为积累社会财富、创造就业岗位、促进社会发展、增强综合国力、促进人类进步作出了不可替代的贡献。

2017 年以来,全球经济出现了稳定向好态势,但世界经济增长依旧乏力,贸易保护主义、单边主义、民粹主义等思潮不断抬头,世界和平与发展面临的挑战越来越严峻,国际企业之间争夺优势资源进行“暗战”与“隐实力”的竞争也越来越激烈。这个时候,我们强调要弘扬新时代中国优秀企业家精神,用吃苦耐劳、勤奋学习的敬业精神培育“川字号”品牌,其意义更加深远。

南宋哲学家朱熹说过:“敬业者,专心致志以事其业也。”这是对敬业精神很好的概括。这种敬业的发展轨迹必然是从敬业走向爱业,最终达到乐业的境界。企业家作为大写的人生,也从做“事情”走向做“事业”,最终在历史上留下“故事”。

四、弘扬新时代中国企业家精神,用合作精神凝聚“川字号”品牌

在经济全球化时代,品牌日益成为一个国家与地区经济发展的重要战略性核心资源。品牌建设是一项涵盖经济、社会、文化等各个领域的系统工程,需要政府及其职能部门与企业、社会通力合作。

合作的本质是各方通过资源与能力的交换和协调实现协同效应,最终达到参与各方都受益的结果。在新时代下,弘扬新时代优秀企业家精神,用合作精神凝聚“川字号”品牌,要着重推动以下三方面的协同:

首先,是企业内部的合作。一般来说,企业内部都会存在着不同程度的内耗,往往有一些部门和个人专门制造矛盾而另一些部门和个人负责解决矛盾。这些内耗有结构、功能、因素、时序等多方面的原因。解决问题的关键在于企业家用合作精神去再造流程、再造企业,创建和谐的企业文化,最终通过部门之间、个人之间的合作行为促进企业的发展。

其次,是企业与产业链、价值链的合作。随着“互联网+”的发展,企业单打独斗的时代已经终结,企业不再仅仅是同静态环境下显形的竞争对手进行竞争,而是同新技术的发展变革所进行动态的竞争,是同潜在甚至隐形的对手竞争。企业的竞争已演变为产业链、价值链的竞争。由于企业自身能力有限,为了降低研究开发成本,分散风险,弥补技术、资金、人力等资源的不足,降低过度竞争等,企业必须与产业链、价值链相关的其它企业进行资源共享和核心能力互补,创造共赢局面,共同占领下一轮产业革命和新技术革命制高点,获取竞争的“势能”。

再次,是企业与企业生态系统的合作。企业生态系统是企业与企业所处环境形成的相互作用、相互影响的体系。和自然界生物一样,没有一个企业个体或单个组织能够长期单独生存。企业直接或间接地依靠别的企业或组织而存在,并形成一种有规律的组合,即价值共同体。在这个共同体中,相对于每一个企业个体来说,生存在它周围的其它企业个体或组织连通自然、社会、经济等大环境构成了其生存与发展的

外部环境,企业与环境通过物质、能量和信息等价值的交换,构成一个相互作用、相互依赖、相生相合、协同进化、共同发展的整体。东方白集团马雪梅总裁主动融入省企联为企业和企业家服务的大生态,冠名联办此次四川首届品牌大会,既彰显了优秀企业家的社会责任,又使其品牌在生态圈中获得了更高的知名度、美誉度。

当前,我省上下正掀起学习贯彻《中共四川省委关于全面推动高质量发展的决定》,“开展质量提升专项行动”和“实施品牌创建行动计划”已在企业拉开序幕。已经建立了“企业主体、政府推进、部门监管、行业参与、社会监督”的品牌工作机制。作为企业家,要弘扬新时代优秀企业家精神,就要用合作精神凝聚“川字号”品牌,争取企业生态的赋能,通过努力实现转型升级,进入到战略性新兴产业、优势特色产业、区域特色产业当中去,加大自主品牌的培育力度,促进资本向品牌集中、技术向品牌集成、人才向品牌集合、资源向品牌集聚,起到“培育一个品牌、发展一个行业、带动一方经济”的名牌效应。与此同时,要利用品牌去拓展市场,推进“长江经济带”的联动,“一带一路”的协调,不断提高自主品牌的影响力、集聚力和辐射力,形成品牌“抱团式”、“板块式”发展态势,提升品牌带动产业协同高质量发展的能力。

五、弘扬新时代中国企业家精神,用诚信精神守护“川字号”品牌

诚信是市场经济的基石,是品牌价值的基因。尤其是在“互联网+”时代,诚信是企业构建价值平台或融入生态圈、参与共享创新链的通行证,是塑造国际化品牌大树的“根”。

孔子说:“古者言之不出,耻躬之不逮。”诚信是人生最美丽的容颜,是心灵最圣洁的鲜花;它是一面镜子,一旦打破,你的人格就会出现裂痕;它是通往成功的道路,随着开拓者的脚步延伸,他的事业将变得更有品质和份量;诚信更是一种智慧,随着诚信所获得的灵商资本的积累,人生将变得更有价值富有意义和拥有幸福。

前不久,在世界范围内闹得沸沸扬扬的日本钢瓶事件、东芝财务造假事件、德国汽车排放门事件等都是企业家诚信缺失的具体表现。看似一个企业的事情,其恶劣影响不仅伤害了企业本身,对整个“日本制造”和“德国制造”的声誉都造成了致命打击。近日中国发生的“疫苗事件”已触动了社会良知与道德的底线,是对企业家精神的亵渎,对“中国制造”、中国品牌造成了极大伤害,令人痛心疾首,为众多企业敲醒了警钟,也为市场规则制定者与监管者同时亮起了“红灯”。

先哲讲:“其身正不令而行,其身不正虽令不从。”用诚信精神守护“川字号”品牌,企业家应该把诚信提到企业价值观的高度来认知和倾力执行,并通过企业家自己身体力行,言传身教,用其品格力和心定力影响企业的每一名员工,从而在“诚信做人,诚信经营”的实践中赢得企业可持续发展的未来。

企业是品牌建设的主体,实施品牌战略,基础在企业,重点在产品,关键在企业家。这次大会秉承企联“发挥桥梁纽带作用,为企业和企业家服务”的宗旨及“平台化发展,品牌化运营,价值链共赢”的服务理念,为大家提供了一个沟通交流的平台,希望大家珍惜这次交流机会,充分挖掘会议成果,认真吸取借鉴各方面的好经验好做法,着力提高创建、维护、经营与传承品牌的素质和能力,推动四川品牌建设再上新台阶。

改革开放的总设计师邓小平早在 1992 年南巡中就指出,品牌是综合国力的表现,我们应该有自己的拳头产品,创造出自己的世界品牌,否则就要受人欺负。时间和事实验证了小平同志的高瞻远瞩。

古人云:“无边落木萧萧下,不尽长江滚滚来。”革命先行者孙中山先生也指出:“世界潮流浩浩荡荡,顺之者昌,逆之者亡。”当今已进入了品牌竞争时代,这是新时代的历史潮流和大趋势。我们广大企业和企业家务必把握好时代的机遇和保持坚韧的定力。

毛泽东同志曾指出“世上无难事,只要肯登攀。”让我们秉承伟人的教诲,在通向世界品牌的大道上励精图治、奋勇开拓、努力赶超、创新图强,为“川字号”品牌成长为“世界品牌”、为“中国制造”成长为“中国创造”而“撸起袖子加油干”。

(本文根据梁勤在首届四川品牌大会上做主题报告时现场录音整理。)