关于中华优秀传统文化赋能民营企业提振信心的调研报告

■ 北京大成企业研究院 北京知行合一阳明教育研究院

一、引言：“信心比黄金更重要”

信心是立业之本、成功之基。它来源于对未来的美好预期，来源于内心的强大和坚韧。信心问题关乎民营经济能否健康、可持续、高质量发展，能否为增进民生福祉和社会安定多作贡献。为此，我们深入北京、青岛、重庆、深圳、绍兴、杭州等地，现场访谈知名企业和中小微企业 70 多家，先后召开有专家学者、基层工商联负责人、行业商会相关人士和民营企业家参加的专题座谈会、研讨会共 9 次，完成了为期三个多月的联合调研。

调研表明，一个社会要达致和谐，各群体间都必须学会感恩。比如民营企业与社会公众（消费者）之间，前者应感恩后者购买和享用其产品与服务，后者也应感恩前者供给和适配其产品与服务，只有双向感恩，才称得上和谐。信心亦如此。民营企业要坚定对国家发展和社会进步的信心，国家和社会也要对民营企业更好发展有信心，致力共建互信关系，才有民营经济奋发有为的美好未来。**而民营企业的信心，概括地说，则主要来自两个方面：一是对自身能力（潜能）的认可，简称自信；一是对外部环境的认同，包括对市场环境、政策环境、法治环境、社会环境的认同，简称他信。**自信和他信往往浑为一体、相互影响，就企业家精神而言，他信不可无，自信更重要。企业家的信心，若是主要建立在他信的基础上，则外部环境顺利就信心强，外部环境不利就信心弱；若是主要建立在自信的基础上，则无论外部环境顺利还是不利，都能始终保持坚定的信心——有学者将此称作“无条件自信”，即无论外部条件顺逆与否，都能横下一条心，百折不回，瞄准目标砥砺奋进。美国耶鲁大学的校训便是：“要无条件自信，即使在做错的时候”。**本报告探讨信心问题，则侧重于自信层面的观察与分析。**

我们认为，经济发展的根基在于市场主体，而市场主体的根基在于信心。“心胜者胜，心衰者败。”企业成败，在很大程度上取决于遭遇同样的困难挫折或风险挑战时能否比别人多一份信心。这就是所谓“信心比黄金更重要”。而博大精深的中华优秀传统文化，作为中华民族的精神血脉和思想宝库，堪称炎黄子孙可资永世享用的“近水楼台”。在中华民族战胜千难万险的漫漫征程中，古圣先贤们的思想光芒和理想火炬照亮了一代代中华儿女的信心和希望，强健其“筋骨和脊梁”，正如鲁迅先生在名作《中国人失掉自信力了吗》中所说，“我们从古以来，就有埋头苦干的人，有拼命硬干的人，有为民请命的人，有舍身求法的人……这就是中国的脊梁。”同样，在建设中国特色社会主义市场经济的伟大征战中，中华优秀传统文化也能给予广大民营企业强大的文化和精神力量，通过创造性转化和创新性发展，成为其充盈内心世界、坚定或提振信心的重要法宝和利器之一。

二、民营企业信心现状分析：大体稳定与部分不足并存

分析和研究信心问题，必须有全局观，从大处着眼，客观、真实地把握其基本面，同时也要正视其中的不足，以条分缕析、辩证溯源、综合施策，而首先能够正视问题，本身就是一种勇气，说明信心犹在。

（一）基本面是积极向上的

总体来看，改革开放 40 多年来，在民营经济蓬勃发展的整个历史进程中，广大民营企业一直是以自强不息的坚定信心展现出独特的时代风采的。他们不惧任何艰难困苦，风雨兼程，勇往直前，极具“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”之执着与顽强。其中，有不少企业面对国际金融危机、新冠病毒疫情等突发事件，依然满怀必胜信心，从容应战，有的还赢得了逆势增长。

例如**宁波方太厨具有限公司（以下简称“方太”）**。2020 年，新冠疫情突如其来，整个家电行业受到冲击，一些企业对复工复产信心不足，而方太集团却是另一番场景，因为恰恰是在疫情爆发的背景下，董事长茅忠群发现人们在追寻家庭幸福的过程中，厨房的作用一直被忽视。他认为应当重新定义厨房，让它不再只是点火做饭的地方，而应成为一个家庭幸福的能量场，能抵御生活中的困难、窘境，在多变的生活中，给人们以坚定的信仰和能量。在当年的产品发布会上，方太从四个维度阐释了“幸福厨房理念”——厨房有品、饮食有节、相处有乐、食亦有道。随后，又在不久前举办的方太 2021 幸福发布会上，进一步从“仁爱为体”“合理为度”“幸福为本”三个方面，向大众深度分享了方太的“创新科技观”，探寻“创新科技如何真正带给人们幸福”的路径，并且发布了方太新一代制冷油烟机、方太 E6 水槽洗碗机等产品。茅忠群的这些思考与企业实践，均与 2018 年方太提出的全新的企业使命“为了亿万家庭的幸福”一脉相承。他说：“我也欣喜地看到，越来越多的企业家正在觉醒，一个个美善的企业家梦想必将汇聚成巨大的正能量，共同推动中国梦的实现，让中国乃至全人类变得更加美好。”

又如**浙江华联集团有限公司（以下简称“浙江华联”）**。2020 年新冠疫情爆发伊始，抗疫一线防护服等防疫物资极度匮乏，牵动着董事长徐爱华的心。当时采购无门，她便立即决定自己生产，克服重重困难，利用绍兴当地纺织资源配套优势，仅用 13 天就生产出了第一批合格产品，捐给抗疫一线。

原本并不具备相关专业条件的企业，凭着徐爱华的一份自信，不仅带动了员工和高管，也感动了供应商和合作伙伴，更获得了政府的支持和资格审批，成为战时状态的“兵工厂”，每天生产的防护服从几百件到上万件，最多时一天能生产 10 万件。更重要的是，从抗疫行动中，徐爱华收获了团队凝聚力，还收获了团队前所未有的对于大健康产业的信心。徐爱华因势利导，做出了一个大胆的决定，即企业未来聚焦于大健康产业。

类似案例不胜枚举，无不诠释了坚定信心的重要，诠释了坚定信心与“两个健康”（即促进民营经济健康发展和民营经济人士健康成长）的紧密相关性。我国民营经济从小到大、由弱而强，破茧而出，不断成长壮大，已经成为推动我国经济社会发展不可或缺的力量。对此，最经典、最简明的概括莫过于习近平总书记肯定的“56789”，即民营经济贡献了 50%以上的税收，60%以上的国内生产总值，70%以上的技术创新成果，80%以上的城镇劳动就业，90%以上的企业数量。民营经济之所以能够取得这样突出的成就，短短几十年时间就迅速成长为中国经济的重要组成部分，主要是党和国家的改革开放政策好，极大地释放了草根创业、老百姓创业以及人民大众脱贫致富的发展潜力。同时，也表明广大民营企业始终是既有他信也有自信的，即对中国特色社会主义道路怀有坚定信念，对国家长治久安、对改革开放和社会主义市场经济以及企业发展未来前景深信不疑。

（二）部分民营企业信心不足是结构性问题

调研表明，2021 年以来，由于新冠疫情仍在反复、原材料价格持续上涨，在产业链中下游占比较高的民营企业普遍面临经营成本上升、应收账款增加、融资仍然既难又贵等问题，经营压力很大。对此，国家出台一系列调整政策，放宽市场准入、实施减税降费、优化营商环境，从全国范围创设 3300 多家中小企业服务示范平台、专项资金支持“专精特新”中小企业发展，到设立北京证券交易所，打造服务创新型中小企业主阵地，加快建设助力民营经济发展的梯度培育体系，收到了稳信心、稳预期的良好效果。数据显示，2021 年上半年，平均每天约有 7.7 万户市场主体诞生在中国这一超大规模市场，新办民营经济涉税市场主体较 2020 年同期增长 27.4%；1 至 8 月份，民间固定资产投资同比增长 11.5%，超过了同期全国固定资产投资（不含农户）增速。（引自《人民日报》2021 年 9 月 22 日）

但是，与广大民营企业信心稳定或坚定相并存，当前也有部分民营企业出现信心不足或偏弱问题。应当看到，在中国这样一个有 14 多亿人口的大国推行市场经济，其起点低、基础差、难度较大，又处于或将长期处于社会主义初级阶段，经济社会发展还不平衡不充分，再加上企业家精神、文化素养、格局境界等方面的差异，量大面广的民营企业（包括 4500 多万家私营企业和约 9600 万户个体工商户）不可能都是清一色地积极向上，不可能都整齐划一地充满信心。相反，鱼龙混杂、参差不齐、有生有死、有进有退是一个经常性的问题，不是某时某地独有的问题。例如，改革开放以来，始终都有一些企业或者由于不能适应国家的宏观调控，或者由于反腐倡廉中对官商勾结和权钱交易事（案）件的严肃处置，或者由于市场秩序的不断清理整顿等而影响到自身的发展信心。因此，从**结构上看，信心不足乃至信心缺失只是部分民营企业的问题，并非整体性的问题，既不能漠不关心、视而不见，也不能大惊小怪、以偏概全。**

（三）当前部分民营企业信心不足的主要表现及其症结

在座谈、访谈中，有些企业家反映，相对于其他市场主体，民营企业的发展信心存在一定的脆弱性、摇摆性，其根源可以追溯到既有体制机制障碍及市场主体本身的意志力、精神动力等深层次问题。当前部分民营企业的信心问题，概括起来，主要表现为以下 4 类：

一是迷茫。有些民营企业在错综复杂、急剧变化的国际国内形势面前，感觉看不到明确的发展趋势和政策导向，搞不清前进方向在哪里、该在何处发力，茫然不知所措，束手无策，举棋不定。

二是焦虑。有些民营企业受到来自数字经济大潮、世界科技新变革的猛烈冲击，但又找不准适时转型的方法与路径，焦躁不安、心神不定；还有的民营企业看到一般行业过度竞争，进入垄断行业、高新技术领域又门槛过高，为进退两难而焦急，忧心忡忡。

三是畏难。有些民营企业瞻前顾后，一味求稳，怕冒风险，畏首畏尾，缺乏继续做强做优的斗志；有的只观望别人做什么，习惯于跟风，面对不确定性缩手缩脚，不敢主动作为、抢抓机遇，导致民间投资乏力。

四是“躺平”。有些民营企业干脆躺在既有成绩上不思进取，安于现状，得过且过；有的即使从投资生产转向财产保值，也处于维持状态甚至停产半停产状态。

信心不足，失去发展动力，其影响和后果是严重的。例如，有些民营企业心生厌倦，缺乏敬业精神、乐业情绪，执意远离经营管理和市场竞争，将企业一“卖”了之，一“关”了之，从此退出商战、退出江湖；还有一些民营企业决意撤出中国市场，迁移国外。根据新世界财富（New World Wealth）发布的《全球财富迁移评估报告》显示，中国富豪移民他国人数连续多年排名世界第一。尤其是 2020 年，中国共有 1.6 万名高净值人士移民海外，比 2017 年的 1 万名增加了 60%，是排名第二的印度 7000 名的 2.3 倍。另据国家统计局最新发布，2021 年第三季度 GDP 低于市场预期 0.1 到 0.3 个百分点。经济学界普遍认为，这不是一个单纯的数字，而是说明“在生活中是有很多企业陷入了困境，很多人减少了收入，以及很多人的信心受到了打击。我们必须立即制止这样的增长放缓苗头，实现鼓舞全社会的再扭转”。（引自《环球时报》2021 年 10 月 19 日）

凡此种种，都表明必须高度重视和警觉部分民营企业信心不足问题，“不患难，患不安”，防止其对宏观层面的“六保”“六稳”尤其是“保居民就业”“保市场主体”“稳投资”“稳预期”等产生负面影响。重要的是，应当着重厘清部分民营企业信心不足的症结，哪些是历来存在的一般性问题，哪些是近期形成的特殊性问题。弄清这些特殊原因，有助于精准把握当前部分民营企业信心不足的症结所在，使有关缓解民营企业发展压力、提振民营企业发展信心的各项举措更具针对性。

三、民营企业缘何进一步提振信心

调研表明，进一步提振广大民营企业的发展信心，包括缓解或消除当前部分民营企业信心不足问题，既是国家现代化建设迈向新征程的需要，也是促进“两个健康”的需要。信心之有无，信心之强弱，不是一成不变的，而是常常处于动态变化之中。为了稳住基本面、转化消极面，必须从规律着眼，梳理出相关路径，真正解决好“信心从何而来”“信心从何提振”等问题。

一是与国家战略息息相关。清晰明确的国家战略或国家发展战略，作为顶层设计，规定着国家的发展方向、发展蓝图、发展路线，各类市场主体都应当了然于胸。例如，“十四五”规划作为今后五年乃至更长时期我国经济社会发展的行动指南，明确提出了我国进一步发展必须遵循的指导思想和原则，提出了下一个五年将基本实现新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化的战略目标，经济总量和城乡居民人均收入将迈上新的大台阶，关键核心技术实现重大突破，进入创新型国家前列……如此切合实际、节奏稳健的国家发展战略，显然是广大民营企业坚定信心的重要依据或依托。在庆祝中国共产党成立 100 周年大会上，习近平总书记擘画了全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标，也让广大民营经济人士很受振奋、信心倍增，激发出开拓进取、再创辉煌的强大力量。

二是与市场空间息息相关。市场空间，就是可供纵横驰骋的具体领域。一个充满生机活力的经济体，必然有广阔的市场空间亟待伸展拓宽，乃至商机无限。我国经济社会发展进入新阶段，未来十几年处于人均 GDP 从 1 万美元到 2 万美元的新爬坡期，市场空间正在呈现前所未有的大律动、大调整、大拓展。例如，我国新型城镇化逐渐揭幕下半场，需求多元推动消费结构和产业结构不断升级、相互促进，将拉动大量投资成为“新刚需”；农业、工业等传统产业的数字化转型与升级，将形成数字技术、数字经济、数字文明空前大发展，推动互联网、大数据、人工智能同产业深度融合，加快培育一批“专精特新”企业和制造业单项冠军（隐形冠军）企业；随着老龄化社会或“长寿时代”悄然而至，多达几万亿产值规模容量的大健康产业尤其是医养或养老产业有望加速布局扩张；“双循环”新发展格局的确立也将给我国拓展两个市场、用好两种资源带来新变化，以及创办北交所为层层递进的中小企业成长提供专属的多层次的资本市场、全面推进乡村振兴方兴未艾、全国多个自由贸易区统筹建设、国有企业股份制改造和混合所有制改革不断深化……这些具体领域的演进及迭代，对于有抱负、有胆识、有作为的民营企业而言，都是机遇，都是“蓝海”，都是求之不得的，当然也一定是有助于提振信心的。

三是与营商环境息息相关。近年来，各级政府越来越重视营商环境的优化构建。营商环境的主要内涵，应是构建服务型政府，培育亲清政商关系。营商环境的构建主体是“政”、是政府，其受用主体则是“商”、是企业特别是民营企业。国务院持续多年推进和深化“放管服”和商事制度等重点改革，着力为市场主体松绑减负，为民营企业厚植发展壮大的土壤；许多地方政府也相继推出“最多跑一次”“上门办”“一窗办多事”“办事不求人、审批不见面”，以及创新开展知识产权抵质押融资、推行无还本续贷、办理涉企犯罪过程中依法谨慎使用侦查强制措施、设立民营企业家专属节日、刚性落实企业家参与涉企政策制定制度等亲商护商惠商安商举措，深得人心，对广大民营企业坚定信心都很有促进作用。

有企业家认为，今后区域竞争的聚焦点之一就是看谁的营商环境更优化，看谁真正能够创建服务型政府。而名副其实的服务型政府，不只是使各项支持和鼓励民营经济发展的好政策、好措施及时落地，更重要的是所有公职人员应彻底抛弃旧有的“官本位”陋习以及居高临下的主宰意识、恩赐意识等，代之以纳税人意识、公仆意识、人民至上意识的自觉确立，切实做到全心全意为人民服务、为企业服务，这样才能使广大民营企业干得更安心、更顺心，也更有信心。

四是与舆论导向息息相关。舆论导向大体可归入营商环境，但鉴于其在产生社会影响方面有传播较快、杀伤力较强等特征，应予高度重视。舆论导向如果不健康，有意放大某些问题，就会直接冲击民营企业的信心，甚至产生严重后果。反之，舆论导向对头，有惜护之心，则会对民营企业稳定或坚定信心产生正面作用。

例如，近期中央提出要“把促进全体人民共同富裕摆在更加重要的位置”，赋予浙江重要示范改革任务，引发一些议论，出现了又要“劫富济贫”“打土豪分田地”等等噪音和杂音，这对民营企业信心的影响肯定是负面的；而党和政府及时纠偏，国务院领导同志多次出面强调“没有变”——我国坚持“两个毫不动摇”没有变，支持民营经济发展的方针政策没有变，现在没有改变，将来也不会改变；同时，有关部门和省份也及时作出解释，使广大民营企业认识到促进共同富裕也是一种市场机遇，能充分发挥民营经济触角广泛、惠及面广等优势，在造福百姓、造福城乡社会中获得自身的发展壮大。这样的舆论导向，让广大民营企业能够明瞭定力之重要、信心之重要，诚如明代吕坤所言：“分明认得自家是，只管担当直前做去。却因毁言辄便消沮，这是极无定力底，不可以任天下之重。”（引自《呻吟语》）

除此之外，精神资源的开发和挖掘等也是民营企业提振信心所不可忽视的。例如，最近由中央宣传部梳理发布的第一批纳入中国共产党人精神谱系的伟大精神，从建党精神、井冈山精神到抗疫精神、丝路精神等共 46 个，集中彰显了中华民族和中国人民长期形成的伟大品格，彰显了一代又一代中国共产党人“为有牺牲多壮志，敢教日月换新天”的奋斗精神，通过生动活泼的方式加以宣传，也有助于民营企业激发斗志，坚定信心，为实现中华民族伟大复兴汇聚起奋勇前进的强大精神力量。事实证明，凡是能够助力或赋能民营企业行稳致远的一切途径和做法，无不首先是影响到或作用于提振和坚定其信心的。

四、新视角：弘扬中华优秀传统文化与民营企业提振信心

较长时期以来，中国的民营企业比较青睐于西方经营管理理论。这体现为开放包容的一面、勤于学习进取的一面，但是，也存在着舍近求远、忽视甚至轻视向中华优秀传统文化恭恭敬敬学习的一面。调研发现，以前人们谈论民营企业信心问题，一般都偏重经济行为、经济活动或经济景气度范畴，而拓展到人文或精神领域，便可为更加精准、全面地分析和探讨信心问题开辟或设定一个新的视角。

许多案例表明，自觉、主动、深入学习中华优秀传统文化，能使一些民营企业更显底气足、底蕴厚、底牌硬，“中国特色”的辨识度高。通过老老实实学经典，他们感知到中华优秀传统文化的精髓，认识到中华优秀传统文化具有无与伦比的丰富性、深刻性，“胸中有一个见识，则不惑于纷杂之说，有一段道理，则不挠于鄙俗之见”（引自《呻吟语》），从而努力在企业运营中确立起道路自信、理论自信、制度自信、文化自信等四个自信，特别是其中的“文化自信”。反之，有些企业对中华优秀传统文化或一知半解，或隔靴搔痒，缺乏扎实深厚、别有洞天的领悟和体会，因此，其企业文化经常是空洞而不坚实、苍白而不丰富，一遇风吹草动，便很容易滑向信心不足。

习近平总书记曾多次指出：“坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信，说到底是坚定文化自信。文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。在 5000 多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化，在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化，积淀着中华民族最深层的精神和追求，代表着中华民族独特的精神标识。我们要弘扬社会主义核心价值观，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，不断增强全党全国各族人民的精神力量。”**“我们绝不会抛弃中华民族的优秀文化传统，恰恰相反，我们要很好传承和弘扬，因为这是我们民族的‘根’和‘魂’，丢了这个‘根’和‘魂’，就没有根基了。”**

在现场访谈中，不少民营企业一提到传承和弘扬中华优秀传统文化，纷纷首肯对提振信心有着不可替代的作用。作为一种新视角、新动能，中华优秀传统文化作用于民营企业提振信心，显然有其突出的优势和独特的价值。许多典型案例表明，能够“零距离”地向中华优秀传统文化求教、取经，可以说，正是广大民营企业充满阳光的崛起之道，也是其幸运之旅。而弘扬中华优秀传统文化，之所以特别有助于中国民营企业提振信心，则主要基于其四个重要特性。

其一，励志性。中华优秀传统文化年深日久，开垦了培育君子和圣贤的深厚土壤。“万山磅礴看主峰。”中华优秀传统文化令人高山仰止，首先是古圣先贤们或“圣德煌煌”，或“秉德清贞”，无不具有崇高的道德精神和道义担当。他们处世、处事的很多人生信条，是与他们自身高度自律的生活经历、他们谦默自处的高尚人格和品德、他们心无旁骛地追求真理的实践活动完全一致的。这就使得他们在相继为中华优秀传统文化的形成贡献自己的天赋异禀和无量智慧的同时，自然而然地产生了以身作则、垂范后世的榜样力量。

►►►[紧转 P2]

►►►[紧接 P2]

其筚路蓝缕的成圣之道（圣贤之道、君子之道），其实就是最好的“励志说”，从而也是最好的信心“教科书”。

在访谈中，许多企业家认为，学习中华优秀传统文化，首先要倾其身、用其心去“悟识”古圣先贤们的成圣之道（圣贤之道、君子之道）。例如《易经》作为“五经之首”，其中倾注了伏羲、周文王、孔夫子三位圣贤惺惺相惜的接续努力，历经多少艰辛和曲折，实在是来之不易；孔夫子在战乱频仍的动荡岁月，毅然四处奔波讲道，置各种冷落、碰壁于不顾，才最终成就了《论语》等儒家经典；王阳明一生更是坎坷不平，遭廷杖、下诏狱、功高遭忌、被诬谋反……可谓受尽折磨，但他以超人的意志力完成了龙场悟道，形成了千古不朽的“知行合一”“致良知”和“圣人之道，吾性自足”等伟大思想；又如司马迁之于《史记》、李时珍之于《本草纲目》、孙武之于《孙子兵法》、屈原之于《楚辞》等等（参见中央电视台专题栏目“典籍里的中国”），哪一个不是历经磨难而矢志不移，方为世代传颂？细细品鉴其中的成圣之道（圣贤之道、君子之道），难道还不足以让后人们受到激励，并醒悟到何为“信心”以及如何“坚守信心”吗？

其二，真理性。中华优秀传统文化包含中华民族在长期社会实践和意识活动中蕴育形成的价值观念、审美情趣、思维方式等，是中华民族伟大生命力、创造力和凝聚力的深沉积淀，达到了举世公认的“轴心文明”制高点和具有隽永“绝对性”的天理大道层次。古圣先贤们对“天人”“家国”“群己”“身心”等重大关系的认识，有关国家治理、社会治理以及人心调理的一系列先进思想和理念，大多可归之于天人共仰、日月同辉的“终极真理”层级和范畴，在当今时代依然熠熠生辉，有着重要的现实意义。传承和弘扬中华优秀传统文化，当然不只是有利于增强信心，在修身养性、扩大视野、增进智慧、提高国民素质等方面也都有重要作用，但这些作用都会直接间接、或先或后地影响到不同主体的信心或自信层面。

日本“经营之圣”稻盛和夫先生曾经这样评价王阳明“致良知”思想对他的深远影响：“遵循良知判断，我认为这是绝对性的东西。到达良知的境界，将良知付诸实践，就是我所有事业成功的最大原因。这是我从中国的典籍中最早学到的智慧。”作为一位国际知名企业家，能如此坦诚地道出切身体会，高度赞赏“致良知”为“绝对性的东西”，这是很有说服力的。所谓“绝对性的东西”，就是真理真知，就是不容置疑的鸿篇巨制，就是“放之四海而皆准”的杰出思想。可贵的是，在中华优秀传统文化的整个宝库中，像“致良知”这样的“绝对性的东西”，如珠玉成串，一并合成了一条为人类社会普遍认同的“天理大道”。谁踏在“天理大道”上，奉道而行、依道而行，谁就注定信心百倍！

深圳达实智能股份有限公司董事长刘磅认为，古圣先贤们的许多传世之作，都闪耀着颠扑不破的真理光辉。中华优秀传统文化是解决人世间重大问题的文化，是让人不得不折服其伟大力量而气贯长虹的文化，其能量是极其巨大的。一旦与之结缘，进入爱不释卷的场景，“信心”就不再是问题，那些怨天尤人、狂躁不安以及偃旗息鼓、贪图安逸、“船到码头车到站”等等偏知偏见、错知错觉也都会随之烟消云散。读一读他自己精心汇编成册的《<论语><孟子><传习录>学习感悟》以及《源于<易经>的达实智能企业哲学白皮书》，就能切实感受到只要以求真务实之心去用功领悟中华优秀传统文化及其精髓，无疑将赋能更多的民营企业家庄严自己的人生，确立起“无条件自信”。

其三，可信性。谁要给人以信心，就先要让人对其有信心，亦即令人信赖、信服。中华优秀传统文化具有端庄、中肯、敦厚特质。古圣先贤们布道述经，尽管所涉多为宇宙观、世界观、人生观等，按现代流行语的说法，就是“高大上”，但是，由于入情入理、不偏不倚、良知清澈、循循善诱，不像有些一般化的宣传说教那样生硬、僵冷，因此，很能抓住人、感动人，油然产生信赖感、信服感。

对此，不少民营企业家都感受颇深，认为在中华优秀传统文化中，很难找到颐指气使之处、强人所难之处，所言所语都透着一种宽厚的气息、容让的品格、柔和的态度，这样反而更能触动人心，使人感悟到“柔弱胜刚强”的辩证道理和力量。**青岛固德复材科技有限公司**董事长张忠军认为，中华优秀传统文化是很有感染力、很给力的文化，也是心平气和、能携手众生化育人心的文化。他说，以前自己觉得做企业卖点头盔产品，能做到三不欠（不欠银行、不欠税赋、不欠员工工资）就很满足了。学习中华优秀传统文化，最重要的收获是在润物细无声中触动到了崇高感和责任感，内心因圣贤思想而敞亮，能看清自己、读懂自己了。“突破‘我执’，心念一转，就可推开很多门，自然而然地链接到圣贤境界。”

其四，民族性。中华优秀传统文化作为人类社会的文明瑰宝，与生俱有世界属性，因而也从未停止过世界性表达、世界性传播方面的探索和努力。但是，这绝不影响中华优秀传统文化首先具有天然的鲜明的民族属性，绝不影响中华优秀传统文化对于中国人、中国企业家，显然更具有亲和力，更能唤起强烈的民族自豪感和认同感，更值得托付。一些企业家反映，接触和亲近中华优秀传统文化，总觉得特别能够入心，特别能够学进去，而且也特别乐意去深入体会，细究起来，这恐怕就是“基因”作用，说明我们有先天优势。作为中国本土的民营企业和民营企业家，骨血里或多或少都有中华优秀传统文化的基因，关键在于要很好地发挥出来。

浙江宏亮富勒烯健康产业有限公司董事长董宏亮说，中国人作为炎黄子孙，多学一点、多懂一点中华优秀传统文化，可以说是一种“标配”。读中国人自己的“圣贤书”，理解起来要快得多、通透得多。他所在的“美业”领域，现有 150 多万家企业、4000 多万从业人员，是典型的“小、散、乱”行业。许多人对这个行业的高质量发展缺乏信心，而他认为只要在企业里强化“磨好豆腐给娘吃”的服务意识，积极打造全国一流的“良知企业”；同时，助推前 3 个头部企业率先成为“良知企业”，带动整个行业向前发展就大有希望。出路在哪？最好的出路就是向属于全人类但更属于我们中国人自己的中华优秀传统文化讨教，领取到释疑解惑的“金钥匙”。

五、四大呈现：中华优秀传统文化为民营企业行稳致远赋能

调研发现，学习中华优秀传统文化能使广大民营企业照亮自己、温暖社会，涵养浩然之气，从而与时代同步前行，而这主要是从使命引领、哲学护航、战略创新和机制保障等四个方面得以呈现的。这四个方面虽各有侧重，但又浑然一体，都是以“信于心，行于信”为前提，亦即以做好提升人的心灵品质和格局境界这篇基础文章为前提的。

（一）使命引领

所谓使命引领，主要是解决企业存在的目的、理由和意义问题。它本质上是回应稻盛和夫先生曾对来访者提出的两个根本问题：人为什么活着？经营企业的目的到底是什么？人，一旦拥有可以为之舍弃生命的信仰、信念、决意、责任感和使命感，就等于拥有百折不挠、永不屈服的品格、胆魄与气势。因此，确立使命引领，民营企业就能拥有势不可挡的信心与力量，大步走向宽广的事业舞台。这就是中华优秀传统文化所呈现的“大仁大义”“仁者无敌”。使命引领，能够推动或带动民营企业家朝向圣贤君子的标准，不断提升自己的心灵品质和格局境界，找到公司的价值取向，全力以赴为民众为社会服务，从内心深处生发出源源不断的正能量。可以说，**使命引领是民营企业提振信心的“源动力”**。

调研发现，许多民营企业的使命引领往往是一个不断调整升级的过程，在此过程中不断汲取着中华优秀传统文化的精神滋养。重庆金夫人婚纱摄影公司（以下简称“金夫人”）便是典型案例之一。金夫人于 1989 年创立，至今 32 年，其企业使命不断修订升级，展现出三代“金家人”的愿景追求，也展现出了使命引领的至关重要。

对于热爱和坚持中华优秀传统文化学习的民营企业来说，使命引领其实就是圣贤引领，就是天理大道引领。**中教未来国际教育科技（北京）有限公司（以下简称“中教未来”）**成立于 2006 年，早先也有企业使命，即“让平凡者成功，让成功者卓越”。但是，在实际运行中，公司上下更多地还是以自身利益为导向，在业务扩展、商务合作、项目选择上所考虑的仍是“利润引领”，以致错失了很多战略性发展机会。董事长吴井军一度萌生了退意，将公司 60%的股份出让、15%的股份赠送给骨干团队，自己隐居起来想享受“采菊东篱下，悠然见南山”的清净生活。2019 年，一次偶然的机会，他参加了中华优秀传统文化的学习，发现自己的心完全是被利益遮蔽了，没有行走在大道上。他重新激起了斗志，重新确立企业使命，誓愿“让每一个从自己身边经过的年轻人成为‘未来之星’”，立志用余生帮助一亿学子成长，铸就真正成功的人生。而且，从那以后，他不仅自己学，还带领公司全体同仁一起学。中华优秀传统文化的学习不但没有影响业务发展，反而大大提高了团队的凝聚力和战斗力。他体会到，企业家自身的学习和成长是最重要的事情，因为只有自己成长，才能把公司使命带到更高的高度。

（二）哲学护航

所谓哲学护航，主要是解决企业发展战略选择及其原则问题。哲学是企业的价值判断和指向，是界定企业与利益相关方的互动准则。作为市场主体，民营企业每天都会面临或多或少或大或小的价值判断和选择。而企业哲学则是上下同欲的风向标，可在诸多选择中辨明前行的道路，为企业的长足发展保驾护航。企业哲学为民营企业开辟新的战略空间提供信心保障。可以说，哲学护航是民营企业提振信心的“定盘星”。

调研中，有一个案例令人印象深刻。十年前，**金蝶国际软件集团（以下简称“金蝶”）**董事会主席徐少春在一次企业家论坛上感叹道：“当下精神的匮乏，与 30 年前物质匮乏一样，让人心痛。”他把“全心全意为企业服务”作为人生使命，多年来深悟笃行以阳明心学为代表的中华优秀传统文化。通过持续的学习和实践，对精神匮乏难题提出了突破的新思路。《道德经》第八章写到“上善若水，水善利万物而不争，处众人之所恶，故几于道”，徐少春从中体悟到“道在低处”。因此，客户迫切需要但没人愿意去做的事情，才是道之所在。他认识到，以往做决策，总是盯着客户的预算，惦记着客户的口袋，客户的存在似乎只是为了满足企业发展的需要。直面这样的起心动念，徐少春带领大家集体反思如下三个问题：我们真的爱客户吗？我们真的、真的爱客户吗？我们真的、真的、真的爱客户吗？

由此，金蝶将服务客户的哲学上升为在起心动念上爱客户，把客户、合作伙伴等对于成长的渴望，作为公司的发展动力。这是源自徐少春学习《易经》和《道德经》而逐步形成的金蝶哲学。这样的哲学护航，使金蝶面对风险挑战无所畏惧。用徐少春自己的话讲：“这种自信主要源自于中华优秀传统文化的学习，打开了心上的枷锁，释放心中的能量。”2016 年 6 月至今，金蝶市值增长近 16 倍，市值最高达到 1300 亿港元。

另一个案例也很有典型意义。**长城物业集团股份有限公司（以下简称“长城物业”）**，以前秉承的经营理念是“我们的价值源于顾客满意经营”。组织学习中华优秀传统文化后，发现这在起心动念上就形成了“小我”，是在“红海”里做一般性买卖的生意经，制约了公司业务向社区服务拓展，很难有大作为。对此，董事长陈耀忠下决心打破自身的诸多认识极限，重构企业哲学，对企业经营宗旨、价值观等进行全面升级。多年来，通过早训学习、集中学习、线上考试等方式，促使长城物业人知行合一，助力其心灵成长和技能成长。

（三）战略创新

所谓战略创新，主要是解决企业发展的突破口和路径问题。战略规约了企业达成目标的速度和程度，本质是“直达并成就客户”，以客户为中心，为客户创造独特价值，解决独特问题，推动社会进步。战略创新能助力企业走向长盛不衰，并为之相应采取措施和配置资源。可以说，**战略创新是民营企业提振信心的“助推器”**。

微医集团（浙江）有限公司（以下简称“微医”）董事长廖杰远创业十余年来，通过若干次战略创新，使得企业成为中国最大的数字医疗服务平台，并于 2021 年 4 月递交招股书，即将登陆资本市场。第一次创新，是微医创建了中国第一家互联网医院——乌镇互联网医院，开创了在线诊疗、处方流转、医保在线支付等新业态，被习近平总书记称为“中国互联网创新发展的一个缩影”；第二次创新，是开创“流动医院”服务，将 7 大项 53 小项的检查检验能力和互联网医院服务能力送到全国 12 个省的 73 个区县，覆盖超过 3000 万基层老百姓，真正实现“医院开进村里头，专家来到家门口”，廖杰远因此荣获国务院扶贫开发领导小组颁发的“全国脱贫攻坚奖”；第三次创新，是在山东推出的慢病医联体模式，将慢病患者复诊购药时间从 2–3 小时缩短至 10–20 分钟，均次处方费用下降了 12.7%，为大医院分担了 15–20%门诊压力、医保基金慢病支出相对节约了 10.2%，得到了中央深改办考察组的高度评价；第四次创新，是在天津创建了全国首个由互联网医院牵头、全市 267 家基层医疗机构参与的紧密型医联体，以“四朵云（云服务、云管理、云药房、云检查）”实现了全市基层医疗机构“四统一（责任共担、管理统一、服务同质、利益共享）”，被《中国卫生》评为 2020 年度全国十大医改举措第一名。

青岛书香味道餐饮管理有限公司（以下简称“书香味道”），是一家成立于 2016 年、以高校校园餐饮为主营业务的民营企业。通过学习《易经》《道德经》《中庸》等中华典籍，他们懂得了一旦将爱融入到传统餐饮服务中，就能使公司战略日益清晰，走上充满生机的发展新路。书香味道在 2020 年制定战略十年规划和梳理完善 3.0 战略（以心为本的战略）后，纷纷推出“妈妈来了”公益厨房、学生店长制、书香书院等利益学生的新举措，实现服务育人，为国家培养人才贡献自己的力量。目前，书香味道的餐饮服务已进入 20 余家高等院校，不仅没有被 2020 年前 8 个月没有一分钱收入的危机所打垮，而且逆势增长，其营业收入由 9000 万元提高到近 2 亿元。战略创新使企业迈向了一条利益员工、利益学生（消费者）的光明大道。董事长林金钟表示，他现在比任何时候都神定气闲、从容镇静，坚信一定能做到“让每个校园餐厅，充满妈妈的味道”。

（四）机制保障

所谓机制保障，主要是解决企业运行的一系列问题。机制可细分为学习机制、激励机制、晋升机制、退出机制、与客户互动机制、与公众互动机制等。所有机制都有特定的保障功能。例如激励机制，主要作用于通过特定的方法与管理体系，保障员工对组织及工作的承诺，用多种激励手段使之规范化、相对固定化。又如晋升机制，主要作用于通过制定员工晋升的条件、方法与流程等规范要求，保障达标员工由较低层级职位上升到较高层级职位。又如退出机制，主要作用于企业创始元老托举和成就新人，如同《道德经》所言“功成事遂，百姓皆谓我自然”，建立企业长治久安的人才梯队保障。再如与客户互动机制，主要作用于以最快的速度了解客户诉求，排除客户忧虑，以保障服务质量，有效提高客户满意度和获得感。机制保障，是企业经营管理的着力处。可以说，**机制保障是民营企业提振信心的“压舱石”**。

调研中了解到，杭州圣都装饰工程有限公司近来将与客户互动机制具体化为“一小时沟通机制”。董事长颜伟阳每天拿出若干个一小时的时间，来跟客户进行深度而有效的沟通。其要点是：首先，要提前跟客户约好，“我有一个重要话题跟你讨论”，“关于这个话题，我有如下几个观点”……以提高沟通质量和效率；其次，在与客户沟通过程中，倾听客户的心里话，讲讲自己的肺腑之言，共同探讨行业本质，展望未来可能的各种合作；再次，要做好会议记录和项目追踪。会议形式有多正式，会议的效果就会有多好。“一小时沟通机制”的实质是提供一个契机，保障企业董事长与客户之间建立起心与心的链接，突破交流的屏障，更好地促进双方的互信合作。

江苏远东控股集团有限公司（以下简称“远东集团”）在机制保障方面也有很多领先性的生动实践。尤其是在学习机制方面，董事局主席蒋锡培着力创新，不断突破企业发展的天花板，助推公司迈上一个又一个新台阶。一是家庭学习机制。蒋锡培不仅自己学习中华优秀传统文化，还带动太太陈晓芬成为中华优秀传统文化的学习者、践行者、受益者和传播者，儿子、儿媳也纷纷加入学习之列，每天读书打卡；每周六召开家庭会议，每月复盘总结，并制定下月学习重点，构建学习型家庭。二是高管学习机制。集团公司 500 多位中层以上干部全部参加中华传统文化的学习和践行，将“远东哲学”手册落实到企业各项业务中。同时，对企业哲学和价值观的认同，也是远东集团干部晋升和选拔的重要指标。中高层干部通过学习将个人成长的战略十年与“远东战略十年”密切结合，探索出一套上下同欲的路径和方法。三是员工学习机制。对于一线员工，除了岗位的技能培训、安全教育、法制教育等，中华优秀传统文化的学习直接提升了员工的职业素养。针对基础人群，提供基础课程，提升基础素质，用 3 年中的 10 个 100 天，远东集团组织全员共同学习《论语》《孟子》《孙子兵法》《中庸》等 10 部经典，人员也从数百人增加到如今的 2500 人。通过学习机制的建立，蒋锡培带领全员持续提升心灵品质和格局境界，促使企业获得了逆势增长。

六、结语：创造性转化和创新性发展

（一）加强中华优秀传统文化的学习和传播，对广大民营企业和整个民营企业家队伍建设意味着什么？毫无疑问，在改革开放大潮中，我国涌现出了一大批敢担当、有作为的民营企业家。他们敢为人先、善为人先，在长年奋战中为人类世界打造出了一批站得稳、叫得响的中国品牌。他们创造的物质财富和形成的企业家精神，是我国改革开放和社会主义现代化建设事业的重要成果和宝贵财富。在新时代，广大民营企业若能自觉、认真、持久地学习中华优秀传统文化，必然进一步推动企业员工整体素质提高、知识结构优化、格局境界双双提升，因而更有信心面向未来，更好地作用于民生福祉和社会安定，促进共同富裕。

（二）加强中华优秀传统文化的学习和传播，对信心不足或信心缺失的部分民营企业意味着什么？毫无疑问，这当然不意味着“精神万能”，不意味着可以低估政策引领等外部环境因素的重要性。但是，“一灯能除千年暗”。可以肯定，通过学习和领悟古圣先贤的不朽智慧，在心上下功夫，提升心灵品质和格局境界，就一定能逐步或加速从各种困扰或困境阴霾中走出来，振足精神，重整旗鼓，重拾往日的斗志和闯劲，在应对风险挑战中完善和强大自己，勇于做市场经济探索创新的弄潮儿。

（三）加强中华优秀传统文化的学习和传播，应当向古圣先贤的煌煌巨著竭尽真诚之心，静心品读、识读、敬读、体悟其原著原文，知先辈治世之本、知万物兴废之由、知个人修身之要，并笃志躬行。唯有如此，方能从根本上助力民营企业提振信心。

（四）加强中华优秀传统文化的学习和传播，是一个创造性转化和创新性发展的宏大工程。所谓创造性转化，就是要按照新的时代特点和要求，赋予中华优秀传统文化以现代解读和表达方式，激活其生命力，弘扬其独树一帜的传世价值；所谓创新性发展，就是要按照时代的新变革、新进展，对中华优秀传统文化的内涵加以挖掘、拓展和完善，增强其影响力和感召力。开辟中华优秀传统文化赋能广大民营企业提振信心的研究新视角，鼓励广大民营企业从中华优秀传统文化中汲取发展新动能，可以说，就是新时代实现中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的一个广泛而又生动的社会实践。在这样一个创造性转化和创新性发展的历史进程中，光辉灿烂的中华优秀传统文化必将为泱泱大国注入无限生机活力，孕育出一支经得起实践检验、历史检验和人民检验乃至令世人刮目相看的永远充满从优秀走向卓越之信心的企业家队伍！

主要参考文献与资料

1.《习近平在庆祝中国共产党成立一百周年大会上的讲话》
2.《李克强在全国深化“放管服”改革着力培育和激发市场主体活力电视电话会议上的讲话》
3.《优化营商环境条例》
4.《走向更加广阔舞台的中国民营经济》（李兆前主编）
5.《国有、民营、外资企业重要数据全景简明比较分析》（北京大成企业研究院编著）
6.《奔向 2035 的新发展格局》（郑新立等著）
7.《打胜仗——常胜团队的成功密码》（田涛等著）
8.《未来已来——全球领袖论天下》（朱民主编）
9.《不确定的时代》（〔美〕约翰·肯尼思·加尔布雷思著）
10.《正义的要素》（〔加〕戴维·施密茨著）
11.《日常生活中的自我呈现》（〔美〕欧文·戈夫曼著）
12.《中国精神读本》（王蒙等主编）
13.《为什么是中国》（金一南著）
14.《最艰难的创业者：状元实业家张謇传》（张孝若著）
15.《文化自信与民族复兴》（北京知行合一阳明教育研究院编）
16.《家国天下》（许纪霖著）
17.《< 易经 > 对话录 -- 六十四卦中的人生哲理与谋略》（孙映逵，杨亦鸣著）
18.《活法》（〔日本〕稻盛和夫著）
19.《群书治要》（〔唐〕魏征、虞世南、褚遂良编撰）
20.《呻吟语》（〔明〕吕坤著）
21.《菜根谭》（〔明〕洪应明著）

课题组成员

一、课题顾问

谢伯阳
国务院参事、全国工商联原副主席

欧阳晓明
北京大成企业研究院院长、全国工商联原秘书长

白立新
北京知行合一阳明教育研究院创始人

张立平
北京知行合一阳明教育研究院联合创始人

二、课题特邀指导

王忠明
全国工商联智库委员会委员、中国民营经济 50 人谈成员，国资委研究中心原主任、中国民营经济研究会原常务副会长兼秘书长

三、课题写作人员

徐鹏飞
北京大成企业研究院研究部主任、高级研究员

刘贵浙
北京大成企业研究院高级研究员

葛佳意
北京大成企业研究院研究员

郭红波
北京知行合一阳明教育研究院核心老师

王涵
北京知行合一阳明教育研究院项目顾问

付家
北京知行合一阳明教育研究院项目顾问

左红民
北京知行合一阳明教育研究院文字编辑