

## 凉山创十七公司强化职工培训 打造学习型企业

“生生斋园最早的名字叫什么？”“它是哪一年、什么原因迁到西昌的？”2月20日下午，凉山创十七供应链有限公司(以下简称凉山创十七)职工培训课堂上,你问我答的互动培训方式,让课堂气氛一浪高过一浪。

凉山创十七公司是以凉山州青年创业就业促进会故事为背景,2023年9月,在凉山州青年创业就业促进会的支持、撮合下,整合了肯创企、谦泰农业、协基和三家资源丰富、供应链长、互联网销售经验丰富的单位而成立,旨在通过直播带货的方式,将凉山州17县、市更多的特色农产品以更快、更便捷的方式走出大山,走上全国更多家庭的餐桌,让更多的人吃到凉山的好产品,也让好产品卖出好价格。

为了让公司员工能更好讲好凉山青年创业故事、产品质量故事,该公司把强化职工培训作为打造学习型企业的重要抓手。他们除了通过课堂培训,一对一导师带徒培训外,还将职工带到生产现场,了解产品生产过程,了解品牌背后的故事。

同时,该公司还以“指定书目”“自选书目”“图书漂流”等形式积极开展读书活动,通过交流学习方式心得、撰写读后感、好书推荐等方式,激励职工养成阅读习惯,提高岗位技能,打造书香企业,为促进公司业务持续发展、创新发展、高质量发展奠定坚实基础。

(韦柯)



## “穿衣戴帽”安全又高效

投资50余亿元的扬子石化炼油结构调整项目是中国石化重点能源建设工程,项目建设中不断优化施工工艺,大力推广模块化施工,主体设备吊装前“穿衣戴帽”,对设备平台、保温、电气仪表等进行地面安装、焊接,接到塔底灯壳,不仅减少了高空作业安全风险,工效提高2倍以上。图为施工人员对塔底焊接、附件检查。

李树鹏 摄影报道



■ 本报记者 赵健

以“产品导向、智能引领、共赢未来、创造价值”为主题的“中国重汽集团2023年合作伙伴大会”于2月21日(即农历二月初二“龙抬头”)召开,预示着中国重汽将作为商用车龙头带领行业走出“凛冬”,实现行业“龙抬头”。中国重汽与各基层单位经销商、重点客户、服务商、媒体记者共计1500余人齐聚泉城济南,在回顾中国重汽2022高光的同时,共同探讨并2023年谋篇布局发展的新方向,为商用车行业2023探索更多的可能性。

2022年,中国重汽集团实现十四项行业第一,并在多个细分市场实现销量第一的佳绩。2023年,中国重汽要在海外商用车市场以及国内细分市场不断突破;依靠正向研发体系打造核心内驱力,做最领先的产品;以客户为导向,构建全系列商用车的领先优势,未来全面迈向高端,打造最具品质竞争力的产品,共同为客户的未来而努力。

## 以创造 14 个“第一”坐稳行业龙头地位

从2021下半年开始,受排法规矩的落实,以及疫情反复、经济减速、油价高企、运价低迷等多方面因素叠加影响,国

## 河南省委书记楼阳生到盛田农业公司调研指出：激发企业内生动力,推动产业优势再造

■ 本报记者 李代广

2月20日,河南省委书记楼阳生到老字号企业、河南盛田农业公司调研。

河南省盛田农业有限公司集红薯种植、加工、观光于一体。楼阳生书记了解生产工艺、研发投入、运营模式等,鼓励企业

负责人传承好传统制作工艺,把握准市场需求和消费趋势,创新技术、创新产品,提高品质、提升设计,持续拓展发展空间,做大做强盛田。楼阳生书记叮嘱有关负责同志,要进一步深化“万人助万企”活动,不仅要解难题、稳企业,还要出点子、促发展,激发企业内生动力,推动产业优势再造。

河南省盛田农业有限公司是国家高新技术企业、全国市帼现代农业科技示范基地、河南省农业产业化重点龙头企业、河南省首批优秀农耕文化遗产,盛田农业推行的生产标准被作为制定国家A级“三粉”质量认证标准的实际参考数据。盛田农业生产的周州粉条、红薯鲜粉条通过

中国“绿色食品”认证、国家A级“三粉”产品质量认证。

盛田农业创始人、全国农业劳动模范、周州粉条制作工艺非遗物质文化遗产省级传承人刘继周表示,一定要贯彻楼阳生书记的指导意见,不折不扣地贯彻落实,把企业做强做优,为乡村振兴、中原出彩贡献力量。

## 周口市副市长梁建松莅临宋河酒业调研工作

■ 李藏 本报记者 李代广

2月21日,河南省周口市副市长梁建松在周口市市场监督管理局二级高级主办何永祥、鹿邑县副县长崔杰、鹿邑县市场监督管理局局长陈玉星等领导的陪同下,莅临宋河酒业公司,针对食品安全主体责任落实工作进行督导调研。

宋河酒业公司党委书记、总裁朱展升,公司副总裁孙光生,食品安全总监郑善云、食品安全委副调研员,并就宋河酒业食品安全工作做出了专题汇报。

梁建松一行进车间、察实情,实地查看了公司环境卫生、成品酒包装、质量管控等生产现场。

朱展升表示,一直以来,宋河酒业都坚持。



持质量第一的原则开展各项经营活动,遵循质量、环境、职业健康安全、危害分析与关键控制等四体系管理要求,认真开展质量管理体系工作,保证了公司产品质量逐年向好,切实筑牢了食品安全和消费者的利益。

梁建松指出,推进企业落实“两个责任”是贯彻落实关于食品安全“四个最

严”重要指示精神的具体体现,希望宋河酒业公司要在现有的基础上,更加重视食品安全,进一步压紧压实企业主体责任,推动形成食品安全全员末端发力、全员参与,保证宋河产品再提质、增效,为周口经济发展、为保护宋河品牌、为全市食品安全工作作出最大的贡献。

## 高位定标,绘就发展新蓝图——重庆气矿确定而动全力推进实施“5751”发展战略

“气矿”“三定”实施方案出台,机构数量由51个优化整合为38个,卧渝线C段安全隐患整改气矿碰口作业提前完成……2月15日,西南油气田公司重庆气矿开年亮点工作出炉,稳中有进,喜中有忧,让重庆气矿在推进实施“5751”发展战略时,既看到进步更看到不足。

今年初,关于气矿“十四五”三年发展规划目标,“上产50亿、探明储量7000亿、五大攻坚战、一个‘油公司’老区模式典范”的“5751”战略目标一经推出,引得全矿上下、群情振奋,斗志昂扬。纷纷表示这是为开发已逾40年的老气田,注入了全新的动能,既赋予了气矿上产的资源基础,又给了重庆气矿“发展路径、途径和答案”。

2023年1月,气矿天然气产量2.3555亿方,对标年度目标累计欠产2.267万方,所辖7个基层生产单位5个超额,4个平产……2月上旬,正当全员振奋、铆足劲头投入紧张的生产经营管理,各项重要工作报捷频传时,气矿1月

生产运行情况通报和2月生产运行计划一出,可谓一石激起千层浪,给全体员工带来了催人奋进的紧迫感。

1月产量被全部挤断,叠点盈亏,超产总结经验,欠产分析原因,组织涉及气矿天然气生产相关部门、基层单位等主要负责人和技术干部,建言献策,剖析问题,主动认领责任,定人定时采取措施跟踪督办管理。

2月生产运行计划,则对所辖生产气井按时间节点制定“周密排查、综合分析、科学研判”措施,发现异常及时调整“一井一策”方案,分解产量任务目标,全力以赴加大产能挖潜增储力度,确保全面完成千方百计奋斗目标。

随着气矿“强化勘探开发、地质工程1月检维修计划、生产受控、生产运行考核”等各项工作完成情况详实汇报,严格要求各作业区切实加强采收率和工艺管理,严格属地监督与操作监护,不断加大隐患排查的“低老坏”问题整改与处罚力度,确保“两

个现场”安全可控。

一系列举措的落实落地,为气矿2023年工业产量奋斗目标31.5亿方产量从2字头跃上3字头护航保驾,更为2024年站上40亿方、最终实现2025年的50亿方创造条件。

与此同时,气矿地质勘探团队按照年初工作计划,一边加快大页1井区吴家坪组续求评价和先导试采,抓紧实施大页201井、202井,开辟页岩气加快上产主阵地。

一边抓好云安O12-X1试钻跟踪,实施五梯老、大猫坪东三维地震,扩大滚动勘探成果。跟踪研究深探1井,持续攻关下古生届-震旦系系统勘探工作,力争取得战略性新发现。

随着气矿“强化勘探开发、地质工程”两个一体化”的规模增储“组合拳”的推进,为实现“气矿”高位定标“2000亿方探明储量,2个千万吨”奋斗目标“主动仗”。

对于年产量约鼎盛时期三分之一的主产单位,2023年是重庆气矿“加快上产50

亿、创建“油公司”老区模式典范上启下的关键一年。在打好老区稳产、页岩油气上产、储气库建设、深化改革、创新提效“五大攻坚战”的同时,还要奋力创建一个“油公司”老区模式典范。

在更高起点上谋划,在更强基础上提升,对于3000余名骨干而言,今年气矿提出的“5751”发展战略宏伟蓝图,既担起重压,又承载希望战略。

为此,加快发展生产、补齐质量效益短板,强化管理生产,克服旧、慢、懒现象,让一切工作按计划顺利推进,就成就了加快气矿“高质量发展”的必由之路,也是一个员工以主人翁的姿态对待各岗位,实现新跨越、迈入新台阶的实际行动。

站在新起点,全力推进“5751”发展战略,创建“油公司”老区模式典范,跑出重庆“加快上产”和转型发展的新路,为公司跨越400亿、迈入新台阶,实现高质量发展作出新的更大贡献!

(丁金)

## 中国重汽召开 2023 合作伙伴大会

率第一,中国重卡出口销量中国第一、成为首家搭载热效率52.28%柴油机的商用车企业,成为首家搭载热效率54.16%燃气机的商用车企业,实现500马力以上牵引车市场占有率第一,发布国内全行业氢气内燃机新能源重卡,行业唯一双挡电驱集成轿。

与此同时,在细分市场开发方面,中国重汽实现7个“第一”。得益于WP14T发动机与MC13H发动机的组合优势,中国重汽年平商用车行业动力升级制高点,长途物流运输市场行业销量第一;凭借低油耗、高可靠性的口碑优势,中国重汽在快递市场占有率超过30%、行业排名第一;中国重汽危化品市场占有率29%、销量第一;凭借在城建渣土市场持续突破,累计不断强化渣土车第一品牌优势,汕德卡成为渣土车高端首选,渣土车行业销量最高;中国重汽销售市场占有率稳定在35%、连续22年行业第一,在消防车、校车、电驱轻卡等行业高端商用车市场,中国重汽持续保持行业领先,高端专用车销量行业第一,通过AMT产品技术迅速迭代,成功构建S-AMT差异化优势,AMT车型销量超超竞品,行业排名第一。

在2023年伙伴大会上中国重汽还展示了高效无级S动力链、多元化能源产品以及世界一流智能化技术,为行业共同擘画新蓝图,开启新征程。

## 以科技“亮剑”,剑创世界第一商用车

得终端者得天下,是商用车行业的硬道理。中国重汽坚持将科技引领、产品为王、服务加持,赢得了终端客户的认可和信赖。聚焦终端,中国重汽通过本次大会进行一次“产品”“大阅兵”,涵盖牵引、自卸、载货、专用车细分市场等传统能源产品及纯电、氢燃料电池等新能源产品,共计26台展车,以及无级S动力链、全系

列电驱桥等总成零部件也都震撼亮相。

中国重汽在打造科技核心产品、产品前瞻研发方面也不遑多让。在此次中国重汽集团2023年合作伙伴大会上,中国重汽展示了智能网联卡技术和产品,如无人驾驶技术、L4智能驾驶技术、智慧驾舱、智能化整车能量管理平台核心技术点等。据了解,中国重汽智能网联车现阶段分为四大应用场景,其中包括L2级及L2+级智能辅助驾驶系统,已经广泛应用于在售牵引车车型上;高速干道物流流L3或L4级自动驾驶辅助技术的应用;L4级无人驾驶技术的港口应用。

中国重汽以“客户满意是我们的宗旨”为企业核心理念,高度重视客户的LVO全生命周期总价值。为顺应产业互联网发展的大势,中国重汽将TCO的服务理念提升到LVO概念,以用户需求为中心,持续为用户创造全场景最优、全生命周期的价值。在客户“买、用、养、换”购车的整个生命周期中,为客户创造最高价值,更好地为其用户降本增效。中国重汽提升用户价值收益的方案包括:全物流运输场景升级、全天候智慧管家服务、全生命周期资产管理模式,全平台增值置换解决方案。

在中国重汽集团2023年合作伙伴大会上,中国重汽还在会场外展示了现售和未来推出的产品矩阵,令人震撼!其中包括重量亮相的重汽X 潍柴 WP17T 800马力产品;黄河X7 WP17T 800马力牵引车、汕德卡C9H WP17T 800马力牵引车。

随着国家双碳战略的逐步推进,国内商用车行业将迎来再次全面的新能源变革;商用车行业的逐渐年轻化也催生了更多元的用车需求;运输市场也随之更加细分。产品智能化、科技化,为了进一步加强用户的运输工作所需,中国重汽将在2023年将围绕智能科技进步、产品升级不断创造价值,巩固行业领先地位,为中国

的商用车市场发展提供可靠支持。

中国重汽集团以更智能、高效的全生命周期解决方案赋能合作伙伴,从智慧物流、数字营销、智慧车务、智慧车队以及后市场、二手车等各个层面覆盖用户运输工作,让降本增效真正落到实处,为物流车队人、散户卡友提供“销服务”一体化的全新模式。

## 打造“灯塔工厂”铸就世界一流重卡生产基地

当天下午,与会代表一同赶赴莱芜,参观了由中国重汽集团中国重(新能源)重卡项目、该项目是中国重汽重组改革以来,坚持智能制造、科技创新的缩影,是国际一流、国内领先的数字化生产基地,更是商用车领域领先的数字化“灯塔工厂”。项目占地3106亩,建筑面积100万平方米,总投资超150亿元。项目规划产品高端、智造高端,配套高端管理高端的思路要求,采用全球先进的智能制造生产方式,致力于打造世界一流的高端、智能、绿色的重卡生产基地。项目从开工建设到首款产品成功下线仅用时280天,彰显出新时代“重汽速度”。

中国重汽“智能网联(新能源)重卡项目”重卡生产线实现了全自动化生产,更有诸多首创技术,车架全自动纵梁加工生产线和焊装生产线全自动机器人达到100%,冲压生产线在国内商用车首次采用伺服压机,中控压力在商用车首次采用行业首创的无线非接触式供电技术。冲压、涂装、涂装等均实现了自动化操作,零部件配送全部由AGV智能配送,车间干净整洁低噪,印证了“高端、智能、绿色”制造。

踔厉前行风正劲,不负重负争朝夕。2023的大幕已拉开,站在新起点,中国重汽携手全体合作伙伴站在新起点,奋进新征程,乘着生产、流通、消费等领域持续回暖的东风,凝心聚力,实现新跨越。

【紧接 P1】

而民企多数集中在下游,在产品和服务体系,特别是服务性的行业多达110多家,高于其他任何行业。因为他们是直接面向群众,他的产品和服务直面面向客户,实际慈善本身就是一种品牌宣传,与他的利益需求是一致的。这当然是一个积极的现象。也就是说社会服务、产品销售的价值实现与慈善事业是深度融合的,这是一个好的现象。这里,是强调其必然性。

## 中国企业公益慈善事业的问题与建议

中国企业公益慈善事业公益事业的发展,我们依旧在路上,大量的理论问题需要深入展开,现实问题亟待解决。

我们可以说,当初美国的“慈善革命”,正在今日中国上演。我国的公益慈善发展与美国上世纪30年代至70年代以“福利国家”为背景出现的非营利组织蓬勃发展格局很相似。当时美国政府通过推动慈善推动非营利组织通向贫困、教育、卫生等公共服务的领域,大规模建设“美好社会”。同样的情况出现在美国、德国等国家。中国公益慈善事业的发展程度为这些国家的社会福利事业(第三次分配)三种机制之中间协调配合的制度体系。把过去的三大精神落在实处。这些,政府部门操心的。

我们开的是中国企业慈善公益500强会议。今天,有很多学术、媒体、舆论界的同志,我们从企业角度与舆论角度提出一些意见,或者提醒。

一、舆论上敦促《慈善法》配套的法规制出台。完善企业慈善公益事业的体制与机制。

二、企业慈善产业链条建设实现产业化。

三、慈善公益事业与商业规则深度的互动融合。

四、企业慈善与品牌建设深度融合。

五、慈善事业要搞好顶层设计,与国家发展规划结合。

六、对企业慈善公益的效益作出明确要求,可检验、可评比。

七、宣传企业慈善精神,鼓励企业家族慈善等第三次分配。

八、企业文化要与慈善文化结合,要普及。

## 要特别重视 中国企业文化 and 价值观建设

公益慈善首先是一种文化和价值观念。公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

## 中国企业文化 and 价值观建设

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

## 中国企业文化 and 价值观建设

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

公益慈善首先是文化,公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。公益慈善文化是公益慈善事业的灵魂。

# 中华优秀传统文化与民营企业发展目的及价值取向研究(二)

二、我国民营企业发展目的及价值取向的结构分析

企业发展的目的,简言之,就是企业各项经营活动最终所要达到的目标或结果,通常表现为一系列的定性或定量指标。作为按照一定的规律构成的经济组织,不管其所有制如何,任何企业都受制于特定的利益驱动。与此同时,企业的发展目标又是多元化、结构化的,除了对经济利益的追求,企业还追求社会价值等,从而使大小不等、远近不同的目标追求组合到一起,形成一种互为关联和响应的整体面貌。不仅如此,在现实中,企业对这些目标追求还要进行排序(并非排他),而如何排序,形成怎样的结构关系,反映的是企业的治理水平包括价值取向。正如《墨子》所云,“治,求得其也”,治理,就是寻求达到目的。因此,确立什么样的发展目标,至为关键的是“三观”(人生观、世界观、价值观),尤其是价值观或曰价值取向。

改革开放以来,我国民营企业市场经济的大风大浪中砥砺前行、成长壮大。“承包”“下海”“个体户”“万元户”“股份制合作”“互联网创业”……通过这些不断变化的“热词”,人们可以感受到广大民营企业给中国经济发展带来的活力,同时也表明其发展目的及价值取向总体上是健康的、积极的,不然,就不会发展得这么快、这么强,这么有贡献啊。在市场经济条件下,众多民营企业选择了各不相同的多元发展目标,此即“法无禁止即可为”。然而,多年来的跌宕起伏、大浪淘沙证明,其发展目的只有始终围绕服务人民需要、符合人民需要这一社会主义生产目的,民营企业才能有健康的、可持续发展更大的作为。

调研发现,我国民营企业的发展目的及价值取向,既受股东、管理层、员工等因素的影响,也受政府、市场、客户和社会文化等外部条件的影响,是资本、劳动等生产要素的利益诉求和公众期待之间达成的某种平衡,最终反映的是企业的格局境界和人生追求。概括起来,主要有以下三大特征:

一是体系化的多维组合。许多民营企业的发展目的不是单一的,而是成体系化的,既有主要目的又有从属目的,既有短期目的又有长期目的,既有内部目的又有外部目的,既有短期目的又有长期目的,既有物质目的又有精神目的的……它们之间交错融合,有多维度的“建群”气象。例如,福耀集团追求成为“全球客户的忠实伙伴、全球行业的行为典范、全球员工的最佳雇主、全球社会的品牌典范”。又如,吉利集团将“战略协同、推动变革、共创价值”作为企业使命,将“让世界充满吉利”作为企业发展愿景,强调“快乐人生、吉利相伴”,在产品、经济、环境以及社会四个领域全力投入,以汽车为载体连接世界,开启美好“车生活”,用实际行动贡献社会的可持续发展。

其次,从不同发展规模来看,初创期的民营企业大多将尽快盈利、活下来、站住脚作为基本目的;到了成长期,可能会将加快超越竞争对手、实现行业领先作为新的发展目的;到了成熟期,则会更加注重承担社会责任,让员工与企业共同成长等等。例如,任正非在回忆他1987年集资21000元人民币创办华为投资控股有限公司(以下简称“华为”)时曾言:“我创办华为是因为别无选择。华为创业之初,既没有罗曼蒂克的情怀,也没有惊心动魄的奇遇。”后来,随着生产问题逐步解决,他开始考虑企业的长远发展,1998年出台的《华为基本法》第一条即提出,“华为的追求是在电子信息领域实现顾客的梦想,并依靠点点滴滴、锲而不舍的艰苦追求,使我们成为世界级领先企业。”当经过40多年的奋斗而成为世界上最大通讯设备制造商与应用服务公司时,华为的使命演进为“发展为了”把数字世界带入每个家庭、每个组织、构建万物互联的智能世界”。

其次,从不同发展规模来看,初创期的民营企业大多将尽快盈利、活下来、站住脚作为基本目的;到了成长期,可能会将加快超越竞争对手、实现行业领先作为新的发展目的;到了成熟期,则会更加注重承担社会责任,让员工与企业共同成长等等。例如,任正非在回忆他1987年集资21000元人民币创办华为投资控股有限公司(以下简称“华为”)时曾言:“我创办华为是因为别无选择。华为创业之初,既没有罗曼蒂克的情怀,也没有惊心动魄的奇遇。”后来,随着生产问题逐步解决,他开始考虑企业的长远发展,1998年出台的《华为基本法》第一条即提出,“华为的追求是在电子信息领域实现顾客的梦想,并依靠点点滴滴、锲而不舍的艰苦追求,使我们成为世界级领先企业。”当经过40多年的奋斗而成为世界上最大通讯设备制造商与应用服务公司时,华为的使命演进为“发展为了”把数字世界带入每个家庭、每个组织、构建万物互联的智能世界”。

其次,从不同发展规模来看,初创期的民营企业大多将尽快盈利、活下来、站住脚作为基本目的;到了成长期,可能会将加快超越竞争对手、实现行业领先作为新的发展目的;到了成熟期,则会更加注重承担社会责任,让员工与企业共同成长等等。例如,任正非在回忆他1987年集资21000元人民币创办华为投资控股有限公司(以下简称“华为”)时曾言:“我创办华为是因为别无选择。华为创业之初,既没有罗曼蒂克的情怀,也没有惊心动魄的奇遇。”后来,随着生产问题逐步解决,他开始考虑企业的长远发展,1998年出台的《华为基本法》第一条即提出,“华为的追求是在电子信息领域实现顾客的梦想,并依靠点点滴滴、锲而不舍的艰苦追求,使我们成为世界级领先企业。”当经过40多年的奋斗而成为世界上最大通讯设备制造商与应用服务公司时,华为的使命演进为“发展为了”把数字世界带入每个家庭、每个组织、构建万物互联的智能世界”。

其次,从不同发展规模来看,初创期的民营企业大多将尽快盈利、活下来、站住脚作为基本目的;到了成长期,可能会将加快超越竞争对手、实现行业领先作为新的发展目的;到了成熟期,则会更加注重承担社会责任,让员工与企业共同成长等等。例如,任正非在回忆他1987年集资21000元人民币创办华为投资控股有限公司(以下简称“华为”)时曾言:“我创办华为是因为别无选择。华为创业之初,既没有罗曼蒂克的情怀,也没有惊心动魄的奇遇。”后来,随着生产问题逐步解决,他开始考虑企业的长远发展,1998年出台的《华为基本法》第一条即提出,“华为的追求是在电子信息领域实现顾客的梦想,并依靠点点滴滴、锲而不舍的艰苦追求,使我们成为世界级领先企业。”当经过40多年的奋斗而成为世界上最大通讯设备制造商与应用服务公司时,华为的使命演进为“发展为了”把数字世界带入每个家庭、每个组织、构建万物互联的智能世界”。

【紧接 P1】

而民企多数集中在下游,在产品和服务体系,特别是服务性的行业多达110多家,高于其他任何行业。因为他们是直接面向群众,他的产品和服务直面面向客户,实际慈善本身就是一种品牌宣传,与他的利益需求是一致的。这当然是一个积极的现象。也就是说社会服务、产品销售的价值实现与慈善事业是深度融合的,这是一个好的现象。这里,是强调其必然性。

中国重汽集团以更智能、高效的全生命周期解决方案赋能合作伙伴,从智慧物流、数字营销、智慧车务、智慧车队以及后市场、二手车等各个层面覆盖用户运输工作,让降本增效真正落到实处,为物流车队人、散户卡友提供“销服务”一体化的全新模式。

当天下午,与会代表一同赶赴莱芜,参观了由中国重汽集团中国重(新能源)重卡项目、该项目是中国重汽重组改革以来,坚持智能制造、科技创新的缩影,是国际一流、国内领先的数字化生产基地,更是商用车领域领先的数字化“灯塔工厂”。项目占地3106亩,建筑面积100万平方米,总投资超150亿元。项目规划产品高端、智造高端,配套高端管理高端的思路要求,采用全球先进的智能制造生产方式,致力于打造世界一流的高端、智能、绿色的重卡生产基地。项目从开工建设到首款产品成功下线仅用时280天,彰显出新时代“重汽速度”。

中国重汽“智能网联(新能源)重卡项目”重卡生产线实现了全自动化生产,更有诸多首创技术,车架全自动纵梁加工生产线和焊装生产线全自动机器人达到100%,冲压生产线在国内商用车首次采用伺服压机,中控压力在商用车首次采用行业首创的无线非接触式供电技术。冲压、涂装、涂装等均实现了自动化操作,零部件配送全部由AGV智能配送,车间干净整洁低噪,印证了“高端、智能、绿色”制造。

踔厉前行风正劲,不负重负争朝夕。2023的大幕已拉开,站在新起点,中国重汽携手全体合作伙伴站在新起点,奋进新征程,乘着生产、流通、消费等领域持续回暖的东风,凝心聚力,实现新跨越。

要;中型企业随着规模的扩大而会更加考虑如何持续稳定增长,提升管理团队能力,确立行业地位;大型企业则会更注重进一步确立和保持行业领先地位,为国家多做贡献、赢得社会尊重。例如,北京北方投资集团有限公司(以下简称“北方投资”)董事长杨伟长认为,企业发展目的往往是随着公司规模的不斷扩大和业务领域的不断拓展而不断调整的。北方投资最早从事出租车行业,是将“全心全意为人民提供‘行’的服务”作为发展目的。进入本世纪,开始进入高等教育行业,目前已在全国拥有19所高校。从经营的非规模化到一定程度的规模化,公司上下逐渐认识到如华夏儿女历经几千年所积累的精神财富和文明成果都不能丢掉。在中华优秀传统文化的熏陶下,北方投资设定新的发展目的,均更多考虑到社会效益和社会责任,着力为乡村振兴和职业技能型人才培养作出新贡献。

再次,从不同行业领域来看,高科技企业倾向于把技术创新以及核心竞争力打造作为企业最重要的价值追求。而传统产业领域中的实体企业,则更倾向于将稳中求进、成就长寿公司等作为主要发展目的。例如,北京晓晴商贸有限公司是一家地道的传统食品企业,它作为大连晓芹食品有限公司的北京代理商,创业17年不断开拓,已在京城拥有50多家店面。但是,近年来电商及线上渠道来势迅猛,对公司业务造成了很大冲击,以致在来发展前景如何、如何继续发展等方面疑虑重重,危机感日益加深。该公司董事长王晓晴参加学习中华优秀传统文化后,对企业发展目的的认识不断深化,经历了从“买卖思维”到“企业思维”再到“生态思维”的转变。目前,已决定放下包袱,与大连总部一起努力,加强行业规范,与企业上下游线下协同发力,互相助力,良好生态,力争使传统行业在数字经济时代焕发生机,走得更远更快。

正是由于企业发展的目的具有普遍性,所以企业务造成了很大冲击,以致在来发展前景如何、如何继续发展等方面疑虑重重,危机感日益加深。该公司董事长王晓晴参加学习中华优秀传统文化后,对企业发展目的的认识不断深化,经历了从“买卖思维”到“企业思维”再到“生态思维”的转变。目前,已决定放下包袱,与大连总部一起努力,加强行业规范,与企业上下游线下协同发力,互相助力,良好生态,力争使传统行业在数字经济时代焕发生机,走得更远更快。

北京信达电通科技发展有限公司(以下简称“北京信达”)董事长王春龙认为,对民营企业发展目的做结构分析很有必要,深入下去,还可以看到要使发展目的保持正确,恰当乃至崇高,因素很多,也是结构化的,比如对国内外宏观大势走向的预判或判断,对国家发展前景的信念,坚定的政治信仰、高质量发展新召唤、“双循环”战略部署及实施等等,当然还包括中华优秀传统文化的熏陶。北京信达创办以来,先后参与实施08北京奥运会的国家体育场(鸟巢)、演唱馆、国家会议中心三大主体项目建设夜景照明实施,三亚主城区、拉萨大昭寺照明规划设计,重庆解放碑、西安高新区等整体照明规划设计及实施,上海央视传媒塔景观照明及光影秀等高端项目,发展一直比较稳健,关键是坚持正确目的为导向。他说,北京信达所做的是基于国家和社会的不断发展,用高

后的新生代企业家,他创业的初心就来源于自己天生的对新事物的热情和兴趣。另一方面,不同时代的民营企业总体趋势和精神面貌也有所不同。改革开放之初,民营企业在自身发展上更多聚焦于谋生存,或在国内市场争得一席之地;随着我国经济的不断发展,企业实力的不断增强和眼界的不斷开阔,许多民营企业逐渐把成为国内乃至国际领先的“专精特新”企业作为发展目标,更加注重科技创新;走进新时代,越来越多的民营企业则把打造世界一流企业、创造具有全球影响力的中国品牌、为整个人类社会创造价值作为自身发展的目标和追求。

三是企业家格局境界具有决定性。企业家,是与劳动、资本、土地等相并列的生产要素。作为企业家,掌门人或操盘手,他们主导着企业的发展目的及价值取向。他们的思想观念、道德水准和文化修养等,决定了企业发展目的的底色和质地,决定了企业的发展战略、发展思路、发展方式和发展成效,并且影响到全体员工和管理者的物质文明和精神文明状态。

和企业发展的目的,也是多维度并动态变化的。正如美国资深管理思想家彼得·戴克塞尼蒂斯所著《企业目的》一书所概括的那样,企业家创业乃至不断奋斗的主要目的大致是五个方面:追求利润与赚钱;英雄主义,希望成就一番事业;利他主义、履行社会责任;致力于下属及顾客、上下游合作伙伴、社区和员工,或提供价格优惠的商品;或通过科技手段提高服务社会;追求卓越,做最好的企业和产品,为达到更高的标准而奋斗不息;企业家,对新奇事物进行探索发现等。企业创新,个人对财富、荣誉、自我实现乃至超越自我的追求,不可避免地会影响到甚至决定着企业发展目的。有的企业会把企业决策比喻为放风筝,不管风筝飞得多高远,其放线一定不能落空,一定要掌握在企业手中。而企业家内心深处向往和渴望,决定了公司“风筝”如何飞得更高更远。

北京信达电通科技发展有限公司(以下简称“北京信达”)董事长王春龙认为,对民营企业发展目的做结构分析很有必要,深入下去,还可以看到要使发展目的保持正确,恰当乃至崇高,因素很多,也是结构化的,比如对国内外宏观大势走向的预判或判断,对国家发展前景的信念,坚定的政治信仰、高质量发展新召唤、“双循环”战略部署及实施等等,当然还包括中华优秀传统文化的熏陶。北京信达创办以来,先后参与实施08北京奥运会的国家体育场(鸟巢)、演唱馆、国家会议中心三大主体项目建设夜景照明实施,三亚主城区、拉萨大昭寺照明规划设计,重庆解放碑、西安高新区等整体照明规划设计及实施,上海央视传媒塔景观照明及光影秀等高端项目,发展一直比较稳健,关键是坚持正确目的为导向。他说,北京信达所做的是基于国家和社会的不断发展,用高

品质满足人们对城市空间文化性与艺术性的需求,以及视觉上与心理上的审美渴望。以前只注重硬EMBA课程等,后来加强学习中华经典,由术而道,提升了志向,净化了内心世界,使企业发展的越来越纯粹,越来越明确、越来越聚焦。圣贤思想支持我们建设了个人哲学,建设了底层逻辑,学会了认识世界、认识社会、认识自己的方法论,将成就自己与成就他人一体化,为社会创造价值,实现人生的修德目的,走向广阔。”他还认为,一个正能量的发展目的,往往内含着节制。比如灯光秀,如果粗暴地追求营业面积为目的,那就不会对过度亮化的炫丽项目说“不”,反而越奢奢,越炫目,越有可图。但是,中华优秀传统文化的强大力量,能够说服我们自己不让欲望牵着走,凡事要讲“恰当”。

事实上,很多情况下,民营企业发展中遇到的各种问题,还是要回到企业自身,尤其是企业家本身寻找原因及解决之道。唐诗人杜牧在《阿房宫赋》中曾有这样的感叹:“呜呼!灭六国者六国也,非秦也;族秦者秦也,非天下也。”这很有启发性!对于民营企业来说,无论是良好发展目的的确立,还是正确价值取向的坚持,以及毫不懈怠地围绕良好发展目的开展各项经营管理行为,能够保持战略定力,不迷失、不偏航、不动摇,这在很大程度上取决于企业家的格局境界,所谓“智者小不能以大,愚者事不可与谏商”,说的就是这个意思。而要提升格局境界,就有必要时刻牢记爱国敬业、遵纪守法、艰苦奋斗,坚持创新发展、专注品质、追求卓越,主动履行责任担当、真心实意服务社会;就有必要注重从中华优秀传统文化中寻找精神资源,汲取思想精华,实现创造性继承和创新性发展,不断丰富和升级企业发展目的思想内涵和价值追求。

课题组成员:一、课题顾问:谢伯阳 国务院参事、全国工商联副主席

欧阳晓明 北京大成企业研究院院长、全国工商联秘书长

白立新 北京知行合一阳明教育研究院创始人