“中国个体餐饮第一家”的坚守与新生

2月13日，悦宾饭馆第三代经营者邝华荣在饭馆内前，华荣眼里“开业”的红烈公字。 马晓冬 摄

“我们开饭店的常说，‘星期一买卖稀’。搁过去，过了11点半才上客人，新年营业第一天，没想到生意能这么好！”说话间，郭华搬着板凳站在饭馆门前，郑重贴上了“开业”的红底金字。

走进这家老饭馆，40多平方米的空间稍显局促，11张饭桌错落摆放，墙上张贴着老辈人的创业照片和“尝尝看”的字帖。中午时分，顾客已是满满当当，蒜泥肘子、凉拌肚丝、干炸小丸子、糖醋排骨等传承几十年的招牌菜，一盘一盘端上桌。

这回享誉“中国个体餐饮第一家”的饭馆于1980年正式开业。为留住历史的记忆，悦宾饭馆依然保留当年的门脸和店名，依然沿用手写菜单。43年来，四面八方的宾客慕名而来，在这里品尝岁月的味道、感受时代的脉动。

疫情时期，悦宾饭馆和许多小门店一样，几度“开了关、关了开”，经营遭遇冲击。

幸运的是，这家凝聚三代人心血的小饭馆得到了政府部门送来的温暖和老顾客们的支持。守护“中国个体餐饮第一家”的招牌和社会各界的鼓励，让郭华一次次振作起来。

“看着商户们生意受影响，我们特别着急，想办法让大家尽快复工比赛。”对于悦宾饭馆的困境，东城区市场监管局东华门街道所副所长刘小龙非常了解，“一方面帮助落实防疫要求，另一方面与各部门、协会联动，帮助商户恢复元气。”

政府的扶持中税费减免是重要一项。“2022年4月后，免除了我们这种规模的个体餐饮收入的增值税，个税部分也减半征收，结给实实松了口气。”郭华感慨，“关键时刻政府在背后撑了一把，就像有娘家人照顾一样，特别温暖。”

郭华一直念念不忘两位90多岁的老人到店里吃饭的场景。“每次暂停营食后，都有许多顾客盼着尽快营业。有一天，两位老人发现饭馆开门了，特别惊喜，其中一位说，‘我说开着呢，你非说没开’。”说到这儿，郭华眼眶湿润，“顾客们一直惦记着悦宾，这就是支撑我们坚持下去的理由。”

今年初疫情防控政策措施优化调整后，郭华重新整修了饭馆。“我们这里是平房，墙面返潮快，容易出黄印子，灯光也有点暗了，进门显得不亮堂。把电路翻修一遍，把墙壁粉刷一新，再淘汰一批老物件。”

春节期间，郭华的手机响个不停。“无论是老顾客还是新朋友，都问我什么时候开门。”郭华说，“有顾客们打气，心里踏实多了。我催着工人加快施工进度，一定要在正月里营业。”

得知悦宾饭馆重新开张，30多年的老主顾王明耀早早约好朋友到店小聚。对于店里的招牌菜，王明耀烂熟于心：“吃了几十年的老饭馆，饭菜味道没变过，吃饭的心情也没变，我们老哥几几个希望饭馆越开越红火。”

“重新开业第一天，感觉一切都顺了，每个人都回到了以前那种连轴转的状态。”郭华一边张罗着上菜、盘账，一边高兴地跟记者攀谈。

新年新气象，郭华带着共同经营饭馆的兄弟姐妹一起站在大门前拍了张珍贵合影。“这是新的阶段，更是新的开始，我们要大张旗鼓、大干一场！”郭华坚定地说。

华荣能源相林煤矿六力齐发 筑牢安全根基

■ 王明浩 孔祥鑫 吉宁

1月以来，川煤集团华荣能源相林煤矿以开展冬春“百日安全”活动为契机，通过加强全员培训、提升综合素质，进一步规范职工作业行为、操作流程和标准习惯，保持了稳定的安全生产秩序，迄今为止杜绝了严重轻伤及以上事故发生，进一步筑牢矿井安全发展根基。

在安全思想教育上持续加力。该矿以习近平总书记关于安全生产的重要论述和重要指示为引领，认真贯彻落实国家、省委省政府、川煤集团、华荣公司关于安全生产工作的决策部署和政策措施，牢固树立“矿工至上，安全为天”的安全核心理念、“安全决定发展，事故危及生存”的安全发展理念、“控风险，除隐患，反违章，防事故”的安全管理理念、“安全中最大政治，安全是最大效益”的安全价值观，努力实现“零死亡，零超限，零突出，零发火，零透水”的安全目标，推进安全文化建设，丰富安全文化活动，开展好安全文化竞赛，将安全文化理念落实到际工作中，实现“要我安全”向“我要安全”的思想转变。

在综合素质提升上持续加力。该矿树立“培训不到位就是重大隐患”的理念，促进“培训是义务、培训是福利”观念的形成，按照“干什么、学什么，缺什么、补什么”的原则，出台了《关于印发职工培训工作管理办法的通知》，建立矿级、队级、班组三级培训管理体系，坚持内部培训与送外培训相结合，积极组织新入职人员、转岗人员、特种作业人员培训、风险管控培训、全员技能提升培训，制作典型事故案例警示教片，开展好警示教育宣讲，推行工伤人员、典型“三违”人员现身说法，全面提升培训的针对性、实效性，引导职工由“要我学”向“我要学”转变。

在职工行为规范上持续加力。该矿重点通过规范职工作业行为、严抓行为过程管控，消除人的不安全因素。进一步提高职工规范作业、精准操作的意识，强化重点工种和重点工序安全确认和“手指口述”工作，充分利用好年度安全风险辨识评估成果，完善重大风险管控实施方案，抓好重大安全风险管控清单工作落实。扎实开展好专项辨识评估，完善安全风险管控措施，重点评估作业环境、生产过程中的风险。加强新工艺、新设备应用的风险辨识与管控。强化每日风险研判，落实安全风险管控措施，让职工上标准岗、干标准活，减少工作过程中的“三违”数量，从源头遏制安全生产事故。

在班组建设管理上持续加力。该矿工会针对个别班组建设质量不高的问题，进一步明确了66个班组、66个正班长、37个副班长的职责，在采掘生产班组中开展了班组安全生产标准化建设竞赛活动，按照班组管理标准化、班组制度标准化、班组现场标准化、班组操作标准化、班组检查标准化、班组培训标准化的要求，强化班组自主安全管理，积极开展班组安全生产标准化建设工作，相关部门重点就效果、工作目标、不安全行为三方面进行检查考核，对得分在90分以上的班组评为标准化优胜班组，给予表彰奖励。

在标准化建设上持续加力。该矿进一步规范标准化管理体系基础管理，对照安全生产标准化管理体系基本要求及评分办法完善相关基础工作。落实好安全生产标准化区域负责制、扎实推进现场安全环境整治工作，开展好班组标准化验收评比竞赛、采掘工作面奖头罚尾竞赛和“样板示范点”建设活动，提升标准化检查考核质量，严格执行标准化结构工资制度，积极建设标准化建设精品采掘工作面，强化标准化动态达标，持续提升现场标准化水平和综合形象。

在设备检修维护上持续加力。该矿牢固树立“设备隐患就是事故”的理念，加强设备周期管理、“网格化”巡查，明确班组包机责任人，加大保养维护力度，及时消除设备隐患，不断提高日常维护质量，降低设备事故率、故障停机率，实现“以维护为主、维修为辅”。通过强化班组维修工技能培训，积极推进电钳工导师制度，通过一带一、一带多等方式，强化电钳工及后勤人员培训教育，培养出一支能独当一面、快速处置生产事故的高技能维修人才队伍，为正常安全生产创造条件，提供保障。 （何永兴 李应全）

站在数字化转型风口 慧博科技助力行业发展

■ 杨颖

近几年，5G、AI、元宇宙等新概念技术飞速落地，人们的消费方式、信息获取方式都在发生变化，品牌营销也从传统“数字营销”转向“智能营销”。慧博科技创始人兼CEO王利军深刻洞悉了行业未来发展方向，带领慧博科技不断创新，用智能化解决方案赋能中国零售行业。

“只做对客户有价值的事”是王利军一直坚守的信条，秉承着“助力商家提升会员资产价值”的使命，带领团队不断完善产品，“慧博雪鸮”、“集客CRM”、“壁垒SCRM”等多款优质产品相继问世，打破传统营销桎梏，推动零售行业向数智化营销转型。

得益于王利军对“产品创新”的执着，慧博科技的产品得到客户的广泛认可。目前，慧博科技已服务国内外30多万个知名品牌，其中十亿级行业TOP品牌超200家，覆盖鞋服、美妆、母婴、食品、家居、专业零售、家电数码等众多行业。

2023年，是王利军在消费者资产数字化领域深耕的第10个年头，慧博科技也迎来了高速发展的十年，从一家初创小企业成长为拥有300多人专业团队的“专精特新”科技企业，并在北京、上海、广州、杭州、合肥、济南、西安七个城市建立了分公司，服务全国零售品牌。

谈及公司的未来发展，王利军表示，慧博科技从诞生的第一天起，就致力于以科技和自主创新，不断完善自己的数字化服务能力，随着信息传播和消费者触媒不断变革，以数据为核心、智能为驱动的“数智融合”，将成为数字经济新的特征，慧博科技也将帮助中国零售企业在数字化转型中重构消费者资产价值。

这一切并非空谈，而是源于深深的底气。围绕用户规模与用户终身价值运营两个目标，王利军从软件服务、运营服务等多方面着手，创新性的为零售企业提供了一套“一站式全域消费者资产运营解决方案”，包括以云千载数据中台为核心的“全渠道会员运营解决方案”、以集客CRM体系为核心的“电商会员运营解决方案”、以壁垒SCRM为核心的“微信生态私域运营解决方案”。

以集客CRM为例，该方案可以为零售品牌商家和线上卖家提供24小时不间断的数据运营服务，通过对线上实时海量订单交易数据进行数字化挖掘和智能分析，为企业带来可视化的精准用户推广和可二次营销转化的新客流量。

据了解，集客CRM的功能十分强大，其最主要功能模块包括：全流程订单服务、会员忠诚度体系、会员运营中心、数据洞察、场景营销、积分系统、精准营销等。例如：在数据洞察方面，集客CRM打通品牌商家在各大电商平台上的会员、订单、商品和物流等领域的各项数据，并运用大数据和人工智能技术对复购、回购、订单来源、口碑等维度的数据分析挖掘。通过与同行业数据进行比较，得出店铺综合得分，从而给店铺运营给出优化建议。

2023年作为消费提振年，即将到来三八妇女节是疫情后的首个女神节，为了帮助商家赢战2023，抢占开年爆量先机，王利军结合全域用户资产运营管理平台“慧博雪鸮”带来“三八”大促全域会员运营指南，通过“慧博雪鸮”七大核心能力的赋能，帮助商家快速实现客户精细分层，配合触达人群细分条件的科学设置，实现广告的精准投放和智能触达，有效提高“三八”大促活动的“命中率”，助力商家全域经营提效。

在全域消费者资产数字化领域不断创新的王利军也受到业界广泛认可，他先后获得软件创新领军人物奖，其执掌的慧博科技先后荣获智能商业创新奖、中国零售科技创新企业、连续五年蝉联金麦奖等多项荣誉，并与众多行业巨头建立深度战略合作，成为阿里巴巴首批官方认证数据中台服务商、阿里巴巴新零售市场精选服务商、腾讯官方认证ISV服务商、抖音电商首批会员通服务商、京东“京卓越”合作伙伴、金蝶战略合作伙伴等。

面对业内的种种赞誉，王利军并未居功自傲，反而更加谦虚谨慎。他表示，“站在数字化转型的风口上，我们将持续助力各行业数字化转型，践行科技自立自强，重研发，勇创新，并在此过程中实现自身价值。”

重汽成商：抢跑新能源赛道

■ 本报记者 赵健

围绕市场和营销工作，深化营销与技术“两心”融合，准确把握行业变革机遇，2月25日，以“聚势、谋远、拓新程”为主题的中国重汽集团成都王牌商用车公司(以下简称:重汽成商)2023年商务年会隆重召开。来自全国各地的经销商、服务商、配件商代表及媒体社会朋友共500余人参加大会。

创新与变革双轮驱动

2022年,对于商用车行业是极具挑战的一年,在疫情多点散发、经济下行、基建降温、货运萧条的多重因素应下,商用车市场陷入低迷下行，结合短期和中期的经济、政策与市场环境对商用车行业产生的实际影响极其关联分析，重汽成商公司党委书记、董事长王美近期在大会上作《立足当下,共创美好未来》主题报告演讲。客观分析了市场及行业面临的机遇与挑战,清晰指明了发展方向,并对下一阶段营销工作提出具体要求。

淬火才能炼真金。王美贤在会上研判解读了近期中央、省市区涉及上下游产业的政策与法律法规，对市场和产品的影响,明确提出了以“干主流 抓细分 抢机遇”的经营观点。他强调必须根据用户结构群体变化,需求变化,进行市场与产品研判,识别相关风险机遇。重汽成商2023年的工作重点就是在各细分市场全力以赴实现各品系产品市场销量提升。

围绕市场和营销的创新求变,在2023年,重汽成商一定要打出营销和技术“两心”融合,技术和研发模式更新、集约化生产,提质升级等组合拳,在建设与现有市场产品需求适宜的高效研发体系，建设与现有产品线发展相适宜的高效营销体系,产品迭代升级,生产交付保障、产品质量提升等方面继续进行坚持不懈的努力,从而坚定不移的完成2023年传统能源与新能源双线并进，确保全年实现销售26100辆，占有率目标提升1%的任务目标。

重汽成商总经理赵青在会上总结了2022年公司在产品转型，夯实基础,细分市场合理布局等方面的工作，肯定了在轻卡、重卡、专用车与新能源市场取得的成绩与突破.同时,也对存在的问题进行了剖析与总结。为全面实现2023年目标任务的冲刺与完成，重汽成商提出了“135”发展战略。

据了解,目前重汽成商已经在轻卡载货、轻卡新能源、中重卡载货、中重卡自卸、中重卡公路车、中重卡新能源六大领域实现产品全覆盖,可匹配干线运输、城市配送、商贸物流、电商快递、冷链、基建工程、危化品、市政环卫等多个细分领域,全面高效的服务运输行业。

本次重汽成都商务年会共计展出25余款车型,从现场的展车来看,针对牵引车市场，重汽成都商用车推出重汽成都V7-X6x4和重汽成都V5-X 4x2牵引车。总体来看,重汽成都V7-X和重汽成都V5-X牵引车系列可轻松满足工业用品、煤炭、危化品以及快递等运输领域。

发力新能源板块

新能源汽车无疑是当前汽车产业最火热的板块。根据中国汽车工业协会给出的最新预测,2023年新能源汽车销量预计达到900万辆，同比增长35%。在双碳战略目标下，节能减排和技术升级的需求越来越迫切。而公路运输作为最大的碳排放源之一，其物流装备已经进入快速转型阶段,在港口、煤炭、矿场以及倒短等特定细分市场当中，这类新能源重卡受到了巨大关注，商业应用越发广泛，其减碳环保作用和成本优势都会显著优于传统柴油重卡。

但事实上，相比较于乘用车的高度竞争，现在新能源商用车板块尚未涌现出绝对领先的玩家。重汽成商早已嗅到了这部分市场的机遇，率先向新商用车赛道转型。在当地政府及集团公司的关心、支持、帮助下,依托自身商用车研发制造优势,紧紧跟随国家政策法规及企业发展需求,围绕做强新能源商用车产业生态,不断致力于新能源商用车的研发与制造,重汽成商已经形成了新能源商用车“研发-原材料-零部件-整装-销售服务-场景应用”全产业链生态,成功推出了重、中、轻、专用车全系列新能源商用车，广泛运用于港口、工程、市政、商超等领域,深得市场与客户的认可与肯定,为“重汽成都造”新能源商用车品牌树立起了良好口碑与市场新形象。

2022年,重汽成商在激烈的市场竞争和低迷的市场环境之下，依然实现了多个细分市场份额提升，并在全国重点市场持续发力;进入2023年,中国重汽成都商用车将在品牌、产品、营销三大方向卿勤发力，通过品牌与产品升级实现用户价值的最大化，凝聚优势、谋划未来、勇敢地迈向新征程!

▶▶▶[上接P1]

“让产品性能强、售价高，这是中国民企的志向”

在多数人的印象中，中国制造设备或其他商品出口国外，靠的是低价取胜，但年轻有为的正博机械却打破了这一刻板印象。

“我们的机器市场定价比国外老牌企业的同类产品要高出10%。”晏小斌说，“敢在价格上比国外品牌贵10%，主要是我们生产的设备比国外品牌性能更稳定、智能化程度更高。”

据介绍，生活中常见的纸质手提袋，看起来很普通，没什么技术含量，但要是想成功研发一套设备，从一张纸叶进去，全自动出来一个完整的袋子，前后有自动输纸、定位、折上口、折筒等十多道需要磨合的工序，难度非常大。

仅折上口这个工序，在日本设备都无法实现全自动完成的情况下，正博机械研发的ZB1200CS单张式手提袋制袋机完美解决了这个难题，既节约了人工成本，又改变了以往手工制袋工艺，真正实现了自动化、智能化的生产需求。

目前，正博机械的研发经费占比每年均超5%，产品覆盖环保袋设备、礼品袋设备、精品袋设备和奢侈品袋设备四大系列，60余款成熟机型远销美国、俄罗斯、日本、越南等70多个国家和地区，并以超40%的全球市场份额稳居中国第一、世界前三宝座，产品及技术服务覆盖全球60多个国家及地区。

最近几十年，价廉物美是“中国制造”通行国际市场的撒手锏。“但随着人工成本、原材料成本的逐渐攀升,这种模式难以为继。”晏小斌认为,“让产品性能强、售价高,这才是中国民企走向国际大市场应有的志向。”

中华优秀传统文化与民营企业发展目的及价值取向研究(四)

■ 北京大成企业研究院
北京知行合一阳明教育研究院

四、中华优秀传统文化:“先富起来”与“先高尚起来”

2021年，中国庄严地向世界宣告,中华民族破天荒地实现了全国摆脱绝对贫困的历史任务。40多年的改革开放,使我国从“站起来”走向“富起来”,全国人民的生活水平有了翻天覆地的巨大改善和提高。而在此历史进程中,有一部分人特别亮眼——是他们率先脱贫致富,使邓小平最早设想的“让一部分人先富起来”成了确凿无疑的现实。

他们是高尚的,即使出身卑微、草根创业,以个体户、夫妻店或小微企业起家,以吃饱饭、穿暖衣或让父母不再愁吃愁喝为最原始、最朴实的拼搏动机,也比当时相当数量的安于现状、不思进取的同伙们要高尚得多。在这个意义上,可以说,“先富起来”与“先高尚起来”是大体同步同质的。“先富起来”群体将自己的生命及事业,义无反顾地维系于改革开放这一“国之大者”,与市场经济的兴起和发展同呼吸、共命运。他们用弥足珍贵的成长与成功,为“高尚”二字献上了富有中国特色的新注脚,抹上了绚丽夺目的浓墨重彩。因此,本报告提出“让一部分先富起来的人先高尚起来”,本意或实质是指要从“高尚”迈向“更加高尚”。

毫无疑问,时代在前进,鲜花和掌声不仅意味着肯定和赞赏,更是一种激励和期待。高质量发展、扎实推进共同富裕、创建人类命运共同体等新的时代使命,自然而然地要求“先富起来”群体必须“先高尚起来”或“更加高尚起来”。这是全体人民的召唤,也应该是广大民营企业家内心的渴望。

所谓“高尚”,即道者为高、德者为尚,是普遍的人生追求之一。《易·蛊》云:“不事王侯,高尚其事”,讲的就是一种人生态度,即人人要有自己的人生原则与志向,不以摧眉折腰事权贵、乞求荣华富贵为处事(处世)目的。许多企业家认为,品德高尚可以看作是一生的财富。它不一定能直接变现为财富,但要持续在社会创造财富,则不能没有高尚品德的护航、护佑。

从高尚迈向更加高尚,对于“先富起来”这个特定人群,无疑是一个严峻的考验,但也是必须攀越的一座高峰。不然,就领略不到更加开阔、壮丽的风景。“更加高尚”之难,难就难在并不是所有“先富起来”的人都能够始终如一、不负众望的。我们已经看到其中有些人经受不住腐败诱惑、政策调整、宏观经济形势趋紧、“三重压力”扑面而来等挑战,或信心不足、或怨天尤人、或畏惧不前、或躺平不干.....丧失原有的创业斗志和坚毅,让“高尚”遥影遥离。然而,正因如此,方知“更加高尚”之贵,才更需要总切呼唤“先高尚起来”,更需要在人格精神、职业操守、商业文明等方面率先站上道德制高点,并充分而坚定地显现到企业的发展目的及价值取向上。在这方面,潜心学习中华优秀传统文化,同样可以获得强大的思想力量和精神支持。

一是“慎终如始”。要“先高尚起来”,就必须始终坚守初心,始终坚守正确的发展目的和使命。有些企业为何在“高尚”二字面前终塌下去?不是没有正确的发展目的,或者原初的发展目的不正确,而是有正确的目的却未能坚持到底。谓研表明,但凡称得上“高尚”的企业,恰恰都是不忘初心、牢记使命的。有些初心,乍一听似乎微不足道,但本质上却深蕴仁心善意,“终不自为大,故能成其大”。而有的企业,一开始标榜的目的或目标不可谓不远大、不高尚,但干着干着就变形、就扭曲、就走样,或偷税漏税、或制假售假、或权钱交易……,这实际上都已玷污、败坏了原有的目的,或被偷换为低劣的目的了,因而根本不可能有真正的高尚或成功可言。所以,能否始终如一地坚守和遵行初心使命,是区别高尚或更加高尚与否的一个重要分水岭。还是先圣老子说得精准,“民之从事,常于几成而败之。慎终如始,则无败事。”而能否慎终如始,这取决于一个人的情操修为如何。

许多有情怀、有梦想的创业者,其初心不忘、本心不改,仁心不变,守身如玉,如孟子云“君子之守，修其身而天下平”“君子多道,不志于仁,而求富之,是富桀也”“仁者无敌”“诚者,天之道也”,故可成其为高尚。而且,坚守一颗初心,不受各种贪大、贪多、贪利等杂念纷扰,踏踏实实地深耕自己的“一亩三分地”,就能应和《道德经》和《周易》所以要表达的意思。他总结经商“三谋三略”,其中强调“言行宣和”“做工宜精”“货期要准”“价格要明”“以物相贸易,腐败而食之货分留,无激居贵”……无不闪耀着谦诚之精神。范蠡所身体力行的中华商德,作为一种优良传统,足以让当代企业家们明身俯首而受益无穷。“诚之为贵”,旨在凡贵必诚!

调研表明,从“诚之为贵”,朝向高尚或更加高尚迈进,这实质是一种自我革命。以往,在相对粗放的市场环境中,有不少企业野蛮生长、不那么讲究“诚”,追求“诚”、重视“诚”、践行“诚”,久而久之,在诚信建设方面不够自觉、“欠费”较多。现在,进入新时代,从高速增长转向高质量发展,企业诚信建设方面的任务就显得格外突出。至今,一些民营企业失信问题仍为社会公众所诟病,互相坑害、互相欺蒙,以致整个社会从供给侧角度竟被悲哀地描述为“互坑社会”。如同谥言止于智者一样,互坑也必定止于真诚。只有打足真诚的“成本”,才能率先走出互坑的阴影,获得“先高尚起来”的契机,使人生和事业迈入更加健康的轨道，朝向更为高远的目标。这意味着单纯经济建设的时代已不复存在,全社会对精神文明与物质文明相匹配而同步发展的要求日益迫切。有的企业家说,“诚之为贵”,就是“诚之为高尚”。在商界,有时之所以被失德之人所坑,细究起来,很可能还是自己不够高尚或者诚得不够彻底,还是自己也有不良之欲作怪,有侥幸心理，最终自取欺人。而心中有“诚”,就能自然而然地明白如何应对各种利益诱惑,不会轻举妄动,就能体会到他人心中的所需所求。相反,心中若有一丝之“伪”,在外在欲望和利益引诱之下,就会任其主宰,对市场失去准确判断力,以致面临各种风险乃至危机。当越来越多的民营企业家为真诚所覆盖,那就会爆发出更加强劲的社会能量,为社会、为人民的幸福、为国家的繁荣昌盛,作出应有的贡献。

三是“常存敬畏”。要“先高尚起来”,就必须怀揣敬畏之心。唯有敬畏,方能自律。如果无所顾忌、不知敬畏,狂妄自大、目空一切,就会过于放大自己的能力和水平,相应地无视或漠视别人的存在、规则的存在，曲解事物的真相和本来面目,陷入背道而驰的泥潭。

敬畏之心是一个人思想灵魂中最基础的素质,更是一个伟大民族不可或缺的优良品质。中华民族历来有敬畏理念,古圣先贤洞识人心，留下了诸多警世名言。例如,《周易》云:“君子以恐惧修省”“恐致福也”;孔子云:“君子敬畏有三:畏天命、畏大人、畏圣人之言。小人不知天命而不畏也,狎大人,侮圣人之言。(君子有三种敬畏:敬畏天命、敬畏王公大人、敬畏圣人言论。小人不知天命不可违,故不敬畏,还轻视王公大人、侮慢圣人言论);《大学》云:“君子有大道,必忠信以得之,骄泰以失之”;《中庸》云:“君子之道,辟如行远必自迩,辟如登高必自卑”;宋代朱熹云:“常存敬畏”;明代洪应明亦云:“大人不可不畏,畏大人则无放逸之心;小民亦不可不畏,畏小民则无豪横之名”。人类四大轴心文明,何以仅存中华一脉,且生生不息?或许,在很大程度上,正得助于有所“敬畏”。

在世界各民族中,像中华民族这样一直持有深沉的忧患意识和敬畏理念的恐怕不多见。而在中华圣贤中,像老子这样对敬畏有强烈推崇情怀的也许更稀缺。可以说,整部《道德经》,细加识读,便基称是非常典范的敬畏理念教科书。从头至尾,我们可以体会到的老子,完全是一位知敬畏、识天地的圣哲形象。“纯沌兮,如婴儿之未孩;儽儽兮,若无所归。众人皆有余,而我独若遗。我愚人之心也哉,沌沌兮!俗人昭昭,我独昏昏。俗人察察,我独闷闷(浑浑沌沌啊,好像婴儿一样不会发出嬉笑声;倦乏闷散啊,竟好像无家可归,众人都有余物,而唯独我好像什么也不足。我真是愚啊!世人都那么光耀自炫,唯独我这么昏昏昧昧),”像兮若冬涉川，犹兮若畏四邻,俨兮其若客”(小心审慎啊,像冬天涉水过河;警觉戒惕啊,畏防四邻围攻;恭敬严肃啊,如作宾客)……,这就是老子的自画像!“人之所畏,不可不畏”“我介然有知,行于大道,唯施是畏”(我稍有些认知,便行走于大道上,但唯一畏惧的则是误入邪曲)……这就是老子的内心独白!

《道德经》何以要反复论及“无为”“不争”“知止”“不盈”“朴”“柔”“静”等等?何以要雷霆震音之“万物作而弗始,生而弗有,为而弗恃,功成而弗居”“持而盈之,不如其已;揣而锐之,不可长保。金玉满堂,莫之能守;富贵而骄,自遗其咎”“善有果而已,不敢以取强。果而勿矜,果而勿伐,果而勿骄,果而不得已,果而勿强”?何以要切切提出“四自”(自见者不明,自是者不彰,自伐者无功,自矜者不长)、“四民”(圣人云:“我无为,而民自化;我好静,而民自正;我无事,而民自富;我无欲,而民自朴”)?何以要如此发问“名与身孰亲?身与货孰多?得与亡孰病”“孰能浊以静之徐清,孰能安以动之徐生”?滔滔宏论中,传存给后人的不正是弥足珍贵的两个大字“敬畏”吗?有企业家认为,敬畏理念是老子等古圣先贤许予世世代代炎黄子孙的一份厚重福报,自古以来佑我中华,如今也佑中国企业家。敬畏理念,足以启悟民营企业在市场经济条件下如何恰当地发挥冒险精神和用好企业家精神。

创办于1997年的业之峰洁华家居装饰集团股份有限公司(以下简称“业之峰”),经历25年风雨兼程,目前已发展成为覆盖全国27个省份,拥有15家直营分/子公司、90余家加盟分公司、200余个店面、2000余名设计师、20000余名专业施工人员的装修行业龙头企业。25年来,创始人张钧带领业之峰经历了从“成就事业”到“确立行业地位”再到“做受人尊重的行业领跑者”的步步惊心。而这一步接一步的成功跃迁,是与张钧的勤于学习、臻于思考密不可分的。特别是通过不断躬读和领悟中华优秀传统文化，他对行业生态、客户关系、劳资关系等都产生了全新的思考,并在此基础上将“做受人尊敬的企业”确立为发展愿景,将“你对美满家庭的向往,就是我们的奋斗目标”确立为发展目的,同时牢固树立了“为难自己,成就客户”的服务理念。公司上下凝心聚力不断地“为难自己,成就客户”,相应地在一次接纳中,看到患有老年痴呆症的病人非常痛苦,而且往往是“一人患病,全家连累”,甚至消到崩溃边缘。为了解救为数不少的老年痴呆症患者的痛苦,她放弃了其他更容易短期投资获利的机会,以过人定力,投巨资搞研发,现在终于迎来了技术拐点,药物开发上有所突破。这就是典型的“以百姓心为心”,因而也是典型的“让先富起来的人先高尚起来”。

对于“先富起来”群体而言,“以百姓心为心”还意味着必须坚决与“特权化思想”作斗争。历经长期的艰苦奋斗、艰辛工作,本来也许可以停下来歇歇脚,甚至享受享受，而且也有了这方面的基础和条件。但是,“道在低处”。企业家只有继续“虽有荣观,燕处超然”“贵以身为天下,若可寄天下;爱以身为天下,若可托天下”,尽心尽力托举起员工、客户乃至社会大众的幸福,避免“特权化”,才能获得更大成功。即使随着年岁增长,将企业交接给二代,也依然不失为“先高尚起来”,成为他们的精神楷模,让企业永葆至善至尊的发展目的及价值取向,为社会、为人民收获累累岁月。

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

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

郭洪波 北京知行合一阳明教育研究院执行秘书长

顾文平 北京知行合一阳明教育研究院 研究员

詹乃德 北京知行合一阳明教育研究院 研究员

第四届优秀诚信企业案例征集活动启动

日前,由商业信用中心(国资委主办),《企业管理》杂志社联合开展的第四届优秀诚信企业案例征集活动已经开始申报。该征集活动旨在深入贯彻落实中共中央办公厅、国务院办公厅《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》,扎实推进信用理念、信用制度、信用手段与国民经济体系各方面各环节深度融合,把握新时代企业信用建设实践经验和发展趋势,树立可信的中国企业形象,发挥示范引领作用,营造良好的信用环境。

从2019年开展优秀诚信企业案例征集活动以来,公布了三批诚信企业典型示范案例,深受广大企业欢迎 。

2021年(第三届)入选的诚信企业案例已由企业管理出版社结集出版发行,共收录了中国农业银行股份有限公司、中国神华能源股份有限公司、中国煤炭销售运输有限责任公司、中国建设基础设施有限公司、中石化易捷销售有限公司、中国盐业股份有限公司、京市保安服务总公司、龙源电力集团股份有限公司、宝钛集团有限公司、国能朔黄铁路发展有限责任公司、中冶建工集团有限公司、鞍钢集团矿业有限公司、上海隧道工程股份有限公司、国能包神铁路集团有限责任公司、中建六局水利水电建设集团有限公司、国家能源集团国际工程咨询有限公司、南京金宝商业投资集团股份有限公司、北京健力源餐饮管理有限公司、国能黄骅港务有限责任公司、中国十九冶集团有限公司、国能蒙西煤化工股份有限公司、中国核工业二三建设有限公司、中铁一局集团建筑安装工程有限公司、国能(肇庆)热电有限公司、四川汇鑫融资租赁有限公司、南京国睿信维软件有限公司、国能(北京)配送中心有限公司、深圳高新投集团有限公司、中核二十五建设有限公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司超高压供电公司、国任财产保险股份有限公司、四川能投建工集团有限公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司乌兰察布供电分公司、华电重工股份有限公司、中核第四研究设计工程有限公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司薛家湾供电分公司、国能(惠州)热电有限责任公司、国能信州热电有限公司、国能神皖马鞍山发电有限责任公司、国能蚌埠发电有限责任公司、国家能源集团泰州发电有限公司、中国二十二冶集团有限公司、国能粤电台山发电有限公司、国能准能集团有限责任公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司乌海超高压供电分公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司鄂尔多斯供电分公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司呼和浩特供电分公司、深圳市水务规划设计院股份有限公司、青岛正立信实业有限责任公司、国能经济技术研究院有限责任公司、中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司、国能(北京)贸易发展有限公司、国能江苏谏壁发电有限公司、国能(惠州)热电有限责任公司、国能信州热电有限公司、国能神皖马鞍山发电有限责任公司、国能蚌埠发电有限责任公司、国家能源集团泰州发电有限公司、国能南宁发电有限公司、国能河北衡丰发电有限责任公司、国家能源集团水州发电有限公司、国能大渡河检修安装有限公司、国能大渡河大数据服务有限公司、国能大渡河沙坪发电有限公司、中国二冶集团有限公司、中国华冶科工集团有限公司、中冶华天工程技术有限公司、中冶建筑研究总院有限公司、中冶京诚工程技术有限公司、内蒙古电力(集团)有限责任公司乌海供电分公司、内蒙古电力(集团) 有限责任公司阿拉善供电分公司、中建华东投资有限公司、中铁文化旅游投资集团(成都)建康产业有限公司、中国化学工程第十四建设有限公司、中国核工业华兴建设有限公司、鞍钢集团自动化有限公司、鞍山钢铁冶金炉材料技术有限公司、中交第四公路工程局有限公司、中车城轨眼机车车辆工艺研究所有限公司、华润电力(锦州)有限公司、南京化学工业园热电有限公司、中盐安徽红四方股份有限公司等共计145家诚信企业案例。 （王君）