



图为常玉龙经常在田间地头与烟农交流有机烟种植经验。

□ 向云霞 田平

从“烟田是第一车间”到有机烟叶种植基地，红塔集团始终坚持从原材料着手，严把原料质量关，为消费者种好烟，让消费者抽上好烟，这是几代红塔人的心愿。

春，是四季轮回的开始，春天的力量在于拥有万物新生的希望。又是一年春来到，凤窝的有机烟叶种植基地，一如既往地给红塔集团提供着最为优质，最为纯净，最为健康的生态烟叶。

13 万棵已经假植完毕的有机烟苗，呼吸着凤窝清新纯净的空气，吮吸着如母乳般甘甜的山泉水，它们茁壮地生长着，似乎要汲取一切大自然的精华，为将来成长为一棵壮实的烟株打下坚实的基础。

给力“80 后”

高原的阳光既奔放又热情，热辣辣地撒在大地上，万里晴空偶尔飘过一朵洁白的云彩，却丝毫掩盖不了阳光的投射，只留下光与影的交错。万物

责编:袁志彬 编辑:周君
版式:张 彤 校对:梅健秋
2012年6月20日 星期三

JINYEZHOUKAN

金叶周刊

生长喜爱阳光，于是凤窝村的人们就需要冒着炎炎烈日去精心呵护有机烟苗。放眼望去，偌大的烟草育苗基地，有一个身影与凤窝当地烟农格格不入。他没有黝黑略带高原红的皮肤，也没有刻满劳动痕迹的双手，这是一位 80 后，戴着一副眼镜，手里总是离不开笔记本，性格有些腼腆的年轻小伙。他叫常玉龙，来自红塔集团物资采购中心，目前驻扎在凤窝村，协调凤窝烟农生产有机烟叶。

和常玉龙一见面，他就滔滔不绝地向我们全面讲解着有机烟叶现阶段所进行的生产工作。路上碰见合作社理事长鲁加德师傅和普兰英大姐，他马上就两位理事长聊了起来。烟苗的生长情况好不好，数量够不够，能不能按时移栽到大田，是否能多腾出一些烟苗移栽到隔壁的文山村，这些都是常玉龙每天要关注的问题，是他的日常工作。用常玉龙自己的话来说，他工作的精髓就是“沟通”这两个字，把

集团种植有机烟的各种方针导向及时传达给合作社，同时把合作社种植有机烟的困难反馈到集团，在集团与合作社之间起到协调作用。

作为一名烟草新人，又带着大学生的标签，常玉龙“沟通员”的工作做的也不是一帆风顺。在种植经验丰富的烟农们面前，空有理论，没有实践，动手实践能力差是自己最大的缺点。为了迅速地提升自己的动手能力，在干好本职工作之余，常玉龙还与村民们一起下地劳作，一起种植有机蔬菜，一起装营养袋，一起假植烟苗，常玉龙相信这些是得到实践经验的最佳途径。对于初出茅庐的自己，常玉龙怀着谦虚的态度，认为现在最重要的就是跟着有机烟项目科研带头人戴勋老师好好学习，做好他的左右手。常玉龙说，要好好珍惜难得的基层工作经验，相信这是促使自己成为一名优秀烟草人最宝贵的财富与经验。

“80 后”的有机观

山村生活，下地劳作，这些是常玉龙现在的生活状态，也是前所未有的经历。周一至周五，常玉龙都住在凤窝村，他也高调地享受着这些生活对他成长之路带来的帮助。“说实话我很庆幸自己呆在有机烟种植基地，都说实践是检验真理的唯一标准，这下我是彻底体会到了。我毕业于中国农业大学，学的是植物保护学，以前在书本上看到的太阳能杀虫灯、性诱剂、除虫菊这些生物防治手段，通过在基地的工作，我亲眼见证了它们的威力。”是的，传说中的有机，在常玉龙的见证下，变得真实、鲜活起来。

最近闹得沸沸扬扬的果冻、老酸奶的食品安全问题，甚至连治病胶囊也变成了“致病”胶囊，一波又一波的食品安全问题冲击着人类神经，常玉龙对这些现象不免扼腕叹息。“我的愿望是，作为红塔的一员，我要尽自己的

一份绵薄之力，把好烟叶质量第一关，让消费者抽上放心烟。”

从“烟田是第一车间”到有机烟叫“种植基地”，红塔集团始终坚持从原材料着手，严把原料质量关，为消费者种好烟，让消费者抽上好烟，这是几代红塔人的心愿。红塔集团正走在为消费者造好烟，让消费者抽好烟，为消费者健康负责这条道路上。

诚然，和很多在红塔集团工作几十年的老前辈相比，常玉龙的履历更加简单，他没有骄人的工作成绩，甚至还不具备丰富的工作经验，但这并不妨碍我们在他身上看见动人心魄的力量。现在的他正脚踏实地，兢兢业业，积蓄着力量，一步一个脚印在烟草这条道路上前行着。常玉龙就像一张白纸，可是只有在白纸上才能画出最美的图案。当前辈们老去，红塔的烟草事业还需要年轻一代继续，消费者能抽上好烟还需要我们努力。红塔的 80 后员工，正在蓄势待发。

隆力奇徐之伟的“靠天敬人”

——详析江苏隆力奇生物科技股份有限公司董事长徐之伟的企业发展之道

□ 龚伟 本报记者 周俊

“实现梦想的过程必定艰辛万分，因此，我们必须保持一种谦虚、谨慎的态度，但同时也要拥有战无不胜、攻无不克的信心和决心面对挑战的勇气，这样才能在实现我们梦想的过程中适应发展、见证发展。行者有疆，思者无界。放飞心灵，才能在踏实中筑梦，才能顺利走向成功。”

——徐之伟

前言：一直认为，直销的团队运作是将中国传统文化所倡导的“爱与善”的发扬与延续，由一群志同道合者互相支撑着走向远方，走得稳妥而又扎实，就像“人”字的一撇一捺。而贯穿其中的正是互相支持、相互尊敬又相濡以沫的点滴之情。可曾想过将点滴之情凝聚后所产生的巨大力量？也正是这股巨大的力量时刻给企业注入崭新的活力，从而让大家以一颗坚定的心来寻找希望、实现梦想。

转眼间，徐之伟伴随隆力奇公司已经走过 26 个春秋，在隆力奇的发展历程中，他始终将“三个上帝”即“客户在我心中”，“揭短管理”，“追求卓越无限”等鲜明特色的企业文化，为企业的发展注入了强大的生命力。在发展过程中，他始终未停止过探寻企业文化的脚步。“木工理论”针对工作中严谨细密的细节做事风格已让很多人为之折服，而他的“靠天敬人”则更加深入地诠释了隆力奇企业文化的真谛与企业发展核心。

在前进中发现规律、尊重规律并一直引领企业稳步向前发展是徐之伟的为人之商之道。尤其在变幻多端、风起云涌的直销业，如何营造一个更好的发展空间吸引更多优秀的人才得以施展与发挥？在以打造“百年隆力奇”为发展方向的征途上，将会呈现给我们一个怎样的答案？

寻找答案。寻找一个由徐之伟与所有隆力奇人共同谱写的答案。相信这个答案一定能够让我们看见隆力奇的未来，一个美好祥和的未来。

何为靠天敬人

“人，相互依赖才能脚踏实地；事，共同努力才能简单容易；路，一起行走才能风景美丽！”

——徐之伟

徐之伟很忙，但就算再忙，他也会让等候他的客人知道他的恭敬心。因

为在他的心里“靠天敬人”占有着很重要的位置，同样在企业发展中“靠天敬人”也占有着主导地位。

“敬天爱人”出自明治维新三杰西乡隆盛的《西乡南洲翁遗训》，“天”就是道理，合乎道理，回报社会和政府即为“靠天”，即遵从事物的自然发展规律，不逆天而行；而“敬人”。商界巨子稻盛和夫极力推崇“敬天爱人”，他只手创办了两家世界 500 强企业，并且两家企业已连续 50 年实现正增长，创造了企业发展的神话。

中华五千年文化积淀中，把依靠国家，为国为民谋福利视为准则，中国人拥有博爱的奉献精神和服务意识，“敬天爱人”的思想源于中国的“靠天”、“敬人”，只有为国家、为民众谋福利，与人为善，才是中华民族的光辉传承。谈到如何在企业里贯彻“靠天敬人”，除了要以身作则，实施到企业发展中来自然至关重要。

奉献自己回报社会

良好的信誉是企业制胜的法宝，“小胜在智，大胜在德”。在徐之伟眼里，一个人无论从事何种职业，都应该尽心尽责，尽自己的最大努力，求得不断进步，这是徐之伟工作的原则。另一方面，隆力奇所提倡的社会责任感也是一种社会成员都应履行和承担的社会价值，它会使人们的行为更完善，更好地适应社会的需求。无论是在小公司工作，还是在世界级企业工作，社会责任感都是极其重要的。

就企业而言，企业的发展与社会进步紧密相关，每一个企业都应当承担一定的社会责任。企业作为社会的一员，必须融入到社会群体之中，与各种组织产生互动，在享受社会赋予的自由及机会时，以符合法律、道德的方式做出回报。作为企业，不能只考虑如何经营自己的企业，如何赚取更多的利润，还要时刻考虑自己所承担的责任，对员工的、对企业的、对客户、消费者、对社会的责任。只有这样企业才能实现可持续发展，才能实现基业常青。

很多优秀企业很重视“与自然共存”、“可持续发展”，在实际行动中建立和推广企业的良好社会形象。社会责任的内涵，就是公司应该充分意识到自己的行为对各个方面所造成的影响，包括公司的员工、顾客、合作伙伴、承包商、供货商、邻里单位、政府主管部门以及其他相关单位，不能以任何形式侵害他们的利益。

从企业自身发展的角度来看，企

业通过承担社会责任，一方面可以赢得声誉和组织认同，同时也可以更好地体现自己的文化取向和价值观念，为企业发展营造更好的社会氛围，使企业得以保持生命力，保持长期的可持续发展。也就是说，社会责任不仅仅是投入，更能产生无形和有形的经济效益。

“靠天”是炎黄子孙的传承

敬畏上天，关爱众人。“靠天敬人”的哲学标志商业文明的新动力，隆力奇发展 26 年始终以“三个上帝”的理念激励自勉，把“靠天敬人”的理念贯彻到我们工作的每个环节。

“天”是中华文化信仰的核心内涵，灿若星河的五千年文明，天是最神圣的，不可触犯的真理。在古代，自然的法则称为“天理”，皇帝贵为“天子”，农业必须“靠天吃饭”；中国共产党在抗战过程中，“得民心者得天下”，依靠最广大的人民群众，解放了全中国；在新中国建设过程中，依靠工人阶级这个“天”，实现了中国经济的腾飞；在现代建设进程中，必须注意生态建设、环境保护，与大自然和谐相处的自然规律。“天”就是道理，道理是可循的，遵从事物的自然发展规律，“靠天”才能更好地发展。

“敬人”是做人的基础

敬人者人恒敬之。“敬人”，便是由人的本性出发，自然为人。徐之伟出生于上海一个书香门第家庭，很小的时候，父母就常常告诫他：“孩子，只有尊敬人，与人为善，别人才会尊敬你，才能给你机会和友善”。这句话让他至今铭记在心。

人都是自己的同胞，以仁慈之心关爱众人就是“敬人”。做人应该做的正确的事情，这是每一个普通人都要去做到的地方。相继发生的“佛山事件”、“毒奶粉”、“三氯氰胺”、“染色馒头”、地沟油等事件，表明现代人缺乏“敬人”的能力到何种匮乏的地步；作为企业来说，更应该具有爱人的精神，如果没有这种精神，伤害的将是我更多的人。一个人，如果没有广义的爱人的精神的话，是不值得尊敬的；一个企业，没有爱人的精神，最终是要被消费者抛弃的。

“靠天敬人”是隆力奇的根基

今天，隆力奇所走的每一步都深深打上了“靠天、敬人”的烙印。在遵守社会法律，守住道德和法律底线，坚持

“质量是我的生命，而生命只有一次”的质量方针的同时；更以“客户在我心中”、“服务无限”的客户至上原则；做规范、守法、诚实、信用的企业这一不可逾越的天线；关于“爱人”，政府、社会、消费者、经销商、供应商和员工都是隆力奇的“天”；维系企业发展的根本是人才，吸引和留住人才是公司的长期致力的目标。徐之伟不断重复他和员工的目标。“上帝”是客户（消费者），“客户在我心中、服务无限”的理念，留住了中国最大老百姓家喻户晓的品牌；倡导以博大的中国老百姓能够买得到、用得起的物美价廉的大众日化用品。一直坚守着“高质量、低价格、大覆盖”的经营理念，最经济地提高大众生活品质。

隆力奇之所以成为民族日化的领军企业。究其原因，在管理中，隆力奇用“服务”来统领全局，用“服务”来塑造形象，用“服务”来衡量人才，用“服务”来凝聚人心，用“服务”来规范行动，用“服务”来取信市场，用“服务”来赢得竞争，用“服务”来激励奋进。企业的核心竞争力是企业生存和发展的根本，总结隆力奇创业以来，之所以取得今天这样的成绩，归根到底是在隆力奇有一支团结高效的团队和无限服务的隆力奇理念，这是隆力奇取得成功的关键所在。

“服务无限”思想是隆力奇各项工作的原动力和催化剂，使隆力奇的管理工作更富有人情味、生动性、具体化，能够推动隆力奇人自立自强、团结奋斗，不断进取，为企业的生存与发展做出更大的贡献。首先，隆力奇员工通过提高道德修养，统一行为规范，面对无情的市场竞争，形成巨大的凝聚作用。隆力奇尊重员工，员工热爱隆力奇，“服务无限”的特点是春风化雨，润物无声。在隆力奇管理中，不是以强凌弱，以势压人，而是以服务为先、以服务待人、以服务服人，切实将“靠天敬人”做到实处。

“靠天敬人”是隆力奇发展导向

在企业发展上，以“靠天、敬人”作为隆力奇的企业文化战略，创造更好的环境，帮助更多的人实现就业、创业和实现自我价值。在介绍隆力奇未来发展部署中，徐之伟简单介绍了近期的几大目标：投资 2 亿元建造的隆力奇商业街和快捷酒店、投资 3 亿元建造的蒂业现代化新工厂正在施工当中，未来 10 年内，将投资 3 亿元建造医疗美容和健康体检中心、投资 2 亿

元建造隆力奇博物馆、投资 1 亿元建造健康养生休闲会所、投资 10 亿元建造办公大楼及停机坪、投资 2 亿元建造“银发”健康俱乐部等等。让每一位进入隆力奇小镇的家人都能感受到公司强有力的发展举措与力度。

除此之外，公司珍惜每一位员工，尽力为每一个员工创造更适合展示自我、提升自我的舞台；更好地建立正确的人生观和价值观，帮助员工更好地实现自我，人生在世最重要的事情就是要修炼灵魂，使其在谢幕之时比在开幕之初高尚一点点，以更好地建设隆力奇小镇的和谐环境和人际关系，创新他们对创业、工作、学习就是为社会为人类做贡献的意识，更好、更快、更高地发扬社会主义精神文明。因此，在隆力奇上班的员工中，工作时间在十年以上的大有人在，他们都把这里当成了自己的家，在这里不断成长、累积。这自然与徐之伟的个人魅力不无关系。

好口碑才能赢得好信誉

在隆力奇社会责任的内涵中，诚信责任，即企业对消费者和商业伙伴的责任，是目前企业责任中社会影响面最广，也是社会公众感受最强的一项责任。

世界著名营销学权威菲利普·科特勒曾经说过：“公司需要用最后一种工具来评价他们究竟是否真正实行道德与社会责任营销。企业的成功和不断地满足顾客与其他利益相关者，是与采用和执行高标准的企业与营销条件紧密结合在一起的。世界上最令人羡慕的公司都遵守为公众利益服务的准则，而不仅仅是为了他们自己。”这充分显示出“靠天敬人”在企业发

展伦理的必要性和重要性，一个企业只有充分、全面地考虑顾客和其他利益相关者的利益，才能在市场上获得真正的优势，才能在消费者心里扎根。

在现代企业经营理论中，注重企业与顾客的双赢。只有做到这一点，才能促使整个社会的良性循环，促使社会经济文化的全面进步。企业从社会中获取资源，在做出经济贡献的同时也发展了企业自身，因此也应该以履行社会责任的良好行为来回报社会，这已经成为当今企业界的共识。所以，每一个负责任的企业，每一个有责任心的企业家，要在企业生产、经营、管理的全过程中注重履行社会责任，用良好的企业行为来促进整个社会的和谐发展，做一个真正具有良好表现

的“企业公民”。

以“靠天敬人”打造百年品牌

“智者应当借力而行”，要在中国发展直销事业，这句话就显得尤为重要。徐之伟对人才的渴望程度，已经成为他日常工作的一部分。目前的隆力奇直销经营管理团队，不仅年富力强、士气旺盛、战斗力强，而且堪称隆力奇直销发展历史以及企业发展历史上最为杰出和高效的管理团队。徐之伟与这些优秀管理者携手并进，担当开路者，引导所有合作伙伴走向成功。同时，徐之伟从不放弃引进任何可用之才的机会。

“铁打的营盘流水的兵”。在进入直销六年的时间里，有些领导人选择离开了隆力奇。徐之伟尊重他们的选择，也随时欢迎大家常回家看看。并对他们表示：“如果外面的世界并不如隆力奇这般好，还可以选择回归。”因为，徐之伟相信“天下大势，分久必合，合久必分”。让他从而正确认识这些现象，认真处理好这些问题，使企业和谐发展，足以证明徐之伟及其管理团队的远见卓识。

对于职业经理人的加盟与离开，都是企业在合作发展过程中一种非常正常的现象。虽然与很多人才停止了合作，但是丝毫不影响徐之伟对人才的渴望程度。人才只有在使用之后，才能辨别孰优孰劣。这也是徐之伟继续坚守人才价值的导向，与更多的人才进行合作提供更多的借鉴意义。

徐之伟将“靠天、敬人”应用到实处，包括一个小的细节都让人感觉谦逊礼让，不仅仅如此，他同时也让广大员工和客户共同参与，不断完善致力于这一“利己利他”的行动中来，共建文明、和谐、健康发展的隆力奇小镇。所以在隆力奇的团队发展中都时刻牢记：要谦虚，不要骄傲；要每天反省；活着就要感恩；积善行、思利他；不要有感性的烦恼。以此共勉。

对别人仁爱的人，别人也会对他很慈爱；对别人尊敬的人，别人也会同样尊敬他。就是告诉我们：做人要将心比心，想要得到什么，自己先要付出，等得到了别人的认可，自然就会换来别人的尊重。

爱人者人恒爱之，敬人者人恒敬之。今天隆力奇的发展已经进入有关键时期，“靠天敬人”不仅是隆力奇成功的法宝，更是隆力奇发展的原动力。敬人者人恒敬之乃品牌恒久之道，做事先做人，做企业亦如此。