

【学习贯彻十八大·全国名优企业报告】

编前语

文化是民族的血脉,是人民的精神家园。只有血脉永续,我们的民族才能充满活力;只有精神家园殷实,人民生活才会更加富有意义和方向感。一个民族要想自立于世界民族之林,就必须要有坚实而独立的文化根基和鲜明而有尊严的文化形象,就必须要有强大的精神支柱和深邃的思想构建。文化强国是全面建成小康社会和实现中华民族伟大复兴的重要标志,必须立足实际、遵循规律、明确方向、坚定党的,坚持先进与丰富、精神与主体、传统文化与创新、快速与社会效益的统一,按照党的,十八大精神要求,扎实推进社会主义文化强国建设。

双星作为一个品牌企业,将文化、理念、思想同管理、模式、方法及创新接轨,使品牌理念没有成为空喊的口号,在这个前提下,“继承传统优秀的,借鉴外来先进的,创造自己特色的”,使双星品牌理念真正得到升华。双星运用独特企业文化和管理理念,

成功实现了跨行业大发展,成为世界制造加工业管理最好的企业,双星制鞋工厂和韩国厂相比,每条生产线至少少用 40%的人,产量却比他们还高,韩国的鞋业协会主席当面跟汪海要厂长,说明他们的管理比不上双星。

双星之所以能够成功改造老国企,就是以民族文化做先导,创出了中国人自己的民族品牌,就是坚持运用以儒、道、佛为代表的传统文化和以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论为代表的现代文化,形成了“行善积德”、“实事求是”为核心的管理、文化;坚持运用了共产党的政治经济学,结合双星企业“实际,把文化理念和管理、质量、员工素质、营销服务结合起来,双星独特的企业文化不断丰富品牌的内涵,使双星品牌不断发展、创新、超越。

双星运用优秀传统文化促企业发展

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 陈雪梅 王开良

党的十八大报告中指出,要扎实推进社会主义文化强国建设,文化是民族的血脉,是人民的精神家园。全面建成小康社会,实现中华民族伟大复兴,必须推动社会主义文化大发展大繁荣,兴起社会主义文化建设新高潮,提高国家文化软实力,发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用。建设社会主义文化强国,关键是增强全民族文化创造活力。双星集团积极贯彻落实党的十八大精神,创造性地运用中国传统优秀文化,促进企业管理,推动企业发展。

回顾中国经济发展的历史:1978年,党的十一届三中全会召开,邓小平提出了“建设有中国特色的社会主义”,确立了党的工作重点转移到经济建设上来,中国逐步从计划经济转向市场经济,从不承认私有制,到承认私有制,从不承认市场经济,到承认市场经济,在体制机制上发生了根本性转变。虽然计划经济的旧体制、旧模式被打破了,但相对于市场经济的发展速度,我们的市场机制上明显落后于市场发展,理论严重落后于实践,在巨大的落差面前我们应该反思,既然承认了私有制,承认了市场经济,就需要我们探讨总结出一套继承传统优秀的、吸收外来先进的、符合历史发展的、适应时代变革的市场经济的理论观点,来指导现时代市场经济的改革实践。

双星集团原是一个仅能生产黄胶鞋的濒临倒闭的制鞋企业,通过文化、品牌和资本运作,从给人做鞋成功转型到给汽车做“鞋”,产业链延伸到机械、热电等23个产业,创造了“吃大(做快的兼并做轮胎的)、快吃慢(发展快的兼并发展慢的)、国有吃国有”(国企双星收购国企东风轮胎)的新奇迹。双星集团创造性地运用优秀传统文化进行企业管理,成为企业发展的重要因素。

继承中国传统象形文化
创造双星“ABW 论”

“文化的威力比原子弹不知大多少倍。”双星认为,我国传统思想中有着丰富而深刻的企业管理文化,特别是传统思想中以伦理为本位,强调社会需求和集体利益,讲求道德诚信,崇尚美德,在企业管理中有着重要的地位和作用。

中华民族在历史上多次遭到侵略和打击,其传统文化一直表现出极大的融合力与生命力,其精华代代相传。中国博大精深传统文化,深植于人们的脑海,既有其封闭落后的一面,又有其精华所在,是一种能够有效动员社会力量的雄厚资源;开掘这笔社会财富的价值,在于你能否将小生产社会所遵循的和谐,升华到社会大生产的新伦理之中。我国企业的特色要从民族文化中汲取营养。以传统思想为根基的中国企业家精神素质,既是一种凝聚力,更是一种竞争力。以现代理性审视传统文化,发掘其意义,彰显其价值,发挥其功能,这种再发现、再阐释、再运用,本身就是一种文化创新。充分挖掘中国民族文化内涵,在此基础上形成中国特色的企业文化,将是中国企业文化管理强势的必然选择。

文化是一个国家,一个社会,一个民族的灵魂。好的文化,健康向上,积极正派,能带给人真善美的熏陶,和无限的高昂的学习前进的动力;而坏的文化,混淆是非,颠倒黑白,也能带给人假丑恶的渗透,和消极的颓废的生活认知方式。而好

的优良的文化需要有人进行有效的传承和弘扬。中国自古以来就是个文化辉煌,文明博大的国度,各种美德、善良、真诚的例子随处可见。到了近代,为了国家大义,民族振兴而不懈拼搏奋斗的人和事迹也是数不胜数。然而到了当今社会,随着网络的出现和普及,网上各种千奇百怪、时尚潮流的观点却不断涌现,这里面,有精华,也有糟粕,随着传媒途径的便捷多样化,对人们的人生观、价值观、社会观容易产生引导和影响作用,使得很多人习惯于人云亦云、随波逐流,不分青红好坏,不辨是非道理。这样其实对于一个国家,一个社会的文明进步和繁盛发展,从长远看是不利的。所以,能够有一些社会责任感的人们,一定要能注意到现在这种不良的趋势,遏制住其蔓延的势头,积极创造性地运用民族优秀传统文化,引导身边的人,去产生正确的意识和从事科学的活动行为。只有这样,优秀传统文化才能够真正延续下来,中国几千年的民族精神也才能在新时期以崭新的方式发扬光大。

党的十八大报告指出,建设社会主义文化强国,必须走中国特色社会主义文化发展道路,坚持为人民服务、为社会主义服务的方向,坚持百花齐放、百家争鸣的方针,坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众的原则,这里内在地蕴涵了“坚持先进与丰富相统一”的思想。双星集团总裁汪海结合近 40 年探索的诸多管理理论和创造民族品牌的实践经验,以马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论“实事求是”的标准和原则,以及中国传统儒家、道、佛“行善积德”的精髓思想作基石,“继承传统优秀的,吸收外来先进的,创造自己特色的”,不断总结提炼市场经济的思维观念、市场经济的企业文化、市场经济的管理理论,创造出市场经济的 ABW 理论。

ABW 理论的含义:继承中国传统象形文化,以民族文化智慧和独特的民族精神为内涵,形成了汪海的 ABW 中国式管理理论。

A 就是老大,英语 26 个字母 A 是第一个,我们中国人也说是老大 A 一、塔尖。寓意中国的企业家和企业要站得更高、看得更远、更全面,敢为天下先,勇于争一流。

B 由两部分组成,拆开就是 1 和 3,就是 13 亿的大国、13 亿的大民族、13 亿的大市场。“1”像顶梁柱,寓意我们企业家要有顶天立地的精神,要有市场经济的“三性”观(个性、人性、党性)。“3”形似人俯身弯腰,寓意企业家要脚踏实地,扎扎实实,才能把企业搞好。

W 形似雄鹰展翅,W 也是汪海名字的第一个字母,寓意企业家带领他的团队搏击长空,永不满足,敢于挑战。

文化建设的一个基本规律就是传承与创新的统一。一切文化都是当代文化,传承是其基因,创新是其生命。没有传承,文化就没有积淀和底蕴,就会失去历史血脉;没有创新,文化就不能很好地跟现实结合,其意义的生长与丰富就会受到阻碍,就会失去时代精神。建设文化强国必须坚持传承与创新的统一,既要注重对中华民族优秀传统文化内涵的传承,建设其传承体系,弘扬其思想精髓;又要从中提炼、挖掘出新意蕴、新向度、新品格,使传统文化在保持传承的基础上被赋予崭新的时代意义。传承是蕴涵创新的传承,也只有蕴涵创新的传承,才能更加有效地继承和发扬中华文化优良

传统,始终保持对民族文化的自信心、自豪感,不断增强中华文化的魅力和生命力。双星 ABW 理论无论基础,还是主线、精髓,都紧紧围绕继承与创新这一主题思想。

ABW 理论的基础

“八个字”:实事求是、行善积德。
“一句话”:建设中国特色的社会主义企业。

“实事求是”是马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论的精髓。

“行善积德”是中国传统文化儒、道、佛三大文化核心的汇成。

双星认真践行邓小平同志提出的“建设有中国特色的社会主义”理论,立足实际,走出了一条具有双星特色的社会主义国有制造加工业成功之路。

ABW 理论的主线

市场经济的新“三民主义”:民族精神、民族品牌、民族企业家。

市场经济需要振奋民族精神,创造民族品牌,培育民族企业家队伍,以此发展民族工业,振兴民族经济。

ABW 理论的精髓

继承传统优秀的,吸收外来先进的,创造自己特色的。

继承传统优秀的:继承民族文化优秀思想所倡导的“行善积德”。

吸收外来先进的:借鉴国内外一切有益于企业管理的经验。

创造自己特色的:在继承传统优秀、吸收外来先进的基础上,提出了“干好产品质量就是最大的行善积德”、“今天不创新,明天就落后,明天不改新、后天就淘汰”、“企业什么都可以改革,唯有质量第一不能改革”等文化理念,创造出一套独具双星特色的管理理论。

ABW 理论的方法

坚持文化的领先、全员的管理、管理的创新、制度的改革、奖惩机制等五个方面相结合,采取了文化管、承包管、严管理、细管理、用钱管、诚信管、用情管、竞赛管,相互配合,相互促进,创造了“自己管、自己干、自己减、自己降”的家庭消费式管理。

ABW 理论的目的

挑战市场、决战市场、打赢市场。
企业吃的是市场饭,端的是市场碗,只有在变化无常、起伏不定的市场中挑战市场、决战市场,才能打赢市场。

五大战略:名牌战略、多元化战略、国际化战略、差异化战略、“双鞋联动”战略。

十八个战术:文化是灵魂;理论是指南;战略是龙头;机制是动力;领导是榜样;创新是活力;制度是天条;质量是生命;成本是关键;细节是艺术;竞赛是杠杆;环境是基础;亲情是纽带;钱管是保证;名管是升华;考核是措施;市场是标准;企业是主体。

双星运用佛文化精神
倡导道德管理

党的十八大报告在“扎实推进社会主义文化强国建设”部分,提出了全面提高公民道德素质的基本要求。这意味着,全面提高公民道德素质已成为社会主义文化强国建设的基本目标之一。要通过各种形式的德教来从精神上化人、育人,使主体统一于精神,或使精神统一于主体,弥合主体与精神之间的裂隙。从现代文化需求出发,把传统文明放在现代精

神的砧石上锤炼,使传统文化在与现代文化的真实对话中得到批判性的继承和创造性的发展。双星正是走在文化创新的前面。“继承传统的,借鉴先进的,创造自己的。”双星总裁汪海说,博大精深的中国传统文化是最能有效地动员社会资源的一种文化,儒、道、佛是中国传统文化的代表,前人给我们留下了那么多宝贵的文化遗产,就看我们怎么去继承和运用了。传统的文化蕴藏着优秀的思想,他们提倡的道德、觉悟、敬业精神,不就很适应于现代企业管理吗?为此,双星就在全体员工中灌输中国传统优秀文化,倡导道德管理,以达到企业管理的最高境界。伟人马克思、毛泽东、邓小平“实事求是”的理论是指导国有企业改革的强大思想武器,而儒家、道家、佛家所倡导的“行善积德”精神又是指导我们为人处事的基本原则。双星人正是遵循了“实事求是、行善积德”这一基本原则,用于现代化的企业管理,通过与市场实际相结合、与企业自身相结合,创造出了以“干好产品质量就是最大的行善积德”为代表的、独具双星特色的、并且是传统优秀文化与现代企业管理相结合的、独一无二的企业管理新概念,以此教育员工自信、自强、自律和敬业、乐业、乐业。用最朴实的“行善积德”来启发职工的良好和善良的本性,引导员工强化产品质量意识,强化企业管理,使员工从思想深处感到自己的一针一线不仅连着市场,连着企业的效益,连着每一名消费者,也连着自己的道德和品德,从而使大家认识到“质量等于人品,质量等于道德,质量等于良心”,使产品质量合格率大大提高,达到了名牌产品所要求的质量标准。

双星妙用“孝文化”
培育员工企业忠诚度

中国是个崇尚仁义的国度,自古就讲究孝道。人只有在家事亲有“孝”,才能在外事君有“忠”。“孝”是“仁”的根本,“孝”是社会的基石,“忠孝”二字涵盖了儒家济世做人的要旨。

汪海将“二十四孝”搬到双星山上。他说:“今天,尊老爱幼、孝敬父母,仍旧是社会安定、中兴盛世、和谐繁荣的重要内容。一个人只有首先爱及父母,才可能友善于他人,才能爱工作、爱国家;一个人只有心存孝心,才能自守有度,整个社会才和谐太平。”

双星作为中国传统优秀文化的实践者,运用儒道佛文化进行企业管理是其发展的重要因素。“文化的威力比原子弹不知大多少倍”,双星集团总裁汪海认为,中国是个崇尚仁义的国度,自古就讲究孝道,传统的儒家思想从孔子起就认为:一个人只有在家事亲有“孝”,才能在外事君有“忠”。“孝”是“仁”的根本,“孝”是社会的基石,“忠孝”二字涵盖了儒家济世做人的要旨,“孝”不仅是中国传统文化的核心,也是感恩文化的灵魂。尤其市场经济条件下,更需要“孝忠义”。

我国传统思想中有着丰富而深刻的企业管理文化,特别是传统思想中以伦理为本位,强调社会需求和集体利益,讲求道德诚信,崇尚美德,在企业管理中有着重要的地位和作用。

双星在职工中开展“争当孝星,做企业和家长放心的员工”活动,请优秀职工的家长到双星做客,使职工懂得什么是

荣誉,什么是耻辱,什么值得尊敬和赞扬,什么应该鄙视和谴责,对双星名牌要有深厚感情,有公心、良心、责任心。汪海说,职业道德说到底是个权责观的问题。你只有履行了职责,职业权利的获得才名正言顺,当之无愧。就像在一个大家庭内,你既有获得父母抚育的权利,也必须尽赡养父母的义务和责任。所以,汪海在向双星员工灌输职业道德理念时,没有一句空洞的说教,而是将中华民族传统的美德孝行充分运用到职业道德建设中去。他说:“企业是什么?是我们大家的衣食父母;企业不仅给了我们衣食之用,还给我们提供了施展才干、成就一番事业的用武之地。那么,我们该怎样来报答企业的养育之恩呢?”这一句句的问话,问出了双星人新形势下的职业道德,问出了双星人对企业忠诚不二的“孝心”来。

孝文化是中华民族传统文化的基础,双星结合实际,将孝文化创新、创造,形成感恩文化,“心怀感恩心,干好手中活”,净化了员工灵魂,成为骨干员工的行为准则,并与传统优秀文化“积德行善”相融合,升华为市场经济的新道德文化。“质量等于人品,质量等于道德,质量等于良心”、“干好产品质量就是最大的积德行善”,这些已经被员工深深刻在心中的文化理念,与制度相结合,与创新相结合,与竞赛相结合,在生产经营中发挥了新作用,看到了新效果。

双星妙用“孝文化”,在职工中开展“争当孝星,做企业和家长放心员工”、“在家争当孝星、企业争当明星”活动;请优秀员工尊老爱老的人文精神,促使员工自觉树立尊老爱老的人文精神,培育企业成员的道德情感;在双星度假村建造了目前国内企业第一个大型“孝文化”展馆——“二十四孝”故事展馆,将“感恩文化”注入企业管理中,扬弃“二十四孝”中封建的因素,赋予它现代社会精神文明的内容,使中华民族传统美德在文明发展进程中焕发出更新的时代活力;在产品上体现对老年人的情感,双星上世纪 80 年代就研制出“双星老人健身鞋”,并陆续开发生产出“双星好爸爸鞋”、“双星妈妈鞋”,赋予产品人文感情,体现出了对父母长辈的爱,双星鞋在包装上的感情色彩更是浓郁,如“双星老人健身鞋”鞋盒画面是寿星图,“双星爸爸鞋”、“双星妈妈鞋”鞋盒画面是一对相拥相携的白发老人,都体现出人们尊老、爱老和祝愿老年人健康长寿的心理。

我们的文化是几千年来文明的结晶,我们不能将它丢掉,它的悠久证明了其强大的生命力。借助深厚的传统文化底蕴,我国企业正努力追求义与利的统一,富裕与奉献的统一,服务与竞争的统一,团结与发展的统一,自强与自律的统一,经济繁荣与社会和谐的统一,物质文明与精神文明的统一。在传统思想基础上实现企业管理体制的创新,形成特色,才能增强竞争力,实现稳步前进。正是因为有了深邃的思想,优秀的文化,双星管理模式才在市场商战中独树一帜!

“越是民族的,越是自己的,越是最好的”。汪海在一个企业干了近 40 年的厂长书记,经历了市场经济的各种变化和起伏,在最早创出“双星九九管理法”的基础上,总结提炼并运用 ABW 管理理论,创造、发展、壮大了民族品牌,为中国人争了光,为中华民族争了气,也为搞中国特色社会主义企业提供了宝贵的经验。



◎汪海在新加坡演讲双星将佛教文化思想精髓应用于现代企业管理



◎2000年1月,由人民日报报社主办的报告文学《布尔什维克的思考者》暨双星理论研讨会在人民大会堂召开



◎2005年,双星品牌暨汪海市场理论无形资产价值发布会在北京召开,双星品牌价值达 492.92 亿元,汪海企业家价值达 321.42 亿元



◎2007年8月17日,汪海在美国微软总部讲课



◎汪海纵论民族文化与创民族品牌



◎双星员工大合影