



面对新的改革、新的机遇,在实现中华民族伟大复兴的“中国梦”中,如何倡导新商业文化,与他人、社会、环境和谐相处,建功立业? 如何激发人的创新活力,实现企业可持续发展?

“笨人煮酒”: 传递“钝感力” 成就新梦想

——贵州百年原址酒业积极倡导和践行新商业文化纪实报道



●百年原址酒业员工正在包装“笨人煮酒”。

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

近年来,“钝感力”一词受到贵州百年原址酒业的高度关注并运用于企业管理和企业文化建设中。“钝感力”是企业具有自主知识产权的“笨人煮酒”知名酒品牌推崇的价值观,是百年原址酒业积极倡导和践行的新商业文化,在实施企业转型,营造和谐企业环境,实现可持续发展中发挥着重要作用。

“笨人煮酒” 传递“钝感力”新商业文化

百年原址酒业拥有一个知识结构合理,由年轻的董事长带领的大多是年轻人组成的团队,这个团队充满活力,渴求一切新的事物,极富开拓力和创造力。
“笨人煮酒”酒品牌是董事长赵康的杰作,由赵康取名并一手打造,因为赵康董事长的为人与“笨人煮酒”体现的大智若愚的

做人风范一脉相承,在2013年春季酒会上,一订货商指着“笨人煮酒”酒瓶说:“这不就是那个赵康吗!”,让在旁的记者和周围的人哑然失笑之余深深感受到“笨人煮酒”酒品与人品的高度契合。

“笨人煮酒”的故事由来已久。清代的茅台古镇酒肆林立,酒作坊众多,呈现一派忙碌景象。相传赤水河畔的茅台古镇上,有一户人家,以酿酒为生。因其酿造工艺严守端午踩曲、重阳投料等技法,酒品极高,所酿之酒深受当地百姓喜爱。久之,因其酒品精制,所产酒量稀少,时有供不应求。然而,该户人家不用商人常道降质以量产获益,反之平价售酒不求暴利。为此,众人皆曰:“实乃笨人煮酒也。”“笨人煮酒”相继传开,时至今日,酿酒后人牢记先辈古法,依然遵照纯粮手工酿制,终使地道黔酒的老酱香顺承百年、香飘万家。

贵州百年原址酒业在赵康董事长的带领

下,嫡传茅台古镇酱香酒优秀的传统酿造工艺,打造出拥有贵州著名商标的民间酱香典范“笨人煮酒”知名酒品牌,该品牌充分体现厚实显笨,饱满显笨的酱香型好酒的完美风格,彰显了踏实酿酒诚明中道的品格作风和大智若愚的做人风范。百年原址酒业不仅传承了“笨人煮酒”的优良酿酒传统工艺和笨人煮酒的做人优秀品质,还进一步创新丰富了“笨人煮酒”的品牌内涵,在竞争激烈、风云变幻的商圈,以积极的姿态充分发扬光大“笨人”迟钝的力量,积极倡导大智若愚的“钝感力”(迟钝的能力)新商业文化,做有道的“笨人”,让人品和酒品高度统一的“笨人煮酒”酒品牌,成功地传递出“钝感力”这一具有积极人格特征的品牌价值诉求理念。

“钝感力” 让“笨人煮酒”团队成就新梦想

“笨人”的解释是迟钝的人,然而从心理

学的角度却提倡“迟钝的能力”即“钝感力”。擅长情感题材的迟平作家渡边淳一在《钝感力》一书中告诫现代人不要对日常生活太过敏感,“钝感力”(迟钝的能力)是非常必要的。如同在科技领域的钝感机理,钝感剂能产生积极的作用一样,“迟钝的能力”也能释放出正能量,让人们在“钝感”与“敏感”之间保持合理的平衡,理性的思维,以积极的心态从容面对生活中的挫折和伤痛,积极地朝着自己的方向前进,是赢得美好生活的手段和智慧。

据研究表明,钝感力包含了诸多积极的人格特质,如乐观、创造性等,是“大智若愚”的表现。钝感力得分与强迫症、人际关系敏感、抑郁、精神病症以及焦虑都具有显著的负相关。对促进心理健康和提高人们在复杂环境中的适应能力发挥着重要的作用。渡边淳一认为,在各自世界里取得成功的人士,其内心深处一定隐藏着一种绝妙的钝感力。

百年原址酒业积极彰显“笨人煮酒”酒品牌传递的“钝感力”,“钝感力”的价值推崇,让人们看到了百年原址人在实现百年企业的新梦想中,积极倡导新商业文化,构筑新商业文明。

在百年原址酒业,“钝感力”的培养成为了员工必修科目,并充分用于塑造团队积极的人格特质,培养员工以积极的心态面对困难、挫折和挑战,练就一身与他人、社会、环境和谐相处的精神气质,让强健的心理去直面生活的挫折和伤痛,鼓足克服工作困难、坚定地朝着企业奋斗目标前行的干劲,进一步提升员工合理解决工作中实际问题的能力。“钝感力”成为了“笨人煮酒”团队“赢得美好生活的手段和智慧”,激发了团队积极的人格特质,让员工和经销商焕发出了无穷创造活力。

2013年5月下旬,百年原址酒业经销商告诉记者,“笨人煮酒”产品的市场销售今年5月比去年同期翻了一番。百年原址“笨人煮酒”的市场,正红红火火。“钝感力”的倡导推动了企业持续创新,持续改进,并为铸造百年企业新梦想注入了积极的正能量。

创新跨越,百年梦圆!我们特填词一首,为“笨人煮酒”团队鼓劲加油。《沁园春·笨人煮酒》:“黔国好酒,千里醇香,万里名炫。看赤水河畔,风光无限;茅台古镇,琼浆甘甜。老窖泥深,新酱香远,美名款款遐迩传。喜今日,看百年原址,挥写巨篇。古酱如此行健,引高人雅士竟流连。欣酱香白酒,工艺独特;卓越品牌,天下誉满。笨人佳酿,酒品世范,秉物游心大理念。感奋矣,创跨越新局,百年梦圆。”



●2013年初,大庆油田确定了“4000万吨稳产,油气重上5000万”的新时期奋斗目标。

运用“钝感力” 促进企业持续发展

■ 韩振洲

在企业管理和企业文化建设过程中,有效运用钝感的力量,提升管理者的综合素质,在“钝感”与“敏感”之间保持合理的平衡,以积极的心态包容员工的短处,把困难和不足转化为解决问题的原始动力,从而激发团队的创新活力,提升企业团队克服困难和解决问题的能力,为企业的持续发展提供强劲动力。下面我从三个方面探讨钝感力与企业的持续改进。

◎钝感与创新

企业发展本质上是持续创新的过程,没有了持续创新,企业就会停滞不前,就解决不了瓶颈问题,就会被市场所淘汰!

创新不仅仅是管理者的事,更关键的是全体员工的事,管理者要运用钝感的力量去倾听员工的牢骚、不满、抱怨,包容员工的短处,让管理者激发员工的思想意识,从“钝悟”的状态觉醒,从容面对生活和工作中的挫折和困难,坚定地朝着正确的方向前进。充分利用员工缺点、不足和矛盾,反省管理过程中的漏洞、空白,和您的员工就某件事进行“纠结”,找出管理的死角、提出技术改进措施。多年来我们把安全文化和安全文化融入到精细生产管理过程中,形成了“一体两翼”管理模式,从而确保安全生产、文明生产;我们把操作中的不便、技术上的不足、管理上的漏洞进行总结归纳,研制了防爆看窗、快开式过滤器、收油流程优化等31项创新成果,让钝感的力量在生产管理和创新中有效的发挥!

◎钝感与安全

近期有关安全事故的报道接连不断,让我们每一个人都进入深度思考,这些问题的根源在哪里?我们从事生产管理18年,“钝悟”颇深,和大家共同探讨,共同提高,为我们国家的安全生产献计献策。

世界上的事故有两种,不是天灾就是人祸,天灾有时我们还可以通过预防,但人祸我们是防不胜防啊!管理的本质是人的管理和管人的人!管理有两个方面的含义:一是管,是制度、规范、标准、规则等等,这是刚性的,是硬管,这是必须做到的。管的结果是罚款、处罚,是摘帽子、拿票子;二是理,是道理、关心、关爱、尊重,是讨论,是争辩,是软件,这是我们管理者必须持续改进的。结果是和谐相处、相互了解,是企业文化的软实力。正是因为企业更多的实施了硬管(这是没有错的),弱化了软件更新,常常导致责任意识的缺失,弥补不了管的漏洞,结果是隐患比比皆是,安全问题接连不断出现。管理者对人的软件认识上的缺位,其原因是没有激发出“钝感力”的正能量,以积极的态度及时有效解决安全隐患,从而使管的责任心缺失,使问题积累与叠加,最终导致安全事故,这是必然的结果。

◎钝感与稳定

企业持续有效发展离不开稳定和和谐的内部环境,内部稳定才能应对各种各样的风险,内部稳定的前提是公开、公开是公开的基础。多年来我们很多企业都是在公开方面做了大量的工作,开设了公开栏、开通了监督电话等等,但员工群众认同度低,只是在形式上的公开,没有实质性内容,没有公开与群众利益紧密相连的敏感内容,信息不对称导致稳定和和谐根基无法建立。多年来我们公开稳定和工资、奖金、误餐费用的使用、应急资金的使用、福利费用的使用,让权利在阳光下运行,让利益在制度范围内流动,用“钝感力”积极地突破权利与利益的敏感区,让员工群众的钝感力成为强大的驱动力,只有权利与利益透明公开,才能实现真正意义上的公平、公正、公道,才能让和谐稳定环境持续提升。

企业的发展离不开创新的动力、离不开安全的保证、离不开和谐稳定的环境,这就要求我们管理者面对群众的质疑,运用钝感的力量,给出满意的答案,让企业在不断前进中持续提高。
(文章作者系大庆油田第二采油厂第五作业区南二联合站站长)

品牌互动 Interaction

“钝感力”是企业管理 和个人发展的重要内力

“钝感力”源自于医学博士出身的日本著名作家渡边淳一《钝感力》一书。据说该书当年畅销一时,风靡亚太。在央视制作的《岩松看日本》节目中,渡边淳一说:“钝感力”作为一种为人处世的态度及人生智慧,相比激烈、张扬、刚硬而言,更易在目前竞争激烈、节奏飞快、错综复杂的现代社会中生存,也更易取得成功,并同时求得自身内心的平衡及与他人和社会的和谐相处。”

“钝感力”是“迟钝的力量”,有别于传统认识上的迟钝,强调的是对困境的一种耐力,一种宽容地面对社会和人生,刚柔并济的生存态度;是一种“大智若愚”、“抱朴守拙”、“难得糊涂”的智慧;是创造和谐的内外环境,在平衡中求得自身无限发展的能力;是提升自我认知、自信力,完善心智的正能量。

在企业环境中,“钝感力”是管理者的重要能力,也是企业管理和个人发展的重要“内力”。企业管理者在一定范围内承受的压力比一般人大,增强钝感力,有利于“小事糊涂,大事清楚”,对别人的误解和逆耳之言、甚至攻击谩骂不会往心里去,而会达大处着眼,从大局考虑问题,表现出豁达开阔的胸襟,进而有意识地去排除各种杂音与干扰,最后能够冲破重重障碍,步步高升,最终走向成功。对普通员工,增强钝感力,有利于心里平衡,在遭遇



挫折和失败时,能报以一种乐观宽容的态度,给自己积极的暗示,保证自我的情绪稳定,增强自我肯定、自我解压、自我平衡的能力,以顽强的意志向着既定目标从容前进,有利于专心做事。

佛家有首偈语:“手把青秧插满田,低头便见水中天;六根清静方为道,逐步原来是向前。”可能说的就是这种境界吧。
——四川省企业联合会、企业家协会研究部舒志宏

“钝感力” 是一种内在的坚持力

在事业上取得成功的人士,其内心深处一定隐藏着一种绝妙的钝感力。为人需要钝感力,处世也需要钝感力,企业文化建设亦需要钝感力。如果说敏感力是一种外在的洞察力,那么钝感力则是一种内在的坚持力。以接受对方的宽大心胸,保持旺盛的斗志对应时代的变化,坚持力是一种更持久的耐力与爆发力。我们要学习的“钝感力”,就是这种对周遭事务不过于敏

感的能力,是应对困难的一种内在坚持力。在企业文化建设中,我们应注重培养员工这种“钝感力”,培养他们想做事、能做事、做成事的坚持力,让他们懂得珍惜岗位,坚忍不拔,积极向上,为企业科学发展、和谐发展奉献青春,为我们的国家实现“中国梦”奉献能源。

——大庆油田第二采油厂党委宣传部副部长乔文辉

“钝感力”是为我们赢得 美好生活的手段和智慧

钝感力是一种才能,一种让人们的才华开花结果、发扬光大的力量。钝感并不等同于“迟钝”,可以将它解释为“有意义的感觉迟钝”,是指“为我们赢得美好生活的手段和智慧”。

在面对外界的批评和挫折时,不介怀于心,不停滞不前,仍坚定地朝着自己既定的目标前进,如此才能获得愉悦和成功。这是为各个企业管理者开出一剂心灵良方。教人们以从容的心态在竞争激烈的快节奏中,自我调节和心理情绪,摒弃浮躁、宁静致远,缓解压力、激发动力。

百年原址酒业将“钝感力”作为自主知识产权“笨人煮酒”的品牌价值理念,并以此培养团队积极的人格特质,激发员工创造性思维,不断迸发正能量,创造新业绩,不断推动企业稳健向前发展。

——山西三维华邦集团新闻中心主任张立文

剧情与品牌的完美结合——《笨人煮酒开心show》

■ 本报记者 张建忠

6月初,企业家日报记者来到贵州百年原址酒业惠水长田工业园生产基地,恰逢贵州电视台正在这里拍摄电视情景剧。贵州广播电视台四频道栏目制片人、导演毛鹰介绍说,正在拍摄的是《笨人煮酒开心show》,第一季60集已经播完,第二季60集将于2013年7月份播出。

毛鹰介绍,《笨人煮酒开心show》是一档情景小品表演类的节目类型,每一集由四到五个独立小品组合而成。每集二十五分钟,由贵州著名的本土笑星大方、小夕、钟璐,著名主持人王呱呱,和本土相声社山人斋的演员出演,共同打造一部让观众在茶余饭后开心一笑的精品喜剧。

记者了解到,《笨人煮酒开心show》将百年原址酒业的“笨人煮酒”产品品牌名称



●在《笨人煮酒开心show》第二季拍摄现场,小品《英雄人物》中导演正给演员做示范。

和品牌文化与剧情完美的结合在了一起。这部长达120集的古装情景喜剧整合了四川、云南、贵州、东北等地方言中的幽默元素,围绕“酒文化”讲述了在有着浓郁西部气息“笨人煮酒”的老字号酒楼里发生的各种趣事。剧中人物大智若愚,幽默搞笑,“煮”出了一个生动有趣的生活片段,让观众看到了丰富多彩的西南生活。《笨人煮酒开心



●在《笨人煮酒开心show》第二季拍摄现场,来自云南的演员大头,贵州本土主持人王呱呱,童自影现场献艺。

show》第一季60集在贵州电视台播出后,深受广大州市民所熟悉和喜爱。让观众在忍俊不禁、捧腹大笑后,牢牢记住了“笨人煮酒”酱香型白酒品牌。

百年原址酒业招商电话
4008001915