

作为企业,如果文化没形成主流,企业的后续发展最终会受限制,因为任何品牌都是企业文化的“外挂体”。不论是品牌还是产品,要想走出来,要想闯荡国际市场,如果品牌没有足够的文化做支撑,参与竞争的难度就会越来越大。

习总挺国学 企业文化建设应有作为

江金骥

不知道是对流还是传导,前两年兴起于民间的国学热,现在似乎又呈现为“自上而下”的势头。

9月24日,纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会在京召开,国家主席习近平出席开幕式并做主题演讲,强调“中华优秀传统文化中,最核心的内容已经成为中华民族最基本的文化基因,是中华民族和中国人民在修齐治平、尊时守位、知常达变、开物成务、建功立业过程中逐渐形成的有别于其他民族的独特标识。”

习近平对国学的褒扬不仅如此。今年教师节前夕,习近平走访北京师范大学时,非常认真地表达了自己希望传统文化能够得到传承。再早些时,也就是去年的11月26日,习近平到山东曲阜孔府考察时表示,要使中华传统文化在新的时代条件下发挥积极作用。

我们常说,丢掉思想文化,国家立不起来,优秀传统文化是永远不能离别的精神家园。由此推开说,丢掉优秀的传统文化,企业文化建设无异于缘木求鱼。

随着中国进入“大企业时代”,企业文化建设被提上从未有过的高度,但是,无论是民营企业、国有企业还是合资企业,在管理上都采用了西方经济学的方法,与其相应的企业文化,无论喊出什么样的口号、设计出什么样的LOGO,或拟定出什么样的核心理念,但基本上是围绕着“规制”“服从”“流程”“效用”各做延展。企业文化建设的这一基本取向,不能说没效果,但水土不服者也越来越多。企业出现了排异现象,国学正是解决这个矛盾的“方子”。

公司评论

宝马借“i”重新定义了什么

李迦

奔驰有句经典的宣传语,叫做“重新定义汽车”,随后奥迪针对互联网与交通的改进提出——不只是“重新定义汽车”,更是“重新定义交通”。这次i系列的上市,宝马重新定义什么?在笔者看来,是竞争格局!

早一步实现国产的奥迪,在豪华车领域的领跑地位仍在持续,而奔驰也试图通过全新C级车的布局向市场示好。

大数据时代的背景下,消费者的偏好被无孔不入的数据分析查了个

为什么这样说,看看以下几件正在发生的事:第一件是,“2014北大管理与企业文化国学班”正在开课中,来自金地集团、赛特集团、光大银行、华夏银行、北京恒通集团、国美电器、长城葡萄酒等企业的高管,奔着“修身、明志”的目的坐进了课堂;第二件是“中国企业500强”新华联集团,在刚刚结束的年度培训中,专开“国学”课程;“中国机械工业百强”山东华兴机械股份公司,不久前实施以“国学养心,文化育人”为主要内容的企业文化创新工程,为正在开展的“三提一优”活动提供了精神动力。除此之外,我们还经常听说许多的公司,从高校邀请国学老师,开展形如“《弟子规》特训营”、“员工诵读感恩词”、“孝德建设大家谈”等形式各异、内容大同的学“国学”活动。

类似活动,我们姑且不论其效果,但至少能从中看出,国学已越来越多地受企业家重视。企业家的重视,无疑加快了现代企业文化引入国学经典的新一轮讨论。

或许有人会说:凝结于企业之中的传统文化,随着晋商、徽商的没落,过去精粹已成历史旧迹,如同文物,只能远观不能近玩。但是,被誉为“东亚奇迹”的东亚儒家经济圈,在上世纪勃然兴起,这作何解释?

我们所说的企业文化,在一定程度上就是组织里一群人,有共同的理想、共同的追求、共同的价值取向和行为趋向,但这种“求同存异”的存在,毕竟只局限于一个组织,体现为单一的经济体行为,反过来说,某一个经济体即使体现出良好的执行性和统一性,未必就能遵循良好的经济秩序和道德秩序。如果将企业文化与“国学”进行对接和融入,那么,这样的企业文化很自然地涵盖着民族性、

行业性和利他性,甚至由此衍生的“名称文化”、“老板文化”以及“团队文化”等,一旦出现偏差,也能得到及时的校正和补位。

文化就是人化。传统文化特别注重人的感受和人的发展,而国学就是以“仁义”为核心,对此,有国学专家将其概括为“一个中心、三个基本点”,就是“人”为中心,从精神层面、价值观层和道义层面,来平衡企业经营中的利益冲突。

实际上,作为企业,如果文化没形成主流,企业的产品推广最终会受限制,因为任何品牌都是企业文化的“外挂体”。不论是品牌还是产品,要想走出来,要想闯荡国际市场,如果品牌没有足够的文化做支撑,参与竞争的难度就非常大。

拿五粮液来说,单看五粮液的电视广告:青花瓷瓶、丝竹旗袍,琴声悠扬、园林古道……如此“镜像”就给人一种很“中国”感觉,但这只是表象,五粮液对企业文化的核心理解其实是中庸,并且,企业在经营中深推中庸理念。他们将五种粮食讲成平衡、讲成互补,这就是将国学直接融入企业文化,因为这里面体现的就是人和人、人和社会、人和自然的关系。从这一点分析,五粮液能持续发展壮大,与“国学滋养”不无关系。

五粮液的例子说明,依托中华文化建设企业文化,是用以定性的,这与西方的定量文化存在着显著的区别。现在掀起“国学热”,就是一改“利润至上”,而要一统“情理法”,其中的理,就是国学所要倡导的信仰建设。都说中国目前最大的危机是信仰危机,如果把国学中优秀的成分粹炼出来,建立一种企业信仰,不仅能让企业员工有归宿感,凝聚正能量,最终获益的还是企业和企业人。



“老味道老故事老品牌”见证诚信力量

2014年9月24日,国家食品药品监管总局举办了“老味道、老故事、老品牌——坚守诚信的力量”主题研讨会。国家食品药品监管总局副局长吴浈出席研讨会时指出,让食品药品行业深刻感知重诺守信与品牌美誉、良性发展的正向关系,夯实道德诚信的内生经济基础,是当前食品药品安全问题必须抓紧破解的重要课题。

研讨会上,部分老字号医药企业负责人讲述了他们坚守诚信、以义取利的故事。吴浈指出,中国有许多老字号医药企业,他们在长期发展中沉淀了很多鲜活感人的诚信故事,要把这些故事讲好、传播好。通过讲述故事,让诚信理念入脑入心,在社会上广泛传播,唤起社会公众对传统的美好记忆,感知诚信在食品药品行业的历史传承;进一步树立企业主体责任意识,让更多企业以诚实守信为荣、丧德失信为耻,让道德诚信真正在食品药品行业融化于心,得到弘扬。

今年3月至9月,总局在全国范围内组织开展了“老味道、老故事、老品牌——坚守诚信的力量”主题宣传活动,联合地方政府、企业、行业专家及公众等多方力量,通过媒体报道,深入宣传食品药品行业品牌企业的诚信文化和历史传承,讲述诚信为本、以义取利的“中国故事”,弘扬诚实守信的行业风气。活动启动以来,全国各地掀起了追忆传统、感受经典、传承诚信的热潮。

吴浈指出,当前食品药品安全问题依然突出,一些不法分子追逐利益制劣售假,既危害了人民群众的身体健康和生命安全,也损害了食品药品行业的整体形象。要实现食品药品安全的长治久安,必须立足治本,运用法治手段,动员全社会力量,推进食品药品行业诚信体系建设。(永明)

2015 年经济大势调查显乐观

陈欣媛

全球最大的专业会计团体之一的澳洲会计师公会最近就2015年中国经济发展前景进行了调查。调查显示,大部分在中国工作的会计师和商界专业人士,对2015年中国的经济发展和企业前景仍保持谨慎乐观态度。关于2014年中国的国内生产总值,45%的受访者预期实现7%至7.49%的增长。而有超过四分之三的受访者(80%)预期2014年居民消费价格指数将比2013年上涨2%至2.99%。

受访者预期对2015年中国经济贡献最大的三个行业将分别为:消费品和零售业(39%),通讯、媒体和科技业(36%)以及金融和银行业(32%)。

调查显示,最多受访者认为房地产市场下滑(47%)是2015年中国经济面临的最大挑战。从企业的角度来看,运营与劳动力成本上涨(67%)和中国经济发展放缓(61%)是企业可能承担的最大风险。

澳洲会计师公会中国华北区委员会会长吴嘉源先生表示:“调查数据显示,尽管2015年中国将会面临各种挑战,例如房地产市场下滑,但是接近一半的受访者(47%)仍然表示对明年经济抱乐观态度,只有10%受访者表示悲观,这足以证明中国商界领袖预期国家经济将会继续稳健发展。政府已推行一系列税收优惠政策促进个别行业发展,例如科技业。这些政策在2015年必然会持续促进中国的经济发展。”

吴嘉源先生还提到:“调查指出,中国经济及政治的改革政策仍存在不明朗因素,因此推动经济稳步增长为政府当前的重要任务。”

过半数(53%)的受访者预期今年公司在中国产生的销售收入将会较2013年有所增加。另外,65%的受访者认为2014年公司在中国市场的资本开支将较去年上升,这显示了他们对未来的营商前景仍持谨慎乐观的态度。

在投资方面,37%的受访者表示,今年的投资机会较2013年有所增加,而38%的则认为投资环境会维持不变。接近三分之一(30%)的受访者表示其公司在过去的12个月增加了海外投资,也有41%的受访者计划在未来一年投资海外市场。

资讯

践行媒体责任 维护网络安全

由中国报业协会、中国互联网协会主办,中国报业杂志社、北京数创宏亚科技有限公司承办、中国新闻文化促进会、奥网网协办的首届“中国网络安全与媒体责任”公益活动汇报会,9月19日在钓鱼台国宾馆举行。

全国政协委员、中国报业协会副会长、中国新闻文化促进会会长、新闻出版总署原副署长李东东出席会议并做讲话。

李东东指出,此次活动应时顺势,针对网络安全与媒体责任,展开广泛而深入的调查研究、交流、总结、组织、推广等活动,传播了主流价值观,表达了媒体人心声,凝聚了社会各界力量,取得了良好的社会效益,为我国网络安全与信息化事业、践行媒体社会责任做出示范,希望明年的公益活动办得更好。

改进措施提高罗庄个税征管质效

为更好方便纳税人、提高征税工作效率,临沂市地税局罗庄分局通过强化户籍管理、准确核定定额、加强发票管理等手段,提高个体税收征管质效。

该局通过完善管理责任制,责任到人,实施动态监控,加强个体户停歇业户的管理,把好停歇业的审核关、监督关、检查关、处罚关。在核定定额方面,该局对辖区内经营的个体工商户做好典型户调查和到户核实工作,依托个体定税系统,规范个体工商户定额核定测算方法,确定定额核定的定额标准。为充分发挥“以票控税”的作用,该局在日常管理中,对个体工商户发票的领购、使用、开具等情况加强审核和检查,进一步规范纳税人发票的使用行为。把纳税人开票情况与定额调整结合起来,做到税款的应收尽收。(马斯锐)

蒋皓

学习马云好榜样。

智慧在民间。“有个爱画画的孩子叫马良。他有一支神笔,用这支神笔画的东西都会变成真的。”某个故事开头如是说,遐想中国的企业家们都叫马良,“一支神笔”画天下。

三任总理给他“好评”,李克强总理夸过他,说马云们画的是中国梦、企业梦。“爱画画的孩子”可以是过去的马云,为什么不可以是今天中国千千万万的小微企业主呢?他们画的东西,从条件上看也都有“变成真的”可能,可是,谁能赐予他们“神

笔”?

“我们引燃了创业的火种,要让它越烧越旺。”李克强总理在不久前的国务院常务会议上,多次“点题”小微企业,进一步简政放权,为小微企业降门槛、除障碍,是为创业者“扶上马送一程”的应有之义。显然,中国的领导层认识到,没有对呱呱坠地新生者的扶持,就没有明天的阿里巴巴们。那么其他的各服务主体,就应该创造条件让小微企业生下来,活下去,活得好。

尽管如此,但无数人追问:为什么我们这里出不了阿里巴巴?当“小微”起步时、需要扶持时,我们的行动

在哪里?我们给的平台,能否承载他们的梦想?

马云“芝麻开门”的神话被渴望批量复制!然而在融资难、融资贵的巨锁面前,普普通通的“芝麻们”很难叩开创业的大门,创业的冲动和激情被扼杀于萌芽之中。

马云感叹初创时的难:我们没有钱,没有“关系”,没有任何东西。

孙正义活该当首富,因为他在马云走投无路时投了2000万美元的救命钱,如今获得了740亿美元的惊人回报。

的确,马云的想法可以复制,但马云的“贵人”很难复制。

我们小微企业的“伯乐”在哪里呢?再看看我们,银行“势利眼”;风投基金,一方面是高回报,一方面是高风险。“芝麻”们未必都吃得消,它们习惯跟传统的银行贷款,拿不到贷款就铤而走险上民间借贷的贼船,而那无异于把芝麻们扔给了“四十大盗”去蹂躏。近年来异军突起的互联网金融,已成为小微企业破解融资难的重要渠道,甚幸,甚幸!

马良的故事还有后半截:掌事者知道了马良,要马良为他作画,马良画了座有金银财宝的小岛,又画了一条大船,当权贵们坐船去取钱时,风浪把他们全都吞没了……