

【正话工匠精神之二】

打造工匠精神 企业必须学会走自己的路

■ 许意强

日前,华为公司创始人任正非在接受媒体采访时用3个字总结华为的发展历程——痴、傻、憨:别人炒房炒股,华为不为所动,在过去28年坚持只做一件事情,就是对准全球信息通信行业这个“城墙口”冲锋,从过去几十人到到现在几十万人还是如此坚守,持续向西方企业学习管理经验并探索自己的管理创新道路。

痴、傻、憨,是过去28年来一直推动华为持续增长的工匠精神核心所在。不过,对于一直将华为作为发展标杆、欲模仿和复制华为成功经验的众多中国本土企业来说可能失望。因为在全球信息通信行业,华为注定只有一家。这既有时代赋予企业发展的独特动力,也有作为企业家的任正非赋予华为独有的基因,还有几十万华为人为长期探索出的模式与激情。

不只是华为,在30多年的改革开放大潮中,涌现出来的海尔、联想、美的、长虹等传统企业巨头以及阿里、百度、腾讯、小米、360等互联网巨头,其发展模式、成功基因等内生性增长体系都是无法被复制和克隆的。因为

核心提要

没有原创、独创和自主创新能力的企业文化,既不是工匠,更不是精神。对于所有中国企业来说,工匠精神的关键就是不能千人一面、人云亦云、一窝蜂而上,而是应该坚持走自己的路、建立自己的差异化竞争力。

在每家成功企业的背后,都有一份独具匠心的差异化竞争力在支撑和驱动。

如果说,作为企业掌舵人的企业家是带领员工朝着一个又一个目标发起冲击的冲锋号,那么隐藏在每家企业内部的企业家工匠精神则是企业家不断鞭策自我,不断凝聚企业员工动力,不断推动企业可持续发展的关键纽带。由此,工匠精神对于中国企业来说除了强调专业专注与坚持不懈的坚守精神,更要重视对于独创、原创、个性和差异化的创新精神,这才是中国企业可持续发展的最大动力。

过去30多年的中国企业发展历程充分表明,任何企业要想在自己所处的行业和领域占据一席之地,不只能在中国市场取得发展的主动权,还积极参与全球市场的抢夺和竞争。这其中,除了享受来自外部人口红利

等力量的推动,更为重要的是建立起企业内部的原创新、独创性和底层性的技术优势、管理模式,真正要让企业享受到创新发展驱动。

面对当前中国企业发起的热火朝天的工匠精神学习、模仿热潮,除了提倡更多的企业要树立打造“百年老店”目标和方向,在战略上要真正立足长期发展、谋求可持续发展的远景,将工匠精神中最核心的专注执著、坚持不懈动力落地;同时还需要培养和赋予企业更多的“甘为工匠”理念和内核,在策略上要持续不断地推动整个企业坚持原创、独创和首创的精神,要将中国传统的工匠职业精神发扬,建立和形成同行和对手所不具备的竞争实力。

“一直被模仿,无法被超越”,这说的就是大量优秀的企业在市场竞争和产业发展过程中,虽然一直面临着被同行和对手不断模仿、复制的情况,但

是却一直没有被超越,关键就是企业建立起来的一种独特而无法复制的基因。这既是中国企业打造“工匠精神”的必经之路,也是中国企业在时代更迭的背景下谋求弯道超车的最大动力。

没有原创、独创和自主创新能力的企业文化,既不是工匠,更不是精神。对于所有中国企业来说,工匠精神的关键就是不能千人一面、人云亦云、一窝蜂而上,而是应该坚持走自己的路、建立自己的差异化竞争力。

正如海尔集团CEO张瑞敏所说——“没有成功的企业,只有时代的企业。”在打造工匠精神、探索工匠化发展的道路上,中国企业不仅仅要与自己比,要与同行比,还要同时代赛跑,要真正将竞争的主动权立足于产业和时代的背景下,探索出一条满足用户需求的时代创新之路。

人本论

职场需要“没事找事”的人

■ 丁是钉

在日常的语境里,没事找事似乎是一个贬义词。但对于职场人来说,没事找事则是一种值得肯定和赞赏的积极心态。

对于初入职场的新手,由于其对于工作内容还比较陌生,单位通常很少安排比较具体的工作,即使安排了具体工作也不会是满负荷的,目的是给其一个观察和熟悉工作的过程。

恰恰是这样一种安排,给一些新人带来职场上的第一个困惑。既想好好表现,在同事和单位面前留一个好印象,顺利通过试用期,却又感觉什么都插不上手,无事可干,那种滋味几乎能把人憋出病来。

在这种情况下,那些眼里有活,善于没事找事的年轻人就有发挥的机会,就更容易表现出来。

说一个10年前的故事,当时单位里来了几个实习生。恰好有一天外单位有个新闻发布会,需要从我们单位借两个女孩去做媒体接待。本来是同学的两个人,在现场的表现却是迥然不同。

虽然接待媒体的任务主要集中在会议开始前的签到时间,但是按规矩,从开始签到到会议结束,负责接待的人都是要站着的。这3个多小时要是一直站下来,的确是蛮辛苦的。于是,其中一个女孩就不停地抱怨穿高跟鞋太累,意思是单位不应该派实习生来干这样的活。不过,另一个女孩却一直沒有搭茬,却用会议期间基本没有

接待任务的空当,把90多位到场记者的名片都抄写了下来。

两个多小时的时间,一个是在抱怨的情绪中艰难地度过,另一个却给自己和单位留下了90多位记者的媒体资源。如果不出现大的变故,人生的差距在这短短的两个小时里,大概已经可以看得比较清楚了。

没事找事是一种积极的人生态度,是寻找机会创造价值的一种方式,是有责任感和使命感的一种表现。职场人在工作中没事找事,琢磨出了效率更高的工作方法;企业家在市场上没事找事,发现了新的商业机会和商业模式;发明家在别人意想不到的地方没事找事,创造出新科学原理和科技产品。

也可以说,如果没有一群喜欢没

事找事的人,人类就会在某一个水平上停滞不前。既不能发明出我们已经无法离开的智能手机,也不能产生出调动我们味蕾的各种美食,还不能创造出让人类生活变得多姿多彩的各类艺术。如果没有这一切,人类的生活该是多么单调乏味。由此可见,没事找事多么重要。

眼里没活,既是一种习惯,也是一种态度。作为一种习惯很容易理解,90后的孩子多数都是被娇宠大的,在家里几乎什么事都有人包办代替,没有养成找活干的习惯,这几乎是一种普遍现象。但说到态度,没事找事的工作方式和生活方式,却分明表现出一个对于职业和人生的热爱以及由热爱所产生的责任感。

(下转第十五版)

市场观察

反讽式营销:厚道比“机灵”更重要

■ 江金瓠

“魏则西事件”已经随着调查结果的公布渐渐退热,而这一事件中衍生出“周鸿祎PK李彦宏”的话题,却仍留在“江湖中”。

话说“魏则西事件”事发当时,360搜索于5月3日晚发公开信宣称:“市场第二,良心第一。我们决定彻底清除医疗商业推广!”话音未落,周鸿祎接着发“朋友圈”,表示根据行业经验,大家骂某度无论骂多狠都没用,势头过去,可能就没有人再关心这事了。

在人际交往中有一个成语叫“落井下石”,这种行为本身或让人不齿,但是合规合法的“落井下石”,于商业逻辑和竞争规则并无冲突。比如曾经的光明牛奶遭遇“回炉奶事件”时,金龙鱼遭遇“1:1:1”概念危机时,一帮竞争对手当时全站出来,强调自己如何光明磊落,如何一身正气。

竞争对手正面拔牙,背后捅刀往往是奏效的,因为当对手遭遇危机之时,正是它与用户、与消费者关系最为脆弱的时刻,这时离间目标市场与竞争对手的关系,就如同打靶打在七十

上。这次,无论是360的公开信还是周鸿祎的“朋友圈”,都带着周鸿祎一贯的“好战”风格和“AK47血性”,他不仅将360快狠准的特点体现得“刀刀见血”,而且,大家都能看出360此举带有明显的公关和营销色彩。

灭别人的威风,长自己的气势,是市场竞争者常用的招数,尤其在互联网企业,骂对方痛点、聚自家的人气,似乎成了这个行业的“潜规则”。当然,素有“红衣大炮”之称的周鸿祎,几乎就成了引领“骂战”的标志性人物。

说这话,笔者并不带有任何主观情绪。回顾这些年,周鸿祎在互联网界主导的“骂战”,不仅创下无人能敌的数量,更重要的是,凡被周鸿祎“约架”的,无不是当今互联网行业的顶级人物:雷军、李彦宏、马化腾、马云、李国庆……当奇虎360想做手机时,周鸿祎率先掀起了一场与小米手机创始人雷军的一场口水大战。那场口水战持续近一个月时间,两人也由老乡、好友,到最后的剑拔弩张。

再比如,当360想在搜索引擎市场上分一杯羹时,周鸿祎曾利用微博

深夜向李彦宏公开发难:“您是有钱任性吗,您钱再多就可以肆意糟蹋安全行业祸害用户么?”

周鸿祎作为互联网领域的老江湖,乐此不疲地与人“过不去”,因为这是周鸿祎和360最熟悉的打法。

现在,我们不讨论周鸿祎这种做法的是与非,既然大家都认为这是周鸿祎的营销手段,那就关注一下他的系列动作效果。且不说“3Q大战”,就从前两次的“经典”大战,一是骂雷军,一是向李彦宏开炮,业内人士认为,这些是为360做手机提高声望,同时利用主动攻击竞争对手,在舆论上牵制对方。

有“好事者”做过舆情分析:从360与酷派建立合资公司消息传出以来,业内对“360进军手机”的话题讨论表现得波澜不惊。而留在微博上的热门话题还是“360百度撕逼大战”而不是“360酷派”之类的热门词条。也就是说,周鸿祎掀起的骂战,最终对360手机的影响未出其右。

当然,为争夺有限的市场资源,在这个领域里,不只是周鸿祎一个人在战斗,大家还记得京东与阿里吧,双方

曾为“双十一”相互互掐毫不手软。

同样,在一个开放的大市场里,除了互联网行业,其他行业也在不失时机地“挖别人的墙,补自己的洞”。对此,有营销专家指出,所有企业的营销对象只有两个:一个是目标消费者或叫用户,一个是竞争对手。

企业与竞争企业之间的竞争,本质上是对消费者的争夺战。在彼此的争夺中,常见的套路有两种:一个是通过自我提升,以强大的自身优势淘汰竞争对手;另一个就是善于抓住对手产品或服务的问题或漏洞,实时给竞争对手“当头一击”,或给竞争对手加贴“黑标签”。如果说前者靠的是综合竞争力,那么后者靠的就是市场洞察力和反应力。

抓住并利用对方的弱点提升自己的市场号召力和品牌影响力,专家认为既要“实时”,更要“适度”。就拿这次360来说,利用“魏则西事件”对百度展开一次近身撕扯,其做法本身无可厚非,但假如先以同行的身份对百度的所作所为表示出应有的惋惜或遗憾,之后再做自我标榜,效果也许会不一样。

图说国务院常务会议



2016年5月11日

部署促进消费品工业增品种提品质创品牌,更好满足群众消费升级需求。



一是完善市场准入,取消不必要的审批及目录和不合理收费,支持企业在创意设计、提高科技含量和性能等方面下大功夫,促进大众消费品创新和有效供给。

二是培育和弘扬精益求精的工匠精神,立足大众消费品生产推进“品质革命”,推动“中国制造”加快走向“精品制造”,赢得大市场。



三是营造公平竞争营商环境,推进国内消费品与国际标准对标,推行产品认证和第三方质量检验检测,严格实施缺陷产品召回制度。



四是强化监管,全面推开“双随机一公开”监管方式,建立企业黑名单、惩罚性巨额赔偿等制度,完善知识产权保护措施,严打假冒伪劣,防止劣币驱逐良币。



决定进一步精简投资项目报建审批,以改革营造更加便利的投资环境。



会议决定,将投资项目开工前的报建审批事项由65项减至42项,其中规划许可、市政设施建设等24项审批整合为8项,并保留涉及环保等方面的法定审批事项。

对保留的涉及环保等方面的法定审批事项,各地要全部纳入政务服务大厅或在线平台,简化流程、缩短时限,便利企业办事。



通过《长江三角洲城市群发展规划》,培育更高水平的经济增长极。



一要打造改革新高地。复制推广自由贸易试验区、自主创新示范区等的成熟改革经验,推进金融、土地、产权交易等要素市场一体化建设,开展教育、医疗、社保等公共服务和社会事业合作。

二要争当开放新尖兵。大力吸引外资,探索建立自由贸易港区,推进贸易便利化,促进外贸稳定发展和升级。



三要带头发展新经济。强化装备制造、信息技术、生物制药、汽车、新材料等高端制造业关键领域创新,发展金融、研发、物流等现代服务业。



四要以生态保护提供发展新支撑。实施生态建设与修复工程,深化大气、土壤和水污染跨区域联防联控,建立地区间生态保护补偿机制。



五要创造联动发展新模式。发挥上海中心城市作用,推进南京、杭州、合肥、苏锡常、宁波等都市圈同城化发展。到2030年,全面建成具有全球影响力的世界级城市群。

