

让“工匠精神”落地

本报记者 江雪

2017年,由柳传志、李东生、贾跃亭等多位企业家为代言人的宣传片《什么是工匠精神》一经播出便引起极大关注。公众认为,这不但意味着中国企业家对“工匠精神”的高度认可,也意味着中国企业家开始真正自觉走向“工匠精神”时代。



王利博制图

崛起的“新匠心派”

2017年3月20日,郑州的一个品牌公众号报道了“香港食神”蔡澜对郑州、大连某些“新匠心派”连锁品牌的评价:“这是饮食界的‘华为’,制造业的匠心典范,看似巧合,实则并非偶然,都是十几年厚积薄发的结果。”

当蔡澜表示“把匠心派代表品牌引入香港”时,后面支撑品牌的是标准工艺、高效生产、优

质食材组合的“新匠心派”文化内涵,这也是“新匠心派”创业家十几年默默学习日本匠人——“手工皂之父”石野荣一的结果。

事实上,日本的手工皂业已被石野荣一的名字所代替,而来自中国的学习者也越来越多。

当柳传志等众多企业家为“工匠精神”做代言时,周广胜的天然檀木梳子以“润发细无声”的文化内涵在各大微商店铺热

销。“精选一块绿檀,细琢一片青莲,一把好梳,给你一生温柔呵护”,这是创始人高贵性情和养生之道的结合。当走遍阿根廷雨林的周广胜终于拿到那块注定为梳子而生的檀木时,为其上万次的划线、开齿、按线、打磨也注定成为他的命运。

在周广胜的世界里,梳子不是商品,而是“七月的荷花,一朵有一朵的韵致,一叶有一叶的清

雅,正如美好的你,岁月的情丝需要细心的呵护。”问他有什么秘诀?他的回答是“专注、细心、熟练、鲜活。”

是的,正如匠人周广胜所言:“一块好木、一张砂纸、几把锉刀,千万次的打磨、雕刻、精修,成就一把好梳。然后才是愿得一颗心,白首不分离。”

如此商品,岂能让人不动心?

让古老技艺发展下去

拥有60年历史的云南老糖匠申遗产品“巧家红糖”刚上“艺非凡”平台时,70%的消费者是白领女性。而与此相对应的是,工艺传承人竟然是一位叫“郭发万”的老人。当他系着花布围裙,用布满老茧的双手微笑地捧着一盒盒“巧家红糖”出镜时,金沙江畔甘蔗林里摇曳出的风,给消费者带来了古老技艺的呓语:请挽救那份即将逝去的味道吧,那是中国古老的幸福味道,是自然的香甜味道。

《中国企业报》记者观察到,

2016年开始,中国微商平台出现了多家为保护中国工匠文化、工匠技术产品和传承人价值的品牌平台。来自台湾的“百念品牌”创始人周百念,一辈子研究中医,并把研发出来的高端口腔保健产品带到内地。他多次表示,“我以自己的名字为品牌做保健品,是因为左手托着台湾南部杉林药材基地,右手托着研发和认证。我的理想就是做出世界最好的、无化学添加剂的牙膏。”

“这是符合当今时代的高端工艺走向——特制,然后逐渐达

到普及。”一位营销专家非常认可这样的营销模式。他表示,“这和华为、苹果的销售模式很相似,但是更关键的是,商品本身的工艺是否决胜、是否绝代。不然,一盒牙膏怎么能够卖到一个高档化妆品一样的价钱?这是理念带来的产品链以及商品品牌价值。”

蔡澜说过,匠心不是迷障,对匠心的狭隘理解才是迷障。

记者研究发现,这两年时间,很多“新匠心派”品牌的步子之所以迈得大,是因为投资人、创始人敢于结合世界最先进的“标准

化”。这是对“工匠精神”认知上的突破,是文化多层面的创新,更是古老技术、技艺、技巧可持续发展下去的保障。

“无论我们天性如何,我们一定要让其自然发展,否则我们的生活充满了欺骗。”这是一位现代手工艺人的宣言。作为品牌创始人,又是手艺人、销售商的他,每天以手工生产一至两个手工艺木食具而自豪,常常在创作中感叹,“材料本来有个特点,而我要把它无限放大,大到它成为一种美感从而使人有所感悟。”

青年创业者的精神依托

“娱乐硬糖”在《匠人、诗词、信札,一场久违的中产阶级趣味的胜利》中这样写道:“2016年的一股清流在2017年渐渐变为新潮,这种趋势也在业内日益被重视。《了不起的匠人》播出后迅速走红,说明除了匠人精神令人敬佩外,它已经成为青年创业者的一种精神依托。匠人顺心所欲、专注所爱的生活方式,正是在欲望和焦虑中挣扎的青年人向往的。”

那些数十年专心做一件事

的匠人故事,无论说的是高原“唐卡匠”、“纺织匠”,还是中原的“漆器匠”、“团扇匠”、“角弓匠”,所蕴含的文化脉络都显得格外意味深长。

3年前开始参与“绣娘工艺”挖掘的企业家夏华表示,“看《了不起的匠人》和《大国工匠》纪录片所受的启发和共鸣是,当今的匠人们坚守的浪漫和追求,也是靠商业支撑的。大家明白并愿意开展国际大合作。”

通过文化学者、社会学家、企业家、投资者们多年来对“工匠精神”的呼唤以及深刻挖掘,到对民间匠人的寻找、保护,再到对匠人技艺的传承、开发和树立当代品牌的结合,都已经成为很多商学院的市场案例,得到创业家们的高度重视。

正如一位企业家所言,“积极探索让匠人技术落地、成为文化品牌标志的时代已经到来。”

今年的政府工作报告中再一次提到“工匠精神”,并明确

提出大力弘扬“工匠精神”,厚植工匠文化,恪尽职业操守,崇尚精益求精,打造更多享誉世界的中国品牌,推动中国经济发展进入质量时代。“工匠精神”已经成为推动“中国制造”转型升级的重要指引,不但有中国航空工业首席技能专家、中航工业导弹院的赵晓明呼吁“工匠精神是一种完美理念”,还有中国工人“工匠榜样”许振超在议案中建议加快职业技能开发立法工作。

江湖



大卫·洛克菲勒去世



北京时间3月20日晚,美国传奇富豪大卫·洛克菲勒去世,享年101岁。多家网站发出洛克菲勒家族与中国渊源颇深的照片,其中最引人关注的是洛克菲勒基金会援助的中国医疗机构和相关研究机构。

解读:

洛克菲勒家族早在几十年前就来到中国,帮助建设医院、学校。北京协和医学院是洛克菲勒基金会在海外单项拨款数目最大、时间延续最长的慈善援助项目。此后,他们还斥资捐助13所综合性大学,其中最大的资助对象是燕京大学。人们不会忘记他们,因为他们的慈善行为值得敬重。

杨元庆表示“操刀”手机业务



联想刚刚公布的第三季度财报显示,其移动业务上季度销售收入同比减少23%。而其在中国智能手机厂商中的排名也早已跌出三甲。对于移动业务,杨元庆表示“有意亲自操刀”,并为此引入4名高管。

解读:

一个月内连续引入4名高管,或许是联想对移动业务“清零”后重启的信号。在过去的一年里,联想移动发生“巨震”的确是从人事、架构上的调整开始,逐渐到了渠道资源。对于结果,杨元庆必须接受。因为企业家的使命就是“知难而上”。

李东生有了“退休时间表”



近日,企业家李东生表示,希望65岁就能够退休。对于接班人选问题,他也已经有了自己的打算。

解读:

尽管心中有退休的时间表,但是李东生工作的步伐丝毫没有放缓。如今TCL在全球80多个国家和地区设有销售机构,业务覆盖了160多个国家和地区,他每年几乎有两个月都在国外。虽然不似当年的“风光”,但是李东生还是能获得公众足够的尊重。

(本报记者江雪整理、点评)