宝钢企业的伦理精神

（宝钢集团公司 华东师范大学哲学系） 樊纯诗 钱蕾

21 世纪将给企业伦理的深入发展提供新的天地，伦理文化的创新列人企业发展战略是企业进行正常经营活动和发展的需要。目前，伦理学界对企业伦理理论进行着广泛而深入的研究。但是，为个别企业的伦理精神所作的个案分析似不多见。我们注意到，曾以规模、技术和规范化管理闻名的宝钢企业，今日又以立足自身管理实践凝练而成的企业伦理精神再次令国人瞩目。宝钢紧紧抓住发展企业伦理的契机，结合时代特征和本企业经营管理实践，以“原源之辨”为方法论原则，对从日本引进的企业管理经验、大庆精神和儒家伦理精神进行整合，创造出了以“学习、创新、求真、务实”为核心的有中国特色的企业伦理精神。这里我们试对此作一初步分析和概括。

“原源之辨”是朱贻庭教授提出的用来探讨社会伦理建构成因的一种方法论原理，在这里我们用来研究宝钢企业伦理精神的理论前提和方法论原则。“原”指的是本原和根据，包括社会现实的经济关系、政治状况、社会结构及其变革，它决定了宝钢企业伦理精神的社会性质、价值导向和时代特点。“源”指渊源和资源，包含历史中形成的传统伦理文化和外来的伦理文化在内。“源”不仅影响着宝钢企业伦理精神的建构，而且为这个现实的伦理精神提供可以选择的文化资源。作为渊源的文化资源必然受到作为本原的现实条件的检验、改造、筛选，从而实现“原源”的重新整合，形成有时代特征和本民族、本企业特色的伦理精神。“原源”整合可分为两个层次：其一，多种伦理资源的渗透、整合。其二，本原对伦理资源的改造和检验。当然，不能将两者完全割裂开来，它们本是统一在一个整合的过程中的。

多种伦理资源的渗透、整合，产生“和同之辨”的新问题。中国古人有云：“和实生物，同则不继。”“和”的基本含义是指新事物的形成与发展总是由各个不同的对立面相互统一而产生，即不同的东西的和合、掺和、和谐统一；“同”的基本含义是指只有某一面的自我同一，即相同的东西的简单相加或同一，那是永远也不会产生新事物的。这种明辨"和同"的思想在宝钢企业对待伦理资源问题上，显然提供了重要的指导，即对伦理资源所持的态度不是同而是和，不能简单相加而要有机整合，也就是孔子说的“和而不同”。“和”并非是否认存在着不同的事物，相反，它恰恰是承认存在着不同质的事物，并以此为基础，进一步将不同质的事物统一成为新的事物。在这个“和”或“统一”的过程中，有量变，也有质变；有肯定，也有否定。但绝非你死我活和有你无我的对抗，而是不同质事物间相互承认、相互包容、相互依存、相互作用、相互渗透而组建的一个新的统一体，即新生事物。概括地说，“和实生物”或日“和而生”是不同事物间彼此友好和合、优势互补、相得益彰、共同创新。

“和而生”内化为宝钢本企业的伦理文化就是“学习与创新”的伦理精神。宝钢企业的生命力之所在就是：以学习为前提进行改革和创新。对“源”的吸收整合是学习过程，进而，对伦理资源的学习也是创新过程。这样，整合出来的伦理文化就不是几种伦理资源的简单相加，而是它们互相渗透、共同创新而成的新生有机体。“源”作为宝钢企业伦理精神的渊源，主要包含了三个方面。第一，建厂初期引进日本企业管理的伦理经验-日本企业管理中的“团队精神”；日本企业处理“政企关系”的方式；日本企业“以人为中心的管理”。第二，大庆精神-大庆艰苦创业精神；大庆敬业精神；严格追求产品质量的品质；为掌握科学技术而勤奋学习并技术创新的品格。第三，儒家伦理精神-“民为本”的德治管理；“和为贵”的人和思想；“举贤任贤”的人才观。对传统和外来文化的兼收并蓄体现了宝钢企业“学习与创新”的伦理精神。

在立足本原对伦理资源的改造、检验和筛选上，是以“求真、务实”的伦理精神作为指导的。“原”作为宝钢企业伦理精神的本原和根据，包含了经济、政治体制和社会结构转型的实际。市场经济是商品经济高度发展的阶段，带来社会结构和利益关系的调整，根本标志是人的依赖性向独立性转变。当人成为利益主体，成为利益的自主者，就必然引起以“义利”、“群己”关系为核心的伦理关系变革。同时，现代企业制度的建立使企业法人形成了自觉的独立意识、权利意识以及自觉自愿的责任意识的统一；国有企业资产重组引起企业内外部关系的变化，要求企业改变原先一贯的生产经营理念，呈现面向市场、面向竞争的独立姿态。内外部伦理关系的变革引起宝钢相对管理实践而言的伦理理念的变革，即其伦理精神的创新。对此，宝钢需要考察传统伦理文化的现代性价值，需要吸收外来伦理文化的合理内涵，但其对多种伦理资源的整合是以“原源”的整合为前提的，

www.yangtze.org.cn

传统儒家伦理、大庆精神、日本企业管理文化之间的交互作用、相互渗透、共同创新不能脱离当今中国实际，即上面提及的本原和根据。宝钢对伦理资源的学习以及对伦理精神的创新都立足于本国现状和本企业特色，因此，“求真、务实”精神是“学习、创新”精神的前提。

“学习、创新、求真、务实”是宝钢企业伦理精神的核心，但在各个层面上有不同的表现形式。

“人和”思想和企业集体主义。审视宝钢与国家、政府的关系定位，对日本企业“政企关系”进行反思，通过对日本企业管理“企业团队精神”的扬弃，吸收儒家的“人和”思想，从而构建了新型的企业集体主义。单打独斗不可能获得现时代的成功，光靠领导者弹精竭虑而没有员工的积极参与，只是提高员工的个人能力而没有有效的团队协作和思想管理，在竞争日益加剧的今天已没有生命力了。要想取得成功，就应充分运作人力资源，在最大程度上形成团队的凝聚力，让每一个团队成员都明确自己的责任，从而发挥他自己的作用。宝钢企业从宏观上树立自己的团体精神，作为统领全体成员的一种价值导向，决定了团队合力的正确性质和方向。在具体方面则把握好企业与员工二者之间的关系，制定代表全体员工利益和意愿的企业目标，并形成以共同价值观为核心的文化，以之作为凝聚力的基础。

人本管理精神。宝钢在其内部管理中，对日本企业“以人为中心”的管理模式加以引进；对日本企业“作业长制度”合理内涵加以改造和吸收；制定了员工岗位道德规范和劳动纪律，实施岗位培训、继续教育和自主管理。人本管理相对于物本管理而言，后者之根本着眼点在于研究企业如何最大限度地发挥物质技术设备的潜力，而前者则重视人的因素，服从于人的需要和特点，满足人的需要、协调人际关系、激发人的工作热情、发挥人的潜能，以此为企业管理的立足点。企业要成为一流的企业，必须要有一流的产品；要有一流的产品，必须要有一流的技术；要有一流的技术，必须要有一流的人才。优秀人才是一切财富中最珍贵的财富，是一种创造性的财富。宝钢企业强调人的素质在企业运行中的重要作用，坚持以人为本，实行人本管理，把塑造员工共同的理想、信念和价值观作为企业的动力源，尊重人、理解人、关心人，努力做好培育人、激励人和提高人的工作，把人和人的素质放在生产经营与管理的制高点。

社会责任意识和生态伦理精神。一种优秀的企业文化或伦理精神，必定不会抛弃历史人文精神的精华。宝钢在处理企业与社会关系的伦理定位上将大庆精神对社会责任的重视和儒家的生态伦理精神融合起来，建立可持续发展的意识。儒家关于人与自然关系的思想大致包括两个方面：一是“尽人之性”；二是“尽物之性”；进而设置了“正德、利用、厚生”的德目。儒家一方面重视利用厚生以表现精神，完成人之精神文化生活；另一方面，又不仅仅以物为文化之手段或材料，而将自然万物之变化生长本身，仍视为有独立存在的价值，“用物不求竭物，使之恒有余而不尽”。这与今日主张回归自然的现代生态观所追寻的目标是一致的。现代生态文明观要求从现代科学技术的整体性出发，以人类与生物圈的共存为价值取向发展生产力，以人类社会与自然界相互作用为中心建立生态化的生产关系和经济体制，从而保证人类的世代延续和“自然-社会-经济”复合系统的持续发展。可持续发展的内涵是能动地调控“自然-社会-经济”复合系统，使人类在不超越资源与环境承载力的条件下，促进经济发展，保持经济发展。

以诚信为本的市场道德。宝钢在处理与市场的关系层面上，奉行诚信为本、顾客至上的市场道德。企业只要面向市场和用户，就必然存在与消费者的关系定位。在企业向顾客提供产品和服务的过程中，只要是商品买卖行为，就会有权利和义务的关系存在。由于市场交往行为中，企业的自身目的最终是为了出卖自己的商品以实现商品的交换价值，而要达此目的，就必须让顾客或用户承认商品的使用价值。因此，企业不仅有必要承担对消费者的责任和义务，还要为消费者提供优质的服务，以顾客满意为宗旨来开发设计、生产和销售。基于此，“用户满意战略”是宝钢企业的一项重要市场战略。此外，企业在实现商品的社会价值时，又必然遇到激烈的市场竞争。这就要求企业的市场交往行为必须有利于而不是有损于正常的市场秩序和消费者的权益。据此，宝钢企业市场交往行为的基本伦理模式，用中国传统伦理的概念来表述，就是“见利思义”、“正义谋利”，宝钢坚决反对“见利忘义”的极端功利主义和企业利己主义，以“同时拥抱灵魂和利润”为价值目标。

宝钢企业在伦理资源相互渗透上的“和同之辨”、“原源”整合的方法论以及“学习、创新、求真、务实”的核心伦理精神，作为有中国特色的企业伦理文化，需要我们进一步从理论上进行整理和研究，这种研究将对中国企业伦理的发展提供一定的借鉴意义。

（责任编辑 刘晓虹）

www.yangtze.org.cn