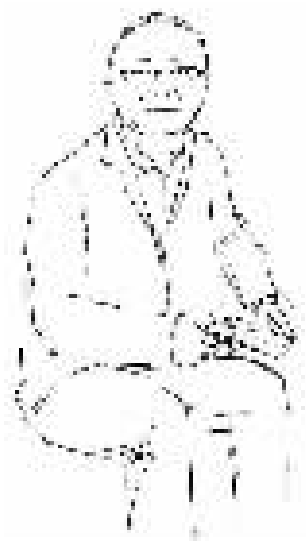




回到源头，拿出绝活

记者 薛智谊

最近，《苦难英雄任正非》的作者王育琨在宁波讲华为的成功之道。他说，2013年任正非约他喝茶，当他轻描淡写地说稻盛和夫就是个制造精密陶瓷的，却建设了两家世界级500强时，任正非打断他说：“稻盛做的精密陶瓷是一种叫氮化镓的新材料，未来的精密医疗器械和电子网络的核心部件会大量用到，而最好的氮化镓可能来自京瓷。京瓷在未来10~20年会引领一场实实在在的新材料革命。人靠绝活立身，企业靠好产品实现高收益。你脱离产品，脱离厚积薄发的研发生产过程，只说哲学和心法，不接地气，会误导中国企业家！”

1 “人靠绝活立身，企业靠好产品实现高收益。”诚哉斯言！而现实中，我们总是向外求，总是到处寻访好工具、好模式、好理念、好方法、好心性，就是不知道回归源头，在根本处用力。做任何事，不管是生产物质产品，还是生产精神产品，都必须“回到源头，拿出绝活”。回到客户需求的源头，回到生产者天赋天性的源头，回到产品最终实现效能的源头，带着爱和灵魂，聚精会神拿出“大美绝活”。

2016年，任正非接受新华社记者采访时曾说：“如果小企业采用大公司的管理制度和方法论，专家讲得云里雾里，你搞不懂。你就是真心诚意地磨好豆腐，豆腐做得好，一定是能卖出去的。只要真心诚意去对客户，改进质量，一定会有机会。不要把管理搞得太复杂。”

王育琨说，“做企业就是磨好豆腐给妈吃”这句话虽然是句大白话，但有着丰富的内涵。“把客户当成至亲的人”，也就会“磨出最好的豆腐”，“把最大利益给客户”，带着对妈妈的爱、敬畏和郑重去做产品，这个意念了不得！它一下子就赋予商业全新的意义，虽然没有“爱”和“利他”的字眼，但却把“爱”和“利他”放在了无与伦比的高地，并落在实处。

“互联网时代，什么都在变。做企业的根本点不能变。你想要客户掏腰包，你就要把客户当成至亲的人，把最大的利益给客户，就要给他们磨出最好的豆腐！”王育琨说，企业一定要回到源头，拿出最美绝活，能拿出一两款拳头产品，一生都不会白过！

“磨好豆腐给妈吃”，需要抓住技术战略这个本。把天底下的用户当成“妈”，就与所有用户连接在了一起。这就直落商业的根本，体现了从事商业的基本态度：虔诚、郑重和创造。这也体现了万物一体之真善美。

为了磨出最好的豆腐，任正非一有钱就投资搞技术研发。到2017年年底，华为投资研发的资金已达4000多亿元。华为从2018年开始每年投资200亿美元从事科学技术探索，而其中的20%~30%，不是投资可预见的技术和产品，而是投资未来科学前沿的研究。

“磨好豆腐给妈吃”，自然让人想起一个热词——“工匠精神”，想到日德企业把简单的事做到极致的职业精神。什么是工匠精神？有两个核心元素不可或缺：精雕细刻、精益求精。而严谨、一丝不苟；耐心、专注、坚持；专业、敬业等，都是“工匠精神”的内涵。

其实，在中国，“工匠精神”古已有之。《庄子》里的庖丁，解牛时“游刃有余”，切中肯綮，鬼斧神工，神乎其技。《庄子》还塑造了大批匠人巧者的形象，其中有一位承蜩者（以竿取蝉的人）。《庄子·达生》篇说孔子看见一个驼背老人正在用竿子粘蝉，就好像在地上拾取一样。这位老人说：“虽然天地很大，万物品类很多，我一心只注意蝉的翅膀，从不思前想后左顾右盼，绝不因纷繁的外物而改变对蝉翼的注意，为什么不能成功呢！”孔子转身对弟子们说：“运用心志不分散，就是高度凝聚精神（用志不分，乃凝于神），恐怕说的就是这位驼背老人吧！”

精益求精、心无旁骛地专注于手下世界的“工匠精神”，被不断内化、延伸至更广的领域。《诗经》中“有匪君子，如切如磋，如琢如磨”的句子，后来被孔子用于比喻君子的自我修养，认为君子修养应像加工骨器，切了还要磋；像加工玉器，琢了还得磨。古人常以“匠心”喻“文心”，有“匠心独运”的说法。文化创作中无论是“打磨”“勾画”，还是“描摹”“推敲”，都是精益求精的“工匠精神”的呈现。

王育琨还说了这么一件事：“日本一位50多岁的女老板每天都在用明火烤年糕。我问她：‘您的店这么大，这么多员工，为什么非要亲手烟熏火燎地烤年糕呢？’她微笑回应说：‘接近美，接近神。’”

“这个回应把我惊呆了。我没想到，一个如此平凡的匠人，可以有如此的境界。”王育琨说，这里面更多的是诚意。《中庸》里说：“唯天下至诚，可以立天下之大本”。至诚于当下，做成绝活，这是自我超越的尽性之道。

稻盛和夫曾说：“企业家要像匠人那样，手拿放大镜仔细观察产品，用耳朵静听产品的‘哭泣声’。”有一次，稻盛坐车时突然告诉他的司机：“车子坏了。”司机不信。稻盛说：“不对，我听到了车子里一个特别的声音，那是车子在哭泣。”司机没辙，只好停车检查，没发现问题。最后汽车被送到修理厂，发现发动机上有一个螺丝掉了，很可能酿成事故。

一个人如果真的对产品“痴迷”了，真的会有一种“心有灵犀一点通”的感觉，在任何一个行业都会发展得很好。

中国制造不缺能力，比如，中国游客从日本带回的马桶盖，其实是中国生产的，只是它们遵循的是日本的标准和技术要求。

数字化、智能化时代，愈是高科技产品愈需要高技能“工匠”。宁波要从“制造”走向“智造”，不仅需要大批的科学技术人才，同时也需要千千万万的能工巧匠。具有新技术、新思维，专注敬业、精益求精，技艺娴熟的技能型人才，是我们城市发展的产业脊梁！