

宁波企业家的“硬核”力量： 从阳明心学中汲取智慧

今天，正值明代大儒、心学家王阳明诞辰551周年，由宁波市文化广电旅游局主办、宁波市文化旅游研究院等承办的阳明心学之旅线路发布会暨青年企业家研学首发团启动仪式在余姚举行。

活动现场将发布阳明心学之旅线路及游学标识，展现阳明心学之旅线路背后的核心文化和特色，推进宁波擦亮阳明文化“金名片”。

百余名青年企业家将参与光明良知行·青年企业家阳明心学之旅。通过实地走访，他们将一同感受王阳明悟道传道的山路历程。

“我们全力打造阳明心学之旅线路，是为了更好地传承和挖掘阳明文化，推动阳明山区域文旅高质量发展。我们期待更多人来开启‘阳明心学’的寻根之旅、‘知行合一’的人文之旅、‘天人合一’的自我发现之旅。”市文化广电旅游局相关负责人说。

徐凫岩



擦亮城市文化品牌

众所周知，宁波余姚是阳明故里，阳明心学是宁波文化的大IP。

依托阳明文化独特的资源禀赋，围绕王阳明的出生地和成长地、阳明文化的发祥地和重要传习地，宁波积极打造阳明文化“圣学发祥地”“创新实践地”“最美朝圣地”，塑造宁波“阳明故里 心学圣地”的城市文化品牌。

宁波从城市能级提升角度出发，在市级层面统筹阳明文化建设，去年组建了阳明、安石文化建设工作专班。专班成立以来，成员多次前往各地开展调研，排摸全市阳明文化资源，了解全市阳明文化建设现状，并制订了《宁波市阳明文化建设三年行动计划（2023—2025）》。

同时，专班成员还前往江西赣州等地进行文化交流，推动开展“宁波企业阳明文化建设”等多项具有宁波特色的阳明文化专项研究。去年，世界阳明学大会等活动举行，标志着我市在推进阳明文化标识建设方面取得显著成效。

据悉，今年的宁波（余姚）阳明文化节，宁波积极探索阳明文化的实践意义：一是与宁波的产业发展结合，探索阳明文化与宁波企业家、宁波企业发展之间的深层关系；二是从“民心相通”的角度出发，挖掘阳明心学

在中外文化交流中发挥的积极作用；三是以“文旅深度融合”为目标，推进浙中王学研究，深挖王阳明带领弟子游历故乡四明山的故事，发布四明山阳明文化研学路线。

其中，今天发布的阳明心学之旅线路，就与王阳明的生平经历密切相关。

1513年，王阳明带徐爱等弟子游学四明山逾半个月。他们的游学线路涉及余姚、慈溪、上虞、鄞县、奉化和宁波府城，途经龙泉山、永乐寺、金沙岭、黄竹岭、汪巷村、隐地龙潭村、杖锡寺、蜘蛛岭、徐凫岩、雪窦寺等地，欣赏了白水冲瀑布、石笋双峰、三龙潭、千丈岩等美景，相当于完成了一次宁波全域的深度文化旅游。

徐爱专门写了一篇文章《游雪窦因得龙溪诸山记》来记述此事，王阳明也在他写给黄绾的信中描述了这段经历。王阳明晚年侍学弟子钱德洪和明末清初大学者黄宗羲，也都提起过这件事。

“我们通过文献考证，梳理了阳明先生的游学线路，又进行了实地考察调研，对相关点位进行改造提升，加入了‘新建伯第’‘瑞云楼’‘中天阁’‘四先贤碑亭’‘中山公园’等点位，打造‘心动四明·阳明文化致良知路线’。”市文化旅游研究院相关负责人介绍。

甬商的“硬核”力量

在中国的商业舞台上，宁波企业家以其独到的眼光和勇于创新的魄力，展现了宁波这座城市的“硬核”力量。

截至去年，宁波拥有83家国家级制造业单项冠军企业，数量位居全国第一。截至今年7月第五批名单公布，宁波国家级专精特新“小巨人”企业数量已达352家，在所有城市中位居第三。可以预见的是，宁波的单项冠军、“小巨人”未来还将持续扩容，共同汇聚起这座城市打造全球智造创新之都的“硬核”实力。

宁波企业的发展与地域文化价值密不可分。宁波先贤王阳明，是立德、立功、立言的“真三不朽”圣人，其一生坎坷，历经磨难，但崇德尚义，文韬武略，成就卓著，其学术流传至今，堪称学界巨擘、“百世之师”。

阳明心学不仅是传统文化的瑰宝，也是商界的宝贵财富。阳明心学强调“知行合一”和“致良知”，主张理论与实践相结合，追求真实、公正和坚守道德原则的理念。这些理念与“成己

成物”“致吾心良知之天理于事事物物”等理想精神，为企业构建了清晰的价值观念，更为企业家在商业实践中的成功，提供了丰富的哲学思考和实践指导。

作为思想家、教育家、政治家，王阳明的人格特征与生平经历，以及他在历史境遇中所达到的立德、立功、立言的“三不朽”，激励着有雄心和抱负的企业家。

阳明心学为宁波甬商的发展提供了重要的理论价值支持。从宁波到上海，从香港到世界，宁波涌现了一代又一代工商巨子和名流，他们从阳明心学中汲取智慧，把自己开拓创业的奋斗历程与家乡、民族的命运紧密地联系在一起，成为创新、开放、高质量发展的先行者。

传承和弘扬中华优秀传统文化，是新时代企业家当仁不让的社会责任与重大使命。对宁波企业家来说，更有责任与使命继承好、利用好、发展好阳明心学这一宝贵的思想资源，进一步激发阳明文化的生机与活力，为宁波当好“重要窗口”“模范生”、建设共同富裕先行市、建设现代化滨海大都市贡献力量。



阳明文化的甬商实践

面对新一轮科技革命和产业变革的挑战，宁波企业家更是将阳明心学的智慧融入企业发展。他们以开放的心态和创

新的精神，积极探索新的商业模式和市场机会，为企业的发展注入新的活力，使得它们在激烈的市场竞争中保持领先地位。

那么，阳明文化如何为新时代企业家提供精神源泉？甬商代表又是如何践行阳明思想？江丰

电子、贝发集团、方太集团、舜宇光学、赛尔集团等企业负责人的分享，或将为其他企业家提供借鉴和启示。

江丰电子：筑梦“中国芯”

“我认为‘知行合一’是从嘴到脚的距离，说十遍不如做一遍。”在宁波阳明工业技术研究院执行院长崔望看来，“知行合一”就是要走到一线去，因为坐在办公室里，你看到的都是问题，到一线去就能找到办法。

崔望介绍，为了做好“中国芯”，江丰电子始终贯彻“四个凡事”：凡事坚持到底，凡事尽到努力，凡事追求完美，凡事争取第一。芯片、溅射靶材、“中国制造2025”……江丰电子把这个个“热词”转化为核心技术，

打破国外技术垄断。

企业简介

2005年，宁波江丰电子材料股份有限公司主攻超大规模集成电路制造用超高纯金属材料及溅射靶材研发生产。2005年10月，江丰电子成功研发第一块中国制造的靶材，实现溅射靶材的产业化，填补了国内溅射靶材工艺的空白。为了解决原材料“卡脖子”难题，江丰电子开始布局上游原材料的自主产业化，目前已建成多种超高纯金属材料的产业化基地。



市文化旅游研究院相关专家调研舜宇光学。

方太集团：文化让科技更有温度

“任何一种管理，都是在文化基础上发明的管理手段，离开文化的土壤，就会无效。”方太集团董事长兼总裁茅忠群对中华优秀传统文化情有独钟，希望它能成为方太最核心的企业文化。

方太集团的每一名员工每天都要花15分钟时间诵读经典，如《弟子规》《论语》等。“因为文化，能让科技更有温度，也能让顾客在使用我们的产品时感受到‘人情味’的一

面。”茅忠群说。

企业简介

方太集团创建于1996年，以智能厨电为核心业务。通过多年努力，方太集团凭借雄厚的研发实力，成为中国厨电领导者，并在国家发明专利数量方面成为行业翘楚。方太集团主导制定了吸油烟机的国家标准与国际标准，更以出色的工业设计实力，斩获了多项国际大奖。

舜宇光学：我心“光”明

“阳明思想及从阳明心学中转化而来的企业家精神，是我们舜宇光学企业文化的重要组成部分。”舜宇光学科技（集团）有限公司总裁助理张国贤说。2021年起，舜宇光学创办了“阳明文化培训中心”大讲堂，组建企业阳明文化志愿者队伍，成立以中高层管理人员为骨干的“致良知”星火会，推行一日一学《阳明文化经典诗文》、一周一次《星火会》《最美家庭建设》课程等“五个一”学习法，掀起全员学习阳明文化的热潮。

张国贤认为，舜宇光学取得如今的成就，最重要的秘诀是集团创始人王文鉴讲的六个字：目

光、胸怀、毅力。“我们与‘光’共舞，从看得见看得清再到看得懂，我们一直在创新光学镜头的技术，这也是舜宇光学对‘致良知’的理解与实践。”

企业简介

舜宇光学是一家全球领先的综合光学零件及产品制造商，被称为“安卓手机镜头之王”。该企业2020年跻身中国企业500强，集团共设九个子公司，其中三个子公司是国家级制造业单项冠军。2021年，舜宇光学掌控了全球近40%的车载镜头市场，市场占有率稳居世界首位，是名副其实的世界级光镜巨头。

贝发集团：用心做一支“中国好笔”

一支笔，如何做到享誉全球？“王阳明说，志不立，天下无可成之事。知、信、愿、行、果、持是我们学习阳明哲学后总结出来的一套六字管理方法论。”贝发集团董事长邱智铭分享了他的成功秘诀：二十余年如一日地坚持用心做好每一支笔，让“贝发制造”成为中国好笔的“金名片”。

“中国制造的笔，能不能做到书写这么流畅？”2015年的“总理之问”，刺痛了集团邱智铭的心，也更加坚定了他制造“中国好笔”的信念。在邱智铭的带领下，贝发一直坚持创新研发。他说：“时至今

日，贝发集团依然保持平均每三天研发一个新产品，每三天申请一件专利，历年申请专利有效数量超过3000件。”

企业简介

贝发集团是国内文创产业的龙头企业，也是国家级制造业单项冠军、中国笔类出口第一企业，建成世界上最大的单体制笔厂房——贝发中国制笔城，并荣膺“中国制笔王”称号。如今，贝发集团又开始赋予文具产品更多的创意，持续研发人工智能笔、食品级墨水马克笔、高端文创礼品笔等。

赛尔集团：“知行合一”的力量生生不息

谈起赛尔集团的企业文化，集团创始人徐平矩的第一反应就是“知行合一”。他说：“要做出一个正确的决策，我觉得还是要集合众智。企业的发展，要与员工的发展、客户的发展、社会的发展相统一，才能命运与共，才能把人才的力量汇聚起来，形成发展合力，实现双赢。”

基于此理念，徐平矩推行“共享领导力”的企业发展原则。2017年，赛尔集团开始将子公司多股东

激励方式升级为集团事业合伙人机制，至今合伙人已有近150人。

企业简介

从7人到2000余人，经过26年的发展，赛尔集团的年营收额达到12亿美元。赛尔集团已与全球120多个国家和地区的2000多个买家建立了稳定的贸易合作关系，其中大中型终端连锁超市客户占比超过70%。

撰文 廖惠兰 黄文杰 图片由活动方提供



孔石（尖岚）