

CHINA

独运匠心

NEED

精益求精

中国需要 工业精神

全新升级版

汪中求 王筱宇◎著

一个民族的现代化应该有一种担当，

一个国家的企业家群体应该有一种信仰。

重视理性，重视实业，重视科学，重视创新。

INDUSTRIAL

脚踏实地

SPIRIT

合作共赢



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



独运匠心

精益求精

中国需要 工业精神

全新升级版

汪中求 王筱宇◎著

一个民族的现代化应该有一种担当，
一个国家的企业家群体应该有一种信仰。
重视理性，重视实业，重视科学，重视创新。

脚踏实地

合作共赢



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书的主旨在于谈论工业精神，但并非对“工业精神”一词作词源学的考证，也无意就世界各国关于“工业精神”的表述作对比性的理论研究，只是凭着作者个人对中国工业化进程的观察和思考，试图理出一个头绪，以引起“中国需要工业精神”这样的思考。

图书在版编目 (CIP) 数据

中国需要工业精神/汪中求，王筱宇著. —2版 (修订本)
—北京：机械工业出版社，2015.2

ISBN 978-7-111-49485-0

I. ①中… II. ①汪… ②王… III. ①社会发展-研究-中国
IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 041324 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑：马 厦

责任印制：乔 宇

责任校对：赵 蕊

北京铭成印刷有限公司印刷

2015 年 4 月第 2 版 · 第 1 次印刷

145mm × 210mm · 10.5 印张 · 3 插页 · 175 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-49485-0

定价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：(010) 88361066

机 工 官 网：www.cmpbook.com

读者购书热线：(010) 68326294

机 工 官 博：weibo.com/cmp1952

(010) 88379203

教育服务网：www.cmpedu.com

封面防伪标均为盗版

金 书 网：www.golden-book.com

Preface ▣ 原版自序

工业化的中国不“重工”

在今天的中国，“工业精神”并非一个热词，但这并不说明中国已经具有了足够的工业精神。自 19 世纪 60 ~ 90 年代的洋务运动开始，中国人坚定不移追求的近现代化道路，其落脚点便是工业化。时至今日，中国仍处在工业化进程之中。考察发达国家的工业化历程，再对比当今中国社会存在的种种似乎难以解决的问题，就不难得出结论：工业化绝不仅仅是物质层面的变化，更重要的是精神气质的更新。没有工业精神的奠基，而期望达到工业化的圆满结果，无异于缘木求鱼。

这正是我们呼唤“工业精神”的重要理由。

先从一些观感谈起。

“2012 年春节期间中国人在境外消费累计达 72 亿美元，而这些消费主要是奢侈品，奢侈品又主要是名表、皮具、时装、化妆品和香水。”据世界奢侈品协会公布，“春

节期间中国消费者分别占据了欧洲奢侈品市场销售总额的62%，北美的28%，中国港澳台地区的69%”。一句话，中国人太有钱了！

中国人有钱还可以从其他一些显而易见的现象中得到佐证：几乎所有发达国家的主要商业机构都陆续聘用精通中文的营业人员；周边国家竞相开设赌场吸引中国人；针对中国游客作旅游开发成了日本、韩国等国家的高层研究课题，目的就是为了满足中国人日益增长的多样化消费需要……

于是很多外国人就纳闷：中国人怎么突然间那么有钱？对此，奇虎360公司董事长周鸿祎解释说，很多企业“快速利用概念——快速上市——快速套现”，而一些投资人则通过包装推波助澜，使企业财富急剧增加。不过这只是部分上市企业的发财路径，除此之外还有其他不同的发财致富路，比如勤劳致富，比如合法经营获利……

三十多年的工业化的的确确使中国富了。然而，许多事实表明，物质层面的富裕似乎是中国工业化的显著成果，作为现代文明象征的工业精神却一直未能在中国工业化的进程中得到充分体现。

本书的主旨在于谈论工业精神，但并非对“工业精神”一词作词源学的考证，也无意就世界各国关于“工业

精神”的表述作对比性的理论研究，只是凭着个人对中国工业化进程的观察和思考，试图理出一个头绪，以引起“中国需要工业精神”这样的思考。借助孙文谈“主义”的套路，这里讲的“工业精神”其实指的是中国工业化进程中的一种思想、一种信仰和一种力量。

2011年日本“3·11”地震不久，我带领一个民营企业组成的工业考察团到了日本，参加了北大校友会会长郑剑豪先生为我们组织的一次很有价值的中日企业家见面会。会上，72岁的康泰克集团董事长吉永良先生说到自己的祖国时，沉重地指出：“工业化的中国重商不重工。”这位老华侨的发言让我感到了强烈的震撼！

是的，“重商不重工”，这正是我长期以来思考中国工业化进程中所遭遇的困惑。当然，这里的“重商”不是否定商业本身，更不是否定商业文明的先进性，而是指工业化进程中有些中国人将几乎所有的事情都看作是一笔生意、一种买卖，在这些人看来事情没有性质的不同，只有大小的差异。他们做一颗螺钉，并不是想着如何把它做到最好，而是想着只要有人购买，能挣钱就行；他们建一栋房子，并不是想着如何把它建得牢固，而是想着只要核心价值的土地能得到充分利用就行；就算有些企业提出“百强企业，百年老店”的口号，其目的也不过是为了实现更

多利润罢了……

经济学家林毅夫分析，中国2008年的人均收入以购买力平价衡量是美国的21%，与日本的1951年及韩国的1977年的水平相当。日本1951~1971年的年均GDP增长是9.2%，韩国1977~1997年的年均GDP增长为7.6%。以此推论，中国能够在未来20年里保持8%的增长速度。这个推论与首创“金砖国家”一词的吉姆·奥尼尔在2011年底出版的书中的预言一致：中国经济总量或将在2027年超过美国。更乐观的推测是2012年初英国《经济学家》杂志的判断：中国GDP总量将在2018年超过美国。

作为中国人不太可能对此无动于衷。如同中国GDP在2005年开始超过法国和英国、2007年超过德国、2010年超过日本的时候一样，我不仅为此高兴，而且我坚信中国在经济总量方面会用不了多久就会超过美国。我还知道中国目前在多个领域已经超过了美国，比如，钢铁、煤炭、棉花、汽车、烟草、啤酒等。中国钢铁年产量超过10亿吨，美国不过8000万吨，中国煤炭年产量超过32亿吨，美国不足10亿吨。2010年6月我在法兰克福考察，发现当地的大巴车厢一侧印有20个国家的国旗，中国国旗排在最前面，这是德国人根据到该城市游客的数量排列的，可

见中国人境外旅游也位居各国前列。韩国的济州岛离上海的飞行时间 70 分钟，登岛游客中的中国人超过一半。当我写下这些文字的时刻，在谷歌德文版输入“中国，超过”两个词，只需 0.2 秒就可以搜索到中国超过德国和其他欧美国家的相关信息达 208 万条。这能不让人高兴吗！只是，在为自己的祖国高兴的同时，我却不得不纠结于中国缺少核心竞争力的 GDP、匮乏工业精神的工业化。

汪中求

2012 年 6 月 17 日

再版说明

《中国需要工业精神》2012年第一版出版后，收获了一些好评，荣获由中国书刊发行业协会颁发的“2012～2013年度全行业优秀畅销书”奖。但是笔者一直认为，第一版还是有一些言犹未尽。中国人追求工业化始自洋务运动，一百多年来的进步和成就不言自明，弊端和缺陷同样显而易见。中国的工业化一直停留在器物层面，追求的是工业技术和成果，关注的是工业化表层，而忽视了工业化的魂魄。后进国家出于快速转型的目的，在匆匆忙忙的工业化过程中，狂热地追求一种徒具外表而缺失精神内核的工业化。何以至此？深层次的原因有二：文化阻隔是其一，制度革新是其二。对文化、制度与工业化关系的阐述，正是新版写作的出衷。

汪中求 王筱宇

2015.3

Contents ■ 目录

原版自序 工业化的中国不“重工”

再版说明

开篇 工业化的灵魂 / 1

合作精神——第一工业精神 / 8

如果失去合作 / 9

分工细化的时代 / 16

生产线及流程化 / 20

“草根专家” / 27

协同、服从和融入 / 31

“龟兔双赢” / 43

垄断：伪合作 / 47

契约精神——工业文明的基石 / 52

“从身份到契约” / 53

契约文明的缺失 / 60

“淘宝商城事件”的是与非 / 63

为什么说退房是一场闹剧? / 66

兽首竞拍事件是爱国还是违约? / 68

无规矩不成方圆 / 70

企业社会责任 / 73

公信力从何而来 / 76

打造“高尚企业” / 81

科学精神——工业文明内核 / 87

工业文明是科学的结晶 / 88

大胆怀疑, 理性认证 / 92

茅台酒为什么不能异地复制? / 96

以科学的态度做企业 / 99

创新精神——持续进步的源泉 / 105

花旗银行 VS 日升昌 / 106

百年柯达走向没落的教训 / 110

创新是企业的生命线 / 114

中国的创新很尴尬 / 118

颠覆性的未来制造业 / 122

技术推动进步 / 128

知识产权保护 / 133

附：中日经济法规颁布时间表 / 140

效率观念——工业化的基本追求 / 141

效率辩证法 / 142

低效经济 / 145

“竭尽全力”而不是“尽力而为” / 147

第一次就把工作做对 / 151

过程管理与团队效率 / 154

时间管理与个人工作效率 / 160

知识管理与信息使用效率 / 164

优质观念——工业时代的底线 / 170

消费恐惧从何而来？ / 171

通用 VS 汉阳造 / 175

质量来自标准化 / 178

欧美日标准化的威力 / 182

专注于某一领域的领先 / 185

做“有道德”的企业 / 193

工匠精神——每个细节都做到极致 / 198

匠心独运出精品 / 199

“匠文化” / 202

精益求精：日本企业的细致和严谨 / 207

德国人的工程师思维 / 213

做事到位 / 217

零缺陷工作 / 221

环保观念——环境即天，环境即人 / 228

工业时代的环境灾难 / 229

环境即天，环境即人 / 233

短期行为 / 237

从“GDP”中国到“绿色”中国 / 242

走新型工业化之路 / 245

集约化生存 / 250

结语 工业精神缺失的“中国障碍” / 257

上海书展答记者问要点……………汪中求 / 262

中国需要工业精神……………老范行军 / 276

用工业精神重塑中国制造……………立风 / 294

《中国需要工业精神》读后感……………赵城立 / 304

工业精神是从“大”到“强”的关键……………赵谦季 / 309

我们还缺什么？……………沈明明 / 316

工业精神就是实业精神……………孙大午 / 320

参考文献 / 323

开篇 工业化的灵魂

近几十年来，人们一般习惯于把人类社会分成原始社会、奴隶社会和封建社会等几个历史阶段。这是受马克思学说的影响，以生产关系或阶级关系为依据划分的。如果以生产力水平以及与此相联系的经济结构作为标准，人类文明史可以划分为渔猎时代、农业时代、工业时代和信息时代。从局部来看，不同国家和地区跨入工业时代的步伐明显表现出不一致的特点。但从近现代世界发展的总体趋势来看，以蒸汽机的发明和使用作为标志，人类告别了农业时代，跨入了工业时代。时至今日，发展较快的欧美国家已经

基本完成了工业化，正在大步跨入信息时代；一些发展较慢的国家和地区尚在农业时代徘徊和挣扎；大多数国家正在经历由农业时代向工业时代的转型。中国应该列入后一种，属于正在转型中的国家。

客观而论，中国与世界上先进的工业化国家发生联系的时间并不算太晚。早在 19 世纪中期，先是出于被动接受，而后则是出于主动追求，中国就开始了与西方工业化的接轨。然而，我们却惊讶地发现，一百多年来的中国工业化进程过于缓慢。在对西方工业化学习的过程中，中国人希望得到的主要是欧美国家的工业生产技术和工业成果，而对他们的工业文化和工业文明则少有兴趣。虽然中国对工业化的学习迭经时代的变革和文化的创新，但这种状况一直没有得到根本的改变。

究其原因，还是与中国人根深蒂固的“文化自大”不无关系。中国人一向自认为，中国自古以来即为文明大国、礼仪之邦，有着世界上最优秀的文化传统；近代以来欧美诸国之所以强于中国，无非是那些“奇技淫巧”，在文化方面则远远落后于中国；欧美国家的富足与强大，不过是技术和工具的发达而已……一直到今天的中国，持这些看法的人依然不在少数。于是，在一轮又一轮的工业化进程中，中国人过分片面地从欧美地区输入先进的工业技术和工业成果，对其背后更为先进的工业文明却缺少足够

的关注，而这恰恰是制约中国工业化进程的关键。

虽然中国文化曾经创造了辉煌的农业文明，但农业文明所固有的农业思维却有其自身的局限性：由于生产单位狭小而缺乏合作精神，重经验而反理性，轻视开拓创新而注重稳定守成，少有竞争意识，即便竞争也轻规则而重谋略，等等。与此相反，欧美国家的工业文明，表面上源自发达的科学技术，而其深层内核则是特色鲜明的工业精神。其特点是：重视理性、重视实业、重视科学、重视创新；提倡“合理谋利”和多边共赢，把“贪图财富”的个人谋利行为转化为目标合理的社会行动；摒弃一夜暴富、短视浮躁等急功近利的心态。

一个再简单不过的道理就是，工业化必须以工业精神作为支撑。如果仅仅是引进了工业技术或成果，而抛弃了蕴含其中的工业精神，或者用农业思维来运作工业化，孕育出来的工业集合并不是真正意义的工业化，或者说只是有魄无魂的工业化。笔者的家乡有一句老话：“起家犹如针挑土，败家好比水推沙。”尽管中国工业化的形成不一定如针挑土一样艰难，但缺少精神的工业化一定会像水推沙一样容易消失。

近30多年来，在改革开放的大背景下，新一轮的工业化浪潮席卷了中国大地。虽然这一轮工业化的繁荣和光鲜是以往任何一次工业化都无法比拟的，但新的工业化浪潮

依然没有很好地摆脱固有的农业思维。中国人彻底改变了抑“商”的传统偏见，在新一轮的工业化中极度“重商”，甚至把“工”都看作是“商”的手段，“商”才是“工”的目的，中国社会把轰轰烈烈的工业化演变成为雷霆万钧的商业化。中国人一改以往那种在“利”面前羞羞答答的矜持，对“利”的追逐甚至被放大了极点，只要事关逐利，往往仅注重结果而不问过程。更为可怕的是，很多人认为这就是我们要追求的市场化、工业化。大部分企业长期用这种思维来指导企业和市场的发展，什么赚钱做什么，完全用利润的标尺来衡量企业的发展。

笔者的处女作《营销人的自我营销》讲过一个卖房的故事。一位房地产商盖了一片别墅，业务员带了一位外地买家，一口气要买八套，但希望更多优惠。最后房地产商不仅没有给更多折扣，而且干脆一套都没卖给他。因为如果这八套房子成交了，客户并不是自用，而只是用于资产投资增值，这就会严重影响整个楼盘，特别是二、三期的营销。另一个关于房地产的故事是：某著名房企北京公司新任总经理拍下一块绝对赚大钱的地产，打算以此作为献给董事长的见面礼，谁知董事长对此并不感兴趣。因为该房企进入北京市场，并非只是为了多一点利润，而是要在北京房地产市场占有一席之地，要开发必须成片开发、社区开发，为此必须放弃一城一池的得失与争夺。还有一个