

華德榜

自然人

ZIRANREN PINPAIJIAZHINYANJIU

品牌价值研究

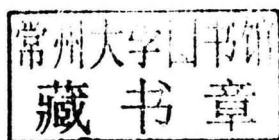
宋向清 著



河南人民出版社

自然人品牌价值研究

宋向清 著



河南人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

自然人品牌价值研究 / 宋向清著. — 郑州 : 河南人民出版社, 2018.4

ISBN 978 - 7 - 215 - 11446 - 3

I. ①自… II. ①宋… III. ①品牌 - 研究 IV.
①F272.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 034769 号

河南人民出版社出版发行

(地址:郑州市经五路 66 号 邮政编码:450002 电话:65788066)

新华书店经销 河南安泰彩印有限公司印刷

开本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张 21.5

字数 320 千字

2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

编辑邮箱 1169129189@qq.com

定价: 68.00 元

一个颠覆传统认识 意义不同寻常的榜单

代序一

唐任伍^①

排行榜最初起源于美国。早在 1870 年,美国联邦教育局的年度报告就根据其所掌握的数据信息对大学进行排行。第一个真正的大学排名是《美国新闻与世界报道》(US News & Report)1983 年发布的,从此以后其他各国纷纷仿效,出现了以新闻媒体为发布主体的各种大学排名,典型的有:英国《泰晤士报高等教育增刊》(Times Higher Education)、德国《明镜》、加拿大《麦克林》(Maclean's)及日本《钻石》周刊等,以后这种排行榜模式又延伸至企业。

改革开放以后,西风涌入中国,排行榜这种方式最近一二十年在中国日盛,各种各样、五花八门的排行榜,以白皮、黄皮、蓝皮、红皮、绿皮书的名义,铺天盖地向国人袭来,令人目不暇接、眼花缭乱。这些排行榜,有国外的一些媒体或研究机构搞的,也有国内的一些团体或研究人员编制的,尽管叫法不同,内容各异,但一个共同的特点是,针对的对象主要是企业、政府、高校等机构法人主体,依据的标准主要是看得见的经济价值。如在世界上影响最大的全球企业 500 强排名,主要依据的标准就是企业的“营收额”,也就是说主要依据的是经济价值量。因此,这些排行榜尽管在不同的方面产生了积极的影响,但也存在不少的社会诟病,一些排行榜的公正、公平、公开性广受质疑。

针对自然人排名的排行榜主要是富人排行榜,在国内影响比较大的有胡润的中国富人排行榜,但这些排名依据的仍然是富人财富的数量。我院副院长宋向清先生,素有很强的社会责任感,他别出心裁,独树一帜,力图弄出个以社会贡献、文明推动和国家情怀为主要标准作为依据的自然人排行榜,就是将看得

^① 唐任伍(1954—):著名经济学家,北京师范大学政府管理研究院院长,教授、博士生导师,国务院特殊津贴获得者,中国经济思想史学会会长,马克思主义理论研究和建设工程管理思想史首席专家。

见的贡献和看不到的价值结合起来,对象也不仅仅局限于企业家,延伸至科学家、工程师、艺术家、学者和英雄模范人物等,各类社会贤达、精英和风云人物尽揽其中,以图弘扬社会正能量,营造出一个人才辈出、行行出英雄的局面。向清征求我的意见,我觉得社会需要,也契合新时代精神。于是,开始酝酿,先从研究标准开始,反复征求意见,然后他几乎以一己之力,筹资组建科研团队,终于研发出了一个“中国自然人品牌价值评价体系”,经过实证和专家论证,最终开发出“中国自然人品牌价值排行榜”,他将其称之为“华德榜”。很显然,这个排行榜不仅仅看重外显的价值,更看重内在的社会贡献和对中华文明推动的影响,意义不同寻常,结果更有看点。

我相信,中国自然人价值排行榜的发布,将在社会上产生一定的积极的影响,将在一定程度上颠覆人们的认知,让人们不仅仅看到那些富可敌国的企业家、光鲜亮丽的电影电视明星、球星、歌星,还要关注那些默默无闻地为中华民族伟大振兴作出贡献的袁隆平、屠呦呦、黄大年等科学家和各条战线上的模范人物,让他们的价值也能够得到社会承认、年轻人崇拜和人们的尊重,让他们的光辉也能在中华大地上大放光芒。只有这样,社会主义核心价值观才能接地气,中国大地上诞生的模范人物才能真正发挥其标杆和示范作用,中华民族优秀的传统价值观才能真正得以传承和弘扬。

值此“华德榜”揭榜之际,敬请社会各界继续关注并支持该课题研究,也祝愿该课题研究成果能够对弘扬中华优秀传统文化,践行社会主义核心价值观发挥越来越重要的作用!

2017年12月3日于北京

弘扬中华正能量的榜单

代序二

关山越^①

丁酉年初春,向清同志告诉我说要做中国自然人品牌价值研究,用社会主义核心价值观和中国传统价值标准来评估中国人的价值,并推出一个全新的榜单:中国自然人品牌价值排名榜,即现在所称的“华德榜”。我觉得这是一件很有意义的事情,所以表示了高度认同,连说好,非常好!

其实,那个时候我对该课题更多的只是概念上的认知。由于项目刚刚启动,我对其复杂性和困难度并不十分清楚。随着对课题了解的不断加深,我发现这不是一个简单的学术研究项目,而是一个十分庞大的、系统的学术工程。

课题组将每一位研究对象作为一个品牌,根据社会主义核心价值观和中国传统价值标准确定二十项基础指标,进行加权处理,并运用科学的数学模型和统计分析工具,对纳入研究范畴的自然人品牌价值进行一一评估,最后由计算机软件自动生成一个序列,即榜单。

这个课题涉及自然科学界、社会科学界、企业界、教育界、文化艺术界、新闻界、体育界等 3000 余位行业人物,每位人物都需要完成二十项三级指标的填制。而要获得这二十项指标,每位研究对象需要采集的原始数据少则百项,多则千项以上,整个课题最终收集到的基础资料和原始数据总计达百万条以上。然后,再进行甄别、遴选、核实、分析、录入、计算、统计、再分析、再录入、再计算、再统计、排序以及再核实等,工作系统,但琐碎繁杂,且要求极高。

今年是该课题的开题之年。在数据库一片空白的情况下,仅仅数千位研究对象的基础资料和原始数据收集就已非常规学术研究之所能。特别是大量定性问题的标准化处理,工作量之大,工作难度之大,远远超出了一般人的想象。

① 关山越(1955—):著名社会活动家,中国人生科学学会会长,《中华名流》杂志社总编。

令人欣慰的是,面对这么一项开中国人生科学研究之先河的学术工程,专家们发自内心地热爱它,加班加点,精益求精,对每一个数据、每一次计算、每一项结论,都反复进行交叉核实,有效地保证了工作质量。课题组成员几乎没有节假日,每天面对枯燥的数据,仍兢兢业业,表现出了高度的责任心和惊人的毅力,做出了巨大的牺牲。

现在,课题研究成果已经出炉。我相信,所有了解这个榜单的同胞都会为之振奋。因为这个榜单是我们这个社会目前最需要的,也是我们这个民族一直最期待的。

人生薪水寻常事,动辄烦君我亦愁。

解用何尝未俊物,不谈未必是清流。

空劳蛇女千回数,屡见铜山一夕休。

拟把婆心向天奏,九州遍设富民侯。

清代文学家袁枚的这首《咏钱》诗,写得很有哲理。钱财的确是很普通的事情,而且生活中谁也离不开,“不谈未必是清流”,不谈或许还是假正经。但东汉永乐太后钱多到需要专门雇佣少女数钱,到最后不还是落得囚禁暴崩;汉文帝的宠臣邓通觉得钱不够用,曾自铸钱币,最终不还是被抄家饿死。事实上,中央已经在全国各地设置了“富民侯”,带领中国人奔上了小康之路。可以说,我们正生活在中华民族五千年历史长河中的最好时期。尤其是到2020年,党中央要在全中国彻底消灭贫困,这将是多么深入人心的大事好事啊,亘古未见!

因此,当代中国人只应“摇笔起风霜,推诚结仁爱”,决不可“古时孔方比阿兄,今日阿兄胜阿父。”但是,视“阿兄胜阿父”之人,今日还少吗?不少!碰瓷党、假乞丐、食品掺假、电信诈骗、豆腐渣工程、塌方式腐败,为了孔方兄,我们还有多少同胞在绞尽脑汁背离公德、违纪违法?为了孔方兄,我们还有多少同胞在痛不欲生、妻离子散?这是时代的悲声,是民族的伤痛。

但同样是在市场经济下,为什么更多的人却不为不义之财所动,依然依靠自己的辛勤劳动,获得幸福生活呢?究其原因还是一些人的信仰出了问题,信孔方兄而不信忠孝仁爱了,信资本决定论而不信核心价值观了。这是对中华民族历史的背忤,对中华民族文化的亵渎,必须纠正!

向清同志牵头做的这个课题,正是在这种大背景下,对当前社会上存在的不良价值观进行矫正的一种尝试:以学术研究的形式播撒对社会的大爱,以价值榜单的形式传递对民族的情怀,可谓开学界之先河,助民风之正本,立文化之高碑,树民族之楷模。

可以想象,今后一年一度的华德榜,将连续不断地推出我们这个时代各个领域的民族楷模,连续不断地宣传楷模们的道德情操和卓越贡献,连续不断地激励中华儿女爱岗敬业奉献祖国的时候,这个课题,这项成果,难道不正是民族之所期、时代之所望、祖国之所需吗!

因此,我坚定地支持华德榜,并期待其成为新时代弘扬中华正能量的榜单!

2017年10月18日于北京

大情怀者方可有大格局

代序三

王雍君^①

与向清君因会相识、因诗成友。如今,我们的交流多以诗词为语言。

翻阅微信,11月8日,我给他发了三首写秋的七绝:《秋思》:春浮夏躁严冬暗,失态人间拟几分。正果修来何所似,返璞秋色始归真。《秋意》:落叶潇潇谁共恬,寒烟漠漠我独怜。此身入世心出世,轩冕无愁自是仙。《秋兴》:长天疏阔任西风,扫尽雾霾意纵横。尘世清欢何处有,于无声处听秋声。

次日,他即回复三首:《问秋》《鞭秋》《乐秋》。在《问秋》中,他写道:看山看水看余温,渐黄渐瘦已三分。君得正果在秋季,焉何秋凉负我真。略有悲凉和失落的情绪跃然纸上。怎么了?向清。接着,他又发来了第二首《鞭秋》:本应硕果累累鲜,今秋若何独我怜。十月空枝风雨中,怒举钢鞭抽秋天。原来如此!但困难和挫折似乎没有打垮他,在我眼里,也不可能打垮他,他“怒举钢鞭抽秋天”的大无畏胆略和气魄,让我肃然起敬。这就是他的性格,只要决定做,必然向秋要果。果不其然,在最后一篇《乐秋》中,他的乐观主义精神已经昭昭然了:清风自有秋助力,三十万言奉冬礼。五指山上只一声,应允天下家国齐。

12月4日,向清君在其微信朋友圈中发出《自然人品牌价值研究》和《新时代最有品牌价值的中国人》(上下册)样书印制完成的消息。“三十万言奉冬礼”,岂止三十万言,从图片中粗略估计,三本书至少也有一百余万字。

这是一个了不起的成就!这是一个大情怀者做出的大格局课题!是一个大格局者做出的大境界工程。我由衷地为他感到高兴!

这个选题,从酝酿开始,向清就多次征求我的意见。这两年我们每次见面

^① 王雍君(1962—):著名经济学家,中央财经大学政府预算研究中心主任,教授、博士生导师,国务院特殊津贴获得者,审计署特约审计员,国家审计指南专家委员会委员。

几乎没有其他话题,都是围绕着自然人品牌价值展开。他的执着,甚至是执拗让我有时候感到了烦,我想谈的都被他搁置,而他想谈的我却推托不掉。我们谈过流程设计、谈过指标架构、谈过权重分配、谈过他需要与我商讨的一切。

我深知开展这个课题研究的难度。全新构建的自然人品牌价值评价体系,从框架规划到指标统筹,从权重分配到要素赋值,从数据收集到核查甄选,从模型建立到数据录入,从计算方法到统计路径,从软件选择到电脑生成,每一个环节都是全新的,每一个环节都要经过数次验证、数次调校。

全新建立的自然人品牌价值大数据库,3010位研究对象(候选人物),每位研究对象都涉及三级四类20个综合指标,每个综合指标都涉及五个以上要素集成,每个要素基准数据和资料的获得,平均都需要三个以上数据来源的收集和印证,仅仅到此,整个课题刚性数据需要就已经高达360余万条。事实上,研究人员查阅、收集、归类、鉴别、甄选、录入、计算、统计、合成的数据应该在千万条以上。

但是,由于这个课题成果将面对社会公开,且注定会引起社会的较大反响,因而,对每一个数据、每一个细节、每一个方法、每一个程序,都要求的十分精准、详实。4月12日,课题组对整个评价系统所做的最后一次实证检验表明,这套由课题组自主开发的自然人品牌价值评价体系,程序严谨、数据详实、方法科学、结果合理。

在无经验可依、无模式可套、无路径可循的情况下,仅凭数十位热心公益研究的学者、学生的满腔热情和无私奉献,以及社会各界的鼓励和支持,在经历长达五年酝酿和准备,551天(2016年5月28日至2017年12月4日)的集中攻关之后,2017年12月首版中国自然人品牌价值排行榜终于出炉了。

这是自然人品牌价值课题组首次发榜,也是中国第一次发布自然人品牌价值排行榜,更是第一次以中华民族优秀传统文化价值体系为标准制定并发布的自然人品牌价值排行榜。将自然人作为品牌,评估其价值,并制作成榜单,这是中国第一次、世界第一次,开全球自然人品牌价值研究之先河,具有开创性、引领性、示范性。

首版自然人品牌价值排行榜,对于社会科学研究而言,是一次尝试,是一次探索,是一次闯关,是一次历练,是融中国文化、中国道德、中国价值、中国标准、中国创造,以及新时代中国战略、中国风采、中国精神、中国自信等为一体的民族精英大盘点,是对国家和民族建设功勋们的讴歌,是对当代人的激励,是对未来精英们的昭示和期许。

向清给这个榜单取名“华德榜”,寓意再明显不过了。无需解释,国人甚至

外国人都能知晓。他告诉我,华德榜,英文名字叫“HUADEBANG”,承载的将不仅仅是中国自然人品牌价值排行榜,还将承载全球自然人品牌价值排行榜。以中国标准诠释全世界最有品牌价值的自然人,是中国文化的输出,是中国思想的传递,也是中国社会科学学者在全球争取社科话语权、舆论主导权的新平台。将中国“HUADEBANG”打造成与美国“Forbes”齐名的全球不同价值体系的榜单,将有利于实现中国软实力的全球化战略提升,支持国家新的全球定位和国际布局。

华德榜是中华美德榜!是以中华美德为标准制作的自然人品牌价值榜。而中华美德是以“仁”为核心的大德,是世界道德的典范,人类境界的制高点。如果全人类都能践行中国仁德,世界和平和人类福祉就将如太阳般始终地普照大地。因此,华德榜属于我们,也属于你们!属于中国,也属于全人类!

相信自然人品牌价值研究能给当今社会带来一缕清风,让金钱至上的价值观逆流逐步消退,以爱国、敬业、诚信、友善为主体的核心价值观成为社会的主流。

相信华德榜将成为国际社会的一股中国力量,在向世界传达仁爱的同时,促进人类的和平和谐与和美。

谨以此文献给向清君及其团队,献给支持和帮助向清君及其团队的社会各界人士。

2017年12月18日 北京

做更值钱的人而不是更有钱的人

自序

最值钱的人中,一定有最有钱的人,而最有钱的人中,未必有最值钱的人,过去是,现在是,将来也是!最受人敬重的人,一定是最值钱的人,而绝不是最有钱的人,过去是,现在是,将来也是!

诸位君,你是做华德榜上最值钱的人?还是做胡润百富榜上最有钱的人呢?

笔者毫不隐瞒自己的观点:十年前,我就对胡润百富榜和福布斯富豪榜所传递的社会价值取向大为不满。胡润和范鲁贤,这两个外国人给中国人做的榜单,渲染的就是金钱至上观,表达的就是金钱崇拜论。

“有钱就是英雄,有钱就是榜样,有钱就是爷”。于是乎,钱成了神符,成了信仰。拜物教式的钱崇拜让越来越多的人迷失了方向,开始一门心思往钱眼里钻。为了钱,有些人不惜伤天害理;为了钱,有些人不惜铤而走险;为了钱,有些人不惜出卖肉体;为了钱,有些人不惜背祖离宗。一时间,我们中的有些男人,变得野蛮了,粗鲁了,残忍了;我们中的有些女人,变得卑微了,低贱了,恶俗了。

这哪里是祖宗的期待?分明是对先人的亵渎!这哪里是华人的荣耀?分明是民族之耻!“钱财如粪土,仁义值千金”^①。“君子爱财,取之有道;贞妇爱色,纳之以礼”^②。齐国富豪黔敖可遇“不食嗟来之食”之蒙袂辑屣之人。^③东晋官宦陶渊明尚能“不为五斗米折腰,拳拳事乡里小人耶”^④。而当历史的车轮行驶到21世纪的今天,有些人居然为了金钱而丧失做人的底线,这是道德的沦丧、信仰的异化、文化的殇折。

子曰:“富与贵,是人之所欲也,不以其道得之,不处也;贫与贱,是人之所恶

① 出自【明】冯梦龙《醒世恒言》。

② 出自【明】《增广贤文》。

③ 出自【西汉】戴圣《礼记·檀弓》。

④ 出自【唐】房玄龄等《晋书·陶潜传》。

也,不以其道得之,不去也。君子去仁,恶乎成名?君子无终食之间违仁,造次必于是,颠沛必于是。”^①古往今来,“志士仁人,无求生以害仁,有杀身以成仁。”^②“仁”成为中国传统道德操守之最高标准,也成为中华民族传统价值观的最高境界。

于是乎,岳飞冻死不拆屋饿死不打诳、文天祥丹心照汗青,左伯桃卧雪让食、子贡六年孝师、荀巨伯义退强盗、韩信千金酬漂母、晏殊临考换题、商鞅立木取信、黄香扇枕温衾、季布一诺千金、龙逢极谏、比干死争、苏武牧羊、纪信代死、日惮笃慎、丙吉护储、朱云折槛,五千年文明长河中,逝者如撒哈拉之沙,而他们却成了我们永久的记忆,成了中国人的典范,成了我们心目中的圣贤。他们是民族史册中最受人尊重之人,最具价值之人。

再观,“腰缠十万贯,骑鹤上扬州”^③之人,把金钱当圣物,视钞票为宠儿,贪婪自私、贪得无厌,终将“人心不足蛇吞象,世事临头螳扑蝉。”^④梁冀敛财受贿终自杀、杨国忠依妹聚财被兵斩、朱勔家藏巨富被处死、陈自强贪赃枉法被流放、王振广收贿赂而被乱军杀、严嵩贪财纳贿被弹劾、噶礼搜刮民财被革职、和珅富可敌国被赐死、石崇劫商致富终遭夷三族,如此等等,为富不仁,富又如何?有钱了,任性了,不易善终。这些人成了史册上的罪人,最不值钱的人。

英国著名小说家、戏剧家亨利·菲尔丁(Henry Fielding)说:“如果你把金钱当成上帝,它便会像魔鬼一样折磨你。”金钱是人们生活和工作之必须,但比金钱更重要的是爱国、敬业、诚信、友善,是素养、情怀、操守、大义,这才是中国人立言、立家、立业之根本。

为此,五年前,我就想做一个中国人自己的榜单,评出14亿国民中最值钱的人,而不是最有钱的人。用这个榜单让我们的祖宗放心,金钱不能成为、也不会成为我们的信仰。只有忠国与孝亲、博爱与诚信、知识与才干、创新与环保才是我们的灵魂。然而,一场突如其来的疾病让我的计划落空。我曾在病床上哭,望着输液瓶里滴进我血脉的点点滴滴,我下意识地认为那不是药,而是我的眼泪。因为,在那个时候,只有眼泪才能让我郁闷的心,略微平静一些。

虽然这个榜单的研究工作没有立即全面铺开,但我及我的团队已经开始做最基础的筹划和设计,做最基础的资料收集和数据整理。14亿同胞,不可能每

① 出自【春秋·鲁】孔丘等《论语·里仁》。

② 出自【春秋·鲁】孔丘等《论语·卫灵公》。

③ 出自先秦古籍《山海经·海内南经》,作者不详。

④ 出自【明】罗洪先《罗念菴先生文录》,清光绪十二年刊本。

个人都成为研究对象,可是怎么选择研究对象呢?

他们应该最能代表当今中国之先进,对当今中国贡献最大,属于各行业塔尖尖上的极少数;他们应该是被国家表彰的人,被人民感恩的人,被历史铭刻的人;他们应该是七情六欲兼具却又达观天下之人,本职工作卓越而又兼善社会之人,当前成果丰笃而又着眼未来之人;他们从事的可以是我们所不知道的行业,他们可以默默无闻不被公众所知,他们可以不善言辞不被理解,但他们却是平地起惊雷的点燃者,是大忠大爱的释放者,是大风大浪中的领航者。基于此,我们用最原始的方法从书报期刊、馆藏典籍以及各行业的官方网站上遴选出一个又一个当代楷模,总计多达 16000 余人。

2016 年 11 月 25 日,在北京师范大学主楼前广场上,我与唐任伍院长达成共识,由我具体负责启动“中国自然人品牌价值研究”,发布“中国自然人品牌价值排行榜”。

2017 年 3 月 3 日,“中国自然人品牌价值评价体系”初稿,在北师大政府管理研究院会议室进行专项研讨。

3 月 28 日,在北京丰台区五号公馆,由中文核心期刊《商业经济研究》杂志社社长刘建湖^①先生组织召开了本课题座谈会,中国社科院、中央党校、北京师范大学、中国人生科学学会等机构专家应邀出席。中国人生科学学会关山越会长对中国自然人品牌价值研究非常支持,且看好其学术意义和社会价值,决定联合开展该课题研究。

4 月 6 日,北京京师名流工程技术研究院工商注册完成,作为该课题研究的承办方,它的成立意味着中国自然人品牌价值研究进入了快车道。

5 月 12 日,北京师范大学政府管理研究院和中国人生科学学会联合发文,与北京京师名流工程技术研究院、河南省商业经济学会共同成立“中国自然人品牌价值研究课题组^②”。著名经济学家、北京师范大学政府管理研究院院长、

① 刘建湖(1951—):男,中国商业经济学会党支部书记,《商业经济研究》杂志社社长、总编辑。

② 中国自然人品牌价值研究课题组:组长:唐任伍、关山越;执行组长:宋向清;成员(以姓氏笔画为序):万军伟、方剑、王永慧、王宁、王桂朵、王金苗、王雍君、卢武涛、关山越、乔赢、任佳、刘玉来、刘明靖、刘建湖、刘峰、刘春玲、刘荆洪、孙晓源、杜桂先、吴建有、但静梅、余永敏、宋向清、宋自甫、宋晓娟、宋鑫、宋文静、张炳瑞、张琦、张慧晶、张雅欣、李飞杨、李代广、李亚岚、杨建一、杨柳、连宏萍、邹倩杰、陈士国、周艳婷、孟远、林旗、果佳、罗艳、荀瑶玉、范林、姜顺、姜舒薪、段若鹏、段雨辰、贺书平、唐任伍、夏丽华、聂红、贾文哲、郭力、郭琼、郭增阳、高桢、秦镒、梁佳佳、黄春强、温伟康、程攀慧、蒋会娟、蒋天齐、韩学广、韩燕勇。

教授、博士生导师、中国经济思想史学会会长唐任伍先生,著名社会活动家、《中华名流》杂志社总编、中国人生科学学会会长关山越先生担任组长,北京师范大学政府管理研究院副院长、研究员、产业经济研究中心主任、河南省商业经济学会会长、北京京师名流工程技术研究院院长宋向清先生担任执行组长,具体负责课题组工作。课题组礼邀社会学、经济学、人生科学、史学、文学等多学科专家组成专家团队,大学生、硕士生和博士生等青年才俊组成调查团队,分别开展调查和科研工作。

5月18日,河南省商业经济学会在郑州召开由专家学者、新闻记者、企业家等参加的“中国自然人品牌价值研究专题研讨会”。会上大家建议将中国自然人品牌价值排行榜简化为华德榜。

9月17日,中国产经新闻记者吴建有^①先生组织人民网、经济日报、凤凰新闻等媒体召开“中国传统价值观专题座谈会”,就中国自然人品牌价值研究及其成果宣传和推广达成广泛共识。

9月20日,首期中国自然人品牌价值排行榜初步出炉。全部3010名首批研究对象最终排名结果显示,科学界(含社会科学界)、经济界、教育界占据华德榜的醒目位置。在前1000名中,来自科研、企业、教育领域的人士超过三分之二。德高望重、贡献卓绝的袁隆平教授名列榜首。

10月10日,对首期自然人品牌价值榜单审核全部完成。

12月4日,最终研究成果《自然人品牌价值研究》书稿初稿完成。

如今,倾注众多领导、专家、同事、亲友心血的中国自然人品牌价值研究成果即将公开发布,作为课题主持人,这几天反倒心如止水,没有了榜单出炉时的激动和兴奋,也没有了对研究成果可能遭遇到的社会舆论的忐忑和焦虑。

在我的心目中,这个成果就是一种姿态:中国人捍卫中国的价值观,我们在行动。在我的心目中,这个成果就是一种宣示:中国传统价值观以前、现在、未来都将具有勃勃生命力。在我的心目中,这个成果就是一种扬弃:扬国民心中的正气,弃金钱拜物教式的邪气。在我的心目中,这个成果就是一种归位:让最有价值之人坐上历史宴席的主位。在我的心目中,这个成果就是一种漂白:最有钱的人同样可以成为最值钱之人。

也许这个成果还有一些瑕疵甚至错误,但这不重要。因为,我之为,主旨就是一种姿态、一种宣示、一种扬弃、一种归位、一种漂白。能引发国民对价值观的再讨论,能唤起半睡半醒的传统价值观再振作,能把最值得尊重的人搬进国

^① 吴建有(1971—):男,资深媒体人,《中国产经新闻报》河南记者站站长、记者。

民心中,我之愿已了。

事实上,从开始我就没有把过程和结果的完美作为目标,因为,现在我做不到,以后我也未必能做到。我之知有限,没有也永远不会穷尽我之业所需要的浩瀚信息。研究对象中99.99%的人,我不认识,不了解,而他们每一个人都是一门学问,对于他们的探知,我们永远在路上。

但是,今天并非无刺可挑的成果,并不意味着明天依然如此。开始是进步和提高的基础,开始了,才有进步和提高的可能。今次,你和他提出的问题,恰是我们努力的方向。下次,你所见到的也许就是一个更加令你和他满意的答案,因为,对待问题,我们永远是认真的。

华德榜是中华美德榜,是中国人以中国标准做的中国人的美德榜。而美德是综合的、多方面的,也是最具价值的。历史告诉我们:最具价值的人,才是最令人向往的高人,才是最值得尊敬的贵人,也才是最恒久的大写之人。

华德榜仅此昭告天下:做更值钱的人而不是更有钱的人,应该成为你我的共识,社会的良知!

宋向清

2017年12月2日 北京

目 录

上篇 自然人品牌价值理论

第一章 自然人品牌价值概述	1
一、自然人与相关概念辨析	1
二、以自然人品牌命名的科学性	18
三、自然人品牌	19
四、自然人品牌价值	24
五、自然人品牌价值研究的意义	32
第二章 自然人品牌价值观	35
一、自然人品牌在国内外社会的应用	35
二、自然人品牌应用中的中西方价值观比较	37
三、以人为本的价值观对于重建民族传统价值体系的意义	43
第三章 自然人品牌价值构成	52
一、以人为本治国理念是承认自然人品牌价值的前提	52
二、自然人品牌价值的产生	55
三、自然人品牌价值的核心构成因素	60
第四章 自然人品牌价值评估	70
一、开展自然人品牌价值评估的原因	70
二、自然人品牌价值评估的指导思想	75
三、自然人品牌价值评估的基本原则	76