

第一篇

德、仁、义、诚



第一章 上善若水，厚德载物

——做事先做人，经商先修德

资本具有逐利性，但只会赚钱、不顾社会公众利益的企业会遭到社会的唾弃，因此企业必须修炼商业道德，肩负社会责任，这也是对企业总裁的基本要求。企业总裁的商德修炼，包括道德修炼、以德服人、持续成长、立品立德，以及立己正身、修身养性等多方面内容。

小赢靠智，大赢靠德

一个人在社会上打拼，依靠胜人一筹的处世手腕、精明的办事方法、精湛的专业技能等，固然可以出人头地，取得骄人的业绩，但是要成就伟大的事业，成为被世人广泛承认、崇拜以至景仰的人物，还要靠杰出的素质能力、优秀的思想品质，以及丰富的人格魅力。一句话：小赢靠智，大赢靠德。

商亦有道，人更有品。一个企业总裁，必须树立“大赢靠德”的思想理念，注意并加强自己的德行修养，让德行与业绩成正比，这样才能取得事业上更大的成功。仔细研究那些杰出的企业总裁就会发现，他们成功的过程或许各不相同，但有一点却是相同的，那就是都具有优秀的品德。

蒙牛集团创始人牛根生信奉“小胜凭智，大胜靠德”的经营哲学。在他看来，获得小胜利、赚小钱可以凭借自己的高智商、小聪明，但要拥有自己的大事业，拥有自己的一片天地，一定要有良好的品德。牛根生说：“想赢两三个回合，赢三年五年，有点智商就行；要想一辈子赢，没有‘德商’绝对不行。”“小胜凭智，大胜靠德”这句话可以说是牛根生的人生写照。正是因为他具有这样的品行，才能够绝处逢生，成就一番大事业。

牛根生之所以事业步步高，在很大程度上凭借的就是他的“德商”功夫。其实，世界上所有成功的企业家，都重信诺、有诚意、讲义气、宽厚待人。他们胸襟开阔、目光远大、意志顽强、百折不挠。他们为自己赢得了良好的口碑，赢得了众人的尊重、爱戴和追随。甚至他们的竞争对手和敌人，也不得不由衷地敬佩他们。

德，是一种境界，是一种追求，是一种力量，也是一种震慑邪恶、净化环境、提纯思维、吸引财源的动力。德者，人之立世根本，万物之理不背于德。有德之人，内心宁静，得到真正的人生意义和快乐，此为大赢；违背万物之理而豪取天下，则其人、其事都不会长久。

总裁的道德目标，就是老老实实做人、踏踏实实做事。这是总裁立身处世的法宝，也是总裁常胜不败的正途。无视这个目标，即便你有再多的聪明才智，或许可能得意一时，最终却一事无成，说不定还要栽大跟头；遵循这个目标行事，你才能成为一个举足轻重、魅力与实力并存的人。

总裁的道德行为，就是不断充实自己，迅速获取新知识；就是高瞻远瞩，确立企业的发展目标，及时做出正确的决策；就是用人不疑，疑人不用，给员工自由，充分发挥员工的积极性；就是鼓励创新，锐意开拓进取，为企业谋求更大的发展空间；就是诚信为本，品质为天，秉承这样的经营理念，一个企业就会处处传递出正能量；就是以诚待人，尊重员工，并具有接受意见和建议的胸怀和勇气；就是换位思考，设身处地帮助员工做出最合理的职业生涯安排；就是责任心强，对工作认真负责，勇于承担责任……德行铸就的总裁人格具有一种伟大而神奇的精神力量，足以使其身边的所

有人受到感化，足以引领企业可持续发展、造福社会，并且成就自己的辉煌人生。

通往成功的路可以有千万条，如果非要找一条捷径的话，那就非优良的品德不可。反过来，过于研究“技巧”，过于钻营之人，也许能小有成绩，但绝不能走得太远。正如古人所云：“凭智以谋，虽得犹败，厚德载物，以滋苍生。”

权力只能让人屈服，德行才能让人信服

《孟子·公孙丑上》中说：“以力服人者，非心服也，力不赡也；以德服人者，中心悦而诚服也。”意思是说，以武力征服人，人不是真正心服，而是力量不足，抵抗不住；以恩德服人，人的心中高兴，是真心实意的服从。由此可见，权力只能让人屈服，德行才能让人信服。作为企业总裁，是否能够正确认识权力与德行的关系，决定了总裁权力的最终价值，也反映了总裁德行的优劣。

权力拥有者的道德秉性，决定了权力是善还是恶。权力具有工具性和价值性两大特征，当权力的工具性与价值性保持一致时，权力表现为“善”；当权力的工具性背离了价值性，或者价值性不能驾驭其工具性时，权力则表现为“恶”。判断权力“善”与“恶”不是最终目的，权力“为了谁”的问题才是明确权力与德行之间关系的意义所在。凡权力，应该是一种促进社会进步的力量，公司里总裁的权力也是如此。

所谓总裁，就是公司有裁决权力的人，他的工作是汇总、裁决公司重大事宜，如裁人等人事安排。他是公司的行政负责人，是公司管理层的“头”，全面负责公司的一切事务。包括总裁在内任何权力主体的道德心理对权力滥用的制约，是一个逐渐的演变过程，这一过程主要包括三个阶段：畏惧感阶段、义务感阶段和羞耻心阶段。权力主体如果没有责任心和羞耻感等基本的道德心理作为保障，那么公司乃至社会的民主法治就难以实现，有了道德的心理防疫，才能从根本上防止权力的滥用。

心理防疫就是人格魅力。企业总裁基于权力之外的人格感染力，是一种能让员工

敬佩、热爱、信服的感召力，既是总裁的隐形素养，又是总裁受用终身的宝贵财富。企业总裁凭借德行让人信服，就需加强自身人格修养，增强人格感染力。具体来说，应该做到以下几点，如表 1-1 所示。

表 1-1 企业总裁的自身人格修养

人格修养	内容
以德服人	具有高尚品德、宽广胸怀、过人学识以及高超才能的总裁，不但受到人们的敬仰和信服，而且其身上表现出的领导魅力和感召力，对有德有才之人也会产生磁铁般的吸引力，带来人智、人力、人气的汇聚。做到胜不骄，败不馁，处变不惊，沉着镇定，就会给人以示范和引导，稳定人心，驾驭全局
以诚服人	总裁作为团队人际环境的重要缔造者，必须做到以诚待人。与人共处要放下架子，善于深入一线，以主动的姿态，真诚的态度，风趣的言谈，树立平易近人的形象，使员工敢于敞开心扉，直言不讳，真心沟通。要及时了解员工意愿，感应员工情绪，与员工建立起手足情、鱼水情。要尊重员工的意见建议，让员工时时处处都享有自尊和主人翁的责任感
以身服人	身教胜过言传。要求别人做到的，自己首先必须做到，要求他人不做的，自己率先不做，以实际行动去影响人、激励人。如果只会夸夸其谈，说得多，做得少，就会让员工失望，挫伤员工的积极性，导致离心力增强。总裁言行一致，以身作则，必能产生既威严又亲切的感染力，在无形中提高自己的威望
以情服人	襟怀开阔，虚怀若谷，以情动人，能容人、容事、容言，是总裁必备的素养和美德，是具有人格感染力的体现
以公服人	坚持公平公正，有利于营造公平竞争、团结协作的良好氛围。总裁在处理事务时，应不论个人好恶，不论亲疏，做到光明磊落，一碗水端平；工作中有功必赏，有过必罚，功过分明；用人时知人善任，任人唯贤；处理矛盾时，秉公办事，不亲此疏彼；行使职权时，客观公正，实事求是，不被个人好恶、利害所左右，不为迎合讨好他人随波逐流；涉及责任时，严于律己，主动承担责任；对员工有失公正的行为，严肃批评、及时纠正，做到放手不放纵，宽容不纵容

总之，权力如果不讲道德秉性，就会违规，也必有风险。手握权力的企业总裁若不讲道德秉性，就会危害企业，危害员工，危害社会经济。只有让权力乘上德行之舟，加强道德修养，才能真正使自己成为“一个高尚的人，一个纯粹的人，一个有道德的人，一个脱离了低级趣味的人，一个有益于人民的人”。

自掘坟墓小聪明，持续成长靠德行

聪明有大小，智慧看德行。一个人若心术不正，为达目的不择手段，投机取巧，即使小有成就，也会毁在自己手里，正所谓“机关算尽太聪明，反误了卿卿性命”！一个人如果注重道德修养，就会赢得众人的尊敬，也会拥有美好的未来。因此，小聪明等于自掘坟墓，唯有德行才能实现持续发展。

如果把智慧跟聪明画等号，那跟道德就毫无关系。道德是由“道”和“德”两个字组成的，人的真正智慧来自于对“道”的领悟，而对“道”领悟得多少、深浅，则界定了一个人智慧的大小、境界的高低。同时，真正的智慧，也离不开人的“德”，德既通智慧，又能换来福分。

道德是人的内在修为，智慧是外在表现，道德是智慧的前提。一个人可以不聪明，但是他宽厚的德行依旧能赢得他人的尊敬，这是智慧；一个道德有问题的人，即使再足智多谋，也无法用他的聪明来弥补他的过错，他的所谓的“足智多谋”也不过是小聪明而已。简言之，德行有可能弥补聪明的缺陷，进而上升为智慧；而聪明却填补不了德行的空白，没有智慧的聪明就是小聪明。这就是聪明与德行的关系。

绝大部分成功的总裁是有大智慧的总裁，而拥有大智慧的总裁大部分也能够取得成功。对于现代企业总裁来说，需要具备智、信、仁、勇、严、知六大智慧，这是优秀总裁的第一个主观条件。

智，就是智慧。总裁的智慧体现在企业的战略、谋略、商业模式等方面。总裁手中把握的是企业生存、发展的命脉，如果没有过人的智慧，那么他所带领的企业前景必将暗淡。“知识就是力量”这句话里包含着“知”与“能”，“智”正是让我们正确地把知识运用到管理之中，并将其转化为力量发挥能量，而总裁则恰恰需要运用自己的智慧合理地管理和利用资源，使之发挥能量为企业所用。当然，总裁还必须是一位

巧于借用别人力量和智慧的能手。

美国前国务卿基辛格有一个习惯，凡是下级呈报来的工作方案或议案，他先不看，压几天后，把提出方案或议案的人叫来，问他：“这是你最成熟的方案吗？”对方思考一下，一般不敢肯定是最成熟的，只好答说：“也许还有不足之处。”基辛格便会叫他拿回去再思考和修改得完善些。过了一段时间后，提案者再次送来修改过的方案，此时基辛格才会看阅，然后问对方：“这是你最好的方案吗？还有没有别的比这方案更好的办法？”这又使提案者陷入更深层次思考，把方案拿回去再研究。他就是这样反复让别人深入思考研究，用最佳的智慧，达到自己所需要的目的。这是基辛格的一手高招，反映出他的一种成功的诀窍。

信，就是信用。“信”是为人为事之根本所在，“信”虽无形，但却是一种宝贵的财富。自古经商之道在于一个“信”字。对于现代企业来讲，金钱的损失是可以计算挽回的，而一旦失去信誉，所造成的损失却是难以计算甚至不可挽回的。企业的管理者也是一样，一旦失信于员工，那么所带来的后果不仅是人格和威信的下落，更是要承受在管理中无法得到员工认同和支持的恶果。

日本商人藤田研究学习犹太人生意经有术，他与美国犹太商人做生意，宁可亏本也要按合同规定时间交货，因而赢得了“银座犹太人”的称誉。整个犹太人生意界都信任他，与他大做生意，他因而发财致富。

仁，强调的是人性化管理。仁能服众，作为一名管理者，在管理过程中得到大家的支持、把众人团结到自己的身边来是必要的也是必需的。管理中的“仁”更多地则体现为一种“双赢”，管理者赢得管理，而员工则赢得利益。简单来说，管理并非为“管”而“管”，而是为“理”而“管”。

一家日立公司内设了一个专门为职员架设的名为“鹊桥”的“婚姻介绍所”。有个叫田中的员工刚进公司，便在同事的鼓动下，把自己的学历、爱好、家庭背景、身高、体重等资料输入“鹊桥”。有一天，同在日立公司当接线员的富泽惠子从电脑上“走”下来，走进了田中的生活，他俩的第一次约会，是在离办公室不远的一家餐厅里共进午餐，这一顿饭吃了大约4个小时，不到一年，他们便结婚了，婚礼是由公司“月下老”操办的，而来宾中70%都是田中夫妇的同事。有了家庭的温暖，员工自然就能一心一意扑在工作上，由于这个家是公司“玉成”的，员工对公司就不仅是感恩了，而是油然而生一种“鱼水之情”。这样的管理成效是一般意义上的奖金、晋升所无法企及的。

勇，强调的是勇于决断，善于决断。总裁如果没有迎难而上、乘风破浪、历险前行的“勇”，则无法带领团队有所作为。管理中的“勇”并非独立存在，而是与“道”和“智”相辅相成。何为大智大勇？难不畏险，进不求名，退不避罪。管理是艰险的路程，当遇到困境和非议时需要“勇”，在这个时候的“勇”就是不畏艰难险阻，始终坚持自我，向正确的方向前进；当工作中取得成绩之时同样需要“勇”，这时的“勇”就是不居功、不贪恋名利；而在工作中遭遇失败之时更加需要“勇”，这时的“勇”则是不推脱责任，反省自己，承担并改正错误。

已故世界船王包玉刚，在1956年由于苏伊士运河关闭，海运业务十分兴旺，别人劝包玉刚也去那边搞航运时，包玉刚自有主意，他照旧紧紧抓住东南亚的货源，避免去与西方大船主直接竞争。正如包玉刚所料，十几年后，埃以休战，苏伊士运河重新通航，西方大批商船过剩。而包玉刚却背靠中国，主要经营东南亚航运，占尽天时地利人和，其航运事业步步上升，终于成为世界第一船王。

严，就是严明纪律。只有严格遵守规章制度，才能使企业上下井然有序，保证工作任务的完成。总裁在管理中也应该有三严：其一，法令严。在管理中如果没有严

格的规章作为规范和约束，企业就没有规矩，纪律必然松散。其二，赏罚严。在管理中如果没有明确而严格的赏与罚，那么就会缺乏激励和制约，其法令必然难以贯彻执行。其三，律己严。作为管理者，总裁如果在企业中无法做到严于律己、宽以待人，那么必然无法服众，传达的命令也无人遵从。

日本松下电器公司前社长山下俊彦的《山下俊彦经营语录》中就有一条：“职员们要生存下去，应当欢迎严厉的领导。”日本佳能公司的照相机之所以赢得全世界广大摄影家们的好评，在激烈的国际照相机市场竞争中占据优势，其中一个原因就是严格的质量管理制度。

知，就是学习力，这是总裁必备素养。有些总裁追求所谓事业的成功，整日忙于交际应酬，基本不读书。其实，知识匮乏，见识肤浅，就谈不上智慧、感悟和境界。

万向集团的鲁冠球一般不陪客户吃饭，不在外过夜，挤出时间都用来学习。因此，只读过初中的鲁冠球，已有多篇论文在《人民日报》、《求是》、《光明日报》、《经济日报》等发表，成为一个出口成章并著书立论、能写会说的“农民理论家”。

总之，只有具备了“智、信、仁、勇、严、知”六德的经济人才，才能在经济活动中发挥出良好的作用，才能成为高水准、有智慧的企业总裁，带领企业实现可持续发展。

经商的根本便是立品立德

立品就是修身养性，树立好的品德。立德，就是树立德业，就是为企业创建做人

的准则，制定企业发展的制度等。立品立德，是经商的根本。企业总裁是否注重立品立德，决定了企业的未来走向，也决定了企业的成败。

钟林滔是东莞市寮步医院团支部副书记、普外科主治医师。他经常对同事说：“做事先做人，行医先立品。”从医16年，钟林滔一直工作在临床第一线，脚踏实地，兢兢业业地无私奉献着，受到同事们的尊敬和称赞。他家离医院较远，但不管春夏秋冬，他都坚持每天提前15分钟来到办公室，第一件事就是穿好白大褂查看病房，为病人讲解病情，替病人换药，嘘寒问暖。至于三更半夜从家赶回医院参与抢救早已是家常便饭了，在同事们眼里，钟医生和他的手机一样都是24小时待命的，只要有需要，他就保证随叫随到、风雨无阻。

20世纪90年代初，微创腹腔镜技术开始引入我国并应用于临床，其凭着创口小、痛苦轻、康复快、费用低等优点迅速引起了医学界的关注。作为科室青年技术骨干之一的钟林滔主动请缨到上级医院进修学习该项技术。进修期间，他废寝忘食地刻苦钻研。“啃”资料、打电话、与同行交流，遇到难题硬是“缠”着专家、教授请教……就连进修医院的教授都被他孜孜不倦的求知精神所感动。天道酬勤，进修期满时，学成归来的他已熟练掌握微创腹腔镜手术技术，成为一名拥有多年经验的多面手。在他和科室其他同事的共同努力下，寮步医院成为东莞市最早成功开展微创腹腔镜胆囊切除、治疗胆囊炎、胆囊结石的医院，取得了良好的社会效益和经济效益。科研项目《腹腔镜胆囊切除术6例》于1995年荣获东莞市科研成果三等奖。

钟林滔“做事先做人，行医先立品”的理念和实践，也是企业总裁应该学习的。企业总裁的“立品”，体现在经营活动中就是树立德业。

企业家树立德业，要做到以下几点，如表1-2所示。

表 1-2 企业家树立德业的要求

事 项	内 容
树立德业，应该合法、正道经营企业	企业要始终坚持合法经营，正道发展，关心政策与趋势背后的社会需求，经营要合乎社会规范，响应社会对企业的期望，注重企业在动态社会中的长期角色，在面临社会道德与价值观转变时主动进行自我调整
应该肩负起社会责任	企业要将造就民生福祉作为企业存在的终极依据。以大爱为逻辑起点，以学习创新为成长发展的保障；以提高行业发展、带动就业、推动社会进步为使命，履行社会责任。此外，要注重管理团队及员工团队建设的进步意义，以助力企业参与社会良性竞争
应该强调顾客价值呈现	顾客价值是顾客通过购买商品所得到的收益和顾客花费的代价（购买成本和购后成本）的差额。企业经营过程中，要从潜在顾客价值、知觉价值、实际实现的顾客价值等层面对顾客价值进行考察，据此尽最大可能地满足客户需求。企业也应该注重股东及合作伙伴的价值，回报股东及合作伙伴，是企业成就伟业的不竭动力
要注重企业文化的构建	企业文化的核心是企业价值观所体现的企业精神。企业精神是企业价值观、经营哲学、员工思想道德、心理状态等各方面的有机结合与呈现。企业文化是企业之魂，是组织性格的深层诠释。企业文化的构建，不仅与企业制度的管理构成一个互补的整体，而且可以独创一种管理意境，以一种柔性管理的文化形态，构筑个性约束与柔性导向相结合的管理机制，从而使企业在未来激烈的市场竞争中获得韧性和主动性。这样的价值观和企业精神，将在增强企业内部凝聚力、竞争力和开拓力方面，起到举足轻重的作用

总之，经营活动中的“立德”建设，应该合法、正道经营企业，肩负起社会责任，注重呈现顾客价值，构建企业文化。新时代企业总裁应该在注重“立品”修养的同时，把“立德”，即树立德业作为自己光荣的使命。

立己正身，修身养性育大德

立己，即存心养性、立修身之德；正身，即端正自身，强调修身。立己正身就是以身作则，用自己的行为表现来做榜样。立己正身是一个人立于世间的根本。

正己，最重要的是正心，即有“公心”。要有“公心”就得“去私”。在生活享受方面，不能无节制，一味贪图声色之好、货物之求。无欲则无求。无求者，所以成其

俭。无欲而俭是福，不知足而奢是祸。心正心邪，直接关系到吉凶祸福，所以不能掉以轻心。

正己，要行“公道”、立“公制”。“公道”主要用来解决权利之争，“公制”则有某种约束性质。如果社会都讲公道，则可以使天下之志通，则可以达到天下大治。正如西晋时期的文学家、思想家傅玄所说：“公道行则天下之志通，公制立而私曲之情塞。”

“公心”、“公道”、“公制”三者之间，存在着一种递进关系，即有公心，必有公道；有公道，必有公制。其共同点是“去私”。企业总裁应该按照儒家的伦理道德主张，修身正心，去私立公，实现人性化企业管理。

立身，其核心含义就是讲究诚信。诚实守信是立身之本，是处世之根基。中华民族历来把诚实守信作为立身处世之本。许多经典著作中都谈到“信”的重要性：《论语》中有“言必信，行必果”、“人而无信，不知其可也”；《礼记》中有“不宝金玉，而忠信以为宝”……这些重要的论点都说明为人处世必须守诺言、讲诚信。

重承诺、守信用是企业经营活动道德的基本要求，是企业信誉的基础。有头脑的总裁们都十分清楚这一点，他们在利益与信誉发生矛盾时，甚至可以为了维护信誉而放弃利益。

在世界第40个地球日，由中国企业家俱乐部携手野生救援协会联合发起的“保护鲨鱼，拒吃鱼翅”公益倡议行动在京举行。王石、冯仑等代表数百名企业家积极呼吁，从自身做起“保护鲨鱼，拒吃鱼翅”，用行动影响鱼翅的主力消费群体，并签署了“我不吃鱼翅、我不以鱼翅为礼品送人、以自己积极的行动影响身边的亲人和朋友”的宣言承诺，供公众监督。此外，还有包括柳传志、李东升、马云等百余位商界精英共同在该项宣言承诺上签名积极响应。

这些人都是大企业家，他们在这种公开场合做出如此承诺，不禁令人信服。因为只有重承诺并守得住承诺的人，才会有这样的自信，做出这样的举动。一个守不住承

诺的人如果在这样的场合许下承诺，那是很容易被人抓住把柄的。而商场就是讲究一个“信”字，自己说过的话都做不到如何让别人信任你。

在市场竞争中，谁能够坚守到最后，谁就是胜利者。老话说，对人以诚信，人不欺我；对事以诚信，事无不成。如果你是一个说到做到的人，那你带领的企业会因为有你而更加精彩。

修身，就是净化和纯洁心灵，使身体健康；养性，就是保护和涵养天性，使心智本性不受损害。修身养性，就是通过自我反省体察，使身心达到完美的境界。

修身养性是为入处世的智慧，还是保持平常心之所悟。对此，绝大多数总裁都会异口同声地说赞成，但是实施起来就常有尴尬。就像弗洛伊德分析的那样，他认为，人格是由本我、自我和超我三部分组成。他把人的生活本能的势力或能量叫做“利比多”，并把这些本能叫做“伊特”，或称为“本我”。自我是实现了的本能，超我是道德化了的自我。本我的各种不符合社会现实的冲动，受到超我指导下的自我的压抑，人的内心本来就充满着矛盾。因而，修炼成高尚的人格绝非易事。

由此可见，完善人格的形成，需要许多磨炼。只有经过磨炼才能形成一种内部和谐，并与外部取得协调的健康心理。没有这种内外和谐的心理结构，总裁的人格魅力就不可能突显。因此总裁的权威必定根植于修身养性，否则就只能是无根之木，无本之花。

总之，通过立己正身，修身养性，可以培育大德。一个企业总裁注重立己正身，修身养性，就有机会成为一个品德高尚的总裁。

案例分析：中国电子连续五年发布《社会责任报告》

中国电子信息产业集团有限公司（以下简称“中国电子”），成立于1989年5月，是中央直接管理的国有独资特大型集团公司，是中国最大的国有IT企业。以提供电子

信息技术产品与服务为主营业务，是中国最大的国有综合性 IT 企业集团。中国电子旗下拥有 36 家二级企业和 15 家控股上市公司，员工总数逾 11 万人。

2015 年 7 月 24 日，中国电子在北京发布 2014 年度企业《社会责任报告》。经中国企业社会责任评级专家委员会专家组评定，该年度报告获五星级报告评价，是一份卓越的企业社会责任报告。中国电子社会责任工作由集团公司社会责任工作部牵头，从 2011 年起，已连续五年发布社会责任报告，准确、详细地向利益相关方传达中国电子的责任管理与责任实践。

2015 年的《社会责任报告》从 4 月起开始筹备，通过成立报告编写组，联合外部专业机构，对公司高管和部门负责人专访、按业务板块召开企业视频圆桌会议、组织企业参与优秀社会责任实践案例评选等方式，广泛动员，充分沟通，好中选优，实事求是，使责任理念、责任实践、责任沟通贯穿报告编制全过程，提高了效率。编制历时三个月圆满完成，集团公司高层领导亲自参与报告启动、推进及审定工作，注重过程控制，促进集团上下形成了人人关注责任、重视履责的浓厚氛围。

2015 年的《社会责任报告》设计新颖，充满现代气息，用“董事长问答”、“中国电子 2014”、“责任创造价值”、“强国 引领产业发展”、“惠民 创造共享价值”、“绿色 建设生态文明”、“协同 坚持互利共赢”主体脉络以及“创新 驱动未来发展”等篇章，突出企业在拓展创新渠道、丰富创新内涵等方面的履责实践。报告同时发布 H5 版形式，满足当前信息社会移动终端用户的阅读需要，既有科技含量，展现时代风貌，又简洁大气，体现责任担当，成为 2015 年中国电子社会责任报告的一大新亮点。

作为中国最大的综合性国有 IT 企业集团，中国电子在中国电子史上创造了众多“第一”：中国第一部国产收音机、中国第一套卫星通信地球站、中国第一套 UPS 电源设备、中国第一台国产微型计算机、中国第一条国产录像机生产线、中国第一条 8 英寸集成电路生产线、中国第一部品牌移动电话、中国第一台 60 英寸液晶背投影多媒体显示器、中国第一台具有自主知识产权的等离子电视……

经过 20 多年的发展，中国电子打造了独具特色的企业文化：经营理念——知变图

新，诚达天下；发展原则——精诚合作，共赢未来；社会义务——以人为本、科学发展，以创新的技术、优质的产品、诚信的经营服务社会，积极参与扶贫援疆、捐资助学、资助文化教育事业等社会公益活动，不断践行着自己对社会的承诺；公司使命——致力于用先进适用的电子信息技术和产品服务社会，提供员工实现职业梦想的平台。“创新中国电子，奉献信息未来”是中国电子不懈的追求，中国电子愿以不断的努力和创造，为人类社会的进步与发展提供最有价值的服务。

（来源：根据“第一文库网”2011年11月7日《中国电子首次对外发布社会责任报告》改写）

第二章 宽容仁爱，仁者无敌

——经商就要有仁爱之心

商业世界，险境丛生，法则先行，最需要的就是仁爱之心。有人说成功源于曾失败过，其实最重要的是内心的仁爱，仁爱皆有，看你善用不善用。作为企业总裁一定要懂得：用仁爱之心实行人本管理，关心客户，一切以客户为导向，做一个为客户解决问题的专家，和气生财，笑脸相迎，感恩客户。心存仁爱，方得大成！

心存仁爱，才能做到真正的人本管理

所谓人本管理，就是以人为中心的管理。企业经营的根本是人，变数是人，成败也取决于人，因此应该回归到经营的原点——人的身上。以仁爱之心关心职工的切身利益，是实行人本管理的前提。作为企业总裁，需要继承中华传统文化中的仁爱思想并认真学习，才能心存仁爱，从而真正实现人本管理。

“仁爱”是儒家思想的核心。孔子非常推崇仁爱，认为“仁”是完美人格标准的基础。据《论语》记载，孔子的学生子张问孔子何谓“仁”，又如何做到“仁”时，孔子曰：“能行五者于天下，为仁矣。”请问之。曰：“恭、宽、信、敏、惠。恭则不侮，宽则得众，信则人任焉，敏则有功，惠则足以使人。”两千年前孔子的“仁爱”思想对今天社会中的每一个人都有更加实际的意义，企业总裁能够做到“恭、宽、信、