

第一章 经营质量之灵魂：人品质量

人品 是指有生命、有思想、有智慧、有创造力的个体或群体以及群体和群体生产、生活、人际间关系 所谓丰富关系 的总体。从系统论的观点来看，我们可以定义为：人品，是指具有一定的人体、人格（即人的品德）、人智（人的智能）、人创（人的创造）子系统所组成的能劳动、能制造工具、能改造自身和周围环境的有机总体。人品质量是包括经营质量在内的一切工作质量的灵魂。

第一节 人品质量系统

人品质量系统是由相互作用和相互依赖的人体、人格、“人智”、“人创”四个人品子系统和人的健美度、品德度、智能度、创新度四个人品质量子系统组成的具有特定功能的有机体。其中，人品系统有四个特征 即集合性、相关性、目的性、环境适应性。

一、人品集合性

（一）人体子系统

人体 是指人的形态、结构、组体（又包括细胞、组织、器官、运动等九个小系统）的总称。

人体子系统，是指由若干相互作用和相互依赖的形态、结构、组体组成部分综合而成具有特定功能的有机总体。如果我们把人体子系统看成由输入转换为输出的转换机构时 那么 这种输入变输出的功能或称人体任务 输入食物、水、氧等等 转换机构负责新陈代谢 输出体力、精力、气力、废物。如图 1—1 所示。

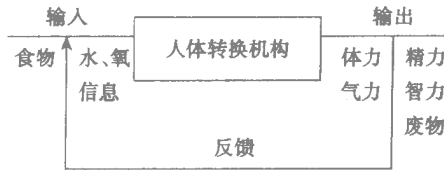


图 1—1 人体子系统输入输出转换图

人体子系统是人品自然属性的体现，也是人品健美指标的基础。了解了这个系统就为下面理解人品性质和人品质量打下了基础。

(二) 人格子系统

人格是指个体人品那些经常的、稳定的、本质的思想、情感、意志、气质、性格五个方面的特征总和。人格子系统是指由相互作用和依赖的思想、情感、意志、气质、性格组成部分综合而形成的具有特定功能的有机总体。这个系统的功能是承担人品社会性，人品质量的基础，承担对社会、企业、组织贡献的思想行为动力、毅力、活力，承担着人的权利和义务的统一，承载着一个“真正”的人。如表 1—1 所示。

表 1—1 人格子系统一览表

人 格 子 系 统	思想	理性认识、理想建立(社会理想、道德理想、职业理想、生活理想)
	情感	自然情感:常情、热情、激情 社会情感:道德感、理智感、美感
	意志	自觉性、坚韧性、坚定性、果断性
	气质	胆汁质战斗型、多血质活泼型、粘液质安静型、抑郁质羞涩型
	性格	对社会事业的信心程度;对集体的关心程度;对公私的分明程度;对他人的同情程度;对工作的责任程度;对自己的自律要求程度

(三) 人智子系统

人智 是指人品能胜任工作的知识、技能、能力等智慧的总称。人智系统是互相作用和互相依存的天资、知识、技能、能力组成部分综合而成的具有特定功能的有机总体。

天资是先天父母遗传以及社会地域带给的智商状况。天赋资源客观存在 正因为有先天遗传 才推行优生优育。

知识是人类历史经验的总结，是人们在改造世界的实践中获得的各种经验的总和 由直接经验和间接经验两部分组成 以理论内容形式为人所掌握。

技能 是在实践活动中通过训练而巩固下来 顺利完成任务的“自动化”与“完善化”了的动作技能和认识技能方式。动作技能是凭借肌肉、骨骼的运动以及与之相应的神经系统的活动实现的一系列顺利进行的动作方式 认识技能是凭借人的内部“语言”在头脑中实现的一系列顺利进行的认识方式。

能力是调节行为方式的相应的心理过程概括，是解决实际问题的本领大小。能力种类很多，一般说有基础能力，包括吸收能力、记忆能力、计算能力、理解能力；工作能力 包括组织能力、决断能力、应变能力等 特殊能力 如唱歌等。如表 1—2 所示。

表 1—2 人智子系统一览表

人 智 子 系 统	天资小系统	父母遗传 生地状况(如科技发达情况)一般也无法选择
	知识小系统	直接经验 间接经验
	技能小系统	动作技能 认知技能
	能力小系统	基础能力 <ul style="list-style-type: none"> — 吸收、记忆 — 计算、理解能力 工作能力 <ul style="list-style-type: none"> — 组织、决断 — 应变、表达能力 特殊能力

人智子系统 是指人品在社会生存与发展手段的基础 是人品智能质量的基础,是创造财富的基础,有了它才能追求更高的目标 才能追求更多更新的知识。“求知是人类的本性”。这是亚里士多德的一句至理名言。不仅如此,《培根论人生》还进一步阐述:“求知可以改进人的天性”。读史使人明智 读诗使人聪明 演算使人精明 哲理使人深刻 伦理学使人有修养 逻辑修辞使人善辩。总之 知识能塑造人的性格。”

人智子系统的功能或任务 从输入经转换机构到输出看 输入是知识、信息、实验操作工作劳动量、物和资金 经人脑和手的消化、吸收、提高的转换 输出则是更有效用的智力、能力。通过智力、能力去创造财富。

(四) 人创 子系统

人创 是指人的创造天才、创造精神、创造思维、创造技法的总称。是人的劳动智慧和才干的升华,是发现和解决新理论、新技术、新事物等产生巨大效益的创造发明。人创子系统是由相互作用相互依赖的创造天才、创造精神、创造思维、创造技法所组成的具有特殊功能的有机总体 是人品创新质量的基础。如表 1—3 所示。

表 1—3 人创子系统一览表

人 创 子 系 统	创造天才小系统	先辈遗传 师承、生地优传
	创造精神小系统	创造意识 创造个性
	创造思维小系统	创见性思维 活化性思维
	创造技法小系统	创造性想象 捕捉灵感

二、人品相关性

人品系统的相关性,是指四个子系统的相互联系和相互作用

性。健康的人体系统是良好的优秀的人格、人智、人创系统的物质基础和前提。健康的体魄更能胜任工作，更便于学习文化、技术，这是显而易见的。健康体魄也有利于良好人格系统的成长。如有利于情绪的稳定性，健康的大脑无疑有利于正常思维和创新思维。高尚的人格系统，如像硬质合金那样意志坚强，能帮助你战胜人体系统的疾病故障，能帮助你顽强学习知识和技能去适应工作需要，能帮助你顽强专注某一事业，产生创新花朵，结出丰硕的果实。把人品系统看成一架飞机系统的话，人体就像飞机的机身，人格、人智系统就是机上安装的发动机，而人创系统好像飞机的机翼，使之飞往新的高度。

三、人品目的性

人品目的性是指为社会发展要做出应有的或更多贡献，并在贡献中获得个人幸福。人品目的性包括两大方面：创造大于个体或群体的经济价值，除养家糊口外，能为社会提供一份剩余劳动，并表现为一定的物质财富。为自己的子孙乃至社会的后代留一点可贵的精神财富。第一点讲的是人生的投入产出。一个人来到社会，要有消费，但更重要的还要有贡献，要能创造大于自身价值的“剩余价值”，称之为“人品效益原理”。这是人生的基本的首要原理，也称“人生意义原理”、“人生价值原理”。这个原理可以表述为：一个人的存在并通过诚实的合法劳动，能够创造出大于自身价值的“剩余价值”，提供给整个社会，为社会的文明与发展创造出物质与精神财富。这个原理可以从如下系统证明。

把人品系统做为输入输出的转换机构时，如图 1—2 所示，这种输入转换为输出的功能，就是人品系统的目的，也是人生的目的，或说人生价值，亦或说人品效益。

四、人品适应性

人品适应性是指人品这个巨系统，要适应周围环境，适应超巨系统的宇宙系统。人品是个有机体，他生活在社会与自然界之

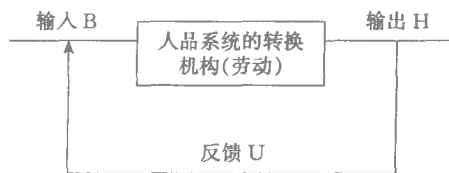


图 1—2 人品系统转换机构图

中就要适应社会的进步 社会的变迁 就要转变观念 顺乎世界历史的发展潮流。

认识和理解人品系统及其特征，有助于我们从理论上揭示个体人品、群体人品、人类人品的目的任务。图 1—2 的输入转变为输出的功能 就是人生目的或任务 创造大于个体、群体人品投入的价值 增加社会的物质和精神两大财富。并且便于从个体、群体乃至人类进行系统分析 保证提高人品质量 从而保证提高学习质量、劳动质量、工作质量、经营管理质量。

一个企业的经营者及其员工 其品质如何 不仅取决于身体健康，还取决于他或他们品德系统或人品、人格系统。从系统论看，人品还决定智能和创新等子系统。只有将各子系统归结为一个整体，并且和外界大系统，如自然与社会结合起来，才能把握人生。一个人要成为够格的人，一个集体要成为有作为的群体 就要进行多方面的修养锻炼 才能形成够格的群体人品。

五、人品质量体系

人品质量 是指由以上人体、人格、人智、人创子系统所组成的人品 在一定社会条件下 具有认识和改造世界与自身、适合与胜任一定岗位的条件与能力、满足企业生产经营和社会发展需要的明确规定与隐含需要所具备的特性总和。人品质量是一个企业生产经营质量提高乃至生产力发展的根本。

人品质量和生产经营质量的共同点，都是满足企业生产经营

及社会发展的一定需要所具有的特性 这是两者的联系之一 两者的另一联系是生产经营是由人来进行的 产品质量、服务质量、经营质量均是由人品质量来保证的,只有优秀的人组成的优秀团队,才能保证生产经营的高质量。从这个意义上说,人品质量是指人品在企业、社会范畴内所体现的生产力和精神文明程度。它们的区别是人品质量除了外界作用的影响外,还可以通过自身的努力主动的自我提高质量 从而提高企业的生产经营质量、社会经济运行质量 进而改善生活质量、生存环境质量 实现企业经济效益和社会效益的提高。

人品质量有四度(性)、15种力与 40 个要素组成 具体表述为:

(一)健美度

健美度或体质力是指人的体力、精力、气力、魅力、寿命力的大小程度 表示人品身体质量或身体素质 反映健康与形态美。以数学函数形式写成公式为:

$$\omega_{\text{健}} = f(\beta_1 \cdot \delta_1 \cdot \gamma_1 \cdot \theta_1 \cdot \rho_1) \quad (1)$$

其中: $\omega_{\text{健}}$ ——健美度; β_1 ——体力; δ_1 ——寿命力; γ_1 ——精力; θ_1 ——气力; ρ_1 ——魅力。

(二)品德度

品德度(或人格力)是指人品对人生的事业感、对工作的责任感、对他人的关怀感程度。它是对人的思想质量的衡量 是人的思想意识状态的反映。以数学函数形式表示为:

$$\omega_{\text{德}} = f(\beta_2 \cdot \gamma_2 \cdot \theta_2) \quad (2)$$

其中: $\omega_{\text{德}}$ ——品德度; β_2 ——事业心程度; γ_2 ——责任心程度; θ_2 ——关怀心程度。

(三)智能度

智能度 是指人品的文化知识水平、专业技术水平、劳动技能水平的高低程度 以数学函数形式 可写成:

$$\omega_{\text{智}} = f(\beta_3 \cdot \gamma_3 \cdot \theta_3) \quad (3)$$

其中： $\omega_{智}$ ——智能度； β_3 ——知识水平程度； γ_3 ——专业技术程度； θ_3 ——劳动操作技能程度。

(四) 创新度

创新度是指人品的创造性工作与推陈出新对企业、社会发展贡献的能力大小。以数学函数形式表示为：

$$\omega_{创} = f(\beta_4 \cdot \gamma_4 \cdot \theta_4 \cdot \rho_4) \quad (4)$$

其中： $\omega_{创}$ ——创新度； β_4 ——创新观察力大小； γ_4 ——创新思维力大小； θ_4 ——创新想象力大小； ρ_4 ——创新实践力大小。

上述人品质量指标体系主要指标“4度”和具体细化指标15力以及构成与影响测定人品质量指标的40要素综合如表1—4所示。

表 1—4 人品质量指标体系一览表

一级指标	二级指标	三级指标
健美度	(1)体力 (2)精力 (3)气力 (4)魅力 (5)寿命力	①体能力 ②标力 ③机能力 ④肢体残疾度(率) ⑤自感精力度 ⑥精神力(率) ⑦听力、视力 ⑧气能力 ⑨美度力 ⑩魄力 ⑪平均寿命 ⑫死亡率 ⑬一度共性患病率
品德度	(6)事业奋斗力 (7)责任承担力 (8)关怀热忱力	⑭正确人生观率 ⑮道德善为率 ⑯共性犯罪率 ⑰总体自杀率 ⑱热忱关怀他人率 ⑲群体合力
智能度	(9)知识运用力 (10)技术发挥力 (11)操作技能力	⑳学历程度 ㉑高智商率 ㉒胜任职级率 ㉓文盲率 ㉔智力残疾度 ㉕技术职称率 ㉖解决实际问题能力率 ㉗操作准确率(率) ㉘操作快速度(率) ㉙操作协调度(率)
创新度	(12)创新观察力 (13)创新思维力 (14)创新想象力 (15)创新实践力	⑳观察锐敏力(率) ㉑观察准确力(率) ㉒观察客观力(率) ㉓思维广度力(率) ㉔思维深度力(率) ㉕思维活化力(率) ㉖想象现实力(率) ㉗想象丰富力(率) ㉘想象独创力(率) ㉙创新发明年度和类级成果数及科学成果年度转化为商品的百分数(创新转化率) ㉚年度类级优秀科学技术专家数(率)

从表 1—4 中可以看出人是由 4 个系统—4 个质量指标体系—4 种力(度)组成人的实力。将人品质量指标体系细化成人品质量指标体系表,分成健美、品德、智能、创新度 4 度 15 个力(体力、精力、气力、魅力、寿命力、事业奋斗力、责任承担力、关怀热忱力、智力(知识运用力)、能力(技术发挥力、操作技能力)、创新观察力、创新思维力、创新想象力、创新实践力。并且对每种力都找到了些主要影响因素,这样确定度或力,便于用定量来描述,便于测量。

人品质量指标体系揭示了人品个体或群体的实力结构内容:

人品实力 = 人品质量

= 健美力(体质力) + 人格力 + 智能力 + 创新力

这四种力组合在一起进行优化,按系统原理:整体大于部分之和,就得到人品质量度总函数式:

$$W_{\text{人品质量度}} = f(W_{\text{健}} \cdot W_{\text{德}} \cdot W_{\text{智}} \cdot W_{\text{创}})$$

第二节 人品人格及构成要素

一、人格的内涵

人格的最一般含义,可谓是做人的资格。人具有多面性和多重性的特征:有自然人和社会人、经济人和伦理人等的内涵与特性。人是有思想和意识的,是社会关系的集合或总和。做人的条件和身份,就是做人的资格。

通常所说的人格,是指做人的主观条件,以及给人们的印象,人在生活中的角色。按照《中国大百科全书》的定义,人格是个人的心理“格局”,即个人的一些意识倾向与各种稳定而独特的心理特性的总和。可见,人格是一种结构,是由许多做人必须具备的资格要素或条件构成的。

狭义的人格,有时仅指个人的品德、操行。品德操行是指品质道德及其行为方式。品质是行为、作风上所表现的思想、认识和品

性等的本质。它包含丰富的内容，有各种各类品质，有政治品质、思想品质和道德品质等。实事求是、追求科学和坚持真理等是良好的思想品质。作为人格要素的道德，是已经内化为个人行为准则的道德规范。而品德会表现为行为，即品行或操行。

在中国，人们普遍接受和理解的人格概念，是指人的特性和特征，即人格被表述为人的性格、气质、能力等特征的总和。首先是性格。性格是对人、对事的态度和行为方式上所表现出来的心理特点，如英勇、刚强、懦弱、粗暴等。其次是气质。气质是人相对稳定的个性特点，如活泼、直爽、沉静、浮躁等。第三是能力。能力指能胜任某项任务的主观条件。无论是感性认知能力、理性认识能力和直觉判断能力，或者是情感调控能力，还是行动实践能力等，与性格和气质一样，都是作为人的特性和特征。

中国社会特别重视和强调道德品质和道德品行，甚至往往把人格看成就是道德品质及其行为模式。在日常生活中，人们一说人格通常都是指道德品行。

二、人格建构：人格结构及其与环境的关系

动机、能力和品行是人格的三个基本要素，它们构成基本的人格结构，这是人格“建构”。反映需要和欲望的动机要素，是人格结构的基础，对人格结构的形成和变化起引导和拉动作用；体现自由、智慧和知识等的能力要素，是人格结构的核心，对人格结构的形成和变化起支撑和推动作用；综合反映动机和能力，以及道德和规范，体现情绪、态度和意志的品行要素，是人格结构的表现，使人格结构在环境中实际地发挥作用和发生变化。

在一定的主客观条件下，动机、能力和品行这三个基本要素，在人格结构中处于一定的位势和具有一定的功能，以一定的方式联系起来，并保持一种协调和平衡。这是人格的横向结构。

人格与环境的关系具有适应和不适应两种类型。“适应”是指人基于其认识和实践能力而采取的行动，能够取得成功，实现预期

和目标 满足欲求和需要。相反 不成功 不能实现目标和不能满足需要的 就是‘不适应’。其实 适应或不适应也是一个人格结构问题 动机与能力和品行之间是协调的 往往是适应的。而动机与能力和品行之间不协调 则往往不适应。或者是目标过高 而能力不足 品行不妥 或者是认知能力很强 而与他人沟通和协调能力很弱，品行有偏差等，而导致不成功，不能实现目标和满足需要。这是一个层次的问题。还有一个层次的问题是：人格三要素之间是平衡和协调的 而总体的人格结构与环境条件不适应 需要整个人格结构进行调整和转换。

在与客观环境和现实状况的关系中 动机、能力和品行这三个要素的变化往往是不同步的。当它们发生不同程度和方向的变化时 就会引起人格结构的倾斜或扭曲 甚至会根本打破相互间的平衡协调。这可谓是人格“解构”。但是 人格会重新建构 新的动机、能力和品行构成新的人格结构。从发展的角度看 新构建起来的人格往往是旧的人格高一个层次。它反映和体现社会的进步。

三、人格的价值因素

人格本身是中性概念，但由于本章侧重与企业经营管理质量有关的人品价值 因此这里只涉及人格正价值方面。换句话说 人格因素及本章所涉及的‘人品’、‘人格’、‘人道’等概念 基本上皆是人格价值因素的具体体现。在这里对人格因素进行讨论。由于人格直接体现为人道行为，主体的道德品格必然外化为对应的道德品行，它们之间的关系颇为复杂 故这里采用模型化方法 用图 1—3 加以说明。

这里需要说明的是 诸人格、人道因素尽管都具有道德伦理意义 可笼统归为道德品格、道德品行 但其内容却不限于道德关系范畴 而是关涉政治、法律等所有社会关系中的人际关系 是适应通行于所有人际关系中的抽象品格与原则 因此 决不能将其局限于狭义道德范畴。

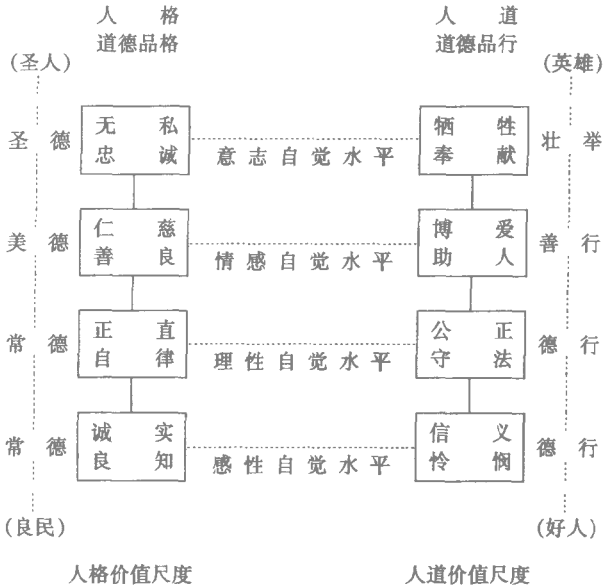


图 1—3 人格价值因素构成图

说明：

1. 图中‘人格’与‘人道’由相应的‘道德品格’与‘道德品行’因素构成，两者一一对应，表示内在品格与外在品行的统一性。

2. 图中构成‘人格’或‘人道’的四个层次内容都不是绝对的、惟一的，实际上仍有若干品格、品行因素可列入。但这四个层次却是客观人格因素之重要价值层次结构，所遗漏的因素也都可纳入相应的层次因素中。如作为道德的‘宽容’（注意不是学术的‘宽容’，后者作为现代学术活动规范应属学术民主范畴，便可包容在‘仁慈’或‘博爱’中）。

3. 自下向上的虚线表示正价值比重增强趋势，上下括号中的圣人、英雄、良民、好人等概念指通常对具有相应品格品行之人的价值评语。

四、人品道德美

人品道德美即人的单项品格、品行因素美。人格价值因素中的忘我牺牲、忠诚奉献、仁慈博爱、善良助人等皆属其列。但道德品格美与品行美是有区别的：品格美强调的是内在一贯性道德动机，品行美强调的则是外在具体道德行为。仁慈、忘我作为道德品格美是一种品格修养、道德境界，博爱、牺牲作为道德品行美，则是一种美德行为、英雄壮举。具有忘我精神的人未必以牺牲为其结局；对舍己救人牺牲者也不必苛求其是否一贯具有无私精神。但通常情况下，由于道德品格必然表现为道德品行，道德品行总要体现出道德品格，所以两个概念经常混淆，而统称为道德美。

但严格地讲，人品道德美应是社会道德美，以区别于职业道德美。不过，职业道德美也总是以社会公共道德为基础的。不过问题复杂性在于，系统构成的人格价值因素在道德实践中经常是相互混杂并生的，上层美德品行往往与下层道德准则共生甚或矛盾。这便需要具体分析。一类是共生涵容情况。例如，一个人只是为良知不受玷污、坚守贞操，或克己自律或主持正义而拒绝巨大利益诱惑，甚至甘冒生命危险，其殊为难能可贵的道德品格显然已远远超出常德层次而升华为美德、圣德层次了。

但需要指出的是，无论是单项道德因素美还是诸种道德因素复合美，都只是在抽象意义上、在同一种道德系统内存在的。一旦置于现实对立的道德系统、道德原则中，则可能获得完全不同的审美评价。

共同道德美与素质美也有着联系：优秀的文化素质是有利于促成高尚道德修养的；有时，道德行为的实施还需文化素质的辅助：一个有牺牲精神的人倘若缺乏相应技能、知识也是难以完成冒险救人使命的。但我们不能因此而将两者性质混淆。从具体的人身上看，素质美与道德美之间并不存在同步比例关系。高素质者甚至德育导师未必就道德美，而道德美者未必素质高，甚至可能是文

盲。认为一个人文化素质提高了道德自然会高尚从而放松品格修养的认识 显然是有害的 尤其在现代知识经济社会中人文知识含量大大减少的情况下更是如此。

五、人格美

人格美 同人文美概念并列 是指个体道德品行修养完美程度的概念，是指在具体人身上所体现出的整体道德美。通常人们或多或少具备或实践的某些常德某些德行 却未必具备人格美 而即使具备某些‘美德’或做出一些‘壮举’的人 倘若身上存有明显道德缺陷或有过恶迹劣行 亦难获人格美称誉。与‘人品美’相比，“人格美”更强调人的全面道德品行修养 在此前提条件下 人格美生成有量度和程度两把尺度，即只有那些在道德修养中具备诸多美德因素的人，或者那些在人们共具的德行水平之上做出某些壮举的人 才能获得‘人格美’的美誉。

人格美这两方面的构成，实际上正对应了道德品格美与品行美的划分 尽管不强调这种划分)相应具备这两种人格美的人则分别称为‘圣人’与‘英雄’。具体地说 圣人即指在道德修养中具备完美品格而没有道德缺憾的人，英雄即指能在伦理实践做出超常壮举且没明显缺德品行的人。关于圣人、英雄之划分界定 美国伦理学家汤姆·L·彼彻姆的论断是可借鉴的：“圣人必须具备特定品质 本书为人品、人格——引者)也就是必须具有毕生一贯地立志从事高尚事业的品质特征。而英雄 相比之下 只要通过一个行为就可以立即成为英雄。然而，如果某人或者具有卑鄙的道德品质 或者为了获得道德赞扬而行动 那么我们就不会把‘圣人’或‘英雄’的光荣称号授予他”。欺世盗誉者虽扮高尚状亦不是圣人；沽名钓誉者虽做英勇之举亦不是英雄。而那些终生实践高尚道德准则泽被后世的人，那些能在关键时刻挺身而出献出自己宝贵生命的人 却是人人钦服个个感佩的。高山仰止景行行止 或视为神圣或目为崇高。这便是社会共同美中的人格完美与道德崇高。从

某种意义上讲 实现完美人格比实践崇高道德更难 它难就难在一辈子做好事不做坏事。正因如此 完美人格通常亦具崇高意义 圣人与英雄皆具人格崇高美 人格崇高美是美的极至 也是社会美的极至。

六、人品人格对经营质量的影响

人品人格与经营质量的关系与影响，陈学荣先生在林治先生所著《中国茶道》一书的序言中从茶道、茶德到人的品格、道德、情操、修养及商道、商德作了深刻的阐述：

茶道的核心是“品” 茶道的终极追求是“真”。茶品亦人品，茶道亦人道 茶道亦商道 茶道亦经营之道”。茶道是人生价值、经营价值“真善美”的高度概括。

不同的人格修养，必然产生不同的商道和经营之道。人的价值观念不同 追求的人生目标不同 对商道、经营之道的真正高峰境界自然有不同领悟——有人经商 勾心斗角、尔虞我诈 有人求名 却名不符实 有人趋利 却惟利是图 有人一派真我 而名利双收；……商道与经营之道 体现了人的普遍人性。商道 即是人道；人道 凸现出商道。一个首先是真实诚实的人 才是一个为人正直善良、为民所喜所爱之人 也才是一个可以接纳、可以交心、可成知己、可为事业共谋发展之人。这是人之为人之根本，是人道的精髓 是人性的原则 是高尚人格的体现。一个虚伪透顶、无耻谰言之人 是违反人之为人的人道原则的 在人格上 其人生是失败的，生命是暗淡的 灵魂是隐蔽的 思想是郁结的 经营终归要失败的——纵然他在某些领域能取得一定程度的成功或获取暂时的收益 但这也正如品茶 他能喝得肚子饱胀 红光满面 却无法体悟“我即茶、茶即我”的真我忘我情怀和“心即佛、茶即佛”的深幽旷远的意境。经商、经营如同品味人生、感念苍生 我为人人、人人为我 和谐双赢。

人 无论为官 从商 治企经营 都应首先立足于人，一个真实

坦诚的人，一个有着起码的人格道德修养和高尚人品之人 才是一个具有人道精神的人。商品犹如人品，人道即商道、即经营之道，只有具有美好人品、高尚人格的人才能真正领悟真实的商道和经营之道，才能取得经营质量所带来的丰硕成果——市场及利润。

第三节 人品美与品质美

一、人品及其价值因素

作为人的本质构成的品质即人品，是指人在实践活动中所表现出的属于主体能动性、自觉性的本质因素。它表现为在实践中主体所呈现出的稳定性活动动力、活动方式特征。人品建立在个性心理、气质、性格等因素之上，但其核心却是人的主体意识、能动精神和类自觉，是文化化和社会化的产物。人品并不直接确定主体的文化素质与创造能力，也不直接决定主体的社会属性与道德品格，但它作为主体性存在的人的能动性本质的集中体现，却是人的素质与属性形成存在的前提条件与关键性制约因素，并直接影响着人的文化活动与社会品行，决定着人类文化社会本质的实现水平。人品一方面维系强化着人与客体的文化实践关系，因为只有在这种关系中，人类才能确证自己是类存在，人类才能靠实践成果满足自己生存发展需求，才能获得类自由的物质基础和文化条件；另一方面是维护和强化人与同类间的社会交往关系，因为只有在这种关系中，个体才能成为现实的类存在，才能获得个体自由并为类自由提供社会条件。由此可以说，人品就是类本质中自觉维护人类生存发展的核心因素。它包含像自立、自尊、文明、理智、勤劳、节俭、好学、谦虚等品质。

那么，人品由哪些因素构成呢？下面用图 1—4 予以说明。

如图 1—4 所示，人品由四大部分组成：人的自识品质、理性品质、精神文明品质、心理行为品质。

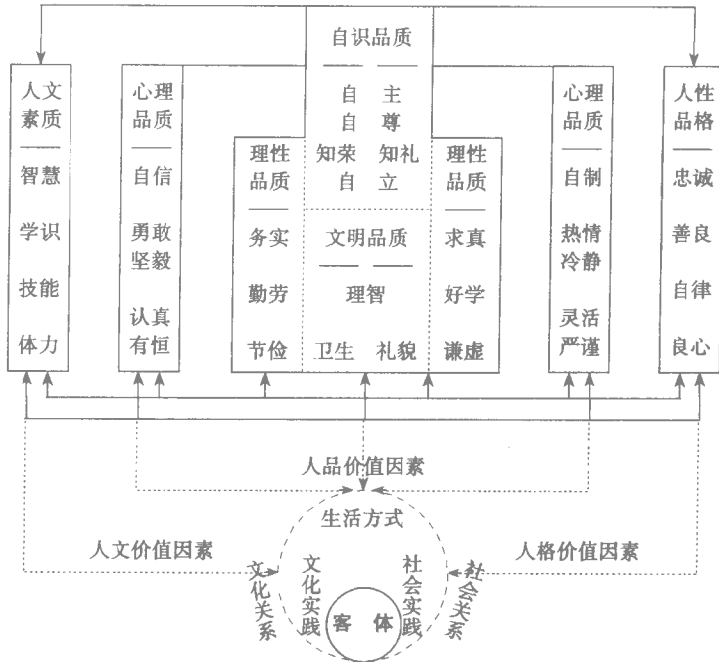


图 1—4 人品质量及人类诸价值本质因素构成图

说明：

1 图中人品由“自识品质”及其所涵盖的三大部分构成，一是“人的理性品质”，二是“人的精神文明品质”，三是“人的心理行为品质”。后一部分品质很大程度上受个体心理气质、性格因素影响，因人而异，甚至“异人”（不以人的意志为转移）而存在。因此，它们很难完全归结为人的理性品质，尽管客观上它们是有利于人的素质的提高和人格的完善。人的精神文明品质则既受自识品质影响，又受理性品质统辖，所以置于中间位置。

2. 图中上部箭头线表示人品质量的三重结构统一于“自识”并受制于自识水平。

3. 图中下部箭头线表示人品质量诸价值因素间相互作用彼此促进的联系。其中心理行为品质与素质、理性品质、品格间存在积极的促进关系（如果断勇敢、刚强坚毅品质直接转化为胆略与毅力，善良、正直的人往往热情、认真）素质与品质与品格间也