

企业责任群星闪耀时

韩哲

2020,小康之年,宏大叙事的框架里,是要解锁小康之治;小桥流水的确幸里,是在追求小康之质。

对人民而言,生活要有质感,商品和服务须有品质。疫情虽然汹汹,注定短暂,中国经济长期向好的趋势不会改变,人民群众对美好生活的向往不会改变。不管有没有疫情,我们的消费都不容瑕疵。

对企业而言,责任从来都不是单行道。企业首先要履行自己的初始责任,提供好的产品或服务,让生活更便利和高效。与此同时,企业也不能置长期责任于不顾。能力越大,责任越大,这并不仅是蜘蛛侠之语。扶贫、慈善、助学、环保、中国梦,无不是企业品牌和声誉的组成部分,构成长尾效应。

而非常时期,疫情像一面镜子,照出了企业的非常责任。绝大多数的中国企业在仓促之际,反让我们看见企业责任的群星闪耀时。无论是捐款捐物,还是努力增加供给,无

论是赔本赚吆喝,还是全力提升创新,都代表着企业的“兼济天下”。

四十多年的改革开放让我们明白,企业责任拾级而上,企业首先做好自己分内的事。企业第一位的责任是创造利润和增加就业,通过自己的合法经营和诚实劳动,进行技术创新和模式创新,为社会创造价值的同时为自己创造财富,皆大欢喜。其次,在“独善其身”的基础上,企业才有可能追求“兼济天下”,扶危济困,维护市场公正和社会公义于不坠,道济天下之溺。

这些年,诸如契约、创新、工匠、诚信、慈善等大词一直激荡在中国企业的上空,中国市场自身的商战故事以及此起彼伏的劣币和失德现象,让所有人对企业责任有话要讲。人们希望中国企业可以提供更好的产品和服务,体现更好的操守和责任,激浊扬清,在竞争日益激烈的环境下,氤氲出伟大的企业。

在市场经济大潮的不断冲刷下,中国企

业的责任轮廓渐明,有的地方坚如磐石,有的地方晦暗不明,有的地方羸弱不堪,尘埃尚未落定,企业家仍需努力。

另一方面,我们的市场环境还存在着种种不完善的地方,产权不够清晰,法治信仰不足,对长远利益畏葸不前,以至于在某种程度上形成了追求利润和企业社会责任两者的背离,而不是统一。因此,企业责任的笃定和完善,并不是企业“一个人在战斗”,而是一个生态系统。

又到一年“3·15”。在这个特殊的日子,我们一如既往监督市场的痼疾、侵权和套路,同时也更加鞭策企业形成良好的商业价值观和社会责任观。有价值观和责任观的企业,就像有主义的战士,它未见得一定成功,但一定是站在历史的方向。

如果不赚钱,企业朝不保夕,有如临渊美鱼。如果只是赚钱,那跟一条咸鱼有什么区别?反者道之动也。

CONTENTS | 目录

T03
初始责任问初心 好产品好服务

T04
口罩买卖:严打严管保障供需

T05
剧集黑市:团伙作案逢火必骗

T06
游戏账号:天价交易保值艰难

T07
App权限:滥用隐私仍难自持

T08
长租公寓:两面通吃玩“剪刀差”

T09
非常责任有担当 速度温度力度

T10
责无旁贷 呼吸机厂火线复产

T11
多路出击 线下消费纾困闯关

T12
等待春天 小微企业变道自救

T13
需求释放 智慧养老加速生长

T14
寒冬坚守 KTV歇业不歇心

T15
虚实结合 书店突围在线直播

T16
不惧爆仓 生鲜“当日达”井喷

T17
产地直邮 电商助农大步快跑

T18
圆梦线上 商场尝试社群创新

T19
概念落地 无人配送车进社区

T20
算法争先 AI助力基因检测

T21
降本增效 口腔机构练“内功”

T22
灵活复工 房产经纪人VR带看

T23
A股稳市 高研发企业亮眼

T24
金融护航 保险信贷齐上阵

T25
长期责任非空谈 品牌力生命力

T26
字节跳动:猕猴桃“飞”出大山

T27
中国电信:多样扶贫到边疆

T28
君乐宝:把岗位设在村民家门口

T29
雀巢:脱贫“咖农”继续升级