

思想的力量

——写在山东鲁阳股份有限公司创立三十周年之际

《大众日报》2014年10月29日

作者 / 司继军 鹿超

题记

这几年，我时常思考，一个开放的时代一定会为人们提供许多成长的机会，为什么借以成功的人却寥如晨星？

今天这个时代无疑是中国历史上最好的时代，无疑是一个英雄辈出的时代，摸着石头过河的人不计其数，为什么不是每一个人都能够到达成功的彼岸？

在这个风起云涌、潮流变幻多端的时代，多少人在寻觅中迷失了方向，又有多少人被成功的浮云遮住了望眼，在成功的因素中，什么是最重要的？

在中国陶瓷纤维行业，甚至全球陶瓷纤维领域，鲁阳，无疑是一个响亮的名字，人们尊重鲁阳富有价值的劳动，尊重他们不断的创新对中国陶瓷纤维行业的引领与贡献。

数字是枯燥的，但是最具说服力。

一九八四年十月，沂源节能材料厂（山东鲁阳股份有限公司前身）在沂蒙山革命老区的沂源诞生。时年销售收入 6000 元人民币。

30 年后的今天，鲁阳公司实现了由“小作坊”到上市公司的跨越，在中国陶瓷纤维行业第一家登陆 A 股市场。其总资产已达 20 亿元、员工 2000 余人、年利税 2.3 亿元。

不仅如此，鲁阳公司已经实现了从行业模仿跟进到自主创新的跨越，从一个 30 年前的“小跟班”，变身为亚洲最大的陶瓷纤维制造基地，中国无机纤维材料行业领先者，行业国家标准起草单位、国家火炬计划重点高新技术企业、国家新材料产业化骨干企业、全国守合同重信用企业。

鲁阳公司对中国陶瓷纤维行业的技术引领与创新贡献可以用一组数字简单描绘。

鲁阳公司拥有 99 项国家专利和 44 项技术成果；是国家 863 计划的协作单位，自主研发的陶瓷纤维建筑隔热板、陶瓷纤维复合模块等四项产品被认定为“国家重点新产品”。鲁阳公司的贡献不仅在于科技创新，也在于他们对这个行业、对中国节能保温市场的贡献。

鲁阳公司现在已经具备年产各类陶瓷纤维制品 30 万吨、玄武岩纤维制品 10 万吨的生产能力，已经连续二十年在国内同业中保持着规模、技术、品种与效益第一位置，并以其具有世界同步的先进核心技术、大规模、多品种及高品质跻身世界陶瓷纤维业三强。产品畅销全国，并远销美国、德国、英国、台湾等六十多个国家和地区；广泛应用于工业炉衬隔热、建筑防火保温、高温绝热等领域，其中年产 8 万吨高档陶瓷纤维，占全国耐火纤维市场份额的 80%；年产 15 万吨保温陶瓷纤维，占全国工业保温材料市场份额的 30%；特别是玄武岩纤维作为高端建筑保温材料，成为建筑节能领域的应用主流，成为公司未来又一新的效益增长点。公司连续 20 年在国内同行业中占据龙头位置，创造了中国绝热节能材料发展史上的一个奇迹，书写了一曲自力更生、敢为人先的奋斗凯歌！

山东鲁阳股份有限公司的发展史是中国改革开放的真实写照，更是一部中国陶瓷纤维科技进步史。从 20 世纪 80 年代以小型电弧炉生产低档陶瓷纤维，到现在以世界先进技术生产高档陶瓷纤维，利用煤矸石废料生产优质节能材料，鲁阳人用自己的智慧和信念，变废为宝，点石成金！

是的，人们的确有理由尊重鲁阳人。但是，在生活中，鲁阳的魅力，还在于鲁阳人的“为人处世”，更在于董事长鹿成滨的个人魅力。

人生一辈子人品是底子

一个小微企业在初创时期，一定是十分艰难的。

一个艰难的小微鲁阳，怎么从人才、资金、市场的泥淖中滚爬出来的？

当我们回头看向来路时，不免唏嘘。

1986—1990年，是鲁阳公司发展史上生死攸关的重要时期。1986年1月，时年27岁的鹿成滨临危受命，不惧艰难、勇于担当，带领一群热血青年知难而进、拼搏奉献，开始了企业艰苦创业的历程。

当时的艰难，首先是工资已经欠发多时，职工衣食不保，自然人心不稳。其次技术是从浙江德清学来的，就是一个三相电弧炉成棉工艺。对成棉的原料要求、配比、喷吹工艺等等一知半解，技术水平与现在怎可比较，产品质量自然马马虎虎。由此，市场销售一筹莫展，没有市场销售的工厂只能等待着破产或能人的到来。

“打铁尚需自身硬”，“先练内功再谋发展”。稳定职工队伍，强化企业管理，革新技术工艺，提升产品质量，鹿成滨很快就为工厂找到了打破症结的办法。

这些有板有眼的举措激活了大家的信心。但是，没有市场的开发，还是没饭吃。市场在哪里？鹿成滨也很迷茫。但迷茫不等于盲目，更不等于放弃。善于学习、善于分析的鹿成滨另辟奇径，运用自己工程预算思维方式，从《保温工程预算定额手册》中寻找答案。由此，他的目光锁定在了胜利油田。“开发胜利油田管线保温市场”，他下定了决心。

1986年春节过后，人们还沉浸在春节的喜庆，走亲访友、推杯换盏的时候，鹿成滨却顶风雪冒严寒踏进了胜利油田设计院的门口。可是，工程师们对这位来自沂蒙山朴实厚道的不速之客所给予的是“质疑”。他们不相信山沟里能飞出“金凤凰”，不相信陶瓷纤维这种“高科技玩意”会从他们手里产生。鹿成滨没有退缩，他亮出了冶金部洛阳耐火材料研究所产品检测证书这张“王牌”，但依然没有打消工程师们的疑惑。他随即又递上了一封洛阳耐火材料研究所工程师给油田设计院老朋友写的推荐信，这才使工程师们答应给一小段工程试用一下。

机会是来了，怎么抓住这次机会？鹿成滨与高俊昌、毕研海等伙伴们忙活开了。为了搞好施工，他们吃住在工地上，啃的是“干煎饼”，就的是“咸菜棒”。工程师们亲眼见到了这帮家伙的实干劲、吃苦劲，他们被鹿成滨的质朴实在感动了，当然，工程质量也是与人品一样的扎实。小小的试用成功了，这让工程师们彻底改变了对鲁阳公司产品的认识。从此，胜利油田管线保温市场向节能材料厂打开了大门。

为了感谢工程师们的支持，同时也期待继续的合作，鹿成滨让老母亲烙了些煎饼，带到油田送给工程师们，工程师们看着这些“高级礼品”笑了。他们说：“真情实意胜过千言万语，实实在在胜过真金白银，这煎饼就是人间最好的礼物。”多少年以后，鹿成滨还常常说起这些事，说：“鲁阳发展了，不能忘了这些老朋友，有机会要多请他们到厂里来逛逛。”

鹿成滨想的是感恩与回报，许多年以来，他经常邀请一些对公司发展做出过贡献的老朋友们来鲁阳做客，或者通过其他方式表达他的感恩，他常常说：“人生一辈子人品是底子。咱鲁阳就得有鲁阳的风格，做事就要讲感恩。”

是啊，“人生一辈子人品是底子”。为什么鲁阳能够获得存活并发展壮大到今天？为什么鲁阳能够拥有中国顶级的专业人才与技术？为什么鲁阳的道路越走越宽？为什么鲁阳公司在社会上拥有如此好的口碑，其渊源不就在这里吗？一个企业拥有怎样的行事风格，是这个企业“为人处世”的价值观造成的，这一定是这个企业所有一切的底色了。



转折在转折点之前

1990 年时，鲁阳虽然在他们的努力下有了巨大的起色，但不过还只是这个行业的“小角色”、“小跟班”。

这时，鲁阳公司通过市场调研发现，一种新型干法耐火纤维制品正逐步成为用户心中的“宠儿”。当时，众多同行受物价上涨因素的影响，企业经营相对吃力，思想变得保守，对耐火材料行业的发展前景非常悲观，对这种新工艺新设备采取敬而远之的态度。而鹿成滨却敏锐地认识到这是行业高低的一个分水岭，“小配角”可能由此变成“大主角”。他果断决策，决定建设国内第一条完全国产化的 CBC-I 型连熔连吹针刺毯生产线。自此，鲁阳的发展史又翻开了新的一页，实现了从湿法制品向干法制品的飞跃，在短短的几个月的时间里，就从同行业手中夺得了这块刚刚培育的市场，占据了市场的主动权，成为国内耐火材料行业的一匹“黑马”。

高科技为产品带来了高附加值，也为产品带来了巨大的市场竞争力。但是，鲁阳人已不再满足于跟踪市场需求，他们着眼于未来，欲从全球市场的风云中把握自己的发展方向。1993 年后，他们加快了科技投入步伐，在铝箔玻璃钢、憎水珍珠岩相继问世后，他们把投资方向瞄准了国际一流品质的含锆（高锆）耐火纤维。这是一种高温非晶质耐火纤维，应用前景广泛，一向由外国进口，国内大多数生产企业因研发难度大而却步。1994 年，鲁阳公司成立了由鹿成滨挂帅的科研小组，他们请专家，查资料，四处求教，历时一年多，经过了 100 多次实验，最终生产出可与国际同类产品媲美的含锆耐火材料。兰州石化是国家重点工程，党和国家领导人曾多次视察该工程。为争取兰化毫秒炉高温炉衬合同，国内各大耐火纤维厂蜂拥而至。因为这类产品过去一直依赖进口，为确保工程质量，兰化公司决定采用公开招标的办法。他们专门到各厂家的生产线取样封存，送至全国权威机构——洛阳耐火材料研究所鉴定，以鉴定结果作为竞标的根本依据。最后结果出来了：鲁阳公司含锆产品不管是性能还是质量均达到或超过国外同类产品，完全可以替代进口产品。之后，该产品又顺利中标全国三大乙烯改建工程，进入更大市场。

在这个时期，鲁阳公司接连实现了三次技术跨越，终于从行业的小学生转变为行业的引领者，从学习跟进到技术领先，鲁阳公司实现了企业“技术内涵”的大跨越，这个时期的技术积累更为鲁阳以后的发展奠定了坚实基础。

美国脱口秀明星、亿万富翁奥普拉总结一个人的成功经验时说：“成功总要经历三个阶段，认识自己，实现自己，超越自己”。认识自己的内心，认识自己的行业，认识自己的状态，认识所处的环境，这一切的认识过程，就是一个思想的过程。这些东西，是一切成功的基础，是一切行动的原点。鲁阳公司这一时期连续不断的转折，都源于鹿成滨积极的学习与思考。所以说，鲁阳的起飞早就在起飞之前的酝酿中。转折早已从转折点之前开始了。

【作者陈述】鹿成滨十分喜欢学习，喜欢探讨历史、军事、社会话题，喜欢进行哲学思考，

我们私下说他是“哲学家”。至于是否成为哲学家，鹿成滨肯定没有思考过，不过，我们却时常听人说“一个优秀的企业家首先应该是一个哲学家”。我们对这句话深表赞成。

为此，我们专门到网上就哲学家的概念百度了一下，明白哲学家是指拥有自己的哲学范式、有原创的哲学基础理论与哲学体系的人。这样说来，鹿成滨可以算一个不折不扣的民间哲学家了。

理由是，这许多年来，鹿成滨已经形成了一整套企业发展的思想体系，这些思想可以简单概括为——

不断超越自我的目标思维。

坚定的创新思维。

竞争优势最大化思维。

与时俱进思维。

学习思维。

从西方式量化管理到中国式文化思想管理。

.....



不断超越自己

鹿成滨总在不断地总结自己，又不断地制定新的目标。他经常说：“我们是和平时代的普通人，只要我们不断地去实现我们能够实现的目标，然后再努力实现新的目标，多少年以后，很多个小目标就可以累积成大目标了。”

回头看看鲁阳公司的过去，真就是一步步扎扎实实地走过来的。

从上任时发不上工资，到开发胜利油田吃上了饭。

从湿法制品，三相电弧炉，到第一条完全国产化针刺毯生产线。

从低档电弧炉棉到含锆纤维、氧化铝纤维、玄武岩纤维。

从手工生产湿法板，到自动化大规模流水线生产纤维板。

从棉，到毯，板，到纸、布、绳.....

从 90 年代的单一施工销售模式到经销商销售、区域销售、工程销售多种模式并举。

从深耕中国市场，到与美国联合纤维公司合作，布局全球市场。

从西方式的量化管理，到毛泽东式的文化思想管理。

鲁阳坚定地向着“百年鲁阳、世界鲁阳”的既定目标奋力前行。

.....

30 年，从不停止，从不歇息。

鹿成滨从没有停下思想脚步、进取脚步，不断超越自己，不断地实现自己。一个个梦想在汗水中、在辛苦中、在苦恼中实现了。如果，进取的心失去了，思想的心停下了，鲁阳可能只是个发育不良的“半大孩子”。



坚定的创新思维



鲁阳公司的发展史，已然是一部中国无机纤维科技进步的历史。

从 20 世纪 80 年代单一的硅酸铝纤维及制品，到今天发展成为集陶瓷纤维、玄武岩纤维、硅酸镁纤维、可溶纤维、氧化铝纤维等于一体的“无机纤维博物馆”；从 20 世纪 80 年代 CBC-I 线单班生产产品 600 吨，到今天万吨生产线单班产量突破 8000 吨，鲁阳人依靠科技创新的力量，将一个个不可能变为现实。科技进步不仅使鲁阳公司成为当今最具效能的企业之一，更将引领鲁阳走向辉煌的未来。

成为中国同行业第一，鲁阳人用了十年的时间，十年的光阴是轻松的，但历史揭过的每一页又都是沉重的，因为它负载了太多的辛勤与汗水。

中国陶瓷纤维行业权威崔之开教授说：“鲁阳公司是中国陶瓷纤维行业的试验田与博物馆。”

到 1996 年时，鲁阳公司已经以同行业产品产量第一、质量第一、品种第一、效益第一被国务院经济发展中心确认为“中国最大规模硅酸铝耐火纤维生产基地”。

其后，鲁阳公司一个个领先产品不断推出，构想变为现实。2000 年起，陶瓷纤维纸、布、绳、带等高科技附加值陆续走入市场，国内市场占有率达到 30% 以上，产品的 30% 出口到日本、韩国、美国、德国、法国、比利时等 40 多个国家和地区，产品被美国通用、日本三菱、比利时 ETEX 等国际著名公司采用，成为跨国公司关注的国际供应商。

但是，鲁阳并没有停止创新的脚步。从 2001 年到 2005 年，鲁阳的技术创新与产业规模又上了新台阶：建成的背衬板生产线成为国内第一条拥有自主知识产权的陶瓷纤维生产线；鲁阳工业园仅用时三年建成，实现了“再造一个新鲁阳”的设想；用煤矸石废料生产高效节能材料的梦想成为现实 ----- 特别 2006 年是上市以后，凭借资本优势，公司大力实施科研能力提升工程，对产品品种和生产装备进行全面的优化设计与升级改造，相继开发成功硅酸镁产品、氧化铝纤维、纳米板、整体纤维模块等高端产品，生产能力从 2006 年的 4 万吨提升到现在的 30 万吨，品种差异化优势更加明显，企业规模位居亚洲第一。

竞争优势最大化

建立产品的竞争优势，首先在于科技水平，这个方面，鲁阳一直是行业的引领者，所有的消费者都是知道的。用客户的话说：“用鲁阳的，放心。”

鲁阳公司的产品质量管理是十分规范严格的。记得有一次在广东某客户那里出现了一点质量问题，鹿总跟所有生产系统负责管理的同志们说：“我领你们去广东旅游旅游去。”结果，是到客户那里去开现场会的，并让客户现身说法，就质量意识、质量管理上了十分生动的一堂课。这只是鲁阳重视质量管理的一个侧面。

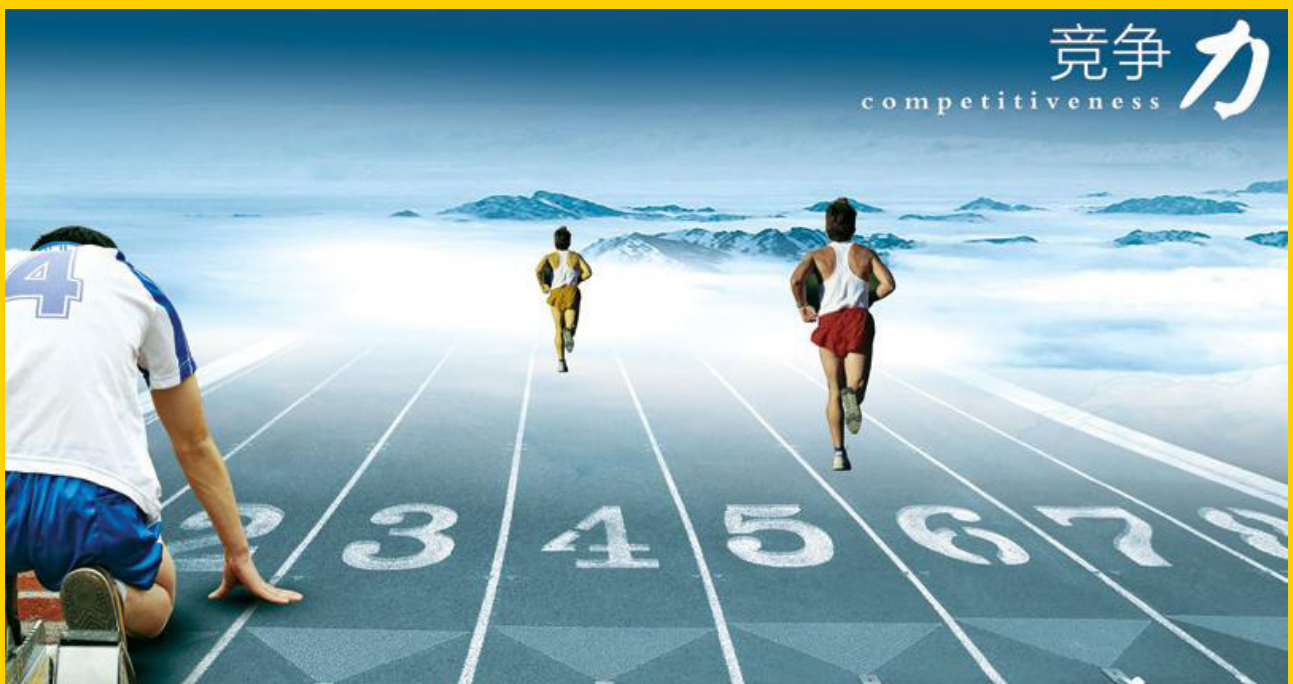
拥有科技优势、品质优势就可以横扫市场吗？这肯定不可能。

自 2003 年，鲁阳公司为努力打造资源当地化制造模式，拉近生产基地与市场的对接距离，形成更为强大的服务优势，根据市场分布与生产原料产地、生产成本等因素，先后在内蒙古、新疆、贵州、济南、青岛建立了子公司，形成以山东为首，北到内蒙古、南到贵州、西到新疆的四大生产基地，规模不断壮大，产能持续提升。特别是内蒙古公司，目前已建设投产万吨针刺毯生产线 16 条，单厂产能是中国之最。这些子公司的成立，大大降低了产品的生产成本，缩短了产品服务半径，形成了新的价格优势。

同时，鲁阳公司进一步致力于销售服务网络的建设与完善，为广大用户提供全方位、定制化、系统化服务。遍布全国的 30 多个销售部和 70 余办事处，实现了销售服务网络的全覆盖。

另一方面，为加大国际市场的开拓，鲁阳公司设立了国内代理部，市场开发部和客户服务部，在印度、俄罗斯、巴西，美国、新加坡等国家和地区设立销售公司和办事处，形成了经销、代销、直销多种营销形式交织的国际网络。

如此，鲁阳公司建立了强大的竞争优势。其着眼全球市场的“野心”也由此窥见一斑。这样，鹿成滨该满足了吧？他却不这样想。



鹿成滨说：“中国改革开放三十年，鲁阳持续创新三了十年，引领了中国无机纤维行业的发展。鲁阳从产品复制到技术创新，实现了技术内涵的跨越。鲁阳从小微企业到股份制改造，到上市企业，与中国资本市场的改革步伐实现了同步。但是，许多人没有注意到鲁阳的潜在挑战。一是技术创新步伐会减慢，技术创新带来的产品高附加值会逐渐平均化，怎么办？二是产能的增长与成本优势的建立已经基本实现，鲁阳长到了天花板附近，怎么办？三是80后、90后逐渐成为企业的主体，他们是不一样的一代人，必然给企业管理经营带来新的挑战，怎么办？这些问题，都是极为现实的挑战，鲁阳人能不居安思危吗？”

“改革开放三十年后，今天的中国正处在一个新的时期，从国外发展历程上看，正处在一个产业整合集中阶段。在这一阶段，鲁阳公司正积极建立技术优势、产能优势、服务优势，以图在这个时期站上全球视野下的行业顶端。公司国内的产业布局已经基本实现，质量优势、产能优势、技术优势还没有完全转化为价格优势，还没有彻底建立压倒性的竞争优势，因此，鲁阳公司在这一时期的路还要走一段时间。我们必须清醒地认识这一点，同时，我们也必须明白，我们已经建立了这种优势，只是如何发挥优势的问题。”

“我们还必须看到，中国的材料行业与国外还有不小的距离，这既是当前发展面对的现实问题，也是中国这个行业具有光明前景的原因。”

对于鲁阳的发展，鹿成滨显然已经建立了自己的一整套思想体系，他的思维无疑已经跨越了国别与行业的局限，具有了全球视野，而且已经深刻地洞穿了历史，看到了社会发展的本质。所以，在鲁阳的发展过程中，他才会一以贯之地关注技术创新、资本市场、市场竞争，并形成了自己的一套思想体系。

站在历史的高点上，才会看得更远。这正是一个优秀企业家所必须具备的，要不为什么说“一个优秀的企业家首先必须是一位哲学家。”呢？

毛泽东式的文化思想管理

从西方式的量化管理，到与毛泽东式的文化思想管理相结合，形成适合鲁阳国情的管理思想，这是鹿成滨在中国企业管理中的体验与总结，这就是西方科学与东方智慧的结合。俗话说，适合的就是最好的。

2006年，鲁阳公司在深圳证券交易所成功上市，通过资本优势与产业优势的结合，为鲁阳公司的发展增添了无穷活力与希望。公司规模不断壮大、企业效益年年提升，为股东的回报更是得到了更长、更广的延续。

但是，公司规模的扩大，人员的增加，新生代的大量加入都带来公司管理的新挑战。

鹿成滨是一位老战士，深受毛泽东思想的影响。他比较西方管理与东方管理，特别是与毛泽东式管理的异同与奥妙，结合个人体会，进行了总结。

他认为，西方式管理也是好的东西，量化管理、目标管理能够激发个体的积极性与创造力。毛泽东式的管理更注重人的思想管理，更适宜团队管理。毛泽东说过：“政治工作是一切经济工作的生命线”。毛泽东管理思想的核心是：思想认识统一了，步调才能够一致。思想管理好了，团队才能够管理好。思想的力量、文化的力量是无穷的。

鉴于此，从多年前年开始，鲁阳公司就重点开展了以传统文化教育为核心的“文化大提升，鲁阳大发展”的系列宣传、培训、交流、提升活动。

“用文化管理企业”、“以文化振兴企业”，成了推动鲁阳发展的新引擎。

为此，鲁阳公司专门成立了以党委书记鹿成滨任组长、部门负责人为成员的企业文化建设领导小组。

“建设百年鲁阳，世界的鲁阳”是鹿成滨的“鲁阳梦”，也是全体鲁阳人的梦想与追求。要实现这一目标，没有共同的价值观、共同的目标追求，是不可想象的。鹿成滨说：“建设百年鲁阳、世界鲁阳，是所有人的事业，单靠几个人的努力是不行的。这必须依靠一个持久的精神动力来支撑。传统文化是中国人的思想基础，已经传承了几千年，它使我们有一种齐家平身治天下的家国情怀。我们要在这一思想财富基础上结合自身目标，落地为我们鲁阳人的鲁阳梦，我们的目标就有了政治基础，就有了思想保证。”

鲁阳公司办公大楼前建有鲁阳形象的标志性广场——鲁阳挥戈文化广场。广场文化墙上镌刻着鲁阳发展史——《鲁阳赋》，让员工与来客进厂门就能感知鲁阳文化内涵。

“用文化管理企业”、“以文化振兴企业”。公司大力倡导“鲁阳公司是我家，共创双赢靠大家”的新理念，把公司的发展目标与员工的个人价值追求融合一体，积极为广大员工创造良好的发展平台；创新“公司搭台，能人唱戏”的目标牵引机制，充分调动有想法、有办法、有能力、有动力员工的工作积极性，以富有吸引力的激励政策激发“小能人”的奋斗热情，在实现“以鲁阳为家，努力为企业发展做贡献”工作愿景的同时，企业也最大限度的满足了员工对收入、福利待遇和个人发展的需求、要求，真正做到了共创双赢。

学习鲁阳发展史是鲁阳员工的必修课，充分利用鲁阳发展历程中重大的事件、闪光的节点、典型的事迹，对员工进行传统教育，不断激发责任感与荣誉感，使大家对“建设百年企业，争创世界名牌”的发展目标充满信心。为展示企业文化建设风采，公司设立了企业文化与发展史展厅、应用技术展厅、主流产品展厅等，直观的、真实的向客户、员工、股东展现鲁阳文化内涵。好多人参观后都说：鲁阳不光有一流的节能产品，还有超一流的文化产品。

不仅如此，《鲁阳报》、内部 OA 系统建立以后，成为鲁阳公司企业文化的重要传播媒介和舆论阵地。

每周一升旗活动，成为加强员工的爱国主义教育、团队精神教育的良好方式。聘请专家授课，学习《弟子规》、《孝经》、《了凡四训》等中华传统文化。

打造企业文化氛围环境，使面面墙壁会说话。

制定“鲁阳公司 26 不准”、“鲁阳公司好人十条”、“鲁阳公司礼仪十条”等，努力使企业价值理念内化于心、外化于行。

.....

“重塑鲁阳文化”，“追求百年鲁阳、世界鲁阳梦想”的思想政治工作在几年时间里持续地进行着，这是一项人心工程，要用多少年的心血去灌溉才会有一个理想的成绩。对此，鹿成滨清楚地知道，他经常说“政治工作是一切经济工作的生命线。我们要不断地向毛主席学管理。”他因此要求相关部门一定要“有心”地去实施政治思想工作。

在一次小范围的会议上，鹿成滨语重心长地说：“我们鲁阳有今天，靠的是认真二字。我们要知道我们与世界同行的距离，我们在工装设备、工艺水平方面不比世界同行差，我们差在生产的精细程度上。这需要所有人在任何一项工作上要以世界水平为标杆要求自己。我们要在工作中心怀鲁阳梦，按照世界水准制定新的岗位说明书，新的岗位标准，严格每个岗位的世界级要求，在手底下一步步缩小这种差距。要实现鲁阳梦，关键，我们要有鲁阳梦这个心，要有世界标准这把尺子。”

鲁阳公司在实践中不断加强量化标准化管理的水平，又不断地向毛泽东思想学习管理。

有一位智者在公司培训时说：“每一个伟大的企业都有一个成功的配方。鲁阳公司的配方是什么？我看，东方智慧与西方管理的创新结合就是其中的一个配方。”

是的，鲁阳公司走过了三十年，拥有了今天骄人的成绩，东方智慧与西方管理相结合的确是鲁阳的一个“文化配方”。

我们欣喜地看到，鲁阳公司“文化配方”的企业文化塑造与培育、推广，确实起到了“春风化雨”“改造企业思想文化内涵”的神奇效果，使公司内部形成了“企业有生气、产品有名气、领导有正气、员工有士气”的良好文化氛围，引领鲁阳迈向“客户信赖、员工自豪、社会尊重，享誉世界的百年企业”的崭新目标。

因此说，鲁阳公司三十年建设的一大成绩就是——“改造了鲁阳公司的思想文化内涵，实现了鲁阳精气神的改变”！

现代企业“长工佃户理论”的诞生

进入 2011 年以后，鲁阳公司的技术创新步伐缓慢了下来，这是一个企业发展的规律。鹿成滨的思想也大多集中在企业集团管理水平的提升与企业文化的加强上，因为鹿成滨知道，一个企业的长治久安依靠的是什麼。

首先，有一个问题日益呈现，80 后、90 后逐渐成为营销第一线主力时，新一代人的“逐利性特征”愈发显著，且日益影响到企业的各个方面，这种问题在大企业比小微企业更为显著，也成为新时期中国企业的共同挑战。

怎么办？

没有现成答案，没有多少可以借鉴的经验。

在这个问题上，鹿成滨其实早有察觉，也不断尝试新的改进办法。

成本包干，任务包干，……过去，老一代营销精英大多转移到管理方向上了，过去的老办法有些失灵，鹿成滨苦恼用什么办法才可行？

好学又擅长思考的他，忽然想到了“旧社会”。“地主时代”有几百年历史，他们是怎么发展过来的，是怎么当好“东家的”？

灵光在苦恼中闪过。他仔细研究，当“东家”雇佣“长工”时，“长工”也是责任心差，干劲当然要看“东家”的具体情况。“东家”与“佃户”的关系是一种雇佣与被雇佣关系，“长工”的积极性十分有限。

但是，后来“东家”改变了策略，把土地租给了“长工”，“长工”们有了更多利益与联系，“长工”变成了“佃户”，“佃户”的生产积极性得到发挥，“东家”与“佃户”的关系逐渐变成了合作关系，而非简单的雇佣关系，生产关系的改变大大促进了生产力的提高。

鹿成滨找到了当“东家”的秘籍。

在营销领域的改革开始了。一开始，大家不习惯，甚至不接受，排斥。“过去多自由，这样，利益牵扯如此明显，不好好干显然不能有好的收入，亚历山大啊。”

试点首先在个别区域实行，逐渐全面铺开。在利益自主的前提下，业务人员压力成动力，费用知道要节省着花，业务要走出去上门服务……

半年下来，营销部门的管理压力小了很多，营销部门的积极性开发了出来，工作局面与状态显然与前不同，大家都说“改革出红利”啊。

对于这次“改革”实践，鹿成滨总结为“佃户长工理论”。这显然是一次有趣的创新，“封建理论”在 80 后、90 后为主体的现代企业中焕发了“青春”，这是一件多么值得回味的事儿。其实，这只是鹿成滨思想的一次实践，思想走在实践的前列，没有思想的火花，便没有实践成果的出现。中国民间并不缺乏思想家，也不缺乏勇于实践的人。只是这许多年，人们似乎忘记了思想的创新，忘记了思想的力量。



鹿成滨，永远是一位思想的行者。他虽然年近 60，但他的思维还那样活跃，那样深邃，虽然他依然如过去一样是一位质朴厚道的沂蒙人。有一天，向鹿总请示一项工作，他出发外地，电话语音不太清楚，一会儿，我的手机上传来一条微信：“用微信吧。”我暗自兴叹：“还真赶潮流来。”鹿成滨自己也说：“我不能落伍了。”这么一句简单的话看出鹿成滨对自己的要求，从这一角度说，鹿成滨还真是保持了思想的年轻。人的年轻，重要的是要保持一颗年轻的心，保持思想的活力，这不仅是一个人的福气，这也是一个团队的幸福。

只有伟大的时代，才会有思想蓬勃的局面。从鹿成滨身上，我们已经看到了思想的力量。鲁阳需要这种力量，中国需要这种力量。

期待中国重新回到思想的时代。

**世界历史告诉我们，
一个时代的兴起是从思想的蓬勃开始的。**