

YuDa's Road towards Cultural Industrialisation, Which Emphasizes on Honesty and Truth

宇达的文化产业之路

“利以义制”的诚信之道

王梦佳 by Wang Mengjia

对于企业而言，我们应该有可持续发展，有所为有所不为。
——卫恩科

世人都道商人“重利轻义”，而不知“义利之辨”，在商业文化中另有一番千秋。

商业文化是伴随着商品交换活动产生的文化现象。19世纪末西方著名学者马克思·韦伯提出：经济现象和伦理文化是同一因果链的两个侧面，经济现象背后是文化力。如此而言，对中国的经济、政治、文化领域产生了广泛而深远影响的儒家文化，同样也有力地塑造着中国传统商业文化。儒家文化重“诚”、重“信”，但也并不排斥对利益的追求。《论语》中许多论述，如“富与贵，人之所欲也”“不义而富且贵，于我如浮云”“富而可求也，虽执鞭之士，吾亦为之”等等，都主张义利并举，将经济与伦理紧密地联系在一起，同时也强调经济生活的道德原则，认为集体利益高于个人利益，精神价值重于物质价值。简言之，中国传统商业文化的核心精神之一就是“利以义制”的诚信准则。

“诚信准则”也可以解释为经济领域中用以调节个人、集体、社会的利益关系和评价意识、行为、规范的伦理道德标准。明清时期以地域为中心、以血缘乡谊为纽带崛起的各地商帮，诸如晋商、鲁商、徽商、浙商、闽商、粤商……其经商之道和经营内容各有不同，然则“诚信”二字，无不贯彻其中，留下了诸多佳话。不仅仅中国，在西方经营活动的价值观中，“诚信”也是最基本的职业道德。莫里哀就说：一个人严守诺言，比守卫他的财产更重要。

由此看来，“利以义制”这个词，首先意味着获取利益的行为

应当在诚信的前提之下进行。这一点对于在晋商文化熏陶下的山西宇达集团而言，是毋庸置疑的。在宇达，诚信首先体现在对产品质量的保证。2003年，宇达集团在全球同行业首家同时通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、OHSAS职业健康安全管理体系三项国际认证，为青铜艺术品的艺术质量和制造质量提供了可靠的保证。除了这些硬性指标外，宇达还提出了“企业即家业，产品如人品”“不允许有1%不合格产品出厂”“宇达对所承制的青铜雕塑的制造质量负永久责任”等等企业文化理念。

“负永久责任”这句话可不是空话。宇达多年来每件雕塑安装后，都要交给甲方一份出厂合格证，一份雕塑维护保养说明书，一份雕塑化学成份试验报告单和一份雕塑物理性能试验报告单，让客户明明白白使用雕塑；超过20m以上的雕塑，宇达每两年会派出专人带上仪器不惊动甲方到现场测量，并将测量数据寄给甲方，十年来，虽然宇达承制的雕塑越来越多，但这套制度一直延续了下来。许多甲方收到雕塑检测资料后，来电来函称赞宇达，但宇达认为这是自己应该做的。

不仅如此，“拿您做过的作品质量说话”早已成为宇达员工的共识。“我们现在完成的雕塑，没有一个甲方不满意。”卫恩科自豪的表示：“宇达不会为了去接活，一味降低作品造价去迎合雕塑家。价格应该是合理的，而并不是价格越低越好。如果追求低价，很可能是偷工减料、粗制滥造出来的作品，对企业和雕塑家名声都会有很大伤害。负责任的雕塑家，总是希望自己的作品能够得到完美的体现。如果我们给了低价，却做出不好的作品，他们以后也不会再来找我们。对于企业而言，我们应该有可持续发展，有所为有所不为。要注重产品的品质，不能因为一件事毁了自己的品牌。所以我们一年要拒绝很多单子。”

拒绝利益的诱惑着实需要一份清醒。而这种拒绝恰恰带来更多的长远利益。这正是隐藏在“利以义制”之后的深刻启示：尽管商人天经地义的目的是要获取利润，但行义也是可以考虑长远的利益回报的。历史上，20世纪初以“日升昌”为首的山西票号应对挤兑风波的义举正很好的说明了这一点。随着八国联军攻占北京而逃往西安的北京城王公贵族、豪门望族因为随身只携带山西票号的存折，纷纷跑到票号兑换银两。而山西票号本可以“北京分号账簿被毁，正在清理”的理由拒绝提款，但他们只要储户拿出存银的折子，不管银两数目多大，票号一律立刻兑现。在这种局面下，票号经营者稍有不慎，就可能使自己的生意陷入灭顶之灾。但他们更清楚地看到，来山西票号挤兑银两的多是王公贵族，他们的行为属迫不得已，是国难所致。不论时间长短，灾难是会过去的。这些人在京城的政治和经济实力都不容忽视，从长远看有可能会给自己带来更多更大的机会。以后的事实证明，日升昌的判断是准确的。战乱过后，当他们在北京的分号重新开业时，不但普通百姓纷纷将积蓄放心大胆地存入票号，甚至朝廷也将大笔的官银交给票号汇兑、收存。

对于这一点，宇达也有亲身的体验。有时，甲方不顾质量一味压低造价，迫使雕塑家也没办法，有时干脆就要求用杂铜铸造，宇达对这种要求坚决拒绝，宁可不做，也不能拿艺术质量和安全去赚昧心钱。



宇达为德国雕塑家Prof. Ernst Fuchs放大制作并出品德国的青铜雕塑《贝壳少女》高4.8米



宇达制作并安装于老挝的《苏发努冯》铜像，高6米，由著名雕塑家曹春生雕塑，该雕像是中央赠给老挝的国礼

除此之外，“诚信之道”还有非常重要的一点，那就是“真诚地为雕塑家服务”。这一点宇达又是如何贯彻的呢？在2005年以前，宇达还自己创作设计城市雕塑，但是这之后，他们就明确表态，自己不设计城市雕塑了。卫恩科认为，随着时代的发展，无论是城市还是公众，都对雕塑提出了越来越高的要求，如果做不出精品，无异于是对国家 and 人民财富的巨大浪费，既然如此，宇达何不腾出精力全心全意为雕塑家服务，做出时代精品呢？随着这一服务理念的发展，宇达又提出了“从制造到运输到客户手中的一切环节均由宇达负责”“宇达从不对客户说不”“为艺术家提供量身服务”一系列承诺。“一切环节均由宇达负责”意味着会增加很多成本，耗费大量时间、人力和财力，“不说不”具体表现为只要宇达能做到，就一定会去认真做，不以事小而不为，不以事繁而不想为。

而说到“量身服务”，还是不得不提到宇达的“雕塑放样工坊”。这个工坊是让雕塑家设计的，是目前国内最大的专业化雕塑放样工坊，吴为山、曹春生、殷小烽三位都出过主意。工坊免费提供给雕塑家使用，雕塑家可以和员工一起共同探讨放样的细节，也可以为下一步制作做准备，在工坊放样时，宇达还运用先进的德国进口全站仪测量数据，输入计算机得出三维立体数据进行放大，比传统的套圈法又大大提高了准确性。宇达多年来的磨炼，打造了一支优秀的、具有丰富经验的放样员工队伍。“有些雕塑家和我们第一次合作，会问要不要修蜡壳？我们会告诉他，不用。这是企业最基本的能力。”卫恩科对此尤为强调。



在宇达雕塑工房内，正在同时放大著名艺术家韩美林为浙江余杭创作设计的5.8米高雕塑《百鸟朝凤》

“量身服务”实际上是更高层次的营销策略，表面上看起来是更多的付出和投入，但是却很好的建立起雕塑家对宇达这个品牌的忠诚度，并且给员工带来更多与雕塑家交流学习的机会，无形中提升了他们的修养和能力。这何尝不是“利以义制”的表现？

诚信不仅是一个人或者一个企业安身立命的根本。它对于行业、民族、国家而言，都是发展进步的基础。这一点，无论是历史，还是实践，都可以证明。然而，当我们审视雕塑行业的发展现状，我们依然可以看到许许多多的人性正面与阴暗面的激烈交战，看到许多为了个人利益而不惜背信弃义、伤害朋友、损害公众或国家利益的事实。宇达的诚信之道，足以给我们这个雕塑行业重要的启示：诚信会给我们大家都带来很多长远的利益，所以现在，请您有所为而有所不为。

卫恩科还说：“我们每做一个雕塑，从来没有拖欠尾款的事。其实我们只是做到了一点，就是诚实守信，不让甲方找到理由。所以每做一个雕塑，我们都与甲方成了很好的朋友。”朋友之道，依然贵在诚信。诚信在，则和气生；和气生，则事业旺。因此，在下一期的内容中，我们再来谈谈宇达的“以和为贵”。