论“道德”

道德，是我们再习以为常不过的概念了，然而“道”“德”“道德”之间的关系我们真的清晰吗？清晰这些概念对我们做人、做事又是很重要的，故而本篇取名道德论。

《素书》云：“道者，人之所蹈，使万物不知其所由；德者，人之所得，使万物各的其所欲。”这样，我们可以理解：所谓道就是人必须遵守的自然法则，是宇宙天地、人类社会运行不竭的自然准则；所谓德，就是世间万物顺应自然安排而各尽其能，各得其所。道者，路也；德者，得也。那么，做人就要选择“做人之道”，方有“做事之法”“不会缺德（自然，各得其所，何德可缺）”。

拿企业管理作为例子。比如，战略管理专家把“战略”职能解释为“做正确的事（Do right things）”，这就是做事之“道”；“战术”是“正确的做事（Do things right）”，这也就是做事得到结果，乃为“德”。那么，做企业就得常想战略，建立战略思维习惯，适时进行企业战略转型，使企业常有其“德”，可持续发展。

再比如，“市场营销”是战略，是“道”，“销售”就是“战术”，是“德”。管理学家将市场营销定义为“让产品好卖”，而销售则是“把产品卖好”，把销售之“道德”阐述的浅显易懂，更便于“市场营销”“销售”职能的运作。只有让产品符合“市场运转”之道，才有“销售业绩”之得。我曾工作过的一个工程机械制造企业，市场营销战略为“让建设者轻松、安全的工作”；其协同的产品开发战略为“‘356平台’（3，三年内主打产品；5，五年内热销产品；6，六年后骨干产品）”；人力资源战略则是逐年为研究院配备合适人才；技术管理中心则制定了相应的“三化（产品系列化、标准化、通用化）”产品设计战略以及智能化、互联网化的信息技术标准战略。这样，互相“嵌套、协同”的企业战略、战术实施，保证了企业最近二十年的健康、持续发展。坚守其道，常有其德。