

商业向善

老郭说 第 29 期

商业向善

系列之商业篇

上期，我们基于人的角度谈及了商业向善。本期我们通过商业这个角度加深理解。

商业自古有之。不管是原始社会的以物易物，还是当下以货币作为媒介的钱物交换，都是商业的范畴。那什么是商业？官方的释义是通过交易使商品流通的经济活动。我们可以通俗的理解为买卖双方交易。大道至简，商业的本质是交换。

那为什么会出现交换？因为买方和卖方都有自己的利益诉求，有自己的目的。买方在自身的生产和生活中产生了诸多需求，与之对应的就是商品和服务。卖方洞察到了买方需求，便进行了相关产品和服务的提供，从而买家的自身需求得到满足，卖家也获得了盈利，彼此双赢。这清晰的告知了我们商业本身就是利他的产物。同时也告诉我们了一个常识：买方和卖方都是以实现自身的目的为前提条件而发生的交换，不以实现双方目的的交易都是耍流氓。

结合商业的本质和商业的目的我们看看泽瑞自身的业务逻辑是不是这样？

第一，我们从事的是商业活动：交换；第二，我们是基于市场提供对应的产品和服务；第三，我们是以盈利为目的。与我们上述所讲的是一致的。假设我们忽略外部市场的需要，仅根据自己的意志追求自身利益最大化，仅根据自己的想法生产产品和提供服务到市场，仅根据自己的认知去理解用户的需求，当下时代，我们盈利

目的是否可以实现？答案一定是否定的。因为我们的意志与市场的需求不一定是相同的。即时短暂的有了一定重合，但从长远上看，我们也一定会被市场所抛弃。所以我们必须找到一个支点，以便让自己的产品和服务能高效的销售出去来实现自身的盈利。这个支点实则就是目标客户的需求和痛点。只有找到这个需求和痛点，我们提供相关的产品和服务，客户才会心甘情愿的掏钱埋单，因为我们提供了价值，解决了他们的需求，实现了他们的目的。而我们获得了收益，这就完成了一个交易活动。

各位顺着这个思路就能较为从容地理解，为什么我们泽瑞一直强调要以客户为中心，一直强调我们的业务部门和产品技术部门一定要走出去，走到客户中去，了解他们的实际业务流，了解他们的实际业务场景，掌握他们的痛点和需求，因为我们只有真正的了解到了这些内容，我们提供的产品和服务才是最为贴合实际的，也才是最能满足他们真实的需求。这是一种利他思维在我们实际业务中的体现。

我们开展的业务是一种利他思维，是基于客户的需求和痛点，与之提供相应的产品和服务。而商业向善则是更深层次的利他。因为商业向善的维度更高，格局更大，目的更久远。它是从社会发展的全局视野来看待企业的发展 and 目的，在追求自身可持续发展的同时，助推科技进步、科技向善，带领生态体系的合作伙伴共同实现社会价值创造，这其中自然也包括了我们的每一位员工。从而实现总体社会环境会越来越友好，将商业世界推向一个更高的高度。

结合这点，我们谈一下泽瑞为什么要基于物联网进行顶层设计？21 年我们投入大量的人财物，引进高端产品技术人才，设立了双研发中心，聚焦 6 大行业线深耕，并基于此提供对应的解决方案，这一切都是为了打造更大的商业实力。这些都是基于利他的角度。而基于商业向善的理念，我们把泽瑞的战略设计定义为物联网公司则是从企业、技术、市场、社会、环境多维角度进行综合考量。

众所周知，如今物联网的概念风靡全球。根据常识：各个商家基于自身利益考虑，为谋求垄断，不会愿意开放协议。而物联网时代却催生了各种协议与统一平台，无论是协议与协议、设备与设备、设备与平台、平台与平台间都进行了融合，为什么会这样？其内在是物联时代市场需求的必然结果。市场永远是商家行为的风向标，把握住时代发展脉搏，各商家就必然基于市场的需求变化采取对应的理念和策略应对，才能适应时代的发展，才能不被市场所淘汰。泽瑞将物联作为战略目标，实则是顺应市场的一种具体体现，是获得可持续发展的必然要求。最终，员工在企业可持续发展中将获得更多的利益回报，买家将得到更多的需求和痛点满足，科技获得进一步地推动，环境、社会也将得到进一步改善，从而实现多维共赢。

管理大师德鲁克曾经有一段论述：所有的社会问题只有把它变成有利可图的商业机会的时候，这些问题才能根本解决。可见商业在社会中的价值。因此益、利并不矛盾。当然这个一定是在法律允

许的框架范围内，否则纵然基于利他，违反了法律，也终究无法延续。

正如玛氏公司首席经济学家布鲁诺·罗奇所言，只有治愈了商业，才能治愈世界。也许世上本没有商业向善之路，走的人多了，便也成了路：仰望星空，脚踏实地，我们准备好了吗？下一期我们将基于企业的维度具体谈谈商业向善如何落地。

下期见。

郭瑞远

2022年9月1日