

深圳达实智能股份有限公司

3.0 企业发展白皮书（V1.0）

目录

| | |
|-----------------------|----|
| 序言..... | 2 |
| 一、 背景..... | 2 |
| 二、 历程..... | 2 |
| 三、 专用名词介绍..... | 3 |
| 第一章达实智能发展历程..... | 5 |
| 一、“达实”公司名称的来历..... | 5 |
| 二、达实 1.0 发展时期..... | 5 |
| 三、达实 2.0 发展时期..... | 5 |
| 四、达实 3.0 发展时期..... | 6 |
| 第二章企业发展的四部曲..... | 7 |
| 一、企业发展的机遇..... | 7 |
| 二、企业发展四部曲..... | 8 |
| 第三章达实智能的企业使命..... | 10 |
| 一、什么是企业使命..... | 10 |
| 二、达实使命：万物智联，心心相通..... | 10 |
| 三、使命由来..... | 10 |
| 第四章达实智能的企业哲学..... | 12 |
| 一、什么是企业哲学..... | 12 |
| 二、达实智能哲学..... | 12 |
| 三、探索哲学的过程..... | 14 |
| 第五章达实智能的企业战略..... | 15 |
| 一、发展战略..... | 15 |
| 二、心力资源战略..... | 15 |
| 三、技术创新战略..... | 16 |
| 四、品牌营销战略..... | 16 |
| 第六章达实智能的企业战术..... | 18 |
| 一、赢得客户的方法..... | 18 |
| 二、运营机制..... | 19 |
| 结束语..... | 21 |

序言

一、背景

2018年中旬，彼时正逢中美贸易战人心惶惶，金融去杠杆危机重重。公司创始人刘磅董事长感到公司的创业老伙伴们，个个忠诚事业，但身心疲惫；小伙伴们，个个能力优异，但身心不定。因此，刘磅董事长想要寻求一个为团队赋能的方法。

2018年9月，刘磅董事长结识了北京知行合一阳明教育研究院（简称“致良知四合院”），这是一家以企业家为主体、学习阳明心学为核心的公益培训组织。经过一年多阳明心学的学习与实践，明确了公司的使命、哲学、战略和战术，在此整理成册，共同学习，请大家指正。

二、历程

2018年10月，刘磅董事长首次参加北京雁栖湖论坛学习；

2018年11月，刘磅董事长参加3天董事长学习班；

2018年12月，刘磅董事长带领3位副总裁参加为期15天的企业3.0战略培训学习班；

2019年1月，达实公司1200多人的年会上，升级了公司核心价值观。

2019年2月12-14日，公司组织管理团队（88人）在青青世界开展了首次致良知学习会。

2019年10月28日-11月3日北京雁栖湖论坛期间，公司在深圳、

雄安、常州三地，组织 462 名骨干参加远程班 7 天学习。

2019 年度，公司共安排 18 批 136 位管理骨干赴北京参加致良知系统学习。全年公司超过 700 人参加了系统的致良知课程学习。持续坚持《致良知》原文学习的员工人数已经超过 1000 人。

三、专用名词介绍

王阳明

王守仁，字伯安，明代著名的思想家、哲学家、军事家、教育家。因筑室阳明洞，故称为“阳明先生”。阳明先生一生内证于心，用生命实践圣贤文化，立德立功立言，登上儒家学说的新高峰。阳明心学对中国乃至整个东亚产生了重要影响。

致良知

致良知是阳明心学的核心内容。阳明先生认为，良知人人具有，个个自足，是一种不假外力的内在力量。“致良知”是随时就事上致其良知，是“彻根彻底不使一念不善潜伏胸中”的方法。

1.0 企业

大部分企业的创业都始于直线战略，开发一个爆款产品，一招鲜吃遍天。这个产品通常会带来丰厚的利润和广阔的客户群，只要客户需求不发生变化，企业就能一直发展下去。但客户需求总是多变的，一旦变化，小则产品，大到企业，生命周期往往就到此为止。此类企业被称为 1.0 企业。

2.0 企业

少部分企业能够将企业战略从直线战略延展为平面战略，比如不断开发出新的爆款产品，或者实现经营的多元化、管理的集团化。但这都需冒极高的风险，因为这要求企业能敏锐地感知客户需求，需要极高的洞察力、想象力和创造力。从直线迈向平面，就像跨越鸿沟一样，困难重重。此类企业被称为 2.0 企业。

3.0 企业

3.0 企业将战略从平面战略延展为立体战略，不仅提供优质的有形产品利益客户，同时还提供无形的精神产品化育人心。由此，企业与客户可以建立心与心的链接，产品和服务的性价比得以若干倍提升。此类企业被称为 3.0 企业。

3.0 企业不是否定既有的业务管理模式，而是在既有的业务管理模式的基础上增加使命引领和哲学护航，从而更好地为既有的组织和流程赋能！

第一章 达实智能发展历程

一、“达实”公司名称的来历

“达实”名称来源于刘磅董事长在中南大学读研究生时参与创办的公司，学校领导取名“达实”，希望当时一心想赚钱的同学们能够老实一点、诚实一点、务实一点。1995年刘磅董事长在深圳创立本公司时，沿用这个名称至今。

二、达实 1.0 发展时期

达实 1.0，靠“腿”驱动。

创业初期的 5 年（1995-2000 年）为公司发展的 1.0 时期，公司核心业务是单一的自动化系统集成业务。这个阶段主要是靠脚勤、口勤，为生存而奋斗，以“达实”二字释意，就是老实诚实，到处求发展。公司几位创始人务实创业，创造财富，改变自己的生活。

三、达实 2.0 发展时期

达实 2.0，靠“脑”驱动。

接下来的 18 年（2001-2018 年）是公司发展的 2.0 时期，公司核心业务聚焦于智能化的整体建设方案，在智慧城市的三个细分领域（智慧医疗、智慧建筑、智慧交通）的业绩名列前茅。这个阶段主要是用脑来思考发展战略，以“达实”二字释意，“达则兼善天下，实则恒心如一”，就是不仅自己致富还要创造价值与员工和客户分享；不仅要务实还要沿

着既定的战略方向发展。

四、达实 3.0 发展时期

达实 3.0，靠“心”驱动。

2018 年底达实孕育了公司发展的 3.0 时期，即不仅靠“四肢”的勤奋，靠用“脑”的思考，更要靠用“心”驱动发展。

“达则兼善天下”，不仅创造价值与他人分享，更要成就他人的成功与幸福；“实则恒心如一”，不仅要艰苦奋斗，更要将用户装在心里，永远依道而行！

达实未来的发展方向是：努力发展成为 5G 时代值得信赖的智能物联网解决方案的建设者和服务商，成为行业领导者，为更多的细分市场提供绿色智慧、温暖光明的解决方案！

第二章 企业发展的四部曲

商业本质的是交易，一切商业的起点是让消费者(客户)获益，作为交易一方的我们，就是要想办法让对方获益，只有这样，对方才会选择我们，这就是以客户为中心。如此简单的道理，却蕴含着极其深邃的人生真理。谁能率先赢得客户的信任与尊重，谁就能成为市场的佼佼者。

一、企业发展的机遇

1. 机遇一：市场规模大，企业规模小

市场集中度低、“大行业、小企业”的状况相当普遍。我们是解决方案型的公司，更是“大行业小企业”的体现，虽然我们已是行业领先的公司，但市场占有率仍然非常低。

2. 机遇二：距离市场近，距离客户远

我们几乎天天泡在市场中，客户仿佛“近在眼前”。但由于没能与客户建立心与心的链接，客户、用户似乎又“远在天边”。

3. 机遇三：“人口红利”时代到“人品红利”时代

2010年至今，国内人口总量进入负增长，劳动力成本升高，经济增长速度放缓。人口红利在渐渐消失，人口红利带来的商机已经越来越少。如果说中国还有什么红利没有被发掘的话，信任与互信则是最大的尚未开发的财富。信任和互信的基础就是值得托付，说到底就是人品（心灵品质）。

企业发展不仅要提供产品和服务满足客户的需求，更需要通过产品

和服务成就客户卓越，其与客户的关系就能从交易伙伴变成心灵的伙伴，这样不仅会赢得客户订单，更会赢得客户的尊重与忠诚。

4. 机遇四：物质财富多，精神财富少

物质财富的积累让人们存在感略有提升，而让一个人生命持续燃烧的，是成就感乃至崇高感。不断为客户创造价值才能增加自己的成就感，唯有利益人心，才能真正赢得客户的尊重，才能提升崇高感。谁能率先通过建设自己的心灵品质为员工及客户创造精神财富，谁就有可能脱颖而出，建立起遥遥领先的竞争优势。

二、企业发展四部曲

1. 人生成长四部曲（心、道、德、事）

心是道的源泉，道是德的根本，德是事的根源，厚德才能载物(事)。要想事业成功，功夫往往在纸外。事实上，我们可以超越在事上、德上乃至道上用功，直接在心上下功夫。只要我们持续明心、净心，即可提升自己的心灵品质，发掘心中无尽的宝藏。如此，道的提升就会事半功倍，就会拥有更高的格局和境界；德的提升也会水到渠成，就是拥有更大的能量和智慧；事的提升就会心想事成，就会拥有伟大的事业。

这就是“心-道-德-事”人生成长的四部曲。

2. 企业发展四部曲

对应于人生成长的四部曲，企业发展的四部曲分别为：使命、哲学、战略、战术。

使命驱动：使命由心而发，使命是内心深处涌出的方向感。有使命

者，会有势不可挡的信心与力量。当企业的使命是全力以赴为行业、为社会服务，它就获得了足够的能量，这也是中华文化所传递的：仁者无敌。

哲学护航：确立企业的价值标准，界定企业的行为准则，建立企业的信仰。以与客户关系为例，企业与客户是命运共同体，我们要真诚地服务客户，建立真正深厚的信任，通过真诚的沟通，将心比心，共同可持续成长而不是不断博弈。

战略指引：为客户创造独特价值，解决独特的问题，推动社会的进步。如何为用户提供温暖、体贴的服务，解决用户的痛点问题，从而带动用户心灵品质的提升，共同推动行业进步，这是战略突破需要重点关注的内容。

战术突破：通过一系列行动，助力战略、哲学、使命的实现。明确了公司使命和行为准则，我们就有了服务客户、服务行业、服务社会的方向和取舍的天平，“心生万法”，自然就会在一系列运营机制上做出行动，以实现我们共同执守的使命、价值观和企业哲学。

第三章 达实智能的企业使命

一、什么是企业使命

企业使命是企业存在于商业社会的目的和理由。明确企业的使命，就是要确定企业实现远景目标必须承担的责任或义务。

二、达实使命：万物智联，心心相通

我们坚信中华文化所揭示的“天地万物为一体”的理念，也坚信建筑和环境是有生命的。我们要通过我们的物联网技术产品和方案，唤醒万物；我们要通过万物智联，实现人人心心相通，实现万物与人类互联互通，共同成长。

三、使命由来

企业使命往往来自创始人，将其个人使命结合企业发展，从心中引发而来。2018年12月28日，刘磅董事长在中国改革开放四十周年纪念日书写的一封家书中说到，在一次深度学习反省中，“发展自我，报效祖国”的个人使命跃然而出。从刘磅董事长的个人使命，到企业战略的逐步明晰，团队成员用了大半年的时间研讨，终于确定了达实的企业使命：万物智联，心心相通。由经过半年思索所从事的物联网技术的本质是什么？王阳明说：“圣人之心，以天地万物为一体”，我们理解人类与万物是平等的，我们不能控制万物，只能唤醒万物，与之心心相连，共同成长。只还有深入理解自己从事的业务本质，才能进一步加深了

对企业使命的理解。有了对使命的笃行，也才能激发出员工心中对事业的热爱，才能激发出员工心中无尽的能量！

第四章 达实智能的企业哲学

一、什么是企业哲学

企业哲学是对企业经营活动本质认识的高度概括，是包括企业的核心价值观、一致认可的行为准则及企业共同的信仰等在内的管理哲学。

二、达实智能哲学

1、达实智能核心价值观：“达则兼善天下，实则恒心如一”：不仅是创造价值与他人分享，更是要成就他人的成功与幸福；不仅是要艰苦奋斗，更是要将用户装在心里，永远依道而行！

2、将核心价值观延伸到各个利益相关者，就形成我们的行为准则。

| 利益相关者 | 基本原则 | 细分角色 | 行为准则 |
|-------|--------------|------|--|
| 客户 | 利益客户 赢得市场 | 研发 | 发现客户最本质的需求，给客户真正增值的产品。 |
| | | 方案 | 聆听客户内心无声的呼唤，以终为始倒推设计；以客户价值为核心，不是忽悠客户、盲从客户，而是以专业所长引领客户。 |
| | | 市场 | 推广有形和无形价值，赢得客户尊重。 |
| | | 销售 | 就是做人做事。做人就是俯首甘为孺子牛，真切了解客户需求；做事就是依据客户的需求，提出满足用户的方案与服务。 |
| | | 实施 | 以工匠精神切实满足客户需求，而不是糊弄客户。 |
| | | 服务 | 及时、专业与担当。服务就是做人，产品就是人品。 |
| 员工 | 共同成长 | 选 | 高度认同达实哲学的有志之士。 |
| | | 育 | 共担，共赢，共享，共成长。 |
| | | 用 | 以伙伴心与员工共同成长，而非把员工当作工具。 |
| | | 留 | 不仅关注员工业绩，还要关心员工成长与家庭幸福，拒绝简单的金钱驱动。 |

| | | | |
|-----------|-----------|------|----------------------------------|
| 股东 | 志同道合 | 投资者 | 真正关注大股东与小股民的长期投资回报，拒绝短期炒作。 |
| | | 融资准则 | 志同道合，而不是相互利用。 |
| 政府 | 亲清 | 产业政策 | 参与推动产业进步，共同服务民众并促进社会进步。 |
| | | 党和政府 | 亲清心态，跟随响应，同频共振。 |
| 伙伴 | 风雨同舟 | 供应商 | 平等对待，共同成长，而非简单的甲乙双方。 |
| | | 金融机构 | 选择长期合作伙伴，而非短期相互利用。 |
| 同行 | 引领行业发展 | 竞争策略 | 创新应用场景，扩大市场规模，引领行业健康发展，而非恶意打压对手。 |
| | | 竞争对手 | 互利互惠，休戚与共，在竞争与合作中达到双赢。 |
| 社会 | 服务民众，成就社会 | 时代 | 做伟大时代的参与者，而不是旁观者。 |
| | | 民心 | 利益民心，而非仅仅创造物质价值。 |
| | | 社会 | 停止抱怨、开始行动，从我做起。 |

3、共同信仰：我们坚信人人心中有无尽的宝藏；我们坚信行为作用与反作用。

(1) **人人心中拥有无尽宝藏。**人人生而平等，每个人心中都拥有无尽的宝藏。孟子曰：“人皆可以为尧舜。”阳明先生曰：“圣人之道，吾性自足”。人的潜能就像大海，而开发出来的能力，可能连1%都不到。这意味着，每个人都可以通过体证这一真理，在实践中不断提升自己的格局和境界，从而不断提升和放大自己的成就，如此，生命将更有意义，人生成就也将不可限量。

(2) **行为作用与反作用。**俗语云：种瓜得瓜，种豆得豆。种什么样的因，就会得什么样的果；有什么样的行为作用，就会有什么样的反作用。爱出者爱返，福往者福来，无论在工作还是在生活中，只要我们对客户、用户、同事、家人付出的是真爱，那我们收获的也一定是爱。

三、探索哲学的过程

(1) 2018年12月，刘磅董事长带领3位副总裁参加为期15天的3.0企业发展研讨班。在深入学习阳明心学等中华优秀传统文化后，公司引以为傲的核心价值观再次升华，从创造物质财富与他人分享，到成就他人的幸福生活；从执着目标艰苦奋斗，到“将用户装在心里，永远依道而行！”

(2) 阳明先生说“圣人之道，吾性自足”，老子《道德经》说“反者道之动”。学习圣贤思想，我们认识到人生重大秘密是：人人心中有无尽的宝藏。人生重大的真理是：行为作用与反作用。我们将此作为公司员工共同的人生信仰。

(3) 2019年12月，我们将核心价值观细分到7个利益相关者，形成了现在的行为准则。

企业哲学的形成，不仅升华了我们的核心价值观，而且落地了我们的核心价值观。未来我们将在不同的岗位上进一步探索和完善。

第五章达实智能的企业战略

一、发展战略

致良知为本，新技术为用，努力发展成为 5G 时代值得信赖的智能物联网解决方案的建设和服务商，成为行业领导者！

探索历程：以前总是在应用端描述公司战略，反映出以市场驱动为主的发展思路；现在应以创新驱动为主。以前总觉得与同行相比，我们拥有物联网平台和终端产品，拥有节能系统产品，比别人略胜一筹；现在以创新驱动发展视角来看，我们还需加大核心技术和产品创新的研发投入。以前为迎合资本市场，以广泛的智慧城市（智慧医疗、智慧建筑、智慧交通）建设来定位战略；现在回归本源，我们研发的是物联网智慧管控平台和智能终端产品，我们是基于自主产品提供整体解决方案的建设和运行。我们要成为 5G 时代值得信赖的智能物联网解决方案建设和运营服务的领导者。

二、心力资源战略

很多企业将管理的重点放在机制、战略、流程、效率、利益上，却忽略了与之相关的人的心力开发，其开发程度不足 20%，企业没有真正将每个人最愿意展现和付出的心力的潜能激发出来。**人力资源升级为心力资源的实质是：真理的力量+人格的力量。**我们将在需求规划、员工选用育留、学习与发展、绩效管理、薪酬福利、劳动关系管理等六个方面进行达实智能心力资源建设。

达实智能心力资源建设的指导原则是：每一个人都是创新者，让每一位员工找到自己人生和工作的价值，实现物质精神双丰收，利益他人，利益社会！

三、技术创新战略

广义上，达实智能物联网技术发展分为三个阶段：

| | | | |
|-----|----|----|-------|
| 1.0 | 窄带 | 有线 | 局域物联网 |
| 2.0 | 宽带 | 有线 | 局域物联网 |
| 3.0 | 宽带 | 无线 | 广域物联网 |

基于 20 多年的行业应用经验和拥有的智能终端、边缘计算、物联网平台产品，将单一用户、就地部署的平台产品，升级到多用户、云端部署的物联网平台产品，为集团大客户和连锁集团集约化管理需求提供定制化的智能物联网平台的建设和运营服务。同时基于移动互联技术，开发 B2B2C 场景解决方案。未来 5G 通用的高带宽、低时延、大连接为无线广域物联网应用提供了无限可能。

四、品牌营销战略

我们在深圳建设了 200 米高的达实智能总部大厦——一个绿色智慧大厦的标杆。在这个大厦里，我们应用了自主研发的 AIOT 物联网智能管控平台和智能终端产品，我们打造了一个绿色智慧的超高层建筑，从而营造一个以人为本的温暖、光明的大厦环境。达实大厦为我们提供了一个难得的物联网系列产品应用平台、研发实验平台、体验展示的平台。

我们依托自主研发的物联网智能管控平台（AIoT），在雄安数字孪生政务园区、遵义智慧医院、淮南健康医疗大数据平台、宁波新世界智慧社区、工业园/医院能源站项目等，打造多个细分市场的应用示范案例。我们将持续升级我们的示范案例，示范并引领行业的发展。

第六章达实智能的企业战术

一、赢得客户的方法

(1) 发现蓝海

发现蓝海的前提是提升自己的心灵品质，如此才能洞察客户需求。

要发现蓝海，必须站在成就客户卓越的高度，推己及人，以客户需求为导向，为客户着想，提升产品和服务质量，更加深刻地洞察未来。

(2) 直达 C 端

C 端是具体使用我们产品和服务的人，是我们项目的直接利益相关者。以往的解决方案公司，大多没有直达 C 端的意识，认为只要客户验收合格了就万事大吉。而现在，真正关注使用者的人，才能真正了解客户对产品和服务最真实的需求和渴望，才能真正将智能化、人性化的产品与服务传递给使用者。除了我们的项目前线人员，还可以通过董事长“个人公众号”与 C 端直接链接，实现了企业家与 C 端消费者的直达。

(3) 赢得 B 端

B 端代表着合同的甲方，是客户或是客户的决策者。当我们能够切实地理解 C 端，满足 C 端，C 端也愿意跟我们走在一起的时候，我们就自然而然地赢得了 B 端，自然 B 端对我们就更信赖，合作才能更长久。

(4) 点燃 A 端

A 端即公司所有干部员工。赢得了 B 端，我们的发展空间豁然开朗，来自 C 端和 B 端对我们的认可，让每个员工都有机会感知自身工作的价

值，并拥有相应的成就感，A 端员工自然充满干劲，努力展现自己才华。如此，便能点燃 A 端的激情。

二、运营机制

1、建设细分行业样板案例

我们是基于自主平台和终端产品、提供物联网的解决方案。每个细分市场应用均有其独特的用户体验需求。我们要不断迭代升级，精心打造我们的细分市场应用案例，以引领行业的发展。

以智慧建筑市场为例，我们用三年半时间，出资 11 亿元，建设了自己的 200 米高的绿色智慧大厦，并且每月迭代升级，为人们营造一个温暖光明的工作环境，树立了中国超高层建筑绿色智慧、温暖光明的标志。

2、每周组织用户体验活动

我们用各种新媒体，传播达实智能大厦的各种用户体验，我们邀请潜在用户来达实智能大厦参加用户体验会。通过体验和技术交流，向潜在用户传递我们的产品和方案的科技硬实力，展示真理的力量。

通过公司发展的四步曲的介绍和个人学习致良知感悟的分享，向潜在用户传递我们公司和员工的文化软实力，展示真诚的力量。由此建立与最终用户建设者和使用者的直接链接。

3、每月组织专题学习会

我们的核心价值观不仅是创造价值与用户分享，还要为用户的生活幸福而努力。我们定期邀请用户来公司参加幸福家庭学习会，共同学习

中华传统文化和圣贤思想，通过明心、净心、反躬自省的方式，净化心灵，提升格局境界，建设幸福家庭。由此建立与用户的深度链接。

4、通过项目六大接触点，赢得用户的尊重

从初次接触、正式拜访、合同签约、项目开工、项目竣工到客户使用，我们通过深入交流、董事长一封信、签订命运共同体证书、项目经理宣誓、记录项目过程的一本影集等多种形式，在这六个关键节点建立和深化了与客户的链接。2019年初提出与客户六大接触点以来，经过一年的实践，我们承担的深圳技术大学等一批项目得到了客户的一致好评，客户由此看到了我们的诚意和决心。

2020年，我们将在更多的项目中持续深化落实与客户的六大接触点的沟通和链接，赢得用户的尊重。

5、与用户一起，推动市场成长

来自用户的使用者和决策者对我们的认可和赞赏让我们的员工内心充满成就感，从而点燃我们员工的激情。

用户发自内心的赞美，也会带动更多的潜在用户愿意了解达实智能，选择达实智能，如此不断循环激励，我们就一定会赢得更多的用户，从而与用户一起，推动市场的健康成长。

结束语

新技术革命的时代已经到来，我们将借此历史机遇，坚持创新驱动，**掌握真理的力量**。2020 年将迈入 5G 时代。5G 时代的到来，提供万物互联、无所不在的连接。AI、云计算将会为传统行业赋能，智慧建筑、智慧交通、智慧医疗等智慧产业领域将迎来高速发展期。这是一个重大机遇，我们要在宽带、广域和这个无线的物联网方面加大研发、创新投入，让创新驱动变成整个公司长期发展的动力。

致良知是一种伟大的力量，我们将持续明心、净心，掌握真诚的力量。中华民族的伟大复兴即将到来。这是一个英雄辈出的时代，这是一个大浪淘沙的时代，这是一个风起云涌的时代，这是一个放手一搏的时代。

达实智能经历过 1997 年、2008 年、2018 年经济危机的考验，伴随房地产业的发展、工业以太网技术的出现，已经成为中国建筑智能化的领先者。未来伴随中华民族的伟大复兴和 5G 技术出现，达实智能立志要做 5G 时代值得信赖的智能物联网解决方案的建设和服务商，成为行业领导者！实现“万物智联，心心相通”的企业使命！