透视"996",日本加班文化前车可鉴

企业变"轻"、员工变"重",才是未来的趋势

■嘉 宾:苏勇 (复旦大学东方管理研究院院长、教授)

■采访者:陈瑜(本报见习记者)

作从早上9点到晚上9点,一周工作

从管理学上看,工作 时长和员工绩效完全不 成正比

效率×员工工作时长×员工人数,似乎 在员工平均效率不变的情况下, 增加 生产力的选择。但是,在复旦大学东方 管理研究院院长苏勇教授看来,"996" 忙,但实际上都是在"磨洋工"。 加班文化无论对企业还是员工来说都是 有害无利的,缺乏可持续的战略眼光。

时间,也会导致损耗率的增加,最终导致 社会的认可。 种"工作倦怠"现象已然反馈在了今天 工作时长和员工人数,都是提高企业 "996"群体中,比如马云最痛恨的"兔子

在苏勇看来,加班文化的畸形发展 不仅仅对企业的发展有害, 最后也会对 "从管理学上看,工作时长和员工的 整个社会造成严重的后果。"在加班文化 文化引发了热议。所谓"996",是指工 工作绩效完全不成正比。"苏勇首先强调, 盛行的日本最后就发展出了这样一种病 "甚至,当人们长期从事同一种劳动,在日 态的社会文化:由于早出晚归的上班族 6天。当刘强东、马云为"996"辩护 复一日机械的工作中反而会出现厌恶感, 被视为经济地位的象征,'加班'意味着 后,更是将这个话题推到了风口浪尖。 造成无效劳动或是工作差错率的上升,这 事业兴旺、受公司重用,如果在正常的下 也就是通常所说的'工作倦怠'(burn- 班时间到家,反而会引起家人和街坊邻 out)概念。当初,美国的福特汽车工厂曾 居的非议。许多日本上班族会特意在下 做过一项研究,发现哪怕是计件工资的重 班以后相约去酒馆喝酒、打电子游戏,借 复性劳动,如果无限制地延长员工的工作 此消磨时光,晚点回家,从而赢得他人和

> 作,是更需要员工的创造性的。"其实,这 在出台各种法规为企业过度的加班文化 踩刹车,就在今年4月,日本劳动新规 为大企业员工设置了加班时长上限,这 员工"。这一群体虽然天天加班,看似很 些教训和经验都值得我们深思。

从管理员工转向为员 工赋能,是提升竞争力的

班包装成"奋斗""成功"的代名词——这种 '零部件'。" "打鸡血"的方式,年轻人似乎并不买账。这 是否就意味着,今天的年轻人没有拼搏精 神,不爱奋斗了吗?答案并非如此。

一行',今天的新生一代则是'爱一行,干 越来越少,而特种兵式出奇制胜将成为 一行'。年轻人没有老一辈当年所背负的 竞争的主要形式。由此,企业管理者的 源"到"人力资本",企业管理理念的这一 上看,企业生产力=员工单位时间平均 劳动尚且如此,更不用说今天的许多工 "过劳死"现象和自杀率,使得政府一直 个人价值的体现,而非单纯的谋生工具。 此外,他们获得信息的渠道更多,思想也 工进行赋能,从管理员工行为转为鼓励 "资本是可以增值的。90后们不想被企 更活跃,个性也更加凸显。"苏勇说。

据他介绍,随着90后员工成为职

题已然成为目前管理学的热点问题,他 长、助力员工创新,推动员工快速成长 们的价值观念、生活方式和对待工作的 为具有高超技能的'特种兵'。还要开 态度,都为管理学的研究提供了新课 放授权,进一步打破层级、岗位和固定 题。整个学界也在反思,如何针对这一 分工,用任正非的话来说, 群体寻找合适的管理方式,"今天应当 不爱加班就是没有拼搏精神吗?将加 把员工作为具体的'人'来看,而不是

求恰恰就是当下企业管理理念应该转 问题的单位时间也可以缩短, 员工就不 型的方向,"互联网时代,企业竞争形态 "60后、70后的员工是'干一行,爱 正在发生变化。千军万马的大兵团作战 免'996'加班现象的发生。'

员工探索, 是企业管理者需要思考的首 要任务。他进一步指出:"要加强对员 场生力军,新生代员工的管理和激励问 工的培训,提供各种资源促使员工成

炮火的人做决策'。企业变'轻',员工 变'重';企业变'小',员工变'大', 在苏勇看来,满足新生代员工的需 的事情简单化后,我们所用来解决这些 必浪费多余的时间,也就可以进一步避

苏勇认为,为员工赋能,从"人力资 苏勇认为,如何在互联网时代对员 要更好地实现个人价值的"奋斗"诉求: 业仅仅当作利用的对象, 而是希望获得 一种能力的资本, 使其个人价值在今后 有更大的竞争力。

■本报记者 徐晶卉

"996"——这个看似90后暗号 的专有名词,正被更多人熟知, "996 工作制"是很多互联网企业的"标 配"。继马云4月11日在公司内部讲话 中评论"996"之后,刘强东隔日也在 朋友圈发文回应对"996"的看法,引 发广泛的社会关注。大佬与员工各执 一词, 也把职场的加班文化第一次摆 上台面公开探讨。

这种探讨在中国经济持续发展 的今天,在人民群众向往更美好生 活的今天,具有积极意义。有专家 认为,我们应该理性看待"996工作 制",它的背后,葆有奋斗精神、敬 畏法律底线、尊重劳动权益,一样 都不能少。

互联网职场的"996工作制"引发社会巨大关注和争论

职场,如何让年轻人成为有获得感的奋斗者

葆有奋斗精神依然是正 确价值观

倾向于持支持态度。其态度源于创业多 真心话。无论是马云还是刘强东,言谈

闹钟的故事",称自己刚开始做电商时, 国互联网从籍籍无名、落后闭塞,到如今 工有自己的想法,个人生活、身心健康、 作为京东的一号客服,为保证24小时服 务,会把闹钟设定为两小时后响铃,四年 对于"996工作制",互联网大佬们更 间从没有连续睡眠两个小时以上。

马云和刘强东,代表中国第一代互 年来的心路历程,他们都说出了自己的 联网创业者,他们在创业路上九死一生, 成功源自比"996"更加"自我压榨"的拼 中都回忆起当年拼搏奋斗、无畏无惧的 搏精神,这种成功也强化了他们"为理想 创业情景。马云用"12×12"来形容他常 努力拼搏"的人生观,他们的努力成果,

电商贸易通达四海、很多领域能在短时 间内与国际同行同台竞技, 是这些人用 拼了命的"快"和对自己的"狠"闯出的。

高质量发展对企业提出

加班回报是员工们吐槽最集中的三点, 关乎劳动权益。那么,"996"究竟是否普 遍?据了解,全国多家科技互联网企业几乎 都在推行"996工作制",包括阿里巴巴、百 度、腾讯、华为、小米、饿了么等巨头。

一边是创业者崇尚的"速度与激 情",一边是员工对于劳动权益的合理维 高生产效率,让奋斗者的努力奋斗有理 令人关注的是,大佬们对于"996"的 护。关于"996工作制"的探讨,在当下应 想、有创新、有获得感、有持续性。

有其更深远的意义: 当国内一些城市的 人均地区生产总值(GDP)踏上2万美元 的新起点后,人们对于美好生活的向往, 究竟应该通过怎样的途径去实现?

浙江圣港律师事务所高级合伙人黄 伟律师认为, 当互联网发展的人口红利 下降后, 互联网公司却依然强调单个人 力资本产出价值的结果导向,这并非长 远发展之计,企业家应该借由这次"危 机",寻求更加合理的出路。

事实上,经济高质量发展,意味着管 理者要提高决策的科学性和效率, 用更 加文明、更加合理的工作安排,来实现企 业的增值。未来,我们要超越更多互联网 巨头,闯入科技"无人区",需要考虑的 是:如何最大限度地调动员工积极性,提

、女化舰点□

"巨浪滔天中的金字塔",转瞬即逝

卢浮宫玻璃金字塔落成30周年纪念艺术品短时间内被损坏,艺术家大度表示"图像如人生"





卢浮宫玻璃金字塔落成 30 周年纪念作品《伟大金字塔的秘密》在展出后短时间内被迅速损坏。左图为《伟大金字塔的秘密》原貌。上图为《伟大金字塔的秘密》被损坏得支离破碎。(均资料照片)

■本报记者 王筱丽

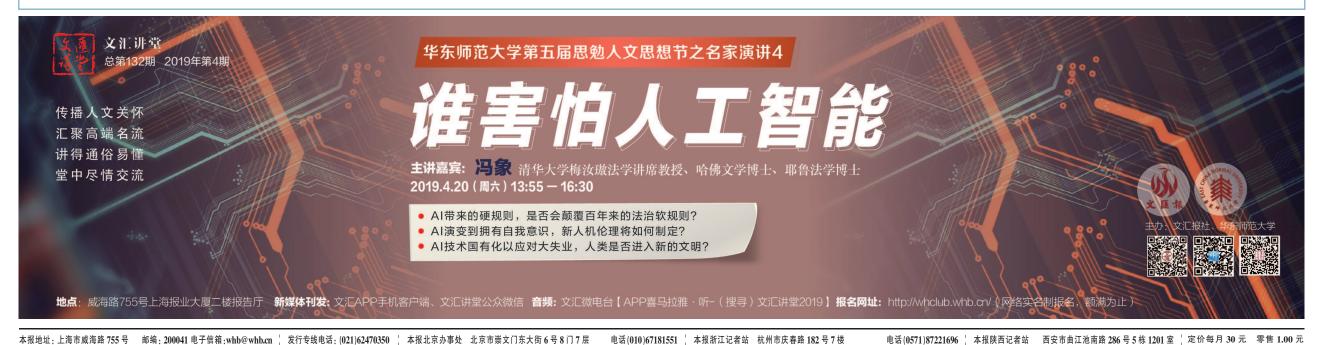
为纪念建筑大师贝聿铭设计的巴黎 卢浮宫玻璃金字塔落成30周年,法国装 置艺术家让·雷内和400名志愿者日前在 金字塔所在的拿破仑广场上, 花费五天 时间用2000张条状印刷纸铺设了一幅总 面积达1.7万平方米的3D幻视艺术作品 《伟大金字塔的秘密》。然而,该作品在展 示后两天时间内就支离破碎, 不少游客 甚至将其撕下,以"留作纪念"

《伟大金字塔的秘密》视觉效果相当 震撼,远观宛若金字塔从海底缓缓升起, 面世后迅速在全球社交媒体上引起热 议。"卢浮宫玻璃金字塔是现代主义的标 志之一,自诞生以来,它为许多艺术家带 当让·雷内谈起《伟大金字塔的 秘密》时,我迅速就被这个想法吸引了, 它为金字塔带来了新的魅力, 并让所有 游客都得以参与到30周年庆典中来。"卢 浮宫馆长让,吕克,马丁内兹表示。

虽然大批游客的涌入和阳光剧烈的 照射迅速破坏了作品,但让·雷内十分大 度地在其个人社交媒体上写道"图像如人 生,转瞬即逝"。他表示,在完成的那一刻, 《伟大金字塔的秘密》就有了自己的生命; 而毁坏也是作品完成后的必然步骤,从这 个意义上说志愿者和游客都成为了作品 的一部分。卢浮宫方面则表示,"毁坏在意 料之中,只是不清楚会有多快"。

《伟大金字塔的秘密》是让·雷内艺 术生涯中规模最大的作品,这不是他第 一次与玻璃金字塔结缘。2016年,他就将 一幅巨大的错视画覆盖在金字塔表面, 以此唤起人们对于自拍行为的思考。

作为卢浮宫入口,玻璃金字塔在建 造之初也引发过争议,但如今已成为博 物馆的标志性建筑。玻璃金字塔由673块 菱形玻璃拼组而成,而由于金属支架的 负荷远超其自身的重量,金字塔也被认 为不仅是现代艺术风格的佳作, 也是运 用现代科学技术的全新尝试。



邮编: 200041 电子信箱:whb@whb.cn 发行专线电话: (021)62470350 本报北京办事处 北京市崇文门东大街 6 号 8 门 7 层 电话(010)67181551 本报浙江记者站 杭州市庆春路 182 号 7 楼 电话(025)85430821 本报湖北记者站 武汉市长江日报路28号23楼 E2室 电话(027)85619496 电话(029)89860038 上海报业集团印务中心 广告专线电话: (021)62894223 本报江苏办事处 南京市龙蟠路盛世华庭 B7 幢