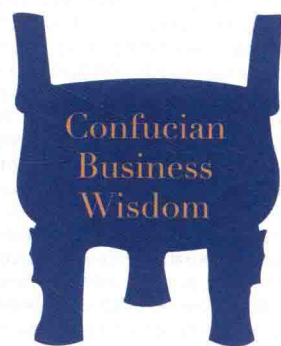


儒家商道智慧

黎红雷 —— 著



 人民出版社

儒家商道智慧

黎红雷 —— 著



人 民 出 版 社

责任编辑:方国根

图书在版编目(CIP)数据

儒家商道智慧/黎红雷 著. —北京:人民出版社,2017.6

ISBN 978-7-01-017762-5

I. ①儒… II. ①黎… III. ①儒家-应用-企业管理 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 120664 号

儒家商道智慧

RUJIA SHANGDAO ZHIHUI

黎红雷 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

涿州市星河印刷有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:23.75

字数:340 千字 印数:0,001-5,000 册

ISBN 978-7-01-017762-5 定价:59.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

目 录

引 言 中国企业家靠什么办企业	/ 1
一、中国企业家的“文化资本”	/ 1
二、“儒商”的前世今生	/ 5
三、儒商实践与当代管理理论的发展	/ 12
四、儒家商道与当代企业儒学的开拓	/ 18
第一章 组织之道：拟家庭化的企业组织形态	/ 27
一、西方的企业组织形态理论	/ 30
二、儒家的家庭观与拟家庭观	/ 34
三、企业组织的家庭化与拟家庭化	/ 39
四、经济契约与心理契约	/ 44
五、效率逻辑与情感逻辑	/ 48
六、科层制结构与扁平制结构	/ 53
第二章 教化之道：教以人伦的企业教化哲学	/ 58
一、儒家的教化观	/ 61
二、学习型组织	/ 67
三、践行《弟子规》	/ 71
四、深信因果	/ 81
五、天地国亲师	/ 86

六、仁义礼智信 / 91

第三章 管理之道：道之以德的企业管理文化 / 96

- 一、儒家的德治观 / 98
- 二、企业文化理论 / 103
- 三、《中国传统文化导读》 / 107
- 四、“同仁共勉十条” / 112
- 五、《精进人生》 / 122
- 六、“菩萨心肠”与“霹雳手段” / 127

第四章 经营之道：义以生利的企业经营理念 / 132

- 一、儒家的义利观 / 134
- 二、利他之心 / 141
- 三、客户第一 / 146
- 四、平台思维 / 152
- 五、生态系统思维 / 158
- 六、太极思维 / 163

第五章 品牌之道：诚信为本的企业品牌观念 / 170

- 一、儒家的诚信观 / 172
- 二、真诚赢得顾客 / 177
- 三、信誉造就品牌 / 183
- 四、“三品合一” / 189
- 五、人品的养成 / 195
- 六、以道御术 / 200

第六章 领导之道：正己正人的企业领导方式 / 208

- 一、儒家的领导观 / 210
- 二、现代西方领导理论 / 216

三、“正己”与“正人” / 222

四、建班子 / 228

五、定战略 / 234

六、带队伍 / 240

第七章 战略之道：与时变化的企业战略思维 / 247

一、儒家的时变观 / 249

二、西方企业战略变革理论 / 256

三、顺时而变：名牌战略 / 262

四、乘势而变：多元化战略 / 267

五、适中之变：国际化战略 / 272

六、以变应变：全球化品牌战略 / 278

七、主动求变：网络化战略 / 283

第八章 责任之道：善行天下的企业责任意识 / 290

一、儒家的责任观 / 292

二、西方企业社会责任理论 / 301

三、坚持诚信经营 / 307

四、关心爱护员工 / 313

五、注重公益事业 / 318

六、努力保护环境 / 323

附录一 华商书院哈佛报告 / 329

附录二 博鳌儒商论坛报告 / 358

附录三 中华儒商宣言 / 368

参考书目 / 369

引言 中国企业家靠什么办企业

2013年5月中下旬，我应邀前往哈佛大学演讲，顺访波士顿几所高校。期间，麻省理工斯隆管理学院企业家精神研究中心主任罗伯茨（Edward B Roberts）教授问了我一个问题。据他观察，中国的企业家，特别是改革开放早期的民营企业家，在他们创业的时候，基本上没受过什么现代管理科学的教育，没读过什么工商管理硕士（MBA）或高级管理人员工商管理硕士（EMBA）。那么，他们靠什么办企业？这个问题我想了一下，回答了四个字：“文化资本”——指的就是几千年来影响中国人思维方式和行为方式的、以儒家思想为代表的中国传统文化。

一、中国企业家的“文化资本”

“文化资本”（capital culture）是当代法国著名社会学家皮埃尔·布迪厄（Pierre Bourdieu）提出的概念。布迪厄认为，在当代社会，文化已渗透到社会的所有领域，并取代政治和经济等传统因素跃居社会生活的首位。也就是说，现代政治已无法仅凭政治手段解决问题，而现代经济也无法只依靠自身的力量而活跃。假如没有文化的大规模介入，那么无论是政治还是经济都是缺乏活力的。^①

^① 参见高宣扬：《布迪厄的社会理论》，同济大学出版社2004年版，第14—15页。

在布迪厄看来，文化资本的积累通常是以一种再生产的方式进行的。文化资本的再生产主要通过早期家庭教育和学校教育来实现。家庭无疑是文化资本最初也是最主要的再生产场所，在充分反映父母文化素养和兴趣爱好的家庭环境中，他们的一举一动都将成为孩子们竭力仿效的对象。孩子们正是通过这种无意识的模仿行为继承父母的文化资本并将其身体化的。通常情况下，家庭主要是培养“教养”和“规矩”等广义的品位及感性的地方，而学校则是一个传授系统性专业化知识与技能的场所。孩子们从学校获得的主要是系统性知识及社会技能等文化资本，这些知识与技能往往通过考试的形式正式获得社会的承认并通过颁发文凭的方式被固定与制度化。^①

在中国古代社会，“文化资本”的积累，一方面是通过家风、家教、家训等形式的家庭教育，由前辈（包括父母、祖父母和家族中的其他长辈）经过言传身教而代代延续；另一方面是通过官学、私学的教育，并通过科举考试的形式，而获得社会的认可和制度化。前者可称为“小传统”，后者可称为“大传统”。进入近代以来，中国 1905 年废除科举考试制度，1912 年民国政府教育部明令取消读经，就制度层面而言，现代中国人与“大传统”已经睽违一个世纪。但为什么以儒家思想为代表的中国传统文化却依然默默地影响着当代中国人的思维方式和行为方式呢？

在当代中国学者李泽厚看来，由孔子所创立的儒家思想文化，“已无孔不入地渗透在人们的观念、行为、习俗、信仰、思维方式、情感状态……之中，自觉或不自觉地成为人们处理各种事务、关系和生活的指导原则和基本方针，亦即构成了这个民族的某种共同的心理状态和性格特征”^②。换句话说，儒家思想在中国绵延 2000 多年，已经成为中国人生生不息、代代相传的内在文化基因，融化在中国人的文化血液之中，成为所有中国人观事明理、待人接物的思维方式和行为方式。近百

① 参见朱伟珏：《文化资本与人力资本——布迪厄文化资本理论的经济意义》，《天津社会科学》2007 年第 3 期。

② 李泽厚：《中国古代思想史论》，人民出版社 1985 年版，第 34 页。

年来，尽管其中的“大传统”中断了，但其“小传统”却依旧以口口相传、代代延续的形式而顽强地存在着，持续地发挥着影响力。

在民间，这种“小传统”被通俗地称为“老人言”。所谓“不听老人言，吃亏在眼前”。这些“老人言”，经过千百年的时间磨炼、亿万人的实践检验，蕴涵着不少深刻的人生智慧。当然，它们有些已经陈旧，跟不上时代前进的步伐；有些模棱两可，让人难以把握；甚至有些相互矛盾，令人无所适从。但从总体上看，它们对于当代社会生活的影响是积极的、正面的。所谓“外行看热闹，内行看门道”，在中国 30 多年改革开放中先行一步的企业家们，就是看出了其中的“门道”，自觉不自觉地将这些司空见惯的“老人言”、这些潜藏于社会底层之中的“小传统”，转化为自己开拓事业的“文化资本”，从而在没有接受过现代管理科学训练的情况下，也能够把企业办起来，并且取得成功。

举些例子。这些企业家们也许没学过什么“企业组织学”，但总听说过老人言：“在家靠兄弟，出门靠朋友。”当代中国的民营企业刚开始基本上都是家族企业，靠的是父子夫妻、兄弟姐妹抱团打天下，然后从家庭化组织到拟家庭化组织。现在大多数民营企业的成员已经不是当初血缘意义上的兄弟姐妹，而是没有血缘关系的伙伴。但是老板却把员工当成自己的“家人”，把企业当作一种“拟家庭化组织”。这实际上就是找到了一种企业组织的方式。

这些企业家们也许没学过什么“企业管理学”，但应该从小就看到过自己的父母对家庭成员的教育和管理。一个父亲，一个母亲，传统的家庭管理是“严父慈母”，一个严，一个宽，一个唱红脸，一个唱白脸，但都是着眼于对子女的教育，寓教育于管理，寓管理于教育。传统中国的父母很重视对子女的教育，特别是品德教育、做人的教育。老人言：“生子不教如养牛，生女不教如养猪。”父母作为孩子人生的第一个老师，既要养还要教，既要教还要严。“生不养，母之错；养不教，父之过；教不严，师之惰”。企业家们把它运用到企业管理中，就形成了教化与规范员工的宽严并济的管理模式。

这些企业家们也许没学过什么“企业经营学”，但中国有几千年的

经商传统，即使在政治挂帅的年代，“资本主义尾巴”也总是割不掉。中国古代商人如何经商？一句话：“和气生财。”老人言：“人无笑脸休开店，说话和气招财多”——这里说的是经营的态度；“诚招天下客，誉从信中来”——这里说的是经营的品牌；“人弃我取，人取我与”——这里说的是经营的策略。这些前辈商人的“经商秘诀”，奠定了当代中国企业家经营哲学的文化底色。

这些企业家也许没学过什么“企业领导学”，但总听说过老人言：“上梁不正下梁歪”；“兵熊熊一个，将熊熊一窝”。带兵打仗，当将军的要身先士卒；教育孩子，当家长的要以身作则；教育学生，当教师的要言传身教。一个企业老板，实际上是集上述三种身份于一身：企业是军队，老板就是“军长”；企业是家庭，老板就是“家长”；企业是学校，老板就是“校长”。企业家既要有“军长”的威风，也要有“家长”的威信，更要有“校长”的威严。这些领导品质从何而来，全靠自己的修身养性和以身作则。这也就决定了当代中国企业家的领导风格。

这些企业家也许没学过什么“企业战略学”，但总听说过老人言：“人无远虑，必有近忧”；“生于忧患，死于安乐”。有忧患才可能有准备，有忧患才可能有规划，有忧患才可能有奋起，有忧患才可能有未来。“人生不满百，常怀千岁忧”，忧虑的是未来，着眼的是现在。“勿临渴而掘井，宜未雨而绸缪。”风雨是无常的，变化是永恒的。只有以变应变，方能永远立足于不败之地。经商办企业，要积极把握机会，主动求变；顺应时势，以变应变；拓展生意，以变求强。这些，就形成了当代中国企业家的战略思维。

进一步分析，这些“老人言”背后蕴涵的是“圣人言”的智慧，这些“小传统”之中体现的是“大传统”的精神。比如“兄弟抱团”，我们会想到《论语》上的话：“四海之内皆兄弟也”；“宽严并济”，我们会想到《孟子》上的话：“徒善不足以为政，徒法不能以自行。”至于“和气生财”，应该是《论语》“礼之用，和为贵”思想在经商谋利活动中的运用；“以身作则”，则是《论语》“其身正，不令而行”思想的说明。还有，“人无远虑，必有近忧”直接就是孔子在《论语》中的原话；

“以变应变”显然就是《周易》哲学的精髓。也就是说，这些“老人言”的内涵基本上都是来源于儒家的经典。质言之，当代中国企业家的“文化资本”，实际上是通过“小传统”所体现的“大传统”，他们其实是在创办企业的过程中，自觉不自觉地实践着儒家的思想。

那么，这些企业家算不算是“儒商”呢？

二、“儒商”的前世今生

提到“儒商”，大家马上就会想起一个人，这就是孔子 3000 弟子 72 贤人十大哲人中、唯一一个经商的弟子子贡。依据《史记·货殖列传》记载：子贡曾在孔子那里学习，离开后到卫国做官，又利用卖贵买贱的方法在曹国和鲁国之间经商。孔门七十多个高徒之中，端木赐（即子贡）最为富有。孔子得以名扬天下的原因，是由于有子贡在人前人后辅助他。又据《史记·仲尼弟子列传》记载：子贡问孔子道：“富有而不骄纵，贫穷而不谄媚，这样的人怎么样？”孔子说：“可以了；不过，不如即使贫穷却乐于恪守圣贤之道，虽然富有却能处事谦恭守礼。”另据《论语·子张》记载：有人毁谤孔子，子贡说：“不要这样做！孔子是毁谤不了的。别人的贤能，好像小山丘一样，还有可能穿越过去；而孔子就像太阳和月亮，凡人不可能超越他。”子贡作为孔子的弟子，既能成功经商致富，又能遵循儒家之道，还能坚定地捍卫孔子的形象，这样的人称之为“儒商”，确属实至名归。

与子贡同时代的还有另外一位著名的商人，这就是先从政后经商的陶朱公范蠡。据《史记·货殖列传》记载，范蠡协助越王洗雪会稽被困之耻以后，便将治国之计用于治家之策，到了陶邑改名叫朱公，治理产业，囤积居奇，随机应变，与时逐利。19 年期间，他三次赚得千金之财，两次分散给贫穷的朋友和远房同姓的兄弟，被称为“富而好德”的君子。范蠡不是孔门弟子，但其“富而好德”与孔子的“富而好礼”精神相通，陶朱公应该也是具有儒家气质的商人。故后世经常将子贡

(端木赐)与陶朱公相提并论,诸如“陶朱事业,端木生涯”、“经商不损陶朱义,货殖何妨子贡贤”等等。在这个意义上,子贡和陶朱公可以说是古代儒商的“双璧”。

实际上,“儒商”的称谓是后起的。据周生春考证,宋代以前,不见有人使用“儒商”或相近的“儒贾”等词。“儒贾”一词的出现和流行,当在明朝嘉靖、万历之际,如耿定向为程豪所做《儒贾传》(作于1598年之前)。“儒商”一词,最早出现于清朝康熙年间人杜浚所撰《汪时甫家传》中,其时约在1671—1687年之间。“自嘉靖、万历起,随着工商业的迅速发展和大批读书人弃儒而商,商贾而非士人成为社会的明星,人们对儒而贾行者批评增多,对商贾中之儒者的赞扬开始出现,且日渐流行。儒行的体现者儒商、儒贾越来越多地被用作褒义词,渐成以褒义为主的词语。这一现象表明,在社会迅速商业化和道德日益沦丧的同时,人们开始呼唤和强调士人,尤其是商贾的道德和商业伦理,以重建以儒家价值观为基础的道德规范、商业伦理和商业精神,促进商业和社会的良性发展。”据此,周生春提出:“传统儒商是具有以儒家为核心的中华文化底蕴,关爱亲友、孤弱,热心乡里和社会公益之事,能做到儒行与贾业的统一和良性互动,具有厚重文化底蕴的工商业者。”^①

关于当代儒商,学界至今没有统一的定义。学者各抒己见,但基本上都是沿着上述传统儒商的特征而进一步发挥,强调其伦理道德属性。确实,当代中国,在“社会迅速商业化和道德日益沦丧”这一点上,与明清时期不无相似之处;人们在“呼唤商贾的道德和商业伦理,以重建以儒家价值观为基础的道德规范,促进商业和社会的良性发展”这一点上,也与古人有许多共鸣之处。但是,在经济全球化、文化多元化的当代社会,企业家所面临的问题,与传统社会的工商业者相比,既有相同之处,更有相异之点。其中最大的不同,就是现代企业的组织、

① 周生春、杨纓:《历史上的儒商与儒商精神》,原载《中国经济史研究》2010年第4期,收入黎红雷主编:《治道新论》,中山大学出版社2011年版,第506页。

管理、经营、领导等问题。解决这些问题，既需要技术上的手段，更需要文化上的智慧。管理技术固然可以向西方学习，管理文化却只能吸收本民族文化的营养。更何况如上所述，改革开放初期成长起来的一代企业家，他们基本上没有接受过西方管理科学技术的训练。在这种情况下，他们从父辈口口相传、耳闻目睹的“小传统”中汲取灵感，从而自觉不自觉地运用以儒家思想为代表的中国优秀传统文化，去组织、管理、经营、领导企业，并且成功了。对于这些切实笃行儒家思想的现代商人，有什么理由将他们排除在“儒商”之外呢？

这里，其实关系到我们如何全面而准确地理解儒家思想的问题。我们知道，儒学发展两千多年，北宋是个转折点。在此之前，儒学主要是以“周孔之政”的面貌出现，人们看重的更多是其中的治国理政之道。从汉代历史学家司马谈的“夫阴阳、儒、墨、名、法、道德，此务为治者也”^①，到北宋初年宰相赵普的“半部《论语》治天下”^②，就体现了当时人们的看法。在此之后，从宋初三先生（胡瑗、孙复、石介），到程朱理学、陆王心学，儒学则主要是以“孔孟之道”的面貌出现，人们看重的更多是其中的修身养性之理。从二程的“存天理，灭人欲”到王阳明的“致良知”，就反映了当时人们的心态（上述传统儒商的定义，就多多少少受到这种心态的影响）。“治国理政之道”相当于我们今天讲的管理智慧，“修身养性之理”则相当于我们今天讲的伦理智慧。管理还是伦理，哪个才是儒学的本来面貌？我们今天纠缠这个问题，既没有必要也没有意义。因为在经典儒学那里，修身养性与治国理政本来就是并行不悖的，即《大学》所谓“格物、致知、正心、诚意、修身、齐家、治国、平天下”。而任何人对于经典的诠释，都有其所处的时代背景和问题意识。对于继承了以往所有传统的我们，只能说儒家的智慧既是治国理政之道也是修身养性之理，今人无论从其中汲取管理智慧还是

① （西汉）司马迁撰，（南宋）裴驷集解，（唐）司马贞索引，（唐）张守节正义：《史记·论六家要旨》，中华书局1959年版，第3288页。

② （宋）罗大经：《鹤林玉露》卷七，《鹤林玉露》，中华书局1983年版，第128页。

伦理智慧，都是对经典儒学的传承与弘扬。当代中国企业家主动地汲取经典儒学的管理智慧，我们当然不能将他们排除在儒学之外；既然他们是运用儒学（包括其管理智慧和伦理智慧）经商办企业，我们当然就不能将他们排除在“儒商”行列之外。

在我看来，所谓“当代儒商”，就是践行儒家商道的当代企业家^①，其行为包括：尊敬儒家先师孔子、承担儒家历史使命、践行儒家管理理念、秉承儒家经营哲学、弘扬儒家伦理精神、履行儒家社会责任等。

第一，尊敬儒家先师孔子。孔子是万世师表，是中国文化的精神导师，也是儒商的精神导师，儒商鼻祖子贡就是他老人家耳提面命培养出来的。尊敬孔子，就是尊重孔子所创立的儒家思想，就是尊重以儒家思想为代表的中国传统文化。联合国教科文组织将孔子列为世界十大历史文化名人之首。诺贝尔奖获得者、瑞典物理学家汉内斯·阿尔文（Hannes Alfvén）说过：“人类要生存下去，就必须回到 25 个世纪以前，去汲取孔子的智慧。”^②今天，孔子已经成为中国文化的名片，遍布全世界的 500 所“孔子学院”就是一个标志。当然，尊敬孔子，并不是将其当成神祇来顶礼膜拜。孔子是人不是神。今人尊敬孔子，敬仰的是他的精神，接受的是他的教导，笃行的是他的学说。现在不少企业，在企业内部竖立孔子像，建立孔子堂，组织员工学习孔子的学说，自觉地以儒学作为企业的指导思想，体现了对孔子及其儒学的尊重与继承。

第二，承担儒家历史使命。北宋儒者张载有一段话：“为天地立心，为生民立命；为往圣继绝学，为万世开天平”，为社会确立精神信仰，为民众确立生命意义，为前圣继承已绝之学统，为万世开拓太平之基业——这是一代代儒者包括儒商在内必须承担的历史使命。当代中国社会信仰缺失，没有共同的精神信仰，人们只信一个字——钱，那很可怕。其实中国作为一个文明型国家，虽然自古以来就没有全国统一的宗

① 这里的“企业家”是一个泛称，包括从个体工商户、私营企业主到社会企业家在内的企业领导者。

② 澳大利亚《坎培拉时报》（Canberra Times）1988 年 1 月 24 日。

教，但是却存在着全民共同的信仰。先秦儒家荀子提出：“天地者，生之本也；先祖者，类之本也；君师者，治之本也。”^①到了清朝初年，正式确定“天地君亲师”为全国民众的共同信仰，家家户户都供奉的“神主牌”。辛亥革命以后，人们把君主赶跑了，“神主牌”变成“天地国亲师”（至今民间社会特别是南方农村依然存在，其中祭拜祖先更是普遍流行的信仰仪式）。^②如何转化这一传统社会的精神遗产，使之成为重建当代社会精神信仰的宝贵资源，是我们面临的时代课题。为此，笔者曾提出以下五点：尊天道以心存敬畏，亲大地以保护环境，爱祖国以振兴中华，隆祖先以继承传统，敬师长以传续文化。^③现在有的企业，在公司内部设立“祖宗堂”，安放“天地国亲师”和本企业员工祖先姓氏牌位，供员工祭拜，既体现了企业对员工精神需求的关心，更反映出企业家对传统精神信仰的自觉继承和当代转化。

第三，践行儒家管理理念。儒家思想的重要来源是周代以前的文物典章制度，所谓“尧舜禹汤文武周公之治，集于孔子，孔子之道，著于孟子”，这就表明，儒家思想从一开始就与管理结下了不解之缘。^④汉武帝“罢黜百家，独尊儒术”，将儒家思想作为官方的统治思想。历代政治家和思想家对于治国理政的实践与思考，形成了极其丰富的管理智慧。^⑤治理国家与治理企业，其共同点都是对人类群体的组织、管理、经营和领导。古人说“半部《论语》治天下”，现在不少企业，把《论语》作为企业管理的教科书，把儒学称之为“世界上最牛的管理思想”，把传统儒家的治国之道，转化成现代管理的智慧，并运用到企业管理的

① （清）王先谦撰，沈啸寰、王星贤点校：《荀子·礼论》，《荀子集解》，中华书局1988年版，第349页。

② 参见黎红雷：《企业与社区如何祭祖》，载《光明日报》2017年1月21日。

③ 参见黎红雷：《天地君亲师：儒家精神信仰思想的现代转化》，《现代哲学》2015年第5期。

④ 参见黎红雷：《儒家管理哲学》，广东省高等教育出版社2010年版，第16页。

⑤ 参见黎红雷：《恭宽信敏惠：儒家治国理政思想的现代启示》，《孔子研究》2015年第3期。

实践中去，这对于提升当代企业家的管理水平，创立既有民族性又有时代性的中国管理模式，具有十分重要的意义。

第四，秉承儒家经营哲学。长期以来，人们认为儒家只讲“义”而不讲“利”，其实这是一种误解。孔子确实说过“君子喻于义，小人喻于利”^①；但这里的“君子”与“小人”是阶层地位上的区别：“君子”指国家统治者，“小人”则指小民老百姓。所谓“君子喻于义”，是在承认当时国家统治者已有的物质利益的基础上，对他们提出更高的道德要求；所谓“小人喻于利”，则是强调只有满足被统治者的基本物质需求，才能对他们进行必要的精神指导。据此，儒家义利观最经典的表述，应该是孔子所说的：“礼以行义，义以生利，利以平民，政之大节也。”^②在孔子看来，管理者的职责就在于循礼而行义，只有行义，才能创造出物质利益，从而满足人民的需要，这就是为政的真谛。现在有的企业，以“利他主义”为基础，形成了自己的企业文化。在他们看来，考量一个企业成功的重要准则，不是我们自己有没有成功，而是我们的客户有没有因为我们而成功。放弃自己的利益，让别人先成功，自己才能成功，这正是“义以生利，利以平民”思想的商业化表述。

第五，弘扬儒家伦理精神。孔子当年办学的目的是培养“君子”。在孔子之前，“君子”本来指有位的管理者；从孔子开始，则赋予了“君子”有德的内涵。道德修养是中国式管理者的重要标志。汉儒董仲舒提出“三纲五常”学说。所谓“三纲”指“君为臣纲，父为子纲，夫为妻纲”，要求为臣、为子、为妻的必须绝对服从于君、父、夫，同时也要求君、父、夫为臣、子、妻作出表率。其中的“绝对服从”显然来自法家的思想，“作出表率”则为先秦儒家所主张。所谓“五常”指“仁义

① 程树德撰，程俊英、蒋见元点校：《论语·里仁》，《论语集释》，中华书局1990年版，第262页。

② 《十三经注疏》整理委员会整理：《春秋左传·成公二年》，《春秋左传正义》，北京大学出版社1999年版，第691页。

礼智信”，作为儒家道德伦理思想的精华，实际上构成了中国古代社会的“核心价值观”。当代中国社会，道德滑坡，企业家作为社会精英，不应随波逐流，而应带头“复五常以提升道德”。具体来说就要：修仁道以培育爱心，守道义以保持节操，明礼仪以和睦待人，求智慧以行为有度，本信诚以成就事业。^① 现在有的企业，把儒家的“仁义礼智信”等道德伦理信条细化为员工可以践行的日常行为规范，编制“员工价值观行为手册”，以涵养员工高品行的人品，形成高品位的企品，生产出高品质的产品，从而激发了儒家道德伦理思想在当代企业中的活力。

第六，履行儒家社会责任。儒家的责任观，集中体现在孟子的这句话上：“穷则独善其身，达则兼善天下。”^② 孟子主张，士人要崇尚道德，喜爱礼义。失意时，能独自修养自己的身心；得志时，便使天下的人都得到好处。孟子这里说的，原本是“士人”即读书人的品质，但也可以理解为对一切仁人志士的要求；从“独善其身”到“兼善天下”，则包括了对自己、对他人、对社会、对自然等四个方面的责任。现在有的企业，提出“共创财富，公益社会”的企业使命，从诚实经营、绿色环保、关爱员工到公益慈善，全面履行企业的社会责任，正是对儒家责任观的自觉践行。

那么，“当代中国有儒商吗？”如果这样问，估计很多人难以肯定；而如果问“当代中国有儒商行为吗？”估计很多人又难以否定。之所以“难以肯定”，是因为在一个价值多元化的当代社会，如果仅仅用某种思想文化来界定某个人的身份属性，恐怕是不现实的；之所以“难以否定”，是因为在一个具有 2000 多年文化传统的当代中国，如果完全忽视儒家思想对当代人行为的影响，同样也是不现实的。简单地说，当代儒商就是运用儒家思想办企业的企业家。而正如上节所述，经过 2000 多

① 参见黎红雷：《仁义礼智信：儒家道德教化思想的现代价值》，载《齐鲁学刊》2015 年第 5 期。

② （清）焦循撰，沈文倬点校：《孟子·尽心上》，《孟子正义》，中华书局 1987 年版，第 891 页。