



21st CENTURY
实用规划教材

21 世纪全国高等院校**财经管理**系列实用规划教材

东方哲学与企业文化

主 编 / 刘峰涛



► **立足哲学教育**，讨论东方哲学对企业文化建设的启示

合企业管理实践，建立起问题导向的经典解读结构

置多个文化专题，寻找企业文化建设问题解决之道



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国农业大学出版社
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材

东方哲学与企业文化

主 编 刘峰涛



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

进入 21 世纪以来,全球化使得源自基督教文化的美国价值观“一股独大”,而中国企业因由几千年来形成的“文化习惯”,对这种所谓“普适”文化并不适应。国内经济学人很少受过正式的哲学教育,相关思考容易走向现代企业制度的反面。

基于此,本书从哲学教育的立场出发,一方面做点东方哲学的普及工作;一方面从当下企业文化中暴露的问题切入,讨论东方哲学对企业文化建设的启示。本书采用问题导向的经典解读结构,以专题的形式来讨论“儒学与企业家精神”、“老子思想观照下的创业与守成”、“《庄子》与企业人生”、“佛教大乘思想与企业的社会责任”、“禅宗精神与企业创新”、“佛教寺院的丛林制度及其启示”、“心灵环保”等问题,试图提供一种企业文化建设的“本土”思路,也为读者提供一本普及性的东方哲学读本。

图书在版编目(CIP)数据

东方哲学与企业文化/刘峰涛主编. —北京:中国农业大学出版社;北京大学出版社, 2012.1
(21 世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5655-0433-4

I. ①东… II. ①刘… III. ①东方哲学—应用—企业管理—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 216732 号

书 名: 东方哲学与企业文化

著作责任者: 刘峰涛 主编

策划编辑: 李 虎

责任编辑: 李 虎 王艳欣

标准书号: ISBN 978-7-5655-0433-4/F · 0009

出 版 者: 北京大学出版社(地址: 北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

中国农业大学出版社(地址: 北京市海淀区圆明园西路 2 号 邮编: 100193)

网址: <http://www.cau.edu.cn/caup> E-mail: cbsszs@cau.edu.cn

电话: 编辑部 62732617 营销中心 62731190 读者服务部 62732336

印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社 中国农业大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm×1092mm 16 开本 16.5 印张 392 千字

2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 34.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

自序

从小学到大学，我国的哲学教育太少了。人少了哲学思维，会容易迷信“假、恶、丑”。因此，笔者想开设一门入门级的课程，向学生介绍一些哲学常识。笔者是东方哲学的“粉丝”，加之在管理学院教书，所以就将课程的名称定为“东方哲学与企业文化”。恰巧这次北京大学出版社又有出版书的机会，课程的讲义有幸得以付梓，这就是本书的缘起。

之所以要学习哲学，原因如下。

首先，哲学可以满足人们的好奇心。《苏菲的世界》里有一段话可以说明：“这个世界是如何创造出来的？其背后是否有某种意志或意义？人死后还有生命吗？我们如何能够解答这些问题呢？最重要的是，我们应该如何生活？千百年来，人们不断提出这些问题。据我们所知，没有一种文化不关心‘人是谁’、‘世界从何而来’这样的问题。”

其次，哲学可以开启人们的智慧。哲学的训练，可以使人分析细致，认识深入，思维缜密全面，对社会、对人生、对事物都会有理智的思考，并迸发出智慧的光芒。

再次，哲学可以完善人们的人格。人之为人，很重要的就是要实现人格的自我完善。大学阶段是完善人格的关键时机，正如蔡元培先生所言：“大学是做大学问者的地方，是人格自我完善的地方，不是职业介绍所。”大学的学习，除了知识技能的学习外，更多的是一个“熏修”的过程。学生们在大学各种有形和无形的教化中，像挂在灶台上的“鲜肉”一样，被熏成更稳定、更有滋味的“腊肉”。“腊肉”的熏修过程也是人格的完善过程。其中，烟熏火燎的重要材料之一，就是哲学的教化。

最后，哲学可以构拓我们的器宇。曾文正说“功名看器宇”，器宇可以理解为一个人的眼界和胸怀，而眼界和胸怀的构建和拓展无外乎两条路径：一是向外，如走万里路；二是向内，如哲学学养的提高。

可能有人觉得上述问题太虚无，与赚钱不搭界，所以哲学毫无用处！——这说明他不明白“无用之用，是为大用”的道理。

哲学教化，是可以转化为真金白银的，从企业文化建设的角度就可见一斑：当今世界，企业价值日趋多元化，但多元化的企业文化存在良莠不齐的现象，也导致产生了很多令人忧心的问题。特别是进入21世纪以来，全球化使得源自基督教文化背景的美国价值观“一股独大”。中国企业由于文化背景的差异，嫁接而来的企业价值问题很多。比如说企业缺乏社会责任、投资者急功近利、经理人不讲职业操守、员工心理失衡、企业内外信任稀缺、创新动力不足等。这些企业文化带来的问题会直接影响到企业的盈利和长远发展。

这正是本书的落脚点：从我国企业文化建设中存在的几个问题出发，引入与我们文化基因完全配型的东方哲学，来寻找适合的药方。东方哲学是世界文化史上重要的精神财富，对中华民族乃至对东方各国都产生了极为重要的影响。本书设想以专题的形式来讨论儒学与企业精神、老子思想观照下的创业与守成、庄子与企业人生、佛教大乘思想与企业的社会责任、禅宗精神与企业创新、佛教寺院的丛林制度及其启示、心灵环保等问题，试图提供一种企业文化建设的“本土”思路，也提供一本普及性的东方哲学读本，进而提升广大大学人的人文素养。



要说明的是，本书命名为“东方哲学与企业文化”，实际上是不准确的：书中只介绍了儒、道、释的基本常识，只是东方哲学的一部分。借用《金刚经》的三段论——所谓“东方哲学”，是名“东方哲学”，是非“东方哲学”。

我们用所谓的“东方哲学”来应对本土企业的文化建设问题，并不是否定西方哲学，更不是要文化复古。

西方哲学同样博大精深，对人类社会特别是现代文明的影响极为深远。“五四”以来，我们一直以西方为师，其哲学和文化作用于我国后，已经改变了中国的近代史。但是，任何文化的学习和交融一定要坚持以我为主，也不可能一蹴而就，短时间内靠西方哲学和文化来救中国是不现实的。中国企业所面临的问题，很多是现代企业制度与我们几千年来形成的“文化习惯”不适应所引起的。如果东方哲学中有现成的(或稍加改造就可用的)解决方案，肯定比西方文化的改造方案要便捷一点，又何乐而不为呢？自己家里如果存有珠玉，去远方挖金矿就没那么迫切了——如此而已。

当然，幻想把老祖宗的东西拿来就能解决现代的一切问题，那是文化自大狂。笔者虽然对东方哲学无限热爱，但还是主张应该有选择地继承。如果把东方哲学神秘化、神圣化，甚至当成“圣经”，那么反而会走向东方哲学的反面。科学精神和怀疑精神是我们学习东方哲学必备的“法宝”。从“道”的层面看，这个世界本来就充满缺陷，语言文字承载智慧的能力有限，所以一切落实在文字上的哲学都是不完美的；从“术”的层面看，想用“放之四海而皆准”的方法路径来解决变化发展的现实问题更是不可能的。所以，东方哲学是有时空局限的，有所取舍是应有的态度。

本书几乎没有创新，主要工作就是把各位专家的观点“系统集成”起来来解读东方经典。如果说有什么特点，不外乎是从企业管理实践出发，建立一个问题导向的经典解读结构。

解读经典挺难，就像用精美的食材来做菜，不免存在两种误区，一是把鱼翅捣鼓成了粉丝，二是把粉丝包装成了鱼翅。前一种是浪费，后一种是“忽悠”，都不可取。可是，一千个读者就有一千个哈姆雷特(There are a thousand Hamlets in a thousand people's eyes)，准确和普适地解读经典只能是一个理想，大多数阐释者都会在两种误区中跳来跳去。我作为一个管理学的技工，来做东方哲学的票友，不免有暴殄天物的举动，还望读者原谅。当然，我也相信，虽然自己也是盲人摸象中的一员，但站的位置可能与别人不太一样，所以摸象的心得应该也还有些特别吧！

本书的出版，要感谢陈荣耀教授、姚卫新教授、陈顺华同学的支持和帮助；感谢东华大学管理学院的资助。

谢谢我的家人。

读者吉祥！

目 录

第 1 章 东方哲学与企业文化导言	1		
1.1 企业文化理论概述	1		
1.1.1 管理理论的发展趋势	1		
1.1.2 企业文化的内涵	3		
1.2 全球化背景下的企业文化建设问题与 东方哲学反思	4		
1.3 儒家哲学概论	5		
1.4 道家哲学概论	6		
1.5 佛教哲学概论	7		
1.5.1 佛陀的事迹	7		
1.5.2 佛教哲学总述	9		
1.5.3 佛教哲学分述	15		
1.5.4 中国佛教宗派简介	30		
第 2 章 儒学与企业家精神	45		
2.1 本章引言	45		
2.2 孔子思想简介	46		
2.2.1 孔子生平	46		
2.2.2 孔子思想	46		
2.2.3 孔子的精神修养发展过程	50		
2.2.4 孔子在中国历史上的地位	51		
2.3 孟子思想简介	52		
2.3.1 孟子生平	52		
2.3.2 孟子思想	52		
2.4 宋明理学之“程朱陆王”	57		
2.4.1 宋明理学简介	57		
2.4.2 二程(程颢、程颐)	58		
2.4.3 朱熹	62		
2.4.4 陆王学派	67		
2.5 企业家精神概述	72		
2.5.1 企业家精神的概念	72		
2.5.2 企业家精神的普遍特征	72		
2.5.3 企业家精神重构的价值	75		
2.6 儒家文化背景下的企业家精神重建 ...	75		
2.6.1 培育寻求满意解的和谐精神 ...	75		
2.6.2 拓展推己及人的仁义情怀	77		
2.6.3 滋养至大至刚的浩然之气	78		
2.6.4 锤炼知行合一的综合素养	79		
第 3 章 老子思想观照下的创业与守成 ..	83		
3.1 本章引言	83		
3.2 老子的思想	85		
3.2.1 大道玄妙	85		
3.2.2 天地不仁	86		
3.2.3 治国与煮鱼	87		
3.2.4 “上德”与“下德”	88		
3.2.5 制胜之道	90		
3.2.6 “大”的道理	91		
3.2.7 虚空的作用	92		
3.3 无中生有的智慧与创业	94		
3.3.1 有生于无的创业机会识别	94		
3.3.2 无之以以为用的商业模式设计 ...	95		
3.3.3 先予后取的创业经营之路	96		
3.4 变化中的企业“守成”	97		
3.4.1 小国寡民理想下的稳定生存 策略	97		
3.4.2 从守成中孕育大发展	97		
第 4 章 《庄子》与企业人生	100		
4.1 本章引言	100		
4.2 《庄子》中的人生智慧	101		
4.2.1 超越无待的逍遥境界	102		
4.2.2 是非成败本相同的 智慧透视	105		
4.2.3 神仙原是真人做的 生命形态	107		
4.2.4 蝶梦鱼乐的审美人生	109		
4.2.5 在理想与现实的夹缝中 游刃有余	111		
4.3 马斯洛需要层次理论简介	113		

4.4 现代企业人的心理需求与引导	115
4.4.1 培养超越生活桎梏的 逍遥心	115
4.4.2 直面企业中的的是非非	116
4.4.3 红尘中保持本真	116
4.4.4 向工作里加一点审美的 意趣	117
4.4.5 在职场的机巧中留些许 崇高	117
4.5 经典选读——《逍遥游》与 《齐物论》	117

第5章 佛教大乘思想与企业的 社会责任

5.1 本章引言	122
5.2 佛教大乘思想的产生和发展	123
5.2.1 印度大乘佛教的缘起	123
5.2.2 大乘佛教在中国的传播与 壮大	124
5.3 大乘思想的核心内涵——菩萨 精神	130
5.3.1 自利利他的菩提心	130
5.3.2 平等慈悲	131
5.3.3 中道智慧	134
5.3.4 四摄六度	135
5.3.5 方便善巧	135
5.3.6 中国佛教史上的慈善事业	136
5.4 维摩诘与鸠摩罗什的故事	139
5.4.1 大居士维摩诘	139
5.4.2 “风雅”战争的主角—— 鸠摩罗什	140
5.5 企业社会责任简论	142
5.5.1 企业社会责任的滥觞	142
5.5.2 企业社会责任的内容	143
5.5.3 企业承担社会责任的 基本原则	144
5.6 菩萨行对企业社会责任的借鉴与 启示	145
5.6.1 普遍联系的力量：菩萨的成佛 之路与企业跃升	145

5.6.2 是“菩提心”还是策略性 慈善	147
5.6.3 “六度”的启示	150
5.7 经典选读——《普贤行愿品》	151

第6章 禅宗精神与企业创新

6.1 本章引言	156
6.2 禅宗的发展轨迹	157
6.2.1 菩提达摩的藉教悟宗及 二入四行	157
6.2.2 从慧可到僧璨	158
6.2.3 双峰与东山法门	160
6.2.4 曹溪惠能	163
6.2.5 曹溪初彰	164
6.2.6 五家七派	165
6.3 禅宗哲学	169
6.3.1 禅宗哲学的本心论	169
6.3.2 禅宗哲学的迷失论	171
6.3.3 禅宗哲学的开悟论	172
6.3.4 禅宗哲学的境界论	174
6.4 禅宗的行持：如得珠玉， 众宝皆获	176
6.4.1 禅宗的教育路径—— “教外别传，不立文字”	176
6.4.2 禅宗的修行的次第—— 四禅八定与“十牛图颂”	177
6.4.3 “禅”的修证	188
6.5 企业创新的障碍与实现	192
6.5.1 企业创新的概念	192
6.5.2 用五项修炼进行创新	194
6.6 禅宗对创新及创业的借鉴意义	202
6.6.1 以天下为己任的菩萨情怀	202
6.6.2 超越人天的禅宗精神	203
6.6.3 无中生有的成就方法	204
6.7 经典选读——《金刚经》	205

第7章 佛教寺院的丛林制度及其 启示

7.1 本章引言	212
----------------	-----

7.2 以丛林为核心的佛教教团	213	7.6.1 文化(信仰)力量是源泉	235
7.2.1 佛法信徒的必备条件	213	7.6.2 平等民主是基础	235
7.2.2 四众弟子构成的佛教教团	214	7.6.3 开放包容是驱动	236
7.3 佛教原始制度简介	216	7.6.4 制度规范是保障	236
7.4 十方丛林的组织结构与功能	217	7.6.5 领导才干是关键	237
7.4.1 丛林的形成	217	第 8 章 心灵环保	240
7.4.2 丛林的组织结构及其职能	218	8.1 本章引言	240
7.4.3 近代丛林的组织结构	221	8.2 唯识学概论	241
7.5 信仰基础上的丛林管理	223	8.2.1 从瑜伽行派到法相唯识宗	241
7.5.1 丛林管理的目标	223	8.2.2 五位百法基础上的唯识学 理论	241
7.5.2 丛林的人事制度	224	8.2.3 唯识观中心的名称及分类	242
7.5.3 丛林的经济规范	227	8.3 佛教哲学倡导的心灵环保	246
7.5.4 丛林“和谐”的保证—— 羯磨法	228	8.3.1 心的特征	246
7.5.5 丛林的选佛场——禅堂	230	8.3.2 心的环保	248
7.5.6 丛林的风规	232	寻找和谐(代后记).....	254
7.6 丛林管理的启示	235		

第 1 章 东方哲学与企业文化导言

本章教学要点

知识要点	掌握程度	相关知识
企业文化理论	掌握	管理理论丛林，企业文化内涵
儒家哲学概况	掌握	发展阶段及其特点
道家哲学概况	掌握	道家哲学的核心、内容和特色
佛教哲学概况	掌握	佛陀事迹，佛教哲学的体系和内容

导入案例

在中国的城市里经常能看到这样的场景：一些行人在马路的一侧等红灯，当马路上有车辆通过时，大家会安心等待；但当大家看到马路上没有车子时，大多数人都会“闯红灯”而穿过马路。

在德国的城市里经常能看到这样的场景：在深夜时分，马路上一辆车也没有，而马路旁有一位行人在静静地等红灯，只有当绿灯亮起的时候他才会穿过马路。

面对这样的情况，我们不禁要问：为什么中国人与德国人对制度约束的反应如此不同？类似的情况背后的原因何在呢？

1.1 企业文化理论概述

1.1.1 管理理论的发展趋势

1961 年，孔茨发表了著名的《论管理理论的丛林》一文，把各种管理理论归为 6 个学派，即管理过程学派、经验或案例学派、人类行为学派、社会系统学派、决策理论学派和数量学派。1980 年孔茨进一步在其《再论管理理论丛林》一文中，把管理学派归纳成包括经验或案例学派、人际行为学派、群体行为学派、协作社会系统学派、社会技术系统学派、决策理论学派、系统学派、管理科学学派、权变和情境学派、经理角色学派及经营理论学派在内的 11 个学派，并认为所谓学派叫做方法更为合适。

管理理论“丛林”产生的原因，可以归纳为两点：一是管理学家对管理问题认识的视角不同；二是管理实践纷繁复杂，任何单一理论、方法和工具都难以解决，所以需要“理论丛林”。在管理学的发展过程中，现代管理学的学科结构可以表述如下。



- (1) 三个阶段：经验管理、科学管理、文化管理。
- (2) 三个基础：数学、经济学和行为科学。
- (3) 三个层次：基础管理、职能管理、战略管理。
- (4) 三个领域：公共政策与宏观管理、工商企业和非盈利性机构管理、管理理论与方法。

从 1769 年第一家现代企业在英国诞生，到 1911 年科学管理原理诞生之前，这 140 多年的时间，企业管理一直处于经验管理阶段。所谓经验管理，是指没有成形的管理规律、没有成文的管理制度可以遵循，企业完全按照经营者自己的设想，跟着感觉，凭经验、直觉去管理。所以，在经验管理条件下，企业的兴衰成败完全取决于经营者的个人素质，这包括决策能力、指挥能力、凝聚人的个人魅力、良好的感觉和直觉等。

1911 年，科学管理理论诞生，将管理经验抽象化、规律化，形成一套管理制度，使企业管理由经验变成了科学，管理逐步趋于理性，这是管理的一场大革命。在理性管理阶段，在科学管理理论的指导下，生产力得到了极大提高。这一理论的开拓者——泰勒，着重于运作管理研究；法约尔，着重于管理的一般原则研究；韦伯，着重于组织理论研究。

科学管理理论重物轻人，仅仅把员工看做经济动物。随着生产力水平的提高，科学管理的局限性越来越明显，而以人为本的管理思想应运而生。人本管理的实现，单纯通过制度是难以充分完成的，它需要建立企业价值并将其转变为每位员工和管理者的思维习惯。这需要企业文化来支持，这样才能具体落实到管理的各个细微之处。文化管理是指以社会人为前提，重视感情和价值在管理中的运用，通过将企业的价值灌输到每个员工的思想意识中，为他们提供宽松的发展空间，激发他们的主观能动性、对工作的热情和创造力，来实现超越制度管理的飞跃。

从管理学发展的阶段看，管理学经历了“软—硬—软”的过程，即经验管理阶段是“软”的，而科学管理阶段就“硬”了起来，到了文化管理阶段则又逐渐“软”化。这个软化过程越来越突出“人”的地位，人与人的行为成为管理的核心。以人为中心是现代管理发展最重要的趋势。企业文化理论正是顺应这一趋势而诞生的一种崭新的管理理论(见表 1-1)。

表 1-1 经验管理、科学管理和文化管理^[1]

特征 \ 模式	经验管理	科学管理	文化管理
年代	1769—1910	1911—1980	1981 年以来
特点	人治	法治	文治
组织	直线式	职能式	学习型组织
控制	外部控制	外部控制	自我控制
领导	师傅型	指挥型	育才型
管理中心	物	物	人
人性假设	经济人	经济人	自动人、观念人
激励方式	外激为主	外激为主	内激为主
管理重点	行为	行为	思想
管理性质	非理性	纯理性	非理性与理性相结合

1.1.2 企业文化的内涵

企业文化,英文为“Corporate Culture”。在我们国家,也有学者将其译为“公司文化”。企业文化是文化的有机组成部分,是形成于企业内部的群体文化,又称为亚文化或子文化。

从狭义上理解,企业文化属于意识形态范畴,仅仅包括组织的思想、意识、习惯、感情领域。从广义上理解,企业文化是指企业在创业和发展过程中所形成的物质文明和精神文明的总和,包括企业管理中的硬件与软件、外显文化与隐形文化(或表层文化与深层文化)两部分。

这两种理解都有一定的片面性,本书采用张德教授的定义:企业文化是指全体员工在企业创业和发展过程中,培育形成并共同遵守的最高目标、价值标准、基本信念及行为规范,它是组织观念形态、制度与行为,以及符号系统的复合体。企业文化包括观念层、制度与行为层、符号层3个层次。

企业文化的观念层,是指企业的领导和员工共同信守的基本信念、价值标准、职业道德及精神风貌。观念层是企业文化的核心和灵魂,是形成符号层和制度/行为层的基础和原因。包括企业最高目标、企业哲学、核心价值观、企业精神、企业风气、企业道德、企业宗旨。

制度与行为层,是指对企业组织和企业的行为产生规范性、约束性影响的部分。它集中体现了企业文化的符号层及观念层对员工和企业组织行为的要求,包括一般制度、特殊制度、企业风俗和行为规范4个方面。

符号层,这是企业文化的表层部分。它是企业创造的物质文化,是形成企业文化观念层和制度与行为层的条件,包括企业名称、企业外貌、产品的特色/式样/外观/包装、技术工艺设备特征、厂徽/厂旗/厂歌/厂服/厂花、文化/体育/生活设施、企业造型和纪念性建筑、企业纪念品、文化传播网络等。

企业文化理论起源于美国,从它的产生发展过程来看,大体可以分为以下3个阶段。

1) 企业文化理论的启蒙时期(20世纪30年代至80年代)

美国著名管理学家切斯特·巴纳德和菲利普·塞尔兹尼克于20世纪30年代开始研究企业的价值观念以及社会文化传统等对企业管理的影响。他们最先将“文化”这个概念用于企业管理,首先明确了企业文化的初始内涵。在1938年,切斯特·巴纳德写了一本论著——《管理工作者的职责》。他分析了发挥人的积极性的重要作用,并提出管理好企业的关键在于企业的价值观念和人的积极性问题,以及管理者在发挥人的积极性方面的关键性作用。

此间有许多学者进行了相关研究,有关组织文化即企业文化的理论学说已经成为人们讨论的热潮,企业文化学说的基本理论雏形已经形成。

2) 企业文化理论的成长时期

一般认为,《日本企业管理艺术》、《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》、《寻求优势——美国最成功公司的经验》和《企业文化》这4本书是20世纪80年代企业文化的“新潮四重奏”,使人们对企业文化的研究进入了一个崭新的境界。

1981年4月,美国加利福尼亚大学教授、美籍日本人威廉·大内在其所著的《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》一书中,对美日经营方式进行了比较。大内在研



究了美国企业和日本企业经营模式后,提出了“Z 型组织”的理论模式。他指出,企业文化是决定企业成败的关键,企业文化有三种类型:日本式企业文化称为 J 型文化;美国盛行的人际关系淡漠的企业文化模式称为 A 型文化;接近 J 型的美国过渡性的企业文化模式称为 Z 型文化。大内认为,Z 型文化的价值观主要是长期的雇佣、信任和亲密的人际关系、人道化的工作条件。所以,Z 型文化能满足员工自身利益的需要,是美国未来企业发展的模式。

3) 企业文化理论的成熟时期

美国管理学术界开始深入地探讨企业文化理论。1985 年莫尔·刘易斯等人的《组织文化》、基尔曼·萨克斯顿的《赢得公司文化的控制》、爱德华·沙因的《组织文化与领导》3 本书的问世,将企业文化理论的研究推向了更高的阶段。这一阶段的研究解决了企业文化研究的学科归属问题,从组织文化学方面寻找到了企业文化理论的理论基础,从组织文化学的原理和控制过程来讨论企业文化问题,并根据企业管理的实际需要,研究如何选择管理哲学和管理艺术的问题。

从国外企业文化现象的发现到企业文化研究的迅猛发展来看,他们走的是一条理论研究与应用研究相结合、定性研究与定量研究相结合的道路。20 世纪 80 年代中期,在对企业文化的概念和结构进行探讨之后,便马上转入对企业文化产生作用的内在机制,以及企业文化与企业领导、组织气氛、人力资源、企业环境、企业策略等企业管理过程的关系的研究,进而对企业文化与企业经营业绩的关系进行量化的追踪研究。量化研究是指在企业文化理论研究的基础上,提出用于企业文化测量、诊断和评估的模型,进而开发出一系列量表,对企业文化进行可操作化的、量化的深入研究。

总之,企业文化的研究,是随着社会经济的发展和人们对管理实践探索的发展而产生,并且迅猛发展的一个研究领域。企业文化研究的理论意义在于它发展了传统的管理理论,对管理过程中的社会文化因素和人的因素给予了足够的重视,这与西方社会现代化发展的方向是一致的,其实践意义在于为企业发展和企业长期经营业绩提供具有可操作化和量化的理论框架。

1.2 全球化背景下的企业文化建设问题与东方哲学反思

东方哲学是按照地域性特点来划分哲学的概念的。西方哲学是拥有相同历史传统和统一概念体系的统一的哲学体系,而东方哲学这个概念不是指一个哲学体系,而是对中国、印度、日本哲学以及伊斯兰哲学的统称。虽然它们在历史上有过相互的交流和影响,但它们都是独立的学说体系。准确地说,东方哲学应该称为东方国家的哲学。

当今世界,企业价值日趋多元化,但多元化的企业文化存在良莠不齐的现象,也导致产生了很多令人忧心的问题。特别是进入 21 世纪以来,全球化使得源自基督教文化背景的美国价值观“一股独大”。中国企业由于文化背景的差异,嫁接而来的企业制度和企业文化问题很多。比如说企业缺乏社会责任、投资者急功近利、经理人不讲职业操守、员工心理失衡、企业内外信任稀缺、创新动力不足等。任何一种制度和文化的负面作用,在西方国家,由于其固有的文化特质,这些制度和文化的负面作用都会得到消解。由于中国社会缺少能对治这些负面作用的元素,当西方的企业制度和企业文化被简单地移植到我们

国家时,必然会产生以上各种问题。打个不太恰当的比方,我们简单地引进西方企业制度和
文化,就像我国南方地区引进的“水葫芦”,由于缺少天敌而泛滥成灾。

按照中国文化倡导“礼之用和为贵”的基本精神,引进西方企业制度和
文化是对的,但要进行消化吸收。作者认为,要想消化吸收西方现代管理的营养,必须先把我们东方的
胃肠调理好——而调理的药材,大部分还真要从东方哲学的药铺里找寻。

东方哲学是世界文化史上重要的精神财富,对中华民族乃至对东方各国都产生了极为
重要的影响。我们用所谓的“东方哲学”来应对本土企业的文化建设问题,并不是否定西
方哲学,更不是要文化复古。

西方哲学同样博大精深,对人类社会,特别是现代文明的影响极为深远。“五四”以
来,我们一直以西方为师,其哲学和文化作用于我国后,已经改变了中国的近代史。但是,
任何文化的学习和交融一定要坚持以我为主,也不可能一蹴而就,短时间内靠西方哲学和
文化来救中国是不现实的。中国企业所面临的问题,很多是现代企业制度与我们几千年来
形成的“文化习惯”不适应所引起的。如果东方哲学中有现成的(或稍加改造就可用的)解
决方案,肯定比西方文化的改造方案要便捷一点,又何乐而不为呢?自己家里如果存有珠
玉,去远方挖金矿就没那么迫切了——如此而已。

当然,幻想把老祖宗的东西拿来就能解决现代的一切问题,那是文化自大狂。如果把
东方哲学神秘化、神圣化,甚至当成“圣经”,那么反而会走向东方哲学的反面。科学精
神和怀疑精神是我们学习东方哲学必备的“法宝”。从“道”的层面看,这个世界本来就
充满缺陷,语言文字承载智慧的能力有限,所以一切落在文字上的哲学都是不完美的;
从“术”的层面看,想用“放之四海而皆准”的方法路径来解决变化发展的现实问题更是
不可能的。所以,东方哲学是有时空局限的,取舍有当是应有的态度。

1.3 儒家哲学概论

儒家思想指的是儒家学派的思想,由春秋末期思想家孔子所创立。孔子创立的儒家学
说是在总结、概括和继承了夏、商、周三代尊尊亲亲传统文化的基础上,形成的一个完整
的思想体系。

儒家按照时代来划分可以分为:先秦儒家、汉代儒家、宋明理学。

先秦儒家是儒家发展的第一个阶段,这一时期的儒家还没有像后来那样赢得显赫地位,
只是当时百家争鸣中的一家,孔子、孟子和荀子是先秦儒家的代表。

先秦儒家到汉儒经学的演变,使得儒学经历了由民间显学至钦定官学的政治化过程。
在这一过程中,儒学渐渐失去了原先的学派意义成为独尊的儒术,发展为附属于政治教化的
经学。儒家美德思想在这一转变中失去了活力,成为统治者推行政治教化的工具,依经
立义的经学诠释原则禁锢了儒学的思想。与孔孟“仁义”之学的人本主义倾向不同,经学
以“三纲五常”为天经地义,把一切经验现象都纳入天人感应的框架内作引经据典的解释,
宣扬天不变道亦不变的思想。“忠”、“孝”、“仁”、“义”等思想得到了空前强化。
汉儒的代表是董仲舒。

宋代学者为了适应巩固和发展封建专制统治的社会政治需要,把复兴儒学、批判佛道
的理论推向了高潮。他们以传统的儒家伦理思想为核心,同时汲取佛道的理论思维作为补



充,创建了宋明“理学”。虽然他们以复兴“圣学”为己任,但其思想容量却非传统儒学所能涵盖,尤其是理论思维要比传统儒学更为深刻、精致。其代表人物,北宋有周敦颐、张载、程颢、程颐、邵雍等,即北宋五子;南宋有朱熹、陆九渊;明代有王阳明。就主导思潮而言,理学代表人物可概括为“程朱陆王”。

儒学被统治者作为思想工具的时间长了,逐渐变成了僵化的礼教。在近代,由于中国的落后,面临亡国灭种的现实危机,使得大多数知识分子不得不反思中国落后的原因,许多知识分子认为是儒家思想造成中国的落后局面,提出了“打倒孔家店”的口号。但是,不管怎样,在中国人的文化血脉中,很大的一部分营养是儒家提供的。

1.4 道家哲学概论

道家思想的起源很早,传说中,轩辕黄帝就有天人合一的思想。一般来说,道家哲学学派以老子为创始人,以庄子为集大成者。道家倡导自然的世界观和方法论,尊黄帝、老子为创始人,并称黄老。道家哲学的代表人物还有列子、王弼、郭象等。道家哲学思想文化内涵丰富、体系庞大,是中华民族思想文化发展的重要活水源头之一。

“道”是道家哲学思想的核心概念,“道”的哲学是道家哲学思想的核心部分。它主要包括3个基本方面:一是本根之道,即道是天地万物的总根源和构成天地万物最原始的混沌未分的始基或材料;二是法则之道,也就是把道看做自然界的内在秩序和必然性,具有客观法则和规律的意义;三是无为之道,表明道的特性是自然无为的。道的自然性指道产生天地万物是自然而然、自己如此的一种状态,它以自身为根据,自己决定自己的存在、运动和变化,所以道的存在、运动、变化也就自然而然不是任何人为活动所能左右的。

辩证智慧和方法论思想是先秦道家哲学的重要内容。首先,老子强调事物、现象之间的相反相成,即认为包括道在内的一切事物和现象都是由相反对立的双方所构成的矛盾统一体。如就作为天地之始、万物之母的道来说,它也是由无与有、虚与实、阴与阳、动与静、变与常、始与终等相反对立的双方所构成的。由道所产生的天地万物,包括自然界、人类社会等都是如此。由此揭示了事物、现象相反相成的普遍性和客观性。其次,对立面相互转化(包括量的积累到性质的变化)的思想。老子认为,事物运动到极限时,无不向自己的反面转化,特别是指出了强壮事物向自己反面即衰老方面的转化,也即“物壮则老”。这是“反者道之动”法则的具体表现。再次,是关于事物的相对性问题。庄子在老子辩证法的基础上,进一步向前推进,由看到事物的相对性,到否认事物质的规定性和差异性,从而走向相对主义,提出“以道观物”的齐物论,达到要“齐万物”的最终结果,即所谓的“天地与我并生,而万物与我为一”。

关于认识的神秘性和相对性思想,是道家哲学认识理论的突出特色。无论经过多少环节或步骤,认识的最终目标都是达到对“道”的体认和把握,即“得道”。老子论述“得道”,提出了“静观”、“玄鉴”的理论,就是通过“静观”、“玄鉴”的方法直观“道”。“静观”就是“致虚极,守静笃”,就是“塞其兑,闭其门,挫其锐,解其纷,和其光,同其尘”。“玄鉴”就是“涤除玄鉴”,即清除一切欲望、杂念、知识,以使内心灵明,达到像镜子一样无一点瑕疵。这样就可以“静观”、“玄鉴”、“得道”了。老子的认识理论注意到了人的感性认识的局限性、表面性和理性认识的相对性、有限性,并试图超越两

者追求一种更高的认识方法,在认识史上不失为一个有益的探索,但也由此陷入了排斥感性、理性的神秘直观,使其认识理论有了浓厚的神秘色彩。庄子在认识论上提出了“心斋”、“坐忘”的观点,继承和发展了老子的神秘主义精神,并且由看到事物质的规定性和差异的相对性,到否定事物质的规定性和差异性,陷入相对主义。

老子的社会历史观同样极具特色,突出的是“无为而治”和“小国寡民”思想。老子生逢乱世,最关心的问题当属人生和政治问题。他为解决政治问题而提出的“无为而治”原则,理论上源自其道的“自然无为”,实践上则是对当时“有为”政治的反对,蕴涵着对于为政者清、正、勤、廉、德等各种为政素质深刻辩证的要求,以及政治自由、以民为本使民自治自化等许多合理积极的思想因素。在此基础上,老子提出了一个“小国寡民”的理想社会,一个与世隔绝、虽拥有初始文明而又不受文明之累之害的素朴的理想社会图景,表现出一种既批判社会现实又向往复古倒退的独特结合。其实,不满社会现实、持一种独特方式的社会批判精神是实,崇尚怀念远古的幸福状态只是对当时社会现实不满的反映而已,曲折地表达了对未来理想社会的憧憬与向往,至少说老子小国寡民的社会理想兼具复古主义和未来主义的两重性,同时字里行间更是充溢着爱好和平、反对战争、崇尚和谐不争的积极思想。

崇尚自然无为、被褐怀玉的圣人理想人格,追求绝对精神自由是先秦道家的人生哲学。理想人格就是人生哲学中体现人的价值、完成人生目标的一种人物形象,是一种人生哲学理论宗旨的标志。先秦各家各派都有自己的理想人格,一般都称之为“圣人”,但其内涵或精神境界却有很大差异。儒家视“博施于民而能济众”、“人伦之至”者为圣人,墨家服膺“劳形天下”、“以自苦为极”者为“大圣”,道家老子则将“被褐怀玉”、“处无为之事,行不言之教”的得道者奉为圣人,庄子把“无己、无功、无名”,即能免除内外之刑或超脱生死、时命、情欲之限者称为圣人,又称为真人、神人、至人、全人等。老子的圣人观包含着得道、同道、有道、守道、玄德、上德、大德等内容,表现为像婴儿、赤子一样具有淳朴自然的天性,一切都任性而发,率性而为,达到淡泊恬静、无知无欲、无私无虑、纯任自然的精神境界。

西汉初年,汉文帝、汉景帝以道家思想治国,使人民从秦朝苛政中解脱出来,得以休养生息,历史上称之为“文景之治”。其后,儒家学者董仲舒向汉武帝提倡“罢黜百家,独尊儒术”的政策,被采纳。道家从此成为非主流思想。虽然道家并未被官方采纳,但继续在中国古代思想的发展中扮演重要角色。宋明理学更是糅合了道学的思想发展而成。

道家思想后来被张鲁的五斗米道等宗教吸收,并演变成中国的重要宗教之一——道教。魏晋清流在谈玄学道时更注重炼丹。因此,道家与道教常被人混淆。

1.5 佛教哲学概论

1.5.1 佛陀的事迹

当世的佛陀(略称“佛”)——释迦牟尼,可以说是世界上最伟大的智者之一。释迦,意译为“能仁”,也是释迦牟尼佛所属的族称。“牟尼”,意译为“寂默”,亦即寂静、圣人、仁、仙等。合“释迦”与“牟尼”之全义,即释迦族的圣人,或曰释迦族中的仙人(仙



人乃古印度的佛号之一)。佛陀、世尊、应供、正遍知、明行足、善逝、世间解、无上士、调御丈夫、天人师等名，乃世人对释迦牟尼佛的尊称。释迦牟尼佛，本姓乔达摩，名悉达多，合其姓名，即乔达摩·悉达多。

乔达摩·悉达多出生于两千多年前北印度的迦毗罗卫城(今尼泊尔南境)。佛陀的生卒年代，中国佛教界和学者认为是公元前 623 年—公元前 544 年。悉达多的父亲是迦毗罗卫国的国王，名首图驮那，汉译净饭王，母亲名摩耶，是天臂城善觉王的长女。迦毗罗卫国是当时印度六大城市之一，是拥有 50 万人口的一个小国。天臂城与迦毗罗卫城隔河相望。根据当时的风俗，摩耶夫人回娘家分娩。途经蓝毗尼花园时，即今尼泊尔南部波陀利耶村的罗美德寺院处，生下了悉达多太子。佛典记载，太子出生后，即行七步，遍观四方，一手指天，一手指地，言：“天上天下，唯我为尊。”悉达多太子诞生的第七天，摩耶夫人去世，幼年时代的悉达多，便由他的姨母——摩诃波闍波提养育。

悉达多太子的诞生地——古代印度，属于热带地区，那里的人们生活简单，行动悠缓。因此，除少数俗人耽于欲乐之外，多有深思玄想之士，故古印度的宗教哲学特别发达。在古代印度，先佛教而成宗教者，曰婆罗门教。婆罗门者，乃当时的精神统治者，居于社会最上层。刹地利者，乃王权贵族者，居于第二。吠舍者，乃商贾阶层，居于第三。首陀罗者，乃雇佣劳动者与奴隶，居于最下。释迦佛便出生在这样一个等级森严的古印度社会里。

悉达多太子接受了当时最好的宫廷教育，具备了最高的世间学问和技艺(创造过一箭射穿七层铁鼓的奇迹)。16 岁时，他娶耶输陀罗为妃，生下一子，名罗睺罗。

悉达多太子既不安于世俗之乐，亦不满于婆罗门之教，又见世间生老病死之相，于 19 岁舍俗出家，遍学山林。太子之父，遣戚族僇(jiǎo)陈如等五人，随其参访并侍奉。悉达多太子参访六年，证得“无所有处定”、“非想非非想处定”；继而又苦行六年，日食一麻一麦，但终不得成正觉。于是，知苦行而无益，故放弃了苦行，到尼连禅河中洗去六年积垢，接受了牧羊女苏耶娑的乳糜供养，得以恢复体力。僇陈如等五人，见悉达多太子放弃了苦行，接受了供养，疑其修行志堕，于是舍他而去。

悉达多太子多年勤修，实践了当时婆罗门教和诸沙门集团最高超的两大修行方法——禅定与苦行，然而未能在其中找到他所觅求的解脱之道。于是他下决心凭自己的智慧另辟蹊径。他渡过尼连禅河，来到伽倻山附近的菩提伽叶，在一株菩提树下铺草而坐，发下一个大誓愿：“不成正等正觉，不起于此座。”然后自调身心，深入禅定，在第四禅的寂静澄澈定心中，用“缘起”的智慧观察参究生死苦恼的因果本末，观察禅定中所发宿命、天眼、他心等神通所提供的自他生死轮转的因缘。经三七日，在那年腊月初八日，天将破晓之前，他于无意之间，睹见明星，于此当下，终于豁然顿悟，了彻宇宙人生的本面，成为“佛陀”。他惊叹地脱口而出：“奇哉！奇哉！奇哉！无一众生而不具如来智慧，但以妄想颠倒执著而不证得。若离妄想，一切智，自然智，无碍智，则得现前。”佛陀对自己的证悟充满自信，常自称：“我觉知圆满，已获一切智，永断死原本，不从他悟，道业已成，生死已出，自知不再轮回生死，知如实，见如真。”

悉达多成佛后，先在林中静坐了 49 天，然后走向人间，传道度人。佛陀的“初转法轮”就是向离他而去的僇陈如等五人，向他们宣说“四圣谛”，这五人就是最初的僧团。佛陀成道后说法 49 年，赤足跋涉印度各地，教化度人，向国王大臣、婆罗门、沙门、长者、商人、平民乃至强盗、妓女等各色人物应机说法，使无数人受益无穷。他建立了庞大的僧团，其中僧尼弟子达三千之众，其中长随佛陀者有 1250 名大阿罗汉。

佛陀在 80 岁那年，在传法的旅途中吃了有问题的食物，患了痢疾，并在拘尸那城外，在向弟子们最后一次说法后，进入四禅，从四禅起，安详而逝。

佛陀入灭 3 个月后，摩诃迦叶(sè)召集 500 上座比丘，对佛所说法进行“结集”。结集，为“会诵”之义——与会者各自背诵出曾经听佛所说的法，再由大众审定，编辑为圣典流传。这次结集称为“第一次结集”，编成的圣典是经、律、论“三藏”。其中经藏主要是佛说法的记录，其体例一般都是以“如是我闻”的自述开头，接着说明时间、地点、听法众、说法过程、说法后的反应、效果等。律藏是佛所制定的戒律的编集。论藏是解释佛经的论典，多为佛弟子所撰。

佛经的第二次结集是在释迦牟尼入灭 110 年后。共有 700 位高德比丘参加，所以称为“七百结集”。因为结集的地点在毗舍离城，又称为“毗舍离结集”。从比丘对戒律发生争论，耶舍长老在毗舍离城召集 700 僧众，判定古印度东部跋耆族比丘提出的 10 条戒律(即“十事”)为非法。坚持“十事”的跋耆族比丘组成“大众部”，反对“十事”的耶舍等长老比丘组成“上座部”。这次结集导致了部派佛教的开始，形成了大众部和上座部。第三次结集举行于释迦牟尼入灭后 226 年。护法王是阿育王，以国师目犍连子帝须为上座，对第一次结集的《阿含经》重新会诵整理，以消除外道掺进去的邪说，史称“华氏城结集”。佛经的第四次结集是在迦腻色迦王(144—170)执政时期举行的。这次结集是由于胁尊者的建议，以世友为上座，地点在迦湿弥罗，世友与五百比丘造论解释《三藏》，共计 30 万颂 900 多万言。其中有一部就是著名的《大毗婆沙论》，这是佛教的一部重要经论。

1.5.2 佛教哲学总述

正如陈兵教授所言，佛陀立足人间，而从超越人间的、全法界遍宇宙的广大视角，冷静审视人间，抓住个人与宇宙、个人与最深自性关系的大本，以“了生死”问题的解决为核心，通过修行实证，开辟了以“如实知见”的智慧自净其心而成功超越生死、达到永恒安乐之道。由如实观察缘起、无常、无我而证得涅槃，被归纳为“三法印”的佛法心髓，可谓人类最高的智慧成果。点亮这一智慧明灯，令人们得以了知万有实相和自己心性的佛陀，确不愧“世灯”、“世眼”之称。

1) 佛教哲学的特征

王雷泉教授认为佛教哲学有以下 4 个特征。

(1) 以人类为本的自力宗教。与大多数宗教都将终极关怀决托于天降神授的教谕，并以对天地神明的绝对信仰为根本不同，佛陀的教法一切标准都是从解脱的主体立场来看待的。一切都是自作自受，解脱自己也要靠自己——成佛要靠自己，成魔也是因为自己。佛陀的观点与国际歌中所唱不谋而合：“要创造人类的幸福，全靠我们自己！”佛陀是智慧圆满的导师，而不是一个全能的上帝。佛陀把他觉悟到的真正的离苦得乐之道告诉大众，既为大众提供了寻找智慧和幸福的可能性，也为大众提供了相应的解脱路径。而能否获得解脱，起决定性作用的还是众生本身。

(2) 以解脱为中心的主体生命升进历程。中国高僧大德常爱说“生死事大”，意谓生死乃做人应予以极大关怀、不容轻视的人生根本问题。佛陀从开始思考自身、接触社会起，就将生死苦恼问题作为他关怀的大事。佛陀未出家前在“四门游观”中所看到的老、病、死及沙门，使佛陀立志要解脱生命的痛苦。佛陀认识到，只有证悟宇宙和人生的真理，人