

儒家思想与 银行企业文化研究 ——以柳州银行为例

刘忠 著



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

F 832.3
20134

阅 览

儒家思想与银行企业文化研究 ——以柳州银行为例

刘 忠 著



中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

儒家思想与银行企业文化研究：以柳州银行为例 / 刘忠著. —北京：中国财富出版社，2012. 9

ISBN 978 - 7 - 5047 - 4377 - 0

I. ①儒… II. ①刘… III. ①儒家—哲学思想—关系—银行—企业文化—研究—中国 IV. ①F832. 3 ②B222. 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 160184 号

策划编辑 初景波

责任印制 方朋远

责任编辑 白 柠

责任校对 孙会香 杨小静

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 4377 - 0/F · 1827

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2012 年 9 月第 1 版

印 张 13. 75 印 次 2012 年 9 月第 1 次印刷

字 数 225 千字 定 价 38.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

儒家思想与
银行企业文化研究

楼宇烈

序

经济是国家的血脉，企业是经济的血脉，企业文化则是企业的血脉。

毋庸讳言，有关企业文化的话题是当今企业界、经济界乃至社会各界的热点。纵观学术界和企业界，对于通过建立企业文化以增强企业的软实力、提高企业的内聚力、提炼企业的价值力、提升企业的发展力等，已经成为了比较普遍的共识，国内各行各业的企业文化建设也正在如火如荼地开展之中。

任何文化都有其发展规律和生命周期，企业文化也不例外。就文化的发展规律而论，任何文化都具有传承性，都有其扎根繁衍的土壤和环境。因此，正如费孝通先生所言，要想发展、创新一种文化，则首先必须对其进行文化自觉，了解其来龙去脉和所以为其的原因，继承、开发其中的优质文化基因，在此基础上才能进行发展和创造性转化。否则，文化的建设与发展只能成为一场空谈。因此，企业文化建设的前提和关键，在于领会其文化之源，依托其文化之根，如此方能成竹在胸、融汇中外、扬长避短、去伪存真。

对于中国企业而言，其文化之根自然在于中华民族的文化传统，而儒家文化则是其中至关重要的主流文化类型。作为中国人本文化之源，儒家之“儒”绝非文人雅士饱读诗书、精通琴棋书画那么简单，而是代表了中华民族的主体文化精神和人文价值。这种精神和价值，根源于天人合一、广大和谐的宇宙信仰；体现出尊道贵德、义利合一的价值取向；表现出民胞物与、成己成人的人文情怀；展现出刚健自为、生生不息的进取精神；呈现出并育不害、贵和尚中的人生智慧。

在中国，“儒”与“商”之结合，由来已久，体现出文化与经济、价值与手段、精神与欲望之间平衡与统一的关系。

古人有“良贾何负閎儒”之说，认为如果商人能“贾名而儒行”，遵循儒家的道德伦理行事，把儒家思想贯彻到商业经营当中，那么“良贾”不输



“闷儒”，彼此也就不存在高下之别了。

事实上，自儒家文化问世至今，在中国历代相继涌现出许多“良贾闷儒”，从先秦的自贡、白圭、范蠡，到汉代的司马相如，还有近代的郑观应、张謇以及著名的徽商、晋商、浙商等，无不是以奉儒家为圭臬而大行商道的成功案例。

几千年间，除本土之外，随中华文明远播海外而形成的儒家文化圈内各国，也都以符合本民族文化风格的形式，有选择地吸取儒家思想的精髓，并将其融入民族复兴与实业报国的大业之中。无论是 19、20 世纪之交“日本企业之父”涩泽荣一“《论语》加算盘”的经营神话，还是 20 世纪 80 年代的“儒家伦理与东亚奇迹”，或是近年来风生水起的“韩流旋风”，其背后无不蕴涵着儒家思想的文化因子，无不体现出儒家思想的文化机制和文化作用。

英国历史学家汤因比教授曾在 30 多年前预言 21 世纪将是中国文化的世纪，而儒家文化将在其中发挥举足轻重的作用。汤因比教授的这番预言既来自对西方文化局限性的深刻洞察与反思，也是对东方智慧的深刻理解与期待。

时至今日，在 21 世纪进入第二个十年之时，中国已经跃居世界第二大经济体，成为亚洲经济当之无愧的火车头和世界经济的重要动力，为世人所瞩目。

民族复兴需要经济腾飞，经济腾飞需要文化支撑，需要实现由“中国制造”向“中国创造”的提升与转化。在这样的时代大势之下，我们不可能再仰人鼻息、嚼人剩饭，而是要更深入地进行文化自觉和返本开新，对包括儒家思想在内的本土优秀文化资源进行富于时代意蕴的诠释和转化，使其成为民族经济现实的生产力和创造力。因此，如何依托民族文化的优秀传统开发企业价值、凝练企业精神、创新企业管理、提升企业境界已成为当代中国企业文化的核心要务，这也正是作者将此选题作为博士论文的立意所在。

作为其导师，我目睹了刘忠同学完成论文所付出的艰辛探索。刘忠同学是一名热心于弘扬优秀传统文化的柳州银行的董事长，其能在工作事务缠身之中见缝插针、挤出时间、潜心研究儒家和现代企业经营管理并结合之道，其精神和眼光令人赞叹。尤其难能可贵的是，刘忠同学还将自己所领悟的传统文化心得引进柳州银行的经营管理实践之中，并收到了一定的成效。他通



过此书将自己多年来在企业文化建设中履践儒家思想的经验和成果与读者分享，这种理论联系实际的做法，开了儒家与银行企业文化结合的先河，做出了有意义的探索与尝试。

最近，欣闻刘忠同学又考取了武汉大学的金融学博士，他的这种好学深思、不断进取的精神，的确令人钦佩！祝愿他在今后的人生道路上“百尺竿头，更进一步”，为祖国的繁荣昌盛添砖加瓦，做出更大的成绩！

谢路军

2012年6月

摘 要

企业文化是银行持久竞争力的核心影响要素，企业文化体现了一个企业的精神境界、行为准则和文化品格，反映了一个企业的理想信念和价值取向，是一个企业的真正核心竞争力。银行企业文化对于银行来说，是一种非正式的企业制度，类似于道德规范，其作用是用较小的成本来防范“搭便车”行为的发生。通过银行企业文化的渗透，银行能在获取较高收益的同时，将成本控制在较低的范围内，从而提升竞争力。作为一种共同的价值观，银行企业文化是一种对目标的认同，是银行生存的灵魂。

在经济全球化、金融一体化、金融信息化叠加的混合经济时代，传统商业银行的经营方式、经营理念和服务范围都发生了巨大变化，商业银行呈现出经营全能化、业务全能化、规模大型化、服务个性化的特点。因此，银行的竞争也发生延伸和演变，不仅直接表现为产品和服务的竞争，而且更体现为企业文化的竞争。我国银行企业由于起步较晚，且正处于转型期，导致我国银行企业文化建设也相对落后。我国的银行企业文化建设至今总体上还处于发展阶段，在很多方面都还远远落后于发达国家的银行企业。因此，面对难得的发展机遇和严峻的竞争压力，就必须加强我国银行企业的企业文化建设。然而，企业文化建设不可能脱离传统文化而独树一帜。因此，企业文化建设必须扎根于传统文化，充分吸收本民族传统文化的精华内容，再学习发达国家银行企业先进的管理理念与科学，充分融合中国文化与西方管理科学，只有这样才能创造出具有强大生命力的富有中国特色的银行企业文化。

儒家思想是中华民族数千年来的文化结晶，它汲取中国传统文化的精华内容，经实践发现，其不少思想在现今的企业管理文化上依然有着璀璨的闪光点。因此，国内银行企业要想获得长足发展，最主要的就是从传统儒家思想中发掘传统文化的核心精华内容，以古鉴今。本文在总结学习国内外文化



建设理论的基础上,分析了国内银行文化建设的现状和存在的问题,并从国内银行企业文化建设的特殊需要着眼,以传统儒家思想为研究对象,采用哲学的视野重新审视传统儒家思想体系,提炼出传统儒家思想中可借鉴的核心内容,并对照当前时代特点辩证地对待儒家思想中的诸多因素对于国内银行企业文化建设的利弊得失,进而总结出儒家思想在国内银行企业文化建设中的可取部分,并分析了这部分儒家思想从企业文化建设的物质层、行为层、制度层和精神层四个层面进行渗透的可行性和具体方式。在实例部分,本文在总结柳州银行成立以来的文化形成历程的基础上,详细研究了柳州银行如何运用“仁、义、礼、智、信”的儒家价值观来培育企业文化,提升企业核心竞争力。

本文认为,银行企业文化建设应当与全面的经营实践相结合,不断推进以创新为特征的银行企业文化,更新观念,全力塑造高品位、高素质、高效率的优秀群体,将银行企业文化的发展和建设融入到各项业务中去,相互促进,共同发展,以培育银行持久的竞争力。

关键词: 企业文化; 竞争力; 儒家思想; 柳州银行

Abstract

Company culture is a core affecting factor of the bank competitiveness, reflecting the spirit, the behavior standards, and the philosophy of a company, which shows the faith and the values of a company and is strong core competitiveness. The company culture of banks is non – official company regulation, like ethics, and it's used to stop the “free rider” by using low cost. Through the penetrating of company culture, banks can gain high revenues and low costs at the same time. As common values, company culture is recognition of the goal, and the soul of the existing of a bank.

At the age of mixed economics which is a combination of economic globalism, the integration of and the informationization of finance, great changes have taken place in the running model, the business philosophy and the range of services of traditional commercial banks, which refer to four characters of commercial banks as full operation, full service, large scale, and personalize service. So that the competition among banks also stresses on products and services, and what's more crucial, company culture. Chinese banks are in a transitional period, and this leads to a relatively underdeveloped culture construction, compared to the banks in developed country. In order to handle the stress brought by competition and get the chances to develop, it is necessary to strengthen the banks' culture construction. However, banks' company culture construction can not be separated from traditional culture construction. The company culture of banks must be built based on traditional culture, combining western management philosophy and science, to create a lively bank company culture with Chinese characters.

Confucianism is the core of Chinese traditional culture; therefore the most criti-



cal way to learn Chinese traditional culture is to learn from Confucianism. This thesis is trying to study the Confucianism from a new perspective, meeting the special needs of the culture construction of Chinese banks, considering the pros and cons brought by Confucianism to banks, making the most of Confucianism. This thesis also manage to use those original thoughts to construct the bank culture, figure out those negative contents and then avoid these unfavorable effects on bank culture construction. Another opinion held by this thesis is to integrate the culture construction and practices and thus to make creative company culture, making a new idea and a high quality, high - effective and high taste group, which is a special company culture that is suitable to China. Confucianism cannot be totally applied to the modern society, but instead we should select those positive thinking, break its outdated frame, and use its particle inner core ethics.

Key words: Company Culture; Competitiveness; Thought of Confucianism; Bank of Liuzhou



Contents

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景及意义	1
第二节 相关研究与成果综述	3
第三节 研究内容与研究框架	11
第四节 研究方法与研究创新	13
第二章 文化与企业文化	15
第一节 文化概说	15
第二节 企业文化	29
第三章 银行企业文化建设的现状	60
第一节 银行企业文化建设现状	60
第二节 银行企业文化建设存在的问题	66
第四章 儒家文化与企业之道	72
第一节 儒家文化的基本精神	72
第二节 儒家精神与为企之道	91
第五章 儒家思想与银行企业文化建设	119
第一节 儒家思想与现代银行企业文化建设的关联性	119
第二节 借鉴儒家思想建设银行企业文化的原则	125



第六章 儒家思想与银行企业文化的融合机制	132
第一节 儒家思想与银行企业文化精神层面的融合	133
第二节 儒家思想与银行企业文化制度层面的融合	136
第三节 儒家思想与银行企业文化行为层面的融合	139
第四节 儒家思想与银行企业文化物质层面的融合	143
第七章 践行儒家思想——柳州银行文化评析	145
第一节 柳州企业文化概况	145
第二节 柳州银行概况	155
第三节 柳州银行企业文化阶段特征与形成	156
第四节 儒家思想指导下的柳州银行企业文化	159
第八章 结论与展望	186
第一节 研究结论	186
第二节 研究展望	188
参考文献	197
致 谢	205

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

一、研究背景

20 世纪 80 年代,日本本田汽车公司美国分公司的成功实践,率先使得美国开始对日本企业进行深入的研究,由此诞生的企业化管理理论以迅雷不及掩耳之势风靡全球。企业文化也就成为企业核心竞争的重要建设内容。企业文化兴起之时,我国正处于社会主义计划经济向市场经济转变时期。伴随着改革开放的进程,企业文化这一思想迅速深入人心,企业的管理者开始意识到其重要性并与自己的实践经验相结合,反思原有的经营管理模式,探讨和建设适应于本企业发展的企业文化。然而我国商业银行文化理论曾在 80 年代末到 1992 年的南巡谈话期间被错误地当做资产阶级自由化来批判而导致其企业文化进入了停滞的状态。随着国内金融体制改革的不断深化以及一批基于其优秀企业文化而茁壮成长的企业的出现,商业银行文化随后得到正名,并在市场机制下开始对企业化管理思想进行了进一步的研究,深入探索如何建立企业文化。

我国于 2001 年年底加入 WTO,同时公布了一份入世后银行开发的时间表,表内显示:加入 5 年后,我们将取消所有对外资银行的地域限制,同时允许外资银行对所有中国客户提供人民币服务。这一历史条件使得国内银行逐步融入了金融全球化的体系中,银行业所要面临的市场环境、竞争形势和



监管政策将要比过去复杂得多。因此，银行间的竞争越来越激烈。在这种趋势的推动下，银行的文化建设成为了一个银行提高竞争水平的重要着力点。其他商业银行虽然没有像四大国有商业银行在政策和规模上存在较大的优势，但是他们按照市场规则灵活设计和开展各项银行业务活动，符合市场需求，表现出旺盛的经营活力。随着国外各大金融机构纷纷进驻中国市场，我国的商业银行要在竞争环境越来越恶劣的情况下生存甚至求得更大的发展，就必须要有自己的文化，树立自己的品牌，以推销自己的产品和服务，提高企业的核心竞争力。

中华民族是有着悠久历史文化传统的民族。五千年的文化传统使这个民族处在一种强大的文化力量之中。作为生长在这种文化传统长河中的人们，或多或少都受到这种传统文化力量的影响。而儒家思想作为中国传统文化的主流，它的影响最深刻，最广泛。澳大利亚学者雷吉·利特尔和沃伦·里德所著的《儒家的复兴》中提出：“儒学正在复兴。儒学的复兴已经明确地指出，它将在世界文明的核心中占有一席之地，并且将带领世界进入 21 世纪，即将成为 21 世纪的管理主流。”儒家思想有着深厚的底蕴，蕴涵着无穷的价值，是任何其他文化不可比拟的。更重要的是它是本土文化，是华夏儿女智慧的结晶，置之今天，其中仍然不乏先进的思想和积极的文化，是中国银行企业文化建设的优势所在。

二、研究意义

当前，中国的改革开放和市场经济建设，为银行业的发展和壮大带来了新的契机。经济全球化的发展，中国的银行业将日益融入全球金融体系中，逐步实现市场化运作。柳州银行建立于 1997 年，经过十几年的历练，其企业文化不断完善，但是仍然和外国银行有一定差距。如建立“人才中心”、不断进行金融创新的美国花旗银行，它以其明确的定位及优秀的企业文化而持续发展壮大，成为美国乃至世界金融界赫赫有名的企业。在经济全球化的浪潮中，经过 2008 年金融海啸的洗礼，柳州银行清醒地意识到不能一味地去模仿和照搬西方的管理模式和思维模式，而脱离自身一脉相承的本土文化和历史



渊源。儒家思想的内容极其丰富而有活力，其中的管理智慧、伦理道德及处事方式，可以为现代银行企业文化的建设提供取之不尽的思想源泉。因此，将儒家思想与本银行企业文化相融合将有利于建立有本银行特色的银行文化，它将有助于银行的内部改革，促进银行企业管理由以物为中心向以人为中心的转变；逐步提高银行企业防范风险的能力，树立丰富而完善的企业形象和信誉；增进银行企业在市场中的竞争力，进一步落实将柳州银行建设成为区域性甚至是全国性银行的要求，以此推动柳州银行的可持续发展。

另外，本文对儒家思想与企业文化融合机理的研究进行了尝试，并以柳州银行为案例尝试将我国传统的儒家思想同先进的企业文化理论进行融合，在立足现实的基础上，各取所长，构建出融合了儒家思想的柳州银行企业文化体系，赋予了企业文化理论特色的民族气息，对西方企业文化理论本土化建设有一定的贡献。作为案例，其他银行等企业也可以加以借鉴运用我国的传统文化，进行相关的企业文化构建，在发扬传统民族文化的同时，提升企业的竞争绩效。在当今地域疆界逐渐消除的时候，我国公司要牢记“民族的才是世界的”，依托民族特色文化，促进企业适应新的生存环境，获取竞争优势。

第二节 相关研究与成果综述

一、中国传统儒家思想概述

中国作为四大文明古国之一，拥有五千年的灿烂历史文化。现今中国的传统文化不仅深深植根于本国土壤，而且越来越广泛地影响着世界人民。中国传统文化的启蒙主要来自于春秋战国时代的诸子百家之学说，在那战火纷飞的时代，诸子百家的萌生是为平定天下，并寻觅和探讨治国安邦之道。各个学派不同的观点和思想在不断地碰撞、激荡、互补过程中逐渐形成了以儒家思想为正统和核心，以儒、法、道、墨等多种学派相互补充而形成的中国



传统文化体系。

作为封建社会上层建筑意识形态，正统儒家思想的发展和演变并非一帆风顺：有过“焚书坑儒”的悲壮，有过“罢黜百家，独尊儒术”的尊崇，有过作为科举考试内容和精神核心的繁荣与昌盛……儒家思想的几经挫折，几经磨难为其塑造了强大的生命力，使其不断地注入每一个中华儿女的心底，成为中华民族内在精神的凝聚力。

儒家思想的主张是“格物、致知、诚意、正心、修身、齐家、治国、平天下”，而“平天下”则是儒家思想最高层次的理想，它产生于诸侯割据、天下动荡不安的年代。提出“平天下”是指让战乱不断的社会恢复到和平、安定、秩序井然、各司其职的状态。而儒家思想的其他内容则围绕着这个终极目标展开。

儒家思想中的理想社会是大同社会。《礼记·礼运》云：“大道之行也，天下为公。选贤与能，讲信修睦，故人不独亲其亲，不独子其子，使老有所终，壮有所用，幼有所长，矜寡孤独废疾者，皆有所养。男有分，女有归。货恶其弃于地也，不必藏于己；力恶其不出于身也，不必为己。是故谋闭而不兴，盗窃乱贼而不作，故外户而不闭，是谓大同。”^① 这是孔子设想的全民公有的社会制度、选贤用能的管理体制、讲究诚信的人际关系、天下为公的社会道德、健全完善的社会保障以及各尽所责的工作态度。但是这与我们现今构建的“和谐”社会不同，孔子强调森严的等级制度，以此来保证上述社会秩序的实现而不撼动统治阶级的利益。

儒家思想的核心内容是修身治人。孔子《大学》中论道：“自天子以至于庶人，一是皆以修身为本。”^② 修身则是要提高人的道德修养，即自我修炼和教化他人。儒家认为大家只有无条件地服从于天命和儒家伦理道德的内容才能实现太平的社会。因此历代儒家弟子素有“仕而优则学，学而优则仕”的传统。

儒家思想的定位是为人处世之道。在《论语·述而》中有一句“一子以

① 《礼记·礼运·大道之行也》。

② 《礼记·大学·第一章》。