

QIYEJIAHUZHAO ZHOUJINRUSHANG 企业家护照

——走近儒商时代

QIYEJIAHUZHAO
ZHOUJINRUSHANGSHIDAI
贺雄飞 著

广东旅游出版社



企业家护照

——走近儒商时代

护照

护照

QIYEJIAHUZHAO
QIYEJIAHUZHAO
QIYEJIAHUZHAO

企业家护照 ——走近儒商时代

QIYEJIAHUZHAO
QIYEJIAHUZHAO
QIYEJIAHUZHAO

贺雄飞 著

广东旅游出版社



7083396

图书在版编目(CIP)数据

企业家护照: 走近儒商时代/贺雄飞著. -广州: 广东旅游出版社, 1999. 12

ISBN 7-80653-057-6

I. 企… II. 贺… III. 商业企业-企业领导学 IV. F715.2

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第38893号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路30号之一 邮编: 510600)

江门日报印刷厂印刷

(广东省江门市华园中路25号)

850×1168毫米 32开 9.5印张 210千字

1999年12月第1版 1999年12月第1次印刷

印数: 1-10000册

定价: 13.50元

前 言

早在1996年，我就开始关注“儒商”和“资本家”这两个课题，并陆续发表和出版过相应的文章和理论专著。这本书是本人所有研究成果的精选和升华，是在实践和长期思考的结果下完成的，并用人文科学的方法去研究经济问题，这是和许多经济学家所不同的。此外，我还致力于犹太学的研究，出版过7部专著，引起过专家和普通读者的关注。儒商、资本家、犹太人，这三个方面的精髓，让我在经商实践中受益匪浅。

中国的暴发户已被市场淘汰的差不多了，市场正愈来愈显现出其公正性了。成功的商人绝不会漠视书籍，也绝不会唯实践和经验，只有在正确的理论指导下的实践，才会是最有效率的，理念经验是真正企业家的永恒真理。

21世纪的历史巨轮轰隆隆地开过来了，中国国营企业大部分摇摇欲坠，这给民营企业提供了有力的契机。蛇吞象的大战将拉开序幕，中国商人们请擦亮理念的宝剑。优胜劣汰、竞争，这是残酷的轮回。

感谢广东旅游出版社的领导，感谢关注“草原部落”黑马文丛的广大读者，让我们携手跨入21世纪。

贺雄飞

1999年6月4日北京草原部落

目 录

前言.....	(1)
---------	-----

上篇：儒商时代

第一章 儒商时代

一、仁爱与竞争.....	(3)
二、儒商与现实的冲突.....	(20)

第二章 儒商的文化品格

一、中国人的君子风度.....	(33)
二、儒商的人生观.....	(40)
三、儒商的交友观.....	(54)
四、儒商的中庸观.....	(61)
五、儒商的情爱观.....	(71)

第三章 儒商的经营理念

一、儒商的金钱观.....	(82)
二、儒商的经营观.....	(89)
三、儒商的人才观.....	(98)
四、儒商的名牌观.....	(107)

五、儒商的广告观·····	(119)
---------------	-------

下篇：企业家精神

第四章 企业家与资本家

一、企业家与资本家·····	(143)
二、超越竞争·····	(163)

第五章 企业家精神

一、企业家精神·····	(181)
二、美国企业家商魂·····	(202)
三、日本商人经营之高招·····	(211)

第六章 资本家的阴谋

一、诚实的发家阴谋·····	(223)
二、狡猾的经营阴谋·····	(229)
三、毒辣的角斗阴谋·····	(238)

第七章 企业家与21世纪

一、公有制与私有制·····	(247)
二、企业管理体制的活力·····	(266)
三、21世纪与经济全球化·····	(284)

QIYEJIAHUZHAO
ZHOUJINRUSHANG
QIYEJIAHUZHAO
ZHOUJINRUSHANGSHIDA

上篇

儒商时代

儒商时代

QIYEJIAHUZHAO
ZHOUJINRUSHANGSHIDAI



第一章 儒商时代

一、仁爱与竞争

《左传》中有这样一句话：“农以殖之，工以成之，商以通之”。近代资产阶级经济思想家郑观应也提出：“商贾具生财之大道，握四民之纲领”。这两句话都说明了商业对社会发展的重要作用。

然而，我国历来重农轻商。虽然一度曾在世界上威名远扬，但宛如昙花一现，尤其是在商业方面。因此，我国既没有多少著名的大商人，也没有多少声名显赫的经济学家。可以说，即使是到了改革开放的今天，也只是“摸着石头过河”。

管仲是我国历史上著名的改革家，他在《管子·禁藏》中写道：“其商人通贾，倍道夜行，夜以继日，千里不远，利在前也”。正因如此，我国的商人一直将“利”放在首位。令人深思的是，这种“利”欲的趋动，也没有使我国的商品经济得到极大发展。

我国一直“罢黜百家，独尊儒术”。儒家思想的代表孔子说：“君子爱财，取之有道”。尽管这种儒家思想统治了中国几千年，而且直到今天仍光芒四射，但为什么现在假冒伪劣

产品却泛滥成灾？

原因也许是多方面的，恐怕非三言两语可以蔽之。但是，历史的车轮永不停滞，尽管有时会很缓慢。无序到有序，理论指导实践，这是现代经济活动告诉我们的真理。更令人深感不安的是，“帝国主义”仍在“磨刀霍霍”，只不过是把“坚船利炮”换成堂而皇之的“经济侵略”，而这种经济手段却使我们“溃不成军”，并且找不出一点点“反侵略”的理由，多么让人害怕啊。21世纪的钟声已依稀听见，这种无硝烟的战争将进一步升级，我们不由得倒吸一口凉气，打量打量自己，搜肠刮肚地研究时代的症结和寻找自救的武器，最后才惊喜的发现这样一个方程式：

儒商时代+儒商规则+儒商智慧=21世纪中国经济腾飞的大趋势。

而这个公式的核心就是：仁爱与竞争。不信请看——

商道即人道

纷乱的中国市场，使中国老百姓苦不堪言。一位良心未泯的政协委员怒不可遏，他站出来大声呼唤商德和商道，这就是《经济日报》1996年4月至7月份举办“经营之道与做人之道”大讨论的缘起。

讨论非常热烈。王洪昌先生说，企业成败的关键在于企业家的素质；政协委员陈秉权认为，“商场如战场”这句话有失偏颇，战争基本上是没有规则的，而商场竞争则是有规则的；政协委员盛树仁认为，任何事情都要由人来完成，因此经营之道就是做人之道；著名经济理论家艾丰先生认为，经营之道和做人之道是一个辩证统一的关系，二者既有一致性，也有巨大

的差异性。

在健全和正常的市场竞争中，商道即是人道，为什么要将二者并立起来呢？

按一般的说法，中国最早的商人产生于周朝初年，即公元前11世纪周武王灭商以后，殷商遗民出于谋生的需要，大量从事产品买卖行业，久而久之买卖便成为他们专门的职业，故买卖人便被称为“商人”。后来，人们统称“商人”为“商贾”，行商为商、坐商为贾。《盐铁论·本议》：“商贾无所贸利”。商贾云集，买卖方式自由，使商品流通的经济活动不断扩大，形成商业。由此而产生了“商店”、“商船”、“商旅”、“外商”、“商场”等，成为城市同乡村、生产同消费的桥梁和纽带。东汉许慎对“商”字本义的解释是“商，从外知内也。从商，章省身”。从外知内，即表里如一的意思。章，同彰，即明的意思。这就是说，“商”字的本义就是观察、揣摩、度量、商量之意。那么，“商人”本身就意味着必须“章其远近，度其有无”，即表里如一、摸透行情，从而反映了“经商之道”的客观要求。还有一则有关的典故也很有意思：生意原指生物富有生命力，生机勃勃之意。“生意”一词最早见于晋咸《羽扇赋》序里的一个故事：三国孙吴时，有人剪鸟翼充作扇子，扇起来的风力虽不比圆扇差，但因制作简陋缺乏“生意”，光顾的人不多。晋灭吴后，产销者加工精制羽毛扇，体式颇似鸟翼“生意”。从此人们乐于使用文中的“生意”二字，指出经营贩卖的物品，需精心巧制，价廉物美，方能引人发生兴趣，买卖才有长久的生命力。后来遂将经商做买卖之事称为“做生意”。

最原始的，竟是最讲“经营之道”的；人们轰轰烈烈讨论的，竟是1000多年以前就界定的；最睿智的，竟是最简单的。

于是，人们不由得欣喜和悲哀起来，现代人究竟是出了什么毛病？大象无形，大音稀声，“商人”就是讲究“经营之道”之人，经营之道本身就意味着很深的做人之道。“表里如一、精心巧做、价廉物美”这难道不是我们现代人梦寐以求的商品和商道吗？

中国最早且最有名的商人恐怕非春秋战国时的弦高莫属了，他是商人们几千年来所津津乐道的“爱国商人”；“端木生涯、陶朱事业”，过去的许多商人总喜欢把经商活动以其命名。端木，就是孔老夫子的学生子贡，他一生经商，因而“家累千金”，以致“结驷连骑，束帛之弊以聘诸侯，所至，国君无不分庭与之抗礼”，可见这位大商人的气派。而子贡的成功，无不得意于其独特的“经营之道”，他正是按市场的供求关系赢利，是我国著名的“物以稀为贵”理论的最早提出者；陶朱，陶朱公，即范蠡。范蠡经商，善于预测产需情况，知“万货之情”，靠“积著之理”，很有一套生意经，因而“十九年之中三致千金”，不仅成为春秋时的富商巨贾，而且成为中国大富豪的代称。

从上例足见，中国商人的开山祖师们并不是以“坑蒙拐骗”发家的，每一个人都有其一套独特的“生意经”，而且最早是以爱国著称的。

可惜的是，中国历代统治者大多重农抑商，因而，我国的商业也就不会出现极大的发展，没有多少大商人，更没有多少几经磨炼、成熟而睿智的“经营之道”可供后世借鉴了。做人之道，是中国传统文化几千年研究的核心，现在旧事重提，只能说明今世道德的沦丧和世风日下；经营之道，本身就充满着做人之道，守信重义、勤奋上进、施仁播爱、修身报国，这是中国人传统的美德，也是世界许多民族成功生意经的精髓。现

在再谈“人道”和“商道”的辩证统一，只能反映出我国经济建设和经济理论的落后和贫乏。要讨论，就讨论“经营之道”，讨论现代中国商人所应遵循的商德和经商法则，讨论中国人抵御外国经济侵略的“经营之道”，讨论中国商人迎接21世纪的“经营之道”，因为“经营之道”确实既是一门科学，也是一门艺术，是有关每一个中国商人生存和发展的关键。

企业家的素质、无序到有序的商场规则、经营之道和做人之道的辩证统一……这一切话题归纳到一点，就是中国的市场呼唤高素质的企业家，这种企业家就是将做人之道和经营之道完美统一的化身。

仁爱与竞争

江泽民说：“今后世界的竞争，最重要的是知识力量的竞争。”这是未来对儒商的呼唤。

“一代儒商”牟其中说：“有些人自觉很有学问、很奸，得意于骗人，可是总有骗到头时候，下一次就该你倒霉了。”这是纷乱的中国市场和现实对儒商的呼唤。

著名学者余秋雨教授在其散文《抱愧山西》中写到：“做商人就是做商人，没有什么遮遮掩掩、羞羞答答的。这种心态，在我们中国长久未能普及。士、农、工、商，是人们心目中的社会定位序列，商人处于末位，虽不无钱财却地位卑贱，与仁途官场几乎绝缘。为此，许多人即便做了商人也竭力打扮成‘儒商’，发了财则急忙办学，让子弟正正经经做个读书人”。这是历史对儒商的美誉。

那么，何谓儒商呢？

单就从字面意思来解，“儒商”是个既古老又流行的新

词，书本上是找不到答案的，商业理论界也无权威的诠释。翻开商务印书馆《现代汉语词典》第962页，关于“儒”字有两层含义：一为“春秋时以孔子为代表的学派”，一为“旧指读书人”。关于“儒将”的解释是“有读书人风度的将帅”；关于“儒生”的解释是“指遵从儒家学说的读书人，后泛指读书人”；关于“儒医”的解释是“旧指读书人出身的中医”。如果按照《现代汉语词典》的逻辑，很显然“有文化的商人”、“有读书人风度的商人”或“遵从中国儒家思想的商人”皆为“儒商”。这时不仅有人要问，一些有知识的商人搞起歪门邪道来更狡猾、更残忍，这能算作“儒商”吗？

从我国的历史来看，历代统治者大多尊士抑商，文人历来轻商。孔子的“罕言利”是儒家的正统思想，其主张少言财利，只赞成宣扬命运和仁德；孟子也认为，“仁义而已矣，何必曰利”，旗帜鲜明地反对涉及任何“利”的范畴。而汉朝时的董仲舒更把“利”当作洪水猛兽，说：“夫万民之从利也，如水之倾下，不以教化提防，不能止也。”主张用教化堵塞人民追财逐利之心。因而，我国历史上鲜有“儒”、“商”结合的例子。“儒商”真正的搭界，大约在明末清初资本主义萌芽之际。其时，西贾、徽商是中国的两大商界巨擘。余秋雨教授在《抱愧山西》中认为，山西商人的全方位成功，有四大原因：一是坦然从商的心态，二是目光远大，三是讲究信义，四是严于管理。而西贾后来的衰落，最重要的原因就是其文化层次的低俗，难怪王振忠先生将其称为“陋实的山西商人”。徽商则不同，从一开始就“亦儒亦贾”、“慕悦风雅”。当时有人将其分为“儒贾”和“贾儒”两种：“儒贾者，贾名而儒行也，即以经商为名而行儒教之事；贾儒者，以儒饰贾也，即以崇儒为名而行经商之事，都是具有相当文化的商人，或具有经

商才干经验的文化人，是‘贾儒结合，文与商交融’”（《徽商史话》）。徽商确实与众不同，不仅具有读书人的风范，而且在经商时奉行“君子爱财，取之有道”、“以义制利”、“诚信无欺”、“货真价实”等一系列商道准则，并为当时商界所共同遵守。后来，徽商的这种“儒商”风范，逐渐传播到东亚及东南亚。诸如，提倡“商道即人道”的日本爱华路多集团的五十岚由人、有“《论语》加算盘”之称的“日本企业之父”涩泽荣一等，都是著名的“儒商”。

由此可见，“儒商”并不是普通的“有读书人风度的商人”，而是一定历史和社会条件下的产物，是具有较高文化道德素养和经商才干的商人。当然，仅仅“遵从中国儒家思想的商人”，也不是“儒商”。我国的儒家思想侧重于“做人之道”而没有多少“经营之道”，已不能适应当前激烈市场竞争的需要。那么，究竟什么是“儒商”呢？

笔者认为，“儒商”应该具有新的内涵，它既不是奉行“苍蝇也是肉”这种信条的小商人，也不是只注重“茴香豆的茴字有四种写法”的腐儒，而是“儒”与“商”的有机结合，是智慧和道德的交融，是将做人之道与经营之道完美统一的化身，即具有中国传统人文美德和现代化管理意识的商人。儒商的概念有三层涵义：其一是“守信与重义”，即在经商手段上遵循“君子爱财，取之有道”的商人职业道德观；其二是“仁爱与竞争”，即在管理上具有交相谋利的人文精神和现代化的管理艺术；其三是“修身与报国”，即具有“取之于社会，用之于社会”的文化品格和社会责任感。这里所说的“中国传统人文美德”，并不是单指儒家思想，而是指以儒家思想为主流的中国传统人文精神和美德，其核心是“仁爱”；现代化的管理意识，指的是以西方商品经济意识为代表的商人经营观、人

才观、广告观、名牌观等，其核心是“竞争”。因此，儒商是东方伦理道德和西方管理意识的“嫁接”和发展，其实质就是“仁爱与竞争”。

随着商品经济的飞速发展和激烈的市场竞争，“奸商”已成了过街老鼠，文化层次较低的“暴发户”逐渐在竞争中被淘汰，因此“儒”与“商”结合的事情是迟早要发生的。只有“儒商”才能真正推动中国经济的发展，只有儒商才能在竞争中纵横捭阖，也只有儒商才能为社会公益事业献身。儒商热的再度兴起，标志着中国改革开放已进入一新阶段，其深远意义不仅仅在于中国商人文化素质的提高，也在于商业道德的普及和提高，是大势所趋的历史必然，是众望所归的社会现实，21世纪一定是儒商的时代。

于光远是中国经济界的耆宿，曾对此发表过高论：“有学问的企业家称‘儒商’，而儒商再进一步研究，推出自己的新思路，树立并实践自己独特的理论，收效宏大者，称‘商儒’。儒商不多，够得上商儒者则更少，因而也就更难能可贵。”

既然远航的号角已吹响，那么中国的商人还等什么？

历史在叹息，现实在沉思，未来在呼唤。中国每一个有雄心跨入21世纪的商人只能策马扬鞭，并喊出时代的最强音：

我要做儒商！

儒商文化与爱国主义

1995年和1996年，中国的市场不时冒出一些有趣的经济现象，诸如“十点利”、“王海打假”、“恩波智业”等，深深牵动着亿万中国老百姓的心。除此之外，还有三件事也颇引人

注目：

其一是，1996年发生的国家工商局“清除企业文化垃圾”运动。随着激烈的市场竞争，中国的一些商人也大动脑筋，不时抛出一些“耸人听闻”的新鲜玩意儿。诸如，一些酒家推出什么“老婆豆腐”、“笨蛋炒混蛋”之类的怪菜，一些厂家也推出什么四川大地主刘文彩曾经喝过的“地主家酒”、“二房佳酿”、“泡妞食品”等“珍品”。广州一些不法商人以出售法西斯标识和二战时侵略者战舰模型来牟取暴利，天津的一些商家在经销日本家电时，公然打出了“共荣”的招牌，以“哗众取宠”的手段来招徕生意，这种文化垃圾，既污染了社会，也反映了我国商业文化的倒退和低俗。

其二是，1995年5月发生的震惊中外的“于志安事件”。于志安是原长江动力集团的董事长兼总经理，曾相继获得全国劳模、五一劳动奖章、全国优秀企业家等荣誉称号，而且是享受政府特殊津贴的国家级有突出贡献的管理专家。然而，于却利用职权偷偷向国外转移资金，以个人名义在国外注册企业，然后突然出逃，给国家造成了巨大的损失。“于志安事件”给我们的教训是沉痛的，它既暴露了我国企业体制管理中的漏洞，也反映了我国政治教育中的缺陷。一个受党教育、培养和重用多年的高级管理人才竟会如此“报效祖国”，简直让人目瞪口呆。这是新时期的卖国主义。

其三是，1996年三本美国人撰写的书风靡中国，一本是美国英特尔公司的高级副总裁虞有澄博士现身说法的《我看英特尔》，一本是美国微软公司年仅40岁，却拥有上百亿美元的总裁比尔·盖茨的《未来之路》，另一本则是美国著名未来学家奈斯比特撰写的《亚洲大趋势》。此外，《IBM发家史》、《比尔·盖茨传》、《惠普之道》等一批全球电脑巨子的书也