

基于儒学伦理的 中小企业道德建设

Based on Confucian Ethics and Moral Systems
of Small- and Medium-sized Enterprises Construction

陈爱清 著



全球首部系统研究、应用儒学伦理
与现代企业经营管理融合的管理科学文献
企业道德体系建设理论与实践的管理思想创新之作



经济管理出版社

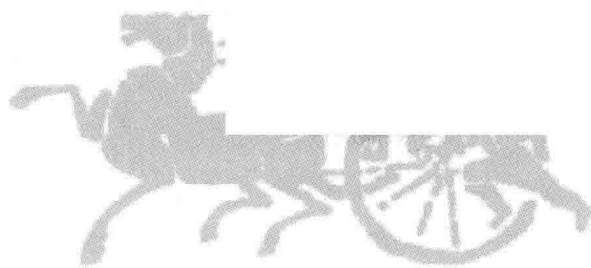
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



基于儒学伦理的 中小企业道德建设

Based on Confucian Ethics and Moral Systems
of Small- and Medium-sized Enterprises Construction

陈爱清 著



全球首部系统研究、应用儒学伦理
与现代企业经营管理融合的管理科学文献
企业道德体系建设理论与实践的管理思想创新之作



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

基于儒学伦理的中小企业道德建设/陈爱清著. —北京: 经济管理出版社, 2016. 4
ISBN 978-7-5096-4391-4

I. ①基… II. ①陈… III. ①中小企业—企业伦理—研究—中国 IV. ①F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 102304 号

组稿编辑: 王光艳
责任编辑: 许 兵
责任印制: 黄章平
责任校对: 王 森

出版发行: 经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn
电 话: (010) 51915602
印 刷: 三河市延风印装有限公司
经 销: 新华书店
开 本: 720mm × 1000mm/16
印 张: 17.5
字 数: 288 千字
版 次: 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978-7-5096-4391-4
定 价: 68.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

序言一

企业道德建设的儒学知识谱系

道德建设缺位、商业伦理缺失是制约企业发展壮大的重要原因。在高额利益的驱使下，一些企业不重合同、不讲信用、不守法规，造成制假售假、致残致死等恶性事件频发，影响社会和谐，威胁自身生存，陷入“成也逐利，败也逐利”的困局，亟须重构伦理道德体系。中华民族崇奉以儒家“仁爱”思想为核心的道德规范体系，儒家商业伦理是蕴涵中华文化之精髓、贮藏道德建设之精妙的为商哲学。识其应然，仁、义、礼、智、信“五常”之道以为本；知其适然，温、良、恭、俭、让“五德”之性谓为体；行其实然，忠、孝、廉、耻、勇“五品”之格是为法；达其释然，善、博、显、真、亲“五质”之著可为学。

一、应然道德建设，五常之道以为本

应企业道德建设之实，识儒学伦理仁、义、礼、智、信“五常”之质，应然企业道德建设之实质：以仁塑企、循义铸企、依礼治企、集智兴企、重信立企。

(1) 仁爱本征，以仁塑企。“仁”，孔曰“爱人”，孟曰“恻隐之心”，是人对他人最基本的同情和关怀。企业持续发展，不仅依赖丰富的物质基础、合理的生产关系、健全的社会制度，更需仰仗以人为本的核心价值追求。若仅以盈利为价值导向，于己有利，趋之若鹜；于己无利，避之不及，则难谈“仁”。追求

“仁心”，提倡“仁”的价值取向，就是要以人为本，秉持“推己及人”之忠恕态度，塑成“仁者爱人”之企业文化。

人有物理存在、精神存在和道德存在三种形式。道德存在是最本质、最高形式的存在，统御物理存在和精神存在。企业同样以道德存在为根本。“德治”，就是基于“仁心”，管治企业。任何科学技术的发明与运用，产品服务的生产与提供，都不能以牺牲人的生命与尊严为代价。在崇尚科学技术、提倡市场效率的现代社会，企业尤其需要重视“仁”的道德本源，加强“仁”的道德建设。

(2) 义利和合，循义铸企。“义”是一种道德范畴。“义者，宜也，制裁事物使合宜也”，即公正合宜的道理或行为，是一个社会公认为适宜的道德行为准则，乃“天下之公义”。社会不能没有“义”，企业不能不讲“义”；无“义”的社会无法维系，忘“义”的企业难以为继。企业道德建设的重要任务，就是要确立一个为社会所共识的“义”，培养员工对“义”的自觉，树立道德正义感。

企业经营，不可囿于财富聚集，还应肩负责任担当。毒奶粉、地沟油，固然有制度不全、监督不力等外因，更本质的是企业“不义”之内因。企业有利则治，无义则乱；有利当为，无义难存；义在前，利在后。“据义求利”、“义然后取”，就是要求企业合乎道义、践行社会责任。履责于行，有利于企业树立良好形象，增加无形资产，提高综合效益，达成义利合一。正所谓，责任有多大，事业就有多大。

(3) 礼教先行，依礼治企。“礼”即人际交往中的道德行为规范，包括典章制度、宗教仪式、社会习俗、公务礼仪等。人有礼则安，企无礼则危。“礼”不仅是外在礼数，更强调礼的形式中所表现出来的社会道德功能和意义。一定形式的礼，无论对个人还是企业，都是必不可少的。就个人而言，礼是道德素质和教养程度的外在标志；对企业来讲，礼是道德文明和成熟程度的直观表征。

企业治理，贫而乐道并非难事，富而无骄也易做到，但进一步的富而好礼却常常难以为之。若能注重精神之涵养，追求道德之学问，讲求治企之道理，尊重他人人格，待人厚道谦逊，则能达到崇实去浮之境。“不学礼，无以立。”以礼整顿企业，依礼教导员工，贫而无自惭之心，富而无自得之意，不仅能促使经营管理者保持泰然平和之心境，也能推动企业培育崇德向善之环境，把道德的功利境界提升至精神的审美境界。

(4) 智慧得道，集智兴企。“智”即“知”，既指知识，又指认知。具有完善理想人格的君子，不仅应是“仁者”，而且当是“智者”。“博学而笃志，切问而近思，仁在其中矣”，好学求知能促进仁德的自觉生长。企业求知，不仅是对先进科学技术和理念的学习，也是对正确道德观念和原则的认知；企业得智，不仅是拥有创新的智力，还将获得道德的智慧。

“道德智慧”，是认识道德、实践道德，始终不背离道德的精神。知识不等于智慧，更不等于“道德智慧”；脱离了道德的引导，知识不仅可能无用，还可能被滥用、乱用，导致不良后果。学习知识，明白事理，明辨是非，坚守道德之底线，追求道德之理想，才能获得大智、造福大众。建设学习型组织、培养学习型员工，激发道德的自觉性，提高道德的识别力，增强道德的实践性，才能明辨是非、兼取义利，做一个真正的“智慧企业”。

(5) 信诚于人，重信立企。“信”，即诚信；“诚”是内在真诚，“信”是外在信用。因内诚于心，而外信于人。信的道德要求，内涵丰富，包括说话算数，言行一致；尊重事实，反映真相；信守承诺，忠于职守；勇于承担责任，认真履行义务等。“信”是企业安身立命的根本，即所谓“民无信不立”，“人而无信，不知其可也”。“信则人任焉”，只有当企业被证明是值得信赖时，才会有可靠感，才敢与之合作。

诚信缺失和信用危机，已成为制约我国企业健康发展的瓶颈和隐患。部分企业的不诚信经营，使信用成为一种“稀缺资源”。“信”是企业道德体系建设不可或缺的重要价值资源。完善的市场经济社会，必须以诚信道德原则作基础、以社会商业信用为保障。企业道德建设，需要以诚信建设为重点，诚于心，信于人，视诚信比利润更重要。

二、适然道德建设，五德之性谓为体

适企业生产经营之框，合儒学伦理温、良、恭、俭、让“五德”之范，适然企业道德建设之框范：温和为体、良心为基、恭恪为导、俭素为美、让人为德。

(1) 温文儒雅，温和为体。“温，谓颜色和也”，即对人的态度温和。人面对纷繁多变的外在世界，总要做出自己的反应。“温”用于行为准则中，可表述为“和”，即为“恰切、得体、有节制”之意。“温”要求有较为得体的应变方

式，“过”与“不及”都是失准的行为。无论治企，还是做人，应温和而适度，不要过于热情自降身价，也不能太过冷淡拒人千里。

企业对客户的态度，可以反映其品德；老板对员工的态度，可以了解其品格。很多企业认识到客户有被尊重、被关怀、被体贴的需求，从而不断升级产品与服务，以“温和”地对待客户。然而，一些企业员工却沦为“二等公民”。美国西南航空公司总裁科琳·巴瑞特（Colleen Barrett）说：“员工是我们的第一客户”，只有员工获得公司的充分信任和尊重，才会更加关心公司、同事和客户。老板胸怀决定企业成败，儒商情怀彰显大商风范。做当代儒商，温和对待客户与员工。

（2）良知良能，良心为基。“良”被认为是善良、美好、高尚、仁义、忠诚等道德品质的标志。“人之所不学而能者，其良能也；所不虑而知者，其良知也。”一个人从小就知道亲爱父母、恭敬兄长，这便是良知、良能。企业同样拥有良知良能，并且是伴随着企业的诞生、产品和服务的提供而产生。企业良知表征在认识层面，企业良能表征在实践层面，共同构成了企业道德理性的自觉，即“良心”。

良心生成义务感、责任心以及全部道德理念、情感、意志和信念，所有这些存在形态的外向作用，以道德行为表现出来。企业存在的根本，在于创造效益、追求利润，这是不变的生存法则。但是，获取利润，不能以牺牲生命和健康、侵犯他人利益、破坏社会公平、损害生态环境为代价。企业只有坚守良心，才能长期持续发展。良心不是口号，而是“知行合一”的先进文化，是实实在在的生产力、竞争力和影响力，也是企业基业长青之所在。

（3）恭敬谦谨，恭恪为导。“恭”即对人谦和，做事认真不苟。“在貌为恭，在心为敬”；“恭”是表象，“敬”是本质。“恭敬”强调不卑不亢，过之则为“傲”，不及则为“卑”。“恭”又为谦，谦谦君子，用涉大川，在弱者面前不骄不躁，表现修养和胸襟。“恭”又为谨，谨言慎行，讷言敏行，面对竞争不马虎，开展合作不大意，对工作认真负责。

企业需以“敬”的姿态，赢得竞争对手与合作者的尊重，不惧怕强势的对手，不轻蔑弱势的同行，不献媚强大的合作者，亦不冷落弱小的合作者；以“谦”的态度，向竞争对手学习，向同行业先进企业学习；以“谨”的精神，认真对待每一次合作与竞争，从中学习经验、汲取教训。对于合作者，要以谦恭的

态度赢得更大的信任，增强协作能力，实现更大的合作效益；对于竞争者，仍应保持谦恭的态度，尊重对手更显虚怀若谷的旷达胸怀，化竞争为合作，实现双赢乃至多赢。

(4) 俭以养德，俭素为美。“俭”即节俭、俭用，有助于养成质朴勤劳的德操。大凡有识之士，皆“性不喜华靡”，且“取之有道，用之有度”。对于企业经营者来说，俭就是要求节约生产运作的成本。在经营中，每节约一分不必要的支出，就会增加一分利润。俭有其限度，过之则为奢，不及则为吝。为人、治企不可太过奢华，但是也不可太过吝啬。所谓过犹不及也。

节俭是美德的体现，是盈利的源泉，是提升竞争能力的途径，是决定企业兴衰成败的关键。管理学大师彼得·德鲁克（Peter F. Drucker）曾说：“企业家只要做两件事，第一是营销，第二是削减成本，其他的都不要做。”只有节俭，企业才能生存、才有发展。节俭让我们赢得更多的资本，积聚力量去争取更大的辉煌。通用汽车公司原总裁阿尔弗雷德·斯隆（Alfred P. Sloan）一生节俭，成为杰出职业经理人。实业家约翰·洛克菲勒（John D. Rockefeller）以近乎吝啬的成本控制，建立了一个石油帝国。

(5) 让逸竞劳，让人为德。“让”即退让、谦让、辞让，“厚人自薄谓之让”。“让”是企业对利润欲望的有度节制，对获取福利的有意迟后，对争议纠纷的有序退避；在行为的张合中，舍有余而补不足，内抑己而外恕人，促使企业有效地与大秩序、大趋势相吻合，理顺各种纷扰的市场关系，推动企业的持续发展。现实中，有企业之所以不“让”，主要是怕吃亏。事实上，“让”是要吃一点亏的，但往往是吃小亏，占大便宜。

谦益满损亘古训，虚怀若谷大德行。“让”是一种美德，任何企业均应奉行之；然而“让”又是有限度的，即宽猛相济，有让有竞。在提升企业竞争力、承担社会责任面前，应当仁不让；在处置生产经营带来的利润时，则应让利于所有做出贡献、挥洒热血之士。功被天下，守之以让；富有四海，守之以谦。可见“让”是做强企业、做大事业的重要依托，不可不加以重视。

三、实然道德建设，五品之格是为法

实企业持续发展之路，践儒学伦理忠、孝、廉、耻、勇“五品”之径，实然企业道德建设之路径：恪守忠心、营造孝行、倡导廉正、强化耻感、培育

勇德。

(1) 忠诚意识，恪守忠心。“忠”，即忠诚、忠良、忠恕、忠贞。“天下兴亡，匹夫有责”、“鞠躬尽瘁，死而后已”等忠举，无不令人肃然起敬；其所忠之雄师，无不披荆斩棘；所忠之事业，无不令人心往。“忠”，无论其对象为谁，所起的作用都是十分巨大和不可估量的。对于企业道德建设来讲，树立忠诚意识，不仅能使员工忠于职业、忠于使命、忠于岗位，而且能使企业忠于市场规则、忠于业界良心、忠于核心价值。

忠诚意识，构筑了企业中不同岗位合力同心之基座，搭建了市场中不同企业真诚沟通之桥梁。市场就是游戏场，不遵守游戏规则，将被淘汰出局。市场中的每家企业、企业中的每一个人，要想在这场游戏中立于不败之地，需要对“忠”这个游戏规则有全面的认知和深层的把握。企业，要做国家利益的捍卫者、公众福祉的创造者、市场秩序的维护者；员工，要做企业利润的创造者、公司规章的守护者、优秀文化的传承者。

(2) 孝悌文化，营造孝行。“孝”，即孝敬、孝道、孝心、孝行。孝悌思想是儒家文化的核心内容与根本精神。“孝乃德之本”、“百善孝为先”等“孝”的思想浸染了中国社会数千年，它对整个中国社会、对每个中国人的价值观，都产生了极其深远的影响，是中国企业特有的文化优势。作为中国传统文化的核心，在企业中以孝道、孝义、孝行为主体传播内容，于企业有天然的文化亲近特性、丰富的文化管理价值。

孝悌文化，扎根员工道德素养，影响企业制度建设，使道德建设植根人性并切实落地，实现企业和谐，带来深远效益。根植在中国人心中的孝文化，在现代社会体现为家庭式的感恩文化。因此，在企业中构建家庭式的感恩文化，将“孝”的思想落实到企业文化的各个层面，可以激发中国人心中内化的忠孝意识和情感共鸣，有助于提升员工对企业的认同感和忠诚度，推进企业的道德建设。

(3) 廉洁作风，倡导廉正。“廉”，即廉洁、清廉、廉正、廉明。“廉生威、威生明、明生信”，做人廉洁，就能够不怒自威、明辨是非，获得信誉；治企廉明，让企业在市场竞争大潮中生存发展。从更深层次含义上讲，廉洁代表着对资源的合理利用、对时间的有效掌控，不破坏资源，不浪费时间。在这个层面上，廉洁治企对企业道德建设具有重要意义。

廉洁作风，是企业文化建设的重要内容，是促进企业竞争力不断提高的动力

源泉。加强廉洁作风建设，可以净化企业发展的人文环境，调动全员干事创业的积极性，实现凝心聚力，这是大势所趋；坚持廉洁作风建设，可以引导职工忠诚尽职，自觉遵守行为规范，提高能力素质，此乃人心所向。创廉洁文化，树清正之风，倡导“尽职尽责、风清气正”的廉洁文化核心理念，最简单的概括就是：在其位，谋其职；居其所，尽其责。

（4）耻辱教育，强化耻感。“耻”，即耻辱、羞耻、惭愧、耻污。知耻者慎行，知违者不羁。耻感，是实践主体依据自己内心深处善的标准，对特定行为现象所做出的否定性评价，产生的愧疚、羞耻、不安与畏惧的心理体验。“遂人非圣贤，孰能无过，过而知耻，继而改之，焉能为君子矣。”企业生产经营过程中，难免有过，反躬自省，防微杜渐，就能知耻而后勇。若没有耻感的萌动、确立，道德原则只能是一种美好的愿望。

有些企业为了追求经济效益的最大化，在经济生产运作中采用各种卑劣手段，没有良心谴责和内心愧疚，知耻而不以为辱。耻辱教育能让过错变财富，让先进的更先进，让后进者不得不追赶，是激发企业道德建设的一剂良药。企业耻感，首要是员工自律问题，然后由员工个体上升到企业的共辱感。耻感教育要通过员工对企业的认同，企业和员工间的情感交流，各部门的协作推动和有效的监督管理来实现。

（5）勇者精神，培育勇德。“勇”，即勇敢、坚强、刚毅、勇猛。在词义中，“勇”虽与“智”相对，但绝不矛盾。“仁者不忧，知者不惑，勇者不惧。”儒家倡导的勇，是大勇，而不是侠客之勇；“勇发乎仁，适乎礼，止乎义”，保卫国家需要“勇”，忠于君主需要“勇”，孝敬父母需要“勇”，创新创业也需要“勇”。企业以寻求机会、不求安稳、做有意义之冒险为勇，以追寻梦想、不怕失败、获得最终之成功为勇。

在道德范畴上，企业还应追求具有伦理上的正义性的“勇”，其与任何个人欲望和私利不沾边，是在道德信念的驱动下，所体现出的一种无所畏惧的行为及精神，真正的勇可冠之为“精神”二字。企业培养的“勇”可分为三个层次：“勇德”为贵，“勇气”次之，“勇力”为轻。育“勇德”，企业要勇于担当社会责任；聚“勇气”，企业要勇于开拓进取；激“勇力”，企业要勇于创新创造。

四、释然道德建设，五质之著可为学

释企业经商伦理之道，著儒学伦理善、博、显、真、亲“五质”之作，释然企业道德建设之著作：经世济民、融会贯通、深入浅出、可信能学、宜读易懂。

(1) 善意著书，经世济民。中国首批民营中小企业的开创者，事业的起点与改革开放同期；躬身笃行的现代儒商，三十余载倾注企业儒学伦理道德建设。见证我国中小企业从无到有、由小至大，遍及全国、走向全球；目睹道德滑坡事件屡见不鲜、伦理违背问题层出不穷，严重威胁企业生存发展。出于救赎企业的使命，集半甲研学，奋笔疾书；基于兼善天下的情怀，承儒学体系，著成此书。呼吁中小企业加快伦理道德体系建设，促活力焕发、保事业长青，助力中华民族伟大复兴。

(2) 博引旁征，融会贯通。汲取儒家先贤思想精髓，剖析道德缺失典型案例，引用全球企业发展数据，摘编哲学、伦理学、经济学、文化学、社会学、管理学、心理学等多学科理论、知识与观点，古为今用，洋为中用，构筑中小企业道德的儒学伦理体系。谈古论今娓娓道出，纵横捭阖信手拈来。在这里，不仅能领略到儒学伦理数千年积淀的光华、饱览到中西方伦理思想交相辉映的璀璨，而且能品味到现代市场经济下的儒商情怀、体悟到企业道德建设实践中的苦想冥思。

(3) 显微阐幽，深入浅出。综合运用比较、规范、案例与文献研究方法，探究儒学伦理在中小企业道德建设中的复杂作用机理，论证了儒学伦理与市场经济的相融性；从实践中获悉中小企业道德缺失的表现和原因，创造性提出中小企业道德建设的内部路径和外部路径。以严密的逻辑，系统阐述儒学伦理之核心道德观点；将儒学伦理“五常”、“五德”、“五品”之处世哲学，与三十载企业儒学实践相结合，以己为镜，阐明儒学伦理在中小企业道德建设中的现实与实现。

(4) 真切案例，可信能学。以一手创办并不断壮大的华信公司为终极案例，缕析企业儒学伦理思想之实践历程。将儒学伦理之精华与西方经营之理念有机地融合，创立以人为本管理理念、重信贵和经营理念、以客为尊服务理念、合法求利效益理念、敬业乐业从业理念，形成义与利、和与争、情与理、人与物、群与己、现实与超越“六大互补优化”的核心价值观，构成华信独特的企

业伦理道德体系，为我国中小企业的伦理道德建设提供成功范例与操作参考。

(5) 亲和文辞，宜读易懂。以学理化的论述、思辨性的解读、哲理式的演绎，归纳儒学伦理的内涵，拓展道德建设的外延，洞悉中小企业生存之道、明了伦理道德建设之理，启迪创业者与企业家做出既符经济发展之规律，又合广泛认同之价值的经营抉择。用通俗的语言解读儒学伦理的哲学蕴意、以平易的说理阐释儒学思想的道德内涵，让读者在轻松的阅读环境下，感知中小企业伦理道德缺失的深层原因、感悟企业儒学伦理道德建设的核心观点。

管理是外在的伦理，伦理是内在的管理；把别人管好叫管理，把自己管好是伦理。企业伦理道德建设，要一手拿《论语》，一手抓算盘；将中华优秀传统文化中勤俭戒奢、富而好礼、兼济天下的优秀思想与西方商业伦理中对财富和效率的价值追求有机结合起来，实现公益与私利的兼收。涩泽荣一的《论语与算盘》，为日本诞生众多世界级企业打下思想和文化基础；一部将儒学经典与三十载治企体悟融为一体的呕心沥血之作，也将格商致道化成天下。有志成就一番宏图的企业家，研读本书，将重识立企创业之本源，刷新伦理道德之感悟，自觉、理性地开展企业道德建设。

四川大学商学院院长
教育部长江学者特聘教授
国家哲学社会科学领军人才
国际系统与控制科学院院士
徐玖平

2016年7月于四川大学

序言二

读罢陈爱清君的著作，感喟良多。曾几何时，马克斯·韦伯的《新教伦理与资本主义精神》刺激了中国学者，于是循韦伯之路、驳韦伯之论一度成为学界的热点论题，研究儒家文化之于工商业文明的作用，强调“四小龙”崛起与儒家文化的关系，一度蔚然成风。这些似乎都不错，从理论上我们确乎可以找到一些依据：从传统上看，一直以来，儒家文化给人的印象仿佛是重义轻利、重农抑商的，但是《易传》则强调“日新之谓盛德，富有之谓大业”，孔门高徒子贡本身就是“亿则屡中”的富商巨贾，儒家除了“内圣”还有“外王”一脉思想。到了明中后期，随着资本主义萌芽的产生，思想界也出现了像黄宗羲这样主张“工商皆本”、李贽这样同情商人的思想家。从现实上来看，“四小龙”的腾飞也不能断言与儒家文化截然无关。但问题是，我们中国大陆经过了近百年的文化自卑、文化自弃以后，儒家文化还剩下多少呢？其在近三十年的经济发展过程中真起到了那般起沉疴、疗绝疾的巨大作用吗？

现今，将中国大陆的经济腾飞归结为儒家文化对商业文明的促进之类的观点层出不穷，但是不懂经济的我总是心存怀疑：这样一个杀熟惯见、“山寨”成风、食品安全问题层出不穷、不惜以毒奶粉与坏疫苗伤害最纯真无辜的婴孩的令人恐怖的商业文化中，真的有着来自于“不义而富且贵，于我如浮云”的儒家文化的基因吗？不错，儒家文化影响下的大多数中国人一直保持着克勤克俭、吃苦耐劳的人生态度，但这份勤勉如果失去了道德的范导，那就会变成勤勤恳恳的唯利是图，兢兢业业的坑蒙拐骗。于是乎，卖地沟油的很可能喝着毒牛奶，卖毒牛奶的很可能也正吃着地沟油，大家都在伤害别人，同时也被别人所伤害，进而更加理直气壮变本加厉地伤害别人，还愤愤不平地抱怨：社会就是如此，人心就

是这样。

然而，社会真的就是如此吗？人心真的就是这样吗？不是的，至少我们知道儒家思想文化的世界中并不是这样的。众所周知，儒家思想以道德伦理著称，三达德五达道自不必说，在利益面前尤其注重道德准则。不仅主张见利思义、不义之财不取，甚至“杀一不辜而得天下皆不为”。而且，儒家强调“三省吾身”、“慎其独也”的自省自律，笃行道德准则不是为了他人，而是为了成就自己的君子人格。也就是说，仁人君子当时刻坚守道德，不要以大环境如何为借口，不要以他人如何为借口，只要是道义所在，虽千万人吾往矣，富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈。当然，儒家的这一道德标准不可谓不高，我们大多数人恐难做到，然而，我们至少要有那种“虽不能至，心向往之”的景仰，而不能视之为愚，嗤之以鼻。你做不到，只能说明你仍需努力，却不能以此认定儒家道德是虚假的，做到的人是虚伪的。

在过去三十多年中国经济飞速发展的过程中，由于规则不全、标准不高、监督不力、执行不严，因而，一些行业“劣币驱逐良币”的现象时有出现，这给一些原本有着职业道德操守的企业主带来极大的挑战，有人因此选择了随波逐流，但是，也有人非常难能可贵地选择了良心的坚守。时至今日，中国经济进入“新常态”，产业结构面临升级，过去那种粗放落后的生产方式即便在国内市场也行将淘汰，中国人令世界为之瞠目的海外购物就是明证。在这种情况下，我们希望经济创新，但是，很多案例告诉我们，其实，创新不是炒个新概念、玩个新花样，那些有良心、有诚意的产品，正是消费者最为欢迎的产品。“劣币驱逐良币”的时代已经过去了，考验诚意与良知的时代到来了。

因此，也许在过去的经济、社会发展中儒学并未发挥多少作用，或者只是儒家的勤俭奋斗理念在单独地发挥作用，而今则是最为需要儒家伦理之际，中国经济亟待“新常态”中接受儒家伦理的润泽。那么，儒家伦理条目甚多，作为一家企业，尤其是其领导者，最需要从儒家伦理中汲取什么呢？本着要言不烦的宗旨，我以为汲取一条就够了，那就是“忠恕之道”。“子曰：‘参乎！吾道一以贯之。’曾子曰：‘唯。’子出，门人问曰：‘何谓也？’曾子曰：‘夫子之道，忠恕而已矣。’”原来，孔子儒学一以贯之的道就是忠恕而已。

忠恕之道具体怎么讲呢？最为多见的解释是分“忠”与“恕”，做一体两面之说。郑玄说：“告人以善道曰忠。己所不欲，勿施于人，曰恕也。”《周礼·大

司徒》一书也从字源学角度分释两字：“中心为忠，如心为恕。”把握好自己的内在本心就是忠，将心比心则为恕。总而言之，忠恕之道包含着两个方面的内容：第一，恕道。“子贡问曰：‘有一言而可以终身行之者乎？’子曰：‘其恕乎！己所不欲，勿施于人。’”你不希望他人强加于你之事，就也不要将其施加给他人。第二，忠道。“子贡曰：‘如有博施于民而能济众，何如？可谓仁乎？’子曰：‘何事于仁！必也圣乎！尧舜其犹病诸！夫仁者，己欲立而立人，己欲达而达人。能近取譬，可谓仁之方也已。’”孔子说，你想要拥有的，就可想而知，他人亦必想拥有，因而要能够帮助他人去实现拥有。孔子在这里并没有明确讲此即为忠道，但是，后儒从忠恕之互补性以及恕道的内容加以推证，确认此即是忠道。

如果上述内容似乎显得有些纸上谈兵，那么如下这个故事则易于生动表达儒家的“忠恕之道”。元初年间，画家龚开与权道衡相交颇深。一日，权道衡在街市上觅得汉印一颗，见其古朴可爱，便欲购之，可主人开价不菲，他只得回寺取钱。其时，龚开也正好路过此地，竟也一眼看中此颗汉印。尽管物主告知此印已售于权道衡，可龚开见权道衡迟迟未返，便以重金购下。归至家中龚开之女在闻知此事后不禁责备父亲：“君子岂可夺人之好？”龚开顿时醒悟，当下持汉印送归权道衡，结果两人途中相遇。权道衡笑道：“既是先生所爱，自当拱手相让。”龚开则说：“不必，此物在你手里即在我手里。”权道衡又推却道：“如此说来，在你手里也即在我手里。”如此这般，相持不下，两人终将汉印投之深渊，一笑而别。此则故事之中，既有忠道，又有恕道，颇值读者诸君深思之。

由此看来，陈爱清君在此时出版本书，可谓恰逢其时，这体现出身处市场一线的企业主的道德自觉，这种自觉是极其可贵的。本书不仅全面仔细梳理了儒家伦理在方方面面所表现出来的价值优势与文化特征，且对中小企业在发展过程中发生的道德危机与恶性事件进行了综合而深入的分析，进而有针对性地提出将儒家伦理的学术探究与多年企业经营的宝贵经验熔于一炉的理念设计，这种形上与形下相结合的方式较之于一般的学理分析将更具实践价值和借鉴意义。倘若恒河沙数的中小企业家们能够将本书中的理念付诸实践，则中国经济幸甚，中国幸甚。

陈爱清君在本书中指出，中国企业将儒家伦理转换到自身的道德文化之中，就使自身具有了中华民族的文化特性，此言确然不虚。一家企业也如一个人，其

文化人格与道德魅力会造就其卓越优秀的风格气质，使近者悦、远者来，四海之内皆兄弟；更会使其在变化的环境中坚韧不拔，始终如一，拥有制胜的法宝和恒久的生命力。当下追求企业道德文化之建立既属当务之急，又属风气之先，愈先笃行，愈多创获。儒商多以子贡为楷模，如前所述，子贡从孔子处获得的终身躬行的道德原则，就是“忠恕之道”。今日经营企业者若能如此，无论是对于谋求发展壮大的企业而言，还是对正在现代中国社会中寻找位置的儒学而言，都善莫大焉。

中国社会科学院研究员、中央民族大学哲学与宗教学系教授、博士生导师

赵士林

2016年4月9日于魏公村

前 言

改革开放 30 多年来，我国经济建设取得了举世瞩目的非凡成就，已成为世界第二大经济体。中国的中小微企业，作为中国经济社会中最重要、最活跃的市场经济主体之一，发展速度突飞猛进，已成为中国社会重要的经济基石和经济发展的核心力量。

截至 2014 年末，我国在工商部门登记在册的中小企业约 4700 万户，约占全国企业总数的 99.8%。中小企业的工业总产值、销售收入、实现利税分别占总量的 60%、57% 和 40%；流通领域中，中小企业占全国零售网点的 90% 以上；中小微企业大约提供了 85% 的城镇就业机会；近年来的出口总额中，有 60% 以上是中小企业提供的；中小企业几乎覆盖了所有行业，占比为 60%。

另据国家统计局公布的第三次全国经济普查资料显示，截至 2013 年末，我国小微企业达到 785 万家，与 2008 年相比，增加 300 多万家，年均增长速度在 10% 以上，占全部企业的比重达到 95.6%。其中，2009 ~ 2013 年新开业小微企业合计达到 449 万家，占全部小微企业的 57.2%。

我国小微企业从业人员达到 14729.7 万人，占全部企业从业人员的 50.6%。其中，2009 ~ 2013 年新开业小微企业从业人员达到 5964.6 万人，占全部小微企业从业人员的 40.5%。^①

目前，中小微企业对我国 GDP 的贡献超过 65%，对我国税收的贡献占到 50% 以上，就业人口占我国就业人口的 99%。尽管我国中小企业的发展呈现出一派欣欣向荣的景象，但是中小企业的平均寿命却只有 3 年，集团企业的平均寿命

^① 工业和信息化部，中国中小企业发展报告（2014）[Z]，2014。