

Home > Arts >

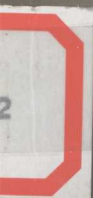
Awards

# XINJINGJI YUDAQIYEJIA

走近儒商时代

新经济与大企业家

广东旅游出版社  
贺雄飞 著



# XIN JING JI YU DA QI YE JIA

知识经济时代

## 新经济与大企业家

中国企业家  
2000年1月

F715  
H321:2



XINJINGJI  
YUDAQIYEJIA

走近儒商时代

新经济与大企业家

广东旅游出版社

贺维飞 著

图书在版编目 (CIP) 数据

新经济与大企业家—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. 新… 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)

\* 图书广告代理: 广东省旅游广告公司

(地址: 广州市中山一路 30 号之一 电话: 87347206)

\* 合作网站: 广东旅游网

(网址: [www.gdtravel.com](http://www.gdtravel.com))

850 × 1168 毫米 32 开 9.5 印张 210 千字

2000 年 11 月第 2 版第 1 次印刷

---

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) |

QIYEJIAHUZHAC  
ZHOUJINRUSHAN  
QIYEJIAHUZHAC  
ZHOUJINRUSHANGSHIDAI

上篇

儒商时代

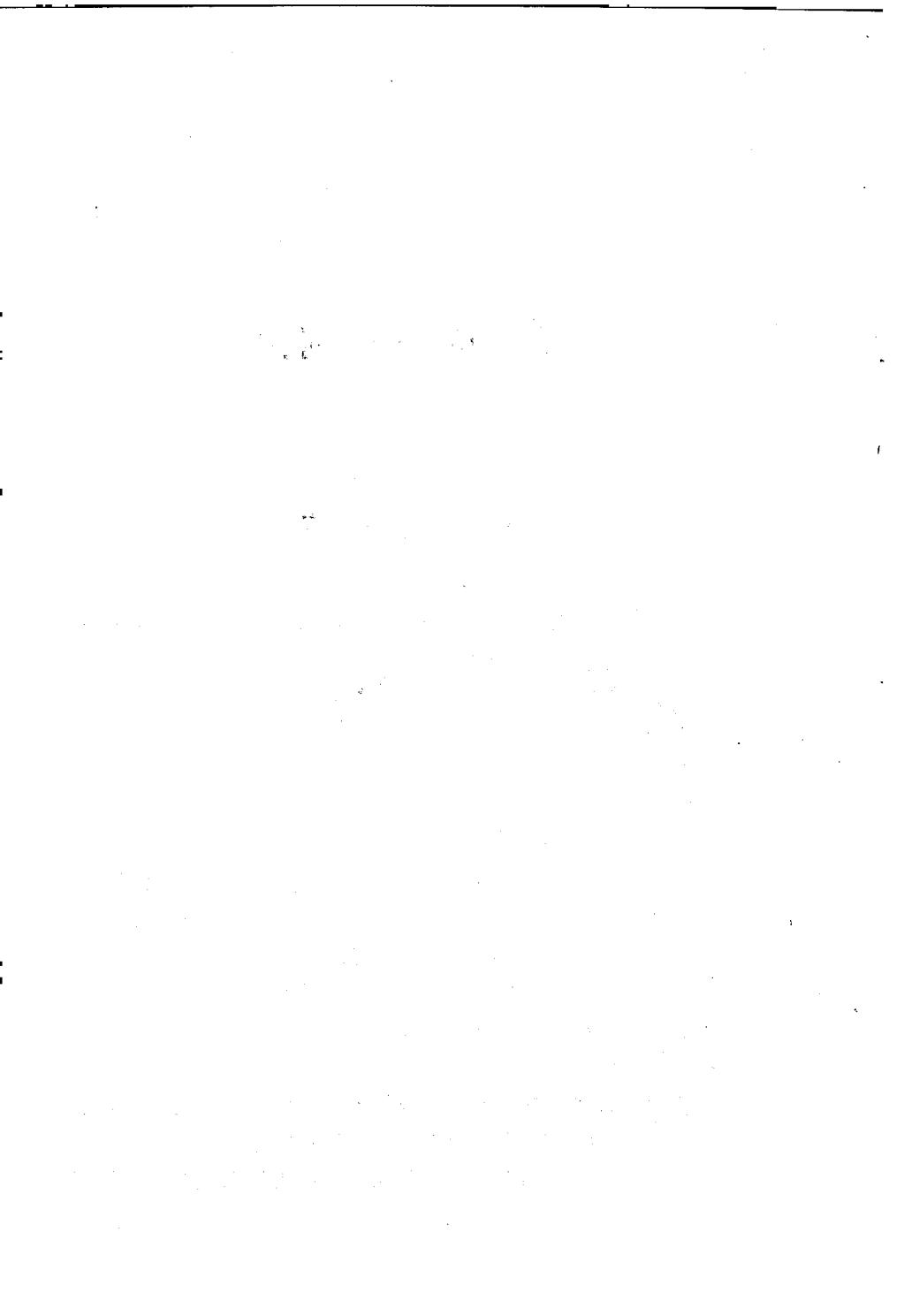
---

儒商时代

QIYEJIAHUZHAC

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它命名。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、很好，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《现代汉语辞典》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“商道即入道”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，标志着中国社会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，收效宏太者，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