

中国

传统文化与 民营企业成长

● 张亚中 / 著

 中国时代经济出版社



中国传统文化 与 民营企业成长

● 张亚中 / 著

 中国时代经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国传统文化与民营企业成长 / 张亚中著. —北京: 中国时代经济出版社, 2008.8

ISBN 978-7-80221-011-0

I. 中... II. 张 III. 传统文化—企业管理—研究 IV. B946 F

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 143250 号

中国传统文化与民营企业成长

张亚中 著

出版者 中国时代经济出版社
地 址 北京市西城区车公庄大街乙5号
鸿儒大厦B座
邮政编码 100044
电 话 (010) 68320825 (发行部)
(010) 88361317 (邮购)
传 真 (010) 68320634
发 行 各地新华书店
印 刷 北京新丰印刷厂
开 本 787×1092 1/16
版 次 2008年10月第1版
印 次 2008年10月第1次印刷
印 张 8
字 数 114千字
印 数 1~1000册
定 价 20.00元
书 号 ISBN 978-7-80221-011-0

版权所有 侵权必究

中华文化是中华民族生生不息、团结奋进的不竭动力。
要全面认识祖国传统文化,取其精华,去其糟粕,使之与当代
社会相适应、与现代文明相协调,保持民族性,体现时代性。

——摘自胡锦涛同志在中国共产党第十七次代表大会上
的报告

序 言

梳理传统、提炼精华的力作

秦麟征

中国传统文化,源远流长,博大精深。它是中华民族独特民族性的根本体现,是中华民族生生不息、团结奋进的不竭动力。中华民族没有理由不为中国传统文化感到骄傲和自豪,更没有理由因为它尚有不少糟粕,并非全是精华而妄自菲薄。中国传统文化对中华民族的影响,无论是过去、现在,还是未来,都是积极和消极并存的。因而如何传承和弘扬中国传统文化便具有不言而喻的重要性。

传统文化的继承与发扬光大,通常遵循优胜劣汰的金科玉律,中国传统文化自然不能例外。实践证明,只有在全面认识和精心梳理中国传统文化的基础上,通过对其精华与糟粕的理性取舍,才能使它与当代社会的发展相适应,与现代文明的进步相协调,才能做到既保持民族性,又体现时代性。可见,梳理中国传统文化,提炼其精华,不但是时代的重托,是社会发展和文明进步的需要,而且也是势在必行的历史使命。作者以时代的重托为己任,对中国传统文化和民营企业成长作了系统深入的研究,如今把他们的研究成果《中国传统文化与民营企业成长》奉献给广大读者和民营企业家。这是一部具有重要意义和高端价值的力作。它通过对中国传统文化的系统梳理,成功地提炼出中国传统文化的精华与优秀成分,挖掘了中国传统文化深层次的资源,用具有战略意义的理论创新和可供参考的对策建议,为促进中国民营企业的健康成长做了积极的贡献。

选择中国传统文化与民营企业成长的关系作为研究对象,开展系统、深入的研究,首先显示了作者的战略眼光和远见卓识。他们深知,能否利用中国传统文化的精华,促进民营企业的成长,关系到中国的前途和未来,关系到中华民族的伟大复兴。其次,这一选择还充分展现了作者对我国经济社会重大发展动向的准确把握和洞察力。他们敏锐地发现,蓬勃发展、迅猛崛起的民营企业在我国经济建设中已占有越来越重要的地位。它的发展已成一股不可逆转的潮





流,它的动向日益引人注目。他们还看到,一场围绕民营企业成长的讨论,正在理论界和企业界如火如荼地展开。这场讨论,和中国传统文化对民营企业的影响紧密联系在一起,从文化根源的深层次探究民营企业的成长问题。在这场讨论中,仁者见仁,智者见智,尽管众说纷纭,莫衷一是,对中国传统文化褒贬不一,但也在某些方面形成了共识和默契:中国传统文化对民营企业的影响是具有两面性的,既有消极的一面,也有积极的一面;迄今为止,对中国传统文化精华的梳理、挖掘和提炼,尚有待于系统和深入地进行,尚未能满足促进民营企业成长的需要。上述情况表明,作者之所以从中国传统文化的视角,对民营企业的成长进行系统深入的研究,一方面得益于作者的眼光和洞察力,另一方面则是为了满足民营企业渴望系统深入、高水平的研究成果的社会需要。

通过对中国传统文化系统深入的研究,本书作者解读了中国民营企业过去、现在、未来生成和发展的密码,取得了值得称道的理论建树。本书在理论上的成就,首先体现在它对国内外研究成果作了令人耳目一新的系统分析和归纳,并在此基础上梳理和提炼出中国传统文化的诸多精华和优良品质,如崇尚统一、追求和谐、注重实用、强调道德等等,肯定了中国传统文化的历史地位和现代功能,及其在未来仍具有的应用价值。即是说,本书先声夺人,以它的发现和得出的结论作出了理论上的贡献。其次,它体现在一系列管理思想的创新,提出了颇具新意的“人为邦本”对象管理思想、“人之能群”组织管理思想、“正人正己”指挥管理思想、“贵和持中”协调管理思想、“自强不息”激励管理思想,为中国民营企业的管理思想创新提供了新的思路。第三,鲜明地提出民营企业必须植根于中国传统文化、从中国传统文化的精神中汲取营养的主张,为民营企业优化资源配置架构、改善社会信用状况、完善知识主导形态指明了努力方向。第四,提出新的民营企业现代与后现代需要理论,倡导把儒学思想、佛教精神和道家理念中的精华融入民营企业文化的建设实践,以满足民营企业在决策、激励、控制等方面对中国传统文化的现代需要,以及在生态关怀,均衡追求,关系协调等方面的后现代需要。

本书作者还通过系统深入的研究,提出以中国传统文化精华促进民营企业快速成长的对策。本书的对策研究,涉及继承、发扬和挖掘中国传统文化精华三个方面,具有较高的实践价值。首先,它主张通过继承中国传统文化思想的实践,打造各种类型的民营企业家队伍,其中包括领袖型、知识型、长寿型、慈善型等等。其二,它建议通过发扬传统文化精神的实践,建设各种类型的现代民营企业,如和谐型、信誉型、开放型、创新型等等。其三,它呼呼通过挖掘中国传统文化资源的实践,创造各种类型的现代民营企业名牌,诸如依附名人的名人型、依据名典的名典型、依靠名地的名地型、依托名物的名物型等等。





本书在理论和实践两方面所取得的成就,是难能可贵的。虽然,探讨中国传统文化与民营企业成长的著述也常见诸于报端和其他各种媒体,但系统深入地分析、归纳、梳理中国传统文化精华并取得较高学术成就的著作并不多见。相较而言,本书的理论创新,具有更为突出的理论和学术价值。本书在较高的水准上将理论研究和应用研究融合在一起,从而使本书的对策研究具有更强的针对性,使其能更有成效地指导民营企业的成长和企业文化建设实践。我相信,本书的出版必将进一步推动中国传统文化与民营企业成长关系的理论研究和应用研究。对广大读者尤其是民营企业家而言,这部言之有物、不乏真知灼见的力作,也将使他们受益非浅。

尺有所短,寸有所长。一部著作的生命力能否长久,不在于它篇幅大小,而在于它问世后所产生的社会影响。本书的未来影响,显然将随着民营企业的不断壮大而与日俱增。民营经济尽管曾经经历过艰难坎坷的历程,未来也不可能一帆风顺,但人们依然普遍看好它的未来发展前景。专家的预测表明,民营经济在未来的十几年到二十年中,将发展成经济舞台的主角,成为市场经济的主流形式和解决就业的主渠道,它还将成为发展区域经济的主力军和科技创新的主体力量。我相信,这样的前景是一定会出现的。民营经济令人鼓舞的未来,预示着民营企业的不断发展壮大和民营企业家、民营企业管理者的大量涌现,预示着将有日益扩大的读者群体将从阅读本书中获得教益,并从理论和实践两方面获取有益的指导和有价值的借鉴,从而使中国的民营企业得以更快的成长。

我祝贺本书的出版,对本书作者所付出的辛劳和所取得的成就深表敬意。我愿借撰写序言的机会,把本书作为良师益友,推荐给广大读者朋友,推荐给民营企业家们。

秦麟征*

2008年8月27日

于北京东总布胡同

* 秦麟征同志 1941 年出生。博士后、教授、研究员、未来学家。2005 年至今,任中国未来研究会首席顾问,中国未来研究院院长,中国现代教育研究院院长。先后获中国社会科学院有突出贡献归国留学人员,国家级有突出贡献专家等称号。出版著作、论文集、调研报告、工具书等 20 余种,在国内外发表论文、文章 500 篇以上。





目 录

第一章 结合研究的出发点	/1
第一节 现实的需要	/1
第二节 理论的起点	/2
一、刚柔——企业管理的方法	/5
二、和谐——企业旺盛的法宝	/6
三、方圆——企业对外的形象	/6
四、中庸——企业定位的根本	/7
第三节 本书的意图	/10
第二章 中国传统文化和企业文化综述	/11
第一节 中国传统文化的概念和特点	/11
一、崇尚统一	/16
二、追求和谐	/17
三、注重实用	/17
四、强调道德	/18
第二节 中国传统文化的价值	/19
一、传统文化的生活价值	/19
二、传统文化的方法价值	/19
三、传统文化的精神价值	/20
四、传统文化的负价值	/20
第三节 企业文化的含义及特质	/21
一、企业文化的含义	/21
二、企业文化的特质	/22



第四节 传统文化的管理哲学思想 /24

一、时代呼唤重构中国式的管理模式 /24

二、综合创新是重构中国式管理模式的必由之路 /25

三、中国传统文化蕴含有丰富的管理文化资源 /26

第三章 中国民营企业现状分析 /34

第一节 民营企业发展历程 /34

一、民营企业的探索与发展阶段 /34

二、民营企业快速发展阶段 /35

三、民营企业战略新机遇阶段 /36

第二节 民营企业发展现状 /36

第三节 民营企业的地位和作用 /38

一、国民经济重要组成部分和经济增长的加速器 /38

二、劳动就业的主要渠道和社会稳定的减压阀 /38

三、国家税收的重要来源和共同富裕的增长极 /39

四、对外贸易新兴主力和企业走出去的生力军 /40

五、工业化的强大动力和城市化的助推剂 /41

第四节 民营企业发展中的主要矛盾 /42

一、资源配置架构有待优化 /42

二、社会信用状况有待改善 /42

三、知识主导形态有待形成 /43

四、业内竞争秩序有待规范 /44

五、开放管理模式有待确立 /44

第四章 中国传统文化与民营企业发展关系 /52

第一节 传统文化对中国民营企业文化具有主导性影响 /52

一、儒学的人本主义浸润 /53

二、佛教的圆融精神渗透 /56

三、道家的自然图式介入 /59

第二节 传统文化与民营企业现代性和后现代性需要的契合 /61

一、传统文化与民营企业现代性需要的契合 /61

二、传统文化与民营企业后现代性需要的契合 /63



第三节 中国传统文化对民营企业的地域性影响 /65

一、孔孟原始之儒塑造了山东型民营企业 /65

二、经世致用之儒孕育了吴越型民营企业 /68

三、古层道教催生了闽南型民营企业 /69

四、变型佛教成就了南粤型民营企业 /71

第五章 中国传统文化促进民营企业成长的对策 /73

第一节 继承传统文化思想打造现代民营企业企业家队伍 /74

一、以王道文化一统天下的气魄打造领袖型企业企业家队伍 /74

二、以儒学文化博学善思的传统打造知识型企业企业家队伍 /77

三、以道家文化长生不老的追求打造长寿型企业企业家队伍 /80

四、以佛教文化普度众生的境界打造慈善型企业企业家队伍 /87

第二节 发扬传统文化精神 建设现代民营企业 /91

一、用仁者爱人精神建设和谐型民营企业 /92

二、用崇尚信义精神建设信誉型民营企业 /94

三、用兼收并蓄精神建设开放型民营企业 /99

四、用有生于无精神建设创新型民营企业 /102

第三节 挖掘传统文化资源创造现代民营企业名牌 /106

一、依附名人创名牌 /107

二、依据名典创名牌 /108

三、依靠名地创名牌 /109

四、依托名物创名牌 /109

结 论 /111

参考文献 /113

第一章 结合研究的出发点

第一节 现实的需要

科学管理模式,“用科学来代替过去习惯的工作方式”,“带来了组织及其管理效率的提高”,却掩盖不了赤裸裸的资本主义剥削逻辑;人本管理模式,以抽象的人性满足代替具体的工作规制,带来了工人积极工作的虚假动力,也消灭了作为体制反对者的自为阶级,一切都纳入资本主义再生产体系;文化管理模式,才可能在某种程度上超越阶级、阶层的差别,确证了人性的大同,也凸现了人种、文化的大不同,说明地球村远不是一个同化的世界,而不同文化体系中的企业更像是一个异化世界。

进入 21 世纪以后,中国经受了全球化浪潮的全面冲击,站稳脚跟并在世界经济舞台上强劲崛起,成为“世界工厂”,我们也切身感受到中国企业竞争实力的日益增强。同时,我们将要面对的不仅仅是激烈的市场竞争,更重要的是,我们将无法回避一场更深刻的文化博弈。只有在文化博弈中取得胜利的企业,才能更具生命力,才能长久立于不败之地。

企业文化建设是一个长期而艰辛的过程,这一过程如此艰难,其原因是多方面的,但其中重要的原因,就是企业的领导者们较多地试图在西方模式之上建立一座全新的企业文化大厦,而往往忽视了民族的、传统的文化因素。建立既根植于民族文化土壤又融于世界经济浪潮的,具有持久生命力和强大竞争力的企业文化,进而培植具有民族先进文化因子充分植入的核心竞争力的中国当代民营企业,实在是面向世界、面向未来、面向现代化做出的富有战略意义的



选择。

中国传统文化源远流长,博大精深,它是中华民族在漫长的历史岁月中创造出来的光耀全人类的宝贵精神财富。在相当长的历史时期里,中国文化一直处于世界领先地位,为世界文明作出了巨大贡献。至今,中国古代文化中的精华仍在中国乃至世界继续发挥着重要的影响和作用。

中国传统文化经历了从远古到西周的孕育期,到春秋战国时期,产生了儒家学说、道家学说、墨家学说、法家学说,标志着中国传统文化步入了辉煌的年代,这些学说的产生使中国传统文化有了基本内核。后来兼之道教的产生、佛教的传入,儒、道、佛交相辉映,构成了中国传统文化的圆融体系。这一文化体系从古代到现代一直影响着中国经济的发展以及社会的文明和进步。近几十年来,中国奇迹和某些中华文化圈范围内国家和地区的快速发 展都证明了中国传统文化对推动民营企业成长的重大作用。“曾经沧海难为水,除却巫山不是云”,这里也有炎黄子孙基于对中华文明无限热爱而产生的情感性成分。但是由于经济全球化过程中,西方经济理论和管理模式居于权力话语地位,特别是某些东亚国家和地区遇到暂时困难的消极影响,也有很多人对中国传统文化和民营企业发展的关系问题上产生了动摇,浅显地认为民族传统文化从根本上是制约中国民营企业发展的,产生了错误的思想倾向。因此,笔者认为,有必要对中国传统文化与中国民营企业发展进行深入探讨和研究,充分展示华夏文化的传统魅力,以传统文化的精髓建设企业文化,提升民营企业素质;剥离传统文化的积极成分,实现向现代文化的转换,促进民营企业成长。

第二节 理论的起点

近年来,国内外学者对中华文明的兴趣与日俱增,其中许多知名学者经过长期潜心研究,得出了富有真知灼见的重要成果。

在西方颇负盛名的中国问题学者埃德温·赖肖尔指出,中国文明的基本特点是“宽容与友好”,他认为在科学技术领域,西方文明占据明显优势,在对人生终极目标及最高意义的洞察上,中国文明则深刻得多。他特别推崇老子的“道”和“无为而治”的思想,他指出中国文明的思想 and 精髓在于自我抑制和经济调和,

而西方个人功利主义和社会产业主义的“病根”和出路正在于此。另一位“国际智者”阿诺德·约·汤因比则在《历史研究》中预言 21 世纪将是中国文化时代,他在一次“展望 21 世纪”的演讲中阐述了这一观点。他指出,中国文化将是 21 世纪人类走向全球一体化、文化多元化的凝聚力和黏合剂,特别是人类掌握了可以毁灭自身的高度技术文明手段,同时又处于极端对立的政治、意识形态营垒中,最需要的精神就是中国文化的精髓——宽容与和谐。他指出如果中国文明不能取代西方文明成为人类的主宰,那么整个人类的前途将是可悲的。美国哈佛大学东亚研究所所长埃兹拉·沃格尔认为,由个人主义造成的“美国病”应该用“东方药”来治,西方国家及民族应该学习东方国家的团体主义精神^[1]。

诺贝尔物理学奖获得者杨振宁在《论中国传统文化与科学技术》中提到,儒家文化注重忠诚,注重家庭人伦关系,注意个人勤奋和忍耐,重视子女教育。这些文化特征曾经而且将继续培养出一代又一代勤奋而有纪律的人才。

1988 年,几十位诺贝尔奖得主在法国巴黎聚会,诺贝尔物理学奖获得者汉内斯·阿尔文博士在闭幕会上说:人类要生存下去,就必须回到 25 个世纪以前,去吸取孔子的智慧。奥地利著名心理学家卡尔·容格在他的《东洋冥想的心理学》中指出:应该转换西方人已经偏执化了的心灵,学习整体性领悟世界的东方智慧,应该让他们放弃一些令人毛骨悚然的技术,拆穿他们拥有力量的幻象。这已导致千百万人付出生命。当代法国著名学者法朗索瓦·于连特别重视中国哲学,他说:“我在很长的时间里,都认为中国文化由于具有自我反思的特点,所以与人类学是对立的,却能够让我们进入哲学。”

美国著名学者费正清、赖肖尔、克雷格在他们合写的著作《东亚文明:传统与变革》中,用比较史学的眼光写道:“可以说,东亚人在群体生活经验方面要远远丰富于其他各民族。”“个人适应群体,家庭适应社会,与其他民族的所谓社会经验相比较,这些关系间很少出现摩擦,也很少产生孤立感。”

中国人民大学教授方立天在《弘扬中华文化的优秀传统》一文中提到,儒家以“人”为本位,着重从人的角度来观照人生、社会和宇宙,强调人要在现实世界提升品德,以达到理想世界,从而形成了人本主义的传统。道家以“自然”观照人,力主用自然性质、自然原因、自然原理来观照、解释人生、社会和宇宙,强调人的一切作为都要合乎事物的本来面貌和变化规律,构成了一种自然主义传统。佛教以“解脱”为坐标来观照众生,宣扬众生要通过修持,以求从迷惑、



妄念、烦恼、痛苦和生死轮回中解脱出来,进入大自由大自在的“涅槃”理想境界,为中华文化增添了解脱主义传统。儒、道、佛三家从不同层面、不同角度来满足复杂社会生活的文化需要,适应不同人群的精神需求,长期以来支配和影响着中华民族的物质生活和精神生活。因此,具体而正确地认识和阐释中华文化的三大传统,不仅是弘扬中华文化优秀传统文化的题中应有之义,而且也是具有重要现实意义的文化建设工程。

20世纪七十年代,世界管理理论的正统地位由美国转移到了日本。而日本和许多东亚、东南亚国家的文化都与中国文化有很深的渊源。日本及亚洲四小龙经济的腾飞及其富有东方个性的卓有成效的管理思想、方法的产生和发展,引起了人们的深刻思考。

韩国学者、韩国经济新闻编辑副局长李秉国充分肯定以东亚传统为基础的企业经营文化。他认为,韩国的企业文化通过内部的团结与协作,实现共同的努力;它具有避免极端的对立,用妥协的办法解决矛盾的倾向;以一生为单位工作的意识为基础,表现出极高的排序意识,维持组织的纪律性和秩序;同正式的规定相比,更重视非正式的人际关系,从而更圆满地疏通各种关系。但是他认为也存在着很多缺点。首先,妨碍吸收和培养有独创性、有能力的人才。第二、由于更重视非正式的人际关系,有可能在企业内部形成派系,妨碍经营管理的合理性。第三、由于没有危机感的企业风气,削弱对付各种环境变化的能力。第四,由于权威主义和下级无条件服从上级的风气,很难采纳各种不同意见。最终导致由于以集体为中心的业务方式,每个人的权责不甚明确^[2]。

中国学者也随之对传统文化和企业发展课题给予特别关注,指出传统文化在企业经营中的核心作用。

福建省社会科学院华侨所教授黄英潮指出,民营企业的传统文化特征是:“以家族为主体的管理核心、以唯亲为准绳的人事安排、以仁为本的员工管理、以和为贵人际关系的协调、以节用为原则的成本核算、以信誉为出发点的质量把关”,基本上是正面肯定^[3]。

六、七十年代港、澳、台经济的起飞,以及海外华人在经济上取得的成功,促使一些学者对中国传统文化在经济发展和现代化过程中的作用进行了审视。四川省社会科学院社会学所研究员赵喜顺认为,以传统文化为根的传统家庭中心结构对经济发展和现代化有促进作用的一面^[4]:





(1)家族主义追求家族利益至上,要求个体把自己完全归属于家族,在思想和行动上和家族保持一致,为家族的兴旺、发达和荣耀而出力甚至献身。

(2)中国传统的家庭制度和家族主义特别强调亲情关系,珍视骨肉之情、手足之情,要求家人要相亲相爱、相互帮助、同舟共济。

(3)中国家庭具有很强的适应能力和弹性,能够把原则性和灵活性结合起来,以应付环境的挑战。

赵喜顺同时认为,传统文化尤其是家庭制度对民营企业发展也有不利的一面:

(1)中国传统文化中的家庭制度强调家族在与个人和社会关系中的特殊地位,家庭既是个体的依托和归属,又是社会的基础和中心。中国传统的家庭制度,由于重情不重理,一方面堵塞了人才的引进,另一方面,由于过分信任和依赖一小部分亲属,无原则地重用没有能力的亲属,导致企业效率的降低。

(2)中国传统文化中的家庭制度是以父子关系为主轴的,对祖先的崇拜和对父权家长的绝对服从是这一制度的重要特征。这就禁锢了人们的思想,束缚了人们的手脚,阻碍了人口的流动。

(3)中国传统文化中的家庭制度在继承习惯上实行的是诸子均分制,即所有的儿子都拥有相等的财产继承权,这就容易导致家庭财产的分散化、细小化,使资本难以得到积累,经营规模难以扩大^[5]。

中国传统文化思想对中外诸多大企业家产生过重要影响。作为现代企业管理者在借鉴西方现代管理理念的同时,还应从中国的国情出发,从五千年优秀传统思想中,吸取其精华,创造性地应用于企业管理工作。

我们的祖先在几千年前就有“修身、齐家、治国、平天下”的古训。古人为什么把修身放在第一位呢?道理就是做事先做人。做事先做人是为人处世、工作生活的一条金科玉律。人生要取得成功,首先要修炼内功,提高自身的品德修养。如果你是一个内涵丰富、品德高尚的人,众人就会愿意与你交往合作。换句话说,你也就容易成功。

一、刚柔——企业管理的方法

在中华民族几千年文明传承过程中,一直提倡“以柔克刚”、“刚柔并济”,





其精髓是为人处世随和谦让,当刚则刚,当让则让,绝不是匹夫之勇,这是一种心胸豁达的思想境界。

纵观历史,我们不难发现,往往太过尖锐的人容易被柔和之人征服利用。犹如一块巨石落在一堆棉花上,棉花不仅毫无损伤,相反,刚硬的石头反被棉花轻松地包在其中。以刚克刚,两败俱伤;以柔克刚,则马到成功。性格刚烈之人,其情绪好激动,情绪激动则很容易使人失去理智。可以设想,失去理智的人不可能做出合情合理合法的事情。

“刚柔并济”是运用智慧来巧妙地为人处世,也是企业管理的有效手段。个人与个人之间如此,团队与团队之间也如此。柔是自然之道,柔也是养身之道,柔还是治世之道。

二、和谐——企业旺盛的法宝

现代国际学术公认:最提倡和谐的古代圣贤是孔子。古代圣贤擅长把不同的事物联系起来进行研究运用,注重人与人之间的和谐,人与群体之间的和谐,群体与群体之间的和谐,乃至人与自然的和谐。

和气生财,关键是一个“和”字。必须强调,和的重要性绝不仅仅表现于能够生财,而是渗透于我们社会生活的方方面面。纵览古今,凡事业上有所建树的人,无不襟怀坦荡,度量恢宏,抱着“以和为贵”的处世态度;而度量狭小者,不仅于他人没有好处,就是于己也是没有好处的。历史上睿智的哲人曾证明过,像庞涓那样嫉贤妒能的小肚鸡肠者,最终兵败马陵道,贻笑天下。

中国历史上的蔺相如,为了社稷长治久安,三让廉颇,终使廉颇心悦诚服,著名京剧《将相和》所反映的就是他们之间的故事,千百年一直被世人称道。商场上的和还有得与失之意,和是前提,得失是目标。在和的前提下,双赢才是好生意,单赢的生意无法长久,无法壮大。单赢是短和,是假和,是表面的和,是伪装的和,这种类型的和,眼前看是赢了,从本质上看是彻底地输了,输在诚信,输在德行。

三、方圆——企业对外的形象

“取象于钱,外圆内方。”这是中国著名教育家黄炎培送给儿子的座右铭。



它的意思是说为人处世应该像铜钱,外圆而内有方孔。外圆内方,不是虚伪圆滑,是中国几千年优良传统积淀而成的人文精粹,是中国最具有社会良知的人格体现。

“圆”,代表着曲线,从视觉上就具有美感。圆可以减少阻力,代表着顺畅。我们在职场工作,同事之间常会在一些问题的看法上处理意见不一致,如果无原则地争个你高我低,必然大伤和气;相反,如果我们待人和若春风,时常换位思考,用微笑去面对分歧,反而会赢得同事的尊重信任。

“方”,是人格的独立,“方”是情操的独守,“方”是自我价值的完善实现,“方”是对美好理想的不懈追求。棱角分明,代表着踏实稳重;坚定执著,应该成为我们的工作态度。

“方圆之间,天地之大”,如果在生活和工作中能做好这一点,你会觉得游刃有余,工作起来也会轻松自信。

四、中庸——企业定位的根本

中庸之道是孔子思想的精髓。孔子说:“中也者,天下之大也;和也者,天下之达道也。致中和,天地位焉,万物育焉。”孔子所阐述的不偏不倚与不走极端的处世之道,认为它会使天地之间所有的人各就其位,各得其所;万物生长,一片繁荣景象。

《中兴通讯——全面分散企业风险的中庸之道》一书,让人叹服侯为贵经营企业的中庸之道,“不偏之谓中,不易之谓庸”,“扣其两端,允执其中”。这就是中庸之道,将其运用到企业管理中,成就了中兴 20 年的成功。

中兴是中国通讯的巨头,与巨龙、大唐、华为并称为“巨大中华”,一直秉承“牛”文化闻名于业界,他的“森林原理”和“低成本尝试”原则分别代表了中兴的企业认识论和方法论,使企业有效回避了经营中的不确定因素并抓住每个机会。它不仅体现了一种东方的价值观,而且还展示了这种价值观向企业的组织结构、研发领域、市场末端、文化氛围等各个细胞的渗透过程及其相互作用的立体动态景象,是中庸之道在中国企业中的典型运用。

松下作为日本企业之首也非常推崇中庸之道,认为提倡中庸之道,就是提倡以诚、以宽、以礼待人;不偏听偏言,也不搞折中和放弃原则,而以社会利益为