

社会科学重点研究基地
上海师范大学国际儒学思想研究所主办

李申 陈卫平 主编

哲学与宗教

任继愈题签



【第六辑】

上海师范大学国际儒学院学报第三辑



上海人民出版社

李申 陈卫平 主编

哲学与宗教

任继愈题签



【第六辑】

上海师范大学国际儒学院学报第三辑

上海师范大学国际儒学院
上海市普通高等学校人文社会科学重点研究基地
上海师范大学中国传统思想研究所

《哲学与宗教》编辑部：崔宜明 石立善 郭美华

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

哲学与宗教. 第6辑/李申, 陈卫平主编. —上海:
上海人民出版社, 2012
ISBN 978 - 7 - 208 - 10667 - 3

I. ①哲… II. ①李…②陈… III. ①哲学—丛刊②
宗教—丛刊 IV. ①B - 55②B9 - 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 067799 号

责任编辑 田芳园

封面设计 傅惟本

哲学与宗教 (第六辑)

李 申 陈卫平 主编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 720 × 1000 1/16 印张 19 插页 2 字数 314,000

2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 208 - 10667 - 3/B · 927

定价 45.00 元

上海师范大学国际儒学院

叶选平



国际儒学联合会会长叶选平（原全国政协副主席）
为上海师范大学国际儒学院成立题写院名

目 录

● 特稿

- 儒学思想对当代私营公司企业文化的影响 赵毅武 3

● 哲学与哲学史

- 论黄宗羲对近代中国思想界的影响 朱义禄 15
模仿的价值 [日]宇佐美文理 著 方旭东 校译 31
生肖纪年与中国传统思想中的精媚观 孔庆典 47
《论语》中的民生思想及其当代意义 吴 宁 64

● 宗教与无神论

- 唐君毅论宗教精神(上) 彭国翔 73
梵蒂冈图书馆的中国伊斯兰教汉文典籍及收藏背景 王建平 104
20 世纪初驻华宗座代表刚恒毅对天主教本地化以及东西方文化
融合的思考 顾卫民 110
宗教运动略论 王江武 130

● 海外中国思想研究

- 深衣考——关于近世中国、朝鲜及日本的儒服问题
..... [日]吾妻重二 著 吴 震 译 143
六朝隋唐的社会、思想与宗教 [日]吉川忠夫 著 石立善 译 181
张自烈撰《四书大全辨》与明末清初的
士风 [日]三浦秀一 著 石立善 校译 198

试论西顺藏的中国研究	刘 寅	219
● 青年学者论坛		
条理论与新理学——兼论张东荪对冯友兰的批评	张永超	235
各言其志——《论语》“子路、曾皙、冉有、公西华侍坐章”解	王 硕	246
● 哲学随笔		
思想史“写作”的里里外外	杨海文	267
“墙有耳”读解	李若晖	272
● 新著序跋与书评		
思想史“前沿”背后的伤怀“细节”——梁涛主编《中国思想史前沿》 读后感	杨海文	277
《东亚的宗教与文化》后记	石立善	281
《海外中国哲学论丛》叙	方旭东	283
● 学术动态：“历史与现状：基督教与伊斯兰教的关系与对话”国际学术研讨会		
中国基督教三自爱国运动委员会主席傅先伟长老在开幕式上的讲话		287
上海市伊斯兰教协会会长白润生阿訇在开幕式上的讲话		290
“历史与现状：基督教与伊斯兰教的关系与对话”国际学术研讨会 综述	田海燕	293

特 稿

儒学思想对当代私营公司企业文化的影响*

赵毅武**

中国私营经济自1990年以后高速发展,目前,有私营企业789万个,私营经济占中国GDP的56%,在城镇就业中,私营经济提供的岗位占70%左右。私营经济的增长速度曾达到20%—30%左右,高于全国GDP的增长速度。目前,私营经济已经由一个数量扩张型的发展转到了数量和质量并行发展的一个重要阶段。私营经济数量还在发展,但已经到了一个质量提高的阶段。

目前中国私营经济发展面临一些问题,在加入世贸组织之后,市场竞争加剧,企业面临很大的压力,虽然私营经济初步发展起来,然而问题不可小视。一是目前私营经济呈现出早期市场经济症候,主要表现在市场秩序存在一些混乱现象,劳资矛盾呈加剧之势;二是“小富即安”的思想比较普遍,不少私营公司缺乏进一步发展的动力;三是融资渠道不畅,企业发展后劲不足;四是企业经济管理需要改善。

一、当代中国私营公司企业文化建设现状

如果把中国私营企业的发展分为创业期(资本,机遇)、成长期(管理,市场)、平

* 美国哈佛大学教育研究院的教授特雷斯·迪尔和艾迪·肯尼迪说:“企业文化是一个企业所信奉的主要价值观”,是由价值观、英雄人物、习俗仪式、文化网络、企业环境等共同构成。见特雷斯·迪尔和艾迪·肯尼迪,《企业文化——企业文化的习俗和礼仪》1982年版。

** 编者按:本文作者是北京纳通医疗集团总裁,国际儒学联合会常务副理事长,上海师范大学国际儒学院院务委员会副主任,长期热心于儒学研究和传播事业,对于运用儒学思想于现代企业管理的实践也深有心得。本文为作者在韩国首尔“2010年儒学思想国际学术会议”上的发言。

稳期(企业文化,管理)的话。中国的很多私营企业在经历了激烈的市场竞争的考验后,都已经具备了相当的市场生存能力,即已经走过了创业期,向着成长期和平稳期发展。企业规模发生了变化,由小型成长为中型,有的甚至成长为大型企业。企业所面临的市场环境也发生了变化,由不太规范变得较为规范。但是,很多私营公司在早期小规模状态下和市场还不规范的环境下,形成了自己的企业文化,这种文化早期在企业发展中曾经起到了重要的作用,但在企业规模和外部环境变化之后,企业原有的文化正在成为企业进一步发展的障碍。

1. 企业文化处于低层次,追求单一经济效益的状态

中国私营企业的成长过程大多含辛茹苦,财富的积累来之不易,艰难的创业经历使大多数人自然具有一种效率观、效益观,对于工作效率、经济效益的玩命追求是很多私营企业的核心,这相对于无效率概念、无效益意识的情况来讲是一种进步,但是对效率、效益的过分追求,特别是对于股东利益的过分追求,往往使私营公司的企业文化观处于一种低层次状态,进而束缚和危害企业的长远发展。这一点在私营房地产行业和煤炭行业表现最为突出,这些领域的不少私营企业为了追求利益最大化,置顾客利益、员工利益、社会责任于不顾,甚至置顾客和员工的健康和生命于不顾。最近的假奶粉事件、假疫苗事件、矿难事件都是具体的证明。这些文化倾向将会严重影响中国私营企业的健康发展。中国私营公司的企业文化必须尽快超越这一层次,进入到更高的层次。

2. 企业文化的形成具有一定的自发性,难以进行自觉的变革

对于大多数中国私营公司来说,现有的贯穿于企业管理的价值理念,许多是在长期经营中自发地形成的,带有比较浓厚的狭隘的经验色彩,零碎而不稳定。有的私营企业虽然在文字上提出系统的、较为先进的文化理念,诸如经营理念、经营使命、经营价值观等,但往往停留在形式上,说的是一套,做的又是一套。企业文化的形成与超越,首先需要企业家根据企业内外环境的变化,对企业发展的重要问题作出系统的重新思考和认识,并将这种思考和认识系统表达出来,中国大部分私营企业领导人显然还没兴趣去做这种短期内难以带来经济效益的功课,所谓的企业文化建设,多是装装门面,跟跟时尚而已。私营公司企业家对于企业文化的这种“叶公好龙”式的态度,直接导致了私营企业文化的形成的自发性,增加了企业变革和重塑的难度,使企业难以形成真正有力的、与时俱进的信仰支撑体系和文化传播体系,因而降低了企业文化应有的作用。

3. 企业文化理念多而杂,缺乏明确的核心

在中国私营公司的企业文化理念体系中,所用到的主题词至少有几个,诸如企业精神、核心价值观、核心理念、企业宗旨、企业愿景、企业品行、经营理念、管理理念、企业道德、企业精神等。其中不同主题词表达的可能是同一种内容,同一主题词表达的也可能是不同的内容,这种文化基本概念上的不统一导致了文化建设过程中的一定障碍。究其原因,是私营企业在文化建设中过于强调个性化的结果。个性化在文化建设中有一定的意义,但为个性而个性就会走入误区,成为一种形式性的东西。

4. 企业文化建设存在问题,但也有亮点

中国私营公司的企业文化建设存在一些问题,但也有许多亮点。私营公司的性质决定其具有自身的优势,私营公司具有强烈的竞争意识、创新意识、效率意识以及人才意识,市场竞争的巨大压力使得他们不断进取、不断追求。有些私营公司善于在实践过程中不断总结、不断提升,与时俱进,重视通过企业文化建设来强化公司的管理,取得优异的成绩,成为私营公司的佼佼者。

二、儒学思想对私营公司企业文化建设的影响

在这里我们介绍两个企业文化建设比较成功的企业,从中可以看到儒学思想所产生的影响。

1. 海底捞餐饮有限责任公司

海底捞餐饮有限责任公司以经营川味火锅为主、融会各地火锅特色为一体,是一家大型跨省直营餐饮品牌火锅店。自1994年创立后,经历16年艰苦创业,不断进取,“海底捞”从一家不知名的小火锅门店起步,发展至今,拥有7000余名员工、4个大型配送中心与约20余亩的大型生产基地、总经营面积超过5万平方米的36家直营分店,并以每年平均开拓7个店的速度发展。

其创办人张勇生于1971年,1988年从技校毕业后,在四川拖拉机厂做了6年工人,1994年创立了第一家“海底捞火锅”,取得成功。他的管理实行“以人为本”,对员工给予充分的信任和尊重,调动员工积极性,从而造就了这个餐饮界“神话”。

海底捞餐饮有限公司以它贴心的服务和根植于中国传统文化的管理理念而著名。“海底捞”在食客中以“等位”而著名,等位时间经常漫长到两个小时以上,但等

位区并无通常所见的抱怨和焦急。等位的顾客可以享受很多免费服务项目,都说对这种贴心服务感到“受宠若惊”,感慨“终于找到了做上帝的感觉”。细观其企业文化,不难发现其中处处闪现着儒家思想的影响——以人为本、平等信任、激励进取、育人为先。

张勇认为,人是海底捞的生意基石。“人与人之间是平等的”,这是张勇经常和员工说的一句话。平等的意识将激发员工更大的工作热情,把“海底捞”当作自己的事业来做。从如何解决“怎样才能让员工把海底捞当家”这个简单而关键的问题出发,依据“老吾老以及人之老,幼吾幼以及人之幼”的理念,找到了“把员工当成家里人”这个简单却经常被人忽视的正确答案,并遵循这一理念,做出了很多创新性的举措:员工住的都是正规住宅,有空调和暖气,电视、电话一应俱全,还可以免费上网,公司雇人给宿舍打扫卫生,换洗被单;在员工家乡建立寄宿学校,解决员工子女的教育问题;鼓励夫妻同时在“海底捞”工作,而且提供有公司补贴的夫妻房等。

“海底捞”的财务基础设计的出发点,是“人性本善”。比如全体员工拥有免单权,这样可以激发员工的被信任感,拔高员工的道德水准,鼓励其为荣誉感而努力与尽力。当然,基于“人性本善”的充分授权背后仍然有严谨的财务原则。并不是说有了精神激励就不需要制度了,只是不以制度约束为主,当个人约束不住自己的时候,才用制度来做补充。

“海底捞”推行“育人为先”的人才培养战略。不以利润为第一关注点,而是以人才培养为重点。本着“己欲立而立人,己欲达而达人”的原则,“海底捞”的成长以员工的成长为基础,公司与员工共同发展。他们认为“对管理者最好的培训就是使用,让他在错误中成长”。

激励员工积极向上,将“双手改变命运”的价值观在“海底捞”变成现实。“海底捞”设立员工晋升级别:一级、二级、先进、标兵、劳模、功勋。功勋级员工的收入和店长不相上下。用物质与精神相结合的激励机制促进员工成长,因为“海底捞”的员工多数来自农村,由于地域和条件的特殊性,他们普遍内心有骨气但又比较自卑,他们重视名誉,渴望得到他人的认可和尊重。所以对他们的尊重关爱和教育鼓励很重要。通过树立“标兵”、“先进员工”、“优秀员工”这些催人上进的称号,有效地激发了员工们的工作热情和积极性。员工们把能得到这些称号,看得比奖金还重要。一个企业不重教化、不重精神力量是办不好的,儒家的一个重要思想就是教化为先。

2. 华为技术有限公司

华为技术有限公司已成为全球领先的电信解决方案供应商。1988 年创立时,创业资金 10 万元,初始业务为代理销售香港一家公司的交换机,随后研发并推出了农村电信数字交换系统解决方案,开始了其以研发为依托的迅猛扩张。到 2008 年,“华为”被商业周刊评为全球十大最有影响力的公司之一,2009 年,“华为”销售额突破了 300 亿美金,超过诺基亚、西门子和阿尔卡特朗讯,成为仅次于爱立信的全球第二大设备供应商。“华为”的产品与解决方案已经应用于全球 100 多个国家和地区,在海

	“华为”企业文化核心价值观	儒学思想影响
成就客户	为客户服务是“华为”存在的唯一理由,客户需求是“华为”发展的原动力。坚持以客户为中心,快速响应客户需求,持续为客户创造长期价值进而成就客户。为客户提供有效服务,是其工作的方向和价值评价的标尺,成就客户就是成就自己。	“华为”核心价值观的第一条是“成就客户”,同样是“己欲立而立人,己欲达而达人”精神的体现,“华为”作为世界级企业,致力于谋求和谐的发展环境,与友商和谐共处,为客户竭尽所能,彼此成就。
自我批判	自我批判的目的是不断进步、不断改进,而不是自我否定。只有坚持自我批判,才能倾听、扬弃和持续超越,才能更容易尊重他人和与他人合作,实现客户、公司、团队和个人的共同发展。	先贤曾子说:“吾日三省吾身——为人谋而不忠乎?与朋友交而不信乎?传不习乎?”每天多次进行自省。对应于此,“华为”奉行的是“自我批评”的核心价值观,把自我批评作为一种武器、一种精神,借此战胜困难、摆脱危机。
开放进取	为了更好地满足客户需求,积极进取、勇于开拓,坚持开放与创新。任何先进的技术、产品、解决方案和业务管理,只有转化为商业成功才能产生价值。坚持客户需求导向,并围绕客户需求持续创新。	进取的价值观恰恰符合儒学所倡导的积极进取的理念,《周易·乾卦·象言》有“天行健,君子以自强不息”的说法,提倡“刚健”观念和“自强不息”的原则。《大学》引《汤之盘铭》文有“苟日新,日日新,又日新”句子,意思是要天天更新自己,不能静止不变,每天都要有新的提高。任正非强调进取的重要性,他说:“在产品和解决方案领域要围绕客户需求持续创新。”持续创新,就是“日日新”。
至诚守信	只有内心坦荡诚恳,才能言出必行,信守承诺。诚信是其最重要的无形资产,“华为”坚持以诚信赢得客户。	儒家视诚信为修身养德和治国立业的重要条件,尤其是商业的根本。《论语·为政》篇里说:“人而无信,不知其可也。”《中庸》里说:“诚者,天之道也;诚之者,人之道也”,把诚信视为天地万物之道,极言诚信不可或缺的重要性。任正非说:“华为十几年来铸就的成就只有两个字——诚信,诚信是生存之本、发展之源,诚信文化是公司最重要的无形资产。”可见其对诚信的重视程度。

(续表)

	“华为”企业文化核心价值观	儒学思想影响
团队合作	胜则举杯相庆,败则拼死相救。团队合作不仅是跨文化的群体协作精神,也是打破部门墙、提升流程效率的有力保障。	《国语·郑语》:“夫和实生物,同则不继。”中国传统文化不但主张“和”,而且提倡“和而不同”,强调统一中的差异、和谐之中的多样,在寻求一致的同时也包容个性。孔子在《论语·子路》中更把“和”、“同”思想提炼为道德箴言,叫作“君子和而不同,小人同而不和”。“和”是不同的东西相参合,“同”是相同的东西相结合。“华为”所提倡的“团队合作”恰恰是这种思想的体现,强调相互配合,团队协作。
艰苦奋斗	没有任何稀缺的资源可以依赖,唯有艰苦奋斗才能赢得客户的尊重和信赖。奋斗体现在为客户创造价值的任何微小活动中,以及在劳动的准备过程中为充实提高自己而作的努力。坚持以奋斗者为本,使奋斗者得到合理的回报。	《周易》中说:“君子终日乾乾,夕惕若,厉无咎。”人不仅要整天自强不息、发奋有为,而且每日要心存警惕,好像随时会有危险发生一样,才能免除灾祸,顺利发展。在《论语·雍也》中孔子说过:“仁者先难而后获,可谓仁矣。”都是讲必须先有付出,经过努力才会有所收获,强调了艰苦奋斗的必要性。这也体现了“华为”所提倡的核心价值观之一,它是当代私营公司获得发展的必要条件。

外设立了 20 个地区部和 100 多个分支机构;在美国、印度、瑞典、俄罗斯及中国等地设立了 12 个研究所和 31 个培训中心。

任正非是“华为”的创始人,他生于 1944 年,被人们称为“中国最具影响力的商业领袖”。“华为”是中国本土企业自主创新和全球化运营的一个典范。任正非对企业的宏观战略有清晰的认识,他以自己独特的思想认识影响、指导企业的发展。“华为”已树立起自己独具特色的企业文化,这种企业文化之中蕴含着总裁任正非穿透企业纷繁复杂表象的深邃的思想力。从产品营销到技术营销再到文化营销,“华为”做得有条不紊。任正非对企业目标的界定,对企业管理的创新,对智力价值的承认,可以说都开创了私营公司之先河。

二十二年时间,“华为”飞速成长,无论是业绩还是企业文化,都处于一个高速发展变化的过程。现在来看“华为”的企业文化核心价值观,逐条分析,从中可以看出儒学思想的影响。

“华为”现在的企业文化已不是原始的“华为”文化,是经过一个巨大改造的。

我们来看看“华为”早期的企业文化。“华为”的第一次创业是靠企业家行为,为

了抓住机遇,不顾手中的资源,奋力牵引,凭着他们的艰苦奋斗,远见卓识和超人胆略,使公司初具规模。创始人的个人性格、人生经验、价值理念和做事风格深刻地影响着企业的文化氛围,构成了企业最本源的文化基因。“华为”创建之初,条件十分艰苦,只是一个小小的代理商。军人出身的任正非,自身带有浓厚军事色彩并且强调斗争性的个人色彩,这一点对“华为”影响颇深。他曾经对“土狼”时代的“华为”精神作了经典概括。他说:“发展中的企业犹如一只狼。狼有三大特性,一是敏锐的嗅觉,二是不屈不挠、奋不顾身的进攻精神,三是群体奋斗意识。企业要扩张,必须要具备狼的这三种特性。”“狼性”就这样被作为“华为”精神延续下来。

这是“华为”在创业初期所采取的措施,在市场竞争激烈的环境下要求员工像狼一样“虎口夺食”,这种文化在创业阶段确实发挥过很大作用,“华为”公司藉此迅速成长起来。然而,“狼性文化”是一柄锋利的双刃剑,狼性中同样深藏着固有的狼性弱点:狡黠,残酷无情,攻击性过强,为达到目的不择手段等。在这种“狼性文化”的熏染下,企业及员工容易在文化中迷失。

自2000年开始,“华为”面临“二次创业”转型期,意识到了“狼性文化”所造成的后遗症有多严重。走向世界的“华为”,需要一种全新的企业文化理念支撑,使它成为依靠成熟体制和管理的国际性大企业。这种企业文化理念来自哪里?下面摘要引述中国长江商学院院长项兵的文章来说明:

在流程变革最艰难的1999—2000年间,IBM管理顾问对华为管理存在的问题作出了阶段性总结:华为没有时间把事情一次性做好,却有足够的时间将事情一做再做。华为公司等级森严,缺乏沟通文化,导致试图通过各种组织调整和会议来解决问题。这使任正非意识到,华为过去赖以成功的企业文化中的某些因素现在变成了管理变革的阻碍。

任正非认为,管理变革的困难真正出在“体制之争”层面。华为引入IBM的管理方法被看作是纯粹西方的现代管理理念,但公司内部思维方式仍然是“中国式”的,或者说是“过去的华为式”的。这种“中学为体、西学为用”的思维方式在员工层面形成了“体用割裂”的行为方式,这种看起来不符合行为规范的行为习惯解决起来非常困难。不过,任正非同样反对“全盘西化”,他认为这是从一个极端走向另一个极端,与“中学为体、西学为用”一样,都不是也不可能是国际化的正确选择。在2000年,任正非提出了著名的“灰色理论”,这既是他哲学

思维的体现,也是华为文化变革方向的概述:

灰色就是黑与白、是与非之间的地带;灰色的含义就是不走极端,在继承的基础上变革,在稳定的基础上创新,在坚持原则和适度灵活中处理企业中各种矛盾和悖论。

华为在2002年初对总监级以上的高级管理者进行了为期几天的封闭培训,邀请北京大学哲学系和中国社会科学院的8名学者讲授东方文化与哲学思想及新教伦理与资本主义精神等西方哲学思想。任正非希望借此开拓高层的视野,重塑他们的思维模式,为管理变革的深入推进打下思想基础。

任正非相信,日本、韩国等亚洲企业走向世界级的过程中,都曾经经历过企业文化变革的痛苦历程,也曾经为跨越文化障碍交过高昂学费。因此,只有建立符合世界级企业需要的企业文化,华为的业务流程变革才能真正取得成功。

在选择自己的企业文化问题上,任正非强调东方智慧固然重要,但要实现华为的国际化,必须实现“道术合一”;华为要超越“体用之争”,把企业文化融入到制度才是企业传承的最佳方式。而这种企业文化与制度的融合过程本身就需要一种新的催化剂——人的职业化。

任正非说:与国际对手间的巨大差距,如果不首先建立起与国际接轨的流程化组织和职业化的员工队伍的话,则不可能在高端的产品及市场领域与竞争对手抗衡,更无法实施收购兼并策略,因为一群青纱帐里走出来的“农民”绝不可能去运营国际化的现代企业,也无从去消化买回家来的“西式大餐”。

总之,无论是前面谈到的“海底捞”还是“华为”,他们的共同点就是注意运用儒学的一些思想精华来指导企业文化建设,构建企业核心价值观,事实证明,他们是成功的。从中可以清楚地看到,当“华为”度过初创期,处于成长期的时候,任正非用儒学思想来教育员工、指导企业文化建设,成功完成了“二次创业”阶段的思想转变,促进了“华为”的发展壮大。而“海底捞”的张勇,一直重视把儒学思想贯注于企业的管理原则之中,体现在企业管理的多个方面,取得了很大成功。

“华为”和“海底捞”都是中国企业,他们的员工都来自中国,都生活在中国人群构成的环境中,他们拥有共同的价值观和传统文化的基础。因此,企业引入中国传统文化特别是儒家的有价值的理念来指导企业文化建设及管理,不仅具有必然性,而且实践证明,具有很大的成效性。

三、仁义诚信——儒学核心思想在企业文化建设中的应用

1. 关于仁义思想的应用

儒家的核心思想就是“仁”，儒家的根本之道就是“仁道”。孔子讲“仁者爱人”，就是要有仁爱之心，孟子称之为“恻隐之心”。至少在思想观念上，孔孟是主张人人平等的，并要求推己及人，由衷奉行。

“义者宜也”。“义”是指合乎“仁”的行为，是“仁”的体现。“义”的基本涵义，就是合乎仁道，追求合理、适时、正义、公正。“义”在一些儒家那里上升为一种世界观范畴，它是世界万物发展所遵循的正道。天地有大义，社会有大义，人伦道德有大义，无此大义，天地无以运行、社会无以延续、人伦无以存在。承认有这样一个“义”的存在，就是承认人们看待自然世界与人类社会存在着取得共识的可能。这个共识不仅要顾及人类作为一个高等生命体的存续，也要顾及人类所处的外部世界。儒家先贤们提出“义”的概念，是要给所有的社会活动、生产活动确定一个最基本的原则，在价值观上确定最基本的标准，使具有不同文化、教育、种族背景的人共同遵循。

“海底捞”的创业发展就是一个很好的证明。“海底捞”在管理经营中注重“仁”、“义”的贯彻，讲平等、讲尊重、讲信任。与其他服务行业“顾客至上”的原则不同，“海底捞”是“员工第一”，他们认为：只有让员工先满意了，员工才会真正让顾客满意。企业对员工讲“仁”、讲“义”，员工自然会回报企业。这一独特的企业文化所形成的凝聚力，使“海底捞”员工流动率一直保持在 10% 左右，大大低于中国餐饮业的员工平均流动率 28.6%。

2. 关于诚信思想的应用

“诚”是《中庸》的一个基本理念。“诚者，天之道也；诚之者，人之道也。”（《中庸·二十章》）。“诚”并且具有能不断化育万物的特点，“唯天下至诚为能化”（《中庸·二十三章》），“故至诚无息”（《中庸·二十六章》）。反之，如果做不到“至诚”，那就会失去一切。“不诚无物”（《中庸·二十五章》）。“信”的基本涵义是守信，言行一致，忠于诺言。孔子说：“敬事而信”，“信则人任焉”。总之，诚信应是人与人之间交往最基本的准则，是立身之本，也是立业、立国之本。

市场经济是交换经济，一切商品的交换活动，形式上都要求交换双方诚实守信、履行合同。诚实守信本应是市场经济的一种伦理原则。市场经济又是竞争经济，竞