

契合与升华

传统儒商精神和现代中国市场经济理性的建构

唐凯麟 罗能生 著

湖南人民出版社

98
F715
540
2

契合与升华

——传统儒商精神和现代中国市场理性的建构

唐凯麟 罗能生 著

湖南人民出版社

XAJ1P/04

责任编辑:章红立

装帧设计:廖 铁

契合与升华

——传统儒商精神和现代中国市场理性的建构

唐凯麟 罗能生 著

*

湖南人民出版社出版、发行

(长沙市岳麓区银盆南路 78 号)

湖南省新华书店经销 长沙市富洲印刷厂印刷

1998 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:12

字数:274,000

ISBN7—5438—1726—8

B·39 定价:13.80 元

目 录

导 论：经济、文化、儒商	(1)
第一章 儒家文化与商品经济	(14)
一 从韦伯论儒教谈起	(14)
二 关于儒家文化与商品经济的几点规定	(21)
三 儒家对商品经济的基本态度与认识	(27)
四 儒家文化与商品经济的异质和同构	(34)
五 儒家文化与商品经济的互补整合	(48)
第二章 儒商的演变与发展	(64)
一 儒商的初步形成	(66)
二 儒商的潜在发展	(73)
三 儒商的兴盛时期	(81)
四 儒商的近代发展	(99)
五 儒商的海外拓展	(108)
第三章 儒商的商业价值观	(114)

一	“经世济民”的商业理想·····	(114)
二	“创家立业”的功业意识·····	(121)
三	“治生裕后”的功利追求·····	(125)
 第四章 儒商工作伦理精神 ·····		(129)
一	勤勉敬业的工作态度·····	(129)
二	节俭寡欲的自律准则·····	(134)
三	百折不挠的奋斗精神·····	(139)
四	重群克己的合作意识·····	(143)
 第五章 儒商职业道德规范 ·····		(150)
一	以义驭利的经营原则·····	(150)
二	诚信为本的行为规范·····	(157)
三	买卖公平的交易准则·····	(164)
四	和气生财的处事方式·····	(167)
 第六章 儒商的经营之道 ·····		(172)
一	儒商经营之道的一般特点·····	(172)
二	家族本位的经营组织方式·····	(182)
三	契约与人情相结合的交换方式·····	(186)
四	薄利多销的经营方针·····	(192)
五	因名求实的经营艺术·····	(195)
六	以和济争的经营方法·····	(199)
七	趋时应变的经营策略·····	(203)

第七章 儒商的管理思想	(210)
一 以人为本的基本理念	(210)
二 厂家一体的运作方式	(217)
三 以身作则的行为引导	(220)
四 等级和谐的关系协调	(224)
五 情理互补的管理方法	(229)
六 心物兼用的激励机制	(235)
 第八章 儒商的处世风格	 (240)
一 稳健求实的办事作风	(241)
二 亦贾亦儒的生活方式	(245)
三 沉迷洒脱的诗心境界	(249)
四 君子商人的人格理想	(253)
 第九章 儒商与西方商人、犹太商人	 (257)
一 文化传统、社会环境、商人	(257)
二 经营价值理念的不同	(260)
三 经营伦理观念的差异	(265)
四 经营管理方式的区别	(272)
五 经营风格的各具特色	(279)
 第十章 传统儒商精神的现代重构	 (284)
一 现实呼唤自觉的商人精神	(284)
二 儒商精神现代重构的必要与可能	(290)
三 传统儒商精神的现代透视	(294)

四 重构儒商精神的基本思路·····	(297)
 第十一章 现代中国市场理性建构的根据、原则和方式 ·····	(300)
一 市场理性及其构成·····	(300)
二 现代中国市场理性建构的根据和原则·····	(307)
三 现代中国市场理性建构的途径和方法·····	(314)
 第十二章 现代中国市场理性的基本构成及其意义 ·····	(321)
一 现代中国市场的目的理性·····	(321)
二 现代中国市场的规范理性·····	(339)
三 现代中国市场的的方法理性·····	(352)
四 现代中国市场的理性精神·····	(358)
 结语：走向市场经济的自由之路 ·····	(366)
 附：本书主要参考书目 ·····	(369)
后记 ·····	(373)

导论：经济、文化、儒商

当代中国正处在一个伟大的历史变革时期。改革开放的大潮汹涌澎湃；市场经济的发展，如火如荼。中国正以蓬勃的朝气、坚定的步伐、迅猛的态势，走向富强、民主、文明的现代化的明天。这是中国有史以来最伟大的社会变革之一。像任何一次大的历史变革时期一样，人们在举步迈向未来的同时，又常常要回过头来对传统进行一番反思，一方面是通过传统的检讨，剔除民族身上的历史积垢，卸下沉重的历史包袱，轻装走向未来；另一方面是通过扬弃，从传统的深厚土壤中吸取民族精神的精华，补充民族走向新生的养分。这也就是为什么传统文化与现代化的关系问题成为当代中国经久不衰的理论热点的根本原因。随着社会主义市场经济的发展，传统文化与商品经济、市场经济的关系问题又成为传统文化讨论的中心。中国传统文化与市场经济是相容的，还是相互冲突的？传统文化能否在现代经济中开出新花？传统文化怎样才能与现代市场经济融通、整合？对于这些问题，人们见智见仁，从不同方面进行了种种探讨。然而，有一个对解决

这一问题有着十分典型意义的问题，却至今仍未引起人们足够的重视，这就是对儒商的研究。儒商既是商品生产者，又是传统文化的承载者，传统文化精神与商品经济意识在他们身上融为一体，二者的相互关系非常具体生动地展现出来，为我们考察传统文化与商品经济的关系提供了十分具体和典型的标本。遗憾的是，对于儒商和儒商精神虽然经常有人提及，却至今仍缺乏深入的研究。我们写作此书，就是想在这方面做一点拓荒探路的工作，以期通过儒商这一典型载体，从一个角度来探讨和揭示传统文化与商品经济的关系，从而为我们正确地认识传统文化的现代意义，吸取和利用传统文化为建立有中国特色的社会主义市场经济，特别是建构中国现代商人精神和市场理性提供一点启示。

社会主义市场是一项极其复杂的系统工程，不仅需要建立一个完善的市场体系，而且必须造就和培养一大批现代商人或企业家，必须建构起一种现代商业文化精神。马克斯·韦伯在《新教伦理与资本主义精神》一书中提出了一个基本思想：“没有企业家阶层，就没有资本主义的发展，没有道德宪章，就没有企业家阶层，没有宗教信念，就没有道德宪章。”^① 韦伯讲的是西方资本主义市场经济，一些观点未必确当。但其强调文化精神和企业家在市场经济中作用的观点却是有启发性的。确实，市场经济说到底是以商人或企业家作为主体的，市场运行主要是靠商人或企业家交互作用的行为促成的。因此，商人或企业家的行为方式影响和制约着市场经济的发展。而商人或企业家的行为方式又是受着一定的文化观念引导，受其精神素质制约的。商人的价值取

^① （英）S.B.Redding：《海外华人企业家的管理思想》，张遵敬等译，上海三联书店1993年版，第10页。

向、道德观念、思维方式和文化素养在一定意义上支配着商人或企业家的行为方式，从而也影响和制约着整个市场经济的运行。同时，我们还必须进一步认识到，中国社会主义市场经济除了有着与西方市场经济相同的一般属性外，还必然有着自身的特殊性。这种特殊性是由中国社会主义的现实国情和独特的文化传统决定的。这种特殊性也就客观上要求当代中国商人必须有着自身不同于西方商人的特殊素质，必须建构起一种有中国特色的商业文化精神。而儒商和儒商精神作为中国传统商人和商业精神的代表，对于塑造当代中国商人和商业文化显然有着重要的启发和借鉴意义。

儒商和儒商精神对于建构当代中国商业文化的意义，不仅从理论上说，它们之间有一种扯不断的血脉相承的联系，而且在事实上，海外华人商人以及东亚商人创造的经济奇迹给予了鲜明的昭示。近几十年来，海外华人商人异军突起，在世界经济舞台上纵横驰骋，出现了一批在各自经营领域堪称为王的杰出企业家和亿万巨富。例如：“世界船王”包玉刚，“世界塑料大王”王永庆，香港首富李嘉诚，新加坡“企业巨人”郭芳枫，马来西亚“亚洲糖王”郭鹤年，泰国首富、“金融巨擘”陈弼臣，印尼“世界巨富”林绍良，菲律宾“企业皇后”郑绵绵，美国“电脑大王”王安，“钢铁大王”王谭仲，等等。^① 这些世界著名的华人商人以其独特的经营运作方式，辉煌的经济成就，巨额的财富，令世人刮目相看、惊叹不已。据英国学者 S.B.Redding 估算，在 1987 年，海外华人的国民生产总值达 2000 多亿美元之多，在

^① 郭伟峰：《当代港台南洋经济强人列传》，经济日报出版社 1990 年；一萌、寒星：《港台海外称王的华人》。

除日本以外的大部分东南亚国家中，华人经济有着举足轻重的作用，在许多行业处于支配地位。^① 美国著名的金融杂志《投资者》1983年6月号评出世界最大的十二位银行家，其中华人占了五位。^② 1996年美国《福布斯》杂志披露世界十大富豪最新排行榜，其中有四位华人入榜，他们是香港的李兆基、李嘉诚、台湾的蔡万森、菲律宾的谭余。美国著名作家约翰·奈斯比特在其新著《亚洲大趋势》中指出，散布在世界各地的华人为全球最杰出企业家，无疆界的华人经济是全球的第三大经济。同时，他指出，华人企业家在市场经济舞台上，运用的是一套不同于西方企业家的“游戏规则”，这套规则愈益显示出其独特的价值和魅力。以上所列举的这些材料虽然很不全面，十分简略，但已可以从中看出华人经济的辉煌成就和华人商人的杰出表现。而海外华人商人在经营活动中的一个共同特点是：他们在采取现代市场经济的经营方式的同时，又保留了中国传统文化，特别是儒家文化的一些传统精神。其经营理念、经营组织方式和行为方式都深受中国传统文化，特别是儒家文化的影响，是一种典型的中国传统文化与现代市场经济相结合的方式。而正是在这种结合中，他们创造了自己的经营特色，也创造了震惊于世的经济奇迹。

与海外华商经济奇迹相类似的是日本等东亚商人及其经济奇迹。日本从战后一个满目疮痍、国民经济处于崩溃边缘的国家，经过几十年的努力，一跃而成为世界第二经济大国。日本本国和其他国家的一些经济问题研究专家都认为，在日本经济奇迹的创造过程中，基于儒家文化的日本文化精神起了突出作用。日本的

① S.B.Redding:《海外华人企业家的管理思想》，第4、42页。

② 施忠连:《传统中国商人的精神弘扬》，海天出版社1993年版，第10页。

许多企业家都自觉地把儒家文化的一些思想引入企业经营管理中，创造了一种与西方资本主义发展不同的经济模式：“东亚模式”，也有人称之为“儒教资本主义”。^①

海外华人商人和东亚商人创造的奇迹昭示我们，中国传统文化，特别是儒家文化并非与现代商品经济水火不容，而是仍有其鲜活的生命力和现代价值，能够为现代商品经济的发展注入某种精神活力。作为在商品经济与儒家文化结合过程中形成的儒商和儒商精神，更值得我们加以认真研究，从中吸取对我们建立中国现代市场经济有积极意义的因素。

“儒商”一词，在近近年来我国的报刊杂志以及电视节目中频频出现。人们常常把那些既有经商之才，又不失文雅风度，具有良好文化道德素养的商人称为儒商。一些企业家也以儒商自砺，立志做现代儒商。“儒商”一词的流行，儒商观念的广泛社会认同，一方面说明中国商人的自觉，即他们已不是简单地去摹仿西方商人，做一个洛克菲勒或亚科卡式的人物，而是在自觉地塑造有中国特色的商人形象；另一方面，也是人们对当代中国市场上“奸商”横行，“庸商”充斥，假冒伪劣商品泛滥，以及西方资本主义商业价值观流行的强烈不满而产生的一种理想企盼。然而，不论怎么说，“儒商”作为一个既古老又崭新的概念已经渗透到人们现代生活语言中，儒商观念已成为当代中国商业文化中一个不可分离的成分，因此，很有必要对它进行深入探讨，来一番“正名”。

“儒商”一词在当代中国虽然已被广泛运用，但其内涵和外

^① 杨敏：《儒家思想与东方型经营管理》第1章，《〈论语〉加算盘：儒家思想在日本企业中的运用》，河北人民出版社1990年版。

延却仍比较模糊，缺乏明确统一的界定。有人认为，“儒商是指具有很深文化素养、有知识分子气质的商人。”^① 有人认为，“传统中国商人群体中的特色商人——儒商，是传统中国商人在文化上达到的制高点”。“他们很明确地将经商这种人生设计作为谋生致富手段，将读书儒行作为人性品行的本质”。^② 也有人认为“儒商在中国乃至在世界上，已成为中华文化孕育出的商人形象。它的比较稳定的内涵大体是：受中国传统文化哺育，有良好的文化教养及职业道德，人际关系和谐，商务活动文明而精明，效益良好”^③。日本学者寺田隆信在《山西商人研究》一书中也提出了对“士商”的一些规定，他说：“经商者从准备到行商途中和交易场地，都要行动慎细、勤勉、诚恳，既不受奢侈的诱惑，又能目光敏锐，不误时机，并讲求商业策略，使经营具有合理性和坚实性，这样才能获得成功。特别是掌握时机，运用商略，乃获取利润之上策。惟有具备上述能力和道德的商人，才能称为理想的士商。”^④ 以上对“儒商”或“士商”的论述，都从不同方面对儒商的特性、特征进行了一些揭示和描述，对于我们把握儒商的内涵不无启发意义。但又都不太明确、完整和规范，有必要进行进一步的探讨和规定。

“儒商”一词在何时、何处开始出现已很难查证。就我们所知，最早把儒与商两个概念结合起来应该是在明清之际。我们知道，明中叶以后，随着商品经济的发展，社会上经商之风盛行，

① 施忠连：《传统中国商人的精神弘扬》，海天出版社 1993 年版，第 233 页。

② 顾倍晔：《传统中国商人的心理分析》，海天出版社 1993 年版，第 239 页。

③ 蔡伯元：《儒家贵和思想的现代价值》，《社会科学》1994 年第 7 期。

④ 寺田隆信：《山西商人研究》，张正明等译，山西人民出版社 1986 年版，第 297 页。

大批儒士或因世俗经商之风的诱惑，或因仕途无望以求出路，纷纷“下海”经商，他们“亦儒亦商”，“左儒右贾”，形成了一个儒士商人群体。当时把这些儒士出身的商人称为“士商”或“儒贾”。如当时的一些商业书就有《士商要览》、《士商规略》，《徽商程琐训子语》中有：“与其为贾儒，毋宁为儒贾。”^①显然，当时的“士商”就是指读书人出身的商人。“儒贾”一词则除了指读书人商人以外，还包含这些商人是“以儒术饰贾事”^②，“用儒意以通积聚之理”^③的意思，即以儒家的思想观念来进行经营。所以，总的说来，当时的“士商”、“儒贾”就是指儒士出身，并把儒家的思想观念运用到经商活动中的商人。应该说，这是“儒商”一词的本义。随着社会生活实践的发展和语言自身的演变，当代人运用“儒商”一词，其含义更一般化，所指也更加宽泛。那么，具体说来，我们应该如何科学地、恰当地来界定儒商概念，其内在规定是什么，外延所指包括哪一些？

首先，儒商应该是具有知识素养、文化气质的商人。朱熹说：“儒，学者之称。”在今天来说，这种知识素养和文化气质既可以是因读书人出身而固有的，如大学生、硕士、博士出身的商人，也可以是并未有很高学历，但在实践中好学苦读，而具备优良知识素养和文化气质的商人。如香港一些著名商人，像李嘉诚、郑裕彤等，早年家境贫寒，没有机会和条件去读很多书，但在其事业经营中逐步成为有丰富文化修养的人，甚至成为某方面的专家。因此，李嘉诚被香港大学授予名誉法学博士学位，郑裕

① 转引自《货殖：商业与市场研究》第479页，中国商业史学会编。

② 《谭渡黄氏族谱》卷九，《望公翁传》。

③ 陆树专：《陆文宣公集》卷七。

彤分别被澳门东亚大学和加拿大多伦多大学授予荣誉博士学位。反之，有些人也许是读书人出身，但“下海”经商后逐步消退了其知识素养和文化气质，一味追逐庸俗利欲，那就不能再算儒商。所以，儒商是一种高层次的商人，他既不是那种鼠目寸光、斤斤计较于毫厘得失的小商小贩，也不是那种腰缠万贯，除了钱以外什么都没有的暴发户。他既具有内在的知识素养使其眼界开阔，经营有方，又有其外在的文化气质，给人以文明高雅之感。

其次，儒商应该是受中国传统文化，特别是儒家文化的影响，并将这些文化观念渗透到经营活动中去，从而具有独特的经营观念和行爲风范的商人。儒商应该是有文化涵养的商人，但并非有文化涵养的商人就可以称为儒商，一个西方商人也许是一位博士、教授，但不会有人称之为儒商。儒商有其特定的文化内涵。从严格意义上说，儒商就是从文化角度对商人进行规定、划分的概念。从这个意义上说，儒就是指以儒家为代表的中国文化。儒商也就是深受儒家思想影响，注重“以儒术饰贾事”，“用儒意以通积聚之理”的商人，如在商业经营中注重义利统一，群体作用、诚信为本、和气生财等。正是这一点，使儒商既区别于“贪贾”、“庸商”，又不同于西方商人、犹太商人、阿拉伯商人，而是儒家文化圈国家和地区中孕育出来的一种具有东方特色的高层次商人。

从以上两个基本规定，我们可以得出儒商的外延所指。儒商首先是指中国商人，但并非所有中国商人都是儒商，只有那些具有良好文化素养和传统美德的商人，才可称为儒商，他们是中国高层次的商人。其次，是指优秀的海外华人商人。海外华商虽然身居海外，但根在中国，中国传统文化的血脉流淌在他们的精神世界里，这不仅表现在传统文化作为一种集体无意识渗透在他们

的感知方式、思维方式和行为方式中，而且表现在他们始终对中华文化的认同和自觉地运用中华文化去指导自己的思想和行为。正如英国学者 S.B.Redding 所说：“人虽然移到了别处，心灵深处却始终保持着中国人的思想感情，绝大部分人心理上并没有离开中国，至少是没有离开理想的，或许已经浪漫化了的中国文明观念。”“家族主义为核心的儒家信念，至今仍深深地扎根在绝大部分海外华人心中”。^① 显然，这些海外华人商人的优秀者也是典型的儒商。

同时，儒商不仅指华人商人，日本以及东亚那些深受儒家思想影响的商人也可称为儒商。日本的一些著名企业家像日本“企业之父”、一生创办 500 多家企业的涩泽荣一，被誉为“经营之神”的松下公司创始人松下幸之助，有“财界总理”之称的前日本经济团体联合会会长士光敏夫，还有三洋总裁井植薰，丰田创始人丰田佐吉等都深受儒家文化影响，并自觉地把儒家的一些思想引进自己的经营管理中，取得突出成就。日本学者伊藤肇在《东方人的经营智慧》一书中说：“日本企业家，只要稍有水准的，无不熟读《论语》，孔子的教训给他们的影响激励至巨，此种事例多得不胜枚举。”^② 涩泽荣一把他一生的经营之道归结为“论语和算盘”，如果“论语”代表儒的精神，算盘代表商的意蕴的话，那么，可以说这就是儒商的基本含义。因此，把一些深受儒家思想影响的日本企业家算作儒商是适当的。此外，东亚其他一些国家像新加坡、韩国等都属于“儒教文化圈”，儒家思想在

① （英）S.B.Redding：《海外华人企业家的管理思想》，张遵敬等译，上海三联书店 1993 年版，第 3 页。

② 伊藤肇：《东方人的经营智慧》，光明日报社出版，第 113 页。

这些国家至今仍有着重要影响，一些企业家也能自觉或不自觉地运用儒家思想于经营之中。韩国著名学者金日坤教授在《儒教文化圈的经济与伦理》一书中对此有充分论述。这些国家一些深受儒家思想影响的商人，也可以称之为儒商。

通过以上对“儒商”内涵和外延的辨析和考察，我们可以看到，儒商这个概念主要不是以地域来划分，也不是以时间来界定的，而主要是从文化角度对一种东方商人类型的概括。它既是相对于西方商人、犹太商人、阿拉伯商人而言的，指的是儒教文化圈国家和地区孕育出来的一种东方商人，又是相对于“贪贾”“庸商”而言的，指的是一种具有良好文化道德素质的“义商”、“良贾”，是一种高层次的商人。概括起来说，儒商是指受以儒家为代表的中国传统文化的影响，具有良好的文化道德素养和优秀的经营才能，其经营理念和行为方式体现出儒家文化特色的东方商人。

应该说，儒商这个概念具有较大的包容性，它所包容的那些不同时代、不同地区的商人在许多方面也具差异性和不同特点。但我们之所以把他们称为儒商，就是因为他们存在着一定的共同本质规定。这种本质规定就是体现在儒商经营实践中的商业文化精神——儒商精神。所谓儒商精神是儒商在长期的商业实践中，把中国传统文化，特别是儒家文化与商品经济法则互补整合而形成的一种具有东方特色的商业文化精神。它既反映了商品经济的一般要求，又体现出儒家文化的鲜明特色。它的内容大致包括：以经世济民、创家立业基本取向的商业价值观；以勤奋自律、团结合作为特征的工作伦理；以义利统一、诚信为本为基本原则的商业道德；以“商道”与“世道”相结合为核心的经营之道；以人为本，以和为贵的管理思想，以及以稳健求实、温和儒雅为特