

商业文化丛书

SHANG·GU·ZHI·HUEN



魏胤亭 等

商贾之魂

天津科技翻译出版公司

《商业文化》丛书

商贾之魂

魏胤亭 史瑞杰 编著
赵崇田 霍云鹏

天津科技翻译出版公司

一九九〇年五月

天津科技翻译出版公司
天 津 商 学 院

联合编辑

总顾问: 胡 平

顾 问: 王锦书 包如麟 汪恩华

张其泮 唐新元 韩太林

彭福宽 蒙鼎铭 鄢维安

穆 励

主 编: 李炳威 王松园

副主编: 郑凤钦 佟德真 马伟云

創造商業文化學
自強不息興中華

胡平

一九九四年
五月廿一日

代 序

用 改 革 精 神 创 建 商 业 文 化 学

胡 平

自我提出创建商业文化学以来，有相当多的同志不理解，有人问什么是商业文化学，是不是讲跨行业经营；有人说，商业部长不讲做生意，讲起商业文化学来了，这不成了“商业文化部长”了。我原本是学工程的，是属自然科学的范围，但后来在我几十年的工作中是从事政治、经济工作的。以往我虽然没有在商业部门、文化部门搞过工作，但我提出创建商业文化学却不是出于主观随意性，是经过多年的思索后，出于一种时代使命感、责任感才提出这一问题的。我今天借《商业文化研究会筹备会》开会之际讲三个问题：一是为什么提出要创建商业文化学；二是商业文化学的核心是什么；三是要用改革精神创建商业文化学。

本文是1990年4月10日胡平同志在《商业文化研究会筹备会》上的讲话，根据录音整理，发表在《商业经济研究》1990年第6期上，现作为本丛书的代序。

第一个问题，为什么提出要创建商业 文化学

在改革开放之前的三十年中，我国的经济和社会的发展取得了很大成就，必须肯定。我们也试图通过各种途径来加快建设我们的社会主义。毛主席发动了大跃进，以后又发动了文化大革命。当然这里面有错误，甚至被坏人利用，特别是文化大革命。但是，党中央、毛主席当时的意图是：中国这么一个大的国家，在世界上应该有自己的地位，应该快一点把社会主义建设起来。但在建设实践中，受到了挫折，其中原因很多，我们今天不是讨论这个问题。党的十一届三中全会以后，党中央、小平同志提出了许多主张。1978年提出了科学技术是生产力这个观点，在国内外引起很大震动，并逐步被人们所认识，起到了很大的作用，推动了社会的进步。但怎么把科学技术的优势变成商品优势，这要有一个过程。从自然科学本身来说，从实验室经过中间试验后变成商品，然后到社会上去检验，检验它的技术在经济上有没有生命力，然后才能成为商品批量生产，参加竞争。所以，科技这个生产力，要推进社会进步还得有其它许多因素的配合。因此，我们想到苏联，人造卫星是它第一个搞出来的吧！苏联从斯大林时期、到赫鲁晓夫时期、到勃列日涅夫前期，在许多领域里还是领先的。从勃列日涅夫后期开始，它的经济处于低速增长，甚至停滞的状态。这有种种原因，但从科技来看，显然没有美国那么高水平，同时，它也没有把很多科技优势开发转变为商品的劣势，造成消费品极度的缺乏。再看日本，它的科技，与美国比我看差不多，（基础研究方面

可能不如美国，电子工业领域可能超过了美国。)日本现在在国际上变成了一个经济大国，这是什么原因？除了科学技术之外，我看还有别的因素。从日本近代史来看，它是很重视通过抓教育来提高全民族的文化水平，从而推动了它的经济的发展、社会的进步。

我国经济的发展，要靠科学技术的进步，象农业最终还要靠科技解决问题。但是，光讲科学技术还不够，经济的发展，社会的进步，最终还要靠我们整个民族文化水平的提高。在党的十二大上，耀邦同志所作的政治报告中，提出了要提高全民族的文化水平，这是完全正确的。现在我国还有两亿多文盲，小学义务教育还没普及，要提高全民族的文化水平，还需要经过几代人的努力。这中间我们还有没有另外一种路子能够把经济快一点搞上去？我认为，学雷锋，提倡奉献，这都是我们的民族精神。我主张在幼儿、小学生、中学生中都要大力提倡“爱”。雷锋还不是“五爱”吗！热爱人民、热爱祖国、热爱共产党、热爱社会主义……。我常思索着怎么把提高全民族的文化素质与发展商品经济结合起来，互相推动。我1984年从国外考察回来后，在福建省厅局长会议上提出一个课题——如何提高全社会的经营管理水平。后来由福建省从事理论工作的同志就这个课题作了理论研究，他们写出了两份材料，一个是微观的，即企业本身的经营管理；一个是宏观的，主要是从政府行为出发研究经营管理。其中一个在我离开福建后被评上了奖。我为什么提出提高全社会的经营管理水平呢？这是因为我们中国的市场非常大，资源丰富、劳动力充沛；局部的改革，包括企业的改革也有很大的突破，取得了很大的成绩。但是，经济的发展仍受到许多制约，其中就有个全社会经营管理水平的问题，包括政府行为的科学决策。我在国外

考察时，看到人家的经营管理，如香港住宅的建设是配套的，在一个建设小区里，有幼儿园、小学、邮电所、银行、公共汽车站等等。它把盈利寓于良好的服务之中，这样它的楼层可以卖好价钱，如不配套，价钱就卖不好。它是出于经济的目的，但又是通过服务、通过从完善经营管理上体现出来。可是我们呢，是不配套，且各搞各的，不能形成一个整体优势。我们商业本身也存在这样的问题。这是历史原因造成的，是受自然经济的影响造成的。我认为，跟发达国家比，我们不仅在科学技术、文化素质方面有很大差距，在经营管理方面包括微观的、宏观的、不同层次的经营管理都有很大差距。

经营管理水平是一种综合性的精神财富的反映，是一个很值得探讨的问题。这几年，我国的企业家、改革家涌现不少，但从宏观层次上看，从全社会经营管理层次上看还不多。

我们要坚持社会主义，发展有计划的商品经济，坚持改革开放，实行计划经济与市场调节相结合，要使国民经济持续、稳定、协调地发展，保持经济稳定、政治稳定、社会稳定。在这些大前提下，我们还需要挖掘一个什么东西，以争取使我们的社会进步得更快点，以较少的投入，获得更多的产出、更多的经济效益和社会效益。这也是我考虑问题的一个出发点。因此，我提出了创建商业文化学的问题。我认为这是时代发展的需要，振兴中华民族的需要。就这一问题来看，国外有许多例子，拿日本来说，战后不久它又站起来了。现在它成了世界上的经济大国，实现了它原来用军事侵略的手段没能实现的目标。亚洲的“四小龙”，当它们在经济上起来时，我们才感到有了差距。这些国家和地区在经济上由起飞到发展是有各种原因的，有外因、有内因。1989年我第二次去新加

坡、第一次去马来西亚考察时，发现马来西亚在经济上也要起来了。它现在人均国民收入已达1000美元了；它的基础设施也相当好，资源也比较丰富；它的社会是稳定的。所以，我们本身的经验教训同周围国家和地区的发展来比，不能不推动我们来考虑商业文化这个问题。现在的问题是，怎么把它发掘出来，让它发扬光大，让大家都掌握这门学问，在微观、宏观方面都推广它，应用它，可能对社会经济的发展、政治的稳定都会有促进。这是我考虑提出创建商业文化学时的一个大的时代背景，也是想要更快地推进我们社会发展的一种设想。

第二个问题，商业文化学的核心问题 是什么

我认为，以民族文化作基础，加外来进步的文化，加商品意识、商品经济，有机地融合在一起是它的核心。

我们中华民族有着悠久的、光辉灿烂的文化历史。在通过贸易和其他交往中，我们也吸收了外来文化。为什么世界上有些文化后来就中断了，比如美索布达尼亚文化。这是什么原因？当然有战乱等方面的原因，恐怕与没有通过商业的交往、扩散、传播、继续下来有关。欧洲文艺复兴后带来工业革命，它也是与商品经济联系在一起了，当然它后来搞殖民地掠夺……。所以，文化对社会进步的影响，对商品经济的影响是不可估量的。亚洲有个著名的政治家（我现在不好讲出他的名字，因为他是私人跟我讲的），他说：任何社会都有个团结和竞争问题。他说的团结问题应属于政治领域，包括政府行为，调控、社会责任感在内；竞争指个人的竞争

或资本主义的竞争。他说，我们政治家就是要根据各国的实际情况找到一个团结和竞争的最佳平衡点。我认为他这是经验之谈。怎样又团结又竞争呢？要根据各个国家、民族、社会的实际情况来定。这位政治家认为，香港是100%的竞争，新加坡是30%讲团结、70%讲竞争。他认为日本对这问题处理得好。据说，日本当年在引进外资时，有个企业办得不好，日本方面出任的经理就要自杀，表示对不起国家和日本的朋友，对不起他的合作者、他的政府的政策。日本人为了他的民族和国家利益，有的可以不惜作出自己的牺牲，这是个民族心态问题，也是个民族文化观念问题。我看日本人把它的民族意识、民族文化、民族精神融化在商品经济社会里面去是搞得比较成功的，当然它也注意了吸收外来文化，并不是封闭式的。南朝鲜，它没有什么资源，人口也不多，但为什么能把它的经济搞到现在这种程度，除美国给它撑腰，日本给它帮助外，我看主要与它的民族精神有关。新加坡，华人占70%多，其它是马来人、印度人，它独立后，开始倾向西方比较多，因为它的法律是英国法律，官员也是英国培养的。但它搞了几年后有变化，这几年又有明显变化。它提倡各种族间要团结。1989年我去新加坡时，见到大街上写着“全民力争上游，人人自强不息”。这是讲的华人文化传统的话。李光耀发表讲话时曾说过：我是受了华文教育的，我的子女也是受了华文教育的，都得益匪浅，我还要让我的孙子孙女也受华文教育。新加坡这个国家，人口不到300万，为了使国家能独立和求得发展，它要找个精神支柱，这就是民族文化。它没有什么资源，可现在经济繁荣，1989年它的国民经济增长率为9%多。它确实采取了许多既鼓励竞争又讲团结、又提倡各种族文化发展，以造成一个稳定的社会环境的

措施。马来西亚也是这样。它是一个多民族国家，在华人、马来人、印度人之间，还有个宗教问题，矛盾很多。那年我参加它们的国庆观礼，见口号中有“要总结5.19事件的教训”（指1959年一次排华事件引起的社会大动荡），现在它们强调各种族间要团结。现在它的经济也开始上去了，究其原因，可能是因为它把民族的、种族的文化传统发扬起来以后，又跟发展商品经济结合起来的的结果。上边说的那位政治家，他在去年向我讲：东方民族，要改革开放，但东方人有东方人的文化观念和价值观念，同西方人不一样。我看，东方人的意识形态、文化传统有它一定的共同历史渊源。一些朋友讲，东方民族现正处在上升时期。我看过《大国的兴衰》这本书，从书中也可以看出，美国正逐步走向衰落。现在日本人不光买美国的工厂，还买美国的大学，花上几亿美金把大学买过来。这是出于什么目的？一方面想利用美国的学校培养一部分美国人，使之懂得日本的情况；另一方面是搞文化渗透。这是非常厉害的，美国现在招架不住。“亚洲太平洋”世纪有各种竞争，不能说没有军事上的竞争，但很大程度上是一种文化上的竞争。经济上的竞争是一种外部表现形式，内在的则是一种商业文化的竞争。现在日本货到处打入国际市场，其所以能这样，原因很多，但主要原因还是它把商业文化这一套渗透到了经济领域里、商品市场里，并巧妙地结合在一起了。在我国有些地方有人有了钱以后拿去修坟墓，这是继承了落后文化的表现，应该抵制。我们要把民族的优秀文化发掘出来，吸收西方进步的文化，跟有计划的商品经济结合起来，那我们就一定会有更大的竞争能力。一个民族必须有自己的精神支柱。毛主席讲，从孔夫子到孙中山我们都应很好总结。我看，我们除继承自己优秀文化外，对外来进

步的文化也要认真吸取。日本受中国文化的影响很大，明治维新后又吸收了西方文化，使它的经济上去了，现在成了世界上的经济大国。日本人把我们的“两参一改三结合”搬过去改变成它的东西。它这个民族是善于吸收外来文化的，又善于继承它自己的好传统。我看我们的好传统还是多的。在孔孟之道中，也讲人际关系，与现代的商品社会也不矛盾，在我国传统文化中强调和谐，但和谐与竞争是可以统一起来的。

我国现有11亿多人口，50多个民族，能保持这么一个统一的国家，任何外来侵略都能顶得住，这就是因为有个好的民族精神。今后，我们把这种精神用在发展有计划的商品经济上，创建好商业文化学，我们这个多民族的国家，就更会是大有希望的。

第三个问题，用改革精神创建商业文化学

在过去产品经济条件下，有没有商业文化学无所谓，因为一切都按计划分配，按人、按定额。现在要搞商品经济，要强调市场，强调竞争，这就跟原来的作法不同了。提出创建商业文化学的本身就是向传统的经营管理挑战。现在提出要创建商业文化学是不是早了一点，这可以探讨。但从时代发展的需要、历史发展的需要、有计划商品经济发展的需要来看，似乎有探讨创建她的必要。目前多数人还不理解，做生意的人好象也觉得无所谓，但搞理论研究的、还有别的行业的一些人却有兴趣探讨这个问题。现在洋人也找上门来了。依我看，我们要打破一些传统的观点，用改革的精神来创建

商业文化学。我认为商业文化学本身是多学科的、边缘性的学科。为了创建她，大家可以百花齐放，逐步探讨，逐步形成。我们上次开了研讨会，今后还要开，逐步扩大影响，然后再来开会讨论。因此，要成立一个组织来推动，甚至逐步发展成跟海外的朋友合作。

我们在研究创建中，可能会出现各种流派，有的主张这样，有的主张那样，这很好，可以把这个学科推向兴旺发达。

我们在创建中，一方面要抓理论的探讨研究，一方面要抓普及应用。应用的领域是很宽的。但这个东西似乎有点太抽象、太玄了，似乎看不见摸不着，她不象《广告学》、《商品美学》那样。但是，能够把她在实际中运用，用了之后能见效，人们就会有信心了。

对商业文化研究会筹备会草拟的章程、提出的选题我都没有什么意见。我想我们应聘请一些名人和权威人士来做我们这个研究会的后台。

前 言

一个人若六神无主、心不在焉，或不知所云、语无伦次，俗话就叫“掉了魂儿”。果真如此，别人势必无法和他正常对话或交往；长久下去，就是一种病态，最终必然难以在社会间正常生存。那么，一个行业、一个企业如若无魂，将是什么状况呢？

魂即精神。人之魂，即人之精神。人的精神不是可有可无的，离开了它，人将失去人的本性，成为一堆行尸走肉。人的精神也不仅仅是一种理论抽象，它要渗透于人的一言一行，一举一动。关键在于，人到底具有一种什么精神？对于一个行业和企业来讲，也是如此。

商业精神是随着生产和分工的发展、随着商品生产和商品交换的发展而产生的一种必然现象。商业精神是商品经济在人们头脑中的反映。商业精神既是一种行业精神，更是一种社会精神或民族精神。也就是说，人们要从商品经济产生和发展的大视角，即大商业观着眼，才有可能探讨真正意义上的商业精神。不管人们对本书的基本内容和主要观点是否赞成，我们有责任首先讲清这个大思路。并盼望有更多的同志和我们具有共同的认识。

商品经济决定和制约着商业精神。资本主义商品经济决定了资本主义商业精神从一开始就是一把锋利无比的双刃剑——资本主义商品经济的发展，社会财富的积累总是以沉痛的补偿为代价，商业精神的确立和弘扬总是以巨大的扭曲

为前提。因此，社会主义商业精神决不是资本主义商业精神的简单照搬，也不是对它的简单修补和增删，而是要另辟突破口。这是我们的又一个新思路。

按照这个思路社会主义商业精神不仅是对资本主义商业精神的扬弃，更是对有计划的社会主义商品经济的本质特征的反映。我们对社会主义商品经济的本质特征作了四个方面的概括，即共同富裕、宏观调控、公有制和素质再造；然后在此基础上分别论证了互利精神、全局精神、主人翁精神和育人精神；至于社会主义商业还应具有的其他各种精神，则都可以包溶于这四大系列之中，具体内容这里无需再作更多的重复。

撰写过程中，我们常想：中国能够不经过充分发展的资本主义阶段而进入社会主义，但绝对无法超越商品经济充分发展的历史阶段，这不就是说中国必须超越资本主义商业精神而确立和弘扬社会主义商业精神吗？进一步想，商业精神不仅是商品经济的反映，又是商品经济的指导；那么，确立和弘扬社会主义商业精神不正是建设有计划的社会主义商品经济的必然要求吗？从这个意义上说，本书所讨论的问题，不仅是合理的，而且是现实的，社会主义商业精神高扬之时，社会主义商业之魂塑成之时，就是社会主义商品经济真正建成之日。

对于商业，我们是门外汉；这本书，的确只是一块引玉的砖。这绝不是客套。感谢出版社以及许多有关同志为我们提供了一个学习和了解商业工作的极好机会。我们真诚地希望能有更多的同志来共同探讨本书所提出的一些问题，真诚地期待着来自各方面的批评和指正。

目 录

代序

胡平

前言

一、双刃剑——必然出现的幽灵——资本主义商业精神的两重性	1
(一)锋利的一刃，开劈了——令人头晕目眩的神奇进步	1
1. 从“上帝死了”谈起	1
2. 撕开温情脉脉的面纱	2
3. 赤裸顽强的动力——效益观念	4
(二)锋利的另一刃，砍出了一副——令人痛心疾首的惨象	6
1. 到底是谁人的“天堂”？	6
2. 合法的欺诈和强盗的逻辑	8
3. 有钱能买鬼推磨	10
二、互利精神——共同富裕——社会主义商业精神的最终目的	13
(一)“利”字面面观	13
1. 从批“利润挂帅”说起	13
2. 对“越穷越光荣”的再反思	15
3. 互利是商业的本性	17
(二)互利不等于平均主义	19
1. 一个古老而又年轻的“怪物”	19
2. 是谁吞噬了商业的真髓？	21
3. 互利不等于没有差别	24

(三) 鱼和熊掌 能够兼得	26
1. 短缺仍是主旋律	26
2. 走向公平和富裕的唯一法宝	29
3. 按劳分配两面观	32
(四) 关于“大河与小河”的争论	33
1. 大河无水小河干	34
2. 小河无水大河干	37
3. 可贵的共利意识	41
三、全局精神——宏观调控——社会主义商业精神的	
实现途径	45
(一) 奉献精神 过时了吗?	45
1. 最难最可贵的奉献	45
2. 奉献的真谛何在?	47
3. 牺牲和奉献——“疲软”的克星	50
(二) 从“红绿灯”说起	52
1. 屡禁不止的“洋破烂”	53
2. 调控的根本之法也在“失灵”	54
3. 商与法结伴而行	56
(三) 科学调控 与调控科学	59
1. 价格补贴两面观	59
2. “放风筝”的学问	62
(四) 砥柱中流的国 营商业	65
1. “主渠道”屡建奇功	65
2. 主渠道任重道远	67
3. “双稳”是当前最大的全局	70
四、主人翁精神——公有制——社会主义商业精神的	
坚实基础	73
(一) 从高消费浪潮 说起	73