



君子文化 与高等商科教育

陈飞虎◎著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press



君子文化 与高等商科教育

陈飞虎◎著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

君子文化与高等商科教育/陈飞虎著. —北京:
经济科学出版社, 2019. 6
ISBN 978 - 7 - 5218 - 0420 - 1

I. ①君… II. ①陈… III. ①中华文化 - 关系 -
商业 - 高等教育 IV. ①K203②F7 - 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 058127 号

责任编辑: 周国强
责任校对: 蒋子明
责任印制: 邱 天

君子文化与高等商科教育

陈飞虎 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcs. tmall. com](http://jjkxcs.tmall.com)

固安华明印业有限公司印装

710 × 1000 16 开 13.5 印张 200000 字

2019 年 6 月第 1 版 2019 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0420 - 1 定价: 68.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 打击盗版 举报热线: 010 - 88191661)

QQ: 2242791300 营销中心电话: 010 - 88191537

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

前言

在中华民族内部，传承着一种“拎得起、放得下，传得远、推得开”（徐小跃，2005）的君子文化。“讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同”的君子文化核心思想与我国高等商科教育所追求的“经商之道”和“立国之道”具有高度契合性，二者的融合能推动我国传统文化精髓和价值标杆的创造性转化与创新性发展，并能更好地构筑新时代中国特色社会主义高等商科教育有道德、有筋骨、有温度、有担当的“中国气派”。“中国气派”是凝心聚力、催人奋进的精神力量，也是我国高等商科教育趋向成熟的重要标志，洋溢着文化自信和教育自信。新时代，新气象，新作为。构建我国高等商科教育的“中国气派”正当其时，这既是我们自己的迫切要求，也是世界高等教育的红利。

一、当代个体性：无根、无助与重建

“个体”在当代社会具有不同寻常的特殊地位与意义，已成为社会生活的重要出发点。“个体化”已成为高度分化的当代社会的结构特征之一。改革开放以来的现代化中国，人们在思想和经济上获得了空前的独立和自主，其中的个体化过程虽然不同于西方的发展轨迹，但在西方个体化过程中发生的排斥、抽离与去传统化特征在今天的中国也发生了。个体正变得越来越独

立和更具个体性。

然而，当代社会在分享“个体性”的独立与自主的同时，必将承担随之而来的风险和痛苦。每个个体在构建独立性和自主性的同时，把一切存在看成为自我服务的对象和工具，着重于对事、对物、对人的认知与算计，渐渐隔离了与事物和他人的相通性。例如，诚以待物的传统在个体的傲慢与僭越中难免被“物”反支配；礼以待人的心灵感通在个体的自恋与自足中难免残缺与无助。不管何种群体，似乎人人都生活在痛苦与精神冲突之中：无根、孤立与矛盾。这是个体化的必然结果，也是个体灵魂无所依归的表现，但又不是任何一个个体造成的问题。寻找一条能将已经个体化了的人重新整合在一起的方法与路径，是这个时代的重要课题。

我们不能指斥“个体化摧毁了传统”，不能忽视个体性是内在于历史逻辑的。有着悠久文化传统的国家，面对改革浪潮和外来诱惑而产生的内部个体化变革是近代史中的一种普遍趋势。我国也不例外。尽管个体化对传统文化造成了很大程度的破坏，但如果没有个体化的突围，就不能树立新的东西。没有新的东西，传统文化就会成为历史的遗迹和景观，从而失去现实个体和民族的血肉支撑。

生命、自我、灵魂是人身上三个最重要的东西。这是人之为本质的本质，也表明了“自我”与“个体”在当代社会的至高地位与特殊意义。每个个体都是自我灵魂的投射。而灵魂不是空中楼阁，也需要依归之所，正如奥地利现代主义诗人里尔克（Rainer Maria Rilke）所说：“灵魂失去庙宇，雨水就会滴在心上”。里尔克的呼吁折射出当今时代的精神需求。我们必须进一步克服个体性的片面性和抽象化，寻求既具个性又具“共法”的理想人格，并在此基础上重建个体灵魂的“庙宇”。

二、君子：个体性与群体性合二为一的人格典范

冥冥之中，“宇宙秩序”自有安排：天地养人，万物惠人，而人生天地之间。敬天谢地，勤以修身，以礼待人，是人生天地间的本分，落实到思想和行为上，就是个体对天地和群体的依附表现，即良知与忠诚。这种良知与

忠诚其实质就是“仁”，即人与天地合一，人与人心灵感通。郭沫若曾经指出，孔子所谓的“仁道”，其实质就是“人的发现”。

在孔子的语境里，“仁者”和“君子”是共通的。“仁”是一切善行的发端，也是成为君子的基本条件。“仁”的主要内容是“爱人”。这种“爱人”以孝悌为基础，而又以“孝”为首要，即所谓“君子务本，本立而道生”。君子“爱”的对象首先是家人，然后是朋友及其他人，如水之涟漪，逐层向外扩展，最终扩展到全社会和全天下。孔子用“恭，宽，信，敏，惠”来统说“仁”的各种德性：恭敬庄重，宽厚待人，诚实负责，勤敏好学，慈惠他人。与“仁”相辅相成的还有另外两种特质，就是“知”与“勇”。“知者不惑，仁者不忧，勇者不惧。”（《论语·子罕》）“知”是明辨是非的才智，多指道德知识和实践经验。“勇”指的是公而忘私、舍生取义、明知不可为而为之的大无畏精神。孔子主张通过自身修养以陶冶情操，逐渐达到“不忧”“不惑”“无惧”的君子境界，追求其生命的意义。

奥地利心理学家维克多·弗兰克（Viktor Emil Frankl）提出用三种途径去发现生命的意义：一是通过创立某项工作或从事某种事业；二是通过体验某种事情或面对某个人；三是在忍受不可避免的苦难时采取某种态度。从工作中获得知识、经验、乐趣与明辨是非的能力；在体验中学会“爱”，用爱来对待自己的家人、朋友或身边的事物，推而广之，以实现自己的全部潜能；在挑战苦难的过程中迸发生命的意义并持之以恒。维克多·弗兰克尔的三种途径与君子的“知仁勇”是一致的，都是在群体性中实现个体性，是二者的高峰汇合。

孔子所开辟的“仁”的世界，是自我意识与人文主义思想融合的结晶，不仅是一个无限广阔的德性世界，也是个体生命所追求的意义与最终目的，其实质就是“如何做人”的问题。“君子博学于文”，“君子义以为上”，“君子和而不同”，君子“文质彬彬”。君子是个体自我和群体共性合二为一的人格典范。

三、君子之道：生活中的人伦德性

子产是孔子提及的君子人格榜样之一。“子谓子产，有君子之道四焉：其行己也恭，其事上也敬，其养民也惠，其使民也义。”（《论语·公冶长》）仁厚慈爱，轻财重德，爱民重民，宽广的胸怀和高尚的道德水准使得子产颇具君子之风。对于君子，宋代的欧阳修作了具体的总结：“所守者道义，所行者忠信，所惜者名节。以之修身，则同道而相益；以之事国，则同心而共济。”（《朋党论》）君子坚持的是道义，履行的是忠信，珍惜的是名节。以此修养品行，则能相得益彰；以此效力国家，则能和衷共济。君子做人做事始终如一。君子之道，归根结底还是做人做事的学问。

在日常生活中，君子需要处理好三种关系。“子夏曰：贤贤易色；事父母，能竭其力；事君，能致其身；与朋友交，言而有信。”（《论语·学而》）侍奉父母能尽心尽力；为君王办事能舍身为国；与朋友交往能言而有信。对家孝、对国忠、对人讲信义，这就是“仁”。从这个意义来说，“贤贤”就是“亲仁”。君子的行为往往就表现在对待父母、国家、朋友的态度与行为中。

君子有“九思”。“视思明，听思聪，色思温，貌思恭，言思忠，事思敬，疑思问，忿思难，见得思义。”（《论语·季氏》）孔子认为君子有九件事情须用心思虑：看要看明白，听要听清楚，神态要温和，容貌要恭敬，言谈要诚恳，处事要谨慎，疑难时要求教，生气时要想到后患，有所取时要想到道义。关于君子的容貌，子夏做了详细的阐述，“君子有三变：望之俨然，即之也温，听其言也厉。”（《论语·子张》）子夏说君子的容貌有三种变化：起初远望，觉得庄重；接近之后，觉得温和；听他说话之后，又觉得辞严理正。孔子和子夏眼中的君子形象贴近生活，平易亲切，于日常生活和人伦德性之中体现君子之道。

君子还有“三戒”。“少之时，血气未定，戒之在色；及其壮也，血气方刚，戒之在斗；及其老也，血气既衰，戒之在得。”（《论语·季氏》）好色、好斗、贪得，贯穿了每一个个体少、壮、老三个阶段。“三戒”不是对个体性的否定，而是强调对色、斗、得的节制，注重个体自然生命与德性之间的

内在和谐。

当今时代，对于个体生命意义的追求，有待每个人深入其中去探寻，去发现，而参透君子之道的独特意义将使一个人的精神世界生机盎然并超越当前的困境。

四、君子文化：商科教育的坚守与传承

世界教育史表明，商科教育与市场经济发展程度成正比：市场经济愈是繁荣，商科教育愈是发达。“经商之道”只是商科教育的手段与过程，其最终目的指向“立国之道”。我国现代商科教育已有 100 多年的历史。按目前的招生规模测算，高等商科专业招生人数已达总招生人数的 24%，前景不可限量。受过高等商科教育的学生是未来商业的精英，是未来社会的重要支柱，他们的个体性道德人格合在一起会形成一种群体性的环境。我国传统商科教育以“明礼诚信、艰苦创业”为做人做事的原则，以“商业振兴、贸易繁盛、足增国力而杜漏卮”为经世济民的成效。不论在晚清还是民国，我国高等商科教育都强调救国富民，其价值取向以商业道德为先，其师生教育活动特征表现为关心国情、投身社会，在教学实践中体现出培育学生道德人格的君子之道与中国气派：自强、创业、为善、爱国。当代商科教育的某些偏差偏离了传统文化的基因，却又亟待传统文化的涵养。君子“仁知勇”的三合一特质，君子“九思”的日常德性修为，君子“三戒”的内在和谐，无不体现着中华民族的德性智慧和人格理想。君子文化是我国传统文化的精髓，商业德育是商科教育的灵魂。君子文化与商科教育“合之则双美，分之则两伤”。

我们继承传统君子文化，不是为了复古，而是为了将我们从历史中释放出来，迎接社会主义新时代的挑战与机遇。在商科教育中融合君子文化，深入挖掘君子文化对商科教育有益的精神资源，是顺应时代的进步和社会的需要，是君子文化在社会主义新时代的创造性转化和创新性发展。克服君子文化的某些不足，不断丰富和充实君子文化的现代内涵，使之与培育和弘扬商科大学生的社会主义核心价值观有机地结合起来并成为培育商科教育社会主

义道德文明、商业文化的源头活水和精神家园，以此对商科教育及其每一个“商科人”进行“君子”涵养，是当下商科教育的现实所需和长远所求。

毕飞宇（2015）说：“芝麻撒在地上是不香的，撒在地上的芝麻被太阳晒完以后，你用石碾子碾一遍，神奇的事情马上就会发生，整个场地整个山口全部洋溢着芝麻的那种芬芳。”如果说，高等商科教育是“芝麻”，那么君子文化就是“碾子”。期待“芝麻”和“碾子”的完美融合，更期待“芝麻”散发出“中国气派”的芬芳。

总之，“改造”与“坚守”是清末以来中国商科教育百余年发展史的两个关键词，也是本书的两个中心词。君子文化与我国高等商科教育的融合，有助于今天的高等商科教育和商业文化进一步彰显君子文化的价值和魅力，能加强君子文化创造性传承和高等商科教育创新性发展的针对性和有效性，最终促成我国高等商科教育的大境界、大格局与中国气派。

让我们在坚守中传承中华传统君子文化，在融合与创新中改造与完善我们的高等商科教育吧！

第一章	绪论 / 1
	第一节 研究的缘起与意义 / 1
	第二节 国内外相关研究现状述评 / 8
	第三节 学术思想与主要观点 / 21
第二章	君子文化的教育学意蕴 / 25
	第一节 君子文化的源流 / 26
	第二节 君子的人格范式 / 35
第三章	我国高等商科教育百余年历史演进 / 51
	第一节 我国商业学校教育的源起 / 52
	第二节 清末高等商业教育的萌生 / 58
	第三节 民国时期高等商科教育的兴起 / 79
	第四节 商科教育的现代成长 / 95
第四章	我国商科教育的价值取向与人文精神 / 102
	第一节 我国传统商科教育的价值取向 / 103
	第二节 儒商的君子品行 / 111

第三节 融注君子文化：商科教育的力量与尊严 / 124

| 第五章 | 君子文化与我国商科人才培养的中国气派 / 136

第一节 高等商科人才培养的国际经验 / 137

第二节 我国高等商科人才培养的中国气派 / 150

第三节 君子文化与我国高等商科教育融合创新的
路径与策略 / 169

参考文献 / 185

后记 岁月很安静 / 199

第一章

绪 论

第一节 研究的缘起与意义

西方商学最早脱胎于西方经济学，至近世始发展成为独立的学科。日本把培养从事商务活动的高级专门人才的专业群称之为“商科”。美国的高等商学教育在高等教育体系中享有独立的学科地位。我国现代高等商科主要集中在管理学门类中，包括工商管理、市场营销、会计学、财务管理、国际商务、人力资源管理、审计学、资产评估、物业管理、文化产业管理，等等。其他门类中亦有商科成分。

商科是高等教育热门领域之一，无论是传统会计专业，还是新兴的金融分析或金融工程等专业。近年来，世界各类大学排行榜或商业杂志等热衷为世界一流商学院排名，掀起了商科教育的高潮。而我国的商科则只有最热，没有“之一”。北京大学光华管理学院、中国人民大学商学院、清华大学经济管理学院、中山大学岭南学院 MBA 中心、北大国际 MBA、复旦大学管理学院、上海交通大学安泰管理学院、南开大学商学院、四川大学工商管理学院等在国内享有盛誉；另有数以百计的商学院和商务职业技术学院，招生数量更是逐年递增。

市场经济越繁荣，商科教育越发达。美国、日本、英国、法国、荷兰等西方发达国家有着非常出色的高等商科教育，成为本地学生和各国留学生报考的热门。我国70%以上的留学生选择攻读高等商科。我国高等商科教育在经历了近百年的“起步”阶段、“跟跑”阶段后，已成为我国高等教育体系中国际化水平较高的热门领域。自20世纪90年代以来，我国高考“财经热”“管理热”至今高烧不退。按目前的招生规模测算，我国高等商科教育招生数量占全国招生总量的24%左右，前景十分光明。但在“西强我弱”的总体格局没有根本改变的背景下，人民亟须有道德、有筋骨、有温度、有自信、有中国气派的高等商科教育。

“中国气派”体现了新时代中国特色社会主义高等商科教育的中国精神、中国价值、中国力量和中国智慧。而在汪洋浩瀚的中华优秀传统文化中，最能代表中华民族核心思想理念和独特精神价值与力量，并体现中华民族智慧的，非“君子文化”莫属。

高校是传承传统文化的高地。让君子文化与我国高等商科教育跨界融合，有助于落实高校立德树人的根本任务，有助于用中华优秀传统文化的精髓涵养企业精神与现代企业文化，从而培养对人民、对国家、对社会、对世道人心有用有益的人。

本书重点分析君子文化中的“君子”品行，尽力还原“君子”这一形象的道德人格特点。在了解和分析我国高等商科教育百余年历史演进的基础上，回顾我国商科教育的人文精神与追求，试图回答我国高等商科教育的目的和使命，寻求高等商科人文精神与君子文化的契合与对接，从理论和实践层面为高等商科教育人才培养及其中国气派的提升提出合理化的建议。

一、研究的缘起

君子“知仁勇”的三合一特质，君子的日常德性修为，君子的内在和谐，无不体现着中华民族的德性智慧和人格理想，凝聚着中华民族的精神力量 and 情感趣味。由君子观念、君子人格、君子精神、君子境界、君子胸怀、

君子修养、君子作风等融合而成的君子文化具有独特的向上向善的中华人文话语体系，既是中华民族提供给人类共享的“如何做人”的一种“共法”，又能满足个体生命意义的成长与追求，对当今社会个体性重建具有融合创新作用。

当今社会已进入网络时代。网络时代在创建新世界、新空间的同时，使得人们在原有的精神世界之外逐渐形成了另一个网络世界的“心理空间”。网络心理空间是网民在思维和“说话”时临时构建的可能世界和现实有关领域的部分信息集合。

宇宙空间、信息空间、心理空间是人类构建的虚拟领土。网络心理空间映现的是人类思维组织的一部分，在这个“心理空间”中，包含着人们的感性直觉、理性认识以及超越认知，等等。网络时代的诸多负面心理效应从感性、理性和超越三个层面逐层渗透进国人的精神世界中，对人的心理空间进行负面效应挤压，容易在人们无意识的前提下将原有的感性直觉挤压成一种盲目的感性认识，将原来完整的理性认识碎片化，从而导致共同的价值认同被动摇。这些负面效应对社会主流意识形态的话语权、权威性、稳定性、整体性、延续性等形成解构，使得人的精神世界出现价值乱象，引发“网络亚健康”，导致浮躁、偏激、武断、不安、迷茫、无助、无根、无向等精神疾病充斥网民心理空间。

网络心理空间的“亚健康”成因来自网络时代精神世界的空泛化。而空泛化的主要成因来自传统文化的基因突变。传统文化以其特有的延续性、包容性、稳定性内化于人的精神世界。在网络时代，以“仁义礼智信”为核心的传统精华文化基因与以“非中心性、离散性、多元化”为特征的网络文化之间缺乏有效衔接与“连锁关系”，形成基因突变。传统文化的基因突变与网络时代负面效应的双重挤压使得民众的网络心理空间面临解构的困境。

在现今这个价值多元化的网络时代，社会中流行的不当金钱观和为了利益不择手段的行为，打破了商科学校及其商科大学生心中那个公平正义、诚信友爱的理想商业世界，商科教育及其商科大学生们经常处于困惑、迷茫、焦虑的状态中，价值观也倾向于拜金拜物。缺乏幸福感和社会责任感成为商

科大学生成长过程中面临的最为严峻的问题。学生为谋生而学习，学习的目标不外乎拿奖学金、考证、评荣誉、找工作等外在目标，没有内在的事业冲动。在大学里，学生们热衷于商业社会活动，摒弃了自己的兴趣爱好与人生理想，给自由轻松的大学生活背上了一个沉重的壳。老师和学校的心态也受到影响，尽量迎合学生，开设学生感兴趣和对学生就业有用的课程。学校成了市场，商业气氛越来越浓，到处都是广告和横幅，缺乏尊道崇德的品位与氛围，严重挖空高等商科教育文化的基石。如此种种的“失德”行为，主要源于公德与私德的分裂。人类经济在发展，然而在商业的本源和人文方面却陷入了停滞抑或倒退。商品经济和个体利益至上，“自我中心主义”严重，没有内化于心的伦理道德规范，等等，是当今高等商科教育被社会诟病的主要原因。沈壮海、王迎迎（2016）对全国 35 所高校调查显示：大学生综合文明素质得分在 6.60 ~ 7.62 分之间，其中文明礼貌 7.62 分、诚信意识 7.55 分、责任意识 7.13 分、集体观念 6.87 分、奉献精神 6.85 分。这种包括高等商科大学生在内的普遍性现象说明，商科大学生的综合文明素质不高，亟须君子文化的涵泳。

2007 年 4 月，美国新世纪金融公司申请破产，标志着美国“次贷”危机的正式爆发，随后这场危机的影响愈演愈烈，并形成一种“蝴蝶效应”，最终引发了席卷全球的金融海啸。审视这场金融风暴，人们深刻地意识到，所谓金融衍生品的无限制发展、政府对金融创新缺乏系统监督等因素不过是危机爆发的表面原因，其实质诱因乃是人性的贪婪和行为的不自律。越来越多的人倾向于将金融风暴的发生归咎于那些受过良好商业训练、掌握现代金融知识、出身于名校的 MBA 精英以及培养他们的商学院。（宋卫红等，2013）由此，对高等商科教育存在的目的和教育使命的反思在 21 世纪初达到了一个新高潮。

目前，我国高等商科教育更多的是注重对学生进行文化知识和商业技能的教育，忽略对精神世界的关注：一是缺乏对高等商科教育整体德性智慧的塑造及其“中国气派”的探讨；二是对高等商科教育蕴含的仁爱精神和民族气质归纳总结不够，商业道德人格教育缺少与本民族君子文化元素的深度融

合；三是在专业课程教学中忽视了民本情怀和中国气息；四是对高等商科教育的主体缺少具体而微观的关注和研究，教育活动往往缺少个体鲜活形象和中国气魄；五是商业伦理教育与当代中国发展的现实逻辑及其蕴含的相关问题缺乏全面深入的系统联系，在世界性的商业伦理和商业治理难题上缺乏“中国方案”和“中国气度”。

习近平总书记2018年5月2日在北京大学师生座谈会上的重要讲话指出，“‘才者，德之资也；德者，才之帅也。’人才培养一定是育人和育才相统一的过程，而育人是本。人无德不立，育人的根本在于立德。这是人才培养的辩证法。办学就要尊重这个规律，否则就办不好学。要把立德树人的成效作为检验学校一切工作的根本标准，真正做到以文化人、以德育人，不断提高学生思想水平、政治觉悟、道德品质、文化素养，做到明大德、守公德、严私德。要把立德树人内化到大学建设和管理各领域、各方面、各环节，做到以树人为核心，以立德为根本。”

商科大学生是未来商业的精英，他们的道德人格状况会形成一种环境。但较之于整个教育领域特别是德育领域，关于我国高等商科教育的研究非常薄弱且不成系统，针对性和科学性不够。这种状况与我国高等商科教育在当今社会上的地位和作用很不相称。

当代中国处在发展时期，人民的生活水平有了极大的改善，物质文明高度繁荣，但在全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的道路上，仅有物质文明是不够的，我们还要推进社会主义精神文明建设。2016年7月1日，习近平同志在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话中指出：“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信。”中共十九大报告强调“坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”，浓墨重彩地突出了社会主义核心价值观和思想道德建设的重要地位，重点指出：“没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。”十九大报告还指出：“中国特色社会主义文化，源自于中华民族五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化”。传统文化不在别处和远方，就在我们身边，依然在影响我们当下的生活。

商科距市场经济最近，早期经济学的基本要义在于以研究国家和个人的

命运为终极使命，如亚当·斯密（Adam Smith）不单是经济学的鼻祖，更是一个道德教授，他提出的看不见的手更多的是在关注市场背后的道德因素，认为个人在追求自身利益的同时推动了社会的进步和发展。早期的商科教育其实就蕴含在经济学当中。然而，2008年蔓延全球的金融危机，不仅让华尔街的商界精英受到批评，更让美国商科教育遭到社会公众的普遍质疑和前所未有的道德拷问。在我国，商业丑闻不断爆发，触目惊心，商业伦理严重缺失。高等商科毕业生是企业未来的管理者与经营者，他们的伦理素质水平高低不仅影响自身职业生涯的发展，更关系到企业的运营，与社会大众的福祉乃至整个商业伦理的进步关系密切。大多商科院校都在深刻反思自己的教学理念，并尝试通过调整教学内容与丰富教学手段以加强对学生商业道德和社会责任感的培育。

在所有学科中商科更具有实用性，与工商管理活动的联系最为紧密。但正如古人所云“君子不器”，商科教育绝非仅仅培养工具型人才。我们不能仅仅向商科学生灌输经商赚钱之道，也应该让他们懂得一个人和企业所应承担的社会责任。未来的商人不应该是唯利是图之徒，而应是高雅大气的“儒商”，包括人品的高尚、人性的张扬、人格的健全和个人生活的丰盈。因此，塑造商科教育及其商科大学生合乎伦理规范的社会责任取向是当今商科教育的重要议题之一。我国当前商业伦理环境不容乐观，市场经济下的各种伦理问题层出不穷，但社会各方并未清楚意识到商业伦理教育在其中的潜在力量和作用，更未意识到君子文化对我国商业伦理教育潜移默化的作用，特别是儒商精神中蕴含着的浓厚的君子品位。将以儒商文化为主的君子文化与当今商科专业课程以及人文精神的重建融合起来，重塑“义利并重”“士魂”与“商才”共生的商科品格，有助于重建诚信、和谐的商业道德生态。

二、研究意义与价值

2014年和2017年，教育部、中共中央办公厅与国务院办公厅先后发布《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》和《关于实施中华优秀传统文化传