儒商时代

——国人的第五次发财机遇

策划：“草原部落”创作室

主编：贺雄飞

编委：倪晓原　徐翔麟　武俊平　栗国平

撰稿（按各章节顺序排列）：

上篇：武俊平　栗国平　高　宇

中篇：贺雄飞　徐翔麟

下篇：韩建国　云晓光　栗国平　张秀北

钟志祥　刘进林　许　玲　翟瑛君

姜雪蕊　倪晓原　连建民　冯　靖

远方出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

信用

PUBLIC SCHOOL MARK

序

1996年7月的一天，一位作者打来电话，说是他看到《经济日报》正在开展一个《经营之道和做人之道》的讨论，他已经写好了几篇文章，希望能够参加这次讨论，并想当面和我谈一谈。

《经营之道和做人之道》的讨论，是当时本报的一个重点栏目。1996年3月，人大和政协“两会”期间，代表和委员们讨论和审议的重点是“九五”计划及2010年远景发展规划。大家对精神文明建设问题给予了相当多的关注。当时，全国政协常委王洪昌先生提出了一个重要提案，希望就经营之道和做人之道的关系，在全社会进行大讨论。政协提案委员会把落实这项提案的任务交给了《经济日报》。恰好我刚刚调到《经济日报》工作。编委会研究认为，这件事情关系精神文明建设问题，又和经济活动密切相关的，不仅应该做，而且很适合我们《经济日报》来做。于是，这个专栏就很快地搞起来了。

这位作者就是贺雄飞。谈话中间，他拿出了自己即将出版的一本名为《儒商时代》的书稿，让我为他的著作写一篇序言。一是他的盛情，一是此书谈论的内容恰与我们报纸讨论的问题贴近，也就不好执意拒绝他的请求了。

他以“儒商”这个概念为核心，构筑全书的内容。他为“儒商”的定义是：具有中国传统人文美德和现代化管理意识的商人。“儒商”的内涵，他认为应该包括：守信和重义——在经商手段上遵循“君子爱财，取之有道”的商人职业道德；仁爱和竞争——管理上具有交相谋利的人文精神和现代化的管理艺术；修身和报

国——具有“取之于社会，用之于社会”的文化品格和社会责任感。

在此之前，也知道有人曾经提到过“儒商”这个概念。但我本人没有对此认真地思考和研究过。所以到现在也不敢就此问题从文化和学术的角度做出肯定、否定或分析。不过我揣摸，这个问题的提出，恐怕是出于以下几点考虑：一、目前人们议论最多的物质文明建设和精神文明建设的结合问题。二、经济和文化的结合问题。三、中国的传统文化和现代经济活动结合的问题。四、企业经营者素质提高的问题。这些问题实际上都是具有相当紧迫性的时代课题。在这些问题上进行探讨起码是应该予以鼓励的。因此，我觉得此书是值得一读的著作。

这里面，最令人困惑的，恐怕还是经营之道和做人之道的关系问题，而且有关二者的专著可以说已经是汗牛充栋。而在新的时期，也就是当我国进入社会主义市场经济时期，如何处理这两者的关系，则至今还是缺少论述或者在实际生活中还是令人困惑的问题。

对于这两者的关系，我认为至少应该从两个方面来把握。一个方面需要看到两者之间的一致性，这是现在还认识不够的方面。另一方面又要看到两者的差异性。两者不能等同，也不能互相代替。

不能简单地认为，搞经营，搞经济，特别是搞市场经济，就一定是损害道德建设的。当然，也不能认为，提倡做人之道就是傻瓜，在经济活动中就会吃亏。在我国历史上确实存在着两种片面性。在计划经济的年代，出现过以做人之道否定经营之道的倾向。连企业要赚钱都被认为是“修正主义”的。在刚刚进入社会主义市场经济的今天，又有人出现另一种苗头，认为反正赚钱就行，管它什么做人之道。用经营之道来否定做人之道。我们应该提倡的是两者的结合。市场经济特别是社会主义市场经济，为道

德建设提供了经济基础。市场经济是讲货真价实的，与此相对应的，在道德上就要讲诚实、诚恳。市场经济是讲竞争的，与此相对应的，在道德建设上就要讲敬业精神，就要讲奋发图强。市场经济是讲求满足消费者的需求的，与此相对应，在道德建设上就是要讲为群众服务，为人民服务。市场经济要求企业十分注意市场信息，并根据市场信息来做出决策，与此相对应的，在道德建设和作风建设上，则要求我们必须是从群众中来到群众去。甚至可以这样说，在经济建设时期，市场经济是我们更好地贯彻执行我们党多年来坚持的群众路线的基础条件。想想看，如果不通过市场，我们可能那样经常地大量地及时地了解群众的需求吗？我们的决策是否正确，如果没有市场，能够得到那样及时准确的检验吗？如此等等。结论很明确，我们不应该埋怨市场经济损害了道德建设，而应该利用市场经济给我们提供的新的条件，来加强道德建设。

不仅如此，从经济活动本身来说，从经营者自身来说，越是向着高层次发展，文化的内涵越是增加。从一定的意义上说，文化含量高的经济活动，是高层发展的经济活动；文化素质或文化造诣高的企业家，才是真正的企业家。许多著名的成功的大企业家，往往都是具有很独到的见解，思想富有哲理的人。他们从事的经济活动，已经不是简单地赚钱或谋生的活动，而是一种经营的艺术，它本身就形成了一种文化。更高层次者，在他们的经营中显示了一种穿透力很强的人格力量。我国刚刚进入市场经济不久，应该说，还缺憾像这样的企业家。从一定的意义说，这样的企业家的出现并形成气候，可能是我国社会主义市场经济走向成熟的重要标志之一。

当然，经营之道和做人之道也并不是完全重合的。它们毕竟是两个领域的规范或规律。因此，必须防止两者的不恰当的延长。首先经营之道不能无限制地向着做人之道延长。经营活动是追逐

需要全本请访问 www.ertongbook.com

利润或追求利益的，但做人就不能唯利是图；经营是讲竞争的，竞争是讲实力的，但做人就不能仅仅讲实力，还要有扶弱济贫的风格；市场经济是讲等价交换的，但做人就不能这样斤斤计较，更不能用等价交换的原则去出卖自己的良心，或花钱买官。如此等等。当然，我们也不能主张把做人之道向着经营之道不恰当的延长。有人说，市场是战场，从一定意义说，确实是这样。那么，在战场上，就要讲战略战术，就要有“敌情观念”。如果以诚实为标榜，把自己企业乃至自己国家的经济情报出卖给竞争对手，那就不仅不是美德，恐怕就是犯罪的问题了。

总之，我们追求的是智慧和道德的结合，而要防止的是两者互相损害。社会是复杂的，也许在实际生活中，总不会完全做到这一点，但我们提出来这个目标，作为衡量是非的一个标准，总是应该的，也总是有好处的。

我希望大家都来关心这个问题，都来研究这个问题，正是从这种意义上，我觉得贺雄飞主编的这本专著，是值得一读的。

《经济日报》总编辑
中国质量万里行组委会主任　艾　丰
中国社科院研究生院教授

1996年8月8日

目　　录

上篇：沉思篇

第一章　世纪末的疯狂
——中国商界忧思录

一、一夜暴富不是梦……（1）

●“发财没诀窍，狗胆包天就行”

●中国暴发户的三大“秘诀”

●色彩缤纷的“贿赂术”

二、阳光下的暴利……（7）

●超级巨骗的骗术

●高消费磨亮斩客快刀

●“中国人，为什么要这样坑我们！？”

三、我是款爷我怕谁……（20）

●公开的都市隐秘

●“黄世仁”新添了无线通讯铁塔
●斧劈“改革家”与当代“集中营”
●玩的就是心跳
四、阴影背后的沉思…… (32)
●自相残杀的无序竞争
●从伪劣商品看“伪劣人”
●儒商，魂兮归来

第二章　儒、商“结亲”启示录
——中国人的第五次发财机遇

一、君子坦荡也言利…… (41)
●才子佳人早经商
●“无形”变“有形”
●“智业杀手”策划“中原商战”
●王志纲与“可怕的顺德人”
●中国商海的崭新“天地”
●易商易儒潇洒“边缘”

二、商界新动向：发财先拜“儒家”门…… (58)
●名人缘何入“菜谱”
●与娃娃交朋友和举办“文化节”
●“泥腿子”儒商不惜代价招贤才
●“商战幕僚”妙计渡难关

●“何不请先生来把把脉”
●企业家拜理论家和科学家为师

三、共命运的“孪生儿”……（71）
●中国“考研”又热起来了
●1995年哪些人发了财？
●1996年商战新风情
●中国人的第五次发财机遇
●儒、商“结亲”会生出什么样的孩子呢？

中篇：儒商规则

第三章　儒商时代

一、仁爱与竞争……（85）
●商道即人道
●仁爱与竞争
●儒商文化与爱国主义
●投机与精明
●阔气与小气
●富翁的贫穷

二、儒商与现实的冲突……（103）
●看中国商人之德行
●儒商与厚黑经商术
●官商文化与贪污腐败

●公德与商德
●科学、迷信和暴发户

第四章　儒商的文化品格

一、中国人的君子风度……（116）
●谦谦君子——中国人的理想人格
● 君 子 之 树 — — 德 为 根 本
● 君 子 铁 则 — — 克 己 正 身
●君子处世——敬天命而尽人事

二、儒商的人生观……（122）
●两条导入一起的河
●五音和而雅乐生
●“天不能死，地不能埋”的修炼术
●荡好“名”、“利”这两个“呼啦圈”
●不做舌头的奴仆
●潇洒淌过人生河

三、儒商的交友观……（135）
●傍红染红　傍黑染黑
●容得沧海水
●虹霓作不得友谊桥
● 君 子 之 交 淡 若 水

四、儒商的中庸观……（140）
●中庸：皮不焦瓤不生的火候
●中庸：不是管理全线的警察
●中庸：一种不易踏中鼓点的舞蹈
●如何留得堂前燕
五、儒商的情爱观……（151）
●“对付”老婆的艺术
●儒商也“好色”
●爱人与情人
●耶稣也无可奈何
●“一国两制”

第五章　儒商的经营理念

一、儒商的金钱观……（165）
●君子爱钱
●舞好流星锤
●走出鬼打墙
●世界上什么东西最大
二、儒商的经营观……（173）
●先摘哪个桃子
●炼好三块补天石
●摘取商界皇冠的梯子——仁术

需要全本请访问 www.ertongbook.com

●抢先一秒开枪

三、儒商的人才观……（183）

●不因倒洗澡水泼掉婴儿

●龙失云彩一条虫

●口袋里的锥子不一定能露尖

●让狼追着跑

●用不成也不杀

四、儒商的名牌观……（193）

●沸沸扬扬的世界名牌

●失去的牌子能不能拿回来？

●名牌战略就是民牌战略

●名牌战略中的误区

●打好名牌这手牌

五、儒商的广告观……（206）

●硝烟不散的广告大战

●第三只眼睛看广告

●广告的花招

●中国的名星都有病吗？

●肥仔、光头及广告

●避孕套头和婴儿奶嘴

●“还想戈玲吗？”

●当太阳升起的时候

●杀人不见血的政治广告
●谁是最伟大的广告人？

下篇：儒商智慧

第六章　中国历代大儒商的生意经

一、以仁为本　以义治业
——中国古代大儒商传略……（235）
●弦高妙计救祖国
●中国儒商第一人子贡
●“陶朱公”范蠡
●“治生祖”白圭
●“石朱翁”阮弼
●宽厚仁德的大儒商程维宗
●具有儒商风范的徽商黄崇敬
●诚实经商的廉贾黄豹
●守信重义的徽商汪福光
●文雅得体的大儒商黄莹
●薄利多销、吃苦耐劳的儒商程封
●博古通今的廉贾黄崇德
●经营有道，慷慨豪爽的典商汪通保
●崇尚节俭的徽商吴荣让
●善于经营的儒商孙春阳
●亦聚亦散的大商人汪拱乾
●敬业爱母的儒商鲍志道

●聚散有时，乐善好施的儒商鲍漱芳

二、“习兵战不如习商战”

——壮志难酬的中国近代大儒商郑观应……（252）

●洋行学艺和投资实业

●头角峥嵘和两遭陷害

●一腔热血和壮志难酬

●“习兵战不如习商战”

三、辞官“下海”独闯天下

——实业救国、教育兴邦的大儒商张謇……（266）

●阴差阳错中状元

●一介书生“下海”

●“这是高兴事，老爷怎么哭了？”

●开荒和打官司

●他遇上了一个抽大烟的和尚……

●日本人挑起大拇指说：你是中国人的这个！

●看起来，袁世凯缠上他了……

●他从悲痛中来到水患灾区……

四、时代变了，商贾军阀也斗不过书生

——用猪鬃打天下的古耕虞……（282）

●“娃娃打败爷爷”

●小鱼吃大鱼

●智胜孔大少爷

●抗战胜利后再来找我
●儒商远见

五、抱定决心，一定要打败日本货
——用一生来追求国货精品的刘国钧……（294）
●8块钱的发家史
●1000块钱买技术
●5000块钱买人才
●“我承担全部责任，送客！”
●日本炸弹下的中国梦想
●“不要忘记自己是中国人”

六、发明重要，卖出去更重要
——让味精香遍天下的吴蕴初……（306）
●骂声中研究出来的味精
●儒商的精彩计谋
●对外国人，计谋另有一套
●钱要花在有意义的地方
●让穷人的子弟念书
●飞机“轰炸”
●护孩子是害孩子
●十字路口的明断

第七章　中国当代儒商的谋略

一、“人咬狗”效应

——异想天开的一代儒商牟其中……（321）

●“应该两只脚都穿运动鞋才科学”

●“历史已宣告我无罪”

●“挣钱是次要的”

●“不抓你牟其中，抓谁？”

●他写下遗书，决定在天安门前自焚

●他糊里糊涂地赶到人民大会堂

●“人咬狗”效应

●“歪打正着”的赌气生意

●造就一代儒商

二、信息、判断、行为

——“健力宝精神”的灵魂李经纬……（336）

●偷偷逃出孤儿院的流浪儿

●处处作个有心人

●危难之处显身手

●机不可失，失不再来

●运动行销　一举两得

●让最好的走在最前面

●倡导“健力宝”精神

三、一介“寒儒”　营造大船
——敢于冲出象牙塔的“老九”柳传志……（344）
●是骡子是马拉出来遛遛
●喜获圣人倪光南
●牛刀小试斗奸商
●三着妙棋安天下
●进军海外三步曲
●三条策略三法宝
●大船结构与斯巴达克方阵

四、博爱诚信　儒商风范
——勇于开拓、知人善任的经营大师李一奎
…… （354）
●十年心血，夭折于一旦
●“老乡，请相信我”
●不惜血本研制新药
●严格管理，以身作则
●以人为要治商道
●“第一个吃螃蟹”的味道
●博爱诚信，儒商风范

五、最高和最低
——大败“洋货”的“加湿器之父”何鲁敏
…… （364）
●身在异邦，心系中国

需要全本请访问 www.ertongbook.com