

笔谈:儒商与东亚文明研究

编者按:儒商体现了东亚文明的企业精神,在全球化不断推进以及知识经济逐渐发展的今天,越来越受到世界的瞩目。在新时代背景下,儒商研究需要有新的视野,即对中国传统文化特别是儒家文化和现代的企业精神、企业价值进行新的认识和定位。从浙江、全国、东亚乃至国际的视野出发,通过同情的理解和批判的认识,对家族企业、企业创新的儒家资源、企业伦理、具有东亚特色的管理模式、儒家教育及学习型组织、传统文化与现代领导等议题展开研究,探讨中国企业家的自我定义、公众形象、社会作用、价值取向、领导风格以及浙商(乃至徽商、晋商、潮商、鲁商、台商等)的历史背景、区域风格和发展前景,将是这一研究的重要内容。在理论阐释的同时,应立足于个案和实证研究,重视规范性的价值课题,注重从东亚儒家伦理的实践探讨中国社会经济的持续发展,从而为国际社会提供相互学习与借鉴的文化资源。我们认为,儒商与东亚文明研究的目标正是以此作为学科发展与融合的新的增长点,去积极推进国际合作与交流,促进中国文化的复兴,并向世界提供具有全球意义的地方知识。

本栏目依托浙江大学“儒商与东亚文明研究中心”组稿,并聘请哈佛大学燕京学社社长杜维明教授及浙江大学经济学院周生春教授担任栏目主持人。2006年10月25日,在浙江大学“儒商与东亚文明研究中心”成立暨首届儒商论坛上,来自海内外的二十多位学者围绕儒商与东亚文明研究这一主题各抒己见,对我们理解具有东亚特色的价值体系及现代转化颇有裨益。为帮助大家了解儒商与东亚文明研究的现状,我们特选出部分发言,以笔谈的形式刊出,以飨广大读者。

本栏目特约主持人:杜维明教授 周生春教授

儒商与东亚文明

儒商与东亚文明研究中心

(浙江大学 儒商与东亚文明研究中心, 浙江 杭州 310027)

明 旭, 徐萌娜 整理

[摘要]“儒商”是指关怀政治、参与社会、注重文化、具有儒家文化修养的“公共知识分子”,而儒商与东亚文明研究关注的是儒商与浙商、晋商、徽商、潮商等不同地域特色企业家的关系;“市场化冲突”中的诚信问题,儒商与家族企业,儒商在锻造成长过程中如何区分工具性价值和内在性价值等课题,以此发掘儒家精神是如何通过儒商走向经世致用,从而形成经由注重学习以实现创新的东亚文明的企业精神,并理解具有东亚特色的价值体系及其现代转化。

[关键词] 儒商; 东亚文明; 家族企业; 创新

[中图分类号] B26;F114.46 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1008-942X(2007)01-0005-11

[收稿日期] 2006-11-20

[本刊网址·在线杂志] <http://www.journals.zju.edu.cn/soc>

[整理者简介] 1. 明旭(1978-),男,四川南充人,浙江大学经济学院经济学系博士研究生,主要从事政治经济学研究; 2. 徐萌娜(1983-),女,浙江宁波人,浙江大学经济学院经济学系博士研究生,主要从事政治经济学研究。

Conversation on Confucian Entrepreneurs

Center for Confucian Entrepreneurs and East Asian Civilizations

(Center for Confucian Entrepreneurs and East Asian Civilizations, Zhejiang University, Hangzhou 310027, China)

Abstract : The Center for Confucian Entrepreneurs and East Asian Civilizations of Zhejiang University was established on October 25, 2006. The same day, twenty special guests as well as scholars of Zhejiang University had a heated discussion concerning Confucian entrepreneurs and East Asian civilizations at the Forum on Confucian Entrepreneurs organized by the Center. Four major topics were addressed: Confucian entrepreneurs, Confucian entrepreneurs and family business, Confucian entrepreneurs and innovation, and the significance of the establishment of the Center and expectations for the Center.

The entrepreneurial spirit embodied by Confucian entrepreneurs has attracted much attention in the world today. From the perspectives of Zhejiang, cultural China, East Asia and the world at large, the Center plans to do research into family business, the Confucian resource for entrepreneurial creativity, business ethics, management style with East Asian characteristics, Confucian education and learning organization, traditional culture and modern leadership, etc. and study Chinese entrepreneurs' self-definitions, public images, social functions, value orientations, and leadership styles through sympathetic understanding and critical appreciation. The research will focus on the historical background, regional style and development prospect of Zhejiang business people as well as those of Huizhou, Shanxi, Chaozhou, Shandong, and Taiwan.

The Center aims to take the research on Confucian entrepreneurs and East Asian civilizations as a new growth point in the development and integration of disciplines, and by facilitating international cooperation and communion and promoting China's cultural revival, to make contribute to providing the world with local knowledge of global significance.

To let the readers know more about the Center and the Forum, some of the recorded speeches were selected and transcribed for publication without the speakers' check.

Key words : Confucian entrepreneurs; East Asian civilizations; family business; innovation

一、对“儒商”课题的关切和理解

杜维明(美国哈佛大学讲座教授、燕京学社社长、浙江大学光彪讲座教授):儒商研究首先应摆在“文化中国”这个视域中。文化中国不仅包括内地及中国台湾、香港、澳门地区和新加坡等主要由华人组成的社会,同时包括散布于海外各地的华人社会和一群与中国既无血缘又无婚姻关系的外籍人士,如汉学家、外交官、记者和从事贸易、旅游等活动的人。世界上任何地区只要有城镇都市就会有中餐馆。有中国特色的烹调必有中国文化的因素,餐馆业对中国文化的全球化起了很大的作用。其实,文化因素也会渗透到其他经济活动之中。

同时,儒商研究也和文明对话有密切的关系。近年来世界各地都非常重视文明对话。文明对话是针对文明冲突所提出的观点,也就是希望用对话而非冲突的方式来重组国际社会。

再则,儒商研究是以东亚现代性这一课题为背景认知(background understanding)的。在西方

之外,目前唯一成功实现充分现代化的例子,就是东亚社会,这包括日本、韩国、东南亚的华人社会(新加坡)以及中国的台湾和香港地区。这一地区日语里称“儒教文化圈”。儒教文化圈中当然也有其他的精神传统,如中国的道教、佛教和民间宗教,韩国的佛教和基督教,以及日本的佛教和神道,但儒家传统的确起着巨大的积极和消极作用。

此外,我们也都接受这样一个事实:即我们的文化传统深受西方文化的影响,所以我们思考问题、看问题,包括我们的语言(一百六十多年以来)多半受到西方文化影响。传统文化虽不能说是“遥远的回响”,可是,必须承认它和西方现在所体现的各种精神相比,力量很薄弱。面向 21 世纪,我们有一个期待,就是崭新的平等对话关系的出现。以前东亚和西方的关系就是向西方学习。日本从明治维新以来一直向西方学习,先向荷兰学习,后向英国、德国、法国学习,最近向美国学习。中国的知识分子从五四以来,也一直在学习。实际上极有影响力的各种思潮虽然扎根在伦敦、巴黎、柏林、纽约等地,但其覆盖面已遍及全世界了。所以我们希望在 21 世纪有一些思潮扎根在东亚。特别是中国的一些理念、知识和实际经验,它的价值不仅是全国的、东亚的,也是全球的,也就是说,愈来愈多的东亚“地方知识”成为具有全球意识的普遍知识。

在这样一个基础下,我们对“儒商与东亚文明”这一课题提出几点看法。儒商研究本身就是一个由人文学科的学者参加的交叉科学。我们希望不仅是讲学,而且还要会读,对儒家传统的基本价值要重新体认,重新研究,重新了解它的阴暗面,也开发它的价值资源,并能和海外各种不同的华人社群进行联系。由华人组织的世界华商大会最早在新加坡召开,现在每年召开一次。这个大会讨论的基本问题都是企业本身的问题,我们希望把一些文化的课题带入。世界最大的经济论坛——达沃斯世界经济论坛从 2000 年开始也讨论与经济并不是直接相关的课题,比如关于宗教、文化认同的问题。所以我们应通过国内情况的研究,与海外各种不同的华人社群进行联网。

这项研究能不能形成一个新的学派很难说,但我们应该有一个新的视野,为中国传统文化特别是儒家文化和现代的企业精神及企业管理开拓新思路、新论域。

另外,我们也有一个很大的忧虑,就是企业发展的最低要求,即儒家最核心的价值——诚信问题——在中国一些地区已经成为稀有资产。市场经济可以创造出极大的价值,其动力很强,但是当它使得社会成为市场社会,也就是说大学、慈善事业、宗教、人际关系、婚姻、家庭也市场化,那么诚信问题也就成为了大问题。这和最基本的伦理智慧(情商、德商)有密切的关系。我们要做的工作不仅是实证的研究,也要提出规范的价值,即怎样才能成为一个不仅开展事业,而且能够对社会有责任感、甚至对世界做出特殊贡献的领导者。我们希望在中国企业界能有这批人物出现。这些人不是孤立绝缘的个人,而是为建构具有群体性和批判性的“自我意识”而奋斗的公共知识分子。像西方在柏林所组织的 transparency,起初也只有极少数企业家参与,之后很多跨国大公司纷纷加入,并提出符合透明度的要求。这种力量开始不一定很大,但是会发挥积极的作用。中国企业界目前的“诚信”度在世界排名榜中远远落后,甚至不如一些低度发展的地域,这是令人忧心如焚的现实,必须设法改进。

何春盛(研华科技中国公司总经理):吉姆·科林斯的《从优秀到卓越》提到领导人有五个层级。最高等级(第五级)领导人具有谦虚的个性、专业的坚持、持久的卓越绩效。作为一个商人就要把企业经营成功,这是最基本的。除了绩效外,还应有专业的坚持、谦虚的个性才能被尊敬。刚才杜老师提到一个社会应有的透明性、信任性、诚实性,我觉得应该都在第五级领导人的特性中得到体现。有谦冲为怀的个性,专业坚持的意志力,不为私利只为公司(我又加一条,只为社会)的勃勃雄心,强烈的企图心,不屈不挠,做该做的事情决不动摇,苦干实干,努力不懈,成功归于他人,失败承担责任,这就是第五级领导人。

曹慰德(新加坡万邦[中国]船务有限公司董事局主席):因为中国是阴阳“合”的概念,所以我们的制度恰恰是“分”的制度,就是各守其位、各得其所。“合”的概念一定要配合“分”的制度,而我们

的推动力是忠、是和谐。

商人是做什么的?其实商人的地位是人创造的。人也是动物,动物生出来就可以找东西吃、保护自己,还有持续生产,其推动力是追求快乐。动物吃饱了就开心,人就不同了。人要问为什么,所以就有了宗教、音乐、科学、艺术,方方面面,寻找事实是怎样的。因为事实常常会制造虚幻,所以动物、人都是追求快乐的。从捕猎时代、农耕时代,到工业时代、消费主义时代,再到后工业时代、财富创造时代,到现在的 IT 时代,人仍然在追求快乐。

商人可以说是为人类创造财富的人。而财富就是快乐,金钱只是里面的代用工具,所以商人的定位就是创造快乐。虽然有些是虚假的,如消费主义推崇 sensationalism(感受论),提倡口、眼睛、心情、耳朵创造刺激、感受、excitement。真正商人的角色是创造快乐,在快乐增值的锁链里,我们实现了经济运行的作用。如果商人是这个角色,那么持续发展就是把这个角色做好。推动社会发展的基础是政府、商人和非营利组织,人类发展就是和谐的快乐。三方都是为社会服务的,商人也不例外,只是我们没有仔细地看得深一点、广一点。我认为,创造自己跟员工的财富,运用快乐、财富平衡等概念去经商,所有的商人就都是儒商。

陈俊民(浙江大学人文学院中国思想研究所教授):20世纪80年代初在上海召开“传统文化”会议时,复旦大学的校长谢希德就讲过:要理解杜维明所讲的,一定要有超前意识。20世纪80年代早已经过去,我想我们今天要理解儒学、儒商、东亚文明,正如杜教授刚才所讲的,已经不是历史上的儒学,已经过20世纪30年到50年三代人的研究和诠释。如果说从牟宗三、唐君毅他们1957年发表《文化宣言》算起,到现在已有50年了,如果再追溯到熊十立,时间就更长了。所以,杜教授所讲的“儒学”已经是一个全新的概念,与我们以往研究以及教学中所讲的儒学是有一定距离的,我们要理解,必须要有超前的意识。

这也不是20世纪80年代我们在新加坡时研究的儒学。那个时候是韦伯式的问题,就是说马克思·韦伯提出了新教伦理与资本主义精神的关系问题,当“四小龙”在东亚出现,当我们中国开始了改革开放,开始走上实现现代化的道路,是不是也有这样一个“韦伯式”问题?中国的儒家伦理和东亚的文明、东亚的现代化是不是也有关系?那时研究历史的学者从历史学的角度探讨了中国宗教伦理和商人精神、商业活动的关系,但是从总的倾向来讲,是不大赞同中国有“韦伯式”的“新教伦理”会产生资本主义的问题。但从所发表的论著看,他们并没有否认中国新儒家、新禅宗、新道教的伦理精神和商业活动是有关系的。这一点,我想当时以余英时所写的《中国近世宗教伦理与商人精神》这个大作为代表,可以看作是历史学家的研究结论。

但是,这一课题还需要哲学家的思考。哲学是用概念、范畴来思维。我们现在研究这个问题,也就碰到了一个新的概念、新的范畴——“儒商”,因为我们知道“儒”和“商”这两个概念是不相同的,要把这两者结合在一起,就生成了一个全新的概念。“儒”在新增订本《辞源》里面有三十几个词条,诸如“儒生”、“儒士”、“儒官”、“儒吏”、“儒将”、“儒医”等,但是没有“儒商”;《中国大百科全书》和新编的《儒学大辞典》里也没有“儒商”的解释。所以这个概念的提出,从杜教授所讲的来看,无疑是他的哲学,也是一种新的思维。

在传统的中国文献里,存在“士、农、工、商”,“商”是作为社会分工的一部分。“士”的概念是后来才产生的,至少我们可以从《史记》、《汉书》和《周礼》(也就是《周官》)中看到“儒”这个概念。《周官》和我们现在的管理学是有联系的,它以天官、地官、春官、夏官、秋官、冬官这几个部分来区分社会各个层次的人所从事的职业。“天官”、“大司徒”部分在讲到“儒”时说,“老师”的“师”是“以贤得名”,“儒”是“以道得名”;“地官”里面解释,这个“道”是道义,也就是“六艺”(即马一浮所讲的“六艺”)。我们从《史记·货殖列传》里可以看出,当时有“农、商、工、虞”四个阶层,还没有出现“儒士”这个知识阶层,“儒”是以后的分化,我想至少要到周代末年的时候才有“儒”这个阶层,这是精神劳

动和物质劳动的最后分化,是社会的一个巨大进步。按照马克思主义理论来讲,这才是人类社会“真实的分工”。但是,我们今天要把“儒”、“商”结合在一起,显然是一个新的东西,这个新的思维需要我们进行深刻探索,然后才能确立我们对“儒商”的定义、定位以及我们研究的方向。

李明友(浙江大学人文学院哲学系教授):国际儒联关于儒商的一些会开来开去大家都回到一个问题,就是什么是儒学。不搞清什么是儒学,怎么去谈儒商呢?问题又涉及到传统的儒学和今天在现代社会我们所谈的儒学的变化。按照冯友兰先生讲的“哲学的命题都有抽象意义和具体意义”,作为传统的儒学——孔孟创立的儒学,董仲舒后来汉化的儒学以及宋、明的新儒学,这些儒学的具体意义,有些可能已经失去了它的价值,但它的抽象意义是永恒的。以前冯先生这个观点是遭到严厉的批评的,过了几十年以后回过头来一看,冯先生这个思想是很高明的,这就是我们对待传统的一个比较科学的方法。

所以,作为抽象意义的儒学,它的精神是活到今天的,它并没有随着一些具体的价值、意义的失落而消失。也正是由于抽象意义延续到今天,所以我们才可以把它跟商业活动、经济管理结合在一起。当然以前也有儒商,比如有人写书说孔子的学生子贡是儒商,另外把徽商、晋商也纳入儒商,像近代胡雪岩、郑观应等也纳入儒商。我想我们今天所讲的“儒商”是一个全新的概念,这个全新的概念就是传统的儒学精神的抽象意义和今天具体的经济管理与商业活动结合在一起,因为到最后商业活动也好、儒学所要求的也好,都是关于“人”。后来大家一致公认儒学就是“人”学,就是关于人的学问。人的学问的要点是什么?就是“探讨普遍人性基础上的、以道德立教的人的学问”,它探讨普遍的人性,从普遍的人性出发,以道德立教,使人能够道德完善,从而达到社会的和谐。孔子讲“性相近”,扬雄讲“性善恶混”,那是教人们区别善恶,向“善”去进步;孟子讲“性善”,指你原来就具有善性,所以你还要向善;荀子说“性恶”,也是警戒人们了解“恶”的坏处,去向善。他们都是为了人的道德的向善。商业活动、经济活动的核心仍然还是“人”,包括企业的管理者也好,被管理者也好,还有企业活动的外围的一些人群。所以,我觉得在现代意义上把儒学抽象意义的精神与今天现代社会的商业和经济活动结合在一起的“儒商”,是一个全新的概念,值得我们去探讨、去探索。因为探讨的正是东亚地区一部分人安身立命的根本所在,也是儒学今后走向世界的一个支撑点。不管是现在有些人讨论的后现代性的社会到来与否,儒学对于做人的底线、精神家园守护的价值还是非同小可的。

周生春(浙江大学经济学院经济学系教授):按照不同的分类标准,可以对企业家群体进行不同的分类,“儒商”就是按照文化的标准对企业家群体进行分类而得到的一个概念。按照我个人的理解,儒商就是自觉地认同或者深受以儒家思想为核心的文化传统影响的这样一个企业家群体,按照杜先生的定义,他们就是一批关切政治、参与社会、注重文化并体现着儒家伦理价值的企业家。

东亚文明在此特指自觉地认同或者深受以儒家思想为核心的文化传统影响的现代社会,包括中国内地、港澳台地区以及新加坡、越南、韩国、日本和世界各地的东亚离散社群所创造和拥有的一种文明。

儒商是以儒家思想为核心的文化传统的载体,是东亚文明的创造者。在历史发展的过程中,在东亚文明的不同地区形成了以不同的儒家学派作为其思想核心的、各具特色的区域文化和浙商、徽商、晋商等企业家群体,这些就使得儒商带有明显的地域特色。以浙江为例,浙东学派构成了浙东地区传统文化和文化传统的核心,它通过区域文化传统向浙商提供了观念人力资本及其创新精神,构成了浙东经济和社会发展的一种内在的动力和源泉。不同地区的儒商,其发展的历史背景、地域特色以及各自的差异和发展前景将是我们研究的重点之一。

二、儒商与家族企业

杜维明:浙商具有很强大的动力。我们不仅重视浙商,也重视各个不同地区的商业行为、企业行为的特色。传统上有晋商、徽商,现在有温商、台商、鲁商、潮商等。这些现象怎样去理解?我认

为现在中华民族走到一个关键时期,多元的倾向已经出现了。所谓多元的倾向,就是除了政府的力量以外,有学术、媒体、企业以及社会的力量。而企业的力量特别突出,为世界所瞩目。这不仅是因为经济的发展,而且这个团队视野宽阔,信息量大,竞争力强。在这样的视域之下,如果有一批企业家不仅是关切政治、参与社会,而且注重文化,那么我们所谓的在企业界的公共知识分子(虽然公共知识分子这个名词受到一些质疑,所谓的公共知识分子也就是关切政治、参与社会、注重文化而且有良心理智的先知先觉者,在政治、媒体、学术、企业、社会活动各领域中都有)会帮助中华民族在和平发展的道路上做出积极而巨大的贡献。

此外,儒学的面目已经更新了。它不是一种以传统文化、封建社会、小农经济、家族制度、权威政治的面貌出现的历史产物,而是既能回顾又能前瞻而且确有现实意义的思潮。因为从鸦片战争特别是五四以后,儒家受到极大的批判,从事儒学研究的有现代知识的学人经过三代人的努力,又使它以一个崭新的面貌出现。第一代人在 1919 年到 1949 年这段时间,把儒学所代表的一些价值通过对西方文化的创建性的回应进行自我更新,剔除、减少从五四以来被一些杰出知识分子所批判的糟粕,突出它的核心价值。1949 年以后的三十年,内地的研究没有继续,而在台湾、香港地区以及海外,有一批人在讨论儒家的人文精神在面对世界所碰到的问题时具有一定的相关性,而且有进一步的发展。所以现在的知识分子也到了这样一个时刻,即一方面应回顾过去,对徽商、晋商、浙商等地的历史因缘进行研究,一方面更注重面向未来,这就需要对现实的重大课题进行研究、理解、认识。所以我们认为,本研究最初步的工作,也是比较扎实的工作,是希望正确了解家族企业。在西方,人们对家族企业有很多误解,但实际上家族企业在西方还是扮演着重要的角色,比如说《纽约时报》代表着家族企业,日本和韩国也有很多家族企业。它的长处、短处各在哪里?它有什么价值?掌握了什么样的资源?我们也希望对如今在中国各地所出现的各种不同的体现企业精神、具有地域特色的团队进行研究,不仅对浙商、晋商、徽商,而且对鲁商、台商、潮商进行研究。虽然大家都在研究,但是还没有一个研究把这些团队作一个比较,或者能够掌握堪称全面的实证数据。另外,我们希望能够通过各种不同学科的交叉,结合东亚企业的创新、东亚企业进一步发展的机缘,能够与西方最新的管理、最新的学术研究进行对话、互补。

茅理翔(宁波方太厨具有限公司董事长):实质上,浙商中很多人是儒商,而且每一个企业家基本上都受着几千年的儒家文化的熏陶。尽管不少人没有系统地学习或研究过儒学,但是他脑子里都离不开儒家经典的五个价值:“忠、诚、信、义、和”。我认为研究儒商对浙商的作用非常大,因为实质上这也就是在研究中国的优秀企业家,特别是民营企业。

浙江企业中民营企业占了绝大多数,它们对浙江 GDP 的贡献达到 67%,劳动就业的贡献达到 80%以上。在全国范围内民营企业贡献也是巨大的。中国的改革开放假如没有民营企业参与,就不可能有今天的成果。民营企业中 90%—95%都是家族企业,刚才杜老师说家族企业是世界性的问题,在中国现阶段它是有特色的,是对中国发展起了很大作用的企业制度。但是它在发展过程当中,都是在儒家文化的指导下进行的。现在随着整个经济的变化,竞争的加剧,企业规模的扩大,家族企业需要提高。在提高的过程中,西方的管理思想、管理模式,有很多可以用,也有很多不适合中国的国情,需要我们因地制宜,继续深入研究中国的儒商文化。儒商文化继续研究下去,能够把中国特色的管理模式研究出来,真正把博大精深的儒学与现代管理结合起来,创造出一套有自己特色的管理模式,使之与世界管理接轨,而且对世界管理也是一个贡献。

另外,关于企业家的接班人问题,第一代企业家的年龄基本上在五十到六十五岁之间,有的已经七十几岁,所以第二代接班人问题成为很严峻的问题。如何从儒学、儒商的角度培养接班人,这也是一个值得研究的问题。

曹慰德:讲到儒商,我发现从一个体系来说,时代是很配合中国的这个概念的。全球化里面有三

个大的文化体系:西方文化的技术及工业化是黑白“分”的概念,而中国是阴阳“合”的概念,印度是“空”的概念。不同时代三个文明都很需要,而全球化恰恰需要“合”的概念。在全球化时代,“合”的概念对中国文化的全球地位会产生一定的贡献。讲到商人,一个家族企业要考虑几个基本问题:家族企业要考虑到持续发展,所以要考虑到接代、转型,要考虑到角色问题。家族企业的持续发展很重要,家族企业家考虑的这三个问题是与其他商人有差异的,因为他要考虑到家庭经理、家族经理。

陈凌(浙江大学经济学院经济学系教授):我非常信奉杜先生所讲的“具有全球意义的本土化知识”。在中国有着大量土生土长的家族企业,而且这些企业可以说是源远流长,而家族企业也是从 20 世纪 80 年代起,在全球范围内不断进行反思。因为在 20 世纪 80 年代以前的很多国家,家族企业都是一个负面的概念,很多人都不愿意承认自己是家族企业,就像现在我们国内很多家族企业都不愿意承认自己是家族企业一样。我觉得现在可以说是拨乱反正,越来越从客观、正面的角度来看待家族企业的时候了。拥有五千年文明的中国,是有着历史非常悠久的家族历史、家庭文明的国家,应该着重对家族企业进行研究。另外,我觉得我们现在在国内家族企业所遇到的问题是由于文化大革命的这段历史造成了我们家庭及家族文化的断层,而这种文化断层使得我们的企业的持续发展遇到了问题,所以我非常高兴能够与我们不同学科的同仁一起努力工作、努力研究,为我们中国的家族企业研究尽一份力。

三、儒商与创新

张钢(浙江大学管理学院管理科学与工程学系教授):杜维明教授在儒学、儒商等相关研究领域里,曾经确立起“诠释实践”的研究途径和“文化中国、文明对话、启蒙反思、儒学创新”四个研究论域。秉承杜教授的一个研究途径和四个研究论域,在“儒商与创新”这个研究方向上,可以初步建立起一个由“一个理论前提、五个方法论原则和四个研究议题”组成的基本研究框架。

1. 一个理论前提。“儒商与创新”研究离不开对“创新”的理论把握,关于创新的界定,构成了该研究方向的重要理论前提。以往的创新研究,其前提假设和理论资源均来自西方语境,强调的是市场基础和商业价值,而且凸现的是“社会”借助创新不断“市场化”的过程。与西方语境不同,在中国文化传统的语境下,创新也许更为侧重的是一个社会的价值实现过程。创新赖以持续产生的基础是社会而不单纯是市场,因为市场总是内嵌于社会之中,商业价值最终要通过社会价值体现出来。所以,创新过程并不是一个使“社会”得以“市场化”的过程,而是一个将“市场”加以“社会化”的过程。在经济全球化、文化多样化的大背景下,要研究“儒商与创新”,也许首先要确立起一个融东西方语境下的创新理解为一体的理论前提,即:将创新看作是一个寓“市场”于“社会”之中的互动过程,在这个过程中,来自不同文化传统的思想资源在产生市场价值的同时不断贡献着社会价值。从事这种创新活动的主体可以来自不同的文化传统,那些认同儒学价值观并致力于将之付诸实践、有着强烈社会责任感、扮演着私人部门里的“公共知识分子”角色的创新者,就是“儒商”,也即“拥有儒学价值观的企业家”。

2. 五个方法论原则。“儒商与创新”的研究除了要确立基本的理论前提外,还应该明确一些方法论共识,以规范下一步的研究工作。初步考虑需要确立这样五个方法论原则,具体包括:(1)立足本土。“儒商与创新”的研究应该以本土化为基本方法论取向,通过本土化研究来发现儒商创新的文化意义和社会意义,进而挖掘儒学传统的现代价值。(2)实践导向。“儒商与创新”的研究不应该是单纯的“文本释义”研究,而应该更为面向丰富多彩的儒商创新实践,从具有时代特征的各类创新实践中探索儒家文明对于世界文明的现代价值。(3)视角多元。“儒商与创新”的研究,由于强调本土特色和实践导向,就更加突出了研究视角多元化的重要性。在本土化儒商创新实践研究中,必须采取多元的视角,借助全方位、多层次的把握,才能更好地阐发儒学的现代意义。(4)方法交叉。在

多元视角下,为了揭示儒商创新的深层次内涵,必须采取包括文化学、社会学、经济学、管理学、心理学等在内的多学科方法,以实现研究结果的“交叉印证”。(5)比较诠释。“儒商与创新”的研究并不在于去寻找一种普遍适用的规律或原则,一方面创新本身并无规律或原则可循,另一方面文化传统也并无高下优劣之分,因而,在本土化的儒商创新研究中,真正要探询的应该是通过不同语境下创新活动的比较,诠释那些内嵌于社会和文化之中的创新活动的文化价值差异及其可能对社会文化变迁的影响,并通过这种比较诠释,进一步探究儒商创新的独特意义。

3. 四个研究议题。基于上述理论前提和方法论原则,现阶段可选择的研究议题如下:(1)儒商创新的独特性及其价值。既然要研究“儒商与创新”,首先就要明确作为儒商的企业家在其创新活动中与一般企业家有什么不同,儒商创新的独特之处在哪里,它有什么样的社会意义。关于这些问题,需要借助历史和现实中的典型案例及其比较研究予以回答。(2)儒学价值观及其文化资源对于全球化背景下本土创新的影响。这个研究议题实际上是“儒学现代化”问题的一个非常重要的方面,也就是说,儒学现代化的重要体现之一就是对于本土化创新活动的文化资源支撑作用。正是通过这种文化资源支撑作用的发挥,才可能体现出儒学的现代价值。该研究议题可以通过典型案例研究和较大样本的调查研究来进行,以分析现阶段儒学传统在地区创新活动中的影响。(3)儒商创新活动对“儒学创新”的影响。“儒学创新”不仅是儒学研究者的追求,也不仅由儒学研究者的研究活动所推动,而且某种程度上也是作为儒学实践者之一的“儒商”的追求,并为他们的创新实践活动所推动。在相当程度上可以说,儒商创新是“儒学创新”的重要动力来源之一。所以,非常有必要从历史和现实的维度,通过研究儒商创新对“儒学创新”的影响,来探索“儒学创新”的新途径。(4)儒商创新过程的管理问题。由于创新过程的复杂性和不确定性,创新管理历来是人们关心的热门话题,而儒商创新过程的管理可能有其不同于一般企业家创新过程管理的独特之处,也许正是这些独特之处,使得儒商创新管理体现出典型的“大管理”特征。因此,非常有必要从融合“个人与组织、东方与西方、过去与现在、私人与公共、道与术”的“大管理”的视角,来研究儒商创新活动过程的管理问题。

张旭光(浙大网新软件产业集团总裁):企业做到今天,我们觉得非常需要“质”的提升,也就是说在思想和“德”层面的提升。孔子教导“见贤思齐焉,见不贤而内自省也”,其实作为一个企业领导人,很重要的一点是要不断地学习,要精益求精,要居安思危,这也是我们从孔子、从儒学那里学到的一些精髓。特别是看到人家好的怎样向人家看齐,看到人家不好的不要骄傲,怎样来反省自己,找到自己的不足。所以,我们在企业文化的理念当中,这几年也一直提“睿智、健康、创新”这六个字。我们把“睿智”放在第一位,就是在提倡一种谦虚、谨慎、不骄不躁,特别是低调、内敛的浙商风格;另外,“健康”是提倡一个企业的财务健康、企业人格健康以及员工身心健康,以“健康”来提倡一个企业发展到一定阶段的需要;“创新”刚才前面也提到了,我特别感兴趣的是“儒商与创新”这样一个题材。现在企业创新提得很多,往往一提“创新”可能会讲到技术创新,其实我觉得可能我们的技术创新在某些领域比如IT领域还比不上一些发达国家,但是我们在一些管理创新和组合创新上面也还是有很多事情值得做的,这些同样能够提升企业的经济效益。比如说方和圆的这样一种关系,其实在企业当中把伦理和管理怎么样有效地结合,这就是一种管理的创新。

张明正(美国趋势科技董事会主席):孔子有七十二弟子,最喜欢的弟子是谁?是颜回。孔子说“回也,不贰过”,就是说他不再犯第二次错误。对一个现代企业来讲,最重要的就是创新,而创新的一个很重要的条件就是提供一个可以犯错的环境。任何创新一定有失败,若是惧怕失败,就不会有第二次创新。真正的创新来源于领导者的无所畏惧和多元的环境。在这个环境中,需要有系统式的想法(system thinking),让犯错者找出真正的原因,并有勇气和同学们、同事们分享,这样才不会再犯同样的错误。这也是创新的真正意思。此外孔子还说过“盍各言尔志?”即大家聚在一起何不谈谈各自的志愿呢?这个问题一提出来,大家考虑的不再是每天所面对的繁琐的问题,而是对未来的看法。当一

个公司开始往未来思考而非一味考虑昨天、今天的问题,即思考明天的机会在哪里,这就是在 learning organization(学习型组织)中的 share vision。总而言之,创新存在于在一个不惧怕的环境之中,又有一个“不贰过”的条件,同时分享视域,不要只解决现在的问题,而要追求明天的机会。

四、儒商与东亚文明研究的意义及期许

宋铠(台湾省“国立”中央大学管理学院资讯管理系教授):进入2000年以后,或者简单来说整个经济的格局在全世界开始进入到知识经济这样的游戏规则下以后,有很多事情变得不一样了,在西方,从学校来讲,从商学院、管理学院、经管学院的角度来看,很明显地可以看到,我们到底是在培养什么样的学生?目前来讲,在西方、在美国的管理学体制下面,从本科生、研究生,到MBA、EMBA,似乎我们的重点、主流还都是谈一些“术”的教育内涵,没有谈到“心”。当然刚才曹总谈到“要有中国心”,这当然是我们作为中国人、作为华人的一种期许。即使是在全球的场景下,其实走向新的“心”的运动,在学术界也已经开始了,尤其是从2000以后在国际上的大型企业里面的各式各样的丑闻,我们可以看得出来,那些主角其实都是从“术”的角度看一流的人物,但是却失去了对文化的关怀、对社会的关心。私利蒙蔽了一切的时候,作为一个在“术”的角度下看起来是卓越的人物,反而对社会有非常严重的危害。我比较赞同曹先生讲的“商业或者商人就是创造快乐的”。很多一流的人物,像哈佛大学商学院毕业的一些一流人物,他们也在追求他的快乐或创造他的快乐,但是却给别人带来了痛苦,这样他们就完全追求“私”——以个人为中心,以个人家庭为中心。这样一种思维体系,在今天,特别对中国来讲,我觉得是非常重要的。因为在今天中国经济的起飞如此迅猛、后劲还很强的时候,尤其大家都在喊“与世界接轨”的时候,我们到底是接“哪条轨”?如果我们接的轨也都是走“术”的这条路的话,将来后果恐怕也很严重。所以,从我们管理学院、商学院的角度看,我万分地赞同未来在商学上面加重儒学或者这种中国“心”的教育,也就是按照杜教授讲的“原来是一个地方文明,但是具有普适的价值”,从而给全世界的管理教育、商学教育另外一番省思、注入新的清流,让属于“心”的这方面的价值体系重新建立。在新的知识经济的环境下,我们的老师以及将来设计这种商学、管理学、经济学的师资们,尤其是在学术政治上面可能要深思,未来我们在华人的教育、在中国的教育上面,怎么用这样一种新的交叉学科的精神来走接下来的路。

罗卫东(浙江大学经济学院经济学系教授):思想大师熊彼特先生曾经说过,理解社会经济活动的核心是理解企业家。作为创新理论的创始人,他早就认识到关于企业家的研究是非常重要的。但是,企业家也是很难研究的,正因为如此,学术界现在有一个偏向,就是试图以企业研究来代替对企业家的研究。经济学里面现在时兴的企业理论就是这样一个偏向的产物。但我认为这样一来很容易忽视真正重要的问题,那就是,企业家作为近代以来社会经济活动的组织者和配置要素这样一个特殊力量,他们的动机、行为以及相互关系的类型是什么。也就是说,要理解近代以来社会经济的整个进步以及未来的趋势,只有理解企业家是怎么产生的、他的行为的动机以及对将来社会将会发生怎么样的作用才能够搞清楚。

东方有自己的一整套文化理念和文化体系,我们以前研究企业文化多半流于形式,即便有很少的一些人研究企业家,走的也是西方的理路。改革开放以来的内地社会科学学术界忙于补课,重在借鉴西方国家的理论,有意无意地忽视了对本土思想资源的关注。随着中国内地乃至整个华人社会经济业绩的日益显著,华人企业家的发生学问题显得很现实、很重要了。而目前的很多理论难以对儒家文化圈的经济社会运行作出有效的解释。因此,客观上也非常需要有一个能够较多地顾及我们传统文化特色的理路。其实,整个东方社会都缺失对企业家发生问题能够进行合理解释的理论。

加深对儒商与东亚文明的研究,从指导思想和方法论的方面看,首先需要加深对我们自身传统的

认识和理解,有很多正本清源的工作需要学术界去做。除此之外,另一方面我们需要考虑的就是怎么样在一个更开放的国际性视野当中,来反观我们的儒家文化和亚洲文明。毕竟我们的经济是走向全球化的经济,我们的经济活动基本制度的设计体现的是具有很大的全球共性的现代市场经济理念。

杜先生力主发掘具有全球价值的本土资源,这个提法意义十分重大,具有两个层面的含义:首先是要了解世界发生了什么,什么是今日世界性的问题;其次是从这样一个全局性和具有一定高度的立场来观测、检视、研判我们的传统文化的特质。这两个方面既是两个彼此相关的重要环节,也是具有互动性的两个问题。

总之,我们要卓有成效地开展儒商与东亚文明的研究,首先需要有一个开放的、国际性的视野;其次是要有跨学科的方法;再次是积极促进相关研究力量的合作和互动。当然,儒商研究在其现实的层面必须和在各种文化背景下成长起来的企业家的研究结合起来,在比较文化的视野下讨论。

余潇枫(浙江大学公共管理学院政府管理系教授):浙江模式这几年来备受关注,尤其是浙商正处在从“经济浙商”转向“人文浙商”的历史关键时刻。我发现东方与西方在企业发展上有一个非常重要的差别:西方的企业管理也讲伦理,但他们是把伦理放在管理的体系当中去讲;东方是把管理放在伦理当中去讲的。管理是方,伦理是圆。管理强调无情,制度强调绝情,但是管理者是有情的。我们怎么把无情、绝情、有情整理起来,这是企业家需要考虑的。那么,外圆内方是什么?马克思·韦伯对资本主义精神用四个字作了一个概括,叫做“合法投机”。资本主义是个法制社会,所以它同奴隶主义、封建主义相区别;资本主义是投机的社会,所以它同社会主义、共产主义相区别。那么中国的社会主义市场经济的精神特色是什么呢?我认为,有中国特色的社会主义市场经济的精神特色应该是四个字:“儒商精神”。那么儒商精神是什么呢?用八个字来诠释,儒商精神就是“士魂商才,义利合一”。所以,企业家要有这些志向:第一步要成为企业家中的知识分子,第二步要成为有社会责任的企业家知识分子。

姜国辉(台湾省“国立”政治大学管理学院创新育成中心教授):“怎么样找到东西方文化新的接轨点”的问题,我提出一个建议就是“态度”的问题,这甚至可能超越文化。我们要注意到从过去两百年来东方在文化上面一面倒的“西潮压倒东潮”,因此文化上几乎都是在学习,现在我们要转到文化自习上。刚刚大家谈了很多马克思·韦伯,就是新教和资本主义,然后论断东方不会有自由经济和贸易出现,其实是不对的。我们今天看到这样的现象之后,双方都应该既不自满也不自卑。所以,这个时候一个最好的做法是把它改变成文化上的一种自信,譬如“见贤思齐,见不贤而内自省”,我的建议是“唯有自省而后才有自信”,温故而后才能知新。找一些个案,然后去验证经过这么多年来儒家思想的变化在哪个地方突显出来了,是比较好的方法。

此外有两个相关的问题:第一,是不是要有很多的方向、政策,一开始就有主导性?因为“儒”与“商”毕竟不含“政”,不管以前有没有“儒”和“商”这个东西;第二,是不是要“尽信书”,只是学习,还是要有自省,然后得到自己的东西?这个自省不只是自己反省自己,而是要自己看自己的内心、看自己的周遭。本来很多东西就有 conceptual definition、operational definition——抽象和具象的定义。其实伦理和管理,一个是概念性的定义,一个是操作化或具体的概念。我们要注意这个事情,因为学术界的人会对概念性的定义比较感兴趣,而只要是企业界来的就会对操作性和具体性的定义比较有兴趣,当这两个在未来如果没有交集的时候,“儒商”就很难谈下去,不用讲旧定义、新定义,实际的东西才能达到。

我觉得儒家的人本思想和实用主义是儒家与企业比较基础的、可以先重视的内容。往细讲,一直有四个课题可探讨:一是“儒学与企业组织和伦理”;二是“儒学与知识及科技”;三是“儒学与创新”;第四个是比较实际具体的,跟我刚刚谈到的第三个有关,是“儒学在宋明理学之后的发展和它的状况与以英国为主的欧洲实证科学的发展”,因为后者毕竟是马克思·韦伯与费正清他们所立论的基础,就是影响到工业化,影响到现在的自由经济等等资本主义的发展。其实这其中自有异同,只

是看我们怎么去做,如何去腐存精,找到符合现在这个时代经济发展的部分,我想至少在有关儒商的探讨当中是可以做的。

杜维明:从整个文化中国的角度而言,中华民族正处在一个合理发展——以前说“和平崛起”——这样一个关键时期。以前因为从鸦片战争以来中华民族是一个被残害、被蹂躏的民族,所以在那个阶段里,能够存活本身就是尊严,就是价值。但是最近二十年来,中华民族的发展、特别在企业方面出现了有创意的新势头,因此引起了大家的重视,也值得我们深入反思:我们的文化认同是什么?我们要向世界传播的信息是什么?在这样一个阶段之中,我们应该有一个扎根民族文化而又在多元开放精神中面向外部世界的主体性,这个主体性当然是和我们民族的自尊、自重连在一起的,但是这个主体性必须是开放的,必须有非常深刻的自我反思能力。正是出于这一考虑,我们才提出“儒商”的观念。“儒”本身的意思就是“知识分子”,它的含义是非常宽广的,可以在不同的文化交流中成为塑造儒家所想体现的知识分子的重要资源,所以儒商群体绝对不是排斥性的,而是开放性的。不仅是开放性的,而且还有自我调适、自我反馈的机制。

那么,如何培养一个推陈出新的视野?首先,我们不能把这些儒家伦理所体现的价值仅仅当作是一种工具性的价值。为了使我们能够做大,为了使我们更能够在战略和策略上面取得优势,强调工具性的价值是必要的,但是这不可能真正代表儒商的精神。我们要把这些价值当作内在的价值,内在价值就是一个人的自我发展和自我认识、自我理解的价值,和我们的同事、学生、朋友交流的时候这也可以算是一种承诺。在这个基础上,我们现在考虑儒家式的管理——因为这个是名副其实的“经济”,即儒家所谓的“经世济民”——这个管理的视野绝对比现在西方突出的管理的视野要宽。西方的管理界讨论的重要的价值冲突、价值问题是自由和平等的关系,是效率和团结的关系,是在一个企业组织内部来讨论的,但是儒家的基本精神一方面个人内部的身心整合问题,另一方面个人和社会健康互动问题,再一个方面是人类和自然的持久和谐问题,还有一个就是终极的关怀——讲“快乐”也可以,讲“幸福”也可以,就是人心和天道的相辅相成问题。它的基础比较宽广,它的创意、发展、可持续发展在企业界一般不认为是核心的问题,但现在都变成企业界所关注的课题。这样说来,儒商所代表的就是企业界的文化自觉、文化理想,其基本的价值成为导引企业发展的动力,而这个导引的动力不完全是在策略的层面,也是在内在价值的层面。所以真正成为所谓“具有公仆胸怀的领导者(servant-leader)”,受到儒家影响的企业家所要做的工作,事实上是一种在 21 世纪大家都非常关注的领导素质的问题。作为一个领导,除了经济资本以外还有社会资本的问题,除了科技能力以外还有文化能力的问题,除了智商以外还有伦理智慧,除了物质条件以外还有基本的精神价值。假如我们的视域比较宽广,特别在企业界做得很成功,问的问题不仅是能不能够再做大、能不能再做得更成功、能不能更有影响力、能不能进入世界五百强,而是在这个发展的过程中,对我们个人、企业、社会来说,它的意义在哪里?这不完全是成功的问题,而是意义的问题。面对这样一个课题,我想它的创新,可能对我们现实的各种不同的企业之间的自我理解或者研究的各方面都能起到一种健康互动的促进作用。我们要开始做的这个工作,事实上是以特殊的环境、特殊的地方作为基础,但是我们的视野是宽广的,是一种国际的视野,它扎根在浙江大学、浙江的文化,扎根在中国和东亚,就是所谓的“儒家文化圈”。所以,另一个问题就是怎样才能够形成一个辐射全球华人圈并具有新思维的新学派。这个工作是非常艰巨的,因为现在没有这样的例证,但是值得向那方面去努力。如果有理想,就有可能成为现实。如果我们连想象和理想本身都不存在,那落实的可能性就不存在。还有,关于“儒商与东亚文明”这个工作已经在进行,而且进行得令人相当惊讶。可是这个工作不只是在文化中国的地方去做,还要在韩国、日本,甚至在欧美也要积极进行。这次有企业家来,他们对海外的情况特别熟悉,我希望能够借助他们的经验,使我们的视野——虽然扎根在特殊的大学、特殊的地域——但能够对全世界都有所了解,也能主动参与为了人类的存活和繁荣而努力的伟大事业。

(本文根据录音整理并有删改,整理内容未经所有发言者审阅)