



Shandong
Great Business
Partner

CGBP
CONFERENCE OF GREAT BUSINESS PARTNERS

第三届儒商大会

“新时代儒商的精神特质与实践风范”征文

获奖作品汇编

儒商大会秘书处

2022年11月

五嶽獨尊

目 录

一等奖

1. 和合：新时代儒商的精神特质与实践风范 纪光欣.....1

二等奖

2. 亲清政商关系的儒商文化根源 黄小菁、王建均.....27
3. 信义”行天下 侯中兴.....58

三等奖

4. 齐鲁儒商赋 夏纪舟.....70
5. 母亲的儒式民宿经营实践 应鲁恩.....71
6. 传统复兴：中华老字号企业文化的传承与开发研究——基于百年鲁商济南旧军孟氏“瑞蚨祥”的调研 李明欣、孟令璇、张欣悦、林越、纪佳琪、李怡洁79
7. 新的时代唱儒商 屈国杰.....97
8. 成己、成物、成中华——论新时代儒商“四典、三成、二秩、五教”的精神特质与继承中创新的实践风范 杨万江.....101

和合：新时代儒商的精神特质与实践风范

纪光欣

摘要：和合是中华优秀传统文化的基因，和合精神是传统儒家文化的精髓和传统儒商精神的核心，它与现代市场经济、企业经营管理的本质深度契合，也是新时代儒商精神的重要方面。传统和合思想的内涵，一是承认和尊重差异与对立，二是强调差异、对立间的统一或相成，三是确立“礼”的节制作用，即礼以节和。和合思想彰显着儒家文化包容、重合、正德、仁爱等精神特质。作为新时代儒商精神，和合既表现为身心和合的修身观、仁和爱人的管理观、以诚为本的经营观和合和天下的责任观等精神特质，更体现为和合生生的创新机制、和气合作的经营战略、中和之用的领导艺术、执经达权的管理谋略等实践风范。

关键词：和合；儒商；儒商精神；企业家；传统文化

和合是中华优秀传统文化的核心思想，反映着中华民族鲜明的精神特质和实践智慧。和合是反映儒家文化核心思想和主导价值的哲学范畴，也是传统儒商精神的核心要素。习近平总书记指出：“和衷共济、和合共生是中华民族的历史基因，也是东方文明的精髓”^①。他将“尚和合”与“讲仁爱、重民本、守诚信、

^① 习近平：《中国发展新起点 全球增长新蓝图——在二十国集团工商峰会开幕式上的主旨演讲》，《人民日报》，2016年9月4日。

崇正义、求大同”^①概括为传统文化的基本精神，并强调传统文化“延续着我们国家和民族的精神血脉，既需要薪火相传、代代守护，也需要与时俱进、推陈出新”^②，这是我国企业具有的一种独特优势。和合精神与现代企业经营管理的核心理念和文化精神深度契合，作为一种企业家精神，新时代儒商精神的一个重要内容就是和合精神。和合思想内蕴深刻，影响广泛，体现着传统儒家文化的精神品格和实践智慧。和合是新时代儒商应该具备的价值追求和精神特质，又是新时代儒商经营管理的实践策略与风范。新时代儒商应该自觉践行和合精神，在推动企业持续发展的同时，努力成为中华优秀传统文化“创造性转化”的积极推动力量。

一、和合：儒家文化精髓和儒商精神核心

和合是中华民族和中华文明的文化基因。中国历史，自远古至先秦，先之以诸夏，后之以东夷、西戎、南蛮、北狄，历经周初的封土建邦和制礼作乐、春秋战国的民族融合，凝聚为华夏民族雏形，到汉代演化为统一的汉族；唐朝以后，随着民族融合的不断加强，最终汇合成以汉族为主体、各民族共生共荣的多元一体的中华民族。在文化渊源上，从商人尊神到周公制礼作乐，华夏族开启了德治之路，并为以孔子为代表的儒家所总结和阐扬；此后，中华文化历经各代百家争盛、驳难融通，逐渐形成了以儒家思想为核心的华夏文明。“天下一家，中国一人”，无论多民

^① 习近平：《习近平谈治国理政》（第1卷），北京：外文出版社，2014年，第164页。

^② 习近平：《习近平谈治国理政》（第2卷），北京：外文出版社，2018年，第340页。

族融合为一个华夏共同体，还是多元文化交流互鉴为统一的中华文化，都是“和合”精神的集中体现，和合内生于中华民族和中国传统文化的创生与演进之中。

（一）和合：儒家文化的基本精神

和合思想首先源自上古先民的日常生活经验。“和”的来源，《说文解字》有一说作“禾，从口从禾”，“和”与“禾”音同义通，表明“和”的起源与人们饮食及其农业生产直接相关。中华文明诞生于农业或农耕社会，而早期农耕完全依赖天（气候）与地（土壤）状况，先民“近取诸身，远取诸物”，在长期生产实践中逐渐累积成仰观天文、俯察地理、中省人事的“阴阳和合”“天人合一”观念，和合升华为贯通天、地、人三才的核心理念，和就是善，就是至高的道德要求，即和德或合德。其次，和合是古代社会治理经验的升华。早期氏族社会，帝嚳便“执中而获天下”；（《大戴礼记·五帝德》）尧舜禹时代，“中”被当作最重要的政治智慧来传承。传说帝尧以自己成功经验执“中”告诫舜，“咨！尔舜！天之历数在尔躬，允执其中”；（《论语·尧曰》）舜又以此告诫禹：“人心惟危，道心惟微，惟精惟一，允执厥中”。（《尚书·虞书·大禹谟》）这十六字成为传统中国道统的“心传”，孔子将其升华为“中庸”这一儒家推崇的道德要求和执政方略：“隐恶而扬善，执其两端用其中于民”。（《中庸》）“执两用中”即是“和”，中庸就是中和、和合之用。周朝处理与其他部族的策略是“克明俊德，以亲九族，九族既睦，

平章百姓。百姓昭明，协和万邦”，（《尚书·尧典》）从而赢得各方支持，代商而立后，周公旦创制礼乐政刑，开启德法和合善治之先河。这表明，和合在思想源头上有着深厚的实践经验基础，是融入中华民族血脉的文化精神，是中华民族与生俱来的“文化基因”和核心价值。

“和合”思想是儒家、道家、墨家、阴阳家、佛家等各家学派共同持有并彼此碰撞融合而形成的一种中华人文精神。在思想渊源上，春秋时期《国语·郑语·史伯为桓公论兴衰》最早明确提出了“和合”（“先王和合五教”）这一概念及“和实生物，同则不继”的和合观，并以此阐释事物变化：“先王以土与金木水火杂，以成百物”，即五行各有差异、相克相生，在差异、冲突中融合，而“合”成万物。同样，作为“诸经之首”、中国文化之根的《易经》以阴阳和合来诠释自然、人事以及天人之际的变化（“易”），“一阴一阳之谓道”（《易传·系辞上》）阴阳法天地，象乾坤，和合而成万物促发展。阴阳对立互补、动态协调而成整体的“太极图”，成为和合思想形象而独到的阐释。这也成为诸子百家阐释和合的共同范式。“反者，道之动。”道家从阴阳相反相成的角度理解和合，“道生一，一生二，二生三，三生万物。万物负阴而抱阳，冲气以为和”（《道德经》第42章）。老子的“道法自然”“无为而治”遵循的是守中致和的理路；庄子主张“天地与我并生，万物与我为一”，与天和，与人和，并强调“心莫若和”。道家可以说是从宇宙论、本体论上论

证了天人合一的和合观。“诸法因缘和合生”，和合同样是佛教阐释因果的核心概念，世间万事万物都是“依缘而起”，即各种条件、原因和合而起作用的结果^①，皈依佛门的男僧女尼共同持戒与修行、和谐相处，称为“和合僧”或“和合众”。佛教有一个“身和共住、口和无诤、意和同事、戒和同修、见和同解、利和同均”的“六和”法则。墨家主张“兼爱”“尚同”表面上否定了等级、差异的存在，但同样以家庭、君臣、社会和合为目标，“兼相爱、交相利”，所谓的“同”实际上成为和合的理想或纯粹状态。“缘法而治”，以商鞅、韩非为代表的法家主张只有通过法治，才能实现社会和谐。“法不阿贵，绳不挠曲”，“法”本身具有平等不偏、正直不曲的中和特性。齐法家管子提出“畜之以道则民和，养之以德则民合，和故能习，习故能偕，偕习以悉，莫能伤也”（《管子·幼官》）的和合观。法家奠基的中华法系本质上是法、儒、道等多元思想和合的产物，本身就具有法、德、礼融合的特点，内在精神上仍体现着和合精神。传统社会自汉代以后逐渐形成的儒法互补、德主刑辅的治理体系就是和合思想的践行机制。

当然，和合思想以儒家特别是孔子的阐释最为明确而深刻，也最具实践价值。孔子的“君子和而不同，小人同而不和”，“礼之用，和为贵”，孟子“天时不如地利，地利不如人和”，荀子的“和则一，一则多力，多力则强，强则胜物”等确立了传统和

^① 叶小文：《从心开始的脚步》，北京：宗教文化出版社，2006年，第35页。

合思想的基本内涵和价值目标。而儒家经典《中庸》提出的“中者，天下之大本；和者，天下之达道。致中和，天地位焉，万物育焉”以及孔子提出的“君子之中庸也，君子而时中”等“中庸”（“中和”）思想，也是和合思想的重要内涵，因为“中”即是“和”或是“和”的实现方式，“以中致和”。和合（中和）成为儒家最根本的价值诉求和实践手段。“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。”儒家推崇的善治实为德礼相谐的和合之道，并通过治理者“为政以德”基础上“执其两端，用其中于民”的中庸之道来加以实现。可见，和合是儒家思想的核心范畴和主要精神，而儒家是中国传统文化的主体，是中国传统文化核心价值的主要构造者，和合也可视为中国传统文化的主流思想和核心范畴。

总之，“和合”不仅是儒家文化的一个标识性思想，而且是一个彰显中华优秀传统文化核心精神的思想体系。张岱年先生把中国文化基本精神概括为“天人合一、以人为本、刚健自强、以和为贵”^①，凸显出和合在中国文化中的主导地位；郭沂教授则提出，与真、善、美构成西方文化核心精神价值不同，中、和、乐则构成中国文化的核心精神价值，和合属于高于善的道德理念，甚至代表真善美和合一体的极致境界^②；夏学銮教授认为，“和合”是中国文化中与“阴阳”、“五行”地位相似、功能相等的始元、创生概念，代表中国文化的基因和价值取向^③；张立

^① 张岱年：《中国文化的基本精神》，《齐鲁学刊》，2003年第5期。

^② 郭沂：《中和乐：中华文明的精神价值》，《光明日报》，2018年12月15日（11版）。

^③ 夏学銮：《和合思想：文化基因与价值取向》，《人民论坛》，2015年7月（上）。

文教授不仅将“和合”理解为“中国传统文化的真精神”“中国文化人文精神的精髓”和中国文化的核心话题，而且以此为基础创构出一个包括和生、和处、和立、和达、和爱五大原理的和合学理论体系，揭示了和合思想的深刻内涵和历史地位，阐述了和合思想在当代社会鲜明的实践价值^①。因此，习近平指出，“研究阐释中华文明讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同的精神特质和发展形态，阐明中国道路的深厚文化底蕴”^②。可以说，尚和合或和合精神既是中华文明的精神特质，而作为新时代儒商精神，又成为中国传统文化的发展形态。

（二）和合：儒商精神的核心内涵

儒商是“儒”与“商”的和合，但关键在“儒”。在古代社会，儒商一般是指“弃儒就贾”者（如范蠡）或“商而学儒”（如子贡）者，特别是孔子门生子贡（端木赐），货值（经营）有道，但自觉追随孔子学习儒家思想、践行儒家价值观，被誉为“儒商之祖”。当今时代，一般理解，“儒商”中的“儒”不必一定是儒者、儒家学派的人，但必须是信奉并践行儒家思想和价值观（如仁爱、正己、利他、中庸等）的经营者或企业家，应该是“儒魂商才、即商即儒”的人。简言之，自觉以儒家之道来经营管理商业或企业的人，可称之为儒商。

按照上述理解，儒商精神是指商人或企业家在商业经营或企业管理中所秉持的儒家文化精神和价值理念，或者他们在经营管

^① 张立文：《中国传统和合文化与人类命运共同体》，《中国人民大学学报》，2019年第3期。

^② 习近平：《把中国文明历史研究引向深入，增强历史自觉坚定文化自信》，《求是》，2022年第14期。

理活动中表现出来的与儒家价值观或行为规范相符合的思想观念、价值取向和精神状态。当然，儒商精神所体现的儒家文化精神或价值理念具体所指为何，换言之，传统儒家视角下的儒商精神包括哪些内容，人们对此有各不相同的认知或归纳。如儒商精神三字诀：诚、习、文，儒商精神三要义：仁者爱人、为政以德、以和为贵，儒商精神三要素：义利、良知、和合或尚仁重义、贵和尚礼、诚实守信，儒商精神五方面：自强、诚实、节俭、敬业、和合。其他归于儒商精神的儒家思想还有乐善好施、重教尚贤、执经达权、兼济天下等。当然，儒商首先是商人，其经营管理活动以赢利为目的，儒家思想的核心是“仁义礼智信”，就此而言，儒商精神的本质是义利统一或以义谋利问题，即和合义利观。

如果说，和合是儒家文化的核心价值 and “真精神”，儒商是尊崇并践行儒家精神的商人或企业家，那么，和合精神应该是儒商精神的核心内涵，儒商即是和商。一方面，各种对儒商精神的归纳总结都包含着和合这一维度，而且其他方面的内涵，如仁爱、诚信、权变等，也都包含在和合思想体系内；另一方面，作为儒商精神核心的以义谋利，在深层逻辑上是和合精神的表现，实质上是“义”与“利”的和合。《易传·乾·文言》“利者，义之和也，· · · · ·利物，足以和义”。宋代苏洵说，这句话道尽了义利关系的本质，“呜呼，尽之矣。君子之耻于言利，亦耻言夫徒利而已”。（苏洵《史论·利者义之和论》）这表明，儒家并不排斥利益和商业，“富与贵，人之所欲也”，甚至“利在

则义存，利亡则义丧”（苏洵），但儒家特别强调“君子爱财，取之有道”，必须以义谋利或利合乎义。所以，苏洵说：“义利、利义相为用，而天下运诸掌矣”。《尚书·大禹谟》早就提出过“正德、利用、厚生，惟和”。这表明，儒家道德是可以转化为商业或管理伦理的，而儒商精神最具现代性的内涵就是和合精神。

作为儒商精神的和合不仅反映着传统儒家文化的精髓，而且契合现代企业组织及其管理的本质要求。市场经济或商业经济本质上是合作经济。按照亚当·斯密的理论，市场经济是为交换而生产的经济形态，每个人（组织）基于自己的利益通过市场（价格信号）这只“看不见的手”而与他人进行交换，只有当你满足他人需求，即为他人创造价值的时候，才能获得自己的利益。为他人创造的价值越多，获得的利益也越多。这种交换实质上是一种合作，尤其是陌生人之间的合作，最终形成跨越区域、国界乃至全球性合作，这就是市场交换的力量。而这种多次重复博弈的合作又是建立在相互信任基础之上的，没有信任，就不会有真正的合作。同样，作为市场经济主体的企业本质上也是一个合作组织，而管理的本质在于维护或促进组织合作。管理哲学家玛丽·福列特早就提出，企业是一个各部分相互协调、相互关联的功能整体或整合统一体，企业管理中的集权与分权、职能分配、劳资关系等都要以整合的角度来对待，并且必须从企业与社会的整合关系来处理各种管理问题，管理者是企业“各方利益的整合者”，

通过有效的方式，整合投资方、劳动方、消费者各方的利益，从而形成集体合力，既促进企业目标的实现，又有助于社会（劳资）和谐。特别是福列特承认组织中差异和冲突的存在（如劳资冲突），它们并不都是消极的或根本对立，她称之为“建设性冲突”，管理者的责任在于有效整合各方利益，化对立、冲突为互补、合作，共同“创造新价值”。所以，整合是一个适用于组织与管理的普遍原则。被誉为“现代管理理论之父”的切斯特·巴纳德认为，企业组织是一个人与人之间互动关系构成的社会协作（合作）系统，既包括内部的协作关系，也包括外部的协作关系，管理者的职责在于确定组织目标、维持协作意愿、保持良好沟通，以便有效地实现组织的内外部协作。现代管理的根基在科学管理或管理的科学化，按照“科学管理之父”弗雷德里克·泰勒的观点，科学管理本质上是一个建立在科学方法基础之上的合作问题：一是人一机之间的协同，用泰勒的话说，是“促使科学的劳动过程和经过挑选和训练的工人结合起来”。泰勒依靠科学实验，通过构建生产流程的系统化、生产工具的标准化、工作方式的规范化、工资激励的差别化、生产过程的组织化（职能工长制）相统一的管理系统，即所谓“泰勒制”，实现了人机之间的高效协同，在降低劳动强度的同时，大幅提高了劳动生产率；二是劳资之间的合作。科学管理的有效实施，或人机高效协同的实现，有赖于一个根本性的前提，这就是作为科学管理精髓、泰勒称之为“精神革命”的劳资合作，“管理人员和工人亲密无间的个人之间的协

作，是现代科学或任务管理的精髓”。这种把劳资双方利益视为一个整体，通过科学方法促成双方共同努力，实现双方利益最大化的合作精神，才是实行科学管理的关键；三是社会和谐。科学管理的最终目的在于通过科学的方法提高生产效率，改善工人生活，消除劳资之间的冲突，“保证全体第三方（消费者）的利益”，达成促进社会和谐安定的目标。显然，无论是福列特的整合，巴纳德的协作，还是泰勒的合作，都充分反映着现代企业管理的和合本质，都可以通过中国传统儒家和合思想来阐释。另外，不论人们对企业家精神作何归纳，合作精神都是其基本内涵之一。“和羹之美，在于合异”。特别是面对现代企业经营复杂快速多变的外部环境和日新月异的技术变革步伐，面对“丛林”般的现代管理理论和多样化的管理模式和方法，和合提供了一个“不同而和”的整合多种管理要素、管理手段来共同应对环境挑战的实现机制，“和合而生生”，而中和之道更是经营管理者的成功秘笈和必备能力。这些都表明，来自文明深处和文化传统的和合精神，对现代企业管理而言，有充分的实践价值来代表新时代的儒商精神，展示传统和合精神的发展形态。

二、和而不同：儒家和合思想的独特内涵与精神特质

和合是中国传统哲学独有的核心范畴，中国传统文化是“贵和尚中”“以和为贵”的文化。就字面意思而言，“和”“合”“谐”各自单用或二字连用（如和合、合和、和谐、谐合），涵义相同。“和”（“龢”）指多种声音或音调的调和，引申为异

质、对立因素的并存，与“同”相区别；“合”指上下唇的合拢，表示异质、多种因素的统一；“谐”即“諧”，也指声音、音律的协调，引申为不同因素间的协调有序。古汉语中的和、合、谐或和合、和谐、谐合是可以互训的。如《玉篇》训：“谐，合也”；《广雅·释诂三》训：“和，谐也”；孔颖达《春秋左传注》疏：“和，犹合也”。可见，从词源看，和、合、谐的本义都是不同或异质因素的协调配合、融为一体。“和合”一词最早出现在《国语·郑语·史伯为桓公论兴衰》：“商契能和合五教，以保于百姓也”。相对于单字的“和”或“合”、相对于通俗的“和谐”而言，“和合”突出了差异、冲突之上的融合性或整体性，因而更具中国文化韵味，更能彰显中国文化精神。

在思想内涵上，《国语·郑语》在解释“商契能和合五教”的时候，提出了“夫和实生物，同则不继。以他平他谓之和，故能丰长而物归之。若以同裨同，尽乃弃矣”的和合观，并以“先王以土与金木水火杂，以成百物”为例加以阐明；孔子明确提出“礼之用，和为贵”“君子和而不同，小人同而不和”的观点。这些确立了和合思想的基本内涵和致思取向：承认差异、对立但更强调统一或融合，但孔子将“和”限定于“礼”的运用上，意味着和合思想包含更深层的思想内涵，这就是“礼以节中”。因此，儒家和合思想包含三个方面的基本内涵：

一是“和”：和合以差异甚至对立的存在为前提。无论“和”所代表的声音调和，如“琴瑟之和”，还是“合”所表达的多种

元素聚合，如妻子好合，都预设或肯定着异质、差异甚至冲突的多元事物的存在，这是“和”“同”之辩所昭示的：“以他平他谓之合，故能丰长而物归之；若以同裨同，尽乃弃矣。”（《国语·郑语》）多元、差异或对立是事物存在和发展的前提，完全同形、同质元素的并存只是“同”。传统哲学中“无独必有对”或“理必有对”的观点，也强调任何事物都有其对立面，即“一分为二”，所谓“独阴不成，独阳不生”。可见，“和”既是对立两极的相反相成，也是异质多元的共处并存。这种“以他平他”式地对他者的认可与尊重是和合思想的基础和前提。尽管“和”也有协调、统一之意，但其重心在差异或对立的并立共存上，“一阴一阳之谓道”。离开了差异、对立，那就既不是“和”，也无法“合”。

二是“合”：和合以融合或统一为目的或归宿。多元就会离散，差异就会冲突，对立就会排斥，最终会导致和合，如张载所说“仇必和而解。”（《正蒙·太和篇》）所以，和合的本质在于差异间的互补、协调与融合所达成的整体统一或动态平衡的状态，即“合二而一”，它维持事物的存在，促进事物发展。相对而言，“和”侧重在多元共存、异质并立的方面，“合”侧重在多元融合、异质协同、相反相成的方面。因此，和合的要义在于把差异甚至对立的事物纳入一个统一体中，吸取各自所长并克服其所短，从而跃升到整体性的动态平衡或和谐统一状态，即“合”以“生物”或“成百物”。“天地之生，万物之成，皆合而后能

遂。”（朱熹、吕祖谦编：《近思录》卷八·治体）可以说，“合”以“和”为基础、提前，“和”以“合”为目的、归宿。当然，不是所有的差异、对立都导向融合或统一，但是，这种以融合、统一、整体为目的的动态、开放的和合，才是对中国传统文化精神特质的准确表达。儒家“叩其两端用其中”的“中和”观，所体现的就是在差异中求共识、在对立中求统一、在分化中求整体的致思取向。

三是“节”：以礼节和的和合规范。“礼之用，和为贵。”这表明，在孔子那里，“礼”对“和”或“合”是有明确的规范作用的，即“节和”：“先王之道，斯为美。小大由之（指和为贵），有所不行。知和而和，不以礼节之（指和），亦不可行也。”（《论语·学而》）如果没有礼的节制或规范，单纯为和而和，是不可行的。孔子还提出“礼乎礼！夫礼所以制中也。”（《礼记·仲尼燕居》）这里的“制中”与“节和”一样，都代表“礼”的约束或前提作用，换言之，只有根据“礼”的原则和规范，差异或对立间的融合或统一才是可能的。当然，对儒家来说，发挥“节”的作用的，可以是“礼”——以礼节和、礼以制中，也可以是“义”——以义求和，还可以是“仁”——以仁致和，而礼、义、仁在儒家本是相通的，所以，“礼也者，理也，”“节和”的“礼”实际上代表儒家核心价值观。《中庸》说：“喜怒哀乐之未发，谓之中；发而皆中节，谓之和”。所谓“中节”就是合乎礼义仁等儒家价值规范，这是中庸或中和的价值前提，即崇礼

尚和、依礼而行，合乎礼义规范的行为才是中庸。或者说，中庸所要求的无过无不及的适度原则，其实是根据礼义标准来确定的，即“以礼裁制之，使中其节”。（[元]吴澄《礼记纂言》卷二十九）荀子甚至直接将礼义等同于中庸：“先王之道，仁之隆也，比中而行之。曷谓中？曰：礼义是也。”（《荀子·儒效》）反之，那些无原则的、违背礼义的所谓“和”或“中”，就成了和稀泥式的乡愿，“乡愿，德之贼”。可见，在儒家看来，中庸完全是规范在“礼”之中的，依礼而行即为“中”^①，这实际上是对行中庸者的道德要求，甚至中庸本身就是一种至高的道德境界或“圣人之道”。因此，善于“允执厥中”的尧舜禹被孔子及后世儒家誉为践行“中庸之道”的典范。对儒家来说，先修至诚之德，方可行中庸之道。一个人尊礼修德立诚，才能始终在知与行、情与理、义与利、得与失、穷与达、屈与伸、进与退、虚与实等对立之间达致协调或统一，才是“致中和”。

和合思想及其蕴含的实践智慧，彰显着儒家文化独特的价值取向、思想观念和思维方式等精神特质：一是包容精神。和合首先承认多元、差异甚至对立的存在和价值，而不是追求独断、唯一和排他，主张平等共处，求同存异，海纳百川，兼收并蓄，包容并尊重多样性、差异性与个性化。如孟子所说：“夫物之不齐，物之情也。……子比而同之，是乱天下也”；（《孟子·滕文公上》）二是重合取向或整体主义。和合坚持在差异、对立中

^① 徐梵澄：《孔学古微》，上海：华东师范大学出版社，2015年，第171页。

寻求并存、统一，在分化、分立中寻求整体、整合，在冲突、斗争中寻求和平、合作，而不是二元对立、弱肉强食或零和博弈，群而不党、大一统或大团圆情结都是这种重合取向的集中体现（如中华民族就是多元一体的和合体），融合、合作、整体、平衡是“合”的内在要素。历史学家钱穆曾经提出：“西方人好分，是近他的性之所欲。中国人好合，亦是近他的性之所欲。今天我们人的脑子里还是不喜分，喜欢合。……全世界的中国人，这都喜欢合”^①；三是正德意识。儒家强调正人先正己，和合或中庸以修身正己为根本，并强调推己及人，己所不欲勿施于人；四是仁爱精神。礼用之和志在社会和谐，以仁为本重在关爱他人。儒家从亲亲之爱出发，推及他人、国家、天下，乃至自然万物，以协和万邦、天下和平为己任。儒家还有强烈的乡土、家族观念，无论为官还是经商，都谋求“衣锦还乡”、回馈乡里。这些和合文化铸就的儒家精神特质成为中华文明历久弥新、连续不绝的动力，成为中华民族的精神品格，代表着中国文化的基本精神。

三、和合精神：新时代儒商的企业家精神

在全球竞争的市场经济时代，商人或企业家是企业经营管理的主体，而企业组织是经济发展、技术创新的主体。企业不仅以其产品、服务、技术为社会创造物质财富，而且以其管理变革、制度创新推动社会制度文明，还以组织文化、企业家精神促进社会文化进步。商人精神或企业家精神既是企业经营创新的内生动力

^① 钱穆：《中国文化精神》，（中国）台北三民书局，1971年初版，第51页。

力，又是传统文化创造性转化、创新性发展的重要载体。在中国这片有着悠久历史、灿烂文化、独特文明的故土，新时代的商人、企业家生于斯、成于斯，也许没有受过专门的儒家文化教育，甚至缺乏自觉的儒家道德信念，但在成长、经营企业的每一个环节、每一步步骤都耳濡目染着传统文化特别是儒家的价值观念、思维习惯和行为模式的影响。而他们经营活动主要面向的中国本土市场环境、客户关系、员工队伍都浸润着儒家文化，无论企业经营还是管理，都需要适应中国独特的文化传统和行为方式，这从外部“倒逼”着企业经营者适应或应对以儒家为主的社会文化环境。正因如此，作为儒商精神的和合精神，是新时代商人或企业家应该具备的企业家精神，是新时代中国企业创造本土管理模式、促进企业持续成长的内在要求。

（一）尚和合：新时代儒商的精神特质

精神特质属于社会意识的范畴，是一个人区别于他人的独特观念、价值取向和思维方式。儒商精神特质是儒商这一特定群体的思想观念、经营理念和管理方式的集中体现；反过来，精神特质也是儒商区别于其他商人群体的标识性特征。中华民族积淀了“讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同”的精神特质，而和合或尚和合是一个统摄性、包容性的核心内涵，“以和为贵”或“尚和合”的价值追求是新时代儒商精神特质的核心，或说，作为儒商，首先需要具备并践行源自传统儒家文化的和合精神。

首先，身心和合的修身观。身心和合是儒家和合最基础的形式，本质在于修身正己。一个人只有既能慎独内省、静心谦和，又能“见贤思齐”、积极进取，才能达到知止有定，“不迁怒，不贰过”的身心 and 合境界。这是儒家思想作为“大人之学”对人最根本的要求——做一个有道德的人，“自天子以至于庶民，壹是皆以修身为本”。（《大学》）而修身先要正心，正己要在正心，“心正而后身修”，身心和合方能齐家治国平天下。对于儒商来说，首先要成为一个有道德修养、崇高追求的君子，养成身心和合的健康人格和知行合一的良好作风，先修身正己，方能安人正人，“施教导民，上下和合”。（《史记·循吏列传》）这也是儒家道德领导力的根本要求，“是故君子先慎乎德。有德此有人，有人此有土，有土此有财，有财此有用”。（《大学》）这是成人之道，也是经营之道。

其次，仁和爱人的管理观。仁是儒家的核心价值，仁学是儒家的核心思想，特别是孔子将“仁”视为至高德性。《论语·颜渊》说：“樊迟问仁，子曰：爱人”。《孟子·离娄下》说：“仁者爱人。”《中庸》说：“仁者，人也，亲亲为大。”仁或仁爱是人的本性或德性，仁爱就是由亲亲之爱（爱亲）出发，推及人人之爱、家国天下之爱，“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼”，甚至推及自然万物，“亲亲而仁民，仁民而爱物”，最终形成天下一家、万物一体的和合仁爱。同时，仁的内涵还包括“忠恕之道”，即“己欲立而立人，己欲达而达人”，“己所不欲，

勿施于人”。按照朱熹的理解，“尽己谓忠，推己谓恕”，都是要求从自己出发，先正心成己，再推及他人再乃社会。儒家仁本观意味着以人为目的，尊重他人的人格与尊严，并创造条件成就、发展他人。这在政治层面上，就是以仁行政，即以人性、人和为本的国家管理。儒家仁本观与作为现代管理核心理念的人本管理直接相通。商场如战场，市场竞争无情而人有情，真正的儒商不是把人——员工、顾客、竞争者仅仅作为牟利的工具，甚至不择手段、损人利己，而是以仁道即人道为管理的核心价值，实施以人为本的文化管理，尊重员工，与员工共享企业发展成果，打造员工与企业的和合共同体。同时，以仁本理念建立与顾客、竞争对手等利益相关者的互信合作关系，坚持绿色生态经营理念，促进企业与社会、生态的和平共处、和合共进。儒商的仁爱精神本质上要求商人或企业家对人性有着积极而深刻的理解，从自己仁爱本心出发，推己及人，立己达人，成人成物，建立起企业内外部和谐、合作的关系。可以说，以仁致和是儒商之“儒”底色最鲜亮的精神特质，仁和是新时代儒商和合精神的灵魂所在。

再次，以诚为本的经营观。在儒家看来，和合是源自天道的人道原则，不只是一个方法或技巧问题。《中庸》说：“诚者，天之道也；诚之者，人之道也”；孟子说：“思诚者，人之道也”。儒家视“诚”为“天之道”，遵循天人合一之道，人自然也要“诚之”。古代“诚”与“真”“实”“信”等互训，现代汉语中常有真诚、诚实、诚恳、诚心、诚信、诚意等含义，“诚”“信”

合用，信是与仁、义、礼、智并列的儒家“立人”五德之一。“诚”不仅代表真实、信用，而且要做到“言必行，行必果”，即诚实并践诺。儒家视“诚”为人的美德，也是做事的根本准则，“君子诚之为贵”。当然，诚是本体，是天道（“诚者物之终始，不诚无物”），也是功夫，是人通过思考、修炼可以达到的（“诚之者，择善而固执之者也”），“博学之，审问之，明辨之，笃行之”。诚信是做人的根本，也是做事的原则。今天，诚信是社会主义核心价值观之一。《中庸》说：“诚者非自成己而已也，所以成物也。成己，仁也；成物，知也。性之德也，合外内之道也，故时措之宜也”。儒家之“诚”既要“成己”，也要“成物”，前者为“仁”，后者为“智”，成己与成物、仁与智的和合才是真正的中庸之道。现代市场经济是信用经济，商业和企业经营是儒者成己、为仁的主要领域，通过商业经营的“成物”方式来“成己”、成就自己，无疑是符合儒家伦理、儒商精神的正当行为，也是符合商业经营的基本逻辑。这就意味着儒商将“诚”的原则用以指导、规范企业商业经营，坚持以“诚实无欺”“恪守信用”为首要原则，当诚信原则与商业利益发生冲突的时候，坚定地选择并践行诚信，才能累积形成良好的商誉和社会形象，助益企业的永续经营。这种“成物”的践履，也是商人或企业家“成己”即提升自己道德境界和经营智慧的一种方式。反过来，一个儒商只有坚守以诚为本，才能更好地发挥和合管理的优势，所谓“诚者不勉而中，不思而得，从容中道”。（《中庸》）明清时期以

“瑞蚨祥”绸布店为代表的山东商帮将孔孟之道特别是和合理念用于经营，以“诚实、和气”的经营风格（经营宗旨为“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”），曾经称雄一时，延续至今。“至诚如神”，至诚即是至合（合内外之道），这应该是儒商经营管理追求的理想境界。

最后，合和天下的责任观。“儒家学说是社会组织的哲学”，具有强烈入世的社会情怀，通过和合管理达致社会和合、天下和合是传统儒家和合思想的根本追求。只不过，儒家遵循“内圣外王”的理路，教导人们“正己”“爱人”“立诚”“崇义”，或者说，格物致知诚意正心修身，不只是为了完善自己的人格，更是为了更好履行齐家治国平天下的社会责任，“达则兼济天下，穷则独善其身”（《论语·宪问》）。儒家的仁爱包含“博施于民而能济众”“泛爱众”的博爱精神。孔子游走各国，试图寻找实践其仁政德治理想的机会，尽管屡屡落空，仍显示使命担当与执着追求，“朝闻道，夕死可也”。古代社会的商人历来就有乐善好施、造福社会的传统，如捐资助学、扶危济困等。正如彼得·德鲁克所说的，现代社会是一个“组织化社会”，企业作为“工业社会的代表性组织”，是现代社会发展重要的组织“器官”，“管理是现代机构的特殊器官”^①，企业还是一个人或人与人关系的组织，因此，除了发展经济、创造财富以为，企业还承担着增进

^① 美] 彼得·德鲁克：《管理：使命、责任、实务》，王永贵译，北京：机械工业出版社，2009年，第5页。

社会和谐稳定、促进公众福利、塑造现代公民等社会责任^①，即实现经济利益与社会责任的合一。孔子对君子的教导也是对当代儒商的要求：“邦无道，富且贵焉，耻也”。（《论语·泰伯》）新时代儒商必须弘扬儒家仁和精神，把握现代管理本质要求，既以管理、技术、服务等领域的卓越经营和创新促进社会经济增长，又以关怀和培养员工、参与社区公共事务、慈善捐助公益事业等方式促进社会和谐进步，担负起产业强国、富民利人的社会责任。在方法论层面，当代儒商应该以和合思维正确处理企业与社会（利益相关者）、经济利益与社会 responsibility 之间的共生共荣关系，实现利己与达人的和合。

（二）致和合：新时代儒商的实践风范

和合是一种实践方式、一个实践过程。新时代儒商和合精神不只是一种价值追求和精神气质，更是代表经营管理的实践方式和风格，是一种和合经营、和合管理的实践过程。“致中和，天地位焉，万物生焉”。（《中庸》）朱熹解释说，“致，推而极之也”。唯有诉诸实践，和合才能转化为企业创造价值乃至促进社会和合的现实力量。

1. 和合生生的创新机制。儒商精神首先是一种企业家精神，而企业家精神的本质是创新精神，创新是企业发展的动力。“阴阳合而万物生”，和合是一种创生机制，和合精神也是一种创新精神。按照经济学家约瑟夫·熊彼特的观点，创新是经济发展的

^① [美] 彼得·德鲁克：《公司的概念》，罗汉等译，上海：上海人民出版社，2002年，第11—12页

内生动力，创新是要把一种从来没有的生产要素或生产条件的“新组合”引入商业过程，这包括引入新产品、引入新生产方法、开辟新市场、夺取原材料或半成品的新供应来源和创立新的工业组织。企业家是实现这种“新组合”、推动企业创新的人，他们有对市场需求的敏感，有冒险担当的气魄，有打破现有平衡的谋略，以对市场或经济秩序的“创造性破坏”，促进企业各方面的创新。这种创新“新组合”就是商业领域的“和合”——“以他平他谓之和”——不同生产要素或条件、不同管理要素、不同市场需求等方面的“不同而和”，创造出新的产品、服务或需求，而不是同一种生产要素或条件、同一种产品或技术的复制或叠加，“和实生物，同则不继”，这才是企业持续经营的动力，是企业管理的根本使命。因此，新时代儒商的和合精神也是一种创新精神、企业家精神，这种“新组合”的和合创新，理应是新时代儒商最典型、也最直接的实践风范。

2. 和气合作的经营战略。企业经营实际上是企业与利益相关者的协作或合作行动，“使物各得其所利，则义无不和”。（朱熹《周易·乾·文言》）俗话说，和气生财，合作致胜。和气是一种温和、和善的经营态度，体现儒家仁爱、恕道智慧，就是设身处地为客户、为合作伙伴着想，自然会赢得市场的信任而获得更多发展机会；合作是一种互信互利的经营方式，彰显儒家“和而不同”“诚实信用”精神，就是坚持与利益相关者公平交易、相互成就，共筑利益共同体。作为“和为贵”价值观的具体表现，

和气、合作是和合精神在经营战略上的根本要求，以“和”致“合”，通过构建多方面的战略联盟或技术合作体系来实现经营目标。特别是在当今日益网络化、智能化、全球化的市场环境中，企业之间的竞争不都是你输我赢的零和博弈，而是竞争与合作交互的共生关系，每个企业都需要与合作伙伴共建商业生态或协同产业链，甚至消费者也通过网络参与到企业的管理、设计、创新等合作行动之中。新时代儒商应该自觉立足于“和气生财”“合作致胜”价值准则，确立企业的和合经营战略，统摄各类战术手段和方法，广结善缘、多方联合、善于整合、打造合力，从而不断赢得市场竞争的主动权和优势地位。

3. 中和之用的领导艺术。“中也者，天下之大本也；和也者，天下之达道也”。（《中庸》中庸即中和之用，是儒家和合精神的具体应用，也是达致和合的实践方式。中和就是要求在多元差异或对立冲突因素中保持适当的平衡或把握分寸，做到公正合理、不偏不倚、动态调整，无过无不及，如刚柔相济、彰微相映、动静相间、虚实相生等，都是达成和合结果的操作方式。这对承担社会管理任务的君子来说，不只是能力、技巧上的要求，更是道德上的至高要求，“能以中和理天下者，其德大胜”。（董仲舒《春秋繁露》卷十六·循天之道）所以，朱熹说“君子知其在我，故能戒慎不睹，恐惧不闻，而无时不中”，（《四书章句集注·中庸》）德行高尚、善于“允执厥中”的虞舜被儒家誉为实践“中庸之道”的榜样。新时代儒商践行和合精神，尤其需要修

炼中庸之道的领导艺术，无论在决策、用人，还是管理、服务，都要掌握好平衡协调的艺术，善于在各种资源、问题或矛盾中，在多种管理制度、方法或技术中，根据具体的环境条件和管理任务，权衡利弊、妥善处置、综合施策，积极创造企业内外部的和合关系，凝聚各方面的发展合力。如孔子所言“子绝四：毋意，毋必，毋固，毋我”，（《论语·子罕》）“温而厉，威而不猛，恭而安”，（《论语·述而》）即立身处事不主观、不绝对、不固执、不独断，在管理方式上，严肃、权威而不失温和、弹性。所谓“极高明而道中庸”，对儒商领导者来说，“问题就不再是是否要做到极致，而是以正确的方法，在正确的时间和正确的地方，做出正确的事情”^①。这其实也是管理学家彼得·德鲁克对“有效的”管理者提出的要求。当然，儒家认为，中和之用的领导艺术“唯圣者能之”，新时代儒商理应自强不息，以诚为本，持续改进，以和致合，“高山仰止，景行行止。虽不能至，然心向往之”。（《诗经·小雅·车辖》）

4. 执经达权的管理谋略。传统儒商的经营之道如修身、仁本、诚信、和合、义利等，都是建立在“仁义礼智信”等儒家教义和“德为先”“和为贵”的价值导向之上的，这绝不意味着和合或中和必须固守教条、不知变通，儒家具有强烈的与时偕行、执经权变的紧迫感和主动性，所谓“穷则变，变则通，通则久”。这里，“经”即“常”，是“恒守不变的法则”，是“变中不易的

^① 徐梵澄：《孔学古微》，上海：华中师范大学出版社，2015年，第165页

常理”，如儒家的仁爱、修身、和合，代表管理中的核心价值观；“权”是“应变的权宜”，是通权达变，是随机应变的技巧或方法，如仁、义、诚的践行需要随时随势而变，“中庸”也包含“时中”的要求。管理是组织的工具，企业管理包含复杂而具体的技术或方法要求，需要企业家有效而高超的管理谋略。对新儒商来说，“经”代表经营的核心价值观或专注的业务领域，也代表企业家的道德理想和社会责任；“权”则是基于现实复杂多变环境而在管理上的权衡、变通与创新，是基于问题导向的管理技术与方法的辩证运用，是针对不同的情况所采取的恰当措施。执经达权实质上是企业经营管理中原则性与策略性的和合。当然，对于儒家来说，无论什么样的管理方式和管理方法，都只能是“仁术”，即是以仁为本、以诚为本基础上的灵活性和策略性。新时代儒商应该修慎独之德，持仁爱之心，循中道而行，依权变而动，从而在经营管理上日新又新，实现基业长青。

管理学大师彼得·德鲁克说：“管理越是能够运用社会传统、价值观念和信念，它就越能够取得成就”^①。文化强则企业兴。新时代儒商要增强历史自信与文化自觉，“植根本国、本民族历史文化沃土”，积极传承和弘扬和合精神，包容并广泛吸纳国外企业先进经营管理经验，不断在管理实践中“和合”中外管理文化与方法，探索具有中国特色和本企业特点的经营管理模式，促进中国企业成长壮大，并成为推动传统文化创造性转化的能动力量。

^① [美] 彼得·德鲁克：《管理：使命、任务、实务》，北京：机械工业出版社，2009年，第19页。

亲清政商关系的儒商文化根源

黄小菁 王建均

摘要：儒商文化是儒家价值观念与市场经济的结合体，是构建亲清政商关系的文化根源。儒商文化包括“惠而不费”的政府与市场关系的思想、“以义为上”的价值追求、诚实守信的行为准则、贵群尚和的集体精神，其丰富内涵对于构建良性政商关系具有重要指导作用，应推动其创造性转化、创新性发展。政府和市场的关系，是处理政商关系的核心问题。随着改革开放的推进，我们党对市场经济的认识不断深化，提出“有效市场和有为政府的更好结合”，这既是基于实践的积极探索，也是对“惠而不费”思想的弘扬与发展。在现代社会，传统价值观念依然具有生机与活力。政企双方都要坚持以义为上的核心理念，秉持诚信守法的行为准则，掌握贵群合作的智慧，如此才能构建法治、平等、合作、非人格化的亲清政商关系。

关键词：儒商文化；创新性发展；亲清政商关系

2016年3月4日，习近平总书记在参加全国政协十二届四次会议民建、工商联界政协委员联组讨论时，首次提出构建亲清政商关系，指明了官商交往的方向。亲清政商关系是政府与民营

企业之间以及政府官员与民营企业之间的法治、平等、合作、非人格化的政商关系，具有丰富内涵：政府和市场界限清晰，相辅相成；政府和民营企业各负其责，互利共赢；领导干部和企业家公开交往，真诚交流。构建亲清政商关系不仅有利于推进社会主义市场经济体制改革进程，有效发挥政府效能，推动民营企业健康发展，也有利于形成良好的社会风气，维持风清气正的政治环境。

政商关系的具体模式不仅受制于本国的经济、政治状况，也受文化因素的影响。儒商文化是以儒家价值观念为核心的经济文化，“是中国传统商业伦理的精髓，同现代市场经济具有内在契合”^[1]，对我国的政商关系具有深远影响。推动儒商文化创造性转化、创新性发展，使之在构建亲清政商关系中发挥导向作用，对发展中国特色社会主义市场经济具有重要意义。

一、传统儒商文化的内涵剖析

儒商文化是儒家价值观念和市场经济法则相结合的产物，具有丰富的内涵。儒商文化以“富民”“惠民”为基础，用“惠而不费”的主张阐释了政府和市场的关系；坚持“以义为上”的核心理念，构建了“诚实守信”“贵群尚和”的价值体系。

（一）“惠而不费”的政府与市场关系思想

先秦时期，儒家提出“惠而不费”的主张。一方面，顺应百姓对利益的追求，鼓励自由经济，遵循市场规律，减少政府对市场的强制干预；另一方面，任民自富并不等于放任自流，政府应

对百姓的寻利活动提供便利，并对市场行为进行监管。

第一，儒商文化强调顺应市场发展规律。儒家基于对生产活动和物质力量的认识，提出“富民”思想，主张满足百姓的物质生活需求，认可、甚至鼓励人们追求财富的行为。孔子有言：“因民之所利而利之，斯不亦惠而不费乎？”（《论语·尧曰》）^[2]对政府来说，最有利的做法就是顺应百姓追求利益的行为，也就是政府不随意干涉，任民自富。“无为而治者，其舜也与？夫何为哉？恭己正南面而已矣。”（《论语·卫灵公》）^[2]孟子以“揠苗助长”的故事表达了其顺应自然的观点，就经济发展而言也是如此，政府不为百姓提供帮助，最多不过是“以为无益而舍之”（《孟子·论养气》）^[3]，而随意干预经济行为，则是揠苗助长者，有害经济发展。荀子说：“务本事，积财物，而勿忘栖迟薛越也，是使群臣百姓皆以制度行，则财物积，国家案自富矣。”（《荀子·王制》）^[4]致力于农业生产，并发展商业积聚财富，不奢靡浪费，百姓按照制度办事，就能积累财富，国家自然就富足了。儒家的经济自由思想不仅体现在政府不能干预市场运行，也体现在反对政府直接从事生产或经营活动，与民争利。孔子所说的“君子喻于义，小人喻于利”（《论语·里仁》）^[2]并非是以义利判别道德意义上的君子和小人，从而否定利；而是强调社会分工，官员与士人应从事脑力劳动，普通百姓从事农业、商业等体力劳动，以此获得收入。如果官员和士人从事生产经营活动，剥夺了百姓销售商品的机会，必然会损害百姓的利益。

第二，儒家主张政府要为百姓的寻利行为提供必要的帮助和监管。先秦儒家学说承认商人的利益，鼓励发展商业，认为政府应该为商业发展提供帮助。政府对商业的支持主要表现在轻赋薄敛上。就减轻税费来说，孔子认为，轻赋薄敛，可以激励劳动者致力于生产活动，“时使薄赋，所以劝百姓也”（《中庸·问政章》）^[5]。孟子也提出薄税是促进百姓富裕的方法，“易其田畴，薄其税敛，民可使富也”（《孟子·尽心上》）^[3]。就征税种类来说，儒家反对征收关税和商税。孔子批评了设置关税的行为。“下展禽，置六关，妾织蒲”为“三不仁”^[6]，其中的“置六关”，就是通过设置六关收税而妨碍商人的贸易，是不仁德的表现。孟子不仅继承了孔子免征关税的观点，还反对征收市场管理税、仓储税。“市，廛而不征，法而不廛，则天下之商皆悦，而愿藏于其市矣；关，讥而不征，则天下之旅皆悦，而愿出于其路矣。”（《孟子·公孙丑上》）^[3]货物贮藏于市中而不征税，检查过往商旅的货物，不收取费用，如此，才能促进商业往来。荀子也认为免征关税是富民和富国的重要措施，“关市几而不征，山林泽梁以时禁发而不税。相地而衰政，理道之远近而致贡，通流财物粟米，无有滞留，使相归移也”（《荀子·王制》）^[4]。儒商文化认识到轻赋薄敛可以促进生产，商品贸易可以极大地丰富人们的物质生活；而征收商税，尤其征收关税，会限制商品贸易的发展。除此之外，在儒家“柔远人”“远者来”政治理想的影响下，中国古代的“城市与城市之间、城市与乡村之间是相互沟通的，城市对

外来商人完全开放”^{[7] (28)}，而征收关税则会妨碍商人往来，不利于国家积聚人口和发展经济。

政府不仅要为商业提供必要的帮助，也要加强经济监管活动。正如陈焕章所说，儒家既有主张“自由放任”的一面，又有主张社会立法的一面。针对市场的欺诈行为，孔子任鲁国司寇时就整饬法纪，整治了市场上的不法行为。“初，鲁之贩羊有沈犹氏者，常朝饮其羊以诈市人。鲁之鬻六畜者，饰之以储价。及孔子之为政也，则沈犹氏不敢朝饮其羊。三月，则鬻牛马者不储价，卖羔豚者不加饰。四方客至于邑，不求有司，皆如归焉。”^[8]针对市场的垄断行为，孟子认为应该采取征税的方式，抑制操控市场的行为，促进市场的自由竞争。“古之为市也，以其所有易其所无者，有司者治之耳。有贱丈夫焉，必求龙断而登之，以左右望而罔市利。人皆以为贱，故从而征之。征商，自此贱丈夫始矣。”（《孟子·公孙丑下》）^[3]除此之外，孟子还主张天子通过“巡狩”、诸侯通过“述职”交流经济信息，并且通过“补不足、助不给”等方法^[9]协调生产，监督经济活动。^[9]荀子则强调政府要公正地进行市场监管，“关市几而不征，质律禁止而不偏，如是，则商贾莫不敦悫而无诈矣”（《荀子·王霸》）^[4]。

“惠而不费”的思想阐明了政府和市场的合理状态：一方面，政府应尊重市场规律，顺应百姓追求利益的行为，减少对市场的干涉；另一方面，政府应该通过轻赋薄敛鼓励商业的发展，并对市场活动进行监督和管理，惩治不法的市场行为，维持市场秩序。

（二）以义为上的价值追求

儒商文化不仅蕴含丰富的市场经济思想，也具有深刻的价值伦理，包括以义为上的核心价值、诚实守信的行为准则、贵群尚和的集体精神等，对儒商的形成和发展产生了深远的影响。

义利观是儒商文化的核心观念。儒家认可、鼓励百姓追求利益的行为。面对梁惠王的提问，孟子提出“王何必曰利，亦有仁义而已矣”的看法。孟子只是批评“上下交征利”（《孟子·梁惠王上》）^[3]的现象，如果君王带头讲利，那么就会导致从国君到百姓人人只重利益，必然产生争夺，使得君臣错乱、国家危乱；而对普通百姓而言，追求物质财富则是人的基本欲望，“富，人之所欲；……贵，人之所欲”（《孟子·万章上》）^[3]。荀子以“富民”为基础，提出“富国论”。一方面，荀子将物质欲求看作人之本性使然，欲求得不到满足，便会相互争夺而导致混乱。“饥而欲食，寒而欲暖，劳而欲息，好利而恶害，是人之所生而有也，是无待而然者也，是禹、桀之所同也。”（《荀子·荣辱》）^[4]另一方面，百姓富裕是国家富裕的先决条件。“下贫则上贫，下富则上富”^{[10] (84)}，只有百姓富裕了，国家才能真正富裕。

在认可利的基础上，儒商文化强调义利并举、以义为上。儒家承认逐利行为的普遍性，同时也认识到人的欲望是无穷的，若不加以限制不仅会损害他人利益，也会损害公共利益，因此要用义来进行约束。孔子从获利的方式来谈论义，他认为要用符合道义的方法获取富贵。“富与贵，是人之所欲也，不以其道得之，

不处也”，“富而可求也，虽执鞭之士，吾亦为之。如不可求，从吾所好”（《论语·里仁》）^[2]。对待不义之财，孔子则认为“不义而富且贵，于我如浮云”（《论语·述而》）^[2]。孔子所反对的不义之利，是损人利己之利，也是不劳而获之利。荀子则从获利的限度来谈论义，他认为若不对人的欲望加以限制，则会产生动乱，因此，应用礼义来约束人追求利益的行为。“人生而有欲，欲而不得，则不能无求；求而无度量分界，则不能不争；争则乱，乱则穷。先王恶其乱也，故制礼义以分之，以养人之欲，给人之求，使欲必不穷乎物，物必不屈于欲，两者相持而长，是礼之所以起也。”（《荀子·礼论》）^[4]当然，“‘义’对不同社会阶层之‘利’的限制是不同的”^[11]。对百姓而言，义主要起到约束作用，防止无限度追求利益，损害他人的正当利益或社会公共利益；对士大夫和君主则不同，义起限制作用，禁止他们追求除禄俸和租税以外的任何物质利益。

义对利不仅有限制作用，还有引导作用。孔子教导弟子“见利思义，见危授命。”（《论语·宪问》）^[2]追利行为不是盲目的，而是要先看是否符合道义。“仁者以财发身”^[12]，而不能被财富俘获。孟子则强调个人利益、民众利益和国家利益三者的平衡与一致，“邦有道，贫且贱焉，耻也；邦无道，富且贵焉，耻也”（《孟子·滕文公下》）^[3]。当义和利发生冲突时，儒商文化主张以义为上。“有德此有人，有人此有土，有土此有财，有财此有用。德者本也，财者末也”^[12]。德与义相通，利以义为本，利寓

于义中。孟子更是发展出“舍生取义”的崇高义利观。

“‘义’作为一种非正式制度，一套社会规范，是人类在长期的生产和生活中、在无数次的重复博弈中逐步形成的共识。”

^[11] “以义为上”是儒商文化的核心价值，既是修身之本，也是发展之要。对个人的道德修养来说，要义利并举，以“义”作为取利的标准，在追求物质财富的同时也要追求道德情操；对经济发展来说，见利思义、以义取利，才能获得更加长远的利益。

（三）诚实守信的行为准则

诚实守信是儒商文化的基础，是市场活动得以顺利进行的重要保证。儒家认为，诚信是立身处事的首要条件，是安身立命的道德起点，人无信则无以为立。虽然诚信经常连用，但其实“诚”与“信”有各自的侧重点。诚，意为真诚、诚心，真实无妄、不欺人。孟子认为，“诚”是万事万物的规律，而追求诚则是做人所应遵从的基本道理。“诚者，天之道也，思诚者，人之道也。”

（《孟子·离娄上》）^[3]在儒家看来，诚是道德修养的起点，“君子养心莫善于诚，致诚则无它事矣，唯仁之为守，唯义之为行”

（《荀子·不苟》）^[4]；诚也是达成事业的条件，“诚者，自成也；而道，自道也。诚者物之始终，不诚无物，是故君子诚之为贵”^[5]。

信，即为言行一致、恪守诺言，“言之所以为言者，信也；言而不信，何以为言？”^[13]。孔子认为，“信”是个人的立身之本。

“人而无信，不知其可也。大车无輹，小车无軌，其何以行哉”

（《论语·为政》）^[2]。儒家经典中多处提到了“信”，“信”既是

与人交往的准则，“与朋友交，言而有信”（《论语·学而》）^[2]；是获得他人信任的前提，“宽则得众，信则人任焉”（《论语·阳货篇》）^[2]；也是事业成功的保证，“君子义以为质，礼以行之，孙以出之，信以成之”（《论语·卫灵公》）^[2]。“诚”与“信”虽各有侧重，却也相互贯通，互为表里。“‘诚’是‘信’的内在根基，‘信’是‘诚’的外在体现”^[14]，无论是培养道德情操，还是与人交往，都要秉持诚心，信守诺言。诚信贯穿万事万物的始终，也应成为商业领域的行动指南。《孟子》赞扬了当时的商业道德，“虽使五尺之童适市，莫之或欺。布帛长短同，则贾相若；麻缕丝絮轻重同，则贾相若；五谷多寡同，则贾相若；屨大小同，则贾相若”（《孟子·滕文公上》）^[3]。荀子也看到了诚信推动经济繁荣的重要作用，“商贾敦意无诈，则商旅安，货财通，而国求给矣”（《荀子·王霸》）^[4]。

儒商文化并非强调毫无底线地信守诺言，“信”应以“义”为前提和标准，不可不分善恶、不问道义地盲目诚信。《谷梁传·僖公二十二年》说：“信之所以为信者，道也；信不从道，何以为信。”^[13]这就是说，“信”是否为“信”，不仅仅在于是否已经做出承诺，还要由信约是否合乎正义来决定。孔子说：“信近义，言可复也。”（《论语·学而》）^[2]孟子认为，君子言行不拘泥于承诺的信守，为人处事以合乎正义为准则。“大人者，言不必信，行不必果，惟义所在。”（《孟子·离娄下》）^[3]《荀子·强国》也说：“然则凡为天下之要，义为本，而信次之。”^[4]朱熹《四书章

句集注》：“信，约信也；义者，事之宜也；复，践言也。”^[15]只有在信约符合义的条件下，才应该兑现承诺。

诚实守信在儒商文化中占据着重要地位，它是为人之道、立身之本，是构建和谐人际关系的基本前提，也是进行商业活动的行为准则。儒商文化以“义”为核心，诚信与“义”息息相关，“义”是“信”的前提和基础，“信”是“义”的外在表现。诚实守信的精神作为中华民族的重要文化基因，在历史长河中，推动了商业的发展，在现代市场经济诚信文化建设中，也应进一步发挥积极作用。

（四）贵群尚和的集体精神

和合思想和乐群合作的集体精神，是儒商文化的智慧所在。

和合思想是儒商文化的精髓。“和”有和谐、平和之意，充分表达了中华民族对万事万物和谐平衡的追求，既包括人与人之间的和善交往，也包括个人价值与社会进步之间、人与自然之间的和谐统一。在儒家思想中，“和”是万事万物相生相长的基础，“致中和，天地位焉，万物育焉”^[5]；是事业成功的先决条件，孟子有言“天时不如地利，地利不如人和”^[16]；是国君治理国家的明智之举，“礼之用，和为贵，先王之道斯为美”（《论语·学而》）^[2]；是国家强盛的根本保证，“故义以分则和，和则一，一则多力，多力则强，强则胜物，故宫室可得而居也”（《荀子·王制》）^[4]；也是天下共同遵循的法度，“中也者，天下之大本也；和也者，天下之达道也”^[5]；在商业上，“和”则表现为“和气

生财”。“和”也有调和之意，强调“和而不同”，尊重多样性、包容多样性，实现要素之间的和谐共生。《国语》说道：“夫和实生物，同则不继。以他平他谓之和，故能丰长而物归之；若以同裨同，尽乃弃矣。”^[17]

“合”有聚合、融合、合作之义，表现为中华民族乐群合作的集体精神。在儒家思想体系中，群体被看作是产生社会价值的基本单位，个人的价值要在群体中得以体现，个人利益服从于集体利益。贵群合作是人较于其他物种的优势所在，是百姓的生存之道。“人生不能无群”“水火有气而无生，草木有生而无知，禽兽有知而无义，人有气、有生、有知，亦且有义，故最为天下贵也。力不若牛，走不若马，而牛马为用，何也？曰：人能群，彼不能群也”（《荀子·王制》）^[4]。只有人们坚持集体主义价值观念，团结一致，增强群体内部的凝聚力，才能战胜力量强大的对手，获得自身的生存和发展。荀子进一步提出，善于统合百姓之力是明君之道。“道者，何也？曰：君之所道也。君者，何也？曰：能群也。”（《荀子·君道》）^[4]统合百姓之力，不仅可以使民众生活安定富足，而且可以让天下万物得到适宜的生长。“君者，善群也。群道当，则万物皆得其宜，六畜皆得其长，群生皆得其命。”（《荀子·王制》）^[4]。儒商文化中的贵群思想，并不只是简单地要求人的聚集，而是强调在人与人、人与社会、人与自然之间形成一种和谐、平衡的状态。贵群尚和的精神应用到商业中来，就是商人要秉持合作互利的理念，在商业活动中寻求与同行、顾

客的利益平衡点，与同行团结合作，与顾客真诚交易，自己获利的同时也兼顾他人利益。“不仅要与同行合作，还得善于跟政府搞好关系，当然，搞好关系并不等于官商勾结，而要学会‘事其大夫之贤者’”^[18]共同促进商业繁荣，推动经济的平稳发展。将个人利益与他人利益、公共利益相结合，才能汇聚人力、积攒财富，实现国家富强，带来更加长远的利益；相反，为追求自身经济利益最大化而不择手段，最终也会折损自身利益。

儒商文化中贵群尚和的集体精神，既强调群体价值，鼓励个人在集体中发挥作用，倡导个人利益服从集体利益，也看重群体内部的和谐状态，主张发扬个体的主体性和实现个体之间的合作共赢。从个体着眼，只有坚持贵群尚和的集体精神，尊重他人利益和集体利益，才能获取长远利益；从社会着眼，和合思想和集体主义精神，是推动社会和谐发展的内在基础。传统儒商文化中的贵群尚和思想与现代市场经济的互利精神具有内在一致性，在当今社会应焕发出更大的生机活力。

二、弘扬新时代儒商文化构建亲清政商关系

儒商文化既包含与市场经济相契合的内容，也有落后的封建伦理。因此，我们应推动儒商文化创造性转化、创新性发展，使之更加适合现代社会。创造性转化“就是要按照时代特点和要求，对那些至今仍有借鉴价值的内涵和陈旧的表现形式加以改造，赋予其新的时代内涵和现代表达形式”；创新性发展“就是要按照时代的新进步新进展，对中华优秀传统文化的内涵加以补

充、拓展、完善，增强其影响力和感召力”^{[19] (203)}。赋予儒商文化新的时代内涵，使之焕发更大的生机活力，有助于筑牢亲清政商关系的文化根基。儒商文化中的“惠而不费”思想对厘清政府和市场的关系，推动有效市场和有为政府更好结合具有重要的指导作用；其以义为上的核心价值、诚实守信的行为准则、贵群尚和的集体精神与社会主义核心价值观一脉相承，对重构道德体系、唤醒人的价值追求、抵御西方自由市场思想的冲击具有重要的警醒和指导作用。

（一）有效市场与有为政府更好结合是构建亲清政商关系的首要前提

处理好政府和市场的关系是构建亲清政商关系的首要前提。我国从计划经济向市场经济转轨的过程中出现了一系列问题，政府和市场边界不清，政府越位、错位、缺位现象普遍，对市场进行不正当的干预，破坏了正常的市场秩序，降低了资源配置的效率，不仅如此，政府往往利用公权力进行“掠夺”，出现寻租、腐败等现象，损害市场主体的合法权益。政府和市场的界限不清，政府权力过大是不良政商关系产生的根本原因。因此，厘清政府和市场的边界，是构建亲清政商关系，推动经济高质量发展的现实需要。

党的十八届三中全会提出：“经济体制改革是全面深化改革的重点，核心问题是处理好政府和市场的关系，使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用。”^[20]从“基础性”作用

到“决定性”作用，标志着党对市场经济有了更深的认识。一方面，要尊重市场经济一般规律，最大限度减少政府对资源的直接配置和对微观经济活动的直接干预，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，实现效益最大化、效率最优化。另一方面，更好发挥政府作用，加强对市场的监管，以弥补市场失灵，把我国的制度优势更好地转化为政府治理效能。

习近平总书记强调：“使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，二者是有机统一的，不是相互否定的，不能把二者割裂开来、对立起来，既不能用市场在资源配置中的决定性作用取代甚至否定政府作用，也不能用更好发挥政府作用取代甚至否定使市场在资源配置中起决定性作用。”^[23]推动有效市场和有为政府更好结合，首先要明确市场和政府各自不同的功能定位，让二者各司其职。市场是经济发展的主导力量。第一，市场的根本任务就是生产产品、提供服务，满足人民的美好生活需要。改革开放以来，我国的经济水平不断提高，人民的物质生活极大丰富。近年来，消费者的需求呈现出定制化、高层次、综合性等特点，对市场提出了更高的要求。市场通过竞争机制，调动生产者的积极性，为消费者生产高品质的产品、提供人性化的服务，并以此实现消费者效用最大化和生产者利润最大化之间的平衡。第二，市场是配置资源最有效的方式。习近平总书记指出：“市场决定资源配置是市场经济的一般规律，市场经济本质上就是市场决定资源配置的经济。”^[24]供求机制、价格机制、竞争机制是

市场发挥资源配置作用的主要机制。市场价格机制对供求关系做出最直接的反映，并能灵活调整供需平衡；通过竞争机制将有限的资源配置到效益最高的生产部门。因此，市场是最有效的资源配置的方式，可以实现效益最大化和效率最优化。第三，市场适合社会化大生产方式。如今，信息已经成为和物质、能源同等重要的资源。信息在市场中低成本、高效率地快速传播，有利于市场参与者及时调整经济活动，“促进劳动力、资本等传统要素自由流动进而提高资源配置效率，有助于畅通内循环^{错误！未找到引用源。}”。由此可见，市场有利于打破封闭、闭塞的自然经济状态，适应社会化大生产方式，构建开放、共享的发展格局。

建立全国的统一大市场是充分发挥市场决定性作用的基础。2022年4月10日发布的《中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》明确提出：“加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，全面推动我国市场由大到强转变，为建设高标准市场体系、构建高水平社会主义市场经济体制提供坚强支撑。”^[26]党的二十大再次强调，“构建全国统一大市场，深化要素市场化改革，建设高标准市场体系。”^{错误！未找到引用源。}构建全国统一大市场，一方面，应扫清制度障碍，打破地方保护壁垒，降低要素和产品的流通成本，进一步优化资源配置效率，激发市场主体的积极性、主动性、创造性；另一方面，应加强法治化建设，维持公平竞争的市场环境，“一旦发生商业纠纷，如果我们能够完全依法处理而不受行政干预，那就是对公平竞争的最好的

维护”^[27]。

市场是配置资源最有活力和效率的方式，但市场不是万能的。一方面，“市场不能在真空中运行，它需要政府所提供的法律规章体系”^{[7] (393)}；另一方面，市场存在自发性、滞后性、盲目性的弊端，需要政府权力进行必要的监督和调节。因此，为克服市场的弊端，我国坚持走中国特色社会主义市场经济的发展道路。“之所以说是社会主义市场经济，就是要坚持我们的制度优越性，有效防范资本主义市场经济的弊端。我们要坚持辩证法、两点论，继续在社会主义基本制度与市场经济的结合上下功夫，把两方面优势都发挥好，既要‘有效的市场’，也要‘有为的政府’，努力在实践中破解这道经济学上的世界性难题”^[28]。

政府应积极有为，解决市场失灵的问题，实现二者的优势互补。第一，宏观调控是政府的一项重要职能。有为政府必须关注并保持社会总需求与总供给动态平衡，保持宏观经济稳定协调发展。合理规划经济社会发展方向，通过制定和实施产业政策，对产业结构和企业规模进行调整，合理配置稀缺资源，使之发挥最大效用。应创新政府的宏观调控方式，“结合‘区间调控’和‘定向调控’的优势，抓住重点领域和关键环节”^[29]，综合运用政策工具，推动国家经济平稳持续发展。第二，提供公共产品和服务是政府不可推卸的责任。“公共服务包括基本公共服务和普惠性非基本公共服务两大类。”^[30]基本公共服务具有投资大、收益慢、获益范围广等特点，政府是基本公共服务的责任主体，同时应加

强与市场主体、社会组织合作。针对普惠性非基本公共服务项目，政府的主要任务则是制定规则并加强监督，引导市场主体进行投资。公共服务的健全、公共设施的完善，不仅满足了人民日益增长的美好生活需要，也为市场主体提供了便利，是构建亲清政商关系的物质基础。第三，当好企业的服务者，是政府职能的新定位。政府要为主市场主体提供政策支持，“应全面落实放宽民营企业准入的政策措施，系统清理各类显性和隐性壁垒，清理违反公平、开放、透明市场规则的政策文件，建设高标准市场体系”^[31]。政府应为企业提供技术支持，通过制定产业政策、优惠补贴等措施，瞄准世界科技前沿，推动企业自主创新，提升国际竞争力。政府应为企业提供人才服务。随着人工智能的广泛应用，“人才供给途径拓宽了，政府人才供给理念、培养模式必须随之发生变化，政府应积极主动为企业和社会提供政策支持和平台服务”^[32]。第四，加强市场监管是政府发挥经济职能的重要措施。一方面，政府制定规章制度，为主市场主体提供行为依据；另一方面，以国家强制力作为保障，政府要制约市场的自发性，打击假冒伪劣、垄断市场、污染排放等不法市场行为，加强对新生经济行为的监管，维护公平的竞争秩序。发挥政府作用的同时，也要注意政府失灵的问题，减少政府对资源的直接配置、对经济活动的直接干预，防止公权力对市场主体的侵害。

市场和政府职能定位虽有不同，但“人民至上”的理念使得政府和市场的作用具有一致性方向。政府为市场创造公平的环

境，市场进一步促进生产力发展，二者共同致力于满足人民美好生活需要和实现全体人民共同富裕。有效市场与有为政府是有机统一的，“市场有效以政府有为为前提，政府有为以市场有效为依归”^[33]。

构建亲清政商关系的根源就在于厘清政府和市场的关系，政府不能越位，也不能缺位。一方面，政府应尊重市场配置资源的决定性作用，减少行政权力对经济活动的干预；另一方面，政府要做到权责统一，把握好经济发展的方向，维持宏观经济稳定，加强对市场的监管，营造公平竞争的市场环境。“三张清单”是厘清政府和市场关系的重要举措：权力清单明确权力边界，“法无授权不可为”，约束公权力，为市场主体提供切实保护；责任清单规定政府职责，强调“法定职责必须为”，防止政府及其公职人员不作为，鼓励政府积极主动为市场主体提供帮助；负面清单实现了给企业“松绑”，坚持“法无禁止皆可为”，进一步放宽市场准入限制，有利于进一步激发市场活力。权力清单和负面清单解决的是政府乱作为的问题，责任清单解决的是政府不作为的问题。厘清政府和市场边界，推动有效市场和有为政府更好结合，约束公权力，鼓励政府积极作为，才能构建亲近且清白的政商关系。

（二）以义为上 是构建亲清政商关系的基本理念

“中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化。”^错
误！未找到引用源。然而，我国在市场经济高速发展的过程中，出现了精神文明与物质文明不相适应的现象，个人主义、拜金主义、享乐

主义等西方观念接踵而来，对人的价值追求和行为选择产生了消极影响，也对我国的政商关系产生了不良影响。

“中国传统价值观应成为汨汨清泉，滋润中国文化的生命之脉。”^[34]因此，应大力发扬儒商文化中的“以义为上”“诚实守信”“贵群合作”理念，以此作为构建亲清政商关系的文化基础。对政商双方而言，传统价值观念具有引领精神、规范行为的重要作用，应推动儒商文化价值观念进行现代化转型，使之与市场经济更加契合。

以义为上 是构建亲清政商关系的基本理念。儒商文化主张“见利思义”“以义为先”，利必须符合义的标准。就政府及其官员来说，“掌握的是公权力，以义为上、追求公共利益，服务包括非公有制经济人士在内的人民，是公权力的内在要求。”^{[35] (214)}

第一，政府应为企业营造健康的营商环境。应综合建设“最优的政策环境、公平有序的市场环境、高效便利的政务环境、公正透明的法治环境、舒适配套的生活环境、亲商富商的人文环境”^[36]。法治、公平的营商环境是构建亲清政商关系的重要条件，政府应注意“六个环境”的统一。第二，政府及公职人员应了解企业的现实所需，帮助企业解决最迫切、最关心的问题。既要制定并落实普惠性的政策，明确标准，创新形式，借助电子政务平台，让政策主动找企业，凸显政府支持民营企业的公正性和主动性；也要注意关注新兴行业、小微企业的个性需求。第三，政府应为企业及企业家个人的人身、财产安全提供保障。2016年出台的《中

共中央 国务院关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》，贯穿了以公平为核心的原则，提出了“产权制度是社会主义市场经济的基石，保护产权是坚持社会主义经济制度的必然要求”^[37]的重要论断，为民营企业的产权保护提供了现实依据。

对企业家来说，“义”不仅表达了对高尚情操的追求，也顺应了市场经济的发展规律。第一，为公众提供高质量产品和服务既是企业的首要任务，也是获得长远利益的重要保证。企业家以义取利，坚持以人民为中心的发展思想，始终围绕人民群众的需要，不断创造高质量的产品，提供人性化的服务。“满足人的需要，就是满足人性的需要。这是商业文化（文明）的根本目的和价值。”^{[35] (14)}人民的需要更加丰富、多元，以满足人民需要为己任，企业就赢得了广阔的市场空间，在激烈的市场竞争中可以立于不败之地。第二，企业的前途与国家的发展息息相关，要充分发挥自身优势服务社会、解决社会问题。在企业内部，应实现发展成果与员工共享，保障员工利益、提升员工价值，促进老板和员工之间的和谐关系。在社会层面，应做到饮水思源、富而思进。新时代儒商践行经世济民的家国天下情怀，积极发展“光彩事业”，参加“万企帮万村”活动，投身乡村振兴、西部大开发等战略项目，与政府共同推动共同富裕。

构建亲清政商关系，离不开政府及其领导干部践行“以义为上”的基本理念，不谋私利，积极主动为企业服务、保护企业的合法权益；同样也离不开企业坚持“以义取利”的经营理念，以

满足人民需求和实现共同富裕为目标。在处理政商关系的问题中，坚持“以义为上”的基本理念，对政府和企业双方都有益处，是互利共赢之举。

（三）诚信守法是构建亲清政商关系的根本保证

诚实守信是儒商文化的基本行为准则，同时也是构建亲清政商关系的根本保证。改革开放以来，我国市场经济经过四十余年的发展，取得了举世瞩目的成就，但是也存在假冒伪劣、政商勾结等不法行为。“诚信是对市场经济引起的诸如个体本位、为己取向、功利至上的消极道德效应的应对。”^[38]在全面依法治国的今天，构建亲清政商关系，推动民营经济健康发展，要求我们德法并治，既要筑牢诚实守信的道德根基，也要加强对市场经济行为的法治约束。

传统的政商关系，呈现出明显的人格化特点，企业办事重关系轻制度，其中一个重要原因就是政府缺乏诚信。一方面，政府违约现象层出不穷，领导干部换届后“现任不理前任之事”屡屡发生，导致政策缺乏连续性，企业利益得不到保障；另一方面，规章制度不透明，为市场主体和领导干部之间的利益输送创造了便利条件。政府在政商关系中是矛盾的主要方面，政务诚信是构建亲清政商关系的基础。因此，政府应真诚对待企业，信守对企业的承诺，增强公信力。第一，明确政企边界。确定权力清单和责任清单，既可以有效约束公权力，防止政府对企业正常的生产经营活动进行干扰，同时也强调权责一致，鼓励政府积极作为，

为民营企业提供服务和帮助。第二，提升政府行为的规范性、透明度。应完善工作制度，提升政府工作的规范性，减小公职人员的自由裁量权；与此同时，进一步提高政府信息公开的力度，加强社会监督。第三，建立健全常态化工作机制，确保政策的稳定性。政府应完善常态化的沟通协商机制，细化工作内容，明确工作流程，加强后续保障，提升企业对政府的信任、理解，增强政商沟通内容的连贯性、稳定性，防止政府以换届、领导更替为由随意违约毁约。

诚信守法是市场经济的本质要求。“弘扬儒家诚信是为人之道、兴业之道，它不仅具有道德价值，也具有经济价值。”^[39]市场经济的本质就是信用经济，诚信不仅仅是道德规范，也是市场主体的职业要求。商品的生产、交换、消费、分配，市场活动的每个环节都需要诚信发挥指引和约束作用。就企业自身而言，诚信是企业生存发展、提升竞争力的基础。就整个经济社会来说，诚信可以规避市场弊端，降低交易费用，是市场实现资源的有效配置和利益最大化的保证。在现代社会，道德规范对人的约束力正在减弱，因此，规制市场不法行为，需要德法并治。诚信道德提供内在约束力，法律凭借其强制性，约束市场主体的外在行为。建立法治市场，约束企业家经济活动的同时，也要将政商关系纳入法治化轨道，实现政商交往规范化、制度化，减少人格化因素，让企业更加信奉法律，更加信任政府，而非重视私人关系。

“依托统一战线开展政企沟通协商，是构建亲清政商关系的

关键之举。”^[40]首先要进一步明确政商交往的正负面清单，推动政商关系制度化、规范化发展。正面清单解决的是不“亲”的问题。以往，“公职人员将‘清’作为行动选择首要标准。并在此基础上考虑‘亲’的关系，可为了‘清’而放弃‘亲’”^[41]。正面清单是政企双方的行动指南，以制度形式确定了亲近的“度”。对领导干部来说，正面清单划定了一片安全区，有助于进一步提升其干事创业的热情；对企业家来说，正面清单则是一颗定心丸，使之可以与领导干部公开交往，真诚沟通。而负面清单则是政商交往中不能触碰的底线，意在解决交往不“清”的问题。一方面，完善不敢腐、不能腐、不想腐的制度体系，约束公权力，防止领导干部以权谋私，切实保障企业家个人及企业的合法权益。另一方面，“对企业影响政府决策的方式方法形成严格界定”^[42]，防止利益输送、官商勾结。其次，应扩大政企沟通协商的范围，提升实效性。扩大政企沟通协商的覆盖面，让更多的企业家了解经济发展形势、政府规划、优惠政策等内容，及时对企业布局作出调整；企业家参与政策和规章制度的制定，有助于提升决策的科学性、民主性；同时也可以让政府了解企业发展过程中遇到的实际问题，及时修正政策法规中不合法的地方。不仅如此，还要提升协商的实效性，以免各种协商活动流于形式，不仅不能为企业提供实质帮助，反而会成为企业家的负担。最后，建立健全政企沟通协商的常态化机制。既要拓宽市场主体参与政企沟通协商的渠道，如邀请企业家参加座谈会、建立领导干部联系企业家制度、

发挥工商联及商会的中介作用、对企业家进行政治吸纳等，也要搭建线上、线下方式相结合的多种沟通平台，利于企业家及时获取政策信息、反映问题。

（四）贵群合作是构建亲清政商关系的重要途径

以义为上提供价值目标，诚信守法规定行为底线，贵群合作则是构建亲清政商关系的重要途径。

在传统政商关系中，官强商弱，商往往依附于政，导致官本位思想盛行，以官为尊，以官为贵，官员与商人处于不平等的地位。官本位思想具有历史延续性，对我国经济社会影响深远，这也是产生不良政商关系的重要原因。因此，破除官本位意识对于构建亲清政商关系至关重要。应明确领导干部和企业家之间处于平等地位，政府和企业之间则是合作关系，在此基础上，推动政商关系向“亲”发展。

合作是政商关系应有之义。“考察古今中外的政商关系历史不难发现，两者之间虽有冲突矛盾，但合作一直是政商关系中的基本内核。没有政商合作也就没有今天的商业社会。”^[43]一方面，企业为社会创造了财富，这是实现政府职能、发挥政府工作人员价值的物质基础；另一方面，市场具有滞后性、自发性、盲目性的弊端，需要政府进行必要的监管和引导，与政府合作是企业发展壮大必要条件。我国进入高质量发展阶段，转变发展方式、推动共同富裕等方面更加需要加强政府与企业的合作。建立现代经济体系，“创新攻关‘揭榜挂帅’体制机制的推进和‘卡脖子’

关键技术的破解尤为重要，无论政府或市场任何一方都无法单独完成这一任务，因为这些领域的动力来自市场需求，但相关体制机制保障需要政府提供”^[44]，需要政府和市场主体优势互补。在扎实推进共同富裕的过程中，也需要政府和企业进行深层次的合作。

政府应转变身份定位，从企业的管理者变为企业的服务者，想企业之所想，急企业之所急，为其发展做实事，在企业遇到困难时应靠前服务、热情帮助。领导干部不能以权谋私、以势压人，不能搞钱权交易，要与企业家真诚交往，多谈心，多倾听企业难处，并对企业家进行教育、引导，帮助他们健康成长。除此之外，政府还要“切实营造一种尊重、爱护、培育企业家的恒常社会风尚”^[45]，既要加大对优秀企业家的宣传，树立企业家群体的正面形象，也要表彰积极推进亲清政商关系的个人，发挥榜样作用。对民营企业及企业家而言，也要敢于、善于与政府亲近。第一，企业要坚持诚信守法生产，光明正大经营，依法纳税，不依赖关系、不搞利益输送、不破坏市场秩序。第二，加强与政府的沟通，敢于说真话，讲诤言，如实反映企业问题，让政府及时了解企业发展情况，以便科学制定政策并根据经济发展状况进行适时调整。第三，企业要坚持贵群合作的集体精神，将自身发展融入国家发展战略中。企业应积极践行“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，与政府优势互补，提高创新能力、发展科技产业；进一步扩大就业，缩小贫富差距，饮水思源，投身社会公

益、扶贫事业。

儒商文化中的贵群尚和思想，重视群体力量以及人与人关系的和谐，是政商关系的核心要义。在法治基础上构建亲近、和谐的政商关系，体现了互利精神，是政府、企业、社会公众的共同选择。企业加强与政府的合作，利于把握经济发展形势，调整经营方向，并及时向政府表达诉求、寻求帮助，可以实现企业的持续、健康发展。政府积极有为，亲近企业，吸取企业家的建议、意见，既可以提升决策的科学性、民主性，也可以加强社会治理现代化建设，推进协商民主广泛多层制度化发展。政商关系不仅关乎政企双方，还与公共利益息息相关。一方面，政企合作有利于突破技术瓶颈，加快产业升级，满足人民美好生活的需要；另一方面，可以有效解决低收入群体的收入问题，加快精准扶贫产业建设，缩小地区差距和城乡差距，推动共同富裕。

中华传统儒商文化是构建亲清政商关系的源头活水。剖析儒商文化的深刻内涵，有利于推动其创造性转化、创新性发展，使之焕发新的生机与活力，更加契合中国特色社会主义市场经济的发展。儒商文化中的“惠而不费”思想，阐明了政府和市场之间的关系，一方面，主张“因民之利而利之”，顺应百姓追求利益的行为，遵循市场规律，反对政府对市场进行过多干预；另一方面，政府应为企业市场提供便利，减轻赋税，鼓励商业发展，并对不法行为进行监管与制约。“惠而不费”思想与市场经济伦理具有内在一致性，对于今天政府和市场关系的构建具有重要启发作用。

用。“有效市场和有为政府更好结合”，是对“惠而不费”思想的继承与弘扬。政府和市场的关系，是政商关系的核心问题，只有厘清政府和市场的边界，二者各司其职，互相依存，才能构建出亲而有度、清而有力的政商关系，保持风清气正的政治环境。儒商精神蕴含的基本理念，即以义为上的价值追求、诚实守信的行为准则、贵群尚和的集体精神，是融入中国人血脉的文化基因，潜移默化地塑造人的品格、约束人的行为，在现代商业社会中，更显示出弥足珍贵的时代价值。政府及领导干部、民营企业及企业家，都要坚持以义为上的核心理念，秉持诚信守法的行为标准，掌握贵群合作的智慧，以此才能构建平等、法治、公正的亲清政商关系。

参考文献：

[1]王建均：儒商文化与“亲清”新型政商关系的构建[EB/OL]. <http://www.hbtyzx.gov.cn/dcyj/26587897452849157.shtml>.

[2]《论语》

[3]《孟子》

[4]《荀子》

[5]《中庸》

[6]《左传·文公二年》

[7]马敏. 官商之间：社会剧变中的近代绅商[M]. 武汉：华中

师范大学出版社, 2003.

[8] 《孔子家语·相鲁》

[9] 刘琳. 孟子经济思想对当代中国经济社会发展的启示[J]. 齐鲁学刊, 2013(05): 30-34.

[10] 唐庆增. 《中国经济思想史》[M]. 北京: 商务印书馆, 2017.

[11] 孔祥来. 孔门“义利之辨”的经济学解释[J]. 孔子研究, 2022(04): 83-97+159.

[12] 《大学》

[13] 《谷梁传·僖公二十二年》

[14] 杨飞龙. 儒家思想的诚信准则及其当代启示[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2015, 21(04): 164-168+224.

[15] 《四书章句集注》

[16] 《孟子集注·公孙丑下》

[17] 《国语·郑语》

[18] 黄蔚. 孔子义利观与当代儒商[D]. 武汉大学, 2018.

[19] 习近平总书记系列重要讲话读本[M]. 北京: 人民出版社, 2016.

[20] 中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定[N]. 人民日报, 2013-11-16(01).

[21] 中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议公报[N]. 人民日报, 2020-10-30(01).

[22]高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗 [N]. 人民日报, 2022-10-17 (002).

[23]习近平. 正确发挥市场作用和政府作用 推动经济社会持续健康发展 [EB/OL] https://www.cqn.com.cn/cj/content/2014-05/28/content_2206286.htm. 2014-5-28

[24]习近平. 关于《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》的说明 [J]. 求是, 2013 (22): 19-27.

[25]余淼杰, 季煜. 构建全国统一大市场的价值意蕴及路径探析 [J/OL]. 新疆师范大学学报 (哲学社会科学版): 1-11 [2022-10-27].

[26]中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见 [N]. 人民日报, 2022-04-11 (001).

[27]陈钊, 寇宗来, 刘瑞明, 于左, 范子英, 黄滢, 魏楚, 郑世林, 王祥树. 如何认识与加快建设全国统一大市场 (笔谈) [J/OL]. 产业经济评论: 1-16 [2022-10-27].

[28]习近平在中共中央政治局第二十八次集体学习时强调 立足我国国情和我国发展实践 发展当代中国马克思主义政治经济学 [J]. 党建, 2015 (12): 4+12.

[29]裴广一. 论有效市场与有为政府: 理论演进、历史经验和实践内涵 [J]. 甘肃社会科学, 2021 (06): 213-221.

[30]求是网. 形成政府与社会组织共同提供公共服务的合力 [EB/OL]. http://www.qstheory.cn/qshyjx/2022-01/25/c_11

28297453.htm. 2022-01-25

[31]郭晗. 以有效市场和有为政府的结合激发“十四五”时期各类市场主体活力[J]. 长安大学学报(社会科学版), 2021(1): 24-28.

[32]孙学玉. 推动有效市场和有为政府更好结合[J]. 人民论坛·学术前沿, 2021(15): 86-90.

[33]林毅夫. 政府有为是市场有效的前提[EB/OL]. <https://www.nse.pku.edu.cn/sylm/xwsd/244856.htm>. 2017-5-4

[34]朱颖原. 论中国传统价值观的当代意义[J]. 山东社会科学, 2012(11): 20-24.

[35]王建均. 中华商道与企业家精神[M]. 北京: 华文出版社, 2021.

[36]新华日报. 六个“环境”, 一个也不能缺[EB/OL]. http://www.zgjssw.gov.cn/dangjianxinlun/202201/t20220122_7395734.shtml. 2022-01-22

[37]关于完善产权保护制度依法保护产权的意见[N]. 人民日报, 2016-11-28(001).

[38]刘永安, 朱红梅. 论儒家诚信思想向市场信用文化的转型[J]. 商场现代化, 2007(25): 230-231.

[39]龙钰, 冯颜利. 儒家诚信思想及其当代价值[J]. 广西社会科学, 2014(06): 73-77.

[40]关于加强新时代民营经济统战工作的意见. <http://www.>

gov.cn/zhengce/2020-09/15/content_5543685.htm

[41] 彭剑鸣. 新型政商关系行为标准的探索性建构[J]. 中国发展, 2022, 22(04): 8-13.

[42] 孙丽丽. 关于构建新型政商关系的思考[J]. 经济问题, 2016(02): 32-35.

[43] 李轶楠, 房广顺. 社会主义市场经济体制下新型政商关系的构建[J]. 人民论坛, 2015(05): 8-11.

[44] 任晓伟, 赵娜. 推动有效市场和有为政府更好结合研究[J]. 中国高校社会科学, 2021(03): 91-98+159.

[45] 董明. 新时代我国非公有制经济人士的政治参与和政治引导——基于新制度主义的视角[J]. 治理研究, 2019, 35

“信义”行天下

侯中兴

2022年8月25日，北京。

一位头发花白的山东大汉，正在中央宣传部、中央文明办召开的学习宣传贯彻习近平总书记给“中国好人”李培生胡晓春重要回信精神座谈会上作典型发言：“8月14号我们在学习强国看到习近平给李培生、胡晓春的回信，我们的心情很激动，很高兴。这封信当中的‘中国好人’最可贵的地方，就是在平凡的岗位中创造不平凡的业绩这句话，给我们信义兄弟留下了深刻的印象，我们信义兄弟有幸被评为中国好人，正是因为这么多年信义二字的坚守……作为一个中国好人，我们一定做好引领带动作用，做好人好事，助人为乐，一定走在社会的前面，对我们的子女要教育好，引导好他们，做一个对社会有责任的人……”

这个作典型发言的人，就是名冠华夏“信义兄弟”之一的山东金麦香面粉厂总经理王长信。他和哥哥王长义经商中从不缺斤少两，靠“信义”行天下，将面粉厂办成了群众信赖的“粮食银行”，铸成了“信义”金字招牌，用诚实守信托起了道德脊梁，2014年荣登中国好人榜，2015年获得全国道德模范提名奖。2016年被表彰为第一届全国文明家庭，受到习近平总书记集体接见。2018年11月获得了中央宣传部、国家发展改革委颁发的“诚信

之星”证书。

—

“没当过兵的人，后悔一辈子。”这句话，可能很多人都听说过。王长信庆幸自己在河南省安阳市当了三年兵。尽管时间不算长，却磨练出了他敢闯敢干、不怕吃苦、勇于创新的顽强品格。军人作风、军人品质，在以后的创业路上起了不小的作用。军人情结，也让他时刻没忘了部队。2003年夏天，儿子王海涛高中毕业，空军正好来学校里招飞行员。他赶紧让儿子报了名，恐怕错过这个千载难逢的大好机会。王海涛不负父望，一路过关斩将，终于走进了人民解放军空军行列，如今正在长城最西边的嘉峪关空军某飞行训练基地服役，成长为一名年轻的营职飞行副大队长。2020年8月22日，《解放军报》在8版头条刊发文章，报道了他一家出了3个兵、被宁阳县人民政府征兵办公室聘为“征兵宣传形象家庭”的事迹。

王长信才复员回家的时候，正值改革开放初期，到处都是“摸着石头过河”声音。茫然四顾，他却不知道哪块石头能帮自己渡过河去。为了生计他到乡机关干过临时工，也曾外出闯荡一番，却看不到人生的希望之路到底该怎样走。好在大哥王长义经历的事情多，有一天弟兄俩就商量：要不，咱也和有些人那样，下乡收些地瓜干、玉米、小麦什么的，往酒厂、面粉厂一送，赚点差价混个零花钱？那时候粮食贩子的名声不大好，就因为有些

人在秤杆上做手脚而毁坏了名誉，导致好些农户卖粮时心存疑虑，就像今天防范网络诈骗一样，恐怕被坑骗了。

从一开始干，兄弟俩就发誓，靠“信义”赢“信任”，绝不干坑蒙拐骗的事。这在他家，有着良好的传统。爷爷当年做买卖，在宁阳、肥城、兖州、汶上一带颇有好名声。汶上的一户人家看他人好心好，非让儿子认他当了干爹。经过一年年地交往，干儿子认准这是一个能让人信得过的家庭。后来，就把自己的女儿许配给了干爹的大儿子王长义为妻子。

才开始，长义长信弟兄俩是拉着地排车收粮食。一个村一个村，风里走，雨里泡，渴了找户人家求点水喝，饿了啃口自带的干粮，一斤一两地收，一车一车地卖。在他们兄弟俩心里，做生意要对得起自己的良心，该挣的钱挣，不该挣的一分也不拿，最准的称就是人心。干了好几年，虽没挣了大钱，却因不短斤少两而赢得了大家的信任，很多人在家等着，争着把粮食卖给信义兄弟。从最初的每天收购 500 公斤，到后来达到 1.5 吨。1997 年，汶上县白石村种粮大户于秀文听说他弟兄俩手头紧，收粮食缺资金，当即让他们把家里价值 6 万元的粮食拉走，连张欠条都没打，言明什么时候有钱什么时候给，一时间在宁阳、汶上两县传开，更让信义兄弟名声大振。

“先供心再做事，有人品才有生意”，这是王长义他们的爷爷一直念叨的话。爷爷当年下乡染布，不奸不诈、价格公道，在十里八乡有口皆碑，还在临近的汶上县认了干儿子。父亲王守平

曾是生产队有名的“老黄牛”，看着邻居撂荒的3亩薄田，牵着自家的耕牛去帮忙犁地，当年粮食才没绝产。逢年过节，还要提溜着鸡蛋、米面去看望困难户。

宁阳县地处鲁西南，和圣地曲阜水土相接，深受孔孟儒家思想的影响，人们的一言一行，大都以儒家思想为标尺。王长信弟兄四个，爷爷按照儒家思想的核心要义，分别给他们取名义、赓、智、信：老大王长义，寓意坚持正义；老二王长赓，寓意赓续儒家思想；老三王长智，寓意能分辨是非；老四王长信，寓意诚实守信，就是希望他们传承儒家美德，以儒家的经典要义立足人世，别让外人说闲话。

俗话说，“买卖好做，伙计难搁”，但在他们的面粉厂里，却看不到这样的情况，员工多数是亲戚、邻居，都相处得挺融洽。大家平时都听大哥王长义的，兄弟之间不打小算盘，以心换心、相互理解，合作得非常默契。不能说没红过脸，也不能说没争论过，但那都是为了企业的发展。

二

在近20年收粮、送粮的过程中，收购方多付给钱的事时有发生。一经发现，弟兄俩绝不干昧心事，总是想法把钱还回去。1998年的一天，王长信到泰安芝田面粉厂送粮，由于天色已晚，会计也急着结束工作好盘点一天的账目，急三火四地秤完粮食，匆匆忙忙把钱一点就交给了王长信。因为是老关系、老熟人，王

长信也没多想，把钱往兜里一掖，开着拖拉机就往回赶。一路颠簸，接近两个小时才到了家。他掏出钱来随意一点，猛然跳了起来：本来是 3000 块钱的货款，现在却是 5000 块，整整多了 2000 块钱！那个时候的 2000 块钱，可干很多事情，既可以支付厂里 2 名搬运工 3 个月的工资，还可以解决第二天收粮缺钱的燃眉之急。王长信考虑的可不是这些，他想起邻居给他讲过的一个故事：

1975 年冬天，邻居两个人到大汶口给生产队里卖粉条。他们用小推车推去了三四百斤，价格倒是不贵，一斤才一两毛钱，这一车也不过卖七八十块钱。才开始，一个人问的都没有。他俩寻思着，坏了，今天白跑一趟，看来是没人买了。眼看快到晌午，来了个四十多岁的人，戴着个破眼镜，像个会计。他说生产队要去大汶河上修塘坝，需要准备很多的粉条，就叫邻居给他送到村里去。村子离大汶口也不远，接过钱他们就喜滋滋地往回赶。离家有 80 多里路呢。回到家把钱交给生产队会计，不料他仔细地一点，脸色大变：这钱不对呀！邻居心里咯噔一下子：咋不对？少了？会计神色凝重地说：不是少了，是多了，多 30 多块钱哩！邻居出了一身冷汗：我的个娘！这个钱要是算不清，那个会计死的心都有啊！连口水都没喝，又往大汶口赶，给人家送回去。黑灯瞎火地路又不大熟悉，一路打听，等赶到那个会计家，已是夜里 10 点多钟。那个会计一见邻居，愣了，说你咋回来了？俺找不到钱，正想喝药死哩！邻居把钱递给他，说不用死，我把钱给你带回来了。他噗通就跪了下去：老哥，我算计了半天，怎么

也想不起这钱错在了哪。这不，我连毒药都准备好了，你要不来，我可真没命了。非让邻居住了一夜。

想起这些，王长信眼前立刻浮现起会计那焦虑的面庞：这么些钱对不起账来，还不定出什么事呢！不行，咱得马上送回去！尽管他正为收粮食资金短缺而发愁。可这样的钱，说什么也不能留啊！王长信驾起拖拉机，蹦蹦蹦奔波近 80 多公里，返回了泰安面粉厂。此时，会计正在会计室里一遍一遍地算账、数钱，算来算去就是不对头。王长信气喘吁吁地推门进去说：“不用算了，你多给了我 2000 块。”会计一把拉住他的手，热泪呼地就窜出了眼眶：“兄弟呀，我该怎样地感谢你呢。要不然，我的饭碗就不保了呀！”

这样的事，即便在他们成立了泰安金麦香面粉厂以后，还是不时会遇到。王长义清楚地记得，就在 2015 年的春天吧，他们去泰安山口面粉厂结账，老板点点钱：货款，12.1 万元，一分不少！装进一个小布袋里就交给了王长义。都是多年的生意伙计，王长义也急着回宁阳，提溜着钱布袋就上了车。回到厂里已是傍晚时分，他随手把钱布袋往保险柜里一锁就回了家。等到次日上班，他把钱布袋拿出来一查：哇，多了 7600 元！他仔细地回想头一天在泰安山口面粉厂收钱时的情形，猛想起是面粉厂老板在往布袋里装钱时，随手把他原来就放在桌子上的一沓钱也一块儿装了进去。王长义怕人家着急，赶紧摸出手机来给人家联系：“我是金麦香面粉厂的王长义。昨天收的那个面粉钱不对头，你恐怕

弄错了。”谁知对方一听，当时就生了气：“老王，咱是多年的弟兄们了，你怎么能说这样的话？什么时候我该过你、欠过你？什么时候少过一分钱？俺和媳妇一块儿清点的，还能有错？忒不实在！”王长义哈哈大笑道：“你误会了。不是给少了，是太多啦，多 7600 块哩！”对方一听，啊？有这事儿？不可能啊，俺都点了好几遍哩。放下电话，老板赶忙叫人来清点，好一阵子才弄清原委，感动地他对王长义说：“老王，你这个人真可交。如果你不说，到什么时候我都想不起来。行，你这个朋友俺是交定了。以后有什么用得着的地方，你尽管开口！”再后来见了面，这个老板就一口一个“亲哥哥”地叫开了。

莱芜民祥面粉厂的老板，和王长义弟兄俩打交道多年，经常电话联系，还好开个玩笑：“老王，什么时候请请我？”王长义倒是每次都答应请他，只是因为生意繁忙，聚在一起的时间还真不多。2015 年 7 月 15 日，民祥面粉厂的老板正忙于和客商谈生意，手机响了。一接，是泰安金麦香面粉厂王长义的声音：“兄弟，你不是天天叫我请你吗？今天我就好好地请请你。”民祥面粉厂老板一时愣了：这是咋回事？天天嚷嚷着叫他请客，那只不过是开个玩笑罢了。这无缘无故的，怎么突然想起来请我的客？王长义在电话里继续说道：“我人去不了，给你 8000 块钱，找个饭店自己请自己吧。”这更让民祥面粉厂老板蒙圈：“8000 块钱？啥意思？平白无故给的什么钱？”等王长义把话挑明，民祥面粉厂老板就觉心头一热，眼泪差点流满脸颊：原来，这位老

板从泰安金麦香面粉厂订购了 80800 元的面粉，在银行转账时，他一时疏忽，结果打入 88000 元，多打了 8000 元。很长一段时间，双方谁都没注意。王长义也是无意中在对账时发现了这一问题，当即摸起电话就通知了对方。外人有说王长义傻的：你不说，人家咋知道？王长义一本正经地回答说：“该挣的钱，想尽千方百计赚来。不是自己的钱，一丝一毫也不要！”

三

2012 年还没到中秋节，王家兄弟就计划好好聚聚，忙了大半年了，大家在一起吃顿团圆饭。哪曾想到，81 岁的老父亲王守平在骑车回家的路上，遇见一辆拉石子的卡车侧翻，把老人一下子埋在了石子底下，一家人赶紧把老人送去医院急救，虽然没有生命危险，没有别人的帮助，他是一步也不能动了，这让王家兄弟的心情，怎么也难以平静。那个司机急头拐脑地四处借钱，悬空着心等王家兄弟漫天要价。“成捆成捆的钱，也换不回咱父亲原来的身体。咱一家人都这样难过，不能再压垮另一个家庭了。”弟兄几个经过商议，表示不再追究司机的法律责任，除已经花去的住院费 1 万元外，一分钱也不再要。生意上的事推不开，子女们还有一大摊子事要干，他们又决定每天花费 100 元，雇人管护老父亲。这样的结果是司机万万没有想到的，感激得六神无主，提着礼品三天两头来看望老人，竟然走成了好亲戚。他说：“你们有弟兄四个了，我就算个最小的吧。”王长信说：“一场变

故，捡了个五兄弟。”如今，乡亲们都知道，王家如今是弟兄五个。

四

从一个走街串巷的小商贩，发展成闻名齐鲁的品牌企业，他们靠的就是诚信经营、不欺不诈。2004年，弟兄俩盘算着，光收粮食，终究不是长久之计。乡领导说：“上个企业吧”，弟兄俩就在乡党委、政府的大力支持下，注册成立了泰安金麦香面粉制品厂。老百姓收了小麦，以往都是自己在家里用大瓮、大缸或者用苇子扎成的囤子存起来。时间一长，不是发霉长毛，就是生出飞蛾、虫子，或者叫老鼠咬、虫子嚼，一年下来，损失不小。王长信弟兄俩看到了大家伙儿的这一愁苦现状，琢磨着在面粉厂实行了“粮食代存法”，不论是谁，随时都可把粮食存入面粉厂仓库，凭单据提取现金也行，提取面粉也行，提取小麦也行，价格随行就市，绝不坑人。黄山村民张胜银，自面粉厂成立就给信义兄弟送粮，每年累计运送130万斤。他深有体会地说：“过去，老百姓最愁的就是存粮食。现在有了金麦香面粉厂，去了大家伙儿的一块心病，都愿意把粮食存这里，方便极了！哪年一到麦收过后，存粮的场面壮观极咧，很像当年给公家粮所交公粮时那样，队伍排出去二、三里路。面粉厂不缺斤、不短两，还给提供茶水喝。”

起初，人们不是没有疑虑。当时随口一说，谁知道真到了跟

前，说过的话还算不算数呢。山后村村民张庆存在信义兄弟这里存粮食的时候，价格才3毛钱。到后来结算时粮价涨到1.2元，张庆存心里发毛：涨了这么多，不知人家怎么给算？他犹犹豫豫地到了厂里，信义兄弟就按1.2元付给了粮食款。2011年夏收的时候，村民以每斤1块钱的价格将小麦存入金麦香面粉厂。临近春节，小麦价格猛涨到每斤1.3元。粮仓内共存有400万斤小麦，光涨价就达120万元。人们一时间议论纷纷：这下发了！巨额利润面前，信义兄弟信守承诺：“价格随行就市，当初怎么说的，现在就怎么兑现，绝不食言！”这下子，人们是真的服了！一时间，前来送粮的人，又排起了长队。几天过后，王长义一拨计算器，数字显示，储户达到1000余户，存粮达到3000多吨。

五

鹤山有着丰厚的文化底蕴。有人说《诗经》中“鹤鸣九皋，凤闻于天”这句话，指的就是鹤山，因为这里有九个以“皋”为名的村子：泗皋西南、泗皋西北、泗皋东南、泗皋东北、沈家西皋、刘家西皋、王家西皋、大中皋、东皋。字典上解释“皋”为“水边高地”的意思，这些村子就散落在大汶河南岸。宁阳古代有“汶河玉带、云山烟雨、杏岭丹霏、激水轰雷、汤沸珠玑、蟠龙玉洞、万嗣古槐、虬枝歧柏”八景之美誉，那“汶河玉带”就出在皋山脚下。皋山正立在汶河南边，从山顶向下望去，雾霭茫茫中，但见大汶河自东南向西北漂流而去，在两岸绿柳翠杨的映

衬下，果真像一条玉带在缓缓飘动。如此美景哪个人不喜欢？信义兄弟信义的根源，既来自儒家思想的熏陶，更来自对家乡深沉的爱。

“金泗皋、银王卞，要吃麦子下鹤山。”这句古语，道出了泰安金麦香面粉厂所在地小麦产区的优越地理条件。自古以来，鹤山的面粉就四方闻名，这源于鹤山的地是黑土地，种出的小麦质量优，磨出的面粉口味纯正。“好麦子才能磨出好面粉。”为保持鹤山小麦的纯正，2008年，他们整合周边四五个村庄6000亩土地，成立了金鹤山粮食合作社。通过“基地+农户+企业”的形式，对粮食基地实行统一播种、统一施肥、统一管理，从源头上管控原粮。优质原粮比普通粮食高2分钱，鹤山乡近2万农户尝到了甜头。每逢收粮时，他们严把收粮关，兄弟、妯娌们轮流在仓库前验货，决不许孬麦子入仓。他们的收购价格总是比其他收购点高出2分钱，前提是必须保证麦子质量。

实践也使他们意识到，不断提高和改进面粉加工技术，也是保证面粉畅销的关键环节。那是在2012年初，王长信到乡饮乡一家馒头房收2吨共计5000元的面粉款，不料人家老板却振振有词道：“这批面粉有问题，蒸的馒头不起个，卖不出去！”王长信对面粉进行了分析，初步认定是机器开机磨面时磨面不均匀，也有可能是酵母出了问题。但不管怎样，当初既然承诺如果面粉有问题货款就全免，这家的购货款他们一分钱也没要。回到厂里，他们就决定更新设备，建立产品质量可追溯体系，提高磨

面工艺。从 2012 年下半年开始，建设年产 20 万吨优质小麦面粉加工项目，新上 500 吨生产线一条，采取最新工艺，能彻底分离麦皮、麦芯和残渣，既节能又环保，金麦香面粉由此上了个新档次！

六

“金麦香飘天外，客商纷至沓来。”很多外地人通过各种渠道知道了泰安金麦香面粉厂的鼎鼎大名。黄山村的张胜银不光送粮，还成了面粉厂的忠实经销商。他说：“金麦香面粉水分少，筋道、口感好，每吨价格比外地品牌便宜 100 元，平常一天能卖 1 吨，春节前可以卖到 3 吨多。”宁方银是家距鹤山乡 30 多公里外的蒋集镇人，有一年他去辽宁打工，吃惯了金麦香的“鹤筋”牌面粉，临走时特意捎走了几袋子。工友们品尝后都说“口味香，有嚼头”。再有人外出去东北打工，金麦香面粉竟成了必带的物品，一下子打入了东北市场。鹤山镇在浙江打工的人不少，上个世纪还被作为“劳务输出”的典型在全国推广。鹤山每天都有人去浙江，每个人都必然带着金麦香面粉，一时间，浙江的很多地方都出现了金麦香面粉的影子。金麦香面粉厂在既无业务员，又不花钱做广告的情况下，“闻香而来”的客户与日俱增，经销店辐射全县 13 个乡镇街道，面粉销售到泰安、沂源乃至浙江、辽宁、吉林等地。企业先后荣获“国家绿色食品”“山东省放心粮油”“泰安市消费者满意单位”等荣誉称号。

40年来，王长义王长信兄弟誉满天下，获得了多项国家和省市级荣誉，2014年，荣登中国好人榜，入选山东好人每周之星……2015年10月13日，王长信和哥哥王长义作为全国道德模范提名奖获得者走进人民大会堂，受到中央政治局常委刘云山、国务院副总理刘延东的热情接见，出席由中央宣传部、中央文明办、全国总工会、共青团中央、全国妇联共同主办的第五届全国道德模范授奖仪式——《圆梦中国 德耀中华》。14日回到山东后，参加第五届山东省道德模范表彰大会。11月25日，又荣获山东省齐鲁善行义举四德榜“榜上有名（诚德）”先进人物，在泰山脚下的天地广场正式立榜。

2021年2月，王长信又获得了新荣誉，被国务院农民工工作领导小组评为“全国优秀农民工”。他深有感触地说：“我们家距离曲阜只有几十里路，仁义礼智信的儒家思想，早已刻在了骨髓里。不管世情如何变化，我们诚实守信的初心，永远不会变！”

齐鲁儒商赋

夏纪舟

海岱之间，齐鲁大地；孔孟之乡，礼仪之邦。临苏皖而通京畿，萦黄河而依太行。得天独厚，乃物华天宝之地；人杰地灵，实儒风雅韵之乡。贤良纷竞，人文昭彰。自古商贸繁盛地，向来丰饶富庶乡。儒家文化发源地，千古流传；儒商精神荟萃处，万世颂扬。神州浩浩，华夏泱泱；商贾之道，源远流长。社稷永固，固根本劝课农桑；国祚无疆，强基础商贸通畅。利通天下，财聚十方；齐鲁儒商，天下名扬。

时维壬寅，序属深秋。天佑中华，疫情遏而山河无恙；福荫神州，百业兴而黎民阜康。政通人和，百舸争流通四海；国泰民安，千帆竞发达三江。巍巍泰山，莽莽苍苍；悠悠黄河，浩浩汤汤。厚德崇信，齐鲁文化耀华彩；毁家纾难，沂蒙精神闪金光。

闯关东，下南洋。不畏艰险，锐意进取之品格；勇于奉献，胸怀天下之担当。宏济堂，瑞蚨祥。悬壶济世，乐镜宇世称药王；博施济众，孟洛川一代儒商。心存善念，谨守忠厚之品行；情系家国，无愧时代之担当。风范共千秋一色，品格与日月齐光。仗义疏财，行至善千秋铭记；施恩乡梓，弘纯良万古流芳。

儒商文化，积厚流光。恪守仁义礼智信，遵循温良恭俭让。仁中取利，真君子财自道生；义内求财，大丈夫利从义长。《旱码头》，《大染坊》。扬鲁商时代之传奇，铸民族工业之辉煌。瑚

琏之器，子贡大义救乡党；国祚之基，范蠡散财济黎苍。儒商鼻祖端木赐，千秋传颂；商圣财神陶朱公，万古流芳。急流勇退，泛舟五湖；戮力垦荒，信义经商。经商积资成巨富，国之楷模；操计治产行大善，世之榜样。

嗟乎！弘道崇德，经世致用；大哉儒商，举世名扬。富而好礼，秉先师之教诲；贵而行仁，承天地之正气。伟哉儒商，驰名四海；壮哉儒商，载誉八方。当仁不让，引领时代之发展；锐不可当，再创卓越之辉煌。无惧风雨，劈波斩浪；凝心聚力，扬帆远航。敢为人先之勇气，披荆斩棘；锐意进取之精神，乘风踏浪。

吾，青衫落拓，一介书生。游走齐鲁，羨山水之旖旎；回望历史，慨文脉之绵长。笃信践行新气象，崇德尚善大儒商；奋楫扬帆开新局，逐梦未来写华章。齐鲁文化，源远流长；厚德重义，举世名扬。崇文尚武，无畏艰险兮屡创辉煌；内圣外王，不辱使命兮奋勇担当。

呜呼！盛世中华，复兴在望；金瓯永固，国运恒昌。临风而歌，歌不尽山东新气象；提笔作赋，赋不完齐鲁好风光。心宽情畅，翰墨芬芳；一言均赋，四韵成章：齐鲁儒商，光耀神州兮四海名扬。

齐鲁大地山水秀，孔孟之乡文脉长。
筑巢引凤开新局，凝心聚力写华章。
筚路蓝缕创伟业，栉风沐雨铸辉煌。
盛世长存黎民富，金瓯永固国运昌。

母亲的儒式民宿经营实践

应鲁恩

2022年4月15日，浙江省舟山市商务局、市妇联启动“东海渔嫂”电商培训项目，包括母亲在内的50位民宿女主人参加了首期课程，而这天正好是她66岁的生日。

外曾祖父是当时村里唯一的秀才，还教过一段时间的私塾，所以母亲很小就识字还会写繁体字，这在同辈中是比较少见的，但是旧社会“百无一用是书生”，所以到我外公这辈，外曾祖父决定让他们兄弟俩学手艺，分别做了木匠和铁匠。虽如此，家里还残留一些古籍，《诗经》、《论语》、《战国策》等，母亲自是从小翻阅，仁义礼让、一诺千金、行必有正等儒家传统美德，母亲从小就耳濡目染，浸润其间，性格和行事方式也自然深受影响。

一、传统渔业时代，东海渔嫂，俭以养德，立己立人

子曰：“夫仁者，己欲立而立人，己欲达而达人。能近取譬，可谓仁之方也已。”《论语·雍也》

上世纪70-80年代，是浙江舟山渔产品最平稳的高产期，当时父亲所在村的青壮力都是渔民或者从事渔业相关的生产。母亲嫁过来后，理所当然过起了典型的渔家嫂生活，剥虾扎蟹，切鳗晒鲞，织补渔网，又或者挑着海鲜去菜场卖，一样都不落下。事

实上，这些都是母亲新学的，与她以前的农业生活方式是完全不一样的。奶奶说：“你妈的手是真的灵巧，再复杂的补网手法也一学就会，还特别能吃苦，经常看到她点着煤油灯还在摸索。”只用了两个月不到的时间，母亲就跟村里其他多年老渔嫂毫无区别了，一双灵巧的手，娴熟地挂钩理线，手上的木梭子如行云流水般在网绳和网板之间穿来引去，飞梳走线地修补渔网，只需要片刻功夫就能把网绳窟窿补好，然后再一摞一摞理顺叠好，等待船员来拖走。

两三年后，26岁的母亲已经成为村里渔业队的补网主力，她带领的第三补网队深受很多船老大的最爱。渔船回港会带来大量生产中损坏的渔网，有时候因为潮汐的关系，下一水生产之用比较紧的话，渔网是需要连夜修补的。年纪不大但威信挺高的母亲能在很短时间内召集到附近生产队的队员，并连夜坐船赶赴十里外的沈家门渔港补网。有时候时间凑的不巧，补完网已经是深夜，母亲她们也不舍得住旅社，就裹着棉大衣靠在岸边等最早的那班航船。队员们对母亲非常信服，愿意跟着她奔波，虽然很忙碌很辛苦，但是赚的钱也是可观的，很自然的，她们队的补网妇女个个都是村里响当当的“半边天”。

进入90年代，海岛旅游开始兴起，舟山普陀朱家尖有细腻沙滩，是天然的海滨避暑胜地，于是一大批度假酒店开始兴建，然后开始招募本地转业的农渔民。母亲得到消息后第一时间报名了，甚至还自掏腰包在职业技术学院接受了短期的厨师培训。从

原来只会做家常的清蒸、水煮、红烧，到开始尝试拔丝、雕花、摆造型，母亲在当地颇有盛名的海天台宾馆一干就是6年。

二、创业创新时代，经营民宿，己所不欲，勿施于人

子贡问曰：“有一言而可以终身行之者乎？”子曰：“其恕乎！己所不欲，勿施于人。”《论语·卫灵公》

“儿子，我们家的房间已经订满了，你有朋友来的话，要安排在邻居家了。”几乎夏季的每个周末，都会收到母亲的提前招呼，大多数都是因为家里的房间提早都订完了。

1999年5月，朱家尖跨海大桥通车，原先只冲普陀山去的游客逐渐开始在朱家尖逗留，同年朱家尖岛举办了首届国际沙雕节，吸引了近二十万游客参观，名气打响后，旅游业迅速崛起。母亲尝试经营起了民宿，渔嫂生涯加上帮厨经验，她深谙海鲜挑选、烹制以及酒店管理服务，生意日渐走红。“民宿用的是我孙女的小名，是因为我希望每个来我家住的客人都像住在自己家一样舒服。”这就是母亲的想法。

正如母亲自己说的，民宿生意好是因为她把所有客人都当成自己儿子周末回家来住，每一个角落都要打扫干净，要是觉得还不够干净，她是不会让客人入住的，民宿不是简单的住宿吃饭，还要给人一种家的温馨和自在。除了铺最干净的床被，还得会挑最新鲜的海鲜。这么多年下来，母亲瞟一眼就知道螃蟹肥不肥，牡蛎壮不壮，皮皮虾膏量有多少，总会选性价比最高的给客人。君子爱财，取之有道。“钱赚得再多，如果心是不安宁，不

踏实的，这份钱宁愿不要。”

三、网红经济时代，诚实守信，知行合一

子曰：“知之者不如好之者；好之者不如乐之者。”《论语·雍也》

“民宿虽然是由专业的公司设计的，但最关键的还是我们自己的品行，诚实守信，仰俯无愧。”母亲指着门口写有家训的木牌子说道。是的，诚信在我家是有渊源的。

1988年夏天，当时我们家的二层楼砖房刚落成，隔壁二爷爷家也要盖新房，于是他们把上辈留下来的老式六柱架子床放在我家。有一次，和妹妹玩捉迷藏游戏，我看到床围的一个榫头烂了，轻轻搬扯一下，围栏就断开了，有两个银元从里面滚出来。这东西我见过，知道它值钱，我跑去找母亲。“你弄出了几个？”

“两个”我举着手里的银元说。母亲顺势接了过去，摸着我的头说：“孩子，不是咱家的咱不拿。”

然后，母亲带着我把这事告诉了二爷爷，当然也把我弄出来的那两个银元交给了他们。那时候我还小，不懂什么是实诚，现在我明白，母亲在交还银元的同时，给自己的孩子留下了最珍贵的家风家训——做人要实诚。

每当客人有什么东西落下，哪怕只是一双拖鞋，一把雨伞，母亲都会第一时间安排快递寄过去，而所有的菜品都是她亲自采购亲自把关，确保原料安全，品质新鲜。是人工养殖的还是野生的，是活的还是刚死的，海产品价格差很多，母亲绝不弄虚作假

或者以次充好。2017 年普陀新闻还以“这个老板很实诚”为题报道过她的事迹，还登上了舟山日报、浙江卫视，甚至连续三年成为国际海岛旅游大会和国际油商大会工作人员的指定入住民宿。

四、互联网+时代，敏而好学、正己正人

子曰：“苟正其身矣，于从政乎何有？不能正其身，如正人何？”《论语·子路》

舟山依靠得天独厚的旅游资源，有很多像母亲这样怀揣着民宿梦、创业梦的东海渔嫂，却因为技能缺乏、经验不足，始终处于门外汉的状态。母亲的民宿生意火爆后，经常出现客满接待不了的情况，所以她开始鼓励周边邻居一起做民宿，将庭院改造成渔家客栈，既解决了就业，还不用出门就能增收致富。在她的带领下，东沙村的民宿如雨后春笋般冒了出来，一两年后，家家户户都尝到了民宿经营带来的甜头。母亲还建议村里成立民宿联盟，并当选为联盟负责人，旅游淡季的时候，没有客源的民宿可以申请联盟协调分配客源，旺季的时候，联盟对全体成员提出房价上下限，避免无序竞争。2019 年，全村 202 户居民，开民宿的有 146 户，床位超过 1800 张，年收入在 3000 万以上，七八月份旅游旺季入住率更是高达 95%。

在以母亲为首的民宿主共同努力下，2016 年村里启动了全市首个旅游电商村建设，与携程、淘宝、美团等合作，建立起了电商服务中心。次年，村子又被评为全省典范旅游示范村，2017

年，东沙村成为浙江省首批 3A 级景区村庄，再一次打响知名度和美誉度。母亲的民宿也被评为 4A 级民宿。

虽然只是一个经营着二十几间客房的小民宿主，但是母亲的经营理念深受儒家文化影响，经营方式也呈现着儒家伦理特点和价值取向。用经营活动来实践儒家伦理，用儒家伦理反哺商业行为。在我眼里，母亲就是新时代的儒商典型。

传统复兴：中华老字号企业文化的 传承与开发研究——基于百年鲁商济南旧军孟氏 “瑞蚨祥”的调研

李明欣 孟令璇 张欣悦 林 越
李怡洁 纪佳琪 董 飞 杜立晖

前 言

“中华老字号”是中国近代民族企业流传至今的一块响当当的金字招牌，具有鲜明的传统文化背景和深厚的文化底蕴，不仅是近代历史的缩影，也是民族精神的象征。

亚圣孟子后裔中的一支，明洪武年间自河北省枣强县迁徙至山东省济南市章丘区境内，于旧军村繁衍生息。至近代勃兴，旧军孟氏先后在大江南北创立了数十家“祥字号”企业。^①其中的“瑞蚨祥”提供了1949年开国大典，天安门广场升起的第一面五星红旗；1954年，“瑞蚨祥”作为第一家公私合营的企业，载入史册；至2021年，北京市高级人民法院一纸判决书，宣布“瑞蚨祥创始人”商标的使用权归“瑞蚨祥”创始人孟传珊第六世孙孟庆钢（孟钢）所用。至此，百年老字号“瑞蚨祥”以及旧军孟氏的发展迎来了崭新的篇章。

以瑞蚨祥等“八大祥”为代表的“中华老字号”是民族企业

^① 祥义号、瑞蚨祥、瑞生祥、瑞增祥、瑞林祥、益和祥、广盛祥、谦祥益八家最为著名。

的典范。无论是对既有史料的整理、研究，还是对新一代旧军孟氏族人的访谈、记录，都将有助于近代民族工商业史的探索与研究，进而有益于新时代中国特色社会主义文化的建设与繁荣。

一、以“瑞蚨祥”为代表的孟氏“祥字号”的兴盛

（一）早年“旧军孟”

旧军孟氏是亚圣后裔中的一支，于明洪武二年自河北省枣强县迁入旧军镇。孟氏起初为半耕半读的平民小户，清初始行商，贩卖当地土布及直隶皮货，康熙年间渐渐发迹。至清乾隆年间，孟衍升之子孟兴智、孟兴泰由行商变成坐贾，开始在周村、济南、北京等地开设“祥”字号店铺。又先后在济南、北京、天津、保定、汉口等地先后增设了瑞生祥、谦祥益、瑞增祥、隆祥、庆祥、瑞林祥等绸布店，号称华北八大祥。^①后来，孟氏的108家祥字号遍布全国。其中，矜恕堂之瑞蚨祥最负盛名，同样具有代表性的还有进修堂的谦祥益。

孟氏家族有着先进的经营理念和出色的经商头脑，在孟维川、孟养轩、沙文峰、董连元、孟觐侯、孟树生等领军人物的带领下，孟氏祥字号遨游商海，勇立潮头。

“极盛时期仅矜、进两家的店铺就达70余家，职员2800多人，遍布十几个大城市。二十世纪二三十年代，仅矜恕堂一家所开店铺的营业利润，每年都有300万两白银之巨。无论从其资产还是从其规模上看，旧军孟家堪称中国北方最大的商业民族资

^① 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第91页。

本家。”^①

孟氏祥字号作为“中国近代富甲一方，名冠华夏的宏商巨贾”^②，它的富有也体现在孟氏家族的土地与房产上。“从当时旧军镇所交官府税银来计算，整个旧军镇共有土地 14400 亩，而旧军孟家就占有一万亩。他们不仅在旧军，还在毗邻的县占有数倍于旧军的土地。”^③

孟氏祥字号不仅经营管理得当，还善于在军政界奔走公关。在当时，孟氏家族享有极高的社会地位和政治关系。这在瑞蚨祥及孟维川身上体现得尤为明显。

（二）鼎盛“瑞蚨祥”

孟维川天赋异禀，精于商道，在他的运作下，瑞蚨祥享誉中外，祥字号遐迩闻名。他秉承儒家思想以经营，被后人称为“一代大商孟洛川”。

“孟维川的长女，是济南本道署理东司沈廷杞的儿媳，二女儿嫁入大总统徐世昌之门为妇，三女儿与南洋大臣张之洞之后结缡；法部侍郎王埏的女儿是孟维川三子孟广址的续弦，济南大官僚何春江的女儿是孟广址的再续弦；孟维川的孙女（孟华峰之女）是张宗昌军法处长白荣卿的儿媳，白的女儿又进孟门为妇，军阀曹锟、官僚陈钦等都先后与孟家联婚为亲。”^④在当时的政治制

^① 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第39页。

^② 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第91页。

^③ 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志（代序）》，北京：中国文史出版社，2014年，第39页。

^④ 《民国时期孟氏与军阀政客之关系》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，第28页。

度下，仕商结合对祥字号的发展大有裨益。“慈禧太后的寿服，宫廷大臣朝服皆由瑞蚨祥制做。”^①袁世凯登基时的龙袍以及四大名旦登台时穿的戏服也都是由瑞蚨祥提供的，宋氏三姐妹，张学良，赵四小姐的服装也多出自瑞蚨祥之手。“当时的北京城流传多年的歌谣‘头顶马聚源，身穿瑞蚨祥，脚踩内联升，腰缠四大恒’就是对瑞蚨祥名满京城的生动写照。”^②

（三）红色资本家

最能体现祥字号的商品质量和历史地位的，莫过于“一九四九年中华人民共和国成立时升起的第一面国旗——五星红旗所用面料就是在周恩来总理指示下由瑞蚨祥提供的。”^③这份绝无仅有的荣誉是对孟氏祥字号的高度肯定。

瑞蚨祥在历史上实现了三个第一：既是制作了第一面五星红旗的企业；还是第一个进行公私合营的企业；第一个尝试连锁经营的企业。“1954年，北京瑞蚨祥率先实行了公私合营，五个字号合并为一，改成以经营绸缎、呢绒、皮货为主的布店。毛泽东主席在1956年12月7日同民建和工商联负责人的谈话中说：

‘历史的名字要保存·……瑞蚨祥一万年要保存。’这说明瑞蚨祥已成为见证历史的中华民族百年的品牌。”^④美国零售业连锁机构的商业巨头沃尔玛的创始人山姆·沃尔顿曾经说过，他创办沃尔玛的灵感来自于中国北方一家古老的企业，它的名字是和传

^① 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第99页。

^② 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第102页。

^③ 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第99页。

^④ 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第104页。

说中的一种带来金钱的虫子有关，他指的这家企业就是瑞蚨祥。由此印证了瑞蚨祥开创了世界连锁经营的先河，具有极高的商业价值。

孟氏祥字号的兴盛是时代的选择，更是一代代孟氏子孙艰苦奋斗的成果。探究祥字号背后的企业文化，对于分析老字号经久不衰的密码也大有裨益。

二、以“瑞蚨祥”为代表的孟氏“祥字号”企业文化

在初步了解孟氏“祥字号”的兴盛之况后，笔者为进一步剖析祥字号富甲一方，名冠华夏的深层因素，对孟氏祥字号的企业文化展开了重点调研。笔者认为，“祥字号”企业文化，大致可以分为对外的“经营文化”以及对内的“管理文化”两大方面。

（一）山东底色、打造至诚儒商

1. 山东底色

我们在对孟钢先生的访谈中得知，“瑞蚨祥”一伙人在天津被称之为“山东帮”。这便存在一个值得思考的问题：天津是一个开埠城市、文化多元，为什么“山东帮”可以在商界崭露头角？此外，旧军孟、祥字号身上的哪一点特质，在数百里之外的天津，让人一眼便看出：这是一伙山东人呢？在实地走访与材料的阅读中，将其归结于以下几点：

其一是饮食等日常习惯。即便在天津，旧军孟氏及店铺中的伙计们在天津仍然保持着章丘的饮食习惯：初一十五“上犒劳”，吃“四四到底”的菜如黄花鱼、大对虾等等。

其二是重仁义、讲信誉。祥字号的“良心尺”文化（量布用尺比普通尺子长，向顾客让利），在“北京到南京，买家没有卖家精”的时代，可以说在仁义信誉方面是独树一帜的。不仅如此，伙计还乡，一次便发给路费三十块大洋；倾心尽力为生病的侍女治病，甚至为出嫁的侍女陪嫁全套的桌椅、衣服首饰等。如此种种，无一不体现仁至义尽。

其三是尊师重教。无论是矜恕堂的孟洛川还是进修堂的孟养轩，幼时都接受过较为严格的教育；且孟氏尊师重教，常聘名儒教授子弟，且给予教师以礼遇。如教师王伯平回家，孟家常派华丽的轿车送往迎来。如此，当使孟氏尊师之名声远近闻名。

综上所述，以“瑞蚨祥”为代表的“祥字号”尽管遍及全国，但其身上“山东人”的特质始终如一，而如信誉仁义、尊师重教等带有山东特色的优良传统，亦成为“祥字号”系列企业搏击商海、屹立百年的力量倍增器。

（2）至诚儒商

优秀的儒家文化提倡“仁义礼智信”和“君子爱财，取之有道”。出于身为亚圣后裔的自觉意识，孟氏家族在经营祥字号时非常重视对儒家之道的遵守。“他们将商业运作涵泳于儒家典籍之中，坚持‘财自道生，利缘义取，义在利先’的商业道德和经营理念。主要表现在：以诚待人，以信服人，薄利竞争，甘为廉贾，宁可失利，不可失义，注重质量，提高信誉。从而赢得了广阔的市场和弥久不衰的声誉。”^①

^① 翟伯成：《东方巨贾 瑞蚨祥》，济南：山东齐鲁音像出版有限公司，2019年，第113页。

在以儒家思想为核心的经营理念的指导下，孟氏祥字号在商业实践中始终坚持以质取信。“祥字号对所经营商品的质量重视近乎严苛。自染色布必须使用优良布坯，上成的英国名牌染料。茶叶的加工须有名师严格控制各道加工程序，丝绸绣品均由上海申庄或苏州庄在苏杭找上等作坊，按新设计要求，定机制作，而且验货要求相当严格。”^①在日常的布匹销售中，部分布店会在尺子上做手脚，从而克扣布匹的长度，欺骗顾客以谋取利益。而瑞蚨祥使用的尺子也与正常尺子不太相同。它的不同之处却在于它比正常的尺子长一寸，这样顾客买到的布便只多不少，这把尺子是祥字号一片诚心的外化，也被称为“良心尺”。

正所谓“用之者舒，则财恒足矣”^②，孟氏祥字号在门市销售中坚持为顾客提供高品质的服务，这既是东家对店员的要求，也是它作为老字号独到的眼界与格局的彰显。

在门店，一个售货员专招待一位顾客，自始至终一包到底。如顾客在前柜买了货再到楼上买货，售货员即跟到楼上，直到送顾客出门为止。为了达到这个目的，要求售货员必须做到：顾客一进门（不论年龄大小、身份高低、盲、聋、病残），前柜瞭高的首先站起打招呼，售货员随之迎上前来。并且对于顾客还以烟茶招待。顾客临走，售货员要送到前柜，瞭高的起立点首送行。^③也正因如此，凡是到瑞蚨祥买过东西的人都有深切体会，用他

^① 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第113页。

^② 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第122页。

^③ 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第82页。

们的话来说就是老不哄少不骗，百挑不厌，百问不烦，买卖公平，说话和气，处处为顾客精打细算。^①如老年人买货，遇有携带不便者，售货员便想法帮其送货到家。耳聩目眇以及身残者，瑞蚨祥派专人护送。^②

孟氏“祥字号”美誉并非一朝一夕得来，而是以义取誉的成果。讲究“博施济众，依群利己，追求企业经济效益和社会效益的统一。”^③“光绪二十六年，北京瑞蚨祥被八国联军焚毁后，北京瑞蚨祥烧成一片瓦砾，连账册都在火中付之一炬。存款户人心惶惶，这时孟雒川毅然向社会郑重承诺：凡瑞蚨祥所欠各户的款项一律奉还，凡客户所欠瑞蚨祥的钱物一笔勾销。瑞蚨祥这非凡的气魄和崇高的信誉一时震动整个商界，誉满京华，客户非但不忙提款，而且继续将钱存在瑞蚨祥。”^④孟氏祥字号以义致利的企业文化为它的长足发展奠定了重要基础。

（二）巧妙借力、游走政商之间

值得注意的是，“瑞蚨祥”的经营中极可能有朝廷大员、达官显贵入股。有老经理们回忆，瑞蚨祥资金雄厚：“故在商业经营上从不借用外资，无利息之出。如遇市面金融紧缩，不受挤索之苦。”^⑤瑞蚨祥资金如此雄厚，并非全部靠资本积累。细读史料，

^① 刘越千：《天津瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第108页。

^② 刘焕庭：《济南瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第120页。

^③ 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第122页。

^④ 《旧军庄志》编纂委员会：《旧军庄志》，北京：中国文史出版社，2014年，第113页。

^⑤ 刘越千：《天津瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编，《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第104页。

当时应有部分朝廷大员入股瑞蚨祥，誊录材料如下：

被焚前的瑞蚨祥，由于本厚利丰，根深叶茂，许多有钱的豪富巨绅，愿把金银存入瑞蚨祥。^①

孟觐侯因乃叔的介绍，交结了许多官僚，吸收了一些官僚存款，营业很好，颇为赚钱。^②

以上两则材料中，官僚显贵入股瑞蚨祥的情形是非常明显的。这种入股可以给瑞蚨祥带来几点好处：其一，更加充足的资金；其二，政治保护、安全保障；其三，潜在的顾客。

（三）中西合璧、引领风气之先

首先，洋货是“瑞蚨祥”售卖的重要组成部分，引领一时之消费风气。早在十九世纪末，孟洛川派出的代表沙文峰注意到：

“北京当时是清朝帝都所在，达官贵人聚集在此，他们生活奢靡，高级商品销路日增，而且这时清廷正崇尚洋务，洋货销路也逐渐增多，利润优厚。沙文峰认为在北京开设门市经营绸缎洋货有厚利可图”^③因此，沙文峰提出：在北京开设门市经营绸缎洋货，有厚利可图。继而得到孟洛川的批准，瑞蚨祥业务自此拓展至北京。

庚子义和拳事变后，瑞蚨祥前门店遭到火焚，损失惨重，其中兴不仅与主动归还款项的诚信经营有关，同时也与洋货售卖不

^① 孟宪铭：《北京瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编，《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第90-91页。

^② 刘焕庭等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编，《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第58页。

^③ 刘焕庭等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编，《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第58页。

无关系。据刘焕庭等回忆：“而且庚子事变后，欧风东渐，过去轻易不出闺门的夫人、小姐也穿戴起来，走进社交场所。瑞蚨祥为了适应这些顾客的需要，扩大了营业范围，增添了新衣、皮货，增加了洋货品种，所以第二次开张后不数年间，不仅恢复了旧时局面，而且还有了新的发展。”可资为证。

其次，瑞蚨祥在走高端路线、经营洋货的同时，巩固底层市场。瑞蚨祥早年便以经营土布完成资本积累：“在积累了一定资金以后，又在北京抄手胡同开设了鸿记布庄，批发章丘土布。还在天津竹竿巷开设了瑞蚨祥土布发庄兼钱庄。”但在生意做大之后，仍保有土布市场。而且专门在铺规中规定：“不论是达官阔佬，还是衣衫褴褛的劳动人民，进店买货一视同仁”可知瑞蚨祥店中是保有土布柜台的，而且十分注意维系与低端市场。“染出的布，特别是青、蓝布的确与众不同，不仅光洁美观，而且缩水率小，久洗不褪，受到广大顾客的欢迎，特别是农民，当时在群众中有非瑞蚨祥的布不买的说法。”^①同样可以表明：普通民众同样是瑞蚨祥的顾客。如此，即便政治中心南移至南京，京津的瑞蚨祥仍然不至于伤筋动骨的冲击，得以长期维系。

（四）唯才是举、管理用人不疑

“为商之要，在于得人”^②。祥字号对店员的挑选有十分严格的标准。以瑞蚨祥为例，它在录用、选拔经营管理者方面十分讲究“智、勇、仁、强”四项标准。用人制度有严格的条件，对

^① 孟宪铭：《北京瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编，《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第97页。

^② 翟伯成：《东方巨贾 瑞蚨祥》，济南：山东齐鲁音像出版有限公司，2019年，第152页。

一般人来说，须具备两个条件：一是出身系士农工商之子弟，除此外，概不录用，二是五官端正，眉清目秀，举止文雅，口齿清楚等，否则不用。^①

在当时的社会背景下，大多数企业为了维护家族对企业的长久掌控权，多采用任人唯亲的方式进行招揽。而谦祥益却将大胆用贤，唯德才是举的传统一以贯之。谦祥益中兴时期的重要人物——史子鸿，于1920年出任谦祥益总经理，他任职期间，“谦祥益业务蒸蒸日上，年年结算盈余甚厚，繁荣兴旺十多年，可谓谦祥益的鼎盛春秋。”^②对谦祥益的发展起到了关键作用。事实上，史子鸿虽为章丘人氏，但属于外姓，并且源于受过处分、“戴罪之身”的包锡九的推荐。并且当时孟家刚刚经历了耿氏族人及桓台帮“篡权”的局面。在这般紧张的局势下，谦祥益东主孟养轩仍然坚持录用史子鸿，由此，他求贤若渴的心态可见一斑。

祥字号不仅选贤，任贤，而且信贤。对于经过严格选拔的人才持有充分信任，对于谗言献媚之人也绝不姑息。

天津谦祥益保记经理柴某错以为孟树生得的是不治之症，必死无疑，趁机向资东孟养轩进谗，诬陷孟树生以获取总理之职。资东根据孟树生的为人，对柴某所言置之一冷，柴自讨无趣，羞形于色。孟树生病愈回津，孟养轩晓以柴某所为，两人不禁大笑。后孟养轩认为柴某确系心怀叵测，实属不良之辈，乃将其出号。^③

^① 翟伯成：《东方巨贾 瑞蚨祥》，济南：山东齐鲁音像出版有限公司，2019年，第152页。

^② 王春云：《进修堂所经营的谦祥益等祥字号》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第170页。

^③ 孟昭懿、孟昭方：《谦祥益总理孟树生》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第152页。

东主对人才的信任及优待也使人才更具安全感和归属感，从而为祥字号的发展全力以赴，不辞劳苦。

（五）小结

综上所述，以“瑞蚨祥”为代表的孟家“祥字号”企业文化包括“百年老店、山东底色”“良心经营、至诚儒商”“唯才是举、用人不疑”等几个方面。

三、“瑞蚨祥”衰落的缘故及文化困境

以“瑞蚨祥”为代表的“祥字号”企业开遍全国，分店百余家，这是中国近代民族资本家所的巅峰。历史的车轮滚滚向前，“祥字号”大多淡出了商海，除了时代的变迁之外，还存在其它一些缘故。若要有效弘扬“祥字号”企业文化、振兴“祥字号”在内的中华老字号，我们便必须直面“祥字号”发展过程中曾经出现的一些问题，才能够提出有效的对策。

（一）进退失据、时代变局措手不及

旧军孟氏族以行商起家，即便生意遍及四海之时，也不曾放弃对土布的经营以及底层客户的关注。但达官显贵而非底层客户才是其营业额的主要来源；不仅如此，与军阀、政客的过从往来可以为经商提供诸多便利。

但是，1927年之后，时局为之一转。“由于国都南迁，北洋军阀官僚大部星散，清室贵族早已败落，北京已不再是人才荟萃之地，市面日趋萧条。北京瑞蚨祥是以销售高级商品为主的商店，失去这些顾客，营业额大大下降。此后即把营业重点放在戏曲界

和花界以及过路客人方面”。^①戏曲界、花界的消费能力以及能够为“瑞蚨祥”等“祥字号”提供的资源自然大不如前。

而随着国民政府前往南京，孕育原先经营关系、社会关系的土壤消失，而瑞蚨祥等祥字号未能及时做出有效回应，以适应局势的变迁、跟上时代的发展。孟家一直推崇的“官商并重”的经营策略便无法继续实施。这对于孟氏企业的打击无疑是巨大的。

（二）后续乏人、族人缺失文化使命

以“瑞蚨祥”为代表的“祥字号”毕竟是家族企业，其接班人只能在家族内部遴选。这便极易导致选拔范围狭小、“接班人”培养与遴选机制出现问题等情况。而在历史发展的进程中，“瑞蚨祥”的困境也着实部分来自于这一方面。

或许是由于多年服务于“祥字号”的缘故，相关人员并不愿直接将窗户纸点破，坦承“祥字号”的接班人选拔机制出了问题，只是笼统地归结为：“家族矛盾”。^②如刘越千对此有较详细的描述：

各支各怀异心，争向瑞蚨祥支款。每天3个帐房平均支取相当于40匹白布的款额，从柜上取物还不在数内。他们除花费外还从瑞蚨祥抽走资金自开企业，如瑞隆祥恭记布庄、裕康布庄、瑞昌祥银号、慎兴布庄等。当时职工纷纷议论“瑞蚨祥，瑞蚨祥，肥了羔子瘦了绵羊”。^③

^① 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第64页。

^② 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第64页。

^③ 刘越千：《天津瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南

显而易见，家族的壮大虽能带来人丁的兴旺、产业的兴盛，但在其之下还埋藏着各支分离的隐患。各支醉心于占取账房便宜、沉湎于自家企业的多少小大，丝毫不顾及瑞蚨祥的生死存活。孟雒川身后，便是这样一群接班人。即便有个别后辈尚存雄心壮志，也难抵众人的萎靡之态。

面对资东们的明争暗夺，各商号管理人员也在寻找着自己的靠山，他们“有亲二爷的，有靠七爷、八爷的，也有投六爷和孟昭镇的”。^①资方代理人的站队又加剧了各支的矛盾。各支之间忙于相互挟制、牵绊，便很难在企业经营上如老东家孟雒川一般付出很大的心血了。这样的内耗一天不停，瑞蚨祥便离夕阳西下更进一步。

如前所述，矜恕堂的少东们忙于比支内斗，精力自然顾不到关心企业管理上来。结算利润时，孟雒川对他规定的划价规则进行严格审核，并希望后辈可以继续延续这种管理办法。他们“虽也仿照孟雒川的做法，但只徒具形式”。^②写账在孟雒川时还是秘密进行，“一个纸条也不允许带出”。^③至子侄辈掌权，便对写账的管理不那么严了。

结算利润如若不遵守严格的划价标准，便会导致利益冲突、人们有所怨言；理账如若理不清楚，便可能会导致钱财白白外流。

出版社，1991年，第114页。

^① 刘焕庭：《济南瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第124页。

^② 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第65页。

^③ 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第67页。

长期采取走形式的管理态度，势必会使得各商号陷入亏损的营业状态。少东们斗争半天，最终是“竹篮打水一场空”，留下一堆烂摊子。

（三）用人不当、经理雇员碌碌无为

孟氏“祥字号”在其鼎盛阶段多有贤能的商号经理相助。他们或力挽狂澜，或开拓创新，或锐意进取，为“祥字号”的发展立下了汗马功劳。但是，在这一批精英人物相继离开后，很难再见到有所作为的经理出现。

以瑞蚨祥为例，自沙文峰等去世后，孟觐侯为全局总理，孟访溪为副总理。孟觐侯颇有“外交”才干，在北京瑞蚨祥中兴中发挥了不可小觑的作用。然而，中兴之后，他“大捧伶人，挥霍无度，致使瑞蚨祥几乎年年亏损”。^①孟访溪“资格老于孟觐侯，在天津、北京各店代理人中有一定声望，也起到全局副总理的一定作用。但后来由于深居简出，造成天津瑞蚨祥的腐败局面”。^②

如果说孟觐侯与孟访溪尚有可取之处的话，那么孟荫轩便全无治理头脑，一味谋求私利、贪图享乐：

孟荫轩兼济南总理之后，一反瑞蚨祥谦虚谨慎勤俭治店的传统，总理率先违反铺规，在店内公开摆着大烟灯。济南“五三”惨案后，孟荫轩出任维持会长，生活日趋奢靡。此时孟雒川东家远居天津鞭长莫及。勤俭创业的老经理们有的谢世，有的被排斥，

^① 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第64页。

^② 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第66页。

致使济南瑞蚨祥江河日下。^①

种种行径，正如谢元璋等所说，商号市面萧条，“追其原因除社会的因素以外，经理人选不当也有关系”。^②

（四）自毁长城、铺规文化名存实亡

铺规因其权威性与稳定性成为谦祥益经久不衰的密码。^③这对于其他“祥字号”企业同样适用。不过，铺规的稳定性并不代表其某一条例就是稳固的。铺规会“随着国内外局势的变化而变化”，^④如“七七”事变后分店便可以与外界产生金钱来往关系。以及“张鸣九占章丘以后，资方代理人及店员家属多迁来济南，铺规不准携带眷属一条，自此被打破”。^⑤

这类铺规的松动是对当时形势的一种适应，很难说就是一件坏事，“它仍在若干方面起着强制约束店员的作用”。^⑥不过，资方代理人对铺规的挑衅确是不益于“祥字号”长远发展的。

四、对策方案

作为传统家族企业兴起的范例，旧军孟氏家族世代经营的“瑞蚨祥”等“祥字号”历经百年风雨而不倒，其企业文化必有可取之处。百年风云激荡，“祥字号”等老字号企业文化的弘

^① 刘焕庭：《济南瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第121-122页。

^② 谢元璋、孟宪节：《北京谦祥益》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，1991年，第185页。

^③ 参见孟令璇、李明欣：《章丘旧军孟氏“谦祥益”中兴原因探析》。

^④ 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第86页。

^⑤ 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第87页。

^⑥ 刘焕庭、穆振声等：《章丘孟家所经营的瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迹闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第87页。

扬应当与时俱进、代际传承，特提出如下对策。

（一）紧跟时代潮流，为企业文化注入源头活水

庚子事变、七七事变等重大历史事件对“瑞蚨祥”等“祥字号”企业的冲击是巨大的，一遇外部冲击，家庭内部、出资各方的矛盾暴露无遗，整个企业经营业绩一落千丈。

可见社会环境与政府政策对企业经营的影响不容小觑。

在党的二十大这一盛会即将召开的重要关头，老字号企业唯有紧跟时代潮流，将老字号企业的振兴与中华民族伟大复兴的大业紧密结合在一起。自觉将中国特色社会主义先进文化与中华优秀传统文化融入企业文化建设，方能为新时代老字号企业文化的发展注入源头活水。

（二）坚持儒商本色，对后备力量培养倾注心力

以“瑞蚨祥”为代表的“祥字号”企业，不单单是“中华老字号”，更是具有儒商本色的“亚圣孟夫子后裔之事业”。因此，除经营管理、经济知识之外，祥字号企业文化的自觉认同、传统儒商精神的熏陶、亚圣后裔的自觉意识等等，便是培养与选拔企业后备力量时不可忽视的重要方面。唯有如此，才能坚持儒商本色、融入市场大势，将中华老字号的企业文化发扬光大。

（三）优化用人机制，将文化认同纳入遴选标准

以“瑞蚨祥”为代表的“祥字号”虽注重员工的选拔，“瑞蚨祥为使后继有人，每年从家乡招收学徒20~30人，其考察录用十分严格：必须五官端正、身体健康、书写秀丽等。”^①但招

^① 刘越千：《天津瑞蚨祥》，山东省政协文史资料委员会等编：《遐迩闻名的祥字号》，济南：济南出版社，1991年，第113页。

收的员工多为本族、同乡，这便给选人用人留下了隐患。

因此，以“瑞蚨祥”为代表的“祥字号”等企业选择员工时，除重视员工的经营、管理等综合水平、建立完备的奖惩机制之外；应当注重培养对中华优秀传统文化以及“瑞蚨祥”企业文化有所认同的人才服务于企业。

（四）加强对外宣传，把文化传播路径选优做强

“祥字号”借社会形势盘根错节的东风，依托袁世凯的重视，打通了宣传渠道，“1901年，袁奉旨北上，任直隶总督，驻节天津，彼时，孟洛川因事到此。袁闻之，大摆仪仗，亲赴瑞生祥参拜，于是孟洛川的大名便扬于津门，瑞生祥绸布店亦因之大增光辉，令顾客刮目相看。”

而随着传播媒介日益增多，无疑为家族企业提供了更多宣传机会，企业需主动调查市场需求，建构特色品牌形象。借助大数据，利用微博、小红书、知乎等网络平台进行广告营销、打造系列文创、结合其他品牌完成时尚转型、创新营销模式等方式，如瑞蚨祥一可借鉴高端定制路线，培养高消费客户群，二能创建网上定制渠道，满足客户需求，放低定价，打造高性价比品牌。

新的时代唱儒商

屈国杰

当哩个当，当哩个当，
闲言碎语不多讲，
今天把山东儒商唱一唱，
齐鲁大地美名扬，
是孔孟儒家的故乡，
千百年来精神传，
融入血脉在流淌，
一代一代山东人，
把儒商精神记心上，
经过继承和发扬，
成就了今天的儒商！
谦谦君子明事理，
温润如玉和谦让，
既儒雅来又懂商，
是成功商人的榜样，
有知识文化和修养，
拥有崇高的理想，
诚信经营重合作，

山东人民的好儿郎，
具有强烈的责任感，
有抱负来有担当，
发扬儒家的传统，
遨游于商海勇开创！
儒商如同一面旗，
引领潮流闯市场，
真实的例子在身旁，
与儒商打交道真难忘，
我家干生意的时候，
在山东考察了市场，
双方谈的很投机，
定好了价格和数量，
但是没有签合同，
只是口头的协商，
没想到风云变化快，
原材料价格一夜涨，
按照原来的约定，
受损失的肯定是对方，
想着对方会反悔，
完全可以不认账，
这一笔生意可能“黄”，

虽然谈好也会泡汤。
没想到山东的儒商，
一言九鼎坦坦荡，
就是不赚钱也要干，
就当是朋友之间的帮忙，
这件事让我们很感动，
认识到山东的儒商，
一起合作许多年，
赚钱的时候双赢共分享，
有了风雨共同扛，
有了困难相互帮，
交下真正的朋友，
共同来做大和做强！
疫情来临气势汹，
挺身而出的有儒商，
在党委政府领导下，
贡献儒商的力量，
既捐款来又捐物资，
争做志愿者上战场，
风雨同舟一条心，
迎来胜利的曙光。
每次做公益和捐献，

儒商都是热心肠，
资助学帮贫困，
在危难之时送希望，
初心从来不曾忘，
使命在肩有力量，
修身齐家治国平天下，
树立了儒商的形象！
这正是：
新的时代谱新章，
儒商大会聚一堂，
落实习总书记的讲话，
把儒商文化来弘扬，
意义重大不寻常，
我为大会点赞和鼓掌，
说一段山东快书做宣传，
新的明天铸辉煌，铸辉煌！

成己、成物、成中华 ——论新时代儒商“四典、三成、二秩、 六教”的精神特质与继承中创新的实践风范

杨万江

内容提要：本文认为，中国传统下的商人精神起源于商民族祖先契和商汤通过限制权力边界以让人民自由谋生的法治商政所带来的商业发展及其文化传统。周政则补充了情感政治面向下的社会责任承担和人民生存保障。经过《中庸》天人精神结构下的人类事务框架到《荀子》完善的法治市场经济理论，我们可以梳理出一个以《商书》《周书》《中庸》《荀子》为基础塑造中国商人精神及其商学的四典传统。今天所称的“儒商”，是宋以来特别是明清工商社会兴起之后的商人文化传统。本文强调，揭示《中庸》天人精神关系下的人类事务框架可以在人的基本使命、“致中和”的社会关系、“成己成物”而“与天地参”的人生事业意义等方面架构儒商文化，塑造儒商精神。在此论述上，本文提出了新时代儒商“四典、三成、二秩、六教”的商人文化精神特质，即在《商书》之自由、《周书》之责任、《中庸》之成就、《荀子》之市场的原典精神传统下（四典），发扬“成己、成物、成中华”的成就精神（三成），以“仁义礼乐”的道德方式和“明于天人之分”的法权方式建立企业内外秩序的循道精神（二秩），

用孔孟荀“六句教”规范自己商业行为的伦理精神（六教）。把“成己成物”的事业落实为企业“本务”的理念将塑造儒商在继承中创新的实践风范。

关键词：儒商精神 四典三成二秩六教 《中庸》的人类事务框架

新时代的儒商应当具有什么样的精神特质和实践风范，应当从儒家传统关于人生事业意义的精神追求、秩序的建立、普遍伦理传统、以及当下时代的特殊要求中来思考。一个文化传统赋予人生事业什么样的精神意义，它的商人就会以什么样的精神观念来从事财富活动。文化传统探索如何建立人的秩序，作为人之组织的企业也就会形成什么样特色的企业制度和管理。儒学家如何普遍性地看待人与人的关系，走遍全球的商人也就会把什么样的规范引以为面向天下的商业伦理。在今天，当中国、中国经济和中国企业参与全球化竞争，传统文化塑造的商人精神也会形成新的特征和要求。

本文认为，新时代儒商精神应当是在《商书》之自由、《周书》之责任、《中庸》之成就、《荀子》之市场的原典精神下，发扬“成己、成物、成中华”的成就精神，以“仁义礼乐”的道德方式和“明于天人之分”的法权方式建立企业内外秩序的循道精神，用孔孟荀“六句教”规范自己商业行为的伦理精神。简称“四典”、“三成”、“二秩”、“六教”。为了说明这一点，

我们需要从商人精神的形成来理解商人与儒家传统的关系；从《中庸》建立的人类事务框架理解儒商精神的塑造和内涵；最后讨论新时代儒商精神的新问题和新要求。

一、商人精神的形成与中国商学“四典”传统的梳理

试图对中国传统下的商人精神提出一种全面、深入、可靠和系统的见解，就必须追溯开创商人传统的契及其商汤建立的商王朝。汉语传统中，人们把从事产品生产和交易的相关事物称为“商业”“商品”“商人”“生意”^①，乃至对争议问题进行“商议”^②，彼此之间建立“契约”^③，这都是商王朝开辟的传统。

商人的祖先是帝喾之子、尧帝的异母兄弟契。他便是传说中被“天命玄鸟，降而生商”^④的人。契是尧管理火务的火正，被人们视为火神。其成就是发现火星运行的规律而制定了历法火历（殷历）。他在用火烧制陶器、冶炼铜器等手工业产品生产并以此进行贸易方面的贡献被人称道。契助大禹治水有功，于是舜命契为司徒，封契於商，赐姓曰子。契作为司徒，不仅具有文化教育的权力和实践，而且形成了商的“保民”传统。《国语·郑语》说：“商契能和合五教，以保于百姓者也”^⑤。他把各种手工业和

^① 称从事商业为“生意”，是商政“生生自庸”传统的表达。

^② “商议”是对商政“善无常主，协于克一”协商传统的表达。该句意思是好（善）的意见并不固定存在于某个人那里，需要通过协商达成一致。道德不是协商达成的，这是政治关涉利益后采取的政治协商方式。当然也是商业交易中达成价格或合作的方式。尹伊提出这个协商制度后，它落实在《尚书·盘庚》连续三篇对盘根迁都协商过程的描述中。

^③ “契”字的本义是刻。口说无凭，约定好把意思刻在什么东西上以为凭据和见证，由此出现书契。这即是《说文》解“契”为“约”的意思。这当然不是说是商的始祖契发明了契约，但他以契为姓，即是强调这样一种契约精神。它落实到商民族的商业活动中，成为商业交往的基本方式。所以，商业交往中的契约精神来自商的祖先契。

^④ 《诗经·商颂·玄鸟》

^⑤ 一种观点认为，此处“保”当解为养。但这并不准确。唐兰《殷墟文字记》：“负子于背谓之保，引申之，则负之者为保；更引申之，则有保养之义。然则保本象负子于背之义，许君误以为形声，遂取养之义当之耳。”可见，“保”取“负子于背谓之保”的保护义更为恰切。这是儒家安民保民传统的一部分。

农业的技术传播天下，促进了商业的发展。所以，商民族从其先祖契开始都已经是一个善于商业的民族。这与周的祖先后稷是擅长农业的农耕始祖和五谷之神有明显的不同。

大禹在“德惟善政，政在养民”的理念下用“六府三事”^①的事业和“九功惟叙，九叙惟歌”^②的功赏秩序打造了一个“东渐于海，西被于流沙，朔南暨声教讫于四海”^③并具有“五服”结构的华夏之天下。但夏王朝在权力固化的观念下逐步走向怠政和利益垄断。商政即是从商汤反对夏王朝的政府事功传统及其利益垄断造成对人民自我谋生能力的压制^④开始革命，把大禹提出的“政在养民”的政府主导型经济转变成人民“生生自庸”自由谋生的市场经济，促进了商业和商人的大发展，以至出现了一个鼎盛的青铜器时代和遍及天下的商业活动。

按照《商书》，支撑商人精神的是一系列奠基性的政治价值观：这包括：第一、“惟皇上帝，降衷（中）于下民，若有恒性”的人性天命论以及人民人性之天命高于君主政治天命的价值观（“克绥厥猷惟后”）^⑤。这意味着权力不能固化，上帝不是把权力固定在某个特定人物和家族身上，而是“惟上帝不常，作善降之百祥，作不善降之百殃。”^⑥“非天私我有商，惟天佑于一德；

^① 《虞书·大禹谟》所谓“六府三事”，指“水、火、金、木、土、谷”（六府）和“正德、利用、厚生”（三事）。具体说，治国“六府”：一是疏通河道、修筑河堤防止水患卷土重来（水）；二是制作金属农具，提高生产效率（金）；三是提高火食（熟食）水平，保障百姓健康（火）；四是控制树木砍伐，鼓励植树造林（木）；五是改进土木建筑，改善居住条件（土）；六是发展农业生产，广种五谷杂粮（谷）。孔安国传曰：“德以率下，利用以阜财，厚生以养民”。参见郭泳著《中华文明的开端：夏》上海：上海人民出版社 2018 年 第 217 页

^② 《虞书·大禹谟》

^③ 《夏书·禹贡》

^④ 《商书·汤诰》“夏王率遏众力，率割夏邑”

^⑤ 《商书·汤诰》：“惟皇上帝，降衷（中）于下民，若有恒性，克绥厥猷惟后。”

^⑥ 《商书·伊训》

非商求于下民，惟民归于一德。”^①第二、“上天孚佑下民，罪人黜伏，天命弗僭”^②、“制官刑，儆于有位”^③以限制权力僭越天命边界的古典宪政论。第三、“责若草木，兆民允殖”^④人民不受打扰的自然生长论及其草根性的草民观。第四、当出现不同利益和政治矛盾时，主张“善无常主，协于克一”^⑤的协商制度，并落实于“盘根迁都”的决策过程。周制中天子与诸侯共聚一堂光明正大议事的明堂制度，以及秦汉以后皇权政治中的朝议制度，均从其“商议”。第五、对于人民事务，“邦伯师长百执事之人尚皆隐哉”^⑥的政府归隐论。第六、“无总于货宝，生生自庸”^⑦的人民自由谋生论，反对政府聚集垄断财富与民争利。第七、“凡我造邦，无佞匪彝，无即怙淫，各守尔典，以承天休”^⑧的法治论。第八、“罪当朕躬，弗敢自赦”^⑨的法律普适性公平观及其尹伊流放不道天子太甲的司法实践。这是中国政治第一次敢摸老虎屁股的宪政实践，并在后世形成“王子犯法与庶民同罪”的法律公平传统。第八、“其尔万方有罪，在予一人；予一人有罪，无

^① 《商书·咸有一德》

^② 《商书·汤诰》

^③ 《商书·伊训》

^④ 《商书·汤诰》

^⑤ 《商书·咸有一德》

^⑥ 《商书·盘庚下》“邦伯师长百执事之人尚皆隐哉”，指政府官员都崇尚归隐自己的作用不去直接干预人民自己的谋生事务。这与下文“朕不肩好货”、“无总于货宝，生生自庸”从而不任用那些直接从事经济活动的贪财官员，反对政府聚集财富以让人民自由谋生这一立场相印证，也与商汤、尹伊开辟的限制权力的传统相符，更与儒家“无为而治”反对政府官员“与民争利”的长期传统相符（“无为而治”“不与民争利”就是政府的“隐”）。孔安国传曰：“言当庶几相隐括共为善政”。此解不通，且不符文句字义、结构和语境。“尚皆隐”不是“尚相隐”。如果此处从孔安国解为“相隐括”，在盘庚反对官员贪财的语境下，“相隐括”恐怕有鼓励官员相互包庇之嫌。这显然不合文义。

^⑦ 《商书·盘庚下》

^⑧ 《商书·汤诰》

^⑨ 《商书·汤诰》

以尔万方”^①的责任政治观。第九、“汤之盘铭曰：苟日新，日日新，又日新”^②的创新精神等等。所有这些构成了早期商人精神的政治支撑。

但是，商政在让人民自由谋生的同时，也产生了人民自生自灭的生存严酷和危机。它没有生存保障的底线。自由交易的无限制，也使商王朝存在大量的债务奴隶、战俘奴隶，乃至人殉。这被考古发现所证实。这又反过来对商政的法治秩序产生巨大压力，并进一步导致商政走向残暴。

周武王的革命申述“惟天地万物父母，惟人万物之灵”^③的情感政治面相。人不只是被动的政治法律机器，而是有情感和灵魂的生命。政治要体现出“天佑下民，作之君，作之师，惟其克相上帝，宠绥四方”^④这样一种天地精神父母通过政府对人民的宠爱和安抚。无论一种政治法律制度多么有其道理，一旦他不恤人情这个道理，没有情感的道德，那就是不可接受的，必产生“抚我则后，虐我则仇”^⑤的革命怒火，以及“武王一怒安天下”^⑥的商周鼎革。这如同后世西方基督教传统上从《旧约》的法则时代进入到《新约》之爱的时代。通过“元后作民父母”^⑦以承担人民生存保障责任，“明德慎刑”避免司法暴虐的政策，周政强调了政治对人性的适应及其情感政治的意义。一个孝悌之道上家国

① 《尚书·汤诰》

② 《大学》

③ 《周书·泰誓上》

④ 《周书·泰誓上》

⑤ 《周书·泰誓下》

⑥ 《孟子·梁惠王下》：“一人衡行于天下，武王耻之，此武王之勇也。而武王亦一怒而安天下之民。”

⑦ 《周书·泰誓上》

同构的宗法制度使周王朝的诸侯大夫们作为“民之父母”愿意向自己封地上的“子民”提供生存保障。而一向擅长农业的周人用井田制“制民之产”的土地分配功能给人民建立以土地为基础的小农生活，则使周的情感政治成为可能。它被孟子描述成一种“自（井田制）经界始”进而“经界既正，分田制禄，可坐而定也”的“仁政”^①，一种“五亩之宅，树之以桑，五十者可以衣帛矣。……谨庠序之教，申之以孝悌之义，颁白者不负戴于道路矣”^②这样一种小农经济基础上有吃有穿有文化的幸福生活理想，或者如孔子《礼运》大同世理想期待的“老有所终，壮有所用，幼有所长，矜寡孤独废疾者皆有所养，男有分，女有归”。周政关注贫困、就业、公平分配等社会问题而主张“公货少多，振赐穷士，救瘠补病，赋均田布。命夫复服，用损忧耻，孤寡无告，获厚咸喜”^③的社会政策和分配政策，使政治成为一种有情有义体恤人民冷暖的德政。在现代民主社会，申述社会保障的方式也许可以不再是给政府与人民关系加持“民之父母”对“子民”的情感道义责任，更无须周制这样以血亲宗法制度来把政治关系变得“亲亲”“尊尊”以使权力愿意保障人民生存，但民之诉求影响政府的社会政策，却仍然有周政的开山雄文《泰誓》所谓“天矜于民，民之所欲，天必从之”的民本义。“有德于天下”不只是夏商传统中带给天下秩序、和平和利益的政治道德，而且也是体恤人民的

^① 《孟子·滕文公下》：“夫仁政，必自经界始，经界不正，井地不钧，谷禄不平，是故暴君污吏，必慢其经界。经界既正，分田制禄，可坐而定也。”

^② 《孟子·梁惠王上》

^③ 《逸周书·卷二·允文解第七》

情感道德。在周以孝悌之道为基础的家国传统上，相对于上天或天地这个精神父母，所有人作为“天之子民”乃是“天下一家”的人类同胞，彼此之间具有超越直接血亲关系而悌友相爱的伦理关系，这是周制在精神层面上贡献的普遍伦理传统。普通中国人之间称兄道弟的文化即来源于此。孔门儒家均是从这个普遍关系传统来建立基于天命之性而发展人类关系和事业的道德伦理学说和法权保障学说。今天的企业是否应当把自己视为一个“类家化”^①的组织而对职工承担更多，这也是一个周制传统下的问题。情感的自觉和勃发，使周传统礼乐兴盛，诗文繁华，孔子叹其“郁郁乎文哉”，并对比商周二代而有“道之以政，齐之以刑，民免而无耻。道之以德，齐之以礼，有耻且格”^②的著名评论。

当春秋战国时代凸显诸侯争霸，土地公有的井田制缺乏效率的缺点就使它无法适应各路诸侯“富国强兵”的需要，进而被改革家们抛弃。商鞅变法开始土地自由交易后，中国便进入农业社会“重农抑商”国策下的市场经济。

在理论上，尽管孔子从周，但孔子之道仍然“通三统”。也就是说，三代政道虽经历了尧舜中和之道下夏之行政、商之宪政和周之德政的演进过程，但在孔子这里获得结构化的并存。三代政道都是中正人的价值去展开立功立德造福人民的行政，限制权

^① 黎红雷先生提出“类家化”的管理。参见黎红雷《儒家商道智慧》人民出版社出版 2017 年。笔者认为，现代企业是在现代社会结构中运行。人的基本生存保障基本上已经交由政府主导的社会保障体系负责。但企业在精神层面把企业员工视为一家，进而形成情感和道德上的凝聚力，这还是比较合适的。企业向员工提供多少福利和保障则是由企业自己去决定的问题。在管理上，现代企业往往遵循资本逻辑和法权框架构造产权结构和决策结构，企业毕竟不同于家庭，过于家长式的管理或许就不合适了。

^② 《论语·为政篇》

力侵害、压制人民以追求自由谋生的宪政，以及保障人民生存的德政。简言之，在中和之道上建功立业、自由发展，承担责任，这就是三代政道。它是内涵于孔子仁道的儒家道统，也应当是中国商人的基本遵循。商政归隐政府直接经济作用而又能通过人民自由发展的作用使天下繁荣的经验是对儒道两家“无为而治”学说的重要启发。只可惜，对人类通过合作建立秩序和发展事业充满悲观而寻求“小国寡民”乃至逆文明化的道家就已经不在三代传统的主流之上了。法家把诸侯争霸需要富国强兵的外部压力传导到国家内部来扭曲基本政治价值，罔顾人民权益之保障的国家主义和军国主义，就更加不在三代道统之上了。商的传统主要继承在孔门儒家荀子的法治市场经济理论上（见本文第五部分），并事实上塑造了秦汉以后中国社会经济的基本运行^①。周的德治传统主要继承在孔子“仁义礼乐”社会自治秩序及其曾思孟的德治理论上。子思《中庸》具有涵摄三代传统相对超越的意义。禹夏的事功传统在《中庸》是每个人“成己成物”的人生事业之功。商政的人性天命及其自由谋生论在《中庸》是从“天命之谓性”走出“率性之谓道”的自由精神。周的情感政治在《中庸》则是人性“喜怒哀乐”之发用与节制。而尧舜之道的中和原则乃是《中庸》“致中和”及其“中庸”的直接核心要领。显然，《中庸》在价值精神上以尧舜之道贯通了夏商周三代道统，成为孔子“通三统”精神之典范。所以，本文将以《中庸》为框架整合商人传统。

^① 近代谭嗣同《仁学》声称：“二千年来之政，秦政也，皆大盗也；二千年来之学，荀学也，皆乡愿也。惟大盗利用乡愿，惟乡愿工媚大盗。”这种对荀子的激愤批评和深刻误解并不正确，但他承认“二千年来之学，荀学也”，却是荀学塑造中国社会基本运行的客观事实

我们追溯中国商人精神的传统，试图说明它的真正源头是商王朝在人性天命价值不可僭越的价值观上限制权力边界以保障人民自由谋生进而实现商人和商业大发展的法治传统和自由精神。它清晰的政商分开、“无总于货宝”的反利益垄断，乃至主张政府归隐论，都表明中国真正的商人精神不是秦汉以后仰仗皇权和官僚，政商勾结、亦官亦商、与民争利的官商，也不是被现代革命所打倒的官僚资本主义。如果说中国商人的精神祖先是契、商汤、盘庚这些推动自由谋生和商业发展的商民族和商王朝领袖，周政则主要贡献了情感政治面向下社会责任和人民生存保障的补充，那么，一个把三代传统结合起来的完善的商道所展现的现代经济社会形态又是什么呢？

它或许可以有多种形态的发展。人们可以在商道传统下发展资本主义，也可以在周道传统下发展社会主义。但即便是周政的社会形态亦内涵夏商之道，有公羊家所谓“存二王之后”而“通三统”之义。所以，中国的政治哲学传统很少有单一逻辑的社会形态观。这使近代康有为提出“小康大同”“三世三重”的社会形态重叠论，以及像孙中山那样，在通三统的精神下，用民族主义讲夏道事功传统上现代“中华民族”国家的建立和发展，用民权主义讲商道自由精神下的现代市场经济和民主宪政，用民生主义讲周道情感政治传统下用事关国计民生领域的国有企业制约资本逻辑体现“民生优先”。当中国自20世纪80年代改革开放以来形成“社会主义市场经济”，我们既从市场经济和私人企业

的蓬勃发展中看到商道自由精神的再度复兴，也从多种所有制并存及其公有经济主导地位中看到周道情感政治传统下公有经济（公田）与私有经济（私田）并存结构的井田制思维，以及国有经济对公益性的承担，亿万中国农民从承包地上获得的生存保障。当中国社会形成各种不同群体的利益结构和矛盾，我们甚至还可以看到商政“善无常主，协于克一”的协商传统被再度激活，并影响着国家层面人大政协制度上的“共商国是”和社会生活中广泛的利益协调。

这意味着，我们将可以建立文化传统及其商人精神的一以贯之，以及儒家三代传统与今日中国的深刻勾连。至少，从商汤人性天命论下人的自由谋生，周政情感政治下的社会责任和生存保障，到子思用“天命之谓性”界定“率性之谓道”，进而展开“致中和”的社会关系和“成己成物”的人生事业，再到荀子用“明于天人之分”而“不与天争职”的法权价值框架捍卫人的“本分本利”，并通过分工合作、“相持而长”的市场供求关系，达成相生相养的利益促进、社会繁荣、国家富强和天下统一的法治市场经济理论，这将是一个被本文所梳理、看重和阐释的商人文化谱系。《商书》之自由、《周书》之责任、《中庸》之成就、《荀子》之市场乃中国商学之要义。可以说，《商书》乃商人之政治，《周书》乃商人之情感，《中庸》乃商人之精神，《荀子》乃商人之理论。惟此四典，乃塑造商人精神、奠定儒家商学之原典。孔子^①、

^① 《商书》《周书》均孔子删述之《尚书》，反映被孔子所认同的思想。这是孔子“述而不作”的学问方式。

子思、荀子乃儒家商学之大师。

二、作为工商社会新群体的“儒商”及其文化方向

“儒商”这个称谓实际是晚近对古代传统中以儒家思想指引和规范商人及其工商业活动的概称和建构^①，但我们仍然愿意把“儒商”界定为中国从农业社会转向工商社会产生的新群体。在秦汉以后的古代农业社会中，由于农业受土地耕种面积、气候及生产季节性时滞等自然条件和生产特性限制，市场经济往往不能形成供给与需求的正循环关系。更多商业刺激起来的更多需求无法获得生产供给迅速扩大的支持，社会便会因为商业、商人和消费的过度发展而导致农业生产供需脱节，物价上涨，产生严重的经济和社会问题。因此，古代农业社会往往采取“重农抑商”“崇本抑末”“崇俭黜奢”的政策，以求把社会对农业产品的需求和消费调整到农业生产的供给能力能够承受的水平。在“士农工商”的社会职业排序中，商人排在末位。甚至，在每年农产品生产供给水平一定的情况下，他们靠买空卖空、操纵市场、投机牟利的做法，亦被视为“奸商”。但是，随着宋以后中国工商经济的发展，特别是明清和近代洋务运动以来，中国逐步从农业社会转向现代工商社会，市场经济的供求关系及其工商业者在社会经济中的地位和作用便有了根本性变化。工商业是突破自然条件限制，实现需求与供给正循环的产业形态。它真正符合荀子所谓“制礼

^① 据考证，最早出现“儒贾”说法至迟在明代嘉靖、万历年间汪道昆(1525—1593)所撰《范长君传》所谓“第为儒贾，毋为贾儒”，耿定向为程豪所作《儒贾传》(1598年之前)。“儒商”一词最早出现在清康熙年间杜浚所撰《汪时甫家传》(1671—1687年)。参见周春生《历史上的儒商与儒商精神》载于《中国经济史研究》2010年第4期 第152-158页。

义以分之（产权制度），以养人之欲，给人之求，使欲（需求）必不穷于物，物（供给）必不屈于欲，两者相持而长”^①的市场供求平衡增长法则。更多的商业需求会拉动更多的工业生产，而扩大的工业生产产生的利润通过分配将形成社会更多的收入消费。这又进一步拉动工业生产，形成正循环关系。这意味着商人和商业将在工商社会中发挥更加正面的积极作用。

当工商业在经济社会中占据主导地位，社会的观念和文化在某些层面也会发生相应的变化，形成新的强调和看重。如果说在以家庭或家族农户为基本单位组织生产的农业社会中，不同的土地条件、气候条件、地力肥力和收成水平的差别，使农民倾向于强调各种血亲集体、特殊主义和情感的文化诉求，那么，以个体之间合作组织企业生产的工商经济时代，人们就总是因为需要普遍性知识、标准化生产、规范性产品、大众化消费和天下化的贸易而追求个体价值、普遍主义和理性的文化。这至少使一个文明传统中那些基于人性普遍价值、个体意义和天理普遍性而建立起来的文化受到强调和看重。由此我们看到，旨在用天理的普遍性和“理一分殊”的个体价值观及其公共性进路推演儒家思想的理学兴起如何深刻影响着宋以后中国社会工商经济的发展。

在这样的时代，以往视农业为“本”，工商为“末”的观念不再适合。“士农工商”都是分工不同但“异业而同道”^②的财富

^① 《荀子·礼论篇》。荀子虽建立了完整的法治市场经济理论，但考虑农业社会的特性，荀子仍然反对过度发展商业。如《荀子·富国篇》说：“上好功则国贫，上好利则国贫，士大夫众则国贫，工商众则国贫，无制数度量则国贫。下贫则上贫，下富则上富。”我们主要继承荀子的法治市场经济理论，而非措意于政策上对农业社会的适应性。

^② 王阳明《传习录》

创造者。工商也被视为社会经济之“本”，亦如黄宗羲强调：“夫工固圣王之所欲来，商又使其愿出于途者，盖皆本也”^①。当工商业在整个社会经济中占据主导地位，商人的经济和财富影响力甚至可以达到足够影响“治平天下”的程度。此时，如何看待工商业的发展，如何建立工商业自身的精神支持和经济伦理规范，如何把商人的经济活动和财富影响力导入到健康的途径，避免商人滥用影响力破坏儒家社会的传统和价值观，这便产生了把新的工商群体导入到儒家传统中来加以建构的问题。

所谓“儒商”就是以工商业的发展创造和获得财富，并贡献于经济生活、社会公共事务和国家治理，并在儒家理念下展开经营，发挥“治平天下”作用和影响力的企业家和商人。也就是说，以往只有靠读书、做官、教学助益治平天下，通过政治、知识和教育的途径影响社会的儒家。随着工商时代的到来，产生了靠儒家思想指引下工商业的发展和巨量的财富来影响社会，进而具有“治平天下”作用的儒家^②。后者以示与前者的区别，故称为“儒商”。明清时代出现“士商渗透”而亦士亦商的趋势^③，也使士人的儒家观念自然地移植到商人的文化中来。一些工商业者以其巨大的经营规模，雄厚的财力在一乡一地的“乡约社会”，乃至全国性层面的公共生活中，担当和支撑社会经济生活，支持公益事

^① 黄宗羲《明夷待访录·财计三》

^② 除商朝之外，古代社会的正常情况下，商人作为一个群体在社会地位上是不被推崇的。他们处在农业社会必须“重农抑商”的政策框架内运作。只有从农业社会转向工商社会，供求关系实现正循环的时代，商人作为一个群体发挥出日益正面和重要的作用，他们才可与儒家相提并论，从而可以“儒商”相称。先秦时代的子贡在汉以后的历史中不是作为商人而是作为孔门弟子对儒家事业的贡献而被推崇。当然，在今天，子贡被人们视为“商圣”了。这是从今天的眼光回溯历史的看法。

^③ 参见张海英著《走向大众的“计然之术”——明清时期的商书研究》北京：中华书局 2019 第 377-397 页

业发展。他们的言行、经营活动及其财力的运用方向都可以对社会产生巨大的正面影响。这远非农业社会中需要抑制其作用的商人可比。可见，“儒商”是只有迈入工商经济时代的过程才会产生的问题、说法和概念。它是儒家社会规范商人财富活动及其社会影响力的一种商业文化，也是商人融入儒家社会并发挥积极作用的正当途径。

研究发现，明清时代以《客商规鉴论》、《士商类要》、《客商一览醒迷》、《商贾便览》、《生意世事初阶》、《贸易须知》等为代表的商书，构建了商业理论及其商业伦理的基本规范。从商人自己所写的“商书”便可以看到商人如何自觉地以儒家传统的价值来规范自己的行为。我们不妨把《士商类要》的相关内容 与儒家经典观念对比列示，就可以清晰地看到这个特征：

富贵之家，宜学善良；聪明之人，宜学忠厚。（“仁义忠信，乐善不倦，此天爵也”《孟子·告子上》）

凡遇人有急难之处，宜行方便，以积阴功。（“取诸人以为善，是与人为善者也。故君子莫大乎与人为善。”《孟子·公孙丑上》）

税粮乃国家重务，迟速必不可免者，每年宜早办完纳，毋得延挨，自取罪辱。（“故百姓则君以自治也，养君以自安也，事君以自显也。”《礼记·礼运篇》）

勤俭为治家之本，斯言信矣。夫人一勤则天下无难事，其功名富贵无不自勤中来也。一俭则胜于求人，其布帛粟麦未尝不是

俭中事也。为士者勤则事业成，为农者勤则衣食足，为工者勤则手艺精，为商者勤则财利富。男子各务生理勤乎外，妇人各务纺织勤乎内，如此未有家不成者。其懒惰奢侈，不破荡家筵者，吾未之信也。（“天道酬勤”）

察天时之顺逆，格物理之精微。得人则四海春风，得地如九天时雨。情性舒和，处处光风霁月；襟怀粗暴，时时烈日严霜。（朱子“格物致知”说；“天时不如地利，地利不如人和”《孟子·公孙丑下》）

如果说“儒商”是宋以后尤其是明清时代工商业发展开始产生的新群体，那么，经过20世纪的曲折历程，中国上世纪八十年代改革开放以来，市场经济和私人企业发展所产生的新工商群体，也面临着同样的如何建立商人文化及其规范的问题。在新的时代建立“新儒商”或者“当代儒商”的理念及其规范体系，成为中国商业文化建设的重要课题。黎红雷先生认为，“所谓当代儒商，就是尊敬儒家先师孔子、承担儒家历史使命、践行儒家管理理念、秉承儒家经营哲学、弘扬儒家伦理精神、履行儒家社会责任的当代企业家”^①。可见，用儒家思想文化传统塑造和规范企业经营，成为当代儒商的基本要求。

尽管商业文化在经营管理和技术层面具有适应时代要求，灵活变化，不断调整的特征，但它在关涉精神文化和商业伦理的基础层面，仍然具有非常强的历史传统性，并由此决定着新儒商的

^① 黎红雷《儒家商道智慧》引言，人民出版社2017年6月

基础文化形态和方向。如果说中国企业和中国商人的经济活动不可能脱离中国社会及其文化传统，中国应当有新儒商的文化建设，那么，阐释和建构儒家文化传统对儒商精神追求和商业伦理的塑造作用，以及儒家思想对工商活动的内在支撑关系，将使我们明确新儒商的文化方向。如前指出，《中庸》是三代传统“通三统”的典范。本文将着重讨论儒家《中庸》的人类事务框架如何塑造儒商的精神内涵及其行为规范。

三、《中庸》的人类事务框架及其对儒商精神的塑造

《中庸》被认为是孔子嫡传而最具深度的儒家文献，也是被朱子列入“四书”的重要经典。尽管以往的儒学家着重修养论视角，把曾子《大学》的“修齐治平”视为儒家纲领，但能够对人类事务本身的形成道理及其人生事业的精神意义给出解答和塑造的儒家经典，乃是子思所作的《中庸》。本文认为，《中庸》最伟大的贡献在于，它塑造了天人精神关系内人当走何道的人类事务框架。这个框架的基本要点是：

第一、人禀受了天之所生的人性及其潜能，也就同时禀受了一种具有精神义务的天命和使命。此所谓“天命之谓性”。“命，犹令也”^①。人必须在承其天之所令而来的获得性上，以符合人性价值的方向自由展开自己的人生和事业，从而形成“率性之谓道”的道路、法则、道德、实践和成就，并以此形成“修道之谓教”的基本修养、教化和文化传统。这是数千年来中国人基本的

^① 朱熹《中庸章句集注》

人生原则。一个不在自身天性价值上展开自己的人生和事业道路，不愿承担人的基本使命的人，就尚未尽到孟子所谓“仰不愧于天，俯不忤于人”^①的基本精神义务。

第二、人的精神义务和基本使命乃是“中庸”和“成己成物”。《中庸》认为，人必须遵循上天赋予人的基本人性价值而确立自己的立场、道路、原则和方向，做一个“道不可须臾离”而中正人性价值并引以为人之正常状态的“中庸”之人，“过”与“不及”皆非君子，否则我们将变得邪恶而必受天之罚。这是上天对人的立法及其贞正人类的作用，也是人类价值标准的锚定。所谓“隐恶而扬善，执其两端，用其中于民”^②，所谓“择乎中庸，得一善言则拳拳服膺，而弗失之矣”，这都是强调从“天命之谓性”的人性价值尊重为基础来建立和持守一种善的价值观念。在各种复杂情况中，一个站定自己作为天命造化之人的价值立场而不动摇的人是强大的。所谓“君子和而不流，强哉矫！中立而不倚，强哉矫！国有道，不变塞焉，强哉矫！国无道，至死不变，强哉矫！”此之谓也。在今天，一个走南闯北，乃至走遍全球，并受到各种诱惑和压力的中国商人倘若还能坚持“中庸”的立场和价值观，那不仅具有《中庸》申述的强大，也是孟子眼中“居天下之广居，立天下之正位，行天下之大道。得志，与民行之，不得志，独行其道。富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈，此之谓大丈夫。”^③当一个社会的基本制度环境与人性的价值尊重是

^① 《孟子·尽心上》

^② 《中庸》。鉴于本文涉及《中庸》文献较多，所引文献若不加特别说明或注释者，均出自《中庸》

^③ 《孟子·滕文公下》

一致的，中庸之道便是人的现实；否则，我们会像孔子感叹他的时代那样：“中庸其至矣乎，民鲜能久矣！”

基于人性天命价值的第二个精神义务，就是必须成就自己和万物在其天命特性上的最大可能性。此所谓“成己成物”。上天赋予了人心性，这使人具有影响和改变事物的能动性。这种能动性向着“成己成物”的方向去发挥，人就参与到上天运作世界的伟大事业中来获得人生的意义。我们之所以知道“成己成物”是一种天命的精神义务和人的基本使命，乃是因为如果人不与上天造化的世界合作而“成己成物”，我们就必然无法生存或者面临灾难。这种非人为如此的必然性，即是人的天命和使命。不成就种子长成庄稼的可能性，我们就没有饭吃；不成就矿石冶炼成钢铁的可能性，我们就不能制造工具；不成就自己作为人在其德性、知识、能力和职业上的可能性，我们就不能干成任何事业并从中获得生活收入的来源。在今天，任何企业不能成就材料变成产品、人力变成服务的可能性，它将被市场淘汰，无法生存。上天必然根据人之才能的培育和发挥来笃厚我们的收获和生存基础，亦如大禹所谓“正德、利用、厚生”^①，《中庸》所谓“天之生物，必因其才而笃焉。故栽者培之，倾则覆之”。从这里，我们看到儒家精神如何塑造了中国人对人类生产和经济活动基本性质的看法。

可见，没有一种获得是免费的。上天不是白白地造化了我们，而是赋予了我们必须“中庸”和“成己成物”的精神使命和义务。

^① 《虞书·大禹谟》

第三、走符合人性价值的当行之道，进而建立“致中和”的社会关系和“成己成物”的人生事业。如果说由“天命之谓性”厘定了“率性之谓道”，那么这个“道”至少包括两个方面的道：一是人在社会关系中走何道；二是人自己的人生事业该走何道。《中庸》的回答是，在社会关系中要走出一条既能自由发用性情，也能在彼此之间保持和谐的“致中和”之道。性情中人，不尽性则无心情舒畅，不和谐则无秩序安宁。这种自由与秩序关系上的“致中和”诉求，是我们处理从家庭、企业到社会和国家关系的基本原则。在本文，我们将在第四部分用孔子“仁义礼乐”自治的社会道德秩序、荀子“明于天人之分”的法权秩序，以及孔孟荀六句教的具体规范来揭示，一个尊奉儒家传统的儒商如何才能达成“致中和”的社会关系。

在人生事业之道上，既然“中庸”和“成己成物”是人的基本使命和精神义务，儒家传统塑造的人生事业就是一个“成己成物”而“与天地参”的人生事业。这是本文需要在下文重点讨论的话题。

四、儒家人生事业的精神意义在于“成己成物”而“与天地参”

儒家认为，人的价值和潜能具有面向未来展开的未完成性。不仅人面向未来而成为什么样的人尚未可知，万物在其本性上可以成为什么样的万物也尚未可知。人成就自己在德性、知识、能力和职业上的最大可能性，乃是“成己”。人成就万物在其结构、

性质、功用上的最大可能性，乃是“成物”。人不是脱离世界抽象地“成己”，而是在“成物”中去“成己”。在“成物”中培养道德、增进知识、提高能力、树立理想，进而影响和作用于万物，使之在万物本性展开的可能性空间上以符合人类目的的方向变化。这种“成己成物”观在《中庸》的精辟论述中深切著明。

《中庸》认为，事物在其自身之上显示为自身（“诚者，自成也”），事物与自身始终保持同一（“诚者物之终始，不诚无物”），乃是一种“天之道”。人在态度上遵循事物自身的道理而行为，乃是“人之道”。此所谓“诚者天之道，诚之者人之道也”。这意味着，无论是判断我们面对的事物是否真实以获得关于事物正确的知识，还是我们试图在实践上去成就事物发展的某个方向，我们唯有以“君子诚之为贵”的价值观来确立追求事物真理和切近事物天命的态度，才能建立某种“诚则明，明则诚”而充满本真和智慧的文明。

当事物在其充分呈现自己，最大化发挥事物特性，从而能够“尽性”的情况下，我们才能获得逼近事物天命的价值。此《大学》所谓“君子无所不用其极”，《中庸》所谓“唯天下之至诚，为能尽其性，能尽其性，则能尽人之性，能尽人之性，则能尽物之性，能尽物之性，则可以赞天地之化育，可以赞天地之化育，则可以与天地参矣。”这意味着，当我们尽人性与物性而让事物在其天命之上成就其可能成为的状态，我们就是在以人的能动性赞助天地化育万物的伟大事业，进而参与到上天运化万物的伟大

事业中去，成为与天地同在的精神伙伴，生命便获得铭记在上帝事业中的永恒意义。在上天造化的世界中留下我们宝贵的足迹和成就，以使我们的生命通过人化的世界永垂不朽，这成为中国传统让人们在《二十四史》、各种地方志、乃至各种企业史和家史中青史留名的精神实现。

《中庸》认为，“成己成物”的事业需要“致诚”态度下的仁德和知识。只要我们“至诚无息”，就会形成“不息则久，久则征，征则悠远，悠远则博厚，博厚则高明”的态度和心智，相信“诚意”是做好任何事情的前提。当我们以“仁者，人也”从而把人当作“人”来看待和对待的“仁”的价值立场来修养我们自己，我们就能成就人的多种可能发展。此所谓“成己，仁也”。当我们用正确的知识去看待和对待事物，事物就能在符合其天命的方向上成就其变化。此所谓“成物，知也”。既然“成己成物”而“与天地参”乃是一种需要仁德和知识的事业，那么，人只有在“尊德性而道问学，致广大而尽精微，极高明而道中庸”的修养和实践中才能提高我们切近天命的的能力。因为上天造化世界的道理蕴藏在广大世界中每一事物深刻的精微之处，我们的智慧和认识只有达到在事物天命天理的高度去看待事物，才能准确切近、掌握、中正于事物的本质和道理。今天的中国企业，从生产彩电冰箱到芯片制造，都需要一大批掌握各种高深专业知识和精湛技术的人。

如果说“天地之道，博也，厚也，高也，明也，悠也，久也”，

那么，掌握这种广博、普适、长久的真理需要一种“聪明圣知达天德”的追求。因为，在“经纶天下之大经，立天下之大本，知天地之化育”的伟大理想和“肫肫其仁，渊渊其渊，浩浩其天”的修养中，“苟不固聪明圣知达天德者，其孰能知之？”这是儒家圣人的境界。在易学的传统中，天有“元、亨、利、贞”四德^①。人虽不可为天，不可僭越上天之职权（“不与天争职”^②），但却可以效法天之于世界之作用，此易学所谓“法天之用，不法天之体”^③。所谓“达天德”即是指达“元、亨、利、贞”之天德以法天之用。如果说古代圣王的“达天德”，乃是建立一个朝代和秩序以使人民于其上发展出各种事业（元），通过知识、经济和政治制度建立普遍联系和贯通的世界（亨），通过政治创造的和平和有益的政策带给人民利益（利），用体现天命、天则、天理、天道的道德和法律贞正人类的行为和秩序（贞），那么，今天的企业家亦可作为社会之贤达而在某个程度上以“达天德”的精神经营企业。企业家创造企业和财富，体现着生生创造的元之美德；企业家以知识和制度建立人与人、人与材料和产品的道德、法权、技术、生产和全球营销关系，体现着广泛联系的亨之美德；企业家以社会需要的产品和服务给社会带来利益、给政府提供税收、给员工带来收入，体现了利之美德。企业家以合乎事物天命天理的知识和技术指导规范物质生产，并使企业管理遵循社会的

^① 《周易正义·上经乾传卷一》：“元、亨、利、贞”者，是乾之四德也。子夏传云：“元，始也。亨，通也。利，和也。贞，正也”。乾卦即指天之生生的万物起始。疏曰：“何不谓之天，而谓之乾者？天者定体之名，乾者体用之称”。“乾”是从形上学角度对宗教性实体观念之“天”的一种别称。

^② 《荀子·天论篇》

^③ 唐·孔颖达《周易正义》疏曰：圣人作《易》本以教人，欲使人法天之用，不法天之体，故名“乾”，不名天也。

道德和法律，体现着贞正人类行为的贞之美德。当企业家如此看待自己的美德并建立理念和自觉，他也就不仅是企业家，而且是儒商。

《中庸》“达天德”的理想影响着朱子理学的圣学追求^①。在朱子“圣学”的精神世界中，既然上天是靠一套“理一分殊”的“天理”造化了世界，而且“一物有一物之理”，那么，一个人只有掌握了上天造化世界中的天理，才能按照天理去治平天下，进而成为“法天之用”的圣人。这是古代圣王作为“天子”的规范和制度前设。朱子认为，人通过“居虚灵不昧之心”而把“心中之理”推致每一经验世界的物事“即物穷理”，并“格物致知”其“所以然之理”（知识理性）和“所当然之理”（价值理性），我们就能在人心对天理的“豁然贯通”中成就人心的“全体大用”，进而“达天德”。当人们不再只是体会形而上学本体的“理一”，而是在分殊的经验事物中求“所以然不可易”的可靠知识，和“所当然不容已”的客观价值，把杂乱的事物和知识分门别类研究，即是作为分科之学的“科学”。当朱子在“理一而分殊，分殊而理一”的框架内，从分殊而独立不可替代的个体“自有道理”寻求个体之间“公共底道理”，中国思想便开辟了从个体的经验事物中归纳共相、法则、特性和规律的知识进程，并在政治上以公共性的进路开启从“乡约社会”到全国性公约社会的民主进程，直到黄宗羲提出国家政治的公共性理论。

^① 杨万江《论朱子思想的现代开展》 载于《儒藏论坛》2019年01期

朱子理学无疑给《中庸》以来的“成己成物”事业建立了高端精神架构下以天理的豁然贯通以成圣的圣学、“理一分殊”的世界观及其个体价值观、“格物致知”的知识理论和社会生活的公共性路线。这是中国思想和“成己成物”事业走向现代性的思想里程碑。当清学家们开始为人的“欲望”和利益追求正名，并从“用”的着实性来检验“体”的真实性，乃至从对“用”的相对独立关注带给人们有用性来倡导一种实用主义和“经世致用”的实学，荀子那种法治市场经济的思想开始复兴并逐步走向现代工商社会，“格物致知”走向《康熙几暇格物篇》那样的科学知识追求，并在清末并入世界现代科学知识的潮流。儒学不只是古老的传统，她开始了现代化的进程。

五、在道德法律秩序和孔孟荀“六句教”的规范中达成“致中和”的社会关系

“成己成物”的事业仍然处在人与人之间的社会关系之中。按照《中庸》，能够在社会关系中“致中和”乃是人类生活的社会关系之道及其理想。基于人性价值而寻求自我实现的成就，与基于人性价值而形成彼此尊重与和谐的关系，都是人性自由展开所遵循的道。但人们之间到底能够在什么样的基础上达成“致中和”的理想，这需要探索建立社会关系基本秩序及其普遍伦理法则。

本文认为，孔子“仁义礼乐”的道德自治秩序、荀子“明于天人之分”的法权关系秩序，以及被本文概括为孔孟荀“六句教”

的普遍伦理规范，即可达成儒商“致中和”的社会秩序，并用以指导企业处理内外关系。

孔子认为，我们作为“人”都具有“仁者爱人”^①的仁之情感。爱的情感使我们愿意把自己对待他人的行为控制在我们内心情感感觉适宜的程度而非肆无忌惮，从而形成“义者，宜也”^②观念下“对人有义”的道德态度。适宜地对待他人即是要尊重他人，而尊重需要用普遍约定的形式把丰富的内心世界简约地表达出来，进而“约之以礼”^③。礼使我们因受到尊重而变得心情愉悦、关系和谐，甚至体会到生活的意义和人在社会关系中的尊严（“面子”），进而需要“乐以发和”^④以形成对彼此尊重关系的认同和体味。如此形成“仁义礼乐”的道德秩序。这样一种秩序具有一系列非常重要的特征和作用：第一、它并非第三方强制约束的秩序，而是人们基于道德相互性而形成的自治秩序和人民之间的自我关联方式。第二、当礼的差别尊重关系与人的贡献、能力、作用和地位联系起来，礼乐秩序又形成一种激励机制，使人们愿意通过在“成己成物”事业上的努力和成就去获得更高水平的社会承认和受人尊重的地位及其尊严性的“面子”。如此形成“成己成物”的事业与礼乐秩序相互促进的关系。第三、这样一种秩序是社会和群体通过“礼尚往来”不断加深的情感关系。这又成为

^① 《论语·颜渊》：樊迟问仁。子曰：“爱人。”

^② 子曰：“仁者人也，亲亲为大。义者宜也，尊贤为大。”（《中庸》）

^③ “约之以礼”之“约”有二义：一是简约义，指内心丰富的情感、认识和态度需要通过客观可见证的礼的形式简约地表达出来。子曰：“君子博学于文，约之以礼，亦可以弗畔矣夫。”（《论语·雍也》）二是约定义，指礼是人们之间普遍约定的尊重形式，因而彼此容易接受，不违背。子曰：“以约失之者鲜矣。”（《论语·里仁》）

^④ 孔子曰：“六艺于治一也。礼以节人，乐以发和，书以道事，诗以达意，易以神化，春秋以义。”（《史记·滑稽列传》）

塑造社会和群体凝聚力，乃至建构某种社会政策目标和群体共生共享关系的道德、情感和文化支撑，并由此塑造中国的社会特性。中国历史中无论国家政治层面历经多少变故，中国的社会基本结构仍然稳定，并促使政治追求“大一统”，其根本原因亦在此。简言之，“仁者爱人”、“义者宜也”、“约之以礼”、“乐以发和”四句话，是孔子建构“仁义礼乐”秩序的基本要领，也是中国人建立社会关系秩序的基本方式。

“仁义礼乐”不仅是中国人建立社会关系秩序的基本方式，也应当是儒商建立企业内外关系的基本方式。一个企业再多的规章制度都不如员工彼此之间的自治关系来得稳定和自然。员工之间“仁义礼乐”的道德情感关系，既是企业秩序的基础，也是企业凝聚力和协力共享关系的来源。企业的情感关系赋予员工在企业生活的意义。它使企业不是一推就倒的积木，而是同心同德、同舟共济的大船。礼乐秩序的激励机制也是企业调动员工积极性的重要途径。一个对企业有更多贡献的人不仅会获得更多奖励，也会在企业的礼乐秩序中受到人们更多的尊重、钦佩和赞美。在企业的外部关系中，企业之间和企业与消费者之间具有一系列复杂的利益关系，但保持彼此之间的尊重才能形成规范之内可以梳理和解决的正常关系，否则企业的外部秩序会陷入混乱。

认识到只有道德秩序是不够的，这使荀子开始建构法律秩序。当人们之间存在复杂的利益关系，并可能相互侵害时，荀子强调了一种“明于天人之分”的法权关系秩序^①。荀子在《天论

^① 杨万江《论荀子本分权利观下的法治理论及其价值根基》载于《邯郸学院学报》2019年01期

篇》中指出，上天在其职权上把人造化成了具有一系列基本天命特性的生命。这包括人具有身体性和精神性（“形具而神生”）、情感性（“好恶喜怒哀乐臧焉，夫是之谓天情”）、身体器官不可分割和替代的完整性（“耳目鼻口形能各有接而不相能也，夫是之谓天官”）、心性及其身体行为受自我人心支配而由己的自由性（“心居中虚，以治五官，夫是之谓天君”）、财养性（“财非其类以养其类，夫是之谓天养”）、以及顺逆祸福价值性（“顺其类者谓之福，逆其类者谓之祸，夫是之谓天政”）。这些基本天命特性及其运用所带来的利益，乃是人从上天造化所获得并被人所持有的“本分”和“本利”。既然人具有什么样的基本天命特性及其本分本利乃是上天职权范围的事务，那么，任何人就不得在自己的目的下去僭越上天的职权进而“与天争职”。既然任何人不得“与天争职”，那就意味着任何人无权干涉和侵害人的本分本利。它作为天职天功在价值上受到推重，这使其在与其他利益相冲突时获得具有权重和优先尊重的意义，进而起到“权物而称用”的作用。这即是我们今天所谓“权利”或“人权”。荀子所揭示的前述人的基本天命特性及其本分本利作为“明于天人之分”而“不与天争职”框架内任何人不可侵害和染指的界域，均可转换成人身权、财产权、自由权等权利论述。由此，荀子建立了“明于天人之分”的法权价值观。对“本分权利”的法权保护成为荀子理论中制定礼法（法律）的基本依据。它是“官人守天”的政府职责，也是“自为守道”的个人职责。

荀子甚至还在法权秩序界定利益分界的定分作用下，建立了法治的市场经济理论^①。他认为，在自然状态下，一个“生而好利焉”的人因为不知道财产的定分和归属就必然相互争抢、侵害而“性恶”。但在“善善恶恶”“心之所可中理”的态度论道德^②和“明于天人之分”的法律秩序中，人们就可以靠市场经济的相生相养之道以相互不侵害的方式谋利，从而由自然状态进入治理状态。“制礼义以分之”的法治社会，可以做到“养人之欲，给人之求”的供求互利，并在“欲（需求）必不穷于物，物（供给）必不屈于欲”^③的供求平衡关系中实现经济增长（“两者相持而长”）。一个“能不能兼技，人不能兼官”^④进而“农分田而耕，贾分货而贩，百工分事而劝”^⑤从而必须分工合作才能形成“百技所成，所以养一人也”^⑥的效率社会，会认识到“离居不相待则穷”的合作意义和“群居而无分则争”的分工意义^⑦，认识到市场具有“通流财物粟米，无有滞留，使相归移也，四海之内若一家”^⑧的扩张性，以及通过市场扩张可以把天下纳入到天下统一市场中来以使“近者不隐其能，远者不疾其劳，无幽闲隐僻之国，莫不趋使而安乐之”^⑨，乃至认识到市场使“天之所覆，地之所载，莫不尽其美，致其用，上以饰贤良，下以养百姓而安乐

^① 杨万江《法治的市场经济如何可能——论荀子政治哲学的基本线索和核心问题》载于《中国政治学》2021年第4期 中国社会科学出版社

^② 杨万江《论荀子态度论道德学说——兼论孟荀道德观的整合》载于《管子学刊》2022年第4期

^③ 《荀子·礼论篇》

^④ 《荀子·富国篇》

^⑤ 《荀子·王霸篇》

^⑥ 《荀子·富国篇》

^⑦ 《荀子·富国篇》

^⑧ 《荀子·王制篇》

^⑨ 《荀子·王制篇》

之”^①的创造繁荣与和平的意义。把市场这种资源配置的神奇作用，看成是非人为的“大神”^②之作用，这形成荀子视市场经济为自然秩序而不可随意干预，进而需要低关税（“什一税”）和开放性（“关市几而不征”）的政策主张。在“下贫则上贫，下富则上富”^③的道理上，通过市场经济实现人民富裕就可以创造国家的富强。这又在天下产生和平与安全的意义。荀子甚至发现，在利益一体化的天下，存在着一个战争会使“强者反弱”的机制，从而只有和平和公义才最符合各国利益。这形成了战国时代荀子公义现实主义的国际政治思想，支持了儒家治平天下的理想，成为在他的时代儒家拯救天下的基本方案。

荀子无疑开创了儒家的法治市场经济理论。它与孔曾思孟的德治路线一起，构成了儒家治世相互补充的两大基本传统。认识到儒家传统并不只是从周政到曾思孟的道德修养及其德治，而仍然具有从商政到荀子的法治市场经济传统，这是今天的中国社会及其儒商必须理清的道统辨正问题。企业在法治的轨道上运转，并厘清彼此之间的产权关系及其利益和责任，是现代企业循道而治的基本要求。企业制度本身亦是一种保护权利和彼此合作的法律制度。无论道德秩序，还是法律秩序，它们都厘定了企业必须遵循的经营之道。越道而行，不循道法，会给企业带来严重后果。

谨记法治的理想在荀子获得的经典表达是儒商必须坚持的

^① 《荀子·王制篇》

^② 《荀子·王制篇》：“故天之所覆，地之所载，莫不尽其美，致其用，上以饰贤良，下以养百姓而安乐之。夫是之谓大神。”

^③ 《荀子·富国篇》

原则：“圣王（政府）在上，分义行乎下，则士大夫无流淫之行，百吏官人无怠慢之事，众庶百姓无奸怪之俗，无盗贼之罪，莫敢犯上之大禁，天下晓然皆知夫盗窃之不可以为富也，皆知夫贼害之不可以为寿也，皆知夫犯上之禁不可以为安也。由其道则人得其所好焉，不由其道则必遇其所恶焉。是故刑罚綦省而威行如流，世晓然皆知夫为奸则虽隐窜逃亡之由不足以免也，故莫不服罪而请”。相对于法家视法律为“帝王之具”的国家主义、工具主义法律观，荀子保护人民本分本利的法治才是中国法治传统的真精神，也是儒商应当真正奉行的法治观。法治所打造的社会，乃是一个在基础秩序上相互合作，并以不侵害他人的方式自由谋利的社会。企业依赖社会在基础秩序上的合作所实现的道德和法治环境，这也是企业必须承担社会责任的依据。一个放任社会低于人道主义标准和社会公义标准运行而引发社会基础秩序危机的企业家群体，将最终受害于自己的自私、冷漠和无知。

但是，我们到底要怎样做才能不违社会关系之道呢？这说明，我们仍然需要遵循一些具体的伦理规范以使我们能够处理好社会关系。本文认为，被笔者挑选出来的孔孟荀六句话可以成为塑造儒商社会关系的基本伦理规范。这应当视为孔孟荀“六句教”以成其教化：

第一句话是《论语·颜渊》中“己所不欲，勿施于人”。这是互不损害的底线原则。在消极自由意义上互不损害，既是道德的要求，也是法律的要求。只有避免相互损害，才能维持正常的

社会秩序和商业秩序。从理论上讲，一个能够做到“己所不欲，勿施于人”的人，一定须要把别人视为“性相近，习相远”而具有相同相近的基本人性价值并彼此尊重的人。在此普遍性视角上，我们应当遵循孟子所谓“达可行于天下而可行之”的道德律，遵循荀子在多种目的下的善和利益之间寻求“正理平治”并“心之所可中理”的理性精神及其理性为自由立法的道德原则。这是儒家道德媲美康德伦理学的黄金法则。

第二句话是《论语·雍也》中“己欲立立人，己欲达达人”。这是从贡献别人和社会中获得自己利益的先予后取原则。它揭示了人类事务关系的互利性质。工商经济是以向他人和社会提供满足其需求的产品和服务来赢得利润的经济活动，具有让别人满意自己才能满意，让别人获利自己才能获利的利益共生关系及其公平性。因而，这句话揭示了商业关系的本质。尽管孔子这句话多用于劝说政府促进人民成功，国家才能成功的道理，但这仍然适用于普通商业关系，特别是商家与客户的关系。

第三句话是《论语·八佾》中“君子无所争，其争也君子”^①。这是做好自己的事情并在竞争关系中保持风度的君子竞争原则。当我们与其他人和其他企业发生竞争关系时，奉行“君子无所争，其争也君子”的态度就是对竞争关系的规范。这一规范的意义表达在射礼中的射义。所谓“射求正诸己，己正而后发，发而不中，则不怨胜己者，反求诸己而已矣”^②。这是要奉行首先

^① 《论语·八佾》：子曰“君子无所争。必也射乎！揖让而升，下而饮，其争也君子。”考虑表述方便，缩写成“君子无所争，其争也君子”。

^② 《礼记·射义》

“把自己做好”的原则，发挥自己最大的潜力。不成功的时候，要反省自己，做好自己的工作，也不埋怨胜过自己的人。在这个意义上讲，君子只是在调整和发挥自己的天性和潜能而已，君子是“无所争”的。但是，当客观上出现不同企业和商家的竞争时，要有“君子之争”的风度，不用不正当的方式去损害对手。这在今天已经有《反不正当竞争法》加以规范。现代社会是高度竞争的社会，儒家的竞争规范适用于所有竞争关系。从社会角度看，竞争的目的在于通过竞争激发出各自最好的工作和最好的产品与服务，进而促进事业的发展。

第四句话是《孟子·尽心上》中“穷则独善其身，达则兼济天下”。这是在有限能力上不推卸公益性社会责任的财富影响力原则。国家和天下的治理应当考虑用好的政策“惠而不费”地“因民之所利而利之”^①，而不是靠某个人用自己的财富和资源去“博施于民而能济众”。但对于那些无法通过政府和公共途径解决的社会问题，企业家在某个有限的能力和范围上保护就业、乐善好施，兼济社会，促进公益，承担起某种社会责任，这也是“博施于民而能济众”^②，亦如孟子所谓“穷则独善其身，达则兼济天下”。在宋以后的“乡约社会”传统中，相互帮助成为中国基层社会的道德伦理。商人成为社会公益事业和救急救难的主要赞助

^① 《论语·尧曰》：子张曰：“何谓五美？”曰：“君子惠而不费，劳而不怨，欲而不贪，泰而不骄，威而不猛。”子张曰：“何谓惠而不费？”子曰：“因民之所利而利之，斯不亦惠而不费乎？择可劳而劳之，又谁怨？欲仁得仁，又焉贪？君子无众寡、无小大、无敢慢，斯不亦泰而不骄乎？君子正其衣冠，尊其瞻视，俨然人望而畏之，斯不亦威而不猛乎？”

^② 《论语·雍也》：子贡曰：“如有博施于民而能济众，何如？可谓仁乎？”子曰：“何事于仁，必也圣乎！尧舜其犹病诸！夫仁者己欲立而立人，己欲达而达人。能近取譬，可谓仁之方也已。”。

者。这使他们成为受人尊敬的“社会贤达”。

第五句话是《荀子·儒效篇》“贵名白而天下治也”。这是分清本分本利，清清白白做人，老老实实做事，不占别人便宜，不投机取巧的清白原则。荀子认为，“礼义不加于国，则功名不白”^①。法权秩序下的本分本利是被清晰界定的利益边界和行为边界。用这样的“礼义”去对复杂的国家事务及其社会关系“定分止争”，能够产生不相互侵害、不模糊利益边界的清白效应。只要人们“贵名白”，在自己的本分本利上“清清白白做人，老老实实做事”，就能够在复杂的利益关系中维持秩序，促进道德。做一个清清白白、老实本分的人，而不是做一个在重大利益关系上扯不清楚的“混账”，是数千年来中国人为人处世的基本原则，更应是存在内外复杂利益关系的企业必须遵循的原则。荀子“制礼义以分之，以养人之欲，给人之求，使欲（需求）必不穷于物，物（供给）必不屈于欲，两者相持而长”的论述，是产权清晰、责任明确的法律关系如何促进市场经济发展的重要表达，它被现代制度经济学和中国改革开放后的发展所证明。因此，把荀子“贵名白而天下治”的清白观念作为儒商应当遵循的规范具有非常必要和重要的意义。

第六句话是《荀子·富国篇》“德必称位，位必称禄，禄必称用”。这是人才管理的基本原则。荀子认为，在一个以物质利益的生产、交易、流通和分配的社会中，无论从政府职位的管理，

^① 《荀子·天论篇》

还是民众从事行业的管理，那都应当遵循一条“朝无幸位，民无幸生”^①的原则，亦即没有人可以侥幸获得某种职位和利益，必须做到“德必称位，位必称禄，禄必称用”。有多大的德行能力，就谋多大的职位；职位必须与其获得的俸禄相称；俸禄必须与其所发挥的作用相称。做到这一点，就能够充分合理地发挥人才作用，并使人们信服企业的人力资源管理及其权力和利益分配。这无疑是相当成熟的经济管理原则。

一个在孔子“仁义礼乐”的道德秩序和荀子“明于天人之分”的法权秩序中彼此尊重，并遵循孔孟荀“六句教”规范的人，他将能够与他人和社会达成“致中和”的关系。这是自由与秩序、个人性情与社会关系达成和谐的理想。按照《中庸》的说法，“中也者，天下之大本也；和也者，天下之达道也。致中和，天地位焉，万物育焉。”

六、新时代儒商的新要求：企业本务、普遍伦理以及在全球化中成就中华

“成己成物”之所以应当是儒商的精神，是因为在中国传统上，儒商的物质生产和经营活动是被“成己成物”的观念和意义所架构。企业是发挥人的心智和身体的潜力来完成工作的经济组织，因而企业是员工“成己”的道场。企业的生产经营是使某物通过生产和服务变成市场和社会需要的商品，以成就其可能的性质、结构、功能及其使用价值。因而，企业生产经营的基本作用

^① 《荀子·王制篇》

乃是“成物”。可见，“成己成物”就是企业工作的基本性质。在现代社会，企业是“成己成物”的主要途径和组织化形式。“成己成物”则是企业生产经营的本务和意义。

把“成己成物”视为企业的“本务”，这意味着我们将在实践上获得一系列重要的素质和特征：第一、我们将奉行“君子诚之为贵”的价值观，在“致诚”的本真理想下塑造诚实信用、追求真理和切近天命的价值立场。坚持在自身天命上呈现自己的事物才是真实有效的事物，意味着我们将把以虚假的知识、信息、产品和服务去骗取利益的行为看成是在精神上藐视天命的道德和法律罪过。

第二、在“成己，仁也”，以仁立道的原则上，企业不是把员工视为物化的赚钱工具，而是要把企业当作成就员工创造性价值的机会和乐园。企业管理的任务就是要把企业的职位打造成可以让员工在企业需要的工作上挥洒智慧和才华，实现自我价值，创造工作业绩，并带来合理回报的机会。也只有通过岗位成就的意义体会，员工才能热爱自己的工作，并创造出更好的工作业绩。认识到只有每一位员工在其工作事业上有所成就，企业才能有所成就，那么，企业与员工就是彼此成就的关系。“成己”就是“成企业”，反之亦然。这是“以人为本”“激活个体”的经营理念。

第三、当企业的物质生产活动被赋予“赞天地之化育”而“与天地参”的精神意义时，企业家和员工将变得勤奋和敬业，并自觉企业是人生事业的意义所在和价值所在。不同于新教伦理把积

累财富向上帝赎罪以求在上帝的最后审判中获得前景视为人生和工作的意义^①，儒教把“成己成物”而“与天地参”视为人生和工作的意义。在“成己成物”中我们能够理解上天造化世界的精妙、秩序与道理，并赞助事物的成就，这会吸引我们的精力和兴趣，并引以为人生事业之乐趣。当人们进入这样的精神世界，一切工作辛苦和艰苦奋斗都不过是接近理想并感受理想的阶梯。所有那些在生活世界中忘我工作的人，都无不是进入工作本身的意义世界中去游走龙蛇，而不是尚未入门、无法聚焦的门外汉。

第四、在“成己成物”中“尊德性而道问学，致广大而尽精微，极高明而道中庸”将使我们成为各种职业中高明而精益求精的行家里手。“尊德性”而“成己”，“道问学”而“成物”，乃是“成己，人也；成物，知也”的要求。如果说上天造化世界的天理在广大世界的每一事物深刻之处，那么，我们必须把自己放到天人关系的整个精神世界中来对一个“理一分殊”的世界“格物致知”，在广大中看清事物豁然贯通的联系和影响，在精微中理解事物“所以然之理”和“所当然之理”的性质、结构和功能。当我们如此用功而日就月将，我们就会因为练就在事物的天命和天理上去观察和对待事物的本领而在智慧上“极高明”，并在所有可能性中准确切近事物的本质而“道中庸”。这意味着，我们

^① 笔者认为，韦伯所谓“新教伦理的资本主义”不可持续。基督教原本并不主张人生的目的在于追求财富。甚至，耶稣用“七饼二鱼”拯救穷人的“神迹”及其“信靠望”的教义常常使人们“等着天上掉馅饼”。积累财富以向上帝赎罪的说法，本质上不过只是中世纪教会的赎罪券制度聚敛财富的一种宗教腐败观念。赎罪券制度废除后，积累的财富不再送给教会，而是自己用于企业的发展以向上帝赎罪并荣耀上帝，这在普通事业中歪打正着地激发出一种有助于资本主义兴起的后续效应。当借用上帝名义敛财的教会腐败被抛弃，连同用财富贿赂上帝的这一精神性腐败观念同样也会被抛弃。

将成为各种职业的高手。

第五、“成己成物”是用更好的知识、技术和效率去成就事物的性质、结构和功能，创造更加符合人们需求产品的事业，因而它需要在技术、管理和制度层面不断创新。《中庸》指出“生乎今之世，反（返）乎古之道。如此者，灾及其身也”。这明确地强调了适应时代要求的重要性。从夏之行政到商之宪政和周之德政，从三代封建制到秦汉郡县制和现代民主制，从农业社会到工业社会，从“经史子集”知识扩展到现代人文社会科学、自然科学和工程技术知识，从传统制造业到高端制造业，中国始终处在不断创新的进程中。所谓汤之盘铭“苟日新，日日新，又日新”，所谓“周岁旧邦，其命维新”^①，这都是儒家创新精神的经典表达。在今天，由市场竞争推动的企业创新能力更是企业生存的关键基础。然而，我们必须正确处理继承与创新的关系。万事皆可变，惟吾儒商精神、价值和原则不变。后者正是我们创新事业的基础和动力。

但是，在今天的时代，儒家的成就精神并不只是成就自己的人生和企业的物质生产。当我们以现代民族国家的方式组织政治生活、保障人民权益、建立社会福利，并参与全球化世界的竞争，把国家成就成什么样就不仅关系到中华民族国家在国际社会确立什么样的地位，而且会反过来影响企业和民众在全球化世界中的利益和命运。当一国经济发展的足够体量引发地缘政治均衡的

^① 《诗经·大雅·文王》：“文王在上，于昭于天。周虽旧邦，其命维新。”

世界变化，经济生活中的个人和企业就总是处在全球政治的国际制约之中并参与国家在全球的竞争^①。近代以来的中国历史证明，一个贫穷的中国被人欺凌，一个强大的中国被人尊重，而一个仍然不够充分强大而需要崛起的中国则面临霸权国家的围堵、制裁和施压，进而企业受困、民众受苦。因而，新时代儒商的精神不仅要“成己成物”，而且要“成中华”。把中华民族国家成就成什么样是新儒商不可推卸的责任。一项技术研发的突破和创新可能改变一个国家产业的命运。一个企业的卓越经营可以使中国在某个产业领域世界做大、全球领先。无数个企业和员工的开拓进取可以让中国经济在世界拔得头筹。尽可能以符合国家利益的方式展开经营可以让企业给国家带来增益，给社会带来就业，给民众带来收入。在全球化时代，只有成就中国才能成就我们自己，也只有“成己成物”，方能“成中国”。这是一个相互成就的方式。可见，在新时代的儒商中倡导“成己成物成中华”的精神，个人、企业和国家的事业才能协调发展，相互促进。

在今天，治平天下的理想早已不是古代靠参禅打坐，心境高蹈，欲望下降来减少资源争夺，而是靠成就精神下精神和物质财富的创造来摆脱贫困，走向富裕，进而改善人类由匮乏引发的冲突，这是新的时代命题。尽管我们再次进入一个类似春秋战国时代那样由外部竞争传导的富国强兵压力，但今天的儒家仍然不会

^① 世界经济从来都是在经济发展与地缘政治的复杂关系中演进。参见伍晓鹰《地缘政治、制度建设与长期增长——[世界经济千年史]精校本导言》，载于[英]安格斯·麦迪森《世界经济千年史》（精校本）北京大学出版社 2022 年

走法家的路线，不会让外部压力扭曲国家本身“以人民为中心”的价值和逻辑而走上一条以祸害人民为代价的国家主义、乃至军国主义路线。正如只有人民的富裕才有国家的富强，只有企业发展才有国家的发展。子曰：“百姓不足，君孰与足”，此之谓也。

谨遵“仁义礼乐”和“明于天人之分”的道德法律秩序以及孔孟荀“六经教”，仍然如皓月明日彻照人类关系的基本秩序和行为。它就是儒家和儒商的普世价值，是我们基于人性和天理“放诸四海而皆准”的法则和道理。在新的时代，无论是古今之变，还是中西之异，也许道德法律秩序的具体规范仍然有所不同，但我们坚信孔子“性相近，习相远”的信念，坚信那些基于人性价值建立起来的人类关系基本原则及其道德和法律秩序的传统是永恒的和值得保守的珍贵传统。即便是那些关涉人类关系的基本规范，我们仍然能够看到儒家智慧的恒道价值。如果我们不能接受相互损害，那么“己所不欲，勿施于人”的底线原则就是必要的普遍伦理。如果我们不能接受别人对我们毫无贡献而又从我们手中获取利益，那么，从对别人的贡献中获得自己利益的先予后取原则及其“己欲立立人，己欲达达人”的经典表达，就不仅是普遍适用的公平合理原则，而且是商业关系的本质。没有一个企业不是靠向消费者提供商品和服务来获得自己的收入和利润。如果我们不能让竞争变成一种无序的相互侵害，而是把竞争理解成激励每个人和每个企业更好发挥自己能力的竞赛，那么“君子无所争，其争也君子”的君子之争应当成为所有人的普遍规范。如

果财富被理解成一个社会就基础秩序和经济环境相互合作而非只是个人孤立运行的结果，那么，他处理自己与社会的关系就必然需要“穷则独善其身，达则兼济天下”的社会责任观念。当复杂的利益关系和财富欲望经常使人们发生冲突，我们就能理解一个“贵名白而天下治”的清白规范如何是界定和恪守法律秩序，减少道德污点的基本诉求。由此可见，不仅“仁义礼乐”和“明于天人之分”的道德和法律秩序是必须坚持的普遍价值，孔孟荀“六句教”的行为规范也仍然是具有普遍意义的基本遵循。

在《商书》之自由、《周书》之责任、《中庸》之成就、《荀子》之市场的原典精神下，发扬“成己、成物、成中华”的成就精神，以“仁义礼乐”的道德方式和“明于天人之分”的法权方式建立企业内外秩序的循道精神，用孔孟荀“六句教”规范自己商业行为的伦理精神，构成了“新时代儒商精神”的主要内涵。这就是本文所称“四典、三成、二秩、六教”的儒商精神要义。它继承传统，又不断创新。它把分散抽象的经典论述通过阐释落实到儒商生活的实际事务中来建立框架，讲明道理，彰显价值，形成规范。

参考文献：

- [1] 四书五经
- [2] 陈焕章《孔门理财学》 岳麓书社 2005年
- [3] 黎红雷 著《儒家商道智慧》 人民出版社 2017年
- [4] 周春生《历史上的儒商与儒商精神》载于《中国经济史

研究》2010年第4期

[5] 张海英 著 《走向大众的“计然之术”——明清时期的商书研究》 中华书局 2019

[6] 翟玉忠 著 《中国商道：中国商人的长生久富之道》 中央编译出版社 2012

[7] 葛荣晋 著 《中国实学文化导论》 中共中央党校出版社 2003年

[8] 杨万江 《法治的市场经济如何可能——论荀子政治哲学的基本线索和核心问题》 载于《中国政治学》 2021年第四辑 中国社会科学院出版社 2021年12月

[9] 杨万江 《朱子思想的现代开展》 载于《儒藏论坛》 第12辑，四川大学出版社 2019年

[10] 杨万江 《论荀子态度论道德学说——兼论孟荀道德观的整合》 载于《管子学刊》 2022年第4期

[11] [英] 詹姆斯·博纳 著 《哲学与政治经济学——历史关系的考察》 张东辉 夏国军 译 商务印书馆 2019年

[12] [德] 马克斯·韦伯 著 《新教伦理与资本主义精神》 马齐炎 陈婧 译 北京大学出版社 2012年

[13] [德] 马克斯·韦伯 著 《儒教与道教》 洪天富 译 江苏人民出版社 2021年

[14] [英] 安格斯·麦迪森 《世界经济千年史》(精校本) 北京大学出版社 2022年



儒商大会官方网站



儒商大会微信公众号