



儒商文化传统对现代企业经营的价值及借鉴

刘甲朋

(山东工商学院 经济学院, 山东 烟台 264005)

[摘要] 儒家思想文化被广泛地运用于商业经营领域,形成了源远流长的儒商文化传统。探讨儒商文化传统对现代企业经营的借鉴价值,可以做到古为今用,进一步提升企业经营理念,保障企业在激烈的市场竞争中获取更大的发展。

[关键词] 儒商; 文化传统; 企业经营; 借鉴价值

[中图分类号] F270

[文献标识码] A

[文章编号] 1672-5956(2012)04-0056-05

儒家思想文化对于我国历史上的商业经营活动有着深远的影响,其被广泛地运用于商业经营领域,形成了源远流长的“儒商”文化传统。深入挖掘儒商文化传统,探讨其对现代企业经营的借鉴价值,可以进一步提升企业的经营理念,保障企业在激烈的市场竞争中获取更大的发展。

一、问题的提出:儒商研究热潮

目前,伴随着中国社会的转型,社会主义市场经济的发展遇到了严重的道德危机,商业领域假冒伪劣、坑蒙拐骗的欺诈之风日盛,损人利己、尔虞我诈的不正当竞争时常发生,极大地破坏了市场经济的正常秩序。在社会商业道德普遍滑坡,商业诚信崩溃的情况下,儒商引起了人们的高度关注。中国历史上的儒商文化,成为人们医治当今社会商业道德沉沦弊病的一剂良药。电视连续剧《儒商》和同名长篇小说同期推出,风靡一时,以致“儒商”成了一个新潮的社会名词,一些语言学专家提出将“儒商”作为一个新词条收入汉语辞典中去。特别是电视剧《乔家大院》的热播,更加引起了人们对儒商文化的广泛探讨。

近年来,“儒商”研究已为学界和商界所重视,

且呈发展之势,“国际儒商学会”“国际儒商文学研讨会”的成立和多次举办就是一个重要标志。“湖南省儒商学会”于2002年12月25日成立,同时还成立了“湖湘儒商俱乐部”2004年5月由国际儒学联合会与中国实学研究会在北京主办了“儒学与儒学学术研讨会”2006年浙江大学成立了儒商与东亚文明研究中心,第六届国际儒商大会又于2008年5月在扬州成功召开。不但海内外成立了不少儒商研究机构,召开了多次儒商学术研讨会,而且关于“儒商”的研究论著日益增多,如宫达非等主编的《儒商读本》,潘亚墩等主编的《儒商文丛》,鲍建强、蒋晓东著《儒商之道》,朱钟颐著《中国近现代儒商研究》等。社会各界有关人士还充分利用现代信息技术大力宣扬儒商文化传统,建立了中国儒商网(www.china.rushang.com)、儒商客栈网(www.xhtang.com),全方位、多角度地展示成功儒商的魅力风采及其所倡导的企业经营理念。

二、儒商文化传统的基本内容

(一) 儒商的内涵界定

儒商其实是一个古老的概念。春秋时期,在

[收稿日期] 2012-03-04

[作者简介] 刘甲朋,1974年生,男,山东郓城人,山东工商学院副教授,博士,研究方向为经济思想史。(电子信箱) skb8@163.com。

百家争鸣的宽松学术氛围下,孔子提出了一整套系统的思想主张,开创了儒家学派,对人们的思想观念和行为方式产生了深刻的影响。春秋后期和战国时代,工商业的迅猛发展,商品交换日益频繁。在儒家思想文化的熏陶和培育下,“儒”与“商”开始相互融合,“崇尚道德”、以“仁义礼智信”为主要内容的儒家思想开始被运用于商业经营活动之中,从而出现了一批具有儒家传统伦理道德观念和价值取向的著名商人,例如,子贡、范蠡等。他们的商业经营活动都在一定程度上融入了儒家思想,能够周急济贫,具有仁、信的商业道德,强调商德乃“万利之本”。至晚明时期,随着商品经济进一步的大发展,经商成为一种社会时尚,在社会各阶层中掀起了一股经商的浪潮。在这股经商之风的影响和冲击下,一些读书人纷纷“舍儒就商”“以儒服贾”,投身于商品经济大潮之中,“贾儒结合,文与商交融”。商人更是深受儒家思想的影响,并将儒家思想运用到商业经营活动之中,主张诚信忠厚、童叟无欺,提倡“不二价,不欺人,有误差直以易而去,立追还之”。那些“弃儒就贾”或“商而学儒”的商人,被称为“儒贾”,也就是“儒商”。此时,儒商这一称呼开始正式出现,并日益风行^[1]。

总之,所谓儒商,就是经受儒家思想的熏陶和影响,认可和尊奉儒家思想,并运用儒家思想指导商业经营活动的商人。

(二) 儒商文化传统的基本内容

儒商在其长期的商业经营活动中,形成了自己独特的具有儒家伦理文化特色的商业文化传统。这种儒商文化传统是儒家思想,尤其是其伦理价值观念和商业经营活动相结合的产物。

具体说来,儒与商相结合的儒商文化传统主要包括以下几个方面的基本内容:

第一,“义”“信”为根的经营道德。儒商非常注重自我内在的道德自律,自觉信守一系列商业道德准则,其中最主要的就是“义”与“信”。

重义是儒家思想的本质规定之一,也是儒商思想的重要特征^[2]。儒商也重利,但认为不能把利绝对化,应当讲利而不忘义,提倡“见利思义”“义然后取”,强调以义驭利,同时不把利作为唯一目的,在一定条件下能够超越利而行义,可以去利怀义,以利成义。儒商的重义精神可能暂时有损于利,但义而取信,又可带来更大更长远的获利机会,即“义以生利”。

与义相联系的儒商另一重要道德规范就是

“信”。儒家提出了“讲信修睦”的口号,把“信”当作立人之本,认为“无信不立”,在人与人的交往中要讲信义,做到以诚相见、言而有信。儒商不只是把“信”作为谋利的条件,同时把信看作是一种精神信仰和哲学,用来指导自己的商业经营活动,不因一时一地的得失而失信,甚至可以为守信而牺牲暂时的利益。“诚信为本”成为儒商一种基本的传统经营理念,是儒商获取商业经营成功的一大秘诀。

第二,“以人为本”的经营观念。儒商能够在一定程度上超越单纯地对物质利益的追求,注重以人为本去进行经营,强调通过充分发挥人的积极主动性去获得商业活动的成功。这种以人为本的经营思想是儒家以人为中心去认识处理问题,注重推己及人、推物及人的思想在商业活动中的运用。以人为本是儒商文化传统中最具特色之处,也是其取得成功的一个根本条件。它主要体现在两个方面:一是立足于人去经营。他们认为经营虽然离不开金钱资本,但其根本还在于人,人是企业经营发展的决定性因素,在经营中把人当作获取事业成功的最大的和最有价值的资本,尊重人的价值,重视选择人、造就人、发挥人的能动作用;二是提倡人情式经营,主张把人当作主体来对待,通过尊重人、爱护人去获取回报、赚取利润,而反对仅仅把人当作最有价值的资本,甚至不择手段地剥削压榨和巧取豪夺。

第三,“经世济民”的商业理想。儒商文化传统一贯主张从纯商业经营的思维定势中跳出来,不能把获利作为商业活动的根本或唯一目的,而提倡树立“经世济民”的理想和目标,把自觉地忠于国家、服务于社会作为商业经营的出发点和最终目的,把经商谋利与经世济民有机地结合起来,把商业活动当作利国利民的“仁术”,从小事做起,从一点一滴做起,时刻不忘用爱心和实际行动关怀社会、回报社会,致力于“公益化的经营”,从而通过世俗的经商谋利来达到超越性的经世济民的理想目的,借财富与金钱来实现自己人生的功名。这种“经世济民”的商业理想,表现了儒商一种崇高的价值取向和超越于一般商人的精神境界,为中国历代儒商所遵从,成为儒商的一种文化传统。

第四,敬业乐群的职业精神。儒商思想传统包含着一种强烈的事业功名意识和自强不息的进取精神。它提倡“知其不可而为之”的奋斗精神,“君子以自强不息”的积极进取精神。儒商这种积极进取的文化传统体现在商业活动中就是儒商的

敬业精神。儒商力求在商业经营中通过各种途径培育和发扬敬业精神,强调要勤勤恳恳、兢兢业业,始终保持有一种刚健有为、勤奋进取的精神和坚忍不拔的毅力,不断地开拓创新、奋进不息,在不断拓新中发展自己的事业。

儒商职业精神的另一个重要方面就是乐群精神,即团体主义精神。儒商在商业活动中重视群体的价值和利益,注重统一与合作,强调大力发扬团体主义精神,形成一个互相信任、高效协作的团队,依靠群体力量去参与商业竞争。

第五,“和为贵”的经营态度和策略。“和”是儒家处理各种关系的一个基本原则和方法。儒商把“和”的方法运用于商业活动之中,注重和谐经营和和气生财。“和”的经营方法主要体现在三个层面上。一是注重不同经营者之间的互利合作,寻找共同的生财之点,所谓“有钱大家赚”,而不提倡你死我活、相互吞并。二是注重内部人际和谐,淡化内部消耗性竞争,注重上下沟通。三是注重对顾客的和气态度,不巧取豪夺、欺行霸市,提倡让利于民,方便顾客,诚恳相待,和气生财。

三、儒商文化对现代企业经营的价值

作为一种思想文化,儒商文化传统曾极大地推动了中国传统商业经营的健康发展。

例如,晋商曾经在中国商业的历史舞台上驰骋纵横 500 年多年,一度掌握着全国的金融命脉,成为中国历史上第一大商帮,靠得就是“诚信”经营理念。又如,中药老字号同仁堂,至今已存在了 300 多年。同仁堂之所以长盛不衰,并不断发展壮大,其秘诀就是一直坚守“德、诚、信”的经营理念,以为百姓制好药为本分,一以贯之地坚持诚信为本的药德。“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”,是同仁堂几百年来代代相传的堂训。

随着时代的不断进步和社会形势的不断变化,越来越多的企业经营者清楚地认识到,儒商文化传统对于企业经营活动有着非常重要的借鉴价值。许多信奉儒商文化传统的现代儒商企业家,运用儒商文化指导企业经营活动,获得了极大的成功。

例如,日本的爱华路多株式会社是一个以百货为主,年营业额达亿日元的企业,该会社的经营信条就是“通过履行公正之商道,以实践向社会作奉献”“人生就是奉献,商道即人道”,这正是儒商“经世济民”文化传统的最好体现。日本企业家

吉田忠雄先生初创公司时只有 3 名员工,而现在已发展到活跃于五大洲、年销售量为 25 亿元的国际知名企业,其成功的秘诀就在于奉行先义后利、义以生利的儒商经营之道,相信只有坚持把利益施于人,才能将利益回归自己。“不为别人的利益着想,就不会有自己的繁荣。”香港星光印刷集团主席林光儒先生认为星光集团的成功,全靠“星光精神”即“诚、爱、勤、敏”四字。香港首富李嘉诚在做生意时,一直坚守诚信的原则,他曾指出“有些生意,给多少钱我都不赚……已经知道是对人有害,就算社会容许做,我也不做”“如果单为赚钱而损害名誉,我不做。”霍英东、邵逸夫、李嘉诚等一些著名的企业家都在经营赚钱之后,捐献出巨资用于社会教育和公益事业,以达成自己造福家乡、服务社会的人生理想。

现代儒商企业家取得经营成功的事实,充分说明了儒商文化传统对现代企业经营仍然具有其行之有效的理论借鉴和实践指导价值。一般说来,其至少表现在以下几个方面:

首先,提供一种交易保障机制。企业通过市场所进行的交易活动纷繁复杂,国家难以制定一套系统完备的法律,对其进行全面的规范。在法律这种正式制度缺乏的条件下,企业经营者不得不充分利用“三缘”(地缘、血缘、亲缘)关系为纽带的非正式制度资源,来从事人格化交易活动。此时,伦理道德、价值观念等非正式制度对企业市场交易将起到十分重要的作用。所以,儒商文化传统可以在一定条件下为企业经营活动提供一种人格化交易保障机制,在一定程度上降低交易费用,维持企业市场交换的正常秩序,保障其顺利进行。

其次,确定企业合理经营目标。许多企业往往将追求利润最大化作为经营的唯一目标,并以此考核企业经营者的业绩。在这种情况下,企业经营者面对瞬间万变的市场行情动态,常常处于精神的高度紧张状态,甚至为了增加企业的利润而唯利是图、坑蒙拐骗。儒商思想所提倡的先义后利、义以生利的求财之道及经世济民的商业理想,可以给企业注入一针精神清醒剂,在一定程度上转换企业的价值追求,将企业经营从追求利润最大化的利欲“魔圈”中解脱出来,从而确立企业经营目标的合理维度。

此外,培育企业良性经营环境。儒商的诚信经营理念不仅可以最大限度地降低交易成本,也会为企业经营者树立良好的社会形象,带来更多

的商业机会,促进企业经营活动的顺利进行。儒商的经世济民的商业理想则提高了企业经营活动的目的性,强化了其内在动力,同时也弘扬了一种崇高的商业理想,净化了市场交易的风气,提高了企业经营者的社会声誉,从而为进一步开展企业经营活动创造良好的社会环境条件。

相反,如果儒商文化传统失落,企业经营者放弃了先义后利、诚实守信等经营理念,就会导致市场上假冒伪劣商品的泛滥,从而严重扰乱市场交易的秩序,妨碍正常企业经营活动的顺利进行,甚至给企业造成无可弥补的巨大损失。就拿“三鹿奶粉事件”来说,偌大一个著名的三鹿企业集团,却因贪图蝇头小利,把有毒的三聚氰胺注入到婴儿奶粉中,结果被三聚氰胺一下子打倒在地,可谓利欲熏心搞垮了企业。再如完达山问题注射液、山西太行药业茵栀黄注射液致死事件等等,使得如日中天的企业瞬间陷入困顿。

由此可见,儒商文化传统所强调的重诚守信、先义后利等经营理念,将可以促使人们在现代企业经营中去正确地认识和处理谋利与守义、个人利益与社会利益的关系,从而强化企业经营的内在动力,为企业赢得良好的社会信誉,最终获得更多的商业机会和更好的经营条件,进一步提升企业的经营绩效。总之,儒商文化传统对于现代企业经营有着极其重大的借鉴价值,它可以而且应该成为现代企业经营理念的重要组成部分。

四、现代企业经营对儒商文化的借鉴

(一) 积极肯定和继承儒商文化的合理因素

目前,企业经营活动出现了道德滑坡、信仰危机等一系列问题,极大地扰乱了企业经营活动的正常进行。在此情况下,现代企业经营应该积极肯定和继承儒商文化传统的合理因素。

1. 儒商“重诚守信”的行为规范应成为现代企业基本的经营准则。诚信不但是立身社会、为人处世的基本原则,而且成为经商之通理,“诚者天之道也,诚者人之道也,诚者商之道也”。诚信直接关系到一个企业的企业形象和顾客占有率,“诚招天下客,誉从信中来”,而这些又与企业的经营业绩和效益直接相关。讲求信用,注重信誉,是企业经营获得成功的一个基本条件^[3]。缺乏诚信的企业只能逞一时之快,却难以长久。实践证明,现代企业只有以诚信为导向,才能立于不败之地,最终实现预期的经营目标。正因为诚信有如此的“妙用”,所以被称为“商业的灵魂”。由此可见,

儒商诚信为本、重诚守信的文化传统,与企业经营的基本要求是一致的,是企业经营成功的一个基本法则,对企业经营具有重要的启导意义。企业经营者要能够取得企业经营的成功,必须注意借鉴儒商文化传统的诚信思想,大力倡导以“诚”为“本”的理念,坚持进行诚信经营。

2. 儒商“先义后利”的求财之道应成为现代企业盈利的基本原则。义利问题是在企业在经营过程中始终面临的一个重大问题。利润是企业自身安身立命的根本,企业是不能不追求盈利的,然而,对于如何求利,不同企业所采取的具体方式、方法和途径却各不相同,其实际效果和最终影响也有天壤之别。一些企业经营者能够坚持先义后利的原则,做到“见利思义”,从而获得了持久丰厚的利润。反之,一些企业唯利是图,为了眼前的蝇头小利,不顾国家法律、法规,不讲社会道德,损人利己、唯利是图,这种不义的行为最终损害了企业的长远利益,甚至葬送了企业的发展前程。所以,一个企业,为了维持它的生存与发展,就要正确地处理好“义”与“利”的关系问题。儒商先义后利的求财之道告诉我们:企业经营者不要把利润作为企业管理的唯一目标和首要目标,而应当坚持先义后利的经营理念,积极倡导“见利思义”“以义取利”,把经营谋利与“博施济众”结合起来,并坚决反对“见利忘义”“唯利是图”的不道德行为。显然,儒商的先义后利观,有利于引导企业经营者正确地求利,促进其把利和义合理地结合起来,谋利而不失义,循义以生利,以保证企业稳定健康的发展。所以,儒商“先义后利”的求财之道,应该是企业经营活动所必须遵循的一条基本指导原则。

3. 儒商“经世济民”的商业理想应成为现代企业经营的最终目标。虽然企业以利润为其安身立命之根本,但追求利润不应是企业的唯一目标和最终目标。现代企业评论家伊藤肇指出:“经营者万万不能只以‘追求利润’为至高无上的目标。当然,企业为了生存,非有利润不可;但是,太偏执于财利,见利忘义,到头来心智必被蒙蔽,终至被社会、大众见弃,岂能不慎?”而“经世济民”的商业理想,不但能够培养员工对企业的忠诚和热爱,增强其内部凝聚力,形成强大的精神动力,促使企业的蓬勃发展,而且能够为企业发展提供正确的导向和有利的外部社会环境,保障企业经营取得成功。所以,企业经营者必须将儒商“经世济民”的商业理想作为现代企业经营的最终目标,自觉地把获

取利润与促进国家经济兴旺发达、实现人民生活富裕幸福联系起来,积极地致力于“公益化的经营”。

4. “以人为本”的经营观念应成为现代商业经营管理的根本理念。在一个企业中,人是最活跃、最具潜力的第一要素,对于企业能否获取良好经营效益起着决定性作用。现代企业经营者越来越重视“人”,“以人为本”已成为其基本的指导思想。松下公司总裁松下幸之助指出“公司经营是以人为中心而运作的,尽管组织重要,但这还是次要的,最重要的是要有以人为中心的思想”。特别是随着西方人本主义思想的回归,“以人为本”业已成为当今广大企业经营者的口头禅。由此可见,儒商以人为本的思想,对企业经营具有积极的理论借鉴价值和极大的实践指导作用。现代企业经营者应认真研究和借鉴儒商以人为本的经营观念,积极地从中发掘有价值的东西,将其融汇应用于现代企业经营之中,将人当作进行企业经营活动的根本^[4],大力提倡“人情味经营”,从而建立现代的、科学的,又具有中国特色的的人本经营模式。这样既能人尽其用,调动员工的积极性,提高其工作效率,又避免了人际关系的紧张,形成强大的内在凝聚力,有效地促进企业的发展。

5. 现代企业经营应继承和发扬儒商敬业乐群的职业精神。在现代市场经济条件下,优胜劣汰的市场机制使得企业之间的竞争异常激烈,企业的生存和发展面临着极大的挑战和巨大的压力。从某种意义上讲,现代企业之间的竞争,最重要的是团队协作能力的竞争。敬业精神则能够激励企业战胜艰难险阻,经受住各种各样的考验,在激烈的市场竞争中立于不败之地,成为企业生存和发展的根本。而儒商文化传统包含一种吃苦耐劳、自强不息的高度敬业精神和强调依靠群体力量参与市场竞争的团队合作意识,是保障企业持久发展的不竭动力和精神支柱,有利于激发和培养企业经营者和员工的勤奋坚韧精神,增强企业内部的凝聚力,提高企业的经营绩效。由此可见,儒商“敬业乐群”的文化传统,对于现代企业经营仍具有积极的借鉴价值和指导作用。所以,面对激烈的市场竞争,现代企业经营必须充分继承和发扬敬业乐群的职业精神,寻求其和现代企业经营的契合点。

6. 坚持儒商“和为贵”的经营策略。企业管理者与员工之间的和谐,企业与企业之间的和谐,企业与顾客之间的和谐,企业与社会之间的和谐,是

企业能够有效地进行生产经营活动,提高经营效益,实现预期目标的基本客观条件之一,为此,企业应当积极地构建基于融洽人际关系的和谐发展环境。儒商“以和为贵”的经营策略,有利于企业经营者之间互利合作、共谋生财之道,避免两败俱伤的恶性竞争,纠正假冒伪劣、坑蒙拐骗等违法败德行为,并淡化内部消耗性竞争,形成一种融洽和谐的氛围,为企业经营的顺利进行打下坚实的基础,促进企业持续、协调和快速的发展,保障企业面对日益激烈的市场竞争而长盛不衰。因此,儒商注重合作、追求和合共存的“贵和”理念,是企业经营一项不容忽视、不可或缺的基本指导原则^[5]。现代商业经营者要想获得成功,必须注重汲取和倡导儒商“和为贵”的经营策略,实行和谐经营,在不同企业之间寻找共同生财点,做到互利合作、和气生财,同时注重企业内部人际关系的和谐,以此来促进企业的良性发展。

(二) 高度警惕儒商文化传统的有害成分

儒商文化传统虽然能在一定程度上对企业经营起到积极的作用,但也存在一些不利的消极因素。随着现代社会企业市场交易的日益频繁和进一步扩大,儒商文化传统的缺陷日益显现。我们在借鉴儒商文化传统的过程中,必须高度警惕其有害成分。

1. 经营规范伦理化。儒商文化传统以儒家思想为支撑点,主要倾向于通过道德规范来协调和保障企业经营活动,具有较为浓厚的伦理色彩。它过分强调道德的作用,往往排斥契约和法制的约束,使人们对企业经营活动中存在的义务和权利往往羞于以法律和契约的形式确定下来,从而容易产生经济利益纠纷。随着市场交易的日益扩大化和复杂化,仅仅依靠儒商文化传统这种伦理化的经营规范来协调企业经营活动,已经越来越不适应了,构建健全的契约和法制关系就成为当务之急。企业经营者应当尽可能地以协议契约和法律的形式来规范企业经营活动,明确企业交易双方必须履行的经济义务,并有效地保障其经济权益得到实现。

2. 交易方式人格化。儒商从事商业经营活动十分注重地缘、血缘、亲缘关系,基于对“三缘”关系的认同,他们构建了以“三缘”为纽带的人格化交易方式,并主要倾向于依靠这种人格化的交易方式来维系企业交易活动,对人格化交易机制形成很强的依赖。人格化的交易方式主要适用于熟人社会(下转第112页)

求,现在正在研究建立消费者团体的损害赔偿诉讼问题,关于制度具体内容的报告书已经形成,消费者厅明年将向国会提交立法草案^[15]。我国的消费者公益诉讼同样面临着建立这一诉权制度的

必要性,这将更加有利于消费者权益获得实质性保护,因此,笔者认为,从现在起应当组织有关人员进行相关立法的研究。

[参考文献]

- [1]陈丽平.民事诉讼法修正草案首设公益诉讼制度——有关机关社会团体可提起诉讼[N].法制日报,2011-10-25(2).
- [2]平野裕之.法国消费者法典草案[J].法律论丛,1992(1):97-166.
- [3]山本和彦.法国消费者团体诉讼制度概要:上[J].商事法务,2010(942):22-29.
- [4]杜志华.欧盟消费合同不公平条件指令评析[J].法学评论,2004(5):90-94.
- [5]FRANK. Pour une véritable réparation du préjudice causé à l'intérêt collectif des consommateurs[M]. Dalloz: Mélanges Calais - Auloy, 2004: 537.
- [6]日本律师联合会.欧洲消费者团体诉讼制度调查报告[EB/OL]. <http://www.consumer.go.jp/seisaku/shingikai/dantai-soken2/shiryo4-5.pdf>. 2011-1-18 2012-01-10.
- [7]福瑞德.民事诉讼法、国内法及欧盟法律[M].法国:德洛法律出版社,2008.
- [8]后藤卷则.消费者团体和损害赔偿请求[J].早稻田法学,2009(3):35-67.
- [9]肖平容.略论消费者公益诉讼的制度缺位与立法构建[J].消费经济,2011(2):91-94.
- [10]江必新.民事诉讼法修订:战略规划与制度设计[J].中南大学学报:社会科学版,2011(4):5-10.
- [11]横内律子.消费者团体诉讼制度和适格团体要件[J].调查与信息,2005(481):1-4.
- [12]马俊达.我国社会团体发展与管理有关情况介绍[J].中国政府采购,2011(5):27-30.
- [13]钱玉文,骆福林.消费者权如何救济——以“消费者协会+公益诉讼”为建构思路[J].河北法学,2011(11):89-95.
- [14]山本和彦,荻野奈.法国群体性消费者受害恢复制度——“集团诉权”导入的最新动向[EB/OL]. <http://www.caa.go.jp/planning/21torimatome/8-01-04-01-fra.pdf>. 2011-12-6 2011-12-20.
- [15]加纳克利,南雅晴,冈田诚.群体性消费者被害救济制度的研讨状况[J].商事法务,2011(963):50-55.

[责任编辑:刘丽娟]

(上接第60页)

却难以在较广的范围内或素不相识的陌生人社会中有效地发挥作用。在企业经营对人格化交易机制形成严重路径依赖的情况下,由于在新的企业经营领域里往往缺乏人格化交易机制运行的条件,不确定和由此带来的风险就非常大。这样,企业经营常常只能局限于比较狭窄的范围,阻碍其进一步拓展经营领域。

消除儒商文化传统不良影响的根本途径,就是发展出一套无需以地缘、血缘、亲缘为纽带,而

以法律为基础,可向陌生人社会推广的非人格化交易方式——契约交易,确立契约交易方式在企业经营活动中的主导地位。在注重法律规范和确立契约交易方式主导地位的前提下,我们可以借鉴儒商文化传统的一些优秀成分,使其成为促进企业持续健康发展的精神动力和思想保障,否则,儒商文化传统将不可避免地对企业经营活动产生诸多方面的消极影响。

[参考文献]

- [1]李承宗.“儒商精神”及其现代意义[J].黔东南民族师范高等专科学校学报,2002(10):7-9.
- [2]尹砥廷.论儒商[J].吉首大学学报:社会科学版,1999(4):24-29.
- [3]王志敏.中国儒家思想与现代企业管理[J].地质技术经济管理,1995(3):47-49.
- [4]吴芳.儒家思想对当今企业经营管理的启迪[J].芜湖职业技术学院学报,2007(2):79-81.
- [5]潘承烈.中国古代管理思想之今用[M].北京:中国人民大学出版社,2001.

[责任编辑:刘 炜]