

企業儒學：中國管理哲學的自主知識體系

黎紅雷

中山大學

摘要：企業儒學，是在儒家管理哲學、儒家商道智慧以及儒商文化通論研究的基礎上，運用中國管理哲學的話語闡發現代企業功能而形成的理論體系。其內涵可概括為以下十個方面：一是導德齊禮的治理觀，二是以義致利的經營觀，三是親如一家的組織觀，四是身正令行的領導觀，五是舉賢使能的用人觀，六是內誠外信的品牌觀，七是時變和合的戰略觀，八是兼善天下的責任觀，九是創業垂統的傳承觀，十是敬天法祖愛人的信仰觀。企業儒學深深扎根於博大精深的中華優秀傳統文化，同時積極借鑒了豐富多彩的現代企業管理理論，有機融合了生動鮮活的當代新儒商企業治理智慧，是具有中國特色、中國風格、中國氣派的中國管理哲學自主知識體系。

關鍵詞：企業儒學；中國管理哲學；儒家思想；企業功能；新商業文明

「管理哲學」(The Philosophy of Management)的概念，是1923年由英國學者謝爾登(Oliver Sheldon)首先提出來的。1979年，美國夏威夷大學成中英教授在台灣講學期間，在《中國時報》上發表了「建立中國管理哲學」的文章。1981年，台灣交通大學曾仕強教授出版《中國管理哲學》專著。自1987年起，筆者進入「中國管理哲學」的研究領域，1994年在中山大學建立了「中國管理哲學」學科點。三十八年來，筆者運用中國管理哲學的話語闡發現代企業功能，先後出版了《儒家管理哲學》、《儒家商道智慧》和《儒商文化通論》三部專著，主編了《企業儒學

2017》、《企業儒學 2018》、《企業儒學的開創與傳承》和《企業儒學年鑒 2024》四部文集，指導舉辦了三屆「博鰲儒商論壇」、三屆「全國新儒商年會」，在理論與實踐相結合的基礎上，建構起「企業儒學」這一具有中國特色、中國風格、中國氣派的管理哲學自主知識體系。

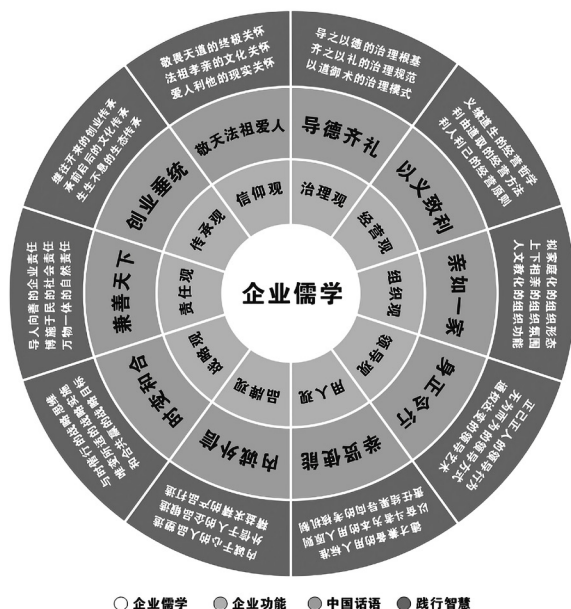
一、導德齊禮的治理觀

儒家治理觀的精髓集中體現在《論語·為政》篇這句話上：「道之以政，齊之以刑，民免而無恥；道之以德，齊之以禮，有恥且格。」以此為圭臬，企業儒學的治理觀，既強調「導之以德」以確立治理的根基，又突出「齊之以禮」以樹立治理的規範，更提出「以道御術」以建立具有中國特色的現代化企業治理模式。^[1]

1、導之以德的治理根基，就是以德修身、以德示範、以德化人。為此，當代新儒商提出「三為一德」的理念。「三為」的第一「為」是「為人之君」，即要有君子般的風度和承擔君王般的責任；第二「為」是「為人之親」，就是要像對待親人那樣對待周圍的人；第三「為」是「為人之師」，就是要求別人做到的事自己要先做到。這三句話構成了一個「德」字。以德平天下人心，大家就會無怨無悔地跟著你走。

2、齊之以禮的治理規範，就是內化於心、外化於行、固化於制。為此，當代新儒商運用《弟子規》教化員工：感恩而盡孝，感謝父母，感謝社會；盡孝而盡忠，忠於企業、忠於國家；盡忠而盡力，努力做好人、做好事。同時制訂《企業員工價值觀行為手冊》，把儒家的「仁義禮智信」等道德價

黎红雷企业儒学体系



值觀闡發轉化為員工可以踐行的日常行為規範，轉變為企業的要求、員工的習慣。對於踐行企業價值觀行為規範中表現突出的員工給予關注和獎勵，而對觸犯公司紅線的行為則嚴懲不貸。

3、以道御術的治理模式，就是將博大精深的中華優秀傳統文化與現代企業管理機制相結合，形成「中學明道、西學優術、中西合璧、以道御術」的現代企業治理模式。所謂「中學明道」，就是明確樹立中華優秀傳統文化的價值信仰體系；「西學優術」，就是借鑒吸收並進一步優化西方近百年來發展出來的現代管理體系、流程、制度、方法和工具；「中西合璧」就是將中華優秀傳統文化和西方管理科學技術有機融合、取長補短；「以道御術」，就是以中華文化的核心理念去「觀照」西方的管理制度、流程和方法，使之融入具有中國現代企業治理體系。

二、以義致利的經營觀

儒家的經營觀，集中體現在《春秋左傳·成公二年》這句話上：「義以生利，利以平民，政之大節也。」以此為指導，企業儒學的經營觀，既強調「義緣道生」的經營基礎，又探索「利由道取」的經營方法，更堅持「利人利己」的經營原則，從

而形成以義致利、以利弘義的企業經營模式。^[2]

1、義緣道生的經營哲學。一是共享之義，「員工得幸福」：企業為員工提供安全可靠的工作環境，提供有競爭力的薪酬待遇，還實行全員身股制，根據崗位職級給予每位員工一定數量的身股。二是立信之義，「顧客得安心」：企業通過創新產品和生活方式，為顧客創立美好生活，通過品質與顧客建立無限信任，在保證品質的基礎上千方百計降低產品的製造成本，通過品牌建設為顧客鑄立價值意義。三是兼善之義，「社會得正氣」：企業積極投入社會慈善公益事業，並建立國學公益教育機構，將中華優秀傳統文化送進社區、機關、企業、校園，甚至還進「高牆」（監獄和戒毒所），使越來越多的人實現了文化自覺，增強了文化自信。

2、利由道取的經營方法。一是因民之利，就是企業要以用戶的使用體驗作為產品開發的出發點，自己承擔起複雜繁瑣的開發研究工作，而使消費者獲得人性化的設計、簡單便捷的使用體驗。二是因時之利，就是企業管理沒有最終的答案，只有永恆的追問，不可能一勞永逸、坐享其成，而是要與時俱進、不斷推陳出新。三是因人之利，這裡的「人」特指競爭對手，企業在市場競爭中要做到人無我有，人有我優，人優我精，人精我特，人特我專，人專我新，人新我變，人變我轉，人轉我棄，始終掌握市場競爭中的主動地位。

3、利人利己的經營原則。一是用「利他之心」處理企業與客戶的關係，站在客戶的立場思考問題，最終達到甚至超越客戶的期望，關注客戶需求，幫助客戶成長。二是用「共贏之路」處理企業與合作夥伴的關係，建立互信，利益共享、資源共享、及時溝通、解決衝突、定期反饋。三是用「競合之道」處理企業與競爭對手的關係，以公平作為企業競爭的基本原則，以誠信作為企業競爭的獲勝關鍵，以和諧作為企業競爭的條件保障。

三、親如一家的組織觀

儒家的組織觀以家庭為模式。儒家認為家庭組織是所有社會組織的基礎，家庭關係是所



有社會關係的前提，家庭制度是所有文明制度的起點。受此啟發，企業儒學主張構建擬家庭化的組織形態、營造上下相親的組織氛圍、推行人文教化的組織功能，從而形成親如一家的組織觀。

[3]

1、擬家庭化的組織形態。企業不是簡單地提倡員工「以企為家」，而是認為企業老闆要把企業當作自己的「家」，把員工當作自己的「家人」。老闆自己則要承擔一位盡職盡責的「大家長」角色，率領「家人」們一起建設「幸福大家庭」。「企業是家，董事長是大家長，董事長像父母一樣關心企業高管，愛護每一位員工。管理層也會學習效仿，這就是上行下效，兄友弟恭。管理層關懷員工，員工之間也會彼此關心，像兄弟姐妹一樣。員工之間就是兄弟姐妹，彼此關心彼此愛護彼此協助。」

2、上下相親的組織氛圍。在當代社會，人的社會關係擴張，使得人的情感鏈條由家庭延伸到公司和組織，組織為人們的情感激勵提供了機遇，並在人們的情感生活中扮演著越來越重要的角色。「擬家庭化」企業組織，就是自覺地將傳統家庭的情感鏈條轉移到企業組織中來，形成上下相親的組織氛圍，從而為員工獲得企業內部的情感能量創造條件，掃除障礙。事實證明，「情感邏輯」能夠反作用於「效率邏輯」，儘管企業並不能直接通過工具理性追求績效與利潤，但其結果卻遠遠超越了前者所達到的可能。

3、人文教化的組織功能。企業組織是由人組成的，而人是需要教育的。儒家認為人的教育，最根本的是「教以人倫」的道德教化。企業將人文教化作為組織的重要功能，企業組織員工學習和踐行中華優秀傳統文化，以培養企業和社會所需要的德才兼備的人才。人生最重要的是成長，企業不僅僅只是提供員工一個工作崗位和工資，最重要的是要給員工營造一個學習成長的環境。員工不能一味沉浸於追求利益，滿足於每天獲得的一點工資，而更重要的是要成長，成長才是大利。而從企業來說，能為社會培養一批又一批承擔中華民族復興大任的棟樑之才，則是光榮的使命和最高的追求。

四、身正令行的領導觀

儒家的領導觀，集中體現在《論語·子路》篇這句話上：「其身正，不令而行；其身不正，雖令不從。」為此，企業儒學的領導觀，強調正己正人的領導行為、無為而為的領導方式、通權達變的領導藝術，從而取得上行下效、左右逢源、無往不通的領導效果。^[4]

1、正己正人的領導行為，具體表現在自我定位、以身作則、自我提升等方面。自我定位就是「有理想但不理想化」，一種理想即使再美好，但在缺乏條件的時候，也決不去勉強為之。「以身作則」則是勸導他人的唯一途徑。一個公司風氣正不正，最關鍵的還是看領導者自己為人是否正派，正所謂「上樑不正下樑歪」。假如領導者有把企業做大做強的宏偉目標，那麼就要首先要求自己把事做正。自我提升就要善於學習，勤於思考，並把自己的心得體會與員工分享，使自己從對事物的感性認知提高到理性認知的層次。

2、無為而為的領導方式，體現在建班子、定戰略、帶隊伍等方面。要在現代企業制度的背景下組建企業的「執政團隊」，推動參與式管理的具體措施，樹立整體權威、實現群策群力、進行權力制約。他們將企業戰略的制定分為五步：設立願景、設定目標、選擇路線、業務布局／組織架構、執行落實。「帶隊伍」的思路包括激勵措施，即對於企業員工，既要有精神上的激勵，也要有物質上的激勵；包括企業文化，就是企業的所有員工統一認識，什麼叫對，什麼叫不對，大家有共識；包括規章制度，制度一旦制定，就必須得到強有力的執行。

3、通權達變的領導藝術，體現為「開放、妥協、灰度」。「開放」是通權達變的前提，只有開放才能盡可能多地接觸到各種要素、各種智慧、各種可能，從而為通權達變提供必要條件。「妥協」是通權達變的方法，通過適當的妥協可以將不同的人、不同的要素、不同的思想加以整合，達到共同目標，實現「雙贏」和「多贏」；「灰度」是通權達變的哲學基礎，用「灰度」哲學看待世界，就是不搞非黑即白的絕對對立，而是在各種矛盾

的人、事、物中找到聯繫性和依存性，從而游刃自如。

五、舉賢使能的用人觀

儒家的用人觀，集中體現在《論語·子路》篇這句話上：「舉賢才。」這裡的「賢才」，指有德有才、自強不息、績效卓著的優秀人才。為此，企業儒學的用人觀，包括德才兼備的用人標準、以奮鬥者為本的用人原則、責任結果導向的考核機制等。^[5]

1、德才兼備的用人標準。企業在人才的品德、能力、使用三個方面都提出明確要求。品德方面，要把企業幹部的個人品德看成高於一切，遵守紀律、有高尚的道德情操、忠於公司、忠於集體利益是選拔幹部的重要標準。能力方面，企業幹部要有「四力」：第一是決斷力，就是敢於決策、善於決策的能力；第二是執行力，就是落實目標、完成任務的能力；第三是理解力，就是領會意圖、把握本質的能力；第四是與人的連接力，就是人際交往、有效溝通的能力。使用方面，企業對不同的人要有不同的使用策略：對個人價值觀與企業價值觀不匹配、能力差的人，不能用；對個人價值觀跟企業價值觀相匹配，但能力不足的人才，經過培訓提高能力後使用；對個人價值觀跟企業價值觀相匹配，能力也強的人才，要大膽使用；對個人價值觀與企業價值觀匹配度非常高，能力也非常強的人才，要放手使用；對能力非常強，但價值觀與企業相衝突的人，堅決不能用。

2、以奮鬥者為本的用人原則。企業要明確「奮鬥者」的內涵，強調奮鬥者要有自我驅動的動力，有使命感，持續奮鬥，共享價值；要有自我擔當的能力，有績效，多付出，講奉獻，敢擔責；要有自我提升的活力，自我批判，勇於創新，團隊合作，群體奮鬥等。要倡導奮鬥者的團隊精神，重視對奮鬥者的物質激勵、精神激勵和文化激勵。

3、責任結果導向的考核機制。考核的原則：公正，就是人們希望得到正確的對待；公平，就是大家希望得到同樣的對待；公開，就是考核的流程、方法、標準及結果運用，都應該公開透明。

考核的方式：對於企業中基層員工，採用「個人業績承諾」的考核方式；對於企業高層人員，則採用數值的方法和述職報告的制度，通過比較考核與識別幹部。考核的評價：縱向評價包括員工自評和主管打分、隔級領導評價，以及再上一級的行政管理團隊，通過審視整個團隊的整體績效來給出評分；橫向評價，就是流程主管行使建議否決權，以確保每一項管理的目標都指向公司整體利益，而不是局部利益。剛性執行，就是人力資源管理部門對規則的嚴格執行，以保證企業用人制度的嚴肅性和有效性。

六、內誠外信的品牌觀

儒家的品牌觀，體現在誠信觀上。孔子講「信」，子思論「誠」，孟子和荀子則明確提出「誠信」的範疇，強調「內誠於心而外信於人」。由此，企業儒學提出「人品、企品、產品，三品合一」的理念，以「內誠於心」塑造人品，「外信於人」鍛造企品，「精益求精」打造產品，從而形成內誠外信的企業品牌。^[6]

1、內誠於心的人品塑造。合格的企業員工必須具備四大品質，即傳統美德、職業道德、職業精神和職業能力。傳統美德是對儒家的仁義禮智信「五常」的闡釋，職業道德是對儒家傳統道德概念「廉恥勤勇嚴」的闡發，職業精神則包括「認真、負責、創新、極致」四個方面。企業要堅持用儒家文化培育員工，其培育方針是：教育薰化、關愛感化、制度固化、專業強化、領導垂範。企業可採用「企業書院」「國學課堂」「孔子學堂」等多種形式，孜孜不倦、持之以恆地開展員工的道德品質教育；並推行「五個一（立一個志、讀一本經、改一個過、行一次孝、日行一善）」的措施，以引導員工進行人品的自覺修煉。

2、外信於人的企品鍛造。企業「做大不如做強，做強不如做久，做久不如做得有價值。」偉大的企業的踐行體系包括——顧客得安心：創新立美、品質立信、成本立惠、品牌立義；員工得成長：關愛感化、教育薰化、禮制固化、才能強化；社會得正氣：法律責任、發展責任、倫理責任、慈善責任；經營可持續：戰略管理、運營管理、



人文管理、風險管理。品牌的涵義就是定位品牌在消費者心目中的印象，企業要塑造自己的品牌，就要真心幫助顧客解決問題，誠心站在顧客角度思考，貼心為顧客提供服務，全心關懷顧客幸福，以真誠贏得顧客的依賴與肯定。

3、精益求精的產品打造。企業要把「成己」的內在本務與「成物」的外在商務融為一體，提出包括領先設計、卓越品質、超值服務在內的產品要求。所謂「領先設計」，就是突出外觀、功能、品味；「卓越品質」，就是強調安全、可靠、精緻；「超值服務」，就是注重及時、專業、持續關懷。要致力於在企業中打造「工匠文化」，精益求精、不斷挑戰、永不滿足、用仁愛之心創美善精品，為用戶創造「恰到好處」的產品體驗，持之以恆地研發科技創新，以滿足人民群眾對於美好生活的需求。

七、時變和合的戰略觀

儒家的戰略觀，體現在《論語·衛靈公》篇這句話上：「人無遠慮，必有近憂。」這裡的「遠慮」包括「與時偕行」、「唯變所適」、「和合共贏」等豐富內涵，企業儒學由此而形成了自己的戰略觀。^[7]

1、與時偕行的戰略思維，包括三個方面。一是「時代企業」的戰略定位。「只有時代的企業，沒有成功的企業。」成功的概念應是追求不間斷的創新，創新沒有止境而是不斷追求更高的目標。二是「惶者生存」的戰略選擇。「惶者」之所以「惶」，在於對時代的高度敬畏，「惶者」之所以「生存」，在於對危機的清醒認識。「惶者生存」之所以可能，在於對困境的積極回應。三是「守正創新」的戰略舉措，企業要在延續的基礎上創新，在開放的氛圍中創新，在客戶的需求下創新。

2、唯變所適的戰略實施，是對《周易》「三易」（變易、不易、簡易）的靈活運用。企業是時代的企業，企業的發展戰略必須依據時代和市場的變化而變化。但以客戶為導向，滿足客戶需求、增加客戶價值、實現客戶利益，這一點是永遠不會改變的。應對從工業革命到信息革命的時代變化，企業可採取「簡易管理」的新模式——「人

單合一」，每個員工都直接面對用戶，創造用戶價值，並在為用戶創造價值中實現自己的價值。

3、和合共贏的戰略目標，包括和合共創、和合共享、和合共生三個方面。企業針對「紅海戰略」、「藍海戰略」，而提出「黑海戰略」，創造的是以生態價值為基礎並可以自我進化的生態圈，超越競爭、實現競合、共創共贏、生生不息。「鏈群」是適應物聯網時代要求的組織形態，在滿足用戶需求和體驗迭代的基礎上，實現鏈群成員的共創共贏共享。「企業生態系統」強調員工、顧客、合作夥伴等生態夥伴的自我更新和自我協調，從而為生態系統賦予了生生不息的內在動能。

八、兼善天下的責任觀

儒家的責任觀，集中體現在《孟子·盡心上》篇這句話上：「窮則獨善其身，達則兼善天下。」從「獨善其身」到「兼善天下」，包括了對自己、對他人、對社會、對自然四個方面的責任。企業儒學由此而形成兼善天下的責任觀，包括導人向善的企業責任、博施於民的社會責任和萬物一體的自然責任等。^[8]

1、導人向善的企業責任。「偉大的企業不僅是一個經濟組織，要滿足並創造顧客需求；而且是一個社會組織，要積極承擔社會責任，不斷導人向善，促進人類社會的真善美。」企業要視員工為家人，相親相愛，成長成就，幹事創業；視顧客為親人，創造並滿足顧客的需求，讓顧客省心、放心、安心；視合作夥伴為企業的特殊成員，同心同德、同甘共苦、同頻共振、同向共進；視對手為市場經濟中的共生夥伴，通過良性競爭，推動產業的進步，謀求社會的福祉。

2、博施於民的社會責任。「企業家的責任，是應始終堅持下面三個信念：國家會因為有您而強大，社會會因為有您而進步，人民會因為有您而富足。」企業要盡公民之責，相信國家、尊重政府，遵紀守法、遵章納稅。要胸懷慈悲、熱心公益，將慈善作為企業的文化，成為全體員工的共識。「最究竟的慈善，莫過於拯救心靈」，為此而針對不同人群開展各種國學公益教育活動，諸如

「家庭家教家風公益課堂」、「親子經典公益學習班」、「傳統文化進校園」等。

3、萬物一體的自然責任。企業將「自然」納入企業利益相關者的範疇，積極推行綠色製造，發展循環經濟，保護自然環境。他們將綠色、低碳、和諧、可持續的理念貫穿於產品生產和經營過程中，形成以綠色設計、綠色採購、綠色製造和綠色銷售為一體的「4G 理念」。提倡積極發展循環經濟，「化廢為寶，化惡為善」。提倡支持鄉村建設，提倡素食、踐行有機農業，為保護自然環境，實現城鄉協調發展而積極貢獻。

九、創業垂統的傳承觀

儒家的傳承觀，集中體現在《孟子·梁惠王下》篇這句話上：「君子創業垂統，為可繼也。」在儒家看來，君子創業並垂下統序，是為了可以傳承下去。企業儒學由此而形成了自己的傳承觀，包括適應於家族企業的創業傳承、適應於非家族企業的文化傳承，以及適應於數字經濟時代的生態傳承等。^[9]

1、承前啟後的創業傳承。家族企業的傳承，是承前啟後的「繼創」（繼續創造）過程。繼創是積極的傳承，要為繼創者創造必要的條件，包括接班人控股、其他家庭成員可以持股但必須退出企業經營、妥善處理創業元老等。繼創是動態的傳承，要把握好時間的節奏，及時制定傳承計劃、適時交接班。繼創是主動的傳承，一方面企業開創者要開明開放，為繼創者留出開拓的空間，另一方面繼創者要積極進取，為企業的發展不斷開拓新的局面。

2、繼往開來的文化傳承。非家族企業的傳承，是繼往開來的文化傳承。企業要高度重視接班人的培養和篩選，形成公平、公正、公開的良好氛圍，發展出有利於接班人脫穎而出和大展身手的環境。要將企業的交接班看作是企業文化的傳承、核心價值觀的傳承、理想信念的傳承，把那些品德好、學習好、實踐好、有幹勁的人不斷提拔上來。要將交接班制度化，寫入企業的「基本法」予以明確規定，包括對接班人的要求、對培養接班人的要求、接班人產生的途徑，以及接

班人與創業者之間的精神聯繫等。

3、生生不息的生態傳承。基於數字經濟時代的企業生態傳承，不是「他組織」的傳承而是「自組織」機制的傳承；不是「成功經驗」的傳承而是「成功條件」的傳承；不僅是「新」的傳承、「活」的傳承，也是「好」的傳承。從「變易」的角度看，生態傳承中的每一個鏈群都是靈活應變勇於探索的「哥倫布號」。從「簡易」的角度看，生態傳承中的每一個人都是價值中心和增值中心。從「不易」的角度看，企業「用戶第一」的宗旨永遠不變，但不同時期的「第一」內涵卻有不同。生態企業創造的是生態品牌，目的是為用戶創造價值，並在此基礎上，實現所有利益相關者的共同利益，從而形成生生不息的創造鏈、價值鏈、傳承鏈。

十、敬天法祖愛人的信仰觀

信仰，指的是人們對於某種思想、宗教、人物的信奉和敬仰。信仰起碼可以分為三種，除了人們熟知的宗教信仰、政治信仰之外，還有一種信仰叫「文化信仰」，指的是人們對某種文化思想體系的信奉和敬仰。儒家思想就是中國人的文化信仰，其內涵十分豐富，既包含高遠微妙的「天道」，也包含切近可行的「人道」。正是在這種「天人合一」的儒家文化信仰的薰陶下，企業儒學形成自己的信仰觀，包括敬畏天道的終極關懷、法祖孝親的文化關懷，愛人利他的現實關懷等。^[10]

1、敬畏天道的終極關懷，以崇敬天道為核心、相信因果為依據、祭祀禮儀為表現。「敬天就是要尊重環境，尊重法律法規，尊重各地的風俗人情，承認它的存在，要有所懼怕。落到具體就是要忠於國家、忠於人民，忠於自己的職業，忠於自己的員工團隊，做到遵紀守法，遵章納稅。企業將「德福一致，深信因果」的理念融入價值觀，在「五福」中，德行是因，長壽、富貴、康寧、善終都是果，有因才有果。當代新儒商企業立足中國人的傳統信仰，吸收民間祭祀儀式的精神和形式，專門為來自五湖四海的企業員工設立集體「祖宗堂」，推行企業祭祀儀式。既滿足了個體的精神信仰需求，又增進了本企業員工之間的情



感交流，為建設企業命運共同體提供了必要的心理基礎。

2、法祖孝親的文化關懷，包括孝親敬老、弘揚家風和尊崇孔子。企業以孝道教育員工，盡孝而感恩，感謝父母、感謝社會；盡孝而盡忠，忠於家庭，忠於國家；盡孝而盡力，努力做好人、做好事。當代新儒商企業建立家風文化基金會，通過榜樣引領、思想引領，弘揚優良家風中蘊含的社會主義核心價值觀，講好中國家庭故事。企業自覺地舉起「儒家信仰，儒商文化」的旗幟，創辦企業書院，對內承擔文化培訓的職能，對外舉辦孔子文化節和祭孔大典，旨在幫助更多的人學習儒家思想、積澱儒家文化、建立儒家信仰。

3、愛人利他的現實關懷，包括愛人濟眾、利他內求、利他共享等具體措施。企業視員工為「家人」，視顧客為「親人」，視社會大眾為「朋友」，視天下民眾為「同胞」，視天下萬物為「夥伴」。企業通過創造性地推行「身股制」，將「老闆」與「員工」的利益捆綁在一起，將「所有者」與「治理者」的積極性融合在一起，將「貢獻」與「分配」的質和量聯結在一起，構建共生、共建、共贏、共享的「社會企業」。

結語

習近平總書記在中國人民大學考察時深刻指出，「加快構建中國特色哲學社會科學，歸根結底是建構中國自主的知識體系。」^[11] 企業儒學立足博大精深的中華優秀傳統文化，借鑒豐富多彩的現代企業管理學說，融合生動鮮活的當代新儒商企業治理智慧，既講「中國話」又通「世界語」，既有歷史感又有時代性，既有理論基礎又有實踐依據，是具有「中國特色、中國風格、中國氣派」的中國管理哲學的自主知識體系。

企業儒學的自主知識體系，得到儒學界的高度評價。中國儒學研究的權威刊物《孔子研究》2024年第1期，發表華東師範大學陳衛平教授的文章〈學術中國化的轉向與十年來的儒學研究新向度〉，指出：當代儒學研究發生的一個顯著變化，是一批學者突破囿於書齋的研究，把如何使儒學成為社會主義核心價值觀的精神

資源作為研究課題。這方面最為凸顯的是企業儒學與鄉村儒學。企業儒學立足儒商傳統，以培育新儒商為使命，現在已有全國性的博鰲儒商論壇，召開了全國新儒商團體聯席會議（全國新儒商年會），著名的管理學刊物《企業管理》在2022年和2023年發表了多篇企業儒學和新儒商的論文，體現了當代學者從書齋裡的學問轉向以滋養民眾日用而不覺的價值觀為己任。^[12]

企業儒學的自主知識體系，同時得到管理學界的充分肯定。上海交通大學安泰經管學院專題討論「黎紅雷的企業儒學思想」^[13] 東北財經大學工商管理學院、江西財經大學工商管理學院先後主辦了「企業儒學學術研討會」^[14]。在第三屆企業儒學學術研討會期間，筆者還應邀出席了「中國管理50人論壇」，並發表了〈企業儒學對世界新商業文明的貢獻〉的演講。^[15] 2025年4月27日，在「《儒商文化通論》新書發布會」上，中國管理學界的權威刊物《企業管理》雜誌社社長暨企業管理出版社社長陳靜，在致辭中指出：《儒商文化通論》的誕生，是中華優秀傳統文化與現代管理實踐深度融合的里程碑之作。作為黎紅雷教授「企業儒學三部曲」的壓卷之作，本書系統梳理了儒商文化的千年脈絡，創造性提出「以儒魂商才鑄就現代企業文明」的實踐路徑，既扎根於《論語》、《孟子》等經典智慧，又直面數字化時代的管理挑戰。它的出版，標誌著「企業儒學」理論體系臻於成熟，更為當代企業家提供了修身治企的東方智慧指南。^[16]

企業儒學的自主知識體系，還得到海外學者的高度關注。在「《儒商文化通論》新書發布會」上，新加坡南洋理工大學孔子學院創院院長許福吉教授指出：黎紅雷教授作為當代著名儒學家、管理學家，三十餘年來潛心研究，提出「企業儒學」這一開創性概念，將傳統儒家智慧與現代企業管理有機結合，開拓了中國式管理體系的新境界，為新時代中國企業家精神注入了厚重的人文底色。^[17] 德國齊柏林大學寧洲明 (Matthias Niedenfuehr) 教授在致辭中表示，十分高興加入「企業儒學年鑒」編委會，將通過圖賓根大學中國中心和齊柏林大學卓越領導研究所的平台，

致力於向歐洲商界闡釋中國商業倫理，促進東西方理解。^[18] 烏茲別克斯坦國立布哈拉大學古麗 (Gulchekhra Narzullaeva) 教授在致辭中指出，由黎紅雷教授創立的「企業儒學」基本原理同樣適用於烏茲別克斯坦企業，印證了其價值和影響已經超出了國界。^[19]

當前，企業儒學的研究正方興未艾，越來越多的企業將儒家思想的精華轉化為新儒商的治理智慧，越來越多的學者將新儒商的實踐經驗轉化為企業儒學的理論成果，越來越多的高校將企業儒學作為研究方向和教學課程。我們期待更多的有志者加入我們的隊伍，進一步推進企業儒學的理論研究和實踐應用，為儒家思想在企業實現創造性轉化，為企業理論在中國推進創新性發展，為中華民族現代文明譜寫工商文明篇章，為當代世界新商業文明提供中國方案，為中華民族的復興、人類社會的福祉，而做出更大的貢獻！

- [1] 黎紅雷：《儒商文化通論》（企業管理出版社，2025年3月），第189頁。
- [2] 同上，第207頁。
- [3] 同注[1]，第225頁。
- [4] 同注[1]，第243頁。
- [5] 同注[1]，第261頁。
- [6] 同注[1]，第278頁。
- [7] 同注[1]，第296頁。
- [8] 同注[1]，第315頁。
- [9] 同注[1]，第334頁。
- [10] 同注[1]，第352頁。
- [11] 〈習近平在中國人民大學考察時強調堅持黨的領導傳承紅色基因扎根中國大地走出一條建設中國特色世界一流大學新路〉，載《人民日報》2022年4月26日第1版。
- [12] 陳衛平：〈學術中國化的轉向與十年來的儒學研究新向度〉，載《孔子研究》2024年第1期。
- [13] 〈上海交大討論黎紅雷的企業儒學思想〉，載《今日頭條》，2022年11月22日。
- [14] 〈第二屆企業儒學學術研討會在東北財經大學隆重舉行〉，載《今日頭條》，2024年7月20日；〈第三屆企業儒學學術研討會隆重舉行〉，載

《今日頭條》，2025年4月14日。

- [15] 〈黎紅雷教授出席「中國管理50人論壇」〉，載《今日頭條》，2025年4月14日。
- [16] 陳靜：《儒商文化通論》新書發布會致辭，載《今日頭條》，2025年4月28日。
- [17] [新加坡]許福吉教授：《儒商文化通論》發布暨高峰論壇致辭，載《今日頭條》，2025年4月28日。
- [18] [德]寧洲明教授：「黎紅雷新書發布會致辭」，載《今日頭條》，2025年4月28日。
- [19] 黎紅雷：《儒商文化通論》新書發布會在嘉興舉行，載《今日頭條》，2025年4月16日。

Corporate Confucianism: An Autonomous Knowledge System of Chinese Management Philosophy

Li Honglei (Sun Yat-sen University)

Abstract: Corporate Confucianism is a theoretical system formed by applying the discourse of Chinese management philosophy to elucidate the functions of modern enterprises, based on research in Confucian management philosophy, the wisdom of Confucian business ethics, and an overview of Confucian business culture. Its connotation can be summarized into the following ten aspects: first, a governance perspective of guiding virtue and harmonizing rites; second, an operational perspective of pursuing profit through righteousness; third, an organizational perspective of fostering a family-like atmosphere; fourth, a leadership perspective of leading by personal integrity; fifth, a personnel perspective of promoting virtue and utilizing talents; sixth, a brand perspective of sincerity within and trust without; seventh, a strategic perspective of adapting to changes and achieving harmony; eighth, a responsibility perspective of benefiting all under heaven; ninth, a heritage perspective of establishing and passing on legacies; tenth, a faith perspective of revering heaven, honoring ancestors, and loving people. Deeply rooted in the profound and extensive fine traditional Chinese culture, Corporate Confucianism actively draws upon diverse modern enterprise management theories, organically integrates the dynamic and innovative wisdom of contemporary Confucian business governance, and constitutes an autonomous knowledge system of Chinese management philosophy with distinctive Chinese characteristics, style, and ethos.

Key Words: Corporate Confucianism, Chinese Management Philosophy, Confucian Thought, Corporate Functions, New Business Civilization