

中国传统儒商精神与现代企业家精神比较研究

李怡静

摘要: 企业家精神作为经济增长的发动机之一,已经引起人们越来越多的重视。中国社会正处在巨大的变革之中,社会价值取向趋于多元化,而中国的企业家精神也处在由传统商人精神向现代社会企业家精神转换的过渡阶段。本文对中国传统社会中的儒商精神与现代社会市场经济体制下的企业家精神进行比较,概括出二者在社会地位、目标使命等方面的古今差异,并对市场经济条件下企业家精神的培育提出建议。

关键词: 儒家义利思想;中国传统儒商精神;市场经济义利观;中国当代企业家精神

作者简介: 李怡静,中国人民大学哲学院博士生。

基金项目: 河南师范大学博士科研支持课题“唯物史观视域下的公共生活问题研究”(5101179171106)。

中图分类号: B829

文献标识码: A

Doi: 10. 3969/j. issn. 2095-042X. 2016. 01. 003

一、绪论

企业家精神已经成为一个国家经济增长的发动机,传统的“管理型”经济正在向“企业家”经济转变^[1]。企业家精神的形成离不开其存在的文化环境,一个国家的文化会对该国企业家精神产生重大影响,进而影响其经济发展的进程^[2]。当前,中国经济正处于由“中国制造”到“中国创造”的转变阶段,对中国而言,文化对经济的影响更为复杂。一方面,由于“路径依赖”,中国受自身传统文化的影响颇深;另一方面,中国社会正在经历着一场深刻的市场经济改革。经济体制的变革加上多元文化的冲击,势必对人们的生活方式、思想观念、价值取向等文化造成影响,进而形成特定的企业家精神。

目前,国内学者对企业家精神的研究可谓成果丰富。其中,汪岩桥^[3]指出企业家精神内核为竞争精神、敬业精神、创新精神;杨江、戴林^[4]认为企业家精神的本质是企业家行为理性化的过程;江春、周宁东、张龙耀^[5]利用企业家精神研究数据库——全球创业观察(Global Entrepreneurship Monitor,简称GEM),实证分析得出近年来中国企业家精神特征:新生企业家存活率较低、中国企业家的创业活动主要以生存性创业为主等。对于文化对企业家精神的影响,彭贺^[6]对中国传统商人精神进行梳理,认为中国传统商人精神包括:创业垂统、家族主义、诚信经营、勤俭刻苦及重教好学;张晓峰^[7]认为中国传统文化对经济发展有不利的一面,比如:中国传统文化强调道德而忽视制度建设;小农意识缺乏创新精神等。但其也认为中国传统文化对企业家精神的培养并不是一无是处,比如中国传统文化中重义轻利的思想是经济持续发展的保障和企业家精神的高端体现;奋发图强及讲求诚信都是对企业家精神的诠释。

但是,目前的研究多集中于阐释企业家精神的内涵,或者通过总结中国传统文化的特点来说明传统文化对企业家精神的影响,缺少对传统与现代社会企业家精神异同的比较。因此,本文试图对不同社会

形态下的企业家精神进行比较，进而对当代企业家精神的培育提供建议。

二、中国传统儒商精神

（一）儒家义利思想

传统儒家经济伦理思想十分丰富，贯穿其中的是以“义利之辩”为核心的义利思想。从总体上看，受官方意识形态推崇，儒家重义轻利的思想在传统社会中基本处于主导地位^[8]。儒家肯定“利”的重要性，但取“利”是有条件的。孔子承认“富与贵，人之所欲也”^[9]，孟子也讲过要“利民”，荀子更提倡“富民”，但当“利”与“义”发生冲突时，儒者会毫不犹豫地选择站在“义”的一方。“不义而富且贵，于我如浮云”^{[9]116}；“（生与义）二者不可得兼，舍生而取义者也”^[10]等豪言壮语道出了儒者的道义精神。董仲舒则认为“养莫重于义，义之养生人大于利矣”^[11]，得出了“义重于利”的价值取舍。至宋明理学时期，儒家基本上持重义理、灭私利的义利观。朱熹的理学伦理体系提出了“存天理，灭人欲”的命题；陆九渊则持“私义与公理，利欲与道义，其势不两立”^[12]的立场。

传统儒家的“义”的内容十分广泛而具体，主要强调的是行为主体应承担的社会责任，并把这种责任要求内化为自觉的道德义务。首先，“义”是公正合宜的道德举动，是符合事物发展本来面目——“天道”——的体现，因此人们都应该遵循；其次，“义”是合乎公利、公益的思想和行为；再次，儒家之“义”强调的是人与人之间、人与自然界之间相互协调、协作之义。因此，儒家更注重人们经济行为的相互协调协作，反对不择手段的竞争。

（二）中国传统儒商的精神

我们知道，世界上各个民族、国家都有自己独特的文化传统，这些文化传统反映到经济生活中，给不同民族和国家的商业精神打上深深的民族文化的烙印。受儒家文化影响，中国传统社会出现了一批受“以儒家为代表的中国传统文化的影响，具有良好的文化道德素养和优秀的经营才能，其经营理念和行为方式体现出儒家文化特色”的儒商^[13]。当代学术界对儒商精神的研究颇丰，对儒商的精神价值取向我们可以大致归纳为以下四个方面：

第一，义利统一的道德情怀。不同于西方商人、犹太商人的以利益为导向，儒商特别强调“财自道生，利缘义取”，提倡“义然后取”的具有君子风范的生财之道。在“义”字当头的环境里，儒商有时为了取义可以舍利，甚至牺牲大利在所不惜。《云南大理喜洲杨氏家谱》记载了杨氏祖先在清乾隆年间，为填补义仓而使自家生意亏损的事迹。杨氏深谙“以义为本，利自生焉”的道理，在经营中坚守义的原则，在其自家生意取得成功后，主动经营当地义仓，“每当青黄未接之秋，平糶仓米，以平市价，贫民便之……”^[14]。儒商们此类义举在史志中比比皆是，不胜枚举。义举耗费了他们大量资金，有些甚至倾家荡产，但当时许多商人仍乐此不疲，这不得不说是儒家文化对传统商人精神巨大影响力的体现。

第二，克勤克俭的奋斗精神。余英时曾提到，“在中国传统文化中，勤（industry）俭（frugality）是最古老的训诫。”^{[15]324}“克勤克俭”的勤劳简朴精神一直是中华民族的传统美德，“成由勤俭破由奢”也成为中国民族一直遵从的训诫。中国传统社会一直强调“以农为本”，以农耕为主的经济基础，有利于造就人们勤奋耕作，不怕艰辛的价值取向。因此，艰苦奋斗的创业精神也是中国传统商德的一个内容。另外，中国传统社会中人们从商，往往是因为生存条件恶劣，生活无法维系而作的迫不得已的选择。古代商人大多以小本起家，唯有不惧艰难险阻，勤奋实干才能成就一番事业。

第三，和厚生财的人际关系。中国传统儒学十分强调人际关系的和谐，注意营造稳定、互利互惠的人际关系。孔子提倡“仁爱”，强调“中庸”，要求“君子无所争”；荀子不仅反对竞争，而且还比较系统地论述了反对竞争的原因及消弭竞争的措施。他说：“夫两贵之不能相事，两贱之不能相使，是天

数也。势位齐而恶欲同,物不能澹则必争,争则必乱,乱则穷矣。先王恶其乱也,故制礼仪以分之,使有贫富贵贱之等,足以相兼临者,是养天下之本也。”^[16]传统商人将儒家提倡的“礼”用于润滑贸易中的人际关系,认为“和”是生财的基本条件,力求创造和祥的气氛,从而减少贸易阻力。对内用宽厚仁爱来增强雇员的凝聚力、积极性和忠诚度,以营造有序关系与和谐气氛,最终换来兴旺的生意。对外,“和”可以塑造商家的仁厚形象,热情待客,广结善缘,以稳定和扩大商业交易的联系网络。

第四,创业传家的家族主义。深受儒家“修齐治平”的人生理想的影响,传统社会儒商并不把个人利益作为商业活动的最终目的,他们往往通过经商来实现兴宗耀祖的抱负,希望将功业传给子孙后代。如山西商人席铭便有“丈夫苟不能立功名于世,抑岂不能树基业于家哉”^{[15]325}的豪言。至明清之际,中国传统社会出现了“伙计”制度,而出于信任的需要,当时雇佣的“伙计”“掌计”多为亲族子弟^{[15]330}。因此,传统商人很多行为均体现出家族主义的特征。他们会不自觉地将家族中的结构形态、治理方式、关系模式及处事方式带入到经营过程中。比如,在对经营实体内部的管理过程中,店内的伙计多为族中子弟,倾向于采取父权家长制的权威领导风格,实行严格的等级差序管理。在与政府关系上,家国一体,倾向于与政府官员维持良好关系。

三、中国现代企业家精神

(一) 市场经济体制下的价值取向

第一,利益导向是市场经济最显著的特征^[17]。不同于传统社会强调道德性,市场经济充分肯定人们追求利益的正当性,维护人们追求物质利益的合理性,强调物质利益是经济发展的巨大驱动力。对于市场经济而言,离开了对各主体自身利益的追求这一内在动因,市场机制就无法启动和正常运转。但是,利益导向具有二重性^[18]。市场经济通过对利益追求这一杠杆,充分调动了人们逐利的积极性,然而,一味逐利也导致拜金主义、见利忘义、唯利是图破坏市场经济的正常运转。

第二,市场经济体制的发展确立了现代社会自由平等的价值观念,同时出现人的“物化”现象^[19]。市场经济的运行瓦解了自然经济时代所特有的人与人的依附关系,摧毁了传统社会等级森严的社会结构,打破了长幼有序、尊卑有别的文化价值观念。它用货币关系、物质关系代替了人对人的依赖。市场活动的参与者一旦步入市场,不论出身、地位,大家在法律面前一律平等。交换什么、按照什么条件交换、成交量的多少等,都是买卖双方的自愿结合^[20]。商品的交易是出于人们自愿与自由的结合,只有保障市场上经济主体的自愿自主原则,才能保障市场经济正常运转。但我们也应注意到,当人自身的价值通过物质来表现的时候,人的“物化”现象也随之出现。人的“物化”表现为人的关系与社会生活以商品交换的原则为唯一原则,使生活失去了人性的关怀和人情的趣味。

第三,市场经济的发展促进竞争,带来创新。竞争是市场经济重要的特征之一。市场是具有自身独立意志的经济主体或不同产权利益主体之间进行交易的场所,这就决定了不同经济主体之间在逐利过程中的相互排斥性^[21]。市场只接受符合社会实际需要的产品,谁的产品符合市场需要,性价比更高,谁就会占领市场在竞争中处于有利地位,否则就有被淘汰的危险。市场竞争的法则是“优胜劣汰”“适者生存”。正是在竞争中,社会资源流向富有竞争能力和充满活力的部门,从而使社会资源配置得以优化,社会生产力得以提高。同时,竞争还培养和造就了人们的创新意识和创新精神。在激烈的商业竞争中,机会稍纵即逝,为了抢占先机,企业家必须不断地推陈出新,使产品更新换代,才能在争夺市场残酷竞争中占得有利位置。而任何墨守成规,犹豫不决者都可能使自己失去优势而被逐出竞争行列。

第四,市场经济的发展,造就了现代社会的法治观^[22]。就市场经济的运行而言,市场需要竞争,而

竞争有序就需要法律的强大保障。如果没有以法律为后盾，很容易就会出现违反商业道德和商业秩序的不正当竞争，破坏市场经济的正常运行。因此，必须以立法的形式，运用法律手段保护公正、合理的，自由竞争的市场秩序。同时，市场经济是一种以交换为基础的经济形式，交换的达成遵循的是经济主体间签订的契约，因此，经济关系的契约化也是市场经济的另一个重要特征。无论是契约的原则、标准，还是契约效力的保障都必须通过法律来确认和保障。因此，市场经济的发展要求有一个完备的法律体系，从这个意义上讲，市场经济也就是一种法制经济，必然要求人们树立法律意识和守法观念，改变那种在传统社会中所形成的“重人治、轻法治”的传统观念。

（二）中国市场经济条件下的企业家精神

中国已经进行改革开放三十多年，期间一大批优秀企业家成长起来。国内外学者对中国现代社会企业家精神也进行了大量的调查研究。林左鸣、吴秀生^[23]认为，中国现代企业家精神可概括为：进取精神、创新精神、契约精神、诚信精神、敬业精神、奉献精神 and 民族精神。丁海芹、李丽梅^[24]认为，勤奋、竞争精神及较强的社会责任意识是现代中国企业家的特点。Rozell、Scroggins 等人^[25]在对 25 名企业家 MBA 学员进行问卷调查后，认为中国现代企业家具有积极向上、勤奋好学、专业、果断以及重视关系，具有较强的集体化倾向等特质。

据此，可以将中国现代企业家精神概括为三点：

第一，勤奋进取。对个人利益的合理追求被赋予了道德意义之后，越来越多的人投入到自主创业的行列中，他们不再耻于言利，而是希望通过自身努力致富，从而实现自身价值。同时，秉持着中华文化的优良传统，中国创业成功的企业家大都勤奋努力。这种勤奋努力不仅体现在对工作认真负责，有极高的工作热情，还体现在他们不断地学习、自我完善。

第二，具有创新意识。在社会变革中，经济结构以及全部社会生活变化十分迅速，新事物层出不穷。也正是这种迅速的发展变化推动着社会不断向前发展。市场经济的发展必然要求打破在自然经济条件下所形成的“天不变，道也不变”、“祖宗之法不可变”的墨守成规思想，树立变革的观念。以变革求生存，以变革求发展，从而推动整个社会经济向前发展。

第三，社会责任感强。在现代社会中的企业家，不再是传统社会中以光宗耀祖为首要目标的商人。在中国市场经济不断完善中，中国现代社会的企业家更注重现代社会责任承担，不仅主动发布企业社会责任报告，也更积极地投入到社会慈善事业中，用实际行动为实践义利统一的价值观。

四、中国传统社会与现代社会企业家精神比较

（一）传统社会与现代社会企业家精神异同

在社会认同方面，传统社会的“轻商”观已转变为现代社会对企业家群体的崇拜。传统社会中有“士农工商”的职业之分，四者之间的排序也表现出高低贵贱的政治秩序差异。“四民”之中，以“士”贵而“商”贱，这种等级秩序从前秦一直延续到明清时期才逐渐有所改变。但是，即使在商业发达的明清时期，出现了“四民不分”或“四民相混”的状况^{[15]296—308}，商人的社会地位依然没有超越“士”的社会地位。而在现代社会中，随着社会分工越来越细致，职业的选择也越来越多样化，企业家成为社会经济发展的重要力量，越来越受到人们的尊重。对于企业家的重要性，熊皮特认为，发展的创新就是建立一种新的生产函数，而将新的生产要素和生产条件引入经济体系，实现企业创新的正是企业家。近现代社会的经济发展史，就是一部企业家创业和创新的历史。企业家为我们创造了新的产品、新的技术，更在交往方式和价值观念上改变了人们的生活。当今社会，一个国家和地区的经济是否能快速发展，最关

键的因素是这个国家和地区人口中的企业家精神是否能充分发挥,企业家们是否在进行创造性的工作。

在目标使命方面,传统的家族主义已转向现代的社会责任理念。家族主义的价值支点在于维护家族利益,认同家长权威。传统社会人们经商,更多的是希望通过自己的商业活动来创家立业,以自己的财富和成就来光宗耀祖。这种价值追求体现了中国传统文化和社会生活对“家”的强调。中国传统社会是以家国一体的模式构筑的,国是扩大的家,家是缩小的国。家,在传统社会中,既是个人生命存在之所,也是人生价值实现之地。这种家族本位的价值追求有一定局限性。因为作为承担现实中“小家”的责任和义务总是有限的,过分强调以“家”为价值目标而脱离社会整体时,难免导致观念的偏狭和行为的局促。而现代企业,作为社会经济的细胞和器官,作为一种高度人格化的组织,早已成为市场经济的主体,成为现代社会的主角。企业的发展,离不开各种社会资源的投入,因此,企业这种组织形式也应当承担相应的社会责任。概括来讲,企业的经营活动涉及三个方面:与企业发展息息相关的内部员工;与企业收益没有必然联系的外部人员,其中包括同代人群和代际人群;对环境的保护和对稀缺资源的合理利用。因此,现代企业的目标和使命不能仅仅局限于为企业所有者谋利,更应该将自己作为一个所有利益相关者的联合体,向所有受其经营行为影响的利益相关者负责。企业家的责任不再是追逐家族利益最大化,而是要均衡考虑承担相应的社会责任。因此,企业家的社会责任意识成为现代企业家的价值支点。

在约束机制方面,现代社会已经完成从传统人际诚信到现代制度约束的转换。中国传统社会,“诚”与“信”分属不同的层次。“诚”,更多指的是“尽己”或“尽心”,是天人关系达到天人合一而为诚。“信”,涉及的是人与人的关系,即对他人许下的承诺要履行,但这个“信”,指的是与朋友的信,至于陌生人之间则不存在“信”的义务。而现代社会所谓的制度约束,即建立于现代契约法则基础之上的诚信,对个体的权利与义务的界定与传统社会人际诚信存在很大差异。现代企业要素投入的具体安排,即企业各要素主体投入要素的方式和份额,称为企业的要素使用权交易契约,该契约是企业权利的来源。另一方面,企业契约也规定了企业应该对各要素主体承担的责任,称之为社会责任契约,用于具体界定要素主体对企业的要求权,即企业应该对各主体承担的社会责任。同时,现代企业发展的关键就是要将家族信任扩展为制度信任,改变传统社会形成的“重人治、轻法治”的观念。法律意识作为一种文化价值观念,作为一种现代人文精神,已经成为社会政治生活、经济生活和精神生活的重要内容。当今社会,随着我国社会主义市场经济体制的不断完善,企业家在对“企业经营者应有的职业道德素质”项目调查上,2000年选择“诚实守信”与“自觉遵守国家法律”的人数比1997年明显增多^[26]。

同时,我们也能从现代企业家精神中找到优秀传统文化的身影。第一,勤奋、吃苦耐劳的拼搏精神。中国的企业家要想成功,必须具有勤奋的特质,能够持续学习,获得新知识,接受新的思想观点和商业规则,个人的勤奋和努力程度是企业家成功的基础。从心态上看,中国优秀企业家大多数雄心勃勃,具有极强的进取心。他们从不满足于现状,有坚定的奋斗目标。他们从不为困难、挫折和失败所吓倒,他们有信心、有耐心、有毅力,同时拥有坚持到底、不达目的决不罢休的精神。所以勤奋、吃得苦、敢拼是古今中国成功企业家的共性。

第二,文化观念强,有较强的社会责任感。中国大多数成功的企业家有较强的文化价值观,对国家历史文化有一定的认知,在商业行为中能够把中国文化和外国文化融合在一起。这得益于中国传统儒家文化“修身、齐家、治国、平天下”的文化熏陶和历史积淀。中国成功的企业家往往不计较个人利益得失,他们有很强的社会责任感,愿意为社会公益贡献自己的力量。例如,李嘉诚、邵逸夫等,他们在取得商业上的成功后,往往不惜斥巨资投入到社会公益项目。他们具有的特质依附于中华民族传统文化背景之下,有很强的民族性,总体上都表现出较高的道德品质。

五、当代企业家精神的培育

（一）培育企业家树立创新意识

创新作为企业家的基本职能之一，是由市场经济环境所决定的。有创新意识的企业家往往能准确而不失时机地在瞬息万变的市场经济环境中寻找、发现新的商机。因此，企业家的自主创新意识是企业创新的必然要求。

具有创新意识的企业家，能够不断地在企业组织结构内部进行调整和改革，实现生产要素的新的组合，降低生产成本，提高生产效率，进而提高企业自主创新的竞争力。现代科技的迅猛发展使市场竞争的领域和方式都发生了巨大的变化，谁拥有较高的创新水平谁就有机会赢得未来市场。在这一过程中，企业家要发挥领头和纽带作用，一是充分发挥“创造性的破坏均衡”的力量，发现和消除市场上的不均衡；二是独具慧眼地发现具有市场价值的新技术、新工艺，并有魄力及组织能力将新技术、新工艺创新地引入生产，把科学技术由潜在的生产力变为现实的生产力。

（二）构建学习型企业伦理制度

在知识经济时代，企业管理、生产等专业知识是企业经营及创新的重要推动力。一个不断学习的企业，才有持续不竭的创新能力，才能始终站在社会发展的前沿，才能及时发现自身落后的生产、组织形式，进而对自身改革，顺应潮流发展。在组织内部建立完善的学习机制，使企业组织在个人、工作、团队及整个系统上得到共同发展，才能形成“学习—改进—建立新的竞争优势”的良性循环。正如管理大师彼得·圣吉所言：“未来真正出色的企业，将是能够设法使各阶层人员全心投入，并有能力不断学习组织。”^[27]

（三）建立有利于企业家精神形成的政策环境

企业作为一个经济主体，其运行机制的形成与行为方式与其外部环境密切相关。政府在企业家精神培育过程中扮演了重要角色。企业家精神的成长和发展，很大程度上取决于政府和社会为其所提供的社会结构方式，以及社会调控手段的内容和方式。政府应该充分鼓励并支持企业家为培育企业家精神所作的决定与策略，制定良好的市场政策，完善市场机制，为企业创新和发展提供优质的服务和平台。

（四）培育认同企业家精神的社会价值观

培育认同企业家精神的社会价值观，对一个国家或地区企业家精神的形成有举足轻重的作用。对企业家精神的培育，社会各界应予以理解和支持，营造敬佩企业家精神的文化氛围。企业家精神只有在一个能够欣赏、助长它的文化环境中才能形成和成长。鼓励发展企业家精神，要有一个能够宽容企业家成长的环境，企业家的一时失误可以被宽容，但保守守旧注定要被淘汰。

参考文献：

- [1] (美) 彼得·德鲁克. 创新与企业家精神 [M]. 蔡文燕, 译. 北京: 机械工业出版社, 2007: 1.
- [2] Morris M, Schindehutte M. Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: an examination of six subcultures [J]. Journal of Small Business Management, 2005, 43 (4): 453-479.
- [3] 汪岩桥. 经济伦理与企业家精神 [J]. 山东财政学院学报, 2002 (5): 10-14.
- [4] 杨江, 戴林. 中国企业家精神与企业家行为理性化 [J]. 管理世界, 2000 (5): 116-121.
- [5] 江春, 周宁东, 张龙耀. 中国企业家精神的动态变化与政策支持 [J]. 财政研究, 2012 (5): 69-72.
- [6] 彭贺. 中国传统商人精神的现代性转换 [J]. 经济管理, 2008 (7): 10-13.
- [7] 张晓峰. 传统文化与企业家精神 [J]. 南京财经大学学报, 2004 (3): 41-45.
- [8] 王玉生. 中国传统经济伦理思想的近代演变 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2007: 92.

- [9] (春秋)孔子. 论语 [M]. 齐冲天, 齐小乎, 注译. 郑州: 中州古籍出版社, 2008: 71.
- [10] 杨伯峻. 孟子译注 [M]. 北京: 中华书局, 2008: 205.
- [11] (汉)董仲舒. 春秋繁露 [M]. 张世亮, 钟肇鹏, 周桂钿, 译注. 北京: 中华书局, 2012: 330.
- [12] (宋)陆九渊. 陆九渊集 [M]. 钟哲, 点校. 北京: 中华书局, 1980: 183.
- [13] 唐凯麟. 传统儒商精神与现代中国市场理性建构 [J]. 湖南师范大学学报(社会科学学报), 1998 (1): 6-11.
- [14] 郝继涛. 明清时期的商业伦理体系 [J]. 山西财经大学学报, 2004, 26 (4): 17-21.
- [15] 沈志佳. 儒家伦理与商人精神——余英时文集: 第三卷 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004.
- [16] (清)王先谦. 荀子集解 [M]. 沈啸寰, 王星贤, 整理. 北京: 中华书局, 2012: 151.
- [17] 徐培华. 市场经济的义利观——市场经济与义利思想 [M]. 昆明: 云南人民出版社, 2008: 1.
- [18] 方春英, 刘抗强. 论市场经济的资本精神——对资本的伦理思考 [J]. 武汉科技大学学报(社会科学版), 2001 (4): 126-128.
- [19] 段治乾. 略论市场经济的制度伦理原则及其特性 [J]. 中州学刊, 1997 (4): 73-77.
- [20] 张传平. 市场逻辑与文化价值观念的构建 [J]. 学海, 2006 (2): 15-17.
- [21] 乔法容, 朱金瑞. 经济伦理学 [M]. 北京: 人民出版社, 2004: 65.
- [22] 李震寰. 权衡. 市场经济特征论 [J]. 社会纵横, 1993 (4): 14-15.
- [23] 林左鸣, 吴秀生. 中国企业家精神特质及其建构条件分析 [J]. 云梦学刊, 2005 (5): 52-58.
- [24] 丁海芹, 李丽梅. 基于归因理论的中国企业家特质分析 [J]. 中国商界, 2010 (8): 229-230.
- [25] Rozell J E, Scroggins A W, Guo A. Perceptions of the characteristics of successful entrepreneurs: an empirical study in China [J]. International Journal of Management, 2011, 28 (4).
- [26] 高波. 文化、文化资本与企业家精神的区域差异 [J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学), 2007 (5): 39-47.
- [27] (美)彼得·圣吉. 第五项修炼——学习型组织的艺术与实务 [M]. 郭进隆, 译. 上海: 上海三联书店, 1998: 4.

The Comparison of Traditional Confucian and Modern Entrepreneurship

Li Yijing

Abstract: As one of the engines of economic growth, many people have paid much attention to entrepreneurship. In the significant social change, Chinese entrepreneurship is also in the transition from the traditional Confucian entrepreneurship to modern entrepreneurship, with the social value being diversified. This research explores the potential discrepancy of the traditional Confucian entrepreneurship and modern entrepreneurship in terms of social status and objectives. In addition, it offers suggestion on how to cultivate the modern entrepreneurship.

Key words: Confucian idea of moral and profit; Chinese traditional Confucian entrepreneurship; idea of moral and profit in market economy; Chinese modern entrepreneurship

(收稿日期: 2015-12-20; 责任编辑: 朱世龙)