

刘茂才/文



消费并快乐着

——《创富新思维：消费商时代》连载（十一）

理性消费与非理性消费一直是消费观念中存在消费者中的一个非常普遍的社会现象，而且我注意到我国人民那种非理性消费的观念是比较普遍的，有钱的人讲排场、讲阔气消费，据说世界上价值2500万美金的豪华汽车总共只有五部，而中国就有三部，这确实是一种畸型消费。还有一些有钱的，一是色，二是赌，三是毒，还不能说是普遍的，但也决不是偶然的。尤其是一些赌徒，在国内没有机会就到国外赌博的现象也时有发生，这决不是健康的、健康的消费，所以我们强调理性消费的引导，同样是非常现实的，而且是针对性非常强的消费理念。

消费商行为是与资源节约型和环境优化型社会建设一脉相承的。消费商行为是基于和谐社会、经济繁荣和生态文明的客观要求而产生的，消费商以谋求社会福利最大化为价值追求，将主动承担起促进资源的节约、杜绝资源的浪费、降低资源的消耗、提高资源的利用率等社会责任。

随着人们的生活水平普遍提高，商品供应日渐丰富，人们的生活水平普遍提高，消费结构呈现出开放性、多样性的变化。消费观念也同时，落后的、愚昧的、腐朽的消费观念和消费方式，也会出现并形成严重的危害，比如讲排场、讲阔气、讲铺张的消费，盲目攀比的消费决不是偶然的、个别的，尤其是黄、赌、毒的消费，同样不同程度的存在着。酒消费，更有所谓的酒鬼斗殴现象等不文明消费，同样不是偶见的。

消费商行为应以促进消费者理智消费为宗旨，有利于减少和消除各种畸形消费，代之以理智消费引导消费者健康消费、和谐消费、理性消费，这有利于有针对性地组织消费品的供应，更好地满足消费需求，促进消费者的身心健康，提高消费者的文明消费、理性消费、快乐消费。

以儒商精神规范消费商行为

我们认为优秀的消费商行为，还应当大力提倡儒商精神。何谓儒商精神？这确实是一个极有意义的命题，我们曾提出儒家文明与亚洲经济模式的思考，引起了众多的学者的关注与重视，而这个全球关注的重要命题的求解，我国的市场经济是在儒家文明的泛土里发育完善起来的，而在人本经济发展过程中形成的消费商，其消费商行为自然要以儒商文明规范其行为。

文化依赖一定的物质基础，并在一定的物质形式下传播，经济也依赖一定的文化给予精神动力、智力支持、思想保证和舆论环境而发展。众所周知，现代市场经济以公平竞争为前提，以法制为保证，以等价为原则，以利益为宗旨，以开拓创新、个性发展为要义，为物质财富创造活动规范了基本信条。从这个意义上讲，提出了一个不同的价值观，市场观的问题，以美国为代表的西方文明构建的市场经济模式，有我们正在思考的以中华文明为代表的市场经济模式，何谓儒商？何谓儒商精神？同样是我们规范消费商行为的一个重要问题，与之相悖的就是骗商，骗商与骗商，是一个相对立而又是我国在市场经济条件下，确实存在而且又倍受人们关注的一个社会现象。

我之所以提到骗商，这是我国社会倍受消费者关注的一个问题。假、冒、伪、劣商品冲击着优质商品，尤其是那些骗商们，他们为骗取暴利，以假、冒、伪、劣商品非法进入市场，坑害消费者，这种现象确实不是个别现象，而带有一定的普遍性，虽然我国政府尤其是商业主管部门，为此作出了相应的法规和强有力的打击措施，但真可以说是屡禁不止，尤其是假药、假名酒、假名牌服装、假高价食品等坑害消费者，更是不能容忍的一些违法行为，时有发生。至于盗版非法出版物，更是为时下市场非法获取暴利者，同样屡禁不止，所述这些，已不能以骗商而言，它应当是犯罪行为了。

骗商，在我国消费市场，之所以有极大诱惑力，就是那些骗商们，他们经过精心地策划，用看起来高明，实际并不高明的恶劣手法行骗。正如有的骗商说：中国这么大，此处被打击彼处同样有市场。现在更有高明的骗商，他们以中大奖之类的手法，瞬间骗取大额钱财，同样屡禁不止，他们往往是一个团队的组织系统行骗，情节更严重。

本人就收到过几十万元大奖之类的抽奖证书，要你进行所谓的公证，先要以几万元的公证支付，还要你信用卡密码、开户银

行账号等并说只要你开户银行账户和密码号打来，就可以把中奖的几十万人民币打在你的银行账户上，其实如果不加一个心眼，那你心理重的人，如果对此不加一个心眼，那我银行账号上的钱他就可以全部取走，我遇到过这样的事，也听说过就受过过这样的大骗，如此等等，需要我们高度重视、提高警惕。

与骗商相悖的就是儒商，我国在走向市场经济发展的快车道上，需要发扬儒商精神，需要儒商，这确实是发展社会主义市场经济的需要，是构建和谐文化、和谐社会的需要。关键是何谓儒商？何谓儒商精神？传统儒商与现代市场经济条件下的新儒商如何理解，这确实是需要我们认真研究与思考的一个理论与现实问题。多年来我们一直在思考儒家文明与亚洲经济模式的构建，而这一模式如果成立的话，那么在微观层面上，就有一个如何理解新儒商与儒商精神的问题。

我注意到电视上连续放的晋商提出的“信、义、利”通天下，这只是儒商的一种表述，也有学者表述为：“仁”、“义”、“礼”、“智”、“信”五字概括儒商与儒商精神。

儒商与儒商精神它的同一性与差异性。

何谓儒商呢？国内至今没有统一的表述，有的学者认为儒商的本质的规定，就是具有儒家人格、价值观、道德观并体现在经商过程中的商人，也有的学者认为儒商是具有儒家思想和观念的商人，也有的学者认为，具有中国文化特色的商人称之为儒商等，说法各异，更有的学者认为儒商应当是有传统儒商与现代儒商之别，现代不同于传统是它更具时代特征，这就是具有现代人文道德、社会责任、现代创新意义的企业家。其特点是：以德为立身之本，坚持实践统一的价值观念，勇于竞争、善于竞争，以人为本的管理具有开拓创新的企业家，称为具有儒商思想、品质、人格的现代企业家等，都可称为现代儒商。

所谓“儒”，就是“人+需求”，关注人真实的需求，就能带来财富。

马来西亚有一位房地产商，叫李防之。他与与众不同的地方就在于从儒商思维把握了消费商精神。他总是一个人花很长时间精心选择地点，自己规划，从土建开始到最后装修结束，都亲力亲为，而到销售给别人，还有很长一段时间。他一定要把自己当成一位消费者，住进自己完成的房子，让自己一家真实地生活在里面，看看装修质量有没有问题，哪里还有不方便的装修，哪里还有需要改进的地方，从整体到细节，都以最挑剔的眼光来看，达到自己满意的程度才进入销售的程序。

尽管比起别人来，并没有那么大的规模和速度，但是他却因为厚道而赚了很多的钱，也赚了很多的口碑，在竞争激烈的吉隆坡房地产业树立了品牌。更重要的是：他为了工作而去生活，有事业目标而又懂得享受生活，家庭和睦、身体健康，确实值得国内的企业家学习。

何谓儒商精神，同样表述各异，有的学者认为所谓儒商精神是指具有儒家思想并运用到商业经营活动过程中形成的企业文化精神，也有的学者认为它是企业家应具备的思想境界和行为风采或者是指儒家思想道德化的商业行为，从中国传统文化的整体看来，从对工商界有积极影响的角度看，儒商精神称为具有儒商思想的商业精神。其内涵为：博施济众、依群利己的经营宗旨，以人为本的原则取利，诚信为本的商业道德；以和为贵、和气生财的经营方法和经营特色；变化日新、自强不息的敬业精神。也有的学者认为儒商精神对市场经济的积极作用，主要表现在以下几个方面：易经理论的基本原则；可持续发展战略的主要支柱；中华民族振兴经济的原动力；共同富裕的价值理念等。

儒商精神的实质。有的学者认为：儒商精神是自然经济条件下的产物，它在商品生产和商品交换活动中形成的原则和精神，它是我国传统文化在商品生产和商品经营过程中升华为适应市场经济发展的商业精神等。但有的学者认为商业精神与企业精神，并不是等同的概念，商业精神显然是指商业活动过程中形成的一种精神，包括制度层面、价值观念、理念等，组织层面的行为方式等而企业精神则是企业活动过

编者按

《创富新思维：消费商时代》反映新经济领域里处处为人所见而又易被忽略的消费商现象的一本书，力图整理挖掘大量事实依据，为消费商作理论上的定义，填补经济理论的一项空白。作者：刘茂才，著名经济学家、地质学家、社会学家，原四川省社会科学院，原四川省第九届全国政协委员，人力资源研究领域的顶尖专家。是中介论的提出和论证者，“消费商”一词的提出者。

程中形成的企业精神，关键是创业、创新精神、理念等，企业生产经营过程中形成的一种企业精神，同样体现在制度层面、价值观念、组织层面上。

但有的学者认为：物质层面、制度层面、观念层面，都是从不同表述的方式讲的企业精神，更有的学者认为这些表述太复杂，其实企业精神就是创新与冒险精神，等等。但这样表述又如何与儒学思想联系呢？这同样是人们普遍关心的一个问题，比如儒学的天人统一观、天人和谐观、天人相通观对我们现代的企业家来讲，学会从培育自然中发展经济，从传统的只注重经济效益的所谓利益最大化形态，到经济社会效益整合发展经济思想应当是具有极其重要的现实意义。

又比如儒学伦理哲学强调做人的重要性，做人的根本问题是处理好三种关系：天人关系、人自身与思想的关系等，它不仅对构建和谐社会，对促进经济发展，同样是极为重要的儒学思想。我们所说的儒商精神，当然是融入儒学思想的企业精神，我们所说的儒商精神当然是融入儒学思想的儒商精神。

总之，我们提出的儒商与儒商精神，看法各异，需要我们做一些深入的研究与思考。我们只是提出问题，并没有一个满意的答案，我们希望由此能引起人们的关注与重视，更希望学者同行共同讨论，提出不同的意见，使我们为弘扬中华文明，实现中华民族的伟大复兴作出应有的贡献。

我们常常在想一个问题，儒家思想最重要的一点就是诚信为本，而且诚信做人、诚信做事，它是儒学伦理思想的重要范畴之一，更是消费商规范商业行为的一个重要原则，泛指诚实不欺、讲信用的品德。讲信用、守诺言是中华民族的美德。

民无信不立，取信于民，事业兴，失信于民，则事业衰。所以学会做事，首先要学会做人，诚信为本，这是做人的最基本原则，更是事业兴的根本。国际华商500强排列第7位的香港新世纪发展公司把他们的成功归结为：“守信用，重诺言，做事勤恳，处世谨慎，饮水思源，不应见利忘义。”

其儒商的核心还是一个诚信，没有诚信，一切都无从谈起，可是现在骗商确实太多了，而且骗商的手段越来越高明，他们几乎把所有的高科技用来骗取钱财，比如手机电话等博彩活动，以满足人们中大奖爆发心理需要，骗取钱财获取暴利者比比皆是。“仁”是儒家伦理哲学的中心范畴与最高道德准则。

仁者、爱人，仁者从仁，仁者体现了人与人的关系，是尊重关怀的基础上获得他人的尊重和关系。“敬人者，人恒敬之”，从长远来考虑，商家对消费者“仁”，消费者也会对商家“仁”，中国著名的药店同仁堂的门口对联就体现了仁的思想：“同声同气，济世济人；仁心仁术，医国医民。”也就是出于对国对民的仁，同仁堂才能经历几百年

的风雨，长兴不衰。目前我们的商家有不少经营活动，不是以仁为核心，而是以利为核心，不以仁对待消费者，消费者何以对商家以仁呢？再者，现在确实有不少骗商，他们为获取暴利，以行骗手法欺骗消费者，而且他们利用高科技手段行骗，更是比比皆是。他们尤其是利用人们的暴发心理、赌博心理行骗，更有时有发现。

义与利的关系，同样是商家与消费者，常常遇到的一个关系问题，是以义得利，还是以利失义。对于儒家伦理思想中，对义与利的关系有明确的阐述。“君子何尝不言利，但不唯利，见利思义，见德思义，兴天下同利，”“君子爱财，取之有道。”孔子说过：“义以生利，利以平民，”这就对“义”与“利”关系的论述。

儒家伦理强调的是先义后利，见利思义，以义求利，主张取之有道，不发不义之财，不做不义之事，坚决反对的是不仁不义，重利家则是见利忘义。然而我们见到的不少商家则是不择手段的唯利是图，见利忘义者甚多，不择手段的骗人之术高明之至。

最近我还见到一个朋友对我说：一个自称北京的大投资商要给我投资，而我这个朋友经营一个水电站项目，急于找投资商投资，所以对对这个所谓北京的大投资商就利用电站经营者急需资金的心理，骗取了几十万元，再也见不到人影了。如此等我听到的，见到的骗商就不少，有的被执法部门依法处理了，但更多的是骗一把不见了。

在市场经济下，我们的法制还有一个进一步完善的过程中，不少骗商利用这个机会行骗，我觉得我们的执法部门，尤其是商业主管部门，要加大打击力度，更要提高全民的素质。

以智取胜同样是儒家伦理的一个重要范畴，“智者、才智”，“言智必及事”，“待物为智”。对万物的认识依赖于智。以智取胜是我们现在的一项重要的战略选择。

“言智必及事”，“待物为智”。对万物的认识依赖于智，企业经营过程中，最重要的是以智取胜，而不是以骗取胜，骗商之所以骗取一些钱财，但这是不义之财，接中国人的传统说法是善有善报，恶有恶报，以善取胜，以智取胜，应当是我们现代企业取胜的最重要的战略选择。同样，消费商更应以善取胜、以亲力和力取胜，从这个意义上和谐、亲和力、真诚、善良是取胜的法宝。

追求生态文明是重大现实的选择

生态环境是人类赖以生存的基本环境，决定着人类能否生存以及能否健康地生存。进入工业社会以来，科学技术和生产力迅猛发展，创造了比过去几千年的总和还要多的财富。然而，科学技术和生产力的提高，又加剧了资源消耗，并以空前的规模和速度破坏着生态环境。消费商企业的产品出于弘扬公共价值的需要，一定会选择具有生物降解性的材料用于包装等有利于环保措施，其行为将有助于人类正确认识自己的需求，减少无益消费和有害消费，减少污染，回收资源，保护生态环境。

我们正在面临一个文明转型与生态文明时期，资源、生态、环境、人口问题是一个全人类面对的危机与文明的挑战性的问题，这是我们思考文明转型与生态文明的重大而现实的尖锐而敏感的问题。

正是从这个意义上讲，我们提出并对文明转型与生态文明的问题，以引起全人类的关注与重视。

(1)全人类正共同面临着一场新的人口、资源、环境危机，而我们更为严重的危机。如果没有新的全球资源配置体系的革新，人与自然和人与人的矛盾正在迅速激化，人与自然的对立矛盾正在增强。如果我们对此不引起高度重视并采取有力的措施，人类就有可能越不过这次文明转型的门槛，党中央提出的科学发展观，也就难以从真正意义上得以实现。

(2)旧工业文明的最后一次挣扎，意味着各国可能围绕即将枯竭的自然资源展开最后一次哄抢，意味着人与自然和人与人关系在短期内可能发生一次更大的碰撞。

(3)中国几千年文明史中，人与自然的矛盾从未像今天这样严重，中国经济社会

的持续发展，中国人口的继续膨胀，开始越来越面临资源瓶颈和环境的严重制约。不仅人与自然的矛盾，而且人与人之间的矛盾在加深并尖锐化程度在增长。党中央关于构建和谐社会的决定，是新时期的治国方略，我们要看到这个问题的尖锐性，更要重视解决方略的研究与思考。

人类的文明转型都伴随战争与流血、文明与野蛮的抗争史，使我们看到了人类文明与野蛮的抗争史，实际上就是培育自然与掠夺自然的关系，实际上就是培育自然与掠夺自然的关系。要以培育自然取代掠夺自然的方式创造生态文明。为人类文明构建一个良好的生态文明。

无论是农业文明还是工业文明时期都存在着培育与掠夺自然的两种发展观，只不过在农业文明时期对自然的掠夺带有渐进性、破坏性。由此不难看出，由农业文明向工业文明转化的进程，虽然是全人类财富急剧的增长过程，但同时也是自然资源的掠夺性开发的野蛮行为急剧增长的时期，一个是对资源掠夺的急剧性增长，使人类与自然的对立也是一个急剧增长期，也就是人们所说的文明转型阵痛期。一个是财富的急剧增长导致了社会财富的占有向少数人集中，从而出现了社会矛盾的急剧增长。

工业文明，它是以科学技术的优势对自然资源的掠夺方式寻求发展，以满足人类对财富的急剧增长的欲望，于是就以极其野蛮的方式开采挖掘出地底深处的几百种矿产资源，将其转化为人类可支配使用的财富，支撑了人口新一轮的膨胀。

又经过几百年的内外战争，逐步建立起了以自由企业为中心的自由民主政体。整个20世纪，人类消耗了1420亿吨石油、2650亿吨煤、380亿吨铁、7.6亿吨铝、4.8亿吨铜。占世界人口15%的工业发达国家，消耗了世界56%的石油、60%以上的天然气和50%以上的重要矿产资源，全球各国各民族间出现严重的不平衡。

为获取资源与市场，工业文明的先国家以枪炮打开了地球上其他民族和国家的大门，迫使一切后进民族走向工业化之路。近代中国为实现民族的文明转型由中国共产党执政，中华民族才开始了一场艰难的工业化运动，从而开创了中国大地的革命性变革。

改革开放30多年，中国的工业化进程更加突飞猛进。从1990年到2001年，中国石油消费量增长100%，天然气增长92%，钢增长143%，铜增长189%，铝增长380%，锌增长311%，十种有色金属增长276%。这样的消耗速度，迅速耗尽了国内的资源。

中国人口占世界21%，但石油储量仅占世界1.8%，天然气占0.7%，铁矿不足9%，铜矿不足5%，铝矿不足2%。到今天，我们已经不可能靠国内资源来支撑今后的发展。从消费总量看，到2010年，我国的石油对外依存度将达到57%，铁矿石将达到57%，铜将达到70%，铝将达到80%。

平等和国家的发展，进入了由农耕文明向工业文明的转型期，百年动荡，内忧外患，血流成河。我国的国内资源再也难以支撑传统工业文明的持续增长，我国的环境更难以支撑当前这种高污染、高消耗、低效生产方式的持续扩张。

改革开放的过程，也是我们发展急剧增长的过程，也是我国工业化急剧增长的过程，更是对自然资源掠夺性开发急剧增长的过程，因而也是人与自然的对立急剧增长的过程，同时也是社会财富两极化急剧增长的过程，因而导致了我国人与人、人与社会的矛盾急剧增长的过程，正是如此带来不可低估的社会危机问题。

党中央提出了科学发展观，寻求解决人与人、人与社会、人与自然的和谐与协调发展。全人类正共同面临着一场新的文明转型，如果没有新技术的革命性突破，如果没有新的全球资源配置体系的革新，人与自然和人与人的矛盾将会迅速激化，人类有可能越不过这次文明转型的门槛。对中国而言，如果我们继续沿着当前这种发展模式走下去，将难以解决区域化与阶层的矛盾，将难以解决全球环境化和阶层的矛盾，也许难以解决全球环境化和阶层的矛盾，也许将是幸运的一代人，能看到未来新文明的曙光，它将彻底实现人与自然的对立；我们也许是最不幸运的一代人，因为我们可能将经历一场人与自然彻底冲撞后的劫难。

呼唤新的生态文明，避免重蹈历史灾难，虽然这是一个全人类考虑的重大问题，更是我们中国的生产商和消费商不可回避的重大而现实的选择。

(待续)