

回归原典 古为今用

——葛荣晋先生新著《老子的商道》评介

贾来生 盖建民

《老子的商道》由辽宁人民出版社于2011年1月隆重推出。该书作者葛荣晋先生长期从事中国哲学与东亚实学教学与研究，著述甚丰。葛先生近年来致力于儒道传统智慧与当代社会的研究，出版了一系列的相关论著，例如《儒商——孔子的德性管理》、《道商——老子的水性管理》、《法商——韩非的刚性管理》、《兵商——孙子的智性管理》等等，将中国古典哲学与现代企业文化和企业管理理念相融通，进行现代诠释，《老子的商道》即是作者打通国学与管理、融合经典与现代的又一力作。它既可以说是传统国学的新解读，也可以说是商业哲学向传统文化回归的一次有益探索。该书视野独特，深入浅出，是一部系统探索老子与现代商业之道的最新成果。细细读来，笔者以为本书有如下几个方面的特色：

其一，视界之新颖。近年来，随着传统国学和企业管理的异常热门，各大名校竞相开办国学培训班和MBA培训班，有关国学和企业管理的著作时有问世，但将二者联系起来系统研究的高品位的学术著作则少之又少。该书作者思维敏捷，善于发现学术创作领域的盲点，在企业的管理哲学由向西方学习转向传统学习的历史际遇下，将国学特别是“道学”和企业管理两个新兴热门的交叉领域实现有机转换与融通，将老学与商业之道这两个看似相距甚远的话题有机勾连起来，选题可谓大胆与巧妙，独具匠心。我们知道，任何科学的研究，特别是社会科学的研究，研究视界或者视角的选择至关重要。伟大的科学发现和成果，往往是运用了新颖视角的结果。作者既没有孜孜于国学特别是道学的训诂批注，也没有迷恋于西方的现代商业管理案例，而是由术（管理技术）及道（管理哲学智慧），在管理哲学的平台上将二者水乳交融、融为一体。当然，高水平著作的意义不仅仅在于自身的内容体现，它

还能给读者提供久远的思想启迪与智慧。

其二，熔铸古今。作者驾驭古今，融通传统与现代，运用了大量的古典哲学文化和现代商业经营的经典案例，其功力怎一个“深”字了得！例如，作者在总结老庄理想人格的不足并谈到在历史上长期与儒法互补时画龙点睛的引用了王夫之的话：“得志于时而谋天下，则好管、商；失志于时而谋其身，则好庄、列。”（见该书31页）为了说明“柔弱胜刚强”的实现战略“韬光养晦”思想时，作者更是一口气如数家珍般的引用了周文王装愚兴周灭商、越王勾践卧薪尝胆灭吴、司马迁宫刑之辱、冒顿忍辱灭东胡、司马懿忍辱取胜五个生动有趣的历史故事，尔后又恰当的运用德鲁克等管理大师的管理思想和案例予以诠释。又如，作者深刻参悟老子“水善利万物而不争，……居善地，心善渊，与善仁，言善信，正（政）善治，事善能，动善时”的原典真谛，巧妙生发出企业家乃至现代人的理想人格分别应该是舍即是得，谦卑柔弱，淡定心静，仁慈待人，诚信如水，无为而治，会通方圆，动静随时，并最后用“上善若水”一以统之。这种不露声色、潜移默化的厚积薄发功力与方法由此可见一斑。作者功力的深厚还充分表现在其对传统经典与现代管理两个领域长期的深耕细作和自由转换，使得他能够精妙概括深层提炼。例如作者根据被管理者对管理者的感受、评价和对策，把现代企业的管理境界由低到高形象的分为四个等级：“侮之”的“草商”境界、“畏之”的“法商”境界、“亲而誉之”的“儒商”境界、“不知有之”的“道商”的最高境界，这种借用老子思想原典的准确传神的凝练概括，是作者超强思维能力和犀利语言表达能力的充分展现，给人以思想性和文学性的双重享受。

其三，方法之独特。该书采用的主要方法是

经典现代诠释学方法。所谓经典现代诠释学方法，就是力图通过“文本解读”真实地把握原典的“本义”，站在时代精神的高度，以全方位的开放的文化视野，用丰富的人生阅历和现代科学文化知识，努力从中寻找古代经典与现代社会的结合点和生长点。我们知道，文本解读非常重要，每个人都会有一个不同的“《老子》”。作者站在时代的制高点上，以充满时代性的独特眼光对传统国学经典进行审视，从而有了“柳暗花明又一村”的思想感悟。而要熟练运用经典现代诠释学，就必须对于老庄的原典、乃至中国文化的典籍有一个准确的理解和参透，而这正是作者的长处。该方法还要求作者能够深刻理解并娴熟运用国学经典和商业管理知识，还要能够随时在二者之间合理切换、古为今用，而身为中国哲学和管理哲学博导的作者正是实践这种方法的不二人选，因此该书也完全可以说是国学经典现代诠释学的成功典范。此外，作者在研究中国古代最伟大的辩证法大师老子的思想时，自身的思维和创作方法也成为了这种辩证法的熟练运用者。书中无论是谈企业家的理想人格和人生智慧，还是探讨企业家的管理模式和管理境界，处处充满了辩证色彩，如作者提出“唯一不变的是‘变’”的“知变取胜”的观点，强调“知足”与“不知足”、刚柔进退、有无相生、有为无为、顺境与逆境、务实与务虚、“低调做人”与“高调做事”、“做人要圆”与“做事要方”、“仁商”与“狼商”、无形管理与有形管理，等等。

其四，雅俗共赏。在一个快餐文化和眼球经济盛行的快节奏时代里，以及百家讲坛提倡的让文化走近大众的号召下，即使再伟大的经典，如果不能深入浅出、生动活泼地呈现在大众面前，就不但难以转化为现实的生产力，而且很有可能重回历史的故纸堆中，正所谓“言之无文，行之不远”。而该书的一大特色就是作者高屋建瓴、驾轻就熟，善于将最深奥甚至晦涩难懂的道家古典哲理通俗化大众化，以利于传播。这样就难能可贵地兼顾了学术性和通俗性，真正达到了雅俗共赏的效果。作者在自序中引用《中庸》的“极高明而道中庸”批判了两种极端走向的文风：

“在语言表达上，既不能只是‘极高明’的‘深入浅出’，令人高深莫测，也不能只是‘道中庸’的‘浅入浅出’，过于世俗肤浅。”作者把该书定位为“把‘极高明’与‘道中庸’结合起来，以通俗化、大众化的表达方式，阐明圣贤之道，真正做到‘深入浅出’。”例如，作者在通过华西希望集团副总裁傅文阁舍弃中国农业大学 MBA 中心主任而加盟希望集团一例来论述舍得哲学时，风趣地说道：“他以‘舍得’的眼光，主张舍弃‘曹操型老板’，加盟‘刘备型老板’。”（见该书 56 页）又如，作者为了说明企业家在老子“柔弱胜刚强”思想的指导下如何实现由“浮躁”向“清静”的心态转换时，随便举了一首打油诗来说明中小投资者的“浮躁”心态：“看好不买一直涨，追涨买进变熊样。气愤不过又卖掉，卖掉立即又大涨。”读来妙趣横生、妙不可言。俗话说，商场如战场，作者娴熟的运用了诸多兵家和历史上的经典战例，不但形象生动的说明了道家智慧的深刻底蕴，而且给现代企业家的商业管理和商战谋略提供了有益的启示。

《老子的商道》是当下国学与管理热潮下，融合老学之道与现代商业之道的新成果。作者价值中立，批判扬弃，对老庄道学思想并非一味颂扬，而是结合自己博大精深的思想智慧和深刻独到的人生体验，从现代人的切身感受和独特境遇出发，在古今中外的观照中客观准确的予以评述。作者还针砭时弊，充分发挥知识分子的普世关怀价值，批判时下流行的“狼商”文化并着力提倡“仁商”文化，从老子“道法自然”出发强调企业家的环保责任和绿色经济意识，呼吁企业家要创造价值与回馈社会兼顾，倡导“不知有之”的人性化“道商”管理境界。此类新见，散见于书中每一章节之中，丰富了老子之道的蕴涵，读者自然可以凭借自己的阅读与眼力深深地感悟到，无需笔者赘言。

（贾来生，厦门大学 2008 级中国哲学博士研究生，天水师范学院讲师；盖建民，四川大学宗教与社会研究创新基地教授、博士生导师。）

（责任编辑：又小易）