

复旦 管理学家圆桌谈



2017年是复旦大学商科教育创立100周年。

1917年，复旦创设商科，并由预科制公学升格为本科制大学，成为最早将商科教育纳入民族自强自立历史叙事之中的大学。以此为开端，复旦商科开始了一系列“敢为天下先”的创举。复旦商科以“灌输近代商业管理与经验，造就适于实用之商业专门人才”为宗旨，广为引进海归教员，多数课程用英语讲授，1927年首

招女生，同时强调理论联系实践，倡导社会试验，设立“国民合作储蓄银行”，校外均设营业部，业务由商科学生承担，后又成立银行经济研究会、创办商业博物馆……中国管理学研究和教育实践，开始追上世界的步伐。

以百年商科为底蕴，以培养“青年精英、未来领袖”为目标，复旦大学管理学院凭借长期厚实的积累和不断

创新，已经树立起一流的口碑。本次圆桌论坛，我们邀请复旦大学管理学院院长陆雄文、复旦大学管理学院企业管理系主任苏勇，一起聊聊中国管理学界如何与西方管理思想对接、融合，创建具有中国特色的现代管理理论体系，从而对影响与指导中国与全球商业实践与创新，同时培养更多引领产业发展、助力中国崛起、贡献全球商业一体化发展的职业经理、企业领袖和学术专家。

复旦大学管理学院院长陆雄文——

商科是最美的学科之一

■本报记者 唐玮婕

2017年是复旦大学商科教育创立100周年。1917年，复旦创设商科，复旦也由预科制公学升格为本科制大学。经历和参与了其中三分之一历程，复旦管理学院院长陆雄文对于“商科之美”有着独到的见解。他表示，“商科之美源于其同商业实践相向而行。商科解释、指导、引领商业实践的发展，而商业实践推动着世界的发展和人类文明的演进。”

回顾中国过去40年的发展，用“财富大爆炸”来形容，一点都不为过，而商科研究与教育也为这一历程贡献着重要的力量。陆雄文指出，“对于复旦管理学院而言，我们不仅要通过在国际学术、教育排行榜中的进步来证明我们在全球管理教育界的地位，我们更要探究‘中国商业奇迹’背后的缘由与机理，创建中国特色现代管理理论体系，与西方管理思想对接、融合，影响与指导中国与全球商业实践与创新，同时培养更多引领产业发展、助力中国崛起、贡献全球商业一体化发展的职业经理、企业领袖和学术专家。”

界，解读人性与人心。

商科之美在于其柔性。它复杂的知识结构可以不断地重组、再组，从而建立起适应不同时代、不同场景、不同生命周期阶段的企业与商业模式。商科之美在于其自新。几乎没有一个学科如它般与时俱进，乃至每天它都能从实践中获得灵感，每天都在自省，并寻求创新。

商科之美在于其价值。它的任何应用都在改变、创造我们每一个人每一天的工作、学习、生活方式与质



陆雄文 复旦大学管理学院院长

时希腊城邦生活的重要作用，承认商人和手工业者是城邦生活的一部分，是“达到城邦自给自足的捷径”。

在中国，商业虽然早在夏商时期就已经孕育，但独立、自由的大私商则是到了春秋后期才出现，第一个商业繁荣的高峰期更是诞生于汉代。

陆雄文表示，商业实践对世界物质形态和民族文化格局的实质改变源于工业革命，从蒸汽时代，到电气时代，再到互联网时代，世界面貌发生了翻天覆地的变化。美国经济学家德隆的研究表明，人类97%的财富是在过去250年——也就是0.01%的人类时间里创造的。

商科之美，更在于不断地突破和超越自我，在否定的基础上重建，在反省的基础上提升，永远保持最充沛的创造活力。1977年，复旦最早恢复了管理教育，将时代的契机化为前进的动力，过去40年的发展，已让我们跻身亚洲领先商学院之列，同世界一流商学院广泛交流、对等合作，为中国时代培养了一批又一批精英翘楚、商业领袖。

量。美术、音乐、表演乃至建筑都是有美感的学科，可它们理论的演进是缓慢的，应用的时空也受到限制，而商科每时每刻在每一个空间为人们提供着色彩斑斓的生活。

不断反省，不短视、不自私、不傲慢

人类商业实践的历史要比商业学术文明久远得多。远到美索不达米亚文明时期，就有商人活跃其中，为人们的生活提供必要的交易纽带。希腊是西方商业文明的源头，那里独特的地理条件促成了海洋城邦商业文明的兴起，并且孕育出欧洲第一个先进文明——雅典，以及第一个来自欧洲的帝国——马其顿帝国。

古希腊哲学家色诺芬、柏拉图和亚里士多德都充分观察到商业对于当

美国经济学家戴尔德丽·麦克洛斯基的研究表明，过去200年中，全球人均日收入提高了10倍，从3美元变为33美元，而且某些国家增加更多，高达30倍。对最近200多年来人类财富的积聚增长，她称之为“财富大爆炸”。

而中国过去40年的变化，用脱胎换骨、翻天覆地和“财富大爆炸”来形容，一点都不为过。“我们从1976年国民经济处于非常困难之中，经过改革开放，自主创新，迅速成长为世界第二大经济体。2016年中国的GDP是11万亿美元，紧随在美国的18万亿美元之后，是仅有的两个GDP超过10万亿美元的国家。全球一些重量级的商业榜单上，也越来越多地出现了中国企业、中国企业的名字，而且排名也越来越靠前。”陆雄文说。

然而，他也指出，与商科研究与教育相伴而行的实践也因人性的缺陷而易陷入伦理的泥潭，其一在于它的功利，其二在于它的狭隘，其三在于它的傲慢。要克服这三者，就要不短视，要着眼于长远而不只顾眼前；不自私，不以牺牲他人和社会的利益而谋利；不傲慢，不试图用商业力量去影响一切，不因商业成功去掌控一切。

陆雄文表示，商科之美，也在于它总是不断发现人性的弱点，然后不断去反省、去弥补、去规范、去修炼，让人性之美发扬光大，让人性之陋得到约束。这也是过去100年商业实践与商业研究发展的基本轨迹。

指导商业实践与创新，助力中国崛起

在陆雄文看来，商科之美还在于它的创新创先，与科技进步相互依存、相互促进。没有商业实践，科技成就很大部分会被束之高阁，或成为博物馆的展品，或成为少数精英阶层的自给自足的道具。没有商业实践，科技创新会缺乏灵感来源，会缺乏有效转化与应用，会缺乏内在价值的充分实现与繁殖增长。从福特公司开创汽车大众消费时代，到亚马逊、阿里巴巴的成功，无不证明了这一点。

1917年，复旦首设商科，成为最早将商科教育纳入民族自强自立的历史叙事之中的大学。以此为开端，复旦商科开始了一系列“敢为天下先”的创举。

复旦商科以“灌输近代商业管理与经验，造就适于实用之商业专门人才”为宗旨，广为引进海归教员，多数课程用英语讲授，1927年首招女生，同时强调理论联系实践，倡导社会试验，设立“国民合作储蓄银行”，校外均设营业部，业务由商科学生承担，后又成立银行经济研究会、创办商业博物馆。

他同时表示，商科之美，更在于不断突破和超越自我，在否定的基础上重建，在反省的基础上提升，永远保持最充沛的创造活力。1977年，复旦最早恢复了管理教育，将时代的契机化为前进的动力。过去40年的发展，已让复旦跻身亚洲领先商学院之列，同世界一流商学院广泛交流、对等合作，为中国时代培养了一批又一批精英翘楚、商业领袖。

智慧。苏勇认为，东西方管理学并非互相排斥，其中有很多相通之处，“要通过具体研究和比较分析的方法，认真分析研究东西方管理理论的异同，哪些可洋为中用，哪些需扬弃，以此来探索东西方管理理论的融合之道。”

在他看来，在建立中国管理理论体系时，需要从管理学已有范式出发，分析研究中国企业管理活动的特点、规律，并探寻这些特点和规律形成背后的原因。通过深入具体的研究，用科学范式将已有的中国企业丰富的管理实践活动规范化、体系化，进行理论提炼，并反过来指导管理实践。

同时，中国市场经济还在不断完善，企业运作和组织管理等各方面还相对稚嫩，真正的企业家精神和商业文明氛围还在形成过程之中，中国管理理论、东方管理理论还处于初创时期，其理论基础、内容要素、框架体系等还需要进一步建立与完善。

“总之，中国社会科学要形成中国特色，重要的是要解决中国实际问题。”苏勇表示。

事实上，中国管理学研究和教育，也几乎是和世界同步的。1911年出版《科学管理原理》之后的1916年11月，上海中华书局就以《工厂适用管理的管理法》为书名，出版了由实业家穆藕初翻译的泰罗著作，并将该管理法在厂内推行。紧接着，复旦大学于1917年创设商科，开启中国百年商科教育，至今正好是100周年。复旦商科的设立就是中国商业研究紧跟世界管理教育发展潮流的佐证。以百年商科为底蕴，以培养“青年精英、未来领袖”为目标，复旦大学管理学院凭借长期厚实的积累和不断创新，已经树立起一流的口碑，在中国也将创造更多原创性的管理理论，引领管理实践。

面对新课题 构建原创管理模式

中国经济正处于转型发展的关键时期，管理学也面临着许多新挑战、新课题。“我们必须针对此给出答案。”苏勇说，要解决中国企业和现实发展的现实问题，必须进一步提炼出有中国特色的管理理论和中国特色管理

本版头像素描：陈韶旭

链接

复旦商科大事记 (1917-1952)

1917年

复旦大学商科创立，这在当时中国大学中尚属首创。复旦商科以“灌输近代商业管理与经验，造就适于实用之商业专门人才”为宗旨。

1918年

复旦商科在薛仙舟的引导之下，拉开了中国早期商业合作运动的序幕。商科师生正式创设复旦合作商店。因设立时间或在3月30日正式成立的北京大学消费公社之前，复旦合作商店或为中国最早出现的合作社。该商店由复旦资深教员何乐清担任总（经）理。

1919年

复旦商科学生发起创立复旦义务学校，办学目的是“挽救四周围荆棘丛中无数娇弱花一般的失学儿童”，学校开办有国民班、高小班、特别班等。

薛仙舟与商科学生在复旦创设国民合作储蓄银行，这是中国最早的信用合作社，开展了活期存款、零存取、普通定存、物别定存、贴现放款、抵押放款、买卖证券、信用透支等业务，在校内设有营业部，并完全由学生负责各项工作。

同年，商科师生发起成立复旦平民周刊社，后改称平民学社，并出版了中国早期合作事业最重要的理论刊物——《平民》周刊。周刊职员主要为复旦商科学生，早期稿件主要来自复旦商科《平民》周刊社社员。该刊影响日益扩大，到1922年每期发行量达到6000份。

1920年

首次分为理财和商业两系，后改称为银行金融系、工商管理系。

1921年

始设商科院长（即主任）一职，蔡竞平出任首任商科院长。

1922年

李权时接任复旦商科院长并任教，参照美国学制推动复旦学分制改革和商科系科、师资的扩充。

1924年

重订商科课程表，专业课程增至34门。课程基本完善，大学必修、商科必修、专系必修及各系选修一应俱全，有机结合了通识教育和专业教育。

1925年

复旦商科扩充为普通商业系、银行金融系、工商管理系、会计系和国内外贸易系等五个专系，并有进一步增设交通运输系和保险系的打算。

1926年

由1923级商科学生李云良、焦雨亭等发起成立经济学会，当年11月，复旦商科经济学会举行第一次讨论会，题目为“中国贫穷的原因到底在哪里？”

1927年

复旦商科首次招收女生。按院计，商学院招收女生居全校第二（第一是文学院）；按系计，银行系招收女生居全校第一。

背景

《商学期刊》：商战中的“战略草案”

1928年，复旦大学商科师生成立了当时校内规模最大的学术团体商学会。商学会学生最为重视、耗费心血最多的是《商学期刊》的发行。他们认为商学研究是中国一个重要的问题，但是多数人还对其漠然无视，对于商学理论和实践缺乏科学的认识，这成为国家建设中一个绝大的障碍，就如同在战场上“没有勇敢的战士，没有凶利的武器，没有充足的粮草，更没有行军的策略和计划”，无从抵抗敌人的冲锋，“以至于沦为次殖民地的国家”。要突破这种阻力，开展商科学术建设尤为重要。他们将《商学期刊》视作商战中的“战略草案”，决心用它来打破商科学术界的沉寂现状，

要“提倡一种专门研究学术的风尚”。面对重重困难，尤其是缺少出版经费，他们通过募集资金和拉广告赞助等各种手段予以克服。

1929年，创刊号发行，引起学界关注。此后，该刊一方面各方征求财经界专家学者的稿件，同时为锻炼提高商学会学生的学术研究能力，侧重刊载本校师生的研究成果，尤其增载学生的论文，激励了学生的研究兴趣。《商学期刊》内容包括论著、研究、调查、专载、附录等五组，在稿件内容方面，主要是“讨论中国目前的实际问题”，为当时中国的经济转变献计献策。该刊每一期都会确定一个较为明确的主题。



百年商科，蕴含独到之美

“在我心目中，商科是最美的一个学科。”陆雄文说。

在他看来，商科之美在于其严谨。如同数学、物理学等任何一门科学，商科也是由大量逻辑和实证建立起来的一套完整的理论体系。

商科之美在于其丰富。从一开始专注于机器生产的组织到今天跨国经营、虚拟组织、创业创新、物联网与人工智能战略，其内涵不断丰富，外延不断伸展。

商科之美在于其精妙。它基于数学、经济学、心理学，萃取更多其它学科之精髓，融合贯通，整理提升，既解读、指导日益复杂组织的商业世界，又直视商业主体——人的内心世界。

复旦大学管理学院企业管理系主任苏勇——

重要的是解决中国实际问题

■本报记者 唐玮婕

“当前，中国的管理科学正处于从跟踪、模仿走向自主创新的关键时期。”日前在接受本报记者专访时，复旦大学管理学院企业管理系主任、复旦大学东方管理研究院院长苏勇直言，要解决中国企业和现实发展的现实问题，必须进一步提炼出自己的管理理论和智慧。

互联网兴起 管理学迈入第五阶段

“无论中外，管理实践古已有之，但对管理知识体系的正式研究仅有百余年的历史。”苏勇告诉记者，自从被尊为“西方管理学之父”的泰勒于1911年出版《科学管理原理》一书以来，整个管理学的发展已经经历了四个阶段，正迈入第五阶段。

在以泰勒“科学管理理论”为代表的科学管理第一阶段中，管理理论的着重点主要就放在通过对工人动作、行为的规范，以科学的手段、科学的方法、科学的方法来降低劳动效率，使企业管理活动有章可循。这一时期管理理论的建立，使得管理行为从感性走向理性，从定性走向定量，为管理学成为一门科学而“登堂入室”奠定了良好的基础。

第二阶段以“人际关系与行为科学理论”为主要特征，被管理思想史家丹尼尔·A.雷恩称之为“社会人时代”。在此阶段，值得重视的无疑就是“霍桑实验”的研究成果。员工们既有物质需求，但他们也具有社会需求。这些社会需求始终存在于他们和同事及企业中其他人交往的过程中。管理活动不能只看见物不见人。

随后两个阶段分别为理论的百花齐放即“管理丛林”阶段，以及产生于上世纪80年代以“企业文化理论”

目光更多 转向东方和中国

管理是一种文化的积淀和表现。任何社会和组织的管理，都不是无源之水、无本之木，其管理理念、方法、手段都是特定社会或组织历史传承的产物。

苏勇指出，当今的中国管理研究，很大程度上仍然停留在对西方管理理论的诠释性、注解性研究层面。有学者甚至认为，当今中国的管理研究是“运用美国人发明的理论，研究美国人感兴趣的问题，使用美国人的语言，写出符合美国人评价标准的论文，在美国杂志上发表”。此话虽然过于绝对，却也一针见血地指出了现在管理学界包括中国管理学界在学术研究上的一面倒倾向。

在管理实践层面，虽然作为管理者的管理主体和作为被管理者的管理客体都是中国人，但在一些中国企业，指导管理实践的理论却都来自西方，以至于常常“食洋不化”，导致水土不服。

西方管理理论“全球通吃”有其特定历史原因。一方面，现代意义的管理科学兴起于西方。另一方面，由

于先进科技和经济实力以及不断提升的管理水平，西方社会诞生了很多世界性大企业。这些企业成为全世界同行学习的标杆，向世人昭示了其企业管理的成功之处。

“基于东方新兴国家的经济发展和企业成长，我们有必要提出，管理学应将关注的目光更多地转向东方和灵活专业，成本也更低；与凡事自己包揽相比，企业更愿意搭建平台来集聚资源，也会更强员工与企业的双赢。

管理是一种文化的积淀和表现。任何社会和组织的管理，都不是无源之水、无本之木，其管理理念、方法、手段都是特定社会或组织历史传承的产物。

苏勇 复旦大学管理学院企业管理系主任



苏勇 复旦大学管理学院企业管理系主任

