

营商事工

第五十九号特别报告

由本专案小组于二零零四年论坛上发表

主办：洛桑普世宣教委员会

二零零四年九月二十九日至十月五日，泰国芭堤雅

「新异象、新心志、更新的呼召」

这份特别报告由本项目小组一起贡献，并蒙迈茨·图内哈格（Mats Tunehag）、

韦恩·麦基（Wayne McGee）和约西·普伦麦尔（Josie Plummer）合编。

第五十九号洛桑特别报告

二零零四年论坛特别报告系列编辑：

戴维·克莱顿（David Claydon）

版权©二零零五

洛桑普世宣教委员会

及各国委员会

洛桑普世宣教委员会鼓励《特别报告》系列的发表和研究，但不一定赞同报告中每个观点。

《洛桑特别报告》系列的产生背景

洛桑运动是一个国际性的运动，致力激发「普世教会共同实践普世宣教使命」。洛桑运动的起源可以追溯到著名的爱丁堡世界宣教会议（一九一零年）和柏林福音会议（一九六六年）。一九七四年七月，布道家葛培理在瑞士洛桑发起第一届普世宣教国际大会。大会的划时代成果，是来自一百五十个国家的二千四百三十位与会者所通过的《洛桑公约》，确认了历代信条所宣告的基督教信仰要义，并给我们的信仰添加了清晰的宣教向度。洛桑大会和一九八九年在马尼拉举办的第二届大会滋生了林林种种的活动；在洛桑大会的网站（www.lausanne.org）可以查考该公约的不同语言文版本，和以洛桑大会名义举办的众多地区项目及专题会议的详情。

洛桑大会后延续的国际委员会，深信是蒙圣灵的引导，再度举办了一次召集全世界基督徒领袖的会议。这次，委员会特意安排让许多年轻领袖参加，并为教会快速增长的地区筹措资金，好让这些地区的教会领袖组团成行。委员会决定称这次会议为**论坛**，因论坛的形式容让更多人参与，只要他们能就三十一项议题中任何一项作出贡献。这三十一项议题选自一个全球研究项目：项目的目的是找出当今世界最重要与传福音任务息息相关的议题。

每个项目小组都会发布一些特别报告，称为《洛桑特别报告》；在洛桑大会网站（www.lausanne.org）可以查考相关信息和其他出版物。

二零零四年普世宣教论坛的主题是「**新异象、新心志、更新的呼召**」。这次论坛于二零零四年九月二十九日至十月五日在泰国芭堤雅举行。来自一百三十个国家的一千五百三十位与会者，参与了三十一个项目小组中的一组。

论坛总结时发表的声音指出：

在严肃的对话和虔诚的思考中，体现了合作精神。来自世界各地、不同文化的代表，聚首一堂，互相学习，从圣灵寻找普世宣教的新方向并委身在神的引导下集体行动。

近年来，政治和经济的急剧变化，为教会宣教带来新挑战。东西方之间两极化，使教会必须寻求神的引导，才能正确响应当前的各种挑战。

三十一个项目小组探讨了当前许多现实问题，包括艾滋病、恐怖主义、全球化、媒体的全球角色、贫穷、基督徒受逼迫、破碎家庭、政治及宗教民族主义、后现代思维、儿童受迫害、城市化、忽视残疾人士等。

项目小组为解决普世宣教所面对的关键问题，取得了显著进展。随着小组提出各项具体建议，一些策略性主题开始浮现。

首先，会议认为教会的主要精力应用在最少听闻福音之民，委身帮助这六千个最少听闻福音之族群建立自给自足的教会，仍是当务之急。

第二，主命令我们爱人如己，而这正是我们常常失败之处。我们再次立志委身，以爱心和怜悯，帮助那些因身体残疾、生活方式和属灵取向异样，而遭社会排斥的边缘人士。我们要致力帮助占世界人口大多数的儿童和青少年，当中许多人正遭受虐待，被迫成为奴隶、士兵和童工。

第三个具策略意义的认知是：教会在非西方世界外的增长速度正在加剧。来自非洲、亚洲和拉丁美洲的众多与会者，让我们看到南半球的教会正蓬勃和快速地发展；愈来愈多南半球的教会领袖更成为普世宣教的领导典范。

第四，我们承认世界上许多人是以口述与聆听的方式学习知识，他们理解数据的最佳途径是听故事；一大部分人口是不能或不愿通过文字吸收信息。因此，我们需要用故事和比喻来分享「好消息」及培训初信的基督徒。

第五，我们呼吁教会善用媒体，有效地运用文化，吸引非信徒进入属灵真理，并以适切的文化方式宣扬耶稣基督。

最后，我们坚称信徒皆祭司，并呼吁教会装备、鼓励和授权男黝女女和青年，实践其普世宣教召命，作见证和作同工。

「转化」是在各项目小组的讨论中浮现的一个主题。我们承认自己也需要持续转化，不断敞开自己让圣灵带领、迎接神话语的挑战、与主内肢体共同在基督里成长，从而带来社会和经济的转化。我们承认福音的范围和神国的建造包括身、心、魂和灵。

因此，我们呼吁基督徒把社会服务与福音宣讲更紧密地结合起来。

我们为世界各地众多因信仰遭逼迫的人，和长期生活在担惊受怕中的人祷告；我们纪念那些在苦难中的弟兄姊妹。我们认定：教会受逼迫的事实需要更多出现于整个基督身体的议题内。与此同时，当我们在各处争取良心自由的权利时，我们也认同爱仇敌和向他们行善的重要性。

我们为艾滋病的快速蔓延，夺走了许多生命，而感到极其痛心。这是人类有史以来最危急的时刻。洛桑运动呼吁各地教会为此祷告，并采取全人的行动来应对各种行动来应对这一世纪瘟疫。

「九一一」事件、伊拉克战役、反恐战争及其引发的报复行动，导致我们声明：我们绝不允许任何地理政治实体绑架福音和基督教信仰。我们坚称基督教信仰超越一切政治实体。

我们关心并哀悼由冲突、恐怖主义和战争导致的死亡和破坏。我们呼吁基督徒为和平祷告，积极与其他宗教信仰徒实现和解，竭力避免将冲突转变成宗教战争。基督徒对此的使命是缔造和平。

我们祈求和平与和解，并祈求神引导我们藉传福音的工作为世界带来和平，我们祈求神藉各国事务为福音打开机会之门。我们呼吁教会动员每位信徒为福音遍传其所属小区和全世界而持续祷告。

在这次论坛上，我们经历了男女同工的伙伴关系，也认识到有需要更主动培养未来的基督徒领袖。我们呼吁教会找出具创造性的方法让新兴领袖能有效地服侍。

会议提出了许多实际建议供地方教会考虑，可以在洛桑大会的网站和洛桑特别报告中找到这些建议。我们祈求神使用这些个案研究和行动计划，推动教会分享一个清晰和切题的信息，用各种方法接触那些最被忽略或最抗拒福音的族群，好让每个人都有机会听到福音并能以信心响应这大好消息。

泰国的教会热情地款待了我们并成功承办了这次论坛，我们谨向泰国教会表示衷心感谢。我们来自世界各方，却能在这里聚首一堂，我们为此向神献上深深的感恩。我们建立了新的合作关系、结交了新朋友，在不同的事工上彼此鼓励。虽然许多地方仍旧用各种宗教遗产和丰厚的文化传统抵挡福音，但我们在这次论坛上重新领受了顺服基督任命、更新了的呼召。我们愿意摆上自己，让世人晓得基督舍身救世之爱，好让全世界都有机会藉基督接受神的救恩。

上述宣言表明参与论坛人士对论坛成果的响应，也说明他们渴望这些成果能推动整个教会更加坚定地顺服神的呼召。

当你致力寻找新方法和更新的呼召以宣扬耶稣基督的救世大爱，愿本报告和其他洛桑特别报告中的个案研究和实际建议能让你大得帮助。

戴维·克莱顿（David Claydon）

目录

前言

简介

第一部分：场景设置

- 1.什么是营商事工？术语解释
- 2.话语与宣教：营商事工的圣经基础
- 3.世界与商界：目前营商事工的环境、机会和挑战

第二部分：营商事工的实践

- 4.营商事工的成功要素：十个指导原则
- 5.营商事工实例：个案分析

第三部分：让身体活起来

- 6.营商事工的动员：释放全球教会未开发的资源
- 7.合作伙伴：宣教机构和教会的关键角色

第四部分：展望未来

- 8.策略性建议：具体行动步骤
- 9.营商事工宣言

附录

附录一：专题小组成员

附录二：任务及过程

附录三：其他案例研究

附录四：企业与教会宣教合作的障碍及解决办法

附录五：宣教机构案例研究及参与营商事工

注：未注明出处的引文全部来自营商事工专题小组成员在档起草过程中所发表的评论。

前言

我们坚信，我们正在经历神在祂子民中大能的作为。随着实践**营商事工**十多年，我们越发经历到神在以**一种全新方式在全世界**作工，不论在**商界或教会**。这场在基督身体中的活力运动建基于神对世界的爱和对教会的呼召。这股新浪潮在整个历史进程中与圣灵的工作紧密结合在一起，是面向二十一世纪的相关策略。神正兴起一股由世界各地男女组成的新生力量，他们正为着神的荣耀在营商中实践使命。基督徒商界领袖、教会领袖和其他行业的基督徒领袖都一致赞同神在作工，营商宣教也正大大满足整个世界对福音的迫切需要。请听听部分人的想法：

忠于神的呼召

勒内·帕迪拉（Rene Padilla）是杰出的阿根廷神学家、宣教学家和作家，他热烈支持营商宣教，并说「这正符合耶稣对他门徒的呼召——作世上的盐」。

神在过去、现在和未来作工

商界和教会领袖都认识营商宣教的历史向度，从以下引述可以清楚地看到：

「当我们看到有效和整全的使命策略时，就会发现二十一世纪需要新的领袖。营商在扩张神国度方面历来是一个关键性范畴。」

——TBN主席 斯图亚特·麦葛韦（Stuart McGreevy）

「在基督徒实践使命的最早历史中，基督救世的好消息常被商人带到新地方去。」

——前澳洲悉尼圣公会大主教 哈里·古德尤（Harry Goodhew）

面向二十一世纪的相关策略

营商宣教不是筹款策略或签证平台，而是一个面向二十一世纪的相关策略——尤其是在10/40之窗：

「在二十一世纪使命的背景下，藉营商拓展全球是一个策略性选择。」

——洛桑运动国际主任 泰德·山森（Ted Yamamori）

「以经济为基础的宣教将为基督徒面对其使命带来巨大变化，它不仅仅是一个新策略——有一个与之相关的应许：怜悯贫穷的，就是借给耶和华；他的善行，耶和华必偿还。（箴十九17）」

——BPN创办人及主席 于尔格·奥普瑞特（Jürg Opprecht）

「营商宣教是面对10/40之窗及更多挑战的相关策略。」

——AD2000运动创办人路易斯·布什（Luis Bush）

基督的身体在作工

「商人们正被神呼召去怀抱新的责任，具创意地以爱的行动转化社会。」

——ICCC创办人及主席 J.贡纳尔·奥尔森 (J. Gunnar Olson)

我们怀着极大的喜悦和期待将这份报告提交给普世教会

简介

世界的需要

当今世界为全球教会提供新的机遇和挑战。在以伊斯兰教，印度教和佛教为主要宗教的地区，全球最少听闻福音之群体九成居住在那里，也是八成赤贫之民居住的地区。这些国家的失业率是三成至八成，在基督徒占少数的群体中比率更高。此外，由于就业机会的缺乏和经济体系的不公正，仍有许多基督徒和撒哈拉以南非洲地区并拉丁美洲的基督徒生活在贫困中。

在未来二十年，将有超过二十亿人口步入只有很少教会和就业机会的社会。

面对这些挑战，教会尤其是基督徒商人应该怎样响应呢？

窮人需要的不是救濟，而是工作——真正的工作，不是資助。這是他們應有的尊嚴和自力更生機會。

营商宣教——一个更新的呼召

数以千计的来自全球的基督徒商界人士都在经历一场神发起的运动，这是对神国度服侍的新呼召。神在拉丁美洲、亚洲、欧洲、北美洲、非洲和太平洋地区作工，呼召祂的普世教会重新发现祂对营商的心意和计划。

神建立了机构与营商实务并以此成就祂起初**创世时的旨意**，即管理及照顾所有被造物。神正在释放营商的力量来履行**大使命**——使万民作祂的门徒。神渴望我们借着各种商业活动来荣耀祂。

商界人士正面对挑战——重新看待商业活动，并借着这些活动来表达自己的使命和对神的服侍。他们的营商召命被肯定并以此为扩张神国度的工具。神已带领越来越多商人有策略地思考，如何将他们在营商方面的技能和经验跟神对世界的大使命结合起来。在这种新宣教模式下，神正在呼召更多来自各国的商人到普天下去。

「神已将智力和属灵资源赐给一些人并装备其成为商人。营商宣教寻求支持和鼓励有这恩赐的人。它旨在激发对营商的兴趣和委身，就像对神一样；期望协助商人们看到一些现存的机会，使用其技能和天赋去祝福世界上最贫穷和最有需要的人，还可在其中提供机会见证和宣扬耶稣基督。」

——前任澳洲悉尼圣公会大主教 哈里·古德尤（Harry Goodhew）

这新的宣教运动采用的术语之一就是「**营商宣教**」。因营商本身就是服侍，是宣教的平台和工具，它兴起教会里的企业家和营商专家，让他们通过营商活动转化世界。

「普世教会将整全的福音带到全世界」的含义，包括在基督的身体里肯定和推动商人。这意味着鼓励他们使用营商方面的恩赐去释放被压迫的穷人，通过营商转化他们所属的小区及国家，将好消息传到「地极」。

开辟新土地

以神的国度为焦点的营商方式在二十一世纪宣教中称为策略性的选择。在许多极少听闻或理解基督的国家，人们接受基督徒商人较「宣教士」容易。营商是在日常生活中形成的关系，它提供各种方法祝福他人、小区和国家。

这种祝福已在亚洲等地区成为不争的事实，请看以下两个例子：

1) 一个在中亚的基督徒想在一个几乎没有基督徒的穆斯林小区作见证，但周围的人觉得他只是个「专业的基督徒」，并不真实，很可能是西方人付钱给他去传教，所以他遭到公开敌视及排斥。后来他开始做销售牛的生意。渐渐地，他的生活方式被周围的人所理解而且更觉自然。即使他们知道他是基督徒，也能接受他。他也成为其中一员，一起处理现实生活中遇到的问题，满足实际的需要。从此，这位基督徒就被邀请出席小区长老理事会。

2) 在印度最少听闻福音之民居住区有一间信息科技公司，目标是向这些人传扬基督。营商活动自然而然地为创办人提供分享信仰的机会。公司的策略计划写到：

「我们的目标是」：

1. 为**客户**提供创新，可靠，高质量的解决方案；
2. 为**员工**提供有意义、具挑战性和稳定的工作；良好的薪酬、发展的机会和愉悦的工作环境；

3. 为其他**持份者**的投资提供有吸引力的回报；
4. 为**国家**创造知识和财富，并致力于解决当地问题；
5. 向**社会**展示成功和高尚的道德标准可以共存；
6. 服侍**神**，做祂忠诚的好管家。

在失业的穆斯林教徒、贫穷的佛教徒和印度教徒中，基督徒的服侍长达数世纪，但我们看到的进展仍非常有限。普世教会应当认清建立教会和履行大使命需要新的思维和实践，因为继续做同样的事也许不会带来更好收获。

开辟向万民传福音的新土地需要新方法和新策略。宣教方面需要一些模式，使其在经济上可持续发展并可加强地方教会和国家的宣教运动，这种需求在不断增长，而营商宣教就是一个回应。装备和支持基督徒商人非常重要，因他们可以借着其关键角色转化所属的国家和其他国家。

在一个东欧国家基督徒领袖大会上，不同宗派领袖均和应：「不要给我们金钱，它只会让我们产生分歧；请给我们差派能够创造就业的商人，让我们可以建立自己。」一位来自克罗埃西亚的领袖说：「差派宣教士很好，但我们更希望是敬虔的商人，可以教导我们及帮助我们创业，以基督样式创造就业机会。」

另一位来自中亚的女基督徒商人说：「很多研讨会和教导讨论如何创业，也有很多由当地和外籍教师教授课程的商学院，但能超越理论而提供实际创业帮助的资源则少之又少。」

我们的愿望是确认营商能够荣耀神的方式。营商能带来好处及有助扩张神的国度。神又在独特奇妙的时机呼召我们通过营商帮助恢复人的尊严和盼望，以及提供分享天国福音的环境。我们梦想看到作为基督身体的普世教会将整全的福音带到列国万邦。我们祷告神的国度降临在每个国家的各个领域。我们的目标是看到人和小区都被福音的力量转化。朝着这目标，营商宣教是对商界人士的肯定、推动、装备和部署。

「营商宣教」的任务是通过营商来传扬基督。当这些有效地进行时，结果将带来转化。

将荣耀归于神！

第一部分：场景设置

1. 何谓营商宣教？

澄清有关术语

简介

本章的目的是澄清一些关键术语和词句。此处采用的描述帮助我们沟通得清楚和连贯。我们的目的不是创造一个「营商宣教正统理论」或术语，也不是排斥喜欢其他术语和定义的团体和倡议。在这运动中常用的词组还包括「转化营商」、「大使命公司」和「天国营商」。作者们意识到在某些语境里，「营商宣教」并不是最有帮助或最常用的词。「营商宣教」本身可视为一广义词，包围营商和宣教连结的各个领域。

由于本文以英文写成，所用的术语在文化和语言学上受到进一步限制。我们期盼能发展出可替代的词句，以致在不同语言、宗教、政治和文化背景下都能有意义地沟通。考虑到将来可能出现的变化和非常情况，本文概述的界限和特征应视作「虚线」，可根据具体的情形和需求作出重新考虑和相应修改。

营商宣教的基础是……整全宣教

整全宣教尝试将生活各层面和信仰整合成一个有机的属灵整体。这包括神关注的营商问题，如经济发展、就业与失业；经济公平性和人类大家庭中自然及创造资源的使用和分配，这也是神藉耶稣基督和普世教会展开的救赎圣工的各个方面。

人们提到传福音和社会关注时，仍常常好像两者是毫无关联的，这假设了「神圣」或「属灵」及「世俗」或「肉体」之间存在鸿沟。圣经的世界观推广整体全面的生命观，事工不应被分割成「灵性」和「肉体」。营商宣教就是可以表达这种真正整全合一范式的好例子。

营商本身是一个使命、一个呼召、一项事工。人类活动反映了我们神圣的起源，被创造时就被赋予了创意，勇于创新，以好过程创造好东西，不仅为自己，更为了与他人共享。

营商宣教是从神国度的远景出发……天国营商

天国营商起自一个神学前提，即所有基督徒都被呼召尽心、尽性、尽意、尽力爱神和服侍神，并且爱人和服侍人。正如神呼召人在其他事工或宣教机构服侍一样，祂也呼召人在商界为祂的国度作工。

在本章里，我们会更多用到「天国营商」而非「营商宣教」。

我们认识到通过营商从各方面来扩张神国度的重要性。然而，我们想强调圣经的命令：服侍贫穷人和受压迫的人，尤其是处在福音还未临到地区的人们。由此，我们的焦点应更多放在跨文化宣教的活动上，注意力也应该放在贫穷的地区或是还未听到福音的小区。我们承认这并不自动跨越地理上的国界，而是在文化上相近的小区内发展。

营商宣教正扮演着一种催化剂的角色，鼓励人们开使行商并可以持续，尤其是在发展中国家。

跟营商宣教不同但息息相关的是……职场事工

职场事工主要是通过合作者和专业同事的见证将福音带到人们工作的地方。它鼓舞人们将圣经的原则用在商业活动的各个方面并以此来荣耀神。而营商宣教事实上包含了这些职场事工的要素。

若信徒为了扩张神的国度，在商业活动中开始职场事工，这会带来部分重迭。职场事工可以选择将焦点只局限在商业活动「之内」，但营商宣教的焦点是在商务「之内」和「借着」商务。后者寻求利用商业的力量和资源，在小区甚至国家中实践使命。职场事工可在任何场景中发生。然而，营商宣教是特别针对「给万民」的命令，找出有最大属灵和身体需要的地区。

跟营商宣教不同但息息相关的是……织帐棚事工

「织帐棚事工」原则上指基督徒专业人士藉受聘或营商在财政上支持自己，这样他们就不需倚靠捐献者或他们服侍的人来经营他们的事工。织帐棚事工意味着工作和见证的整合，强调鼓励平信徒而非神职人员去传道。

当织帐棚成为企业促进使命目标的一部分时，这基本上跟营商宣教部分重迭。虽然织帐棚的人可能是企业的一部分，但业务本身未必是事工的必需部分，如营商宣教那样。营商宣教不仅将商业看成是媒介，也是信息。营商宣教大多将「创造就业」看成使命中不可缺少的部分。「织帐棚」也许会涉及这方面，但多半只是「占着工作岗位」——为了促进事工而在某处受聘。

营商宣教有别于……支持宣教的营商 (BUSINESS FOR MISSIONS)

营商得利可以奉献支持宣教和事工，但这有别于营商宣教。这或可称之为支持宣教的营商，因为它用生意来支持其他种类的事工。我们认识到从商业所得的利润可以用来支持「宣教」，这是好事和有根据的。同样地，雇员也可以将部分薪酬奉献给慈善事业。这些事应该要鼓励，然而我们没有人希望为自己动手术的外科医生只想赚钱捐给教会！相反地，我们期待他具备精湛医术和正确动机，能专业和完美地完成手术。同样地，以营商宣教为基础的生意所提供的，必须超过商品和服务，以产生新的财富。它尽力通过各方面扩张神的国度；而「支持宣教的营商」这概念，将生意和商人局限在支持「真实的事工」这角色上。提供资金当然重要，但营商宣教乃关乎以盈利为目的之生意，而这些生意以神的国度为焦点。

营商宣教并不纵容……非营商及非宣教

有两种营商的情况，在任何定义下都不在「营商宣教」的范围内：(1) 开办没有实际业务的公司、存在目的只为宣教士发放签证，不然他们不能进入该国；(2) 号称有基督教的动机，但其营运只为个人经济利益而非神的国度；基督徒开的公司，但缺乏清晰明确的国度策略，也并非营商宣教。

营商宣教追求……利润

营商必须在财政上维持得住，提供人们愿意购买的产品和服务。持续性意味着该活动能赚取利润。盈利是所有生意的必要元素，在任何文化也一样。没有利润，企业不可能存活，也不可能达成目标。依此看来，营商宣教所指的是真实的生意，真实地创造财富和利润。营商宣教不认为利润本身是邪恶的、坏的，或是不符合圣经的。刚刚相反，利润是好的、令人渴望的、于神及其旨意有益的；只要营商者没有压迫人、没有欺诈顾客或销售不荣耀基督和祂福音的产品和服务。

临时津贴也许可用来开展营商宣教，但没有预期最终获利的话，固定津贴或财政支持更接近慈善或是以募款为基础的事工，而非以营商宣教为基础的事工。

营商就是营商，营商宣教的营商则是以神国度的目的和观点出发。

营商宣教有各种各样的……形式和规模

正如神创造的多样性，营商和事工的方法跟策略也是多元和创造性的。生意的规模要紧吗？可以说要紧也可以说不要紧。基督徒小型企业项目的存在为家庭和个人提供了必需的薪酬，从而发展小区、植堂并训练门徒。简而言之，基督徒小型企业的发展已经很被接受并有效地为神国作工。致力于此的重要工作已经存在，它在营商宣教更广泛的定义和实践上占据合法地位。

然而，我们的焦点应放在规模较大但相对缺乏关注的生意上。如果我们要应付眼前的艰巨挑战，我们需要想得远大些、干得远大些，超越从微型到小型、中型和大型生意的思考范畴。

营商宣教并非关于……工作和金钱——就其本身而言

俄罗斯黑手党也创造就业和给人赚钱的机会，但创造就业和赚钱本身并非终点。工作和营商是从神而来的命定。工作是人类神圣的活动，它为我们的家庭提供财政支持，也对小区和国家的正面发展作出贡献。然而，营商宣教并非一个基督徒创造就业的方案，其目标不仅仅在物质上满足人的需求。营商宣教是积极祷告，即使在商业界也能体现耶稣主祷文：「愿你的国降临，愿你的旨意行在地上」。

营商宣教的真正底线是为着神更大的荣耀。

2. 话语和使命

营商宣教的圣经基础

神在创世中对营商的心意

(a) 神的心意和本质

如果我们不明白神的心意和使命是甚么，我们就不会明白自己生命的目的和使命。神为祂的荣耀做事。神创造宇宙彰显祂的荣耀和美善（诗八、十九）。虽然受造物与罪及其后果有了连结（创三），但神不间断地藉创造力和对万物的支持，继续与受造物的救赎关系。我们的天父按着自己的形象造男造女（创一 27）。祂以慈爱拥抱祂的孩子，祂关注我们全人的救赎。这位万王之王掌管着万民万国。神的心意是通过救赎那些认识祂、爱祂和敬拜祂的子民（国家／民族）而得到荣耀（诗六十四；提前一 15-17）。

营商宣教要注意四件事：a) 以神为中心；b) 范围是全球性的；c) 焦点是人们（国家、民族）和个人；d) 结果是神的荣耀。

神是个灵，但神的创造行动却在实物中呈现得最清晰。从我们自己 DNA 分子排列的紧密独特性到整个恒星系统的浩瀚，我们可以强烈地体验到神的创造。神的本质就是具创造性，祂创造了万物，包括实物和属灵的。因此，在经文中我们读到神创造天地、日月星宿、水和树木，动物和人类。神的本质展示了祂固有的评价、创新和对创造物的喜悦。

神享受祂的受造物，从祂每次创造之后重复说「神看着是好的」便可以看出。神每天在园中行走并会见祂的子民，这正是神喜悦他们的表示。神持续创造性地支持万物，祂对受造物的爱在此显明。

(b) 人类创造性地与神同工

神学与人类学是相互关联的，明白神是谁引导我们更深地明白我们是谁。

神不停地创造，努力地带来良善，享受祂的工作果实并和他人分享。人类因为按着神的形象被造，故也能创造，并坦然享受及和他人分享工作成果。因为神喜悦祂所创造的，所以祂关心受造物的维护和丰收。从神对亚当和夏娃的第一个祝福和诫命：「要生养众多，遍满地面」（创一 28）可以看出，人类是与神同工。

人类含蓄地被邀请享受神所创造的，并负起照料受造物并为其谋福祉的责任。我们要以行善的监督员的身份照料神所创造的。我们也有责任彼此尊重和彼此关心，同时关心我们所管理之创造物的自然进程。

神给我们完成这任务所需的能力。亚当和夏娃参与了创造财富的增值过程！工作使原始资源转变成食物、产品和服务。工作创造财富（一种盈余），然后又带来更多工作（就业机会）。

工作也是一种敬拜行动。我们来看创世纪第四章该隐和埃布尔的故事。埃布尔献的祭物来自于他的劳动成果；相反，该隐献的祭物则是农产品自然收成。换句话

说，该隐献的是地上的产物而非他自己的劳动成果。在希伯来文化的概念中，该隐并非全然参与在他对神的奉献中。他的献祭缺乏任何救赎行动，真正的救赎行动应该是自己的工作成果。

工作是极之神圣又极之人性的东西。它以有形的活动展现神与人在创造中的伙伴关系。我们不应将工作看成是咒诅或堕落的后果，而应看成是堕落之前给亚当和夏娃的祝福和命令。工作是一项人类活动，来自神委派人类管理受造物。神赐给我们创造力、智慧和工具（恩赐／才能），并以祂的创造物为乐。我们也能够以创造有用和卓越的产品及服务为乐。

(c) 商业和管理的文化任务

经济活动植根于创世。商业和企业形成制度，为公平社会创造财富并维持其稳定。同样，政府是设计来创造和支持有组织的社会，而家庭是设计来创造和支持适应良好的个体。这是神所定的秩序。

圣经多次提到工作和商业中的道德和公平。经文有指导甚么是神所喜悦的商务关系、雇佣关系、贸易、金钱使用，及借贷等。在营商实务中，这些可以应用在多个范畴，如质量控制、公平薪酬、良好工作条件、合理投资回报，企业社会责任等等。

圣经中的管理概念不仅涵盖对受造物的照料，还包含了各人管理其才能和财富的责任。营商为企业中有才能的人（企业家）和其他人（员工）提供机会，让他们

能发挥恩赐服侍他人，就像是服侍神一样。在能够提供就业的条件下，营商不仅供养创业者，还支持了员工或受益于有关产品和服务的人。营商能让需求被满足，结果能祝福他人。营商若符合圣经的管理原则，会提供大量机会荣耀神。对基督徒而言，营商是在神国的灵里实践的召命。

「圣经的世界观为工作的神圣和工人的尊严提供了框架。这种工作概念在于它是一种天职——一个人的召命……圣经清楚地教导，神在世上建立祂的国度，在其他事情上，神呼召我们通过工作参与神国的建立。」

——《发展一套召命神学》(Developing a Biblical Theology of Vocation)，

Darrow L. Miller，2002

(d) 堕落及其对营商的负面影响

自从罪进入世界，好的事物被扭曲及扰乱（创三）。堕落也影响了工作和创造力。工作对我们而言仍是神圣的命令，但由于是罪人在堕落的世界里营商，我们必定要应付相当多的挑战和问题。就像世上其他的东西，整个创造力和工作的过程都受到了罪的影响。

工作和营商为罪提供了不少机会。剥削穷人、贪婪、不诚实和偶像崇拜只是其中一些例子，但这并非指基督徒就不该做生意。同样地，营商也有很多机会荣耀神。

干富有成效的工作及跟神共同创造赋予个人尊严和目的。缺乏就业机会或干些降低人尊严的工作都会带来不人道的后果。失去养活自己和贡献于他人（家庭，社会等）的能力意味着失去尊严，这大大远离神起初的计划。

堕落以后，对社会的关注就被自私和贪婪所破坏，这也导致了如此的态度：「这是我的，是为我一个人制作的。」这种堕落导致人在很多体制里受到经济上的剥削和奴役，而某些人却以不法手段致富。

然而，神却预备了藉耶稣基督使所有受造物恢复到起初，包括工作和创造力。我们的任务仍在继续，就是管理神的造物、我们个人的才能和由这些才能产生的财富。神呼召我们在整个恢复过程中扮演一角色，就是协助恢复工作固有的尊严和价值。我们在商场上是神国的大使，是盐和光。作为盐和光，我们应透过荣耀神的企业和改革不公平的经济体制来祝福各民族。

在我们深入探讨营商宣教的救赎潜力时，我们会简要地从以色列的历史和使命中探究一些营商例子，同时看看营商跟新约圣经信息相关的地方。

以色列的商业、历史和使命

(a) 约瑟是商业管理人

约瑟的生平（创四十七—五十）是其中一个最清晰的例子，让我们可以看到神对营商的目的和心意。约瑟经历被卖到埃及为奴和入狱等人生负面事情，但神却使他重得自由，甚至当上治理埃及全地的宰相。他的管理能力非常卓越。他知道七

个丰年结束，七个荒年就来了，于是他下令留下七个丰年大部分的收成以备荒年使用。在这里，我们清楚看到神对商业的主要目的之一：神想祂所创造的资源被利用和分配有道（透过营商技巧），从而满足所有人的需要。

(b) 以色列给万国模范的经济原则

四百年后以色列人仍然在埃及，但成了奴隶。神看到祂百姓所受的困苦，听见他们的哀声（出一—三），也看到他们的劳力没有获得公平待遇或成果。当神解救祂的百姓并带领他们往应许之地时，祂建立了一个敬虔社会必须的社会和经济（商业）条件。神知道有些人或许想将工作的神圣召命变成对金钱和物质的偶像崇拜式追求。因此，为了神百姓的安康，祂设立了有关资产、工作和营商的条例（出二十一—二十三；利二十五）。例如，以色列人要守安息日并将它定为圣日；在这一天，百姓要为了享受神所赐的安息和恢复而停止作工。他们要留下部分田地不收割，使孤儿、寡妇和寄居的，藉拾取丰收剩下的麦穗来享受神的美善。他们不会向本国的穷人收取不正当的利益。总之，他们在劳动和丰收中荣耀神，顺从祂所定的诫命和条例。透过这样做，他们就能继续蒙神赐福并成为对列国的信仰声名（申二十六—二十八）。

当以色列人离开埃及的奴隶生涯制时，神对他们的应许并不单单是无形的祝福。祂应许祂会在生活各方面祝福他们，包括他们的庄稼，牲畜和生意。 圣经向穷人强调的是机会与援助。援助是保留给那些完全没办法养活自己的人，他们没有援助就会死亡。以色列人在旷野时就绝对符合这标准，而神就供养他们。然

而……到他们能够养活自己时，吗哪的供应就停止了……神不希望
创造具倚赖性的人，祂希望人使用祂所赐的恩赐、才能和资源来
供给自己的生活。——兰达·科普 (Landa Cope) 《旧约模版》

www.ottemplate.org

(c)动态禧年

对这讨论尤其重要的是圣经对禧年的立法（利二十五；申十五）。在生命的自然进程中，有些人变得较富裕，另一些人却较贫穷。贫困导致某些人去借贷并债台高筑，有些人甚至被迫贩卖自己成为奴隶。神对这种贫困有激进的解决方法。七年之末，所有欠债都会被免除，奴隶们也恢复自由。〈申命记〉第十五章详细地解释了如何在劳工和经济上实践敬虔的价值观，以及这能为穷人提供怎样的援助。神向以色列人应许：「你们中间没有穷人了」（申十五4），条件是以色列人公开及私下遵行神对禧年的原则。神规定了「你弟兄中若有一个穷人」，祂的子民必须要做的事（十五7-10）。这说明了贫困不能单透过神突然的介入而除掉，而要借着神的子民正确实践和顺服神的命令。

在每五十年都会有些强大的法规被制定。有些人可能贫穷到要卖掉财产来养活家人。为了扭转这种极端贫困的局面，神宣布每五十年有一次禧年。土地将归还给本来所属的家庭及其后裔。因此，这些家庭能够通过财产重新分配来开始自己的生意，一切皆会有个新开始。救赎在社会和经济领域中实质展示了。

(d) 先知和以神的方式营商之呼召

神的灵通过先知阿摩司来纠正当时商业中的弊病。工人的价值贬低到可以为一双鞋而被卖(摩二6)。阿摩司强力谴责这种令人厌恶的行为。我们还看到结构性的罪和间接的罪藉不公平系统产生的有害影响。阿摩司的部分信息乃针对一些已婚的以色列妇女，他指责她们是巴珊母牛(摩四1)。这些女人要求丈夫给她们买越来越多的奢侈品，而丈夫们也满足了妻子的愿望。在神眼中，这些丈夫和妻子是有罪的，因为他们剥削和压迫贫穷的工人。神透过先知杰里迈亚(耶五24-29；六12-13；二十二13-17)、以西结(结十八；二十二12-13)、弥迦(弥二；六10-15)和哈巴谷(哈二6-9)的话语来强调祂对公平经济和商业实务的关注。

(e) 希伯来的平安愿景

圣经对平安的总体想法，是我们与神、自己、他人，及受造物关系中享受合一和平安。神对其受造物的旨意就是平安，这也包含了我们治理世界和彼此照料的使命。这体现了希伯来的平安愿景和渴望、合一和安康(王上四25；诗八十五10-13)。在旧约中，神对恩宠和恢复的应许总是包含物质和非物质的祝福。人们将足够食物和安全居所看成是神的良善和认同的一种直接标志(申八；结三十四25-31；赛四十九60-61)。

公平和正义与平安紧密联系在一起。圣经主要应用公平(或公义)一词在企业或社会的圣洁方面，还有释放被压迫的。这包含了所有受造物而非仅限于个人责任和道德。

福音——赐给富人和穷人的好消息

(a) 神的国度和大使命

在主祷文中，耶稣教导信徒祷告「愿你的国降临」和「因为国度……全是你的」（太六10，13）。主祷文迫使我们承认神的国度不仅是现在也是将来的。自耶稣开始服侍，祂便传讲神的国已来到（「日期满了，神的国近了。」可一15），并表明神国的福音是「给穷人的好消息」。

「主的灵在我身上，因为他用膏膏我，叫我传福音给贫穷的人；差遣我报告：被掳的得释放，瞎眼的得看见，叫那受压制的得自由，报告神悦纳人的禧年。」路四18-19

借着耶稣的永恒救赎福音是给每个人的好消息，不论是穷人还是富人。如果没有耶稣最后在十字架上的牺牲和在圣灵里的重生，我们是没有指望的（约三16-17；罗六4-11；林前十五12-19）。神的恩典和怜悯的福音对于「虚心的人」是有福的，「因为天国是他们的」（太五3）。然而神国的福音，对现今世上那些贫困潦倒的人来说特别是好消息。因为遵行圣经对工作、管理、信实和公平原则的个人、家庭、企业和社会，将会减轻大部分导致人类受苦和贫穷的原因。

耶稣宣告神的命令并将它带到神的子民中，祂应许的释放已经来到。各国代表都被邀请来到祂的国土之内、权柄和恩典之下。

主给门徒的命令是「使万民作我的门徒」(太二十八18-20)。我们要有转化世界的作用,那么我们该怎样做呢?借着向列国传讲福音、荣耀君王及祂国度的好消息。(「奉父、子、圣灵的名给他们施洗」二十八19),教训他们遵守凡耶稣所吩咐的(二十八20)。我们应视「大使命」为极重大的责任,就是要彻底地改革生活和社会的每一方面。万国应当反映出神国的原则和神的荣耀;然而,只有当万民成为门徒并活出神的「大诫命」:「尽心、尽性、尽意爱主——你的神」和「爱人如己」时,这种转化才会实现。(太二十二36-39)

(b)教会历史中整全的福音

只有当我们懂得大使命加上大诫命有多艰巨时,才会明白我们是多么需要听到主说:「我就常与你们同在」(太二十八20)

在路加福音第四章,耶稣明确界定了祂的使命,即传福音、社会的圣洁和公义。这是耶稣对一个破碎世界的整全使命,是灵性、政治、社会及经济目标的融合。和现在一些被别的世界观所影响的教会相比,这福音更容易被耶稣的希伯来听众和构建了平安理念的早期教会所领会。

使徒保罗说我们得救是本乎恩,也因着信;这并不是出于我们自己。(弗二8-10)接着他又说我们原是神的工作,在基督耶稣里造成的,为要叫我们行善,就是神所预备叫我们行的。「工作」的希腊文中是*ergon*,意思是:工作、手工艺、商业、

艺术、好工作等等。这是*ergate*的字根，意思是：工人、雇员和企业家。在世上，神的恩典与有形的实际行动从没有分离过。

工作伦理和社会敏感性均促进了早期教会的成长，为基督徒团体在社会中赢得了尊重（徒四32-35）。但是没过多久，教会就被希腊哲学（诺斯底主义和柏拉图）、政治体制（君士坦丁宗教民族主义）和社会的阶级制度所影响。这在广泛的社会和福音环境中，对基督徒的工作和财富观念产生很大的负面影响。

这些观点和其他属世的、不遵循圣经的观点导致了：1.生活被分成两个独立部分，神圣与世俗二元对立；以身体为代价提升灵性，以无圣职者为代价高举神职人员。2.在不应该的时候，将信仰精神化。我们经常将耶稣和旧约对财富、穷人，及缔造和平的教导精神化了。3.放弃集体和团体性的思考而赋予信仰独特性。我们强调的是个人的圣洁和个体的转化，而非社会的圣洁和转化。

十六世纪的改革恢复了所有信徒对神职人员的信条。这包括了工作是基督徒荣耀神的呼召。十八、十九世纪的复兴运动促进了生活各个领域的圣洁和基督徒服侍，其中包括营商和职场。过去几十年，圣灵运动已朝向更真实地整合福音传播、社会关注、工作和信仰。

应用：营商宣教的救赎潜能

贫穷是整体性的，不仅包括经济贫困，也包括社会、政治和属灵的匮乏。解决整体贫穷的方法必须是全面和具转化性的平安信息。营商宣教是对管理受造物使命的响应，也是万民对大使命的回应。这是对世界巨大的精神和物质需要的响应，其应用可显示在以下方面：

(a) 营商恢复人的尊严并赋予权力

营商透过这些方式来恢复尊严：提供就业机会、在关系上实行公义和同等待遇，赋予权力。

神希望祂所创造的人没有一个投闲置散（待业）或是没有生产力。不能工作、不能发挥创造力、不能自给自足和供养家庭，都会令人失去尊严。营商提供就业机会其实是神救赎计划和过程的一部分。然而，就业不应该是唯一的目标，我们应该透过培训、师徒制、个人发展和所有权来赋予人们权力，以致人们能提升自己、所属的团体和社会。这又让他们找到更好的工作和开始自己的生意。这和神的目的是是一致的，也和我们恢复人的尊严、创造就业、创办和发展生意的使命一致。来自每间教会、每个城市和每个国家的企业家都必须在这项任务中得到肯定。

神也期待公平对待能够在我们的生意中被塑造；祂拒绝工资不足、苛刻待遇以及恶劣的工作环境。祂拒绝不公平的薪水和对顾客过高的收费。神拒绝任何形式的剥削，以及团体之间和人与人之间的不公正对待。

营商可以赋权予人，让人在经济、社会和政治上得以自由：经济转化是关乎人们活得相对丰足和参与创造财富。社会转化是关乎拥有足够收入以购得货品和服务。这样就有足够的方式解决吃、住、教育、水、健康和交通等问题。在经济和社会上强势的人倾向在政治上较强大。工作和营商使人有尊严、自信、生产、创造财富和增加财富，这些皆是社会转化的关键因素。

(b) 营商提供训练门徒的环境

营商关乎与他人的关系：雇主和雇员；买家和卖家；生产商和顾客；供货商和经销商。这就创造了整个环境，让基督徒可以跟不认识神的人分享信仰和见证。在商界的基督徒成为职场的盐与光，因为门徒训练是透过日常人际关系展现神的作风。当基督徒商人工作如同为主做、敬畏神、憎恨不义之财与贪污和裙带关系；当他们爱人、尊重人、彰显基督的价值观（诚信、管理与问责等），在言行上分享福音时，神的名就被荣耀了。

营商是社会公认的制度，为整个小区的关系带来可信性。因此，营商藉其带来的关系也为影响和训练门徒提供了机会。个人或公司在市场中成了给小区的「盐和光」。

(c) 营商促进环境管理

营商也可刻意地促进改良环境管理。营商不断地涉及与自然有关的不同关系。营商透过决策与管理产生关系，这些决策乃关于所制造产品和提供服务的类型和位置，及生产方法、所用资源的类型和废物处理。

(d) 营商能加强和平与合一

企业以这三种不同的方式为社会做贡献：主要的商业活动；小区和社会投资活动；公开参与政策讨论。这三种方式中的任何一种都有助于小区稳定和防止小区冲突。企业还可以透过雇用不同背景的员工为共同目标而努力工作，促进和平与合一。

一般来说，私人商业团体是一种潜在的资源，可以用来减少冲突的发生、严重性、发生频率和影响。这个合一与和平的想法应渗入所有商业活动。

(e) 营商能巩固教会

一般来说，营商能巩固教会。越多人投身到生产工作上，越多地方教会得力胜任其工作。收入增加与组织的能力加强使教会拓宽自己的角色，也加强其在社会和全球中的相关性和影响。

生活贫困或居于失业问题严重地区的信徒们，特别需要企业。如果没有企业，他们就会失去在经济和社会中的机遇，他们可能会失去影响力或在社会中作盐和光

的能力。他们成为失去咸味的盐，很少或甚至不能给予社会好消息，而社会对基督信仰已是冷淡或产生敌意了。

(f) 营商促使人往「万族」

当基督徒带来商业前景和经济优势时，即使怀敌意或封闭的社会和国家也欢迎他们。他们必须诚实地履行，而不是把营商当作开启「真正属灵事工」大门的策略，或是不合法传福音的秘密幌子。透过营商和它给社会的正面影响，作盐作光并耶稣祝福的大使，基督徒商人最终会带领人去寻求神。

营商宣教彰显神的荣耀

韦恩·格鲁登（Wayne Grudem）在他对营商的神学反思中，一开始便解释人们如何忽略了营商是荣耀神的一个途径：

当人们听到「荣耀神」这几个字时，第一印象就是**敬拜**——唱歌赞美神并向祂献上感恩。然后这或许表示要去**传福音**——藉传讲祂来荣耀神。接着又或许表示要去**给予**——藉捐钱传福音、建立教会、帮助穷人来荣耀神。又或者**品行端正**——以荣耀神的方式生活。最后，这或许表示**信心**的生活——在祷告和每天内心的态度上倚靠神。这五点· · · · · 当然是荣耀神的恰当方式，但并不是本书的重点。相反，我想探讨的是营商本身——而不仅是营商如何为教会已在做的事作出贡献。

接着格鲁登继续强调营商如何在许多方面荣耀神，例如所有权、就业、利润、商业交易和营商对世界贫穷的影响。

我们的结论是营商能以多种方式荣耀神，其中有韦恩·格鲁登特别强调的直接方式，和以上章节强调的间接方式。我们的具体任务是向世人展示营商如何是使命的一部分，也因此充分和有效地表达基督身体将福音传到地极的使命。

在耶稣按才受托的比喻中，仆人要用主人给他们的银子做各自的投资，替主人收回应得的报酬。（太二十五14-30）今天，神呼召有营商恩赐的基督徒投资他们的资产和能力在神国里。当然可以把钱拿来传道或者做慈善，但是他们可以做得更多；透过摆上自己、他们的经验、技能，和营商敏锐力等来建立神的国度。不仅在各自所在的区域和国家，还可以到地球上更偏远的地方（徒一8）。

营商宣教是在效法神的过程中共同创造的行为，是对神创造使命的回应。这本身就是好消息，也是大使命中不可或缺的一部分。神国的建立包括创造财富和灵性转化。营商宣教本身不应只被局限在狭窄的教会—使命—营商观点里，也应该放在更广大和宏观的持续转化发展中，包含丰盛、赋权、品格和服务，藉此让人们能从赤贫的桎梏中解放出来。

3.世界和商场

目前营商宣教所处的环境

机遇与挑战

一场全球性运动蓄势待发

营商宣教本身并非一种新的世界观，而是较广阔的范式转移的一部分，它认清神使命的整体性，并肯定所有的职业。福音派教会正在思考怎样更有效和更完全地宣讲福音。

我们正在收复基督教会的圣经愿景，冲破教义错误和历史障碍，两者导致虚假的二分法，扼杀了教会社会的充分影响。这种神圣与世俗，神职人员与无圣职人士角色的二分法正在被消除。马丁路德和加尔文说明我们认识到每个信徒的职业都是荣耀神的工具。然而，到了近年我们才开始明白当此教义涉及跨文化使命时，它的完整潜力和价值何在。

在一九七四年举行的洛桑大会上，一些新兴世界教会的领袖向福音派教会发出呐喊，不要单单参与福音的传讲。他们呼吁教会全面和充分地展示福音。一九七四年的洛桑会议和一九八零年的芭提雅大会报告都反映了这个响亮清澈的号召。照此推算，先于我们一代的人已经看到了世界观转变的需求。很多活动已完全被福音派团体接受，包括救援与发展、职场事工、小额贷款，及商业培训等等，但这些很典型都是非牟利活动。

自二十世纪九十年代初，在非圣职人士中掀起了「营商宣教」运动，它以各种形式出现。有很多国际性、区域性和全国性的聚会；同时也出版了很多有关此方面的文章及书籍，还建立了网站，一些学术机构也开办了营商宣教课程。

然而，教会内部仍对牟利机构持高度矛盾、怀疑，和敌对的态度，对跨国公司尤其甚。这就解释了为甚么很多人觉得营商宣教运动只是在范式转移的最初期。更准确地说，营商宣教正处于教会内范式转移的末端，作为对整全使命的成熟更充分的理解。

对商界人士来说，他们更有潜力将福音带到跨文化地区。我们不能忽视全球现实和推出神国营商策略的需要，它有能力带来深入且持久的属灵、社会和经济转化。我们正面临重大的机遇和挑战。

「主的灵在我身上，因为他用膏膏我，叫我传福音给贫穷的人；
差遣我报告：被掳的得释放，瞎眼的得看见，叫那受压制的得自由，
报告神悦纳人的禧年。」路四18-19

营商宣教的机遇

(a) 现今世界的需求

全世界约有一半人口（超过二十八亿人）每天靠少于两美元维生。这是一个惊人的数字，然而在这些人之中，又有十二亿人每天只得一美元生活费。想象一下，人口是美国、加拿大、墨西哥和巴西人口总数的双倍，但每天只靠一美元生活。

除了贫穷，还有疾病带来破坏性影响，折磨最贫穷的国家。在二零零二年底，世界上大约四千二百万人染有艾滋病，其中三千万人居于撒哈拉以南非洲地区。贫富不均令事态更严重，世界上最富裕的两成人口拥有全世界约八成的财富；而最贫穷的两成人口拥有全世界约百分之一的财富。贫穷、疾病和失业之间形成了悲剧性的交互作用。

工作机会短缺和各种社会弊病之间有毁灭性的联系。人口贩卖是最可憎的罪行之一。贩卖一词用于现代奴隶制，形容奴役男女或小孩的行为。作非法勾当的人不顾受害者的意愿，用暴力、欺诈和胁迫抓住他们。妇女和孩子常常被迫卖淫。人口贩卖的一个根本原因就是失业，基督徒商人能够且必须对付这问题。

三十年前，东南亚国家在经济上都是无名小卒，他们的经济基础是出售廉价商品。日本公司开始建立制造工厂并受到亚洲政府的热烈欢迎。原因是甚么呢？因为就业与培训的提供和新技术的分享，容让这些国家在全球性层次上竞争。

随后的几年间，由日本人培训的亚洲企业家开始建立各自的工厂。今天，最大的芯片制造商在台湾、新加坡和马来西亚，并由当地人拥有。虽然日本公司在亚洲投资时并没有转化社会的议程，但他们有力地表明了企业如何减轻贫穷。

我相信解决全球性贫穷的唯一长远方法是营商，因为营商能够制造商品和提供就业机会。生意可以年复一年地制造产品，提供就业并发薪酬。因此，如果我们想看到解决世界贫穷问题的长远办法，我相信是

要透过开展并维持具生产力和获利能力的公司。

——韦恩·格鲁登（Wayne Grudem），《荣耀神的营商》

（*Business for the Glory of God*），Crossway 2003

(b) 支持和发展策略的限制

传统的发展机构主要藉支持贫穷的国家来解决贫困问题。援助和赈灾固然重要，但政府和一些非牟利机构认识到单单援助并不足以缓和地方性的贫穷。在教育、关心弱势群体、技术培训和以小区为基础的企业中（如手工艺发展和自给农业），发展项目扮演重要角色，但这些项目甚少能自给自足。许多类似的项目不久就会用尽资金。援助的问题之一就是需要不断地筹款来持续发展，最后导致了捐助疲劳症的产生。当资金撤回时，当地人民所倚靠的「假市场」就会揭露并随即消失。这是悲剧性的，且会产生问题多于解决问题。

投资可持续发展的企业可创造就业机会，最终能为这些国家带来实质经济发展。真正的受雇给人尊严和自决权，这可以转化小区。这与依靠援助产生的依赖文化是相反的。要减轻贫穷，人们需要的是「举手而不是伸手」。贫穷人想要真正的工作，而不是资助。这是他们对自己应得的尊严和自力更生的呐喊。

我们应当发展一种工作和生产——智力或身体上的——其目的就是获利，能服务人类生活。

(c) 一个整全的发展方法

宣教机构、发展机构和商业机构都日益认识到采取可持续整体发展方法的需要和益处。基督徒可以参与其中并应该作出贡献。我们应该透过进一步发展营商宣教的概念和实际应用，以定下趋势和标准。我们应该以跟「所有善意的人」共事为目的。

亨利·福特(Henry Ford)曾说：「只会赚钱的生意是差劲的生意。」大部分公司的存在仅仅是为其股东赚钱，这就是所谓的财务底线。营商宣教超越这个财务底线而达到「多重底线」；考虑到财务、社会、精神和环境方面的回报。

經濟是社會發展過程中的基本領域，如果沒有經濟，人類是不可能存在的。
從聖經的角度看，人類生活應該是有一個具體價值導向的，就是神國的價值。因此，社交生活的任何一方面都必須在這標準的亮光下評估。

(d) 全球化

世界在改变，我们管理教会和履行使命的方法也需要改变。

在过去二千年，很多基督徒都在寻求有效的方法和机会在万民中荣耀神。在过去二百年，健康和教育等领域已为小区服务打开了大门。营商和宣教的联合并非新方法。景教、摩拉维亚、威廉·凯里（William Carey）、巴塞尔使命的追随者、各种天主教和修道院的秩序规律，都以不同方式藉营商来扩展基督教，尽管不是没有障碍。

然而，由于迅速全球化导致前所未有的改变，营商（在营商宣教中的概念）准备在普世传福音和训练门徒上扮演主要角色。正如「罗马和平」营造了有利环境让早期教会快速增长，今日的全球化也是如此。我们需要认清全球化有两面：一方面可以用作善意的经济发展，另一方面也能用作剥削。

营商是全球性的，它从国际金融交易延伸到提供实时信息和名牌商品，没有时间和地域的限制。我们在美国可以买到菲律宾生产的商品；我们可拨本地电话号码并跟热线中心越洋通话。文化也在全球化。在非洲和拉丁美洲的丛林里你可以看到可口可乐的广告板。CNN将一条条新闻带到世界每个角落。在西伯利亚的一个偏远角落，你可以一边喝瑞典伏特加酒，一边看音乐电视。

教会也透过多面的使命经历了全球化的影响，教会从每处走到每处。

获得及转移资金、技术和信息日益容易，这为教会藉开展新业务来使万民作门徒提供了前所未有的机会。随着共产主义的瓦解，几乎所有的政府都在寻求业务发展和外来投资，因为这些是经济增长所需的资源。

(e) 营商受到欢迎

许多门户对「专业」基督徒、传统宣教士和基督徒工人是关闭的，但世界上没有一个国家不欢迎商业及投资。这可以满足一些实际的需求，不仅提供就业机会，而且提供培训。这帮助国家不仅在经济上增长，还可以通过发展中产阶级、增加

税收、提高员工技能等，在各方面实现发展。在传统使命上，人们会谈到「封闭的国家」和「限制进入的国家」，但对于真正的商人和真正的营商，并没有关闭的门户。世上各国的政府都欢迎商业！

(f) 营商具影响力

我们不能低估营商的力量，它对个人和社会的潜在影响是很巨大的。这种潜力可以是正面或负面的。

随着商业和企业而来的关系网非常奇妙，这是不容忽视的礼物。投身商界的基督徒有独一无二的机会，可以对充分利用资源的人起到正面影响。

某个穆斯林国家的一位基督徒领袖曾说：「专业基督徒（如宣教士）的做法从文化上来说是不自然的，也当然不能持续或复制。营商宣教是关乎真实和自然的关系，透过工作和营商走进别人的生命，作盐作光。」

尤其在穆斯林国家，越来越多人怀疑一些外国人似乎没有合理目的「留在本国」。由于对简单的问题如「你是做甚么的？」也回答不了，即使建立最一般的关系也变得费力。

营商宣教能够成为培育职场环境的平台，其中基督教原则和伦理道德能被介绍和展示作标准。在乌干达，一所建基于圣经原则和真理的管理顾问公司，寻求在商

界和政府两方面发展领导能力和管理技巧。自该公司成立九年以来，不仅在乌干达，更在非洲其他十二个国家的商界领袖间发挥影响力。

当耶稣颁布大使命时，祂说：「你们在去——训练门徒的过程中」。这个语法结构暗示了当你在自己正常的（营商）生活过程中，你应该会很自然地使万民作门徒。当然，想全人投入的商人会受时间的限制，但我们正在寻找、想影响的人，情况也一样。

(g) 营商释放未开发的资源以建立教会

摆在我们面前的任务非常具挑战性，包括创造就业、开展新业务、获得风险资本、营商诀窍、进入市场，和清晰的行商道德。利用传统使命的现存资源不会足够。然而，全世界有成千上万的教会中人有相关技能、经验和人脉，可以透过营商宣教产生跨文化的重大变化。借着有效能的动员、部署、装备和支持，他们将会释放未开发的资源，以完成教会的使命。

每个国家和文化中都有创业者。这些商人（或具有潜力成为商人的人）握着开启神国大门最关键的钥匙。在未听闻福音，和听过但不明白的国家或地区尤为重要。因此，更要支持并鼓励有呼召和恩赐行商的基督徒。

在没有本土教会的地区，营商宣教是植堂的强有力的策略之一。植堂和开展商业可以同时进行。

天国营商为本土化教会提供易懂易复制的模式。一个刚信主的基督徒可以，对本土化教会来说，他们可以模仿装备，持续发展的能力和倍增为蓝本，而非依赖。反过来说，也应支持，鼓励并放手让刚刚信主的商界人士通过营商来服侍神和祂的国度。

营商宣教面临的挑战

(a) 基督徒世界观转变的缓慢性

我们正处在世界观转变的过程中，这不可能在一夜之间发生，而是一个漫长的过程，可能需要一代人的时间甚至更长。

在我们的考察和讨论中屡屡出现的仍是神圣和世俗的区别，这也是教会和营商宣教运动必须面对的重大的内部挑战。

为了弄清楚阻止营商宣教在非洲发展的模式的障碍，我们需要感谢基督教最初进入非洲的方式。早期宣教士向非洲人民传福音的时候，是否将神圣和世俗严格地区分开吗？

每一种世界观都是靠特定用语来发展并维持下来，这适用于区分神圣和世俗的想法。在诸如“全职服侍”和“真正服侍”的短语中，我们也可以看得出来。在一种新的世界观（例如一个无缝形成的整体世界观）里很容易宣扬一种信仰，但是接下来会继续使用过去的世界观模式或将新的用语误用在过去的世界观。

可以使用“整体性”这个词，但基础也许是严格区分的想法，这将直接导致伪整体性。我们在圣经中看到一个完全的整体性而非两个部分（肉体和灵性）牵强地连在一起，它们也没有等级之分，有关属灵的位于顶部，而有关属肉体的位于底部，它们并非因价值不同而区分的。

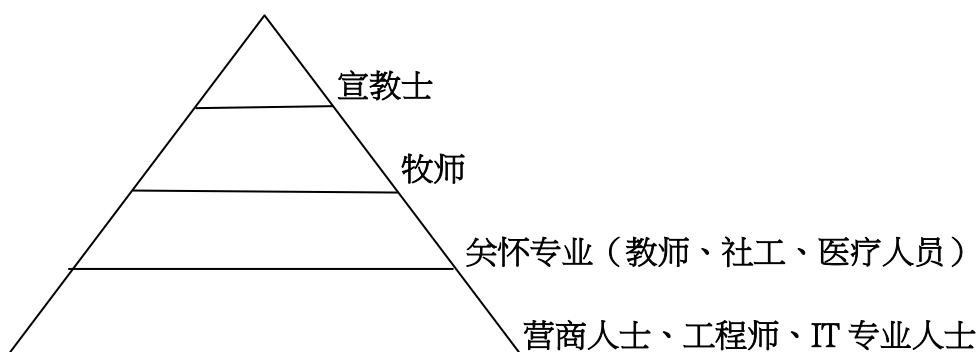
我们并非将“营商”简单地添加在教会的社交活动中，也不能将营商简单地视为满足人们物质需求的便利工具。它是世界观转变的更深层次的需求，正如在圣经价值观中，神圣和世俗怎样联合在一起的。训练门徒和世界观转变都必须提及到整个人，并竭力寻求其在商场中的实际应用。

已经有很多基督徒机构着眼于小区的发展，在某些情况下，这涉及到建立小额信贷项目，合作社等等。毫无疑问，所有这些都大大有助于贫困小区里的持续发展。然而，在少数情况下，它们本身已经到了“尽头”。比较危险的情况是：有时会越来越不愿意分享基督信仰，不愿意将社交活动当作是信仰的有力见证。结果只是一个成功的项目，商业活动或机构，而非着眼于分享基督的福音，完全传扬耶稣的名。我们在展开营商宣教时要警惕类似的危险,并采取适当措施来避免。

(b) 营商的瑕疵和信徒的被动

在全球许多教会中，营商呼召本身就有瑕疵，这主要是受到普遍基督徒的世界观影响的，这种世界观将灵性领域放在物质领域之上。

在许多教会，基督徒商人社群被忽略，甚至被边缘化。保罗·史蒂文（R. Paul Stevens）博士把这种现象描述为不符合圣经的职业呼召的属灵等级¹。从下图的金字塔关系可以看出，在教会里，有很多等级要攀爬，每上升一步，人就会更属灵。许多人下意识地相信神会更悦纳那些位于上层的人的服侍，就是所谓的“专业”神职人员。不幸的是，在很多人心目中，律师和政治家甚至不在此图表中！



当今很多人都视传统的使命为神圣，因为它就是奉献的最终诠释。

确实地说，如果你是一个边远地区的“宣教士”，你一定要作出最大的牺牲，以及为属灵上的追求和宣扬神的名献上整个生命。然而，当我读到有关开荒宣教士的文章时，他们大多数人相信整全性的方法，并迈出了难以

¹保罗·史蒂文，1999—~~The Other Six Days: Vocations, Work and Ministry in Biblical Perspectives~~

置信的一步，为他们所服侍的小区带来了经济上的发展。这情况从某种程

度上讲已经改变，被差派出去的工人没有其他方面的技能，只有圣经学校基础教育。这带来新的转变，就是不可能在商界里发现最“属灵”的人，最“属灵”的人都是全时间专业基督徒。

与这种根深蒂固的教会文化紧密相关的基本假设是神职人员通常是牧养的人，而信徒相对比较被动。牧师也许发现在生活的其他领域认同和支持（或仅仅类似此行为）领袖很难。

世界上的各种文化因素都能使这种错误的等级关系加深。比如说，在一些文化中，劳碌工作常被看成是堕落以后神对人的惩罚。因此，这种神学框架很少对这种误解提出挑战，也很少肯定工作，生产力和持续发展的价值。

在小区的服侍和很多教会中，透过商业活动获利或获得报酬都会受到广泛的质疑。金钱被视为邪恶的，一个人不应该赚超过他们所需的金钱。结果是商业常被视为腐败的，甚至是邪恶的，较好的会视为必需却可憎的活动（倘若神职人员知道你是常常十一奉献或对植堂活动有所贡献，被接受的程度会较大）。

在印度，基督徒群体对营商的想法通常是负面的。当一位商人成为基督徒后，他要辞掉工作才会被视为“更属灵”。

那么营商人士将职分和信仰融合在一起的职分怎样才能被认同？怎样才能使人相信他们的恩赐和经历能够对其小区、国家，甚至是地极具有很大有的影响力？对于极需基督徒企业家和商人的国家尤其重要，因为那里存在高失业率、腐败、不公正的文化体制和极需改革的机构。

在拉美宣稱所有的職業都有相同價值不是容易的事情。對於那些曾經受經商和管理訓練的人士，在基督教宣教事工和教會擔任領導角色，我發現很多人對此仍存在偏見。比如一些神學研究所不願接受持 MBA 學位的人擔當領導和管理的職位，目前還有一些神學家這樣做。這讓我想起了曾有一段時間，牧師不願接受一位基督徒心理學家輔導基督徒。感謝主，那個時代已經過去了，我們現在需要接受那些具有營商管理技能人士作帶領，以及在各項事工上發揮恩賜。

(c) 营商和宣教联合的冲突

当营商目标和“**宣教**”目标联合时，会存在一些内在的冲突。我们会在接下来的章节中谈到一部分。但值得一提的是历史上存在一些例子，当企业与福音的发展有密切的联系，却导致混乱和剥削。这也是为什么有些人会存在猜疑和有所保留。

针对过去和现在的实际情况，我们应该有一个正面的评论，不能忽视营商的潜能。我们需要认清危险和陷阱，以及研究怎样防止发生这些事件。

(d) 保护主义

我们不能简单地将保护主义看成是全球化的缺点和资本主义无限扩张的另一面。由美国、欧洲和日本设下的贸易壁垒正是公平自由贸易的主要障碍。西方国家声称自由贸易，但在实际操作中却体现出保护主义。欧洲、加拿大的农业补贴和美国钢铁产品征收关税就是很好的例子，以此看来，在国际贸易领域中想要公平竞争就是海市蜃楼了。营商宣教并不能凭空发展，需要基督徒律师、政治家和商人来解决这样的窘境。

(e) 缺乏认同感及装备

如果说随着国际贸易法本身的改革，就能够自动地转变成公平自由的贸易，这样的说法是不可信的。除非当地人获得有效的培训，并得到鼓励及支持参与营商活动，否则他们将无法从国内外贸易所提供的巨大潜力中获益。最大的需求之一就是要把营商宣教这愿景配合实际的支持和训练。

由于以上描述的窘境，一些地区可能缺少基督徒参与营商，或是对参与持迟疑的态度。然而，还有一些原因令人们没法参与，这包括缺少好榜样、缺少企业文化、缺少企业管理意识、缺少发展可行项目的专业提案、缺少投资成本、缺少好的网络和支持等等。

营商宣教运动还不够成熟是导致这些因素的原因之一，因此我们迫切需要开发网络支持，传扬好典范，从过去的失败中学习与进步，提供优良的商业培训、发展资金，强化问责和制度，整体上装备每个国家的企业家。

(f) 属灵反对

如果营商人士忽略了应用合理的商业原则，或者无法处理商业中的正常变化，那他们就不应该不假思索地把失败归咎在撒旦身上。开展可持续国度营商的一个障碍是过于属灵化，所以常常忽视好的商业原则。

然而，我们不能忽视任何一位为其呼召踏上属灵战场的信徒。神的全副武装和在圣灵里的警醒不倦“随时多方祷告祈求”（弗六 18）都是国度营商人士的基本要求。

从个人经验和其他十个营商宣教的经验中——我们一起定期工作过的企业家。我们知道属灵争战非常激烈，我们也认识到除非经过一系列激烈的争战，否则我们的敌人必定不会容许我们的灵魂和资源获得拯救。

(g) 营商的艰难处境

很多迫切需要转化的国家的营商环境都很恶劣。腐败、胁迫和经济与政治的不稳定使得企业生存充满了挑战。

大多数的企业投资者通常不会去那些耶稣要我们去冒险的地方投资，那也是为什么正要在那些困难的地方呼吁营商，并给予他们支持，我们也要寻求新的方法来解决困难地区固有的低回报投资问题。为了在这些充满挑战的地方营造一个更好的营商环境，我们要与被呼召在法律、政治、教育领域转型的人，以及发展的组织合作，成为先锋，这是非常重要。

虽然为营商宣教奠定坚固的基础需要一段时间，但是其重要性不容忽视。我们有很大的机会透过营商宣教进入敌对或封闭的国家，和服侍最需要福音的群体。这不仅仅需要将有技能的、经过装备的、愿意奉献的营商人士差派到当地，也不仅仅是认同国内的企业家，告诉他们神要使用他们改变社会，而是需要持续的相互合作、支持和鼓励，直至形成可持续盈利和发展的企业。即便如此，我们的“国度目标”也不仅是这些新的企业能够发展、赚取盈利，并具再生的能力，而是对社会、属灵、物质、和社会环境各方面产生“持久性影响”。

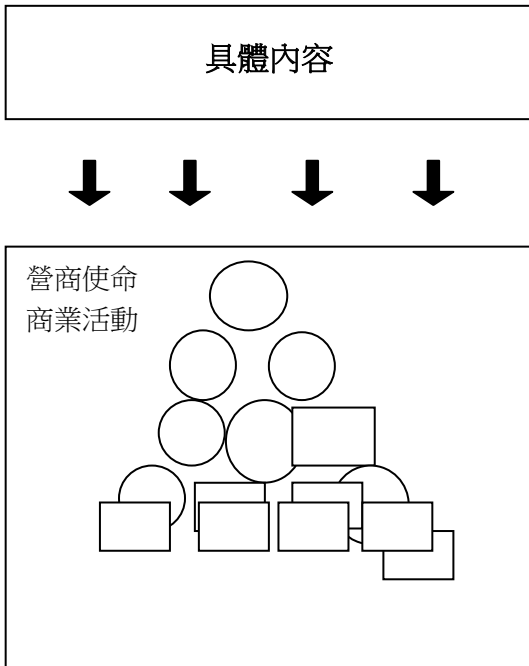
第二部分：实战中的营商宣教

4· 营商宣教的要点

十个指导性原则

介绍

要把营商宣教（BAM, Business as Mission）看作为教会整体使命的其中一个重要和必不可少的部分，识别出那些区分营商宣教和一般营商（BAN, Business as normal）的因素是很重要的。如下图所示，两个互补的区域有一些重叠部分。例如，一个好的营商宣教的侍奉，明显会具备很多成功企业的特征。国度性的营商像其他营商一样，一定要获利和可持续发展的。诚信、公平和优质的顾客服务不仅只是营商宣教所需要的，而是任何好的营商必备的特征。因此，这些特征并不一定能够引领人到基督。一个好的以国度营商是以好的营商为基础，但把管理的责任延伸得更远。



营商宣教企业的基础

1. BAN= “一般营商”
即所有商业活动的基本营商原则
2. BAM= “营商宣教”
即营商宣教活动的必要特点
特定的背景将决定实际营商情况

本章将会强调区分一般营商和营商宣教的重要原则，但相关原则在不同的情况下有不同的应用，认识这点是很重要的。例如，有些企业发现和教会与宣教机构有正式的契约关系，对于获得属灵指引和问责很有效。这种方式有其优点，但这只是众多寻求祷告支持（原则 8）和保持在属灵问责（原则 3）的其中一个方法。因此，我们特意避免使用“最好的方法”的字眼，具体的实践需要根据特定的社会处境、文化、宗教或者经济情况作调整，但是“指引性的原则”是一样的。

另外，每个原则应用的**深度**和**关注点**在不同的商务环境中也有所不同。例如，有些企业着重为那些高失业率地区提供更多的就业机会（原则 3 和 4），而有些企业则更加注重结合营商和教会植堂策略（原则 3 和 4）。

以下列出了一系列巩固营商成为宣教的原则，分为两部分。首先，我们会列出那些必须存在于所有良好商业中的基本原则。接着，我们将会列出区分好的商业和富使命的商业的原则。

商业运作的基本原则

1. 力争长期获得盈利和持续发展。

盈利表明资源正在得到良好的运用，这显示出，产品或服务出售的价钱超过成本，包括资产的成本。对于大多数商业而言，盈利是短暂的，从来都不能肯定的事情。营商经历一段时间的低盈利，甚至负盈利，是很常见的事。因此，从长远的角度来看盈利是非常重要的。非经常性收入往往是支撑一家公司度过财务亏损时期的

重要因素。基于这原因，一个管理得当的企业在考虑是否，以及何时要分配利润时会极其谨慎。获取利润及保留利润并不一定是贪婪的标志。

2. 力争优秀，运作时坚守诚信，并且拥有一个问责系统。

虽然一个声誉不佳的商业能够借着走快捷方式而获得利润，然而这并不是一个切实可行的长期营运策略。人们最终会明白，不佳的声誉会广传开来，而公司最终会失去生意。力争优秀，拥有勤奋、诚信以及公平的声誉，都是一个商业长期运作与成功的条件。这是一条基本的经济规律，无论这家公司是否由基督徒营运，这条规律都是铁定不变的。有一些标准的商业实践和有关优秀的指标，是任何企业都不能忽视的，包括 国度性的商业。而且，致力于优秀经营的公司还应具有透明度，鼓励员工与当地社群提出批评、响应和监督。

营商宣教独特特征

3. 管理高层和企业持有人拥有神国度的动机、目的和计划。

单单良好的商业实践不能将人们领到耶稣跟前，要达到这一目的，公司必须具有更加明确的意图。这始于一个计划，最好是书面计划，当中反映出该营商运动的国度动机与目的。“国度动机与目的”是指一份对当地小区和教会产生长远和正面影响的渴望。企业持有人与经理都注意到以下的事实，即使商业本身或许不会永远存在下去，而其影响力却是持久的，而且公司对属灵事务的优先考虑会定期以一种敏感于当地文化的方式与员工和顾客沟通。

例子： 土耳其一家公司的创办人离开了原来的跨国公司，专注于发展一家“大使命公司”。他希望在10/40之窗地区协助教会开拓事工，同时也想从事世界级

的生意。他特意选择专注 “世上最大的未得之国” 之一的土耳其，他故意搬到土耳其一个只有一百五十万人口和没有教会的小城市。他的营商活动和小区参与让他有机会向员工和当地人传讲好消息，若是没有他的工作，这些人或许没有机会听闻福音。

例子：福音派商会最初的目标是为宣教机构筹集资金，他们很快意识到还可以做更多事情传扬福音。现在公司的员工超过六十名，每天都举行祈祷会，有基督徒、印度教徒和穆斯林参加，每两个礼拜举行一次查经学习。公司强调对员工的个人关怀，并且透过基督徒管理层，积极展现耶稣的爱，除了在公司内作盐作光，管理层还协助两间教会和一所基督徒小学。

4. 力争个人与小区的整体性转变

为了与神的国度动机一致，营商要运用每个机会为整体小区带来属灵的、社会性的、经济和环境的利益。公司是小区一股重要的力量，受到当地领袖的尊敬。倘若可行，它应当寻求与所有利益相关者和睦相处，以对社会负责、适合当地文化的方式行事。公司为自己树立一个高的道德标准，不仅能符合法律的最低要求，也避免生产有害的，或在某些文化中被视为有害或有罪的产品或服务。

例子：亚洲的一家公司发现，透过其商业活动，公司的大部分员工已经接受了基督，许多当地人已经受到福音的影响。新公司和新教会在偏僻的地方建立。另外，许多员工也积极投入时间影响他们的小区。由于他们的活动，政府曾给公司予以

嘉奖，结果之一就是，那些公司中有机会在政府官员面前树立好榜样，成了当地一股积极的影响力。

例子：一家成功的哥斯达黎加保健企业Clínica Bíblica已经与一些有相同目标的服事机构展开合作，它与Roblealto 儿童事工(Roblealto Children’ s Ministry)是战略合作伙伴，而后者的使命是服事在困难处境的哥斯达黎加儿童，满足他们的属灵与物质需求，这使命与其透过营商进行的医治服事非常一致。Clínica Bíblica运用医疗方面的专业技术来满足Roblealto儿童的医疗需要，借着服事儿童为他们带来益处，若非如此，这一需要是无法得到满足的。

5. 力争员工的整体性福利

在对待自己的员工方面，公司树立一个高标准。公司一直在努力营造安全和愉快的工作及工作环境。员工获得尊重，并且常获得个人和职业方面成长的机会，家庭价值观得到支持。

例子：“D公司”的纺织工可以在家工作，为她们提供了灵活性，使她们在其它方面，比如家庭、田野工作和其它工作都能够尽责。妇女在许多商业领域方面常常被排除在外，现在她们可以自由平等地参与地毯的生产。

例子：在经历了一段因商业压力而忽略神与家庭的时期之后，TRP公司制定了针对休息与重新得力的计划和问责架构。如今的实践包括每星期有一天祷告，并为满足商业活动，教会与家庭的需要作出策划。

6. 力争用其经济与非经济资源产生最大的国度影响力。

管理层与公司持有人都承认神是公司的最终持有者。在这样的情况下，他们专注于如何使公司产生最大的国度影响力。对于某些公司，他们将钱奉献给其它的宣教机构，也有一些公司或许在经济上不太宽裕，但是他们会以其它的方式，比如员工发展计划、供应链的管理等等来推动神国度的拓展，要留意的是有些人强烈地认为公司应当从其利润当中纳十分之一作奉献，但我们的态度更倾向于较轻的律法主义，这基于以下两个原因。首先，如第一条原则所指，有些时候保留利润更为合适。其次，有些人会倾向于认为十一奉献履行了他们商业的国度使命责任，而他们不再积极地寻求其它方式来使自己公司为基督所用。慷慨是好的，但是管理人员与公司持有人应当有一个更全面的看法，把生意看成营商宣教，以及如何将商业与宣教策略结合起来。

例子： D纺织公司是成立是为了创造工作机会，以其为所在村庄提供经济的、属灵的以及个人福利为目标。成立十多年以后，这服务已超出最初的项目，加上协助建立学校。今天D公司支持着十多所学校，而这些学校影响超过一百个村子里的逾六百个家庭，公司还对周围几个村庄里教会的建立给予了资金支持。

例子： Clínica Bíblica使用其盈余性收入来支持其多个附属的小区事工，它所属的事工网络运用其收益来补贴所有有需要的病人的医疗费用。他们将收入分为三个用途：三分之一用于建造与维修费用，三分之一用于医疗设备，三分之一用于支持其它医疗或社会活动事工。

7. 树立像基督的仆人领袖榜样，并在其他人当中发展这一品格。

营商宣教之商业管理者，要透过树立榜样来作带领，借着服事他人来活出基督的样式，而且，他们透过言行来带领与培训其他人，鼓励人提出关于信仰和与其相关的问题，并以合适的方式予以回答。对照“耶稣在这个情况下会怎么做？”这一问题来做决定。管理层要定期聚在一起祷告，也鼓励员工做同样的事情。有人要定期为员工，顾客和其它的相关的人提名祷告。在一些情况下，公司应当邀请一个属灵的导师（比如当地的一个牧师）来关怀员工的情感与属灵情况。

例子： 亚洲一家公司的创办人分享：“我们的员工从我们这里学习到服事我们的顾客是我们公司的根基。实际上，乐意服事是一项永恒的价值。商业是神教导我们去服事的训练场地。”

例子： 在东南亚的BA公司当中，他们一直在学习活出见证。约翰（John）分享：“主让我看见在职场中训练门徒的力量。基督徒在什么地方花的时间最多？品格上的缺点在什么地方会暴露出来？在主日聚会，还是在平日的职场？因此，人们需要在哪里得到门徒训练呢？在许多教会的聚会当中，神的道仅仅被传讲，殊不知神的道也必须在职场中活出来，基督徒的训练是针对实际的挑战。”

8. 有目的地推行尊主为大的道德实践，但不与福音相冲突。

国度商业是按照圣经的道德原则运作的，所有商业人士都能为了自己的益处而加以遵行。生产的商品和提供的服务都应当在地上成就圣经所启示所宣讲的神的旨意，这才是国度商业的目的。他们有目的地将耶稣的教导应用于自己的商业生活

与实践。他们确保其问责制度可以将道德领域提高到效法基督的位置，也谨慎地评估他们的产品和服务，以确保他们没有与福音发生冲突。

例子： 遵行荣耀基督的商业操守曾经减少了中亚公司TRP公司获取经济利益的机会。起伏不定的官僚政治和经济环境，以及种种腐败，增加了按照道德操守经营获取利润的挑战性。该企业创办人在中亚有一个基督徒属灵导师和一批有着相同信念的商业人士的支持。他同样明白，如果一个人想在商业领域做出有果效的属灵工作，那么一个充足的祷告生活和对神及其话语的深度知识是**必不可少的**。

9. 在代祷方面积极主动，寻求其他人的祷告支持。

管理层与企业持有人寻求别人的祷告支持，并且保持与代祷者之间的沟通。撒旦会尽己所能来破坏公司的国度目标，因此必须特别留意属灵的征战。为商业积极代祷，对于公司领导层是**必不可少的**。

例子： 亚洲一间公司的创立者在商业起步阶段，并没有为他遭遇的激烈的属灵征战做好准备。他没有特别专注祷告，不仅自己没有这样做，也没有与其认识几个基督徒一起有祷告。随着时间的推移，他意识到「祷告就是工作」，借着祷告与组织他人同自己一起祷告，他开始看到果效，并发现让人每天为一名员工代祷，是他做的**最佳投资**。

10. 力争与志趣相投的机构合作。

正如传道书所言：有人攻胜孤身一人，若有二人便能抵挡他；三股合成的绳子，不容易折断（传四12）。同其它机构组成团队的公司能够成为一股巨大的力量。一般情况下，多个机构（营利性机构或非营利机构）共同努力较公司单独工作，能够为神的国度取得更大的成就。良好的国度性营商会竭力寻求这些关系，并且乐意去服事那些有着共同目标的机构。

例子：在中亚的一个国家，TRP公司创办人参与建立起了一个团队，由国内大约两百人和国外大约五十人组成，他们都是追求神国度商业的追随者。此外公司还建立了网站，目的是辅助团队协作，并鼓励基督徒在那国家做经商。

例子：从一九九一到一九九三年，AMI公司的年平均销售额为一千万美元，目前在东亚的九个工厂有他们的投资。由于这个能力，AMI公司已经与超过十五家非盈利机构组成联盟，目的是要在东亚当地和穆斯林小区开展教育、社会发展和植堂的工作。每个分公司都有一名大使命战略协调员，与当地教会领袖建立关系网络，制订与宣教、门徒训练和植堂相关的策略。外国人要在属灵上向某个教会或宣教机构负责，并有详细描述并指定其工作内容和条款的合同。

在这里，我们的目的是为了将营商宣教付诸于实践的人提供一套指导性原则。当然这不是一成不变的，可以借着团体的经验将其更加完善。但是，这些原则提供了起点。然而这些原则来自于课题组别自身实际的知识与经验。除了使用已有的

一些数据以外，还有参考本文章中的案例研究。我们选择了最能够反映出这些原则的案例研究作为例子，其中有些案例详细在第五章和附录三列明。若要进一步了解营商宣教运动和其它一些最佳实践的例子，请参阅附录F(编按:参英文原文，并没有提供译文)。

一些特别的书籍：《国度营商》(On Kingdom Business), Yamamori & Eldred着, 《大使命企业》(Great Commission Companies) Rundle & Steffen所著《改变世界》(Transform the World), Swarr & Nordstrom 着这些书籍在这个领域都是非常有帮助并具有建设性意义的。

5. 营商宣教实例

案例研究

引言

本章的目的是讲述营商宣教的案例。这些案例将帮助读者从整体上了解营商宣教在实践当中到底是怎么回事。

在不同的实际环境当中，对于营商宣教的核心原则之应用的风格与深度会有所不同，有些时候甚至是很大的差异。使用当中的具体方法与策略必须是多样的、具有创新性的，这取决于每个商业本身的首要专注点与具体环境。这些简短的案例显示出，这些原则如何在营商的不同实践与优先考虑事项中发挥作用的。还可以体会，这些原则常常是通过实验与失败才被人们学习到的。这些原则有时是人们有目的性地去运用，而有些时候是人们无意中应用的。

收录这些实例旨在让读者品尝营商宣教的不同‘味道’，并能够从中学习和受其启发。读者可以在附录C中找到两个附加的案例。

TRP 公司

(a) 背景

“TRP”公司的创始人迈克（Michael），在医学领域工作了十三年后，于一九九七年搬到土耳其。促使他这样做的是他极度渴望看到在那里有一个不断发展（繁衍）、自给自足的教会运动。《普世宣教手册》称土耳其是世界上“福音未及的

最大国家”。在七千一百万人口当中，只有两千四百位基督徒，分散于七十五间小教会。

迈克首先设立了一个进口医疗设备的联络处，二零零零年，他在一次回国的旅程中，遇到了一家大型、全球性的食品贸易公司的老板。该公司的执行总裁非常认同迈克的异象，由于公司希望在土耳其拓展自己的业务，因而同意培训并教导迈克成为食品与农产品的采买商。迈克和妻子以美金十一万的私人资本，在二零零一年创立商贸与顾问服务公司—TRP公司。

虽然学习非常艰巨，但是迈克找到一个拥有大量国际商业与贸易经验的基督徒作导师。

在第一个营业季节，TRP 公司就占据了土耳其特级初榨橄榄油出口美国的百分之二十以上的市场份额，这些橄榄油在美国三十个州的七千家商店销售。他们还推出了以“天然、健康和公平贸易”为重点的自家品牌，TRP 公司的其它业务还包括为一家向中国输入食用干果的大型进口商提供咨询服务，以及与一间被《财富》杂志评为五百强之一的公司商讨展开合作，项目包括食品与农业，及可再生能源领域。

(b) 营商宣教的实践

在一次土耳其全国性的食品研讨会上，迈克是唯一在自己领域问题相关的外籍发言人。他的工作已经使他有机会在电视上发言，和出现的全国性发行极多商业报纸上。他在商界的角色使他被邀在所在的城市，担任土耳其小区协会的秘书长。

迈克的生意和他在小区的参与，为他提供了与员工和其他人分享福音的机会。他与另外两名同工当一间小教会不领薪金的牧者，他在土耳其的营商经验，让他在处理教会事务时能够更有权威和同理心。

迈克热切地渴望看见更多营商的基督徒领受相同的异象，在土耳其(的福音事工上)扮演更重要的角色。迈克自发建立一个网络圈，把约两百名土耳其境内的基督徒，和五十名境外有兴趣在土耳其经营生意的基督徒联系起来。许多商学院的教育工作者、学生，以及经验丰富的商界人士都通过短期访问的形式帮助国内和外籍企业家。而且，已成功召开过多次“土耳其商业磋商会议”，同时也已建立了一个网站，联络和鼓励信徒在土耳其经商。²

(c) 分析与实践

该企业是自养自足型企业，但是最初建立时的启动资金还没有取回。

由于企业持守“荣耀基督”的经商原则，会限制一些具有经济收益的机会。在土耳其，官僚政治、经济动荡、腐败贪污令企业更难以道德的手法赚取利润。迈克希望透过土耳其更深一步加入欧盟，缓解和改善经商环境。

² 更多信息可以联系 Lausanne@TRbiz.org

(d)经验心得

以顾客和市场主导：任何企业忽视消费者，或者无法以有效的方法将产品引入市场，都会倒闭。营销学即是“爱顾客如同爱自己”。

珍惜免费建议：政府官员、专家学者、以及基督徒导师有时会免费提供协助。这些人可能我们早已认识，但之前却没有了解到其卓越的商业才能。

寻求专业的协助：雇用律师、会计和顾问可能带来高昂的花费，但是不雇用他们可能引起的错误，可以是致命的。

平衡和休息：由于工作的需要，会习惯性地忽略神和家庭，所以休息和更新是必不可缺少的，常用的方法包括一周抽空一天去登山或者去海边散步，聆听神的声音，同时也为企业的计划安排、教会以及家庭的需要祷告。对于一个愿意在商界里作属灵工作的人来说，充足的祷告生活和对神和其话语深入的理解是不可少的。

D 公司

D公司是一家经营纺织品的公司，主要在第二大城市Farstan周边的村庄提供工作岗位。它立志于让这里的穷人拥有生产产品的所有权，同时说明发展当地学校来为人们提供更好的教育。

纺织是一项传统技能，那些愿意在D公司工作的村民们会接受培训，使得他们能够胜任工作并保证产品质量。D公司为村民提供了织布机，在家中使用，也为技工提供原料。因为完成一项编织项目可能花数个月的时间，所以D公司还会支付部分报酬予生产者，以支付在编织工作中的营运资金和生产资源。

D公司的一个主要市场策略，便是通过瞄准国际市场，更有效地利用多种资源。基于这种策略，D公司能够为工人提供比普通市场更高的工资。

企业对于当地的影响也是多层面的。它不仅大大增加了人们的收入，还有协助建立了多所学校，其中包括一所拥有七百五十名学生的学校，超过一半的学生都是女孩。由于获得稳定的收入，许多人包括医生都回到了他们离开的村庄，并且决定长期在这里工作生活。

公司还为许多家庭提供了帮助。因为公司为家庭提供了织布机，这样，灵活的工作方式使居民们有更多的精力花在家庭和农田上。妇女们也不再像从前被排挤在经济生活以外，而是可以自由平等地从事纺织工作。

每一个村庄都在工人中选举了一位管工。管工的工作作为当地编织工的一个重要角色，会带领全体员工一起发现和确认小区的一些相关需要。

在工人和管工之间，也出现了一种全新的关系。对于基督徒工人来说，穆斯林监管工的身份不再是穆斯林，而是朋友和伙伴，大家为着整个村庄的利益而一同奋斗。

福音贸易

(a) 背景

在从事了十二年的执法工作后，汤姆·苏蒂克（Tom Sudyk）开始转入经商，建立和出售超过二十家企业。一九九九年，他到了印度帮助一个宣教机构平衡资金。在那里他注意到印度政府对外来的基督教宣教资金制定了限制政策。苏蒂克（Sudyk）便想到了在印度国内建立企业来筹集宣教资金。

(b) 建立企业

在印度的钦奈，他建立了一家关于医药的企业，并且聘请了一位印度的基督徒作为经理。之后，他找到一家美国的医药企业作客户，这样，在二零零零年初企业开始营运。该企业的启动资金约美金十五万，两年后开始获得盈利。企业还进一步拓展了业务包括软件开发、数据转换、建筑方案，以及医药训练学校。

(c) 企业使命

企业成立的最初目的是为宣教机构筹集资金，然而，很快便发现还有许多机会作福音的工作。现在，企业已经拥有超过六十名员工，每天举办祈祷会，有基督徒、印度教背景和穆斯林背景的员工一起参加，每两周举办一次查经聚会。在基督徒经理的带领下，企业能够强调关怀员工，彰显耶稣的爱。企业除了在公司内部作光作盐，也帮助建立了另外两间教会，以及一所基督徒小学。

不仅如此，它还为一所专为残疾人提供计算机培训的学校，提供了技术和资金上的帮助，也雇佣了当中的一些学生。

(d) 生生不息：后继有人

苏蒂克发现，受到宣教呼召感动的、学习商务的美国学生常常离开商学院接受神学培训。他组建了一个非盈利组织（NGO），并开始一个大学实习项目，鼓励商学生利用全球商务活动的机会向那些不接受传统宣教工作的国家传讲福音。目前，这个组织与两百多所基督教学院合作，并且通过与美国校园基督徒团契（InterVarsity Christian fellowship）的联盟，与很多非基督教大学和工商管理硕士项目建立了合作关系。

(e) 经验心得

向商人传授基督教事工知识，比向宣教士传授商务知识容易。商人首先关注正确的商业行为并将事工整合进来，而不是首先开始宣教事工再使它看起来像一家企业。只要商业运营成功，员工和小区的福音事工也能取得成功，完全不需要国外的资助。

AMI 公司

一九八九年，AMI 的创始人“鲍伯” (Bob)离开跨国公司，开始致力于创办重视大使命的公司。他希望一边从事世界级的商务活动，一边在 10/40 之窗内进行教会植堂工作。

鲍伯买下 AMI 的控制权，AMI 是一个从事咨询和制造业的公司，具有技术领域的专长。在几个月内，他们就有了四名员工。从一九九一年至一九九三年，公司

在照明和其他高度自动化制造方面的每年平均销售额超过美金一千万。目前，他们在东亚的九个工厂参与于投资。

AMI 公司代表一家美国上市公司管理东亚的一些新工厂，它在中东和北非有几个小型工厂和办事处。这些工厂的资本规模一般在美金一百万至一千万之间，AMI 占百分之十五至百分之百的股份。他们与十五家非盈利机构组成联盟，在东亚当地和穆斯林小区中开展教育、小区发展和植堂工作。

大量投资和高科技背景赋予他们较强的政治影响力。东亚政府通常欢迎外国制造企业，尤其是投资规模较大的企业。只要公司能盈利并且为当地人民提供就业，政府就不会干涉企业的活动，除非企业公然违法或令政府丢脸。

AMI 的每个分公司都设有一名福音策略协调员、一名属灵企业家和咨询员，后者与本土教会领袖建立关系网络，制订与宣教、门徒训练和植堂相关的策略。当地分公司的董事会负责监督福音策略的制定和执行情况，确保每年度传福音规划既有前瞻性又符合文化现实。这些年度规划为公司设定运营目标和目的，确保各方面协调运作、最有效地扩展基督国度。

AMI 注重以城市和族群为中心的植堂和事工团队。外国人要在属灵上向某个教会或宣教机构负责，并有合同详细描述并指定其工作内容和条款。

一般来说，团队领袖不是总经理。鲍伯发现单打独斗的企业家在财力和工作成效两方面都有所限制。他们需要在团队中得到监督和鼓励。当 AMI 于二十世纪九

十年代初开始在中亚某国开始工作时，当地的基督徒少于十人。然而几年之内，AMI 的员工就开始每周与八十多名穆斯林聚会，进行门徒训练，这些人现在都成了基督徒。这表明由职场人士组成的布道团队工作多么有成效。

管理团队是多元种族及多国籍的。这扩展了公司的关系网络，并提供了所需要的专业技术。反映在仅雇佣本国人的公司里，工人没有机会与跨国公司人员交流，商业视野也甚狭隘。

公司内并非所有经理都是基督徒，但多数都是委身大使命的基督徒，其他都不反对公司的大使命目标而高级经理才是主要的目标的执行。薪酬主要基于工作表现而定，并非靠捐款支持薪酬。相信好的竞争会带出正确决策。也允许带职服侍的外国雇员从非盈利组织接受补贴。

AMI 公司占据重要的出口市场，这使公司免于卷入当地政府的腐败。这也增强了公司的政治影响力，因为政府知道公司从国外市场带来的利润可以刺激当地经济发展。

鲍伯分享道：“我们是神的同工。我们用商业栽种了种子，但使它生长的是神”。

亚洲公司

亚洲一家制造企业于一九八八年创建时，只有构想、五名员工、美金一万元资本。在十五年内，该企业已经拥有三百五十名雇员、出口额达三百万美金、利润达四十万美金的企业。

(a) 早期的错误：

创建人“吉姆”(Jim)一度对企业的目的，以及何为良好的商业实践存在误解。他以为自己在做“神的工作”，所以神会给他某些特殊照顾，不用在乎那些成功的商业人士普遍遵守的商业规律。吉姆花了很长时间才明白：商业是神按照祂的律法命定和创造的体系。要救赎它，我们必须首先理解其“自然规律”并按以此运作。

吉姆以为企业不过是用来实现更重要目标的工具而已。却没有意识到人们是会把商业活动的真实性与其他事情的真实性联系起来，包括吉姆说的话。

本来应当使吉姆更加依靠神的商业压力反而使他疲于奔命。他希望在业余时间服侍，却不想在商业活动中寻找宣教时机。他没有把每天正常的商业活动视作培训门徒的途径。他错过了许多机会。吉姆承认没有为他遇到的属灵争战做好预备，没有很好地祷告，不论是自己一个人祷告，还是和他认识的少数信徒一起祷告。

(b) 从经验中吸取教训：

吉姆学到“商业”体系也是神的创造，学习商业体系也是认识神。这是高尚的，并不世俗。所谓“世俗的道路”是那些试图让神体系短路的做法。商业从来并不意味着见利忘义，而是为了创造财富和培养具有永恒价值的技能，让我们有机会投资其他永恒之事。

祷告是重要的工作，是工作取得成效的关键所在。吉姆发现，为个人提名祷告，而非按人群祷告，具有最明显的效果。他发动众人一起祷告。吉姆发现安排人系统地每天为每个雇员祷告是他最划算的投资。

商业是一所学校，神在这里培训我们如何服侍。只要我们去阅读管理书籍就会看到它们谈论如何服侍。服侍是我们需要在新耶路撒冷的工作申请表上注明的技巧，而商业让我们现在就能将这个技巧付诸实践！吉姆认识到商务场合是培训门徒的最佳地点。在运作企业的过程中，能看见福音影响数百人和他们的亲属。

(c) 果实累累

吉姆学到成功的企业能使个人和小区发生整体性的改变。

在这个公司里，多数员工已经接受基督。基督的名已经通过许多途径和事情得到高举。福音已经延伸到企业之外并影响了许多人。另外，吉姆和他的团队已开始在一些偏僻的地方建立新公司、新教会、新雇员组成的团契已经出现。

另外，雇员积极投入影响小区，信徒正在许多一度被巫术控制的地方建立基督的国度。

商业创造机遇，政府欢迎能够造福当地人的企业。政府嘉奖他们的商务活动。于是，吉姆和企业里所效法基督有机会在当地政府官员面前呈现，并向他们作见证。

企业能将资金用于回馈社会和教会，而非用教会的钱支持企业运作（光是薪酬就需要数百万美金）。很多“宣教士”已经在禾场上工作了许多年，不需要任何外界资金支持。

吉姆知道自己有许多弱点，工作仍有待改善。然而，他希望他的经验所得能够成为别人的勉励，使神得着荣耀。

第三部分：让身体活起来

6.推动营商宣教

有效开发全世界教会的各种资源

简介

圣俗两分的观念衍生神职人员和平信徒之间的隔阂，而基督徒思想和教会文化内部的种种顽固障碍也与这种观念有紧密关联。一旦消除这些障碍，就会出现大范围的宣教运动，而营商宣教就是这场运动的一部分。

在福音派的语言里，“全时间服侍”一度意味着当牧师、传教士或宣教士之类的“专业基督徒”，但我们必须承认一切作为基督肢体的平信徒每时每刻都在每个领域里服侍神。在商场和市场中，基督徒商人领受神的呼召和恩赐，用他们的生活和工作荣耀基督，借助商业活动成为“光和盐”。

这是营商宣教的基础，营商宣教支持、装备并发挥基督徒在商业环境中、借助商业活动来影响世界、扩展神的国度。我们要推动基督徒商人发挥他们在执行大使命中的关键作用，尤其是在基督的名不为人所知的地方，以及人们体验不到基督大爱和怜悯的地方。

营商宣教是推动来自世界各国的商人到世界各地在跨文化的商业环境中去宣教。然而，我们不应该忽略营商宣教在相同文化或近文化中的表达。我们必须支持和装备基督徒商人，推动他们在邻近有需要的地方实践营商宣教。他们完全能够在

自己的小区和国家产生持久巨大的影响。然而，他们常常难以在基督教文化中得到帮助，因为基督徒常常用怀疑，甚至敌视的眼光看待商人。

不论是跨文化服侍还是在本土文化内服侍，基督徒商人的呼召必须得到鼓励，使他们继续从事商业活动。如果他们感到神呼召他们服侍基督，教会不应该指示他们自动放弃商业生活来按照传统的“牧师”或“宣教士”的模式服侍（人们常常误以为这是“更高尚的呼召”）。商人具有特殊的技术和经验，世界需要他们的技术和经验来体验福音的完整信息。

至于商业与服侍神的关系，当人们询问如何用生命“荣耀神”时，他们得到的答案常常不是“去经商”……当学生询问“我怎么用生命服侍神”时，回答很少是“经商”。

韦恩·格鲁登（Wayne Grudem）——为了神的荣耀而经商，Crossway 2003

教会领袖有责任认同并帮助动员那些经商的专业人士和企业家。如此一来，商人就能坦然地把职场或公司视作服侍的首要区域，然后积极地思考如何在当地和全世界范围内作神国度的使者。

推动营商宣教的步骤

1.传递异象

推动实施营商宣教始于传递异象。教会需要传达某些核心信息，其中包括神如何看待这个被造的世界、工作和商业，神呼召人进行整全的服侍，神让人在市场中

显明神的国度，神命令人要为了改变别人的生命和改变社会而祷告，并为此努力工作。

2.知人善任

谁有企业家的恩赐？谁有经商的呼召？谁有装备？有些人以为只有西方企业家才能执行营商宣教，我们必须避免这种危险的想法。任何国家都有企业家和商人。教会应当识别并鼓励那些具有营商恩赐的人。有时候，商人要离开本国到另一个国家工作。有效的营商宣教策略应当识别本文化或本国人中的关键商人，就是那些可以得到肯定、培训、装备和发挥的人，营商宣教的运作必须包含这一识别程序。

3.得着认同

推动营商宣教走向成功的最核心元素之一是教会肯定和支持基督徒经商的呼召。教会应当释放基督徒商人去职场服侍。在他们经商过程中，教会要持续地肯定他们。教会领袖要考虑在某个礼拜天早上专门为商人基督徒按手祷告，这也适用于其他专业人士，如教师、社工、工程师、律师等。

4.招募工作

推动营商宣教不仅要肯定和鼓励基督徒商人，营商宣教还带来一些问题，包括如何能有意识地在商业活动中产生影响、扩展神的国度？在营商宣教中，商业活动既是媒介，又是信息本身。如果神呼召一个人经商，下一个问题就是他应该在哪

里经商？哪里最需要福音？福音的信息在哪里的影响最小？我们要积极主动地为策略部署进行招募工作，帮助基督徒商人在教会宣教使命中找到自己的位置。

5. 筛选人才

要成功地实施营商宣教，就必须让正确的人做正确的事。如果某个营商宣教项目具有跨文化元素，就更需要招募和部署那些拥有必需相对技能的人。每个参与营商宣教的企业、组织和网络都应该制定相应的招聘标准和资格要求，确保成功地实施项目。

6. 培训装备

这步骤包括很多内容或格式，从基本的商务培训到学习跨文化交流技巧，然而一个关键的成功要素是让有经验的商业领袖指导新人。

7. 调动资源

营商宣教需要很多资源，包括关系网络、发展市场、搭配商业机会与人力资源等等。没有这些，只靠资本是不够的，然而，运用资本本身也是一个关键要素。基督徒商人可以从具有“国度眼光”的投资者那里得到充足的资金，只要让他们认识到这些策略投资具有永恒的价值。

除了这些以外，还需要新的人力资源，他们可能来自在商学院接受教育又在真实的市场环境中得到培训的新一代年轻企业家。他们可以与商业领袖建立合作关系，后者可以为年轻的领袖提供经验和资金。

8. 实施部署

营商宣教需要全球性的视野。作为“普世教会将整全福音带到整个世界”的重要部分，营商宣教要处处开花结果，肯定、帮助许多基督徒商人，把他们策略地规划到世界各地。教会在调动资源的过程中，必须妥善利用服侍其他国家的策略机遇，并与之紧密联系。

问题和障碍

前面已经提到很多主要障碍。本报告起草过程中反复提到的一个关键障碍是圣俗两分的观念和神职人员与平信徒之间的隔阂，必须克服这些障碍才能有效地推动营商宣教。

堂会领袖明白这些道理也愿意支持基督徒商人，但他们常常因地方教会的需求和责任而力不从心，难以二者兼顾。我们必须保持开放心态，善于向基督身体的其他肢体学习。例如，在改革宗传统和天主教传统中有许多值得学习的东西，人们已经就工作神学、如何做神的好管家、如何参与神救赎世界的工作等问题做了大量有意义的工作。

那些具体的障碍包括：商人常常不能得到重用、或遭到误用、或得不到足够的尊重。其他公认的问题还有：成功神学的影响、把营商宣教与其他与之相关却性质不同的策略混为一谈、需要持续进行质量监督和警惕骗局风险太高和相关工作太繁重等。

(a) 不被重用

很多人认识不到商人成为神国度代理人所具有的潜力与呼召。当商人只是坐在教会里听道、签支票“救赎他们的财富”时，他们内心会有一种无力感和一种隐约的犯罪感，还有一些人会觉得商人身份不适合自己的身份并因此感到沮丧。他们觉得教会不接纳他们，缺乏被神使用的喜乐。他们不觉得神让他们经商是因为神塑造他们成为商人，给了他们许多经商的恩赐。

(b) 遭到误用

很多商人觉得教会当他们是摇钱树。教会和基督徒机构只有在缺钱的时候才来找他们。在某些文化里，人们认为基督徒企业的利润用来支持教会是天经地义的事。经商不见得意味着个人或企业有钱，商人也会遭遇财政困难，他们的收入可能比员工的工资还少，或难以为企业融资，或不能满足企业现金流通的需要。有的人仅仅从功利的眼光看待企业，这种看法是危险的。企业不仅仅是“属灵事工”的资金来源。相反，企业本身就是事工，而企业把利润用于事工或个人捐献应是锦上添花。

(c) 不被尊重

教会仍在学习如何在职场、商场、创造财富和金钱方面明白神的旨意，很多时候，人们总是不尊重经商的人，认为他们在拜“玛门”，因此觉得他们走向堕落，然而，金钱本身其实不是邪恶的。圣经告诉我们“贪财”是万恶之根（提前六 10）。

这种误解使一些人对很多商人产生了距离感拒绝，也使教会和商业之间产生了一些隔阂。这是我们在推动营商宣教的时候必须要克服的困难。

我认为对经商本身的负面态度，是撒旦的终极谎言。撒旦希望阻止神的子民达成神的目标。

(d) 成功神学

那些怀疑金钱或牟取利益的人的另外一个极端是他们被成功神学的思想深深影响，他们认为物质的富足就是神祝福的表现。我们必须要问的是“神为什么要给我们金钱？”圣经中用了一个平衡的观点教导我们关于神在物质方面对我们的祝福，那就是我们享受物质和按神的心意使用它们。这些关于管家的教导需要的，尤其强调永恒的投资。

(e) 独特的战略

营商宣教是建立盈利企业的一项独特的策略，因为它以神的国度为目的。有一个挑战就是要阻止人们错误地认为这仅仅是一个重新包装、重新命名作募款的新方式。营商宣教是一个正在酝酿中的策略，它与其它经济发展项目或宣教事工有关，但也有区别。

(f) 保证质量，警惕欺诈

随着营商宣教的成长和发展，我们也需要不断地考虑如何警惕欺诈，维护道德标准，以及发展和鼓励质量与廉洁保证。不是每一个自称营商宣教的都是按照我们

这里所定义的做，罪和错误的动机会导致那些原本很有可能发展为好的事物被扭曲和变质。有时，质量不到位是缺乏实践而非欺诈造成。不是每一个寻求投资的人都会有一个好的问责系统。

(g) 需要承担的风险和委身

推动营商宣教和其他形式的宣教所需要的方式是不同的。前者需要承担一些不同程度的风险，涉及个人的财政和员工的福利，另外还有一些对家庭、财政、时间的投入、教会服侍、周围小区的影响，以及在工作场所里别人会怎么看你等，所以培养有基督想法的人和制作一些相关的书籍材料是非常必要的。

在异国他乡营商是很困难的事情，事实证明大部分新兴企业存活不到五年，先了解这一点非常重要。文化差异的程度会使之更加复杂，风险度也会增大，还有其他方面的一些因素，如贪污、缺乏好的营商环境、文化敏感地带的挑战等。工作的难度、重点和委身程度是不能忽视的。当你需花额外的精力开拓其他方面关系的时候，对那些思维上已固定每天只工作八小时的人来说，可能不甚理解。

现有的资源

现在营商宣教的资源越来越多，目录已经详细地列在了附录 F 中，值得参阅和使用。

在动员阶段，文章，书籍和网站都是非常重要的，能够激励他人开展营商宣教的基督徒也是一样。世界上有些机构和团体通过组织实地考察给人们一些个人的经验并以此作为动机，这些团体为推广营商宣教提供了募款和投资的机会。

还有一些营商宣教的会议和相关会议，包括地方，国家和区域各级。在英国当地营商宣教团队，乌干达有全国范围内的联络网，中亚也有定期的区域会议。

还有许多宣教机构支持并参与营商宣教的发展策略。营商宣教也为其他服侍提供服务。这些机构正在制定新策略和合作关系的架构，从而推动营商宣教运动。

此次洛桑会议特别报告本身也是一种动员工具。

总结

我们不想另辟“道路”来动员营商人士，因为这样做会让营商宣教运动脱离教会为实践大使命时所付出的努力。重要的是，我们不能简单解决横向的伙伴关系，或从事“营商宣教”的人员和积极性问题。营商人士会问，自己怎样既从长远的愿景又在真正的合作关系上适应这个整体。“营商宣教”怎样与其他基督徒的服侍连接在一起发挥各自的恩赐，及实现神对他们的呼召，如医疗事工，教育事工，翻译圣经事工，以及广播事工等等。联合在一起就会有更大的影响力。从纵向来看，我们更愿意看到个人和小区的整体转变。我们思考在制定策略到实际执行中，我们都应考虑到基督的整体都在作工。

既然知道了任务的艰鉅和基督里巨大的潜力，我们需要更多更好的动员。在本报告第八章“策略性建议”中可以看到我们可以做得更多，在策略方面也可以有更复杂的想法。

7.合作伙伴

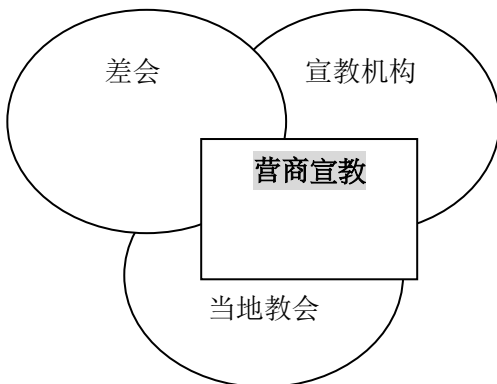
宣教机构和教会的关键性角色

介绍

本章我们来探究合作伙伴的重要性，帮助教会和宣教机构更进一步地与营商宣教相联系，并处理开展营商宣教常出现的理论和执行问题。

我们认识到在教会和宣教工场上发生了很多变化，并认同基督的身体是可以有多种表现方式的。一些个人企业家、企业、营商宣教关系网、职场宣教、差遣和支持教会、受支持的当地教会、新兴教会、同宗派的机构及跨宗派宣教机构都有着不同的规模、形态和形式。

实践方面，如下图所示，营商宣教可以与不同类型的教会和宣教机构连接在一起。教会、宣教机构和神国度的营商最终有着共同的目的：在万国荣耀神的名。为了努力达到这一目标，不同单位共同合作，结合相关措施，壮大神的子民，使我们为神国度作出的努力更具影响力。



商人、教会和宣教领袖透过咨询辨别出哪些是影响有效合作的障碍，并且一起寻求解决办法。这些障碍和解决办法的概览可详见附录四。

与教会合作的大环境

教会在确定和装备商人完成大使命的任务中扮演了重要的角色。

营商宣教与教会的关系可以很多不同的情况下出现，这些情况常常重复。

(a) 营商宣教和当地教会

在可能的情况下，任何具有国度性质的营商活动应与当地教会合作，这些教会与企业关系良好，这是非常重要的。否则，这项新措施不但不能巩固教会，反而会让教会失去它的地位。巩固当地教会必须是每项国度营商服侍的目标。

任何营商宣教与本土教会的合作都必须力求双赢，使双方都能受益，并且获得对方的肯定，当大家分享着一样的神国异象，这是有可能的。教会为商人提供团契、在观念上装备和激励他们在职场服侍。教会和牧师可以为企业持有人及专业人士提供教导、培训和属灵支持。营商人士可以将其管理能力和其他技能贡献给肢体生活。有些地方的教会被失业严重影响，国度商业能为教会成员提就业机会，这点对那些地方非常重要。

我们需要透过祷告、互相鼓励和在社区内的合办宣教项目来合作。当地的教会可能会开展新的营商宣教企业作为自身的外展项目，或者可能鼓励成员开展和支持有恩赐的企业家作为新的营商宣教领袖。

(b) 营商宣教和差会

教会领袖和会众对促进基督徒营商人士，担起他们构建神国度的角色扮演重要一环。教会能确认、帮助招募和装备那些被差遣作营商宣教的人。组织短期专业营商团队，在跨文化使命的环境使用他们所受过的教育和专门知识，这证明非常有效。营商人士为教会的宣教策略献出其恩赐和企业家想法，从而使教会宣教策略更具创意，并有更丰富的资源。

(c) 在没有或者只有少量当地教会的地区开展营商宣教

在那些教会不能公开宣教的地区，营商宣教是进入当地宣教的一种策略。营商和植堂可以同步进行（虽然区分属灵带领和雇主角色能够避免一些利益冲突）。在这种情况下，尽管在充满敌意的环境里，营商宣教还是能在当地教会刚发展的阶段建立合作关系。当传统宣教模式和教会其他宣讲遭禁止时，营商宣教为转型的宣教模式打开了门。

举例，在一个中东国家，有一个阿拉伯的部落领袖是当地营商宣教企业的负责人，他与当地政府有很好的关系，并且是小区内唯一的基督徒。他真正关心人民的生活需要，所以整个小区都很尊重他。公司商定把部分利润用来投资该地区的发展项目。可预期的是，建立当地有教会指日可待。

在世界一些地方，例如阿拉伯半岛，有一个重要的外国社群。那里有各种各样的国际性教会，但没有当地教会。来自外国的基督教商人就有机会用其商业技能，鼓励小区内受迫害的教会和外国人。

例如，在信奉伊斯兰教的国家中，阿拉伯的外国人教会感到受威胁，然而，有异象出现鼓励教会为他们的小区带来改变，分享基督的爱。教会牧师开展学校项目，雇用教会会友，教学的质素吸引了一批上流社会的孩子。最终，教会能够接触和影响当地小区，同时能够获取盈利。

宣教组织与营商宣教

作为一种策略，营商宣教在宣教团体和基督徒营商团体均蓄势待发，然而两个团体目前有明显分别，我们动员新的“营商宣教宣教士³”把营商与宣教结合。在未来的世代，这个区别将会渐渐消失，我们非常鼓励增加这样的融合运动。我们需要新的宣教支持机制和差遣机构关注营商宣教的特殊性和需要。

牟利性商业活动比其他类型的宣教活动更容易适应某些文化、方式和组织架构。因此，不要在营商和福音事工之间错误地划一条界线，在不同的宣教方式和结构中寻求互相配搭的地方才重要。

为着同样的目标，宣教机构和企业或许采用不同的结构和方法。但是，大家需要彼此尊重各自独特和完整的作用和形式，这能让每一部分彼此服侍及服侍整个身体。

斯沃（Swarr）& 诺斯通（Nordstrom）——改变世界, 1999

³ 一个有国度使命的商人，这新造的字是用来表明这新的宣教类别的混合性质，它结合了商人和宣教士的特质。

宣教机构与营商宣教可以透过以下几个层次进行搭配：

- 宣教机构肯定和接受营商宣教作为一种策略。接纳和开明有助提升生产力。
- 与国度性营商的正式或非正式合作中，宣教机构可以提供经验和资源。
- 宣教机构可以作为管道，让国度营商诞生，培育它，并使之倍增。

(a) 肯定

即使专责福音事工的牧师、管理人员或领袖之间不可能有很密切的配搭，他们应该在他们的机构提倡营商宣教。这样可以使执行营商宣教的人有更多的机会好好地参与当地的福音工作，这也鼓励在工厂上互相支持。

我们建议所有福音事工的管理人员人和领袖应该充分了解营商宣教这概念，这样他们能够从原则上确认营商宣教是一种强而有力，使万民作门徒的的策略。

根据我们的经验，要“得到它”无法一蹴而就。它需要耐心和持续的沟通。我们必须把营商塑造成使命，而不是只在工厂上和内部教授概念。当人们不但视企业为“真正服侍”的经济支持，而是福音事工本身，对营商宣教的认识之门才能彻底打开。

(b) 合作

宣教机构可以作为一个必不可少的伙伴，帮助营商工作设立合适的宣教（国度）目标。他们可以透过不断地参与，帮助处理有关问责的事情。宣教人员可以评估营商专案，看其是否适合当地的环境和文化。宣教机构可以为更大的蓝图提供意

见，帮助商人策略性地部署经商，并且，他们可以协助把神在一个国家或特定地区更广大工作与营商联合起来。

宣教机构已经有一些有利于营商宣教运动发展的当地知识、支持网络、联系、培训工具、跨文化和语言技能，相关的文学材料和传扬福音工具等等。宣教人员也可以被派去帮助企业，为员工提供牧养上的支持或属灵上的指导。宣教机构和企业在小区中一起参与一些项目，在企业中合作训练新的信徒，宣教机构可以透过他们广泛的联络网为营商服侍启发兴趣、祷告支持、动员短宣队或人员。

(c) 开展营商宣教的初步行动

很多宣教使命人员已经在营商宣教先锋的当中。他们每天都面对被服侍群体的需要，并且已经目睹营商宣教如何適切和有效地响应了这些需要。这些先锋所拥有的最大资产是他们对所服侍群体深深的怜悯，部分实践营商宣教的人已经使部分机构完全视营商宣教为一项策略。这些机构把企业视为他们外展的一部分，或已经开始与自己紧密相关的国度企业开展策略性的合作。

在营商和宣教联合成伙伴的过程中，有一些理论和实践的考虑。虽然结合两者的优点可以产生更大的果效，但联合这两个不同传统的实体有一些潜在的张力。由于各自代表不同的文化，因此就出现了内在的危机。我们希望这部分能够说明机构和教会抓住这项新运动在宣教中的含意⁴。

⁴ 以下的讨论表明了一些重要事件的简单概览。一个宣教组织怎样处理这些事情和其他考虑，请浏览 www.businessasmission.com 具宣教使命的年轻人“指引”。另请看在参考目录上列出的其他宣教机构。

理论的考虑和方法上的差异

(a) 对牟利的商业活动，或对经济与宣教活动紧密联系的质疑

几个世纪以来，有一个主流的观念是宣教士应该在非牟利的环境中透过捐款获得支持，一个人只可在服侍神和挣钱中间二选其一，直至最近有些诸如小额贷款的模式获接受。可是，公然牟利的模式仍然引起质疑。为什么我们会假定非牟利机构比牟利的商业活动对社会更有利呢？究竟什么使小型企业在道德上较大企业优胜呢？

我們的機構與一些前藏傳佛教徒合作，他們非常熱衷於在他們的家鄉植堂，安全問題令傳統的植堂工作遭到禁止。這些年輕人購買犛牛、貨品和其他材料，去到沒有知名人士的村莊銷售貨品，為日後的貨品和服務簽訂協定，建立關係，結果有些人成為了基督徒。國內的主管過去是美國一間汽車零配件商店的老闆，他“明白”（譯者加：牟利的企業不一定比非牟利機構差），但他的宣教機構不認同。他這個項目開展了二十家小型企業，他自己營運了幾間小公司以持續獲取簽證。因為這幾家小公司開始獲利，他的機構邀請他關閉一些公司。但他另一方面卻挑戰新小型企業的老闆要儘量牟利，以致公司得以發展，在村民們眼中獲得認同，為更多人提供就業。

历史上有一些实例，经济力量扭曲了宣教的目的和破坏了福音，我们必须承认这一点和从这些错误中学习，但这不表示我们完全否定营商带来好处的潜力。相反，组织性的预防设施和小心评估我们日后的活动是十分合适的⁵。

(b)担心商业取态和文化将改变组织性质

由于一些显而易见的原因，商业组织和宣教机构的优先次序、期望与方法很可能是不同的。商业文化和典型的宣教机构的文化也是不同的。我们有必要从政策、程序和策略几方面出发，在不造成过度紧张的情况下，试图为营商策略找到更多的发展空间，并且有必要仔细检查组织的“基因”，持续进行评估和清晰的交流。在某程度上维持商业结构与宣教组织的分别是有好处的。

(c) 担心只关注身体/经济的转变，而没有延伸至属灵的转变

许多人忧虑商业活动使福音宣讲、属灵转变或教会植堂变得黯然失色，但一些好的营商宣教例子证明这不一定会发生，这些营商宣教有整全的国度目标。营商宣教应不断以一个敏感的态度，寻求实践和宣扬神国的丰富。国度商人明白不能单单让人们比以前更富有，而任由他们进入地狱。营商为持续的工作提供了可靠的

⁵ 有关这些议题的全面查究，参看《为主获取盈利：在摩拉维亚宣教的经济活动》和巴赛尔使命商业公司，威廉·丹克 (William J. Danker)，Eerdmans, 1971, Wipf & Stock, 2002

在富裕和複雜的阿拉伯半島工作，意味著我們的企業沒有為國家的整體經濟發展作出貢獻，但我們營商不僅僅是一種入場的策略，我們以商人的身分留在這裡的合理原因是這是一個整全性方法。我們把自己置身在這競技場上，學效以基督的手法來營商，我們的行為比說話更有力。基礎，同時關心人是否把整個生命歸向基督。

(d)担心宣教力量被商业侵蚀或败坏

另一个忧虑是营商宣教可能引起利益冲突。宣教士在没有可行计划的下跳进营商的浪潮是很危险的，这可能导致营商和宣教的目的双双失败。有些人可能把营商看作达到目的（签证、财政收入、进入的策略等等）的快捷方式，却发现他们被各种营商的需要分散了注意力，永远无法达到最初的目标。宣教机构有必要透过完善的政策发展避免此类事情发生，这包括清晰的领导和宣教使命的问责机制。营商的专业知识，切实可行的营商计划，充足的资金和明确的国度目标都是必须的。欺骗性的营商一定要透过每次彻底评估的机会来避免。

营商的需要，甚或成功都可能导致有些企业偏离了最初宣教的目标。为了提供足够的问责，防止有人被迷惑贪爱金钱，我们必须仔细想想股权结构和利润的使用。这是任何从事营商的基督徒的危机，我们很容易被属世的价值观和野心所诱惑（林后一 12），但这也适用于所有类别的服侍。防止此类事情发生的关键是培养敬虔的动机，这关乎个人的门徒训练和问责，属灵监督和评估过程也有助巩固圣经

价值观的首要地位，有些社会较接受贪污和不道德的常规，因此环境也是其中一个因素，所以开展适合文化环境的基督徒营商和财政道德培训都是必须的。

在中國，有種說法叫“不奸不商”，意思就是“成功的商人免不了一開始有些奸詐。”我們看到原本為了榮耀神的名而建立的基督徒商業最終被世俗所羈絆，這實在叫人難過。我曾經聽說一個中國基督徒弟兄把他做生意的單位給年輕信徒作門徒訓練，並且作地下教會組織定期聚會，現在他已經能夠為當地的宣教工作作出重大的貢獻，但當我特意問他一個商業問題的意見時，他的解決方法很簡單——以一般中國商人會做的方法去做，然而獲他奉獻支持的宣教機構對其行為不屑一顧，這讓我很失望。

(e)对宣教士应否参与营商，或商人应否参与宣教提出质疑

出色的宣教领袖并不代表他将会成为成功的商人，就像一个商人需要了解什么是好的宣教实践，有宣教背景的人也需要理解和尊重好的商业原则。理解、持开放的学习态度和实践经验是未来成功的最好指标。人们很需要与拥有不同技能的人组成团队，与现有的企业家（或富经验的宣教人员，只要是合适的）一起工作。

在商业世界中，外判和策略伙伴是常规，应该彼此公开提供专业知识。当然，国度营商也没有必要绕开传统的宣教结构和组织。为了更有效的营商，合作是必不可少的，而最重要是相互肯定、正确运用不同的恩赐与能力。

許多宣教人士嘗試透過營商使命將全職服侍轉化為整全服侍，他們常常太過理想主義，經常發現營商使命比全職服侍更需要時間！他們可以說是沒有足夠的裝備，或者過早給於“祝福”，事前沒有對項目的可行性和有異象的人的能力作出嚴謹的評估。在我們地區，我看到很多宣教士有潛力成功地轉型作營商使命。我們已經進入一個能夠實現過渡的新紀元，因為問責和評估體制所需的支援結構和專業知識正應運而生

营商宣教操作上的考虑

当宣教机构将营商宣教策略纳入其机构时，会有一些操作上的考虑，接下来是有关的概述。机构需要依据自己的情况来解答这些问题。

(a) 法律和结构问题

商业、慈善机构或非牟利机构之间必然存在着结构和法律上的分界线，我们必须承认这些重要的基本问题，并且需要采取策略应付。“营商宣教”这词的意思不是把商业假装成慈善机构，宣教机构和商企在法律的名称上一定不会混淆，法律和收入相关问题与慈善机构的免税资格有关。公开和可说明的资金来源或捐款是必不可少的。在政府的眼中，这些界线可以防止非牟利机构与商企有不公平的竞争。任何一个新的营商组织被定位为非牟利组织时，我们都必须高度关注，并寻求专业的知识。

在 BA 公司，我們相信一個企業不僅需要在其生意中表現出色，還要同時以神的方法表現優秀，這並不是相互排斥的。宣教團體一定不可假設一單生意單憑禱告和毅力就能成功，我們不能簡單地假設一位不合格、蒙神呼召的宣教士單憑信靠神就能在商場上有所作為。換句話說，不是每位宣教士都應因為他們有異象，就得到一筆錢創業。他需要在屬靈上和技能上提升自己，或他必須接近那些人。

(b) 资金与工资问题

目前存在这样的问题，如果营商宣教人员也是宣教机构的一部分，他们是否应该从营商中获得薪水？或者说，他们是否应该继续从机构和捐助者那里获得收入？宣教人员正试图寻找一种能够结合收入来源的营商策略，来减少依靠任何一方所带来的负面影响。在起步阶段有这样一些例子，营商只能给宣教人员提供很少的薪水，有些甚至一点也没有。祷告和关系网还能继续下去吗？支持教会有什么想法呢？什么才是适当的收入或生活水平和方式呢？营商所得的收入是否应该补贴宣教人员的收入呢？这会给机构造成紧张气氛吗？正确的问责结构又是怎样的呢？

财务管理的问题也可能出现，印度尼西亚宣教领袖强调：“如果宣教人员有自己的收入来源，不指望我们去满足他们的需求，我们怎样掌管理他们(宣教士)呢？”

(c) 招募与培训

我们需要特别的招募与培训策略，需要评估其圣经知识、文化认知、语言培训（如果需要）和灵命的成熟程度等方面，国度营商需要的技能很可能在一般的机构招募程序中找不到。

我们在营商工作中为潜在的营商宣教人员制订了政策，并为他们提供了更安全的环境学习和发展。在这个领域，我们为了两类人制定了很多培训标准，一类是“勇敢的营商人员”，这些人获神呼召他们透过营商到未得之地。一类是“勇敢的宣教人员”，这些人被神呼召迈进营商宣教的领域。 对从事多年宣教工作的人来说，他们需要认真地自我反思，并接受由正在工厂服侍的人的良好商业培训。对商人来说，我们培训的首重点包括“个人财务自由”课程⁶和“世界观”课程⁷，帮助他们理解国度性营商的属灵动力，以及当中涉及的属灵争战。对于所有潜在的营商宣教人员，我们都会建议他们作营商可行性和宣教可行性的研究。

(d) 属灵关怀和问责体系

问责体系必须满足营商和财务目标，有关营商和小区的国度目标，以及个人的成长和发展目标。不同的人或机构在各自不同的领域要求营商宣教的活动问责可能是合适的。例如董事会应该监察商业和财务决策，大使命协调员或属灵监督者应该监督公司的大使命目标。宣教机构可以帮助监督刚才提及的领域，同时帮助个人的成长和发展。不同领域可能会有显著的重迭，因此整合可能是合适的做法。

⁶ 行在财务自由中（Walking in Financial Freedom）和其他资源，由厄爾·皮茨（Earl Pitts）撰写，参 www.wealthrichesmoney.org

⁷ 世界基督徒运动概论(Perspectives on the World Christian Movement)，更多资讯参 www.perspective.org

属灵关怀必须达到共识。属灵关怀应该在营商领导结构之外运用，跨机构的资源共享是一个很好的策略。

我们的宣教使命有一个顾问团分布在本地区的三个地方，他们为更大的宣教团体服务，包括为营商人员提供属灵关怀、培训（预防性辅导）、危机管理和定期辅导。

(e) 人员配备和资源问题

在支持营商宣教上，必须切实地评估该投放甚么资源，并如何管理支持服务。国度营商和其他宣教活动联系密切，我们必须理解（甚至有书面材料制定）怎样合理分配资源和人员（雇员实数、设备等等）。我们必须明确区分哪些经济资源分配给哪些单位，这通常是法律要求。

我曾在许多世界各地的公司总部工作过，积极提倡营商宣教的概念。当我跟大家分享到营商非常有潜力成为全面教会植堂的催化剂时，总是得到其他人的热烈响应。然而，每个在总部工作的人都已经很多工作要做，他们对任何意味有更多工作的事情都有所怀疑和感到受威胁。我们所面临的大挑战是要找到能够在原则上赞同并落实此策略的人。

合作伙伴实例

(a) 国际基督使命团（CMF）

CMF 是一个将营商宣教融入整体宣教策略的宣教机构，他们已经成立了一个独立又彼此联系的非牟利机构。他们做了有关牟利企业在非牟利领域税收的法律研

究，开始在那些可以让宣教士进入的工厂投资，通常是在未听闻福音的群体中间。宣教机构负责招募、培训、问责和对营商宣教的人提供属灵关怀。启动资金在风险资本家和对此使命有负担的教会中筹集，财政上的持续性是成功的关键指标，两个企业都已经获利，他们制订了有关超额收益的政策，把这些收益拨归相关的宣教活动中。每个企业都有一个文化上适切的宣教计划，这与其营商计划一样重要。

有关 CMF 更详细的介绍——请见附录五

(b) J 组织

J 组织支持生活在未听闻福音之民的地区并热爱福音的福音派教徒，为他们提供小型商业的培训。他们关注市场运作观念和企业的圣经根基，并透过贷款帮助那些人开始自己的小生意，目的是将神的国度扩展至当地。J 组织积极与负责监管当地项目机构合作。总部设在美国的教会也提供短期的营商专业团队和充足资金。

其中一个实例是与一些前衣索比亚东正教牧师合作，这些牧师热衷于在衣索比亚北部进行植堂工作。目前在此地区的福音活很少，这些植堂工作者与一个国际宣教机构合作或在这机构的属灵带领下工作。他们接受讲圣经故事的培训，作为国度策略的一部分，他们开始经营用灌溉泵的一些小公司。他们去到不同的村庄，用泵把水灌溉至农田，并收取服务费。这种营商活动为建立关系提供了机会，打开分享福音之门。每个植堂者有四个村庄需要每个月探望两次。他透过营商足以

满足个人需要，同时可以鼓励每个村落的信徒小组，其中一个组完全由“顾客”组成。

(c) Kuzoko 保护区

Kuzoko 保护区代表了南非东开普省蓝鹤市（Blue Crane Municipality Eastern Cape）的主要商业投资,这里是世界上最贫穷的城市之一，失业率高达百分之八十七，艾滋病感染率也高达百分之二十。由于区内的高失业率，因此他们的策略是先在这里投资以刺激其他经济活动。此保护区提供超过一百个可持续发展的职位，保护区管理人员也鼓励员工建立自己的公司，其中有一家栅栏公司聘用了七十个人。Kuzoko 保护区还会协助新公司制定业务计划、集资和协议谈判，这些工作岗位的创造对这地区的失业率和贫困有着重要的影响。

作为雇主，他们认为他们不应该扮演宣教的角色，于是他们邀请其他机构来开展宣教和教会计划，他们鼓励员工参与服侍，但不会勉强或歧视。由于他们致力促进宣教，属灵转变正借着 Kuzoko 发生，结果近一半的员工接受了基督。

第四部分：展望未来

8.策略性建议

采取行动的具体步骤

概论

我们意识到圣灵正在唤醒营商团体使用其技能和资源来建立神的国。与洛桑二零零四论坛所强调的一样，我们认为宣教是一个整体性的转变，因此以神国为焦点、转变性的营商也是宣教的一部分。为了看到这运动的潜力和跟随神的引领，我们必须采取有策略的行动。

首先，有些地方我们要以祷告的心，考虑发展与实施的策略，我们要认出来。随后就是一些具体的建议，以及向基督身体的关键部分呼吁行动。

(a) 传递异象和动员

很多人对营商作为建立国度的资源和其策略性质，仍然感到很新颖，甚至很陌生。正如第六章的详细概略，有关把营商转型和发展大量的动员工具和项目的异象，仍十分需要传递开出。

(b) 显著的资本发放

若要成功地开展营商宣教运动，充足的资本是必不可少的，尤其是要作大规模的生意。为了能够生产、发放及正确使用财富去满足营商宣教运动和所服侍小区的需要，这需要一个“杠杆的框架”。这涉及把企业资本、商业银行和其他相关技

能结合在一起。那些在此领域具有经验和能力的人，应该更有创意地参与营商宣教。可想而知，这将包括使用跨国公司与政府机构的技能、资源和网络等。

(c) 人和资本的合理配搭

基督徒商业团体内外都拥有人与资本，第一步是动员这些资源。然而，有很多可行的营商宣教机会都由于搭配不当而无法实现，主要的挑战是建立前瞻性的搭配程序，包括人和资源，还需要足够支持和问责体制便利措施。

为了支持新的和现有的国度商业，并使其倍增发展，辅导者是不可或缺的，我们需要有意地寻找拥有相关经验、关系网络、智慧和技術的人，以发展企业对企业的指导模式。

(d) 能力的培养

在人与资本的搭配上，我们一旦开始有效地动员并分配资源，那么我们有没有能力处理这些资源，及提供有效的部署和支持服务呢？差遣机构有没有能力容纳及培训人才呢？在工厂上，我们在工厂上有没有能力接受及整合这些策略？我们要确保差遣机构和工厂上各有机构来有效地处理人和金钱，并作出策略性的决定。在差遣和工厂所在地之间，以及在那些来自宣教文化和营商文化之间，我们需要有效地跨文化沟通和理解。

(e) 紧握知识财富

我们不仅需要好的理论和研究，也需要思想和行动的相关策略，我们还需要进一步发展工作和营商理论，并使其与工厂的策略和实践相结合。从宣教的历史和具有转型作用的营商宣教运动中都能学到一些经验和教训。

(f) 案例研究

紧抓知识资本的关键是积累案例。案例需要进行研究分析、记录和评估。讲述励志故事、分享实践和从经验中学习能为其他方面的策略行动提供帮助。

国度企业需要委身持续记录最前线的商业活动和企业的具体部门案例研究，透过分析和应用一些全面的评论，而这些评论是由足够的评估机制所产生的。

(g) 宏观层次的思考

我们希望社会的经济体制和结构能够有一次强烈、全面的转变，事实上，全球化对世界各国各民越来越有直接的影响。作为基督徒，我们应该着意寻求在宏观层次上把商业与神的国度目的相一致。

我们必须把策略性思考的焦点放在装备与启动国度商业在全球市场上具有竞争力，这需要考虑到新兴市场和全球趋势。国度商业透过善用正在冒起的机遇，有机会在一个最好的位置制定步伐与行业的标准，并作市场领导者在全球市场赢得显著的市场份额。例如，新出现的问题包括人类和知识资本运动，技术转移和外

判至新兴市场。如何应对有关获取和使用水和能源等必要自然资源的改变对全球造成的影响，是另一个需要考虑的重要领域。

(h) 策略联盟的建立

在营商中，寻找支撑点和能够建立合作关系的联盟是很重要的。有一些教会、宣教机构和职场服侍涉及营商宣教，或者正在探索阶段。当我们发现有需要，就有必要探索与和其他拥有共同价值观和目标的机构建立国家性的、区域性的和国际策略联盟的好处。

我们也需要在商业与其他领域之间建立跨学科合作伙伴关系，如政治、教育和医疗等，特别需要发展能够对地方、国家、区域和全球发挥政治影响力的策略伙伴关系，这包括令地方和国家的政府参与，就像之前谈过在中亚一些地区的例子。

(i) 协商、事件和协调人

为了支持及壮大营商宣教运动，需要有人来促进，也需要区域性和国家性营商宣教的咨询、促进者和装备项目，还需要资金来推展。

圣洁的人不应将“教会事工”作为他们行动的自然过程，而是将先前给予传统的布道、牧养或宣教相同的热情用在响应耕种、工业、法律、教育、银行和新闻的圣洁的呼召。

魏乐德 (Dallas Willard) 《灵性操练的真谛》(The Spirit of the Disciplines)

具体的策略性建议

(a) 对全世界的教会

教会需要认识到圣灵正在恢复营商在宣教和神国度的扩张上动员资源的角色，以下是一些策略性建议：

1. 分布在各大洲的所有教会和基督徒机构必须根据以下几方面审视信仰与实践：
 - 神圣与世俗对立的世界观
 - 神职人员与会众的概念和划分
2. 建立圣经的整全性世界观，恢复营商在普世教会的角色。
3. 透过肯定、装备和让营商人员扮演其建立天国的角色来推动营商团体。
4. 确定和推广洛桑营商宣教宣言在国度营商中和基督徒商人中扮演的角色。

实用提示：请用此报告中提供的材料，准备一篇或两篇关于营商宣教的讲章用以讲道。

(b) 对基督徒商人

营商活动本身除了可以荣耀神，它还是达成大使命和大诫命的策略。基于此点，有以下建议：

1. 接受并认同营商的呼召，力求更清楚地明白有关营商实践和盈利是神所赐美好的礼物的神学基础。
2. 发掘神对你营商的具体目的，力求找出天国的回报和经济回报，找出营商活动对地区经济和环境的影响，以及营商怎样与地方教会和普世教会合作。

3. 从经济、社会、环境和属灵影响上，为营商建立清晰的问责体系和支持架构。
4. 找出有潜力的导师与领导发展的关系。

如果神呼召和装备你开展营商，你需要问自己以下几个问题：

1. 我应该在哪里营商呢？也许神呼召你去一个未听闻耶稣的地区，或是最贫穷最有需要的地区或是国家？
2. 我怎样营商可以荣耀神？神的国度怎样可以透过我的营商活动得以彰显？对于我的营商，我有没有一个神国度计划和营商计划？我是否应该邀请人作为我营商的“国度监督员”？
3. 我能不能透过成为本国或其他国家的营商人员的导师提供帮助？
4. 我可以跟哪些有营商宣教异象的基督徒联系？

(c) 对职场服侍和商场服侍机构

世界上有很多职场（或商场）服侍机构和事工，他们有的目标和议程，我们建议这些团体：

1. 学习营商宣教与转型商业，并以祷告的心考虑将营商宣教纳入其使命。
2. 与其他开展营商宣教的机构的建立合作关系，包括教会、宣教机构或其他职场服侍机构。
3. 赞助和组织国家和地区的营商宣教协商会议、合作和学习。
4. 动员你所在的团体参与营商宣教运动。

实用提示：把营商宣教纳入为你们其中一个聚会项目。

(d) 对宣教机构和主管

宣教机构是关键的合作伙伴,需要为参与国度商业的工作建立框架,建议宣教机构:

1. 利用当前和将来的学习项目,建立适用于长期和短期的人员的国度商业理念。
2. 鼓励和促进对特定企业及其产生的国度影响进行研究与案例分析。
3. 为了进一步发展共同的目标和善用资源,应该建立宣教机构与营商的合作关系。
4. 为招募具有从商技能的人发起范围更广、更创新的招募活动,包括透过教会为商人创造机会。
5. 在机构内部制定营商宣教的长期策略——包括调查和审计营商宣教活动。

实用提示：在你的通讯、杂志、网站等撰写有关营商宣教的文章。

(e) 对基督徒培训机构

在这里我们要提到宣教面貌的改变和进入基督徒培训机构的人越来越少,以下建议适用于圣经学院、神学院、基督教大学和其他基督教学习中心:

1. 将国度营商理念纳入当前和将来的长短期学习项目中。
2. 为了丰富第一项建议,鼓励和组织对特定企业及其影响力进行研究与案例分析。

3. 开展一些以圣经为基础的整全性世界观课程，开展一营商宣教课程，这些课程可以让其他学术机构的 MBA 课程和经济系学生报读。
4. 在专注国度发展的公司里开展实习项目，并鼓励这些公司在共同学习中建立合作关系。
5. 鼓励建立国度营商人员的网络，关注国度商业角度和风险资本网络。

实用提示：以营商宣教为题进行为期一天研讨会，更多贴士请见资源目录。

(f) 对基督教媒体

新兴的多媒体技术为国度营商运动的扩展提供了机遇，为了达到此目的，建议以下活动：

1. 协助推动使用所有多媒体来推广营商宣教运动与数据，这些数据包括案例分析、文章和定期的专栏，这专栏透过实例推广转型商业的意识。
2. 使用多媒体和在线技术进行国度营商的培训、发展和指导。
3. 鼓励企业和多媒体建立更密切的工作关系，以制定媒体策略与政策，但须考虑其敏感性和危险。

9.营商宣教宣言

二零零四年召开的洛桑⁸（LCWE）论坛中营商宣教专题组经过一年的工作，讨论了一系列议题包括神对工作和商业活动的旨意，从商的信徒在教会和宣教中扮演的角色，世界的需要，以及营商的发展潜力。这个小组成员超过七十人，他们来自世界各地，大多来自营商背景，但也有教会和宣教领袖、教师、神学家、律师和研究人员。他们在一周面对面对话和工作，累积的合作成果包括六十篇论文，二十五项个案分析，以及多次召开国际性和地区性的营商宣教协商会议和邮件讨论，以下是我们一些观察：

认同

- 我们相信**神**按照祂自己的样式造男造女，且赋予人创造的能力，去为自己、为他人作善工，这包括营商。
- 我们相信跟随**耶稣**的脚踪，祂定期和持续地满足遇见的人的需要，所以能够彰显神的爱和神国度的原则，。
- 我们相信**圣灵**赐下能力，叫**基督身体**的成员去服侍，满足人属灵和肉体的需要，彰现神的国。
- 我们相信神呼召并装备商人，透过其营商活动使**神的国度**有所不同。
- 我们相信**福音**有能力改变个人、群体以及社会，因此基督徒商人也应透过营商为这种转化献上自己的一份力。

⁸ 洛桑世界宣教委员

- 我们认识到一个事实，凡贫穷和失业率高的地区，往往都是耶稣之名鲜为人知的地方。
- 我们认识到商业发展的紧迫性与其重要性，然而这并不仅仅指商业行为本身，**营商宣教**是指以神的国度为标准、目标和影响力的一种商业活动。
- 我们认识到为了在灵性、经济、社会和环境这四部分有所转变，有必要创造就业机会，以及在全球增加商业活动。
- 我们认识到一个事实，教会在基督教商业群体有大量未得到充分利用的资源，他们透过商业活动满足世界的需要，好使神的名在商界和其他领域得着荣耀。

建议

我们呼召普世教会找出、肯定、祈祷、委托和差派那些经商的信徒和企业家，使用他们作商人的恩赐，和接受呼召在全球、万人中间，以至地极作商人。

我们呼召全球的商界基督徒确认和思考怎样使用自己的恩赐和经验，透过营商宣教帮助满足世界上灵性和物质上都极度匮乏的地方的需要。

总结

营商宣教的真正宗旨：AMDG——*ad maiorem Dei gloriam*——更好地荣耀神！

“营商宣教”专题小组

二零零四年十月

附录一. 专题小组成员

营商宣教专题小组，洛桑论坛二零零四

召集团队

Mats Tunehag, Sweden—召集人

Wayne McGee, USA/Africa/UK—副召集人

Josie Plummer, UK—协调人

论坛专题小组成员

Crystal Alman, Colombia/USA

Kent Humphreys, USA

Etienne Atger, France

Neal Johnson, USA

D Batchelder, USA

Isaac Kasana, Uganda

Alan Bergstedt, USA

Dibinga Kashale, Cote d' Ivoire

Branko Bjelajac, Serbia & Montenegro

Victor Kathramalla, India

Mark Boyce, USA

Jorg Knoblauch, Germany

H.Fernando Bullon, Costa Rica

Sergey Lisunov, Kyrgyzstan

David Bussau, Australia

David Llewellyn, USA

Julie Chambliss, USA

Stuart McGreevy, UK

Chuck Chan, China

Roweena Mendoza, Philippines

David de Groen, Australia

Joao Mordomo, Brazil

Miguel Angel De Marco, Argentina/USA

Alfred Neufeld, Paraguay

Hartwig Eitzen, Paraguay

Jorge Nunez, Argentina

Norm Ewert, USA

Flavio Jason Orr, Brazil

Dan Fredericks, USA

Mike Perreau, UK

Hans Udo Fuchs, Brazil/Angola

Doug Priest, USA

Edward S. Gaamuwa, Uganda

Bill Rigden UK/South Asia

Zack Gakunju, Kenya

Steve Rundle, USA

Ricky Gnanakan, India

Lindy Scott, USA

Harry Goodhew, Australia

Tom Sudyk, USA

Paul Heiss, USA

Lynda Sudyk, USA

Daron Tan, Malaysia

Scott McFarlane, USA

Eric Tan NH, Singapore

Xavier Molinari, France

Dennis Tongoi, Kenya

Dwight Nordstrom, USA

Tim Waddell, USA

John Ong, Singapore

John Warton, USA

M Stoltz, USA

Jane Wathome, Kenya

Kim Tan, UK

Dag Wilund, Sweden

Cade Willis, USA/Singapore

Jonathan, UK

Galina Zhanbekova, Kazakhstan

Craig, Canada

DMM, Turkey

Kay, Turkey

Adrian, Australia

其他专题小组成员

(透过电邮作出贡献成员，)

Mike Baer, USA

Steve Beck, USA

W Chan, Hong Kong

M G, India

Makonen Getu, UK

Martien Kelderman, New Zealand

附录二. 任务及过程

论坛概述

二零零四论坛是由洛桑世界宣教委员会 (LCWE) 召集举行的, 其异像是透过前所未有的全球研究, 探讨福音宣教的趋势和需要, 并为教会领袖应付当地和世界福音事工建立具体的行动方案。

在洛桑会议中的每个专题小组制定一份针对其被指派的专题作充分研究的档, 该档会在洛桑论坛里发表, 随后便会发布作洛桑特别文件, 这档是为了:

- 识别涉及该题目的问题, 并且概述要突破全球福音宣教中所面临的障碍, 而这些障碍与该题目直接有关。
- 研究课题的神学基础。
- 收集一些最具代表性的案例, 从而帮助他人明白课题和知道如何作出响应。
- 制定具体和务实的策略方案, 包括在全球、国家或当地内可行的建议, 以刺激教会行动。

营商宣教专题小组的目的与目标

只要是与营商宣教有关的活动, 营商宣教专题小组首先就要考察其主要目的和首要目标:

目的

考察透过营商宣教荣耀神和推展神国度所面临的障碍、挑战和机遇, 并透过我们的研究和成果就这些问题与挑战, 为世界各地教会提供策略性建议。

目标一

考察神在商业活动中的旨意, 从圣经的角度建立一套企业管理和营运体系, 因为这是与普世教会全面的宣教使命有关。

目标二

有些基督徒透过营商活动为社会带来策略性改变, 神的国度在属灵、社会、经济方面影响人的生命。我们要向他们学习, 特别是那些在宣教工场的基督徒。

目标三

探索动员基督徒营商群体的方法, 传递营商宣教的异象, 确认他们所得到的呼召, 并为他们提供相网络, 好使他们在宣教场境有效地开展事工。

目标四

在神学理论和实践上，探讨营商宣教对现有的宣教事工及其发展模式和实践的潜在影响力和含意。

目标五

识别全国的、区域的及全球的营商宣教网络和活动，并提供一个全面的列表，列出可使用的资源，包括已出版的数据、培训项目、网络资源和其他。

工作小组负责讨论一个目标，而每一个专题小组成员负责参与一至两个工作小组。每个目标的各个重要议题以电邮先作探讨和书面材料，为论坛作好预备。在二零零四年九月论坛之前，召集团队根据前期工作预备了一份草稿，论坛期间，大多数专题小组成员则聚在一起商讨关键问题，作进一步的编辑工作，也为将来作出策略性计划。本档的著作权归所有营商宣教专题小组成员所有，如附录一所示。最终的编辑则由召集团队负责，他们会全权负责最终版本的错误和遗漏。

营商宣教专题小组

召集团队

Mats Tunehag, 召集人

Wayne McGee, 副召集人

Josie Plummer, 协调人

附录三. 其他案例研究

BA公司

约翰（John）是一位带职宣教士，一九九一年，新加坡一位基督徒商人邀请他到一家顾问公司任职。这位商人继续当首席顾问，负责赚取盈利，而约翰则负责管理支出。他们感到公司大有可为，注册了BA有限责任公司，持有上述顾问公司和其他神可能赐给他们的业务。约翰明白BA要建立公义的、救赎性的营商活动，把公司献给神，按照基督国度原则运作。

约翰分享：“基督徒多数时间都在职场渡过，他们的品格缺陷也在其中显露出来，所以，在职场进行门徒训练非常重要。在教会，神的话语可能仅仅得到传讲；而在职场，神的话语必须活出来，基督徒的响应在真实（如道德上）的挑战中得到塑造。授人以鱼不如授人以渔，而更好方法的是教授适当的人管理一个养鱼场。那样，他就不仅能学到实际的技能，而且能学到品格和人事技巧。”

BA公司现在业务遍及东南亚、东亚和中东地区。BAX位于一个福音未及的东亚国家，成立于一九九五年，是一家投资公司，其种子基金来自新加坡的BA公司，后来，他们又成立了一家进出口公司。这些公司目前雇用来自不同国家的外国人。业务包括农业制品、瓷砖制造、纺织项目；有一间艺术和设计工作室；一间咖啡店，这个店雇用那些不再以卖淫为业的妇女；一间五金店，雇用来自贫民区的年轻人；还有一家网站设计公司，他们正在考察服装检测和棕榈糖出口业务。每个项目都有各自的特点，其中有一些是小型的、可复制的、以农村为基地的、劳动力密集型的公司。他们已经设立了一些传教地点和教会，而且已经有一些人接受了基督。还有一些项目则反映了BA对特别贫困的人和弱势的人的关心，其中一些进行相关的小型企业贷款。我们正在开展一些新项目，雇用一些受过教育的、来自城市的本国人，这个国家的未来将掌握在他们的手里。

BAX赞助发起了一个当地的非牟利机构，这个组织现在雇用了大约一百五十名本国人，它成为了宣教的主力，这个机构整合了一个小型儿童之家和一些创造就业机会的项目。

自一九九五年，BA办事处就开始在一个较封闭的大国提供了事工平台。他们在那里开展翻译业务，其主要目标是针对年轻的本国人进行门徒训练，最近他们又开了一家餐馆，雇用具有更多技能的本国人，BA有限责任公司并不直接运作这些项目。

这些设在当地的企业有一些共同的价值观：成为坚持公义的商业典范，实现救赎目标，透过雇佣关系向员工提供独立的经济地位、人格尊严和门徒训练，给予外国专业人士和当地教会领袖合法的身份。

参与的人认为神才是BA的真正持有人。股东要签署一份声明书，宣布自己只不过是管家，而且不支取股息。商业运营和大使命的执行情况分别受到不同的监督。董事会里有专人负责监督大使命的执行情况，但他很少插手业务运营。

企业的目标不是建立一个BA帝国。他们避免用集团公司的方法进行业务管理，分公司之间彼此有联系，但并没有法律上的管辖关系。监督透过仆人式领导、属灵权柄和团契的方式来实施。他们愿意承担分公司错误使用BA品牌的风险，他们祷告求神透过BA的商业活动在当地的目标人群中兴起运动，这可能是兴办企业、成立当地的非牟利机构、建立教会……或新的营商宣教运动！

约翰没有兴趣为经商而经商。他说：“无论用斧头或链锯，我们需用最好工具来砍树。普世宣教的最佳工具往往是经商。我不久发现商业名片往往可以打开话题，而一旦我说自己是宣教士，谈话就会立即结束！福音本身是大有能力的，不应困于传统的宣教、植堂和教会活动概念。”

BA新加坡已经投入了约二十万美金支持全球宣教工作和宣教士，这些投资使用营商宣教来启动宣教，把福音传给公司雇员所熟识和有关系的人。这些项目为发展中国家的宣教士提供长期的大使命监督，以及短期的启动资金。

约翰总结说：“我们在这些国家的公司只有很少盈利，并且常常不能从经济上回报那些创建公司的宣教士。从商业角度看，它们并不是特别成功的公司，但很多其他公司的表现在我们的营商环境也差不多。关键在于我们已经建立了很多事工，而这些事工并不依赖或需要捐助。”

圣经诊所（Clínica Bíblica）：医疗营商；医疗事工

(a) 目的、历史及结构

圣经诊所(Clínica Bíblica)医院和医疗中心位于哥斯达黎加圣何塞，这所医院已有七十五年历史，它致力于改善当地的医疗状况和人们的属灵健康，满足他们的各种需求，勇敢地传扬神的国度。圣经诊所（字面上，以圣经为基础的诊所）是由基督教事工演变成的企业，由英国宣教士夫妇哈利·斯特拉坎和苏珊·斯特拉坎（Harry and Susan Strachan）于一九二一年创立。斯特拉坎夫妇最初来圣何塞专注于传福音，当地大多数人都不认识神，当时他们面对达三分之一的婴儿死亡

率，大量儿童饱受饥饿和慢性疾病的摧残，急需医疗救助。他们很快就扩展了他们的宣教异象，决心提高当地人的身体健康状况，尤其是儿童的健康状况。

自一九二九年七月开始营业以来，圣经诊所一直致力于向所有哥斯达黎加人提供医疗健康服务，不论其种族、宗教或收入状况。今天，最初的两层楼建筑仍在新的医疗综合大楼旁，新的医疗综合大楼有五层作医院、十二层楼作医疗办公区。这座大楼竣工以后将是目前医院的三倍大，占地十八万平方英尺。这巨大的分区就是今天的圣经门诊，位于圣何塞城市医疗区的中心。

从第一天起，这门诊所就遇到了许多组织都曾经遇过的问题：有限的资源无法满足市场的需求，在二十世纪四十年代与五十年代，圣经诊所透过许多美国人的捐助和当地专业人员的协助，在哥斯达黎加扩展医疗服务方面扮演了重要的角色。

此外，出色的医疗服务吸引了当地需要急诊服务和日常护理的有钱人，于是，医生首次可以收取费用，减轻了事工对国外捐助的依赖，这一点在日后证明具有非常重要的意义。即便在今天，不论是基督徒或非基督徒、富人或穷人、任何来自当地的人都会告诉你圣经诊所是哥斯达黎加最好的医疗服务。

在早期医院的运营和财政主要依靠一位来自加拿大温尼伯的女士——玛丽·卡梅隆医生（Dr. Marie C. Cameron），她在医院担任外科主任达三十六年。她在一九六八年的退休好像留下了一个无底洞。面对经济和宣教双重危机，多数来自北美的领导团队的人打算在一个月内关闭这家诊所，就在这个关键时刻，人们作出一个影响这所医院长达几十年的决策。当时的关键问题是：圣经诊所提供的医疗服务和医疗培训是否好得足以让当地人愿意付费？答案是肯定的。

资金在三十天内筹集完毕，甚至还有很大的剩余，医院的拥有权首次交给哥斯达黎加人。一九六八年，圣经诊所接受新成立的哥斯达黎加医疗服务协会（ASEMECO）管理，协会的义务董事多数是哥斯达黎加人，他们负责ASEMECO的所有决策。这个协会的任务就是维持医院业务和其他宣教，并使其成长，满足哥斯达黎加人的医疗和属灵需求。

今天，大多数病人不是坐出租车或豪华房车到医院，而是从邻近小区和城市周围的贫民窟乘搭公共交车，这些穷人（很多来自周围国家的难民）没有国家社保体系的保障，国营医院不收他们，但他们在圣经诊所得得到医疗服务。一言蔽之，圣经诊所的政策是绝不将任何人拒之门外，不论他们的公民身份或经济能力。

医院提供二十四小时服务，包括开处方、做手术、治疗癌症等等，国度事工从医疗领域扩展开来。医院二楼是牧师办公室，他带领医院职员学习圣经，每天到病

房探望病人，为他们祷告，医院里还设有一个美容沙龙。医院相信，若员工看上去神采飞扬，那么员工也会心情愉快，从而努力满足病人的需要。

圣经诊所有这么多慈善工作，在财政上能维持吗？是的。关键在于那些**能够**为医疗服务付钱的人为此**付钱**。他们愿意付钱，因为他们想得到最好的服务。医院按照不同的收入水平，制定了不同的收费。每个部门、实验室和ASEMECO相关的药房都有各自的收入，另外还有来自哥斯达黎加政府社保部门的报销收入，这些收入加起来足以补贴所有病人的需要。三分之一的收入用于大楼的维修保养，三分之一用于医疗设备，还有三分之一用于补贴当地小区的其他医疗和社会事工，这些事工都受到ASEMECO的监督和资助。例如，在二零零三财政年度，ASEMECO收入为两千零六十万美元，五年平均收入为一千五百七十万美元。ASEMECO支持许多社会事工，以及补贴数千病人支付医疗费用后，还有一百六十万美元的盈余。

(b) 圣经诊所的经验教训

1、不以福音为耻，宣扬神的国度。如果提供最佳产品或服务，人们就会接受（至少忍受）福音。

几年前，哥斯达黎加总统亲自出席了为新医院大楼举行的奠基仪式。医院的每个挂号桌上都标明福音信息，告诉人们如何来信靠基督。然而医院每天都有一百多名非基督徒医护人员上班。为什么？因为圣经诊所提供最佳的医疗服务。很多案例研究都有相同的结论，但我们不能简单地归纳提供业界最佳的产品或服务，就能够为福音工作开启许多大门，包括财政、政府、和社会影响力，而其他很多方法都不能有相同果效。

2、让非基督徒员工加入新教基督徒企业环境，这能改善公司的服务，并且创造在内部传福音的机会。

值得注意的是，圣经诊所雇用的医疗人员中，只有一半是基督徒，信仰状况不是会否雇用的决定因素。如果圣经诊所只雇用基督徒，那就会降低服务质量，并且丧失向哥斯达黎加许多优秀的医疗专业人士传福音的机会。ASEMECO希望雇用最好的专业人士，并且把他们融入一个公开的福音工作环境。这本身就是医院的一个内部事工。

圣何塞的罗贝亚托(Roblealto)养鸡场和儿童事工在当地宣教工作中与圣经诊所建立了紧密联系，他们也同时雇用勤力的信徒和非信徒。罗贝亚托邀请非基督徒进入基督徒工作环境，让他们每周学习圣经、每天祷告、接触许多基督徒同事的见证，看他们如何把工作当作事工。很明显，这些企业中有一些关键职位——尤其

是罗比亚托儿童事工——必须由福音派基督徒担任，这样才能保证该事工正确的宣教方向。

3、在机构的各个层面培养当地领袖，并有意识地在一段时间内把领导权交给他们。

自创建之初，许多热爱圣经诊所宣教使命的哥斯达黎加妇女就在诊所当志愿者护士，尤其是在外科和妇产科服务。诊所一方面受惠于她们的服务，一方面认识到她们的技能根基很窄，因此在诊所开业后十年内就创办了一个护士学校。随着医院的成长，护士学校也逐渐发展起来。今天，人们公认这所学校是圣经诊所为哥斯达黎加医疗事业作出的最大贡献。过去几十年中，由于来自北美的医疗专业人员逐渐减少，世界上很多医疗宣教事工都已经失败或渐渐没落，而护士学校能够源源不断地向圣经诊所输送必需的人才，并且他们受教育的水平也能够满足诊所的高要求。这种教育机会本身就是国度建立事工，并且有利于医院的长期发展。

虽然医院早期需要外国领袖的带领和帮助，但他们已经帮助许多在哥斯达黎加机构任职重要专业职位的基督徒，并且让圣经诊所与当地社会的重要人士建立起紧密的联系，因此，当一九六八年危机出现时，这些当地领袖毫不犹豫地提出由他们来管理这企业。然而，假如没有斯特拉坎(Strachans)夫妇、卡梅隆(Cameron)医生,或其他早期专业人士的奉献，哥斯达黎加人就不能在其过程学到优秀的医疗技术和赚钱谋生的技能。

4、为不需要补贴的人提供补贴不见得总是好事

如果基督教企业准备透过补贴的方式向一个小区提供产品或服务，他们必须慎重考虑补贴的来源。如果补贴完全不来自于当地人，那么企业可能需要对此加以重新评估。圣经诊所定价是否合适，关键看最高价格是否合理，尽管当地有其他私营医院，诊所仍受到哥斯达黎加富人的广泛欢迎，证明价格合理。

5、基督徒企业可以忠于最初的宣教使命，同时兼顾其业务成长。反之亦然。

七十五年来，医院一直忠实地履行斯特拉坎夫妇最初的宣教使命，并持续为此祷告。圣经诊所致力于服侍那些属灵和医疗缺乏的哥斯达黎加人，直到如今，医院都不容许病人没法接触药物，尤其是儿童。然而，这并不意味着门诊仅仅服侍这群人，一九六八年，诊所医院决定关门的其中一个原因就是大多数缺乏药物的哥斯达黎加人住在城市以外的农村和山区，当时人们认为应该把医院搬到某个农业地区才能继续宣教。

然而，感谢当地医疗专业人员（最初的ASEMECO董事会）在关键时刻从财政上施以援手，并联合起来带诊所走出困境。今天，圣经诊所在城市向各个阶层的人提供各种医疗和属灵服务，这保证了诊所的收入，以支持农村地区新和扩展了的

各种医疗事工。假如没有来自城市医院的收入，那么根本不可能有农村医疗服务。自从那关键的一年，ASEMECO将其收入的三分之一用于支持社会事工、农业医疗援助、培训、儿童保健以及传福音的工作。他们作这一切国度事工都是奉基督的名，宣教工作的成长和忠于使命是两件不同的事。很多时，宣教工作的成长可以提供必要的资金和影响力，确保长期满足宣教的需求。

6、为了神国度的整体利益，基督徒企业应当与其他有类似目标的机构妥善建立伙伴关系。

最好和首个例子就是ASEMECO与罗贝亚托儿童事工合作，罗贝亚托的使命是服侍来自破碎家庭或遭受虐待的哥斯达黎加儿童的属灵和生理需要。尽管罗贝亚托不完全能够自养，依赖一大笔的捐助，但罗贝亚托的收入大部分来自一个养鸡场，这个养鸡场提供哥斯达黎加全国百分之八十五的生蛋鸡。这两个基督教使命企业是如何合作的呢？

圣经诊所利用其医疗专长来满足罗贝亚托儿童事工的医疗需求，为一些他们可能接触不到的儿童提供服务。罗贝亚托就能满足儿童的医疗和营养需要，从而说明其更完整地完竣宣教使命。圣经诊所透过双方合作可以扩展事工的阔度，罗贝亚托则能扩展事工的深度。

结论

圣经诊所所宣告的圣经原则与其实际行动相吻合，他们一方面让自己适应现代世俗的社会和政府，一方面透过各种经济活动和事工来满足人们真正的属灵需求和医疗需要，从而成功和持续地宣扬神的国度。

附录四：企业与教会宣教合作的障碍及解决办法

在这个练习中，我们讨论了理论和现实中的各种障碍。我们首先把专题小组分为两组：1) 商人，2) 教会/宣教士，让他们分别从圣俗两个角度来讨论各自遇到的障碍和所关心的问题。对某些人而言，这种分法并不合适，因为他们觉得自己兼有两种身份，但我们要求他们选择其中一个与自己联系最紧密的角色，以便于讨论，然后我们把两组人合到一起，讨论解决这些问题的方案。

商人看到的一些障碍：

宣教士、教会与商人之间进行合作有哪些障碍和所关心的问题？

- 在何为企业与何为教会之间缺乏明确的界定，包括责任权限、问责机制、首要的期望。涉及经商的人在教会/宣教活动和如何使用他们的时间/金钱中间有利益冲突。
- 在合作关系中，资产和商业的运营都由当地教会控制。
- 对商业概念存在一些误解，尤其是对盈利的理解，它常被视为邪恶或不圣洁。人们觉得金钱和盈利是肮脏的，视金钱为万恶之根，而非贪财为万恶之根，这点在前共产主义国家尤其明显。
- 双方对对方有畏惧感，商人对教会领袖的神圣有畏惧感。
- 双方有语言、文化和工作道德上的差异，商人以为宣教士浪费时间祷告和搞关系、甘愿受骗，而商人则精明强悍、积极主动。
- 教会对兼负营商宣教的商人期望过高，希望商人像宣教士一样奉献出所有利润，而非将赚取盈利本身视作服事。
- 教会对企业存在误解，以为他们仅仅提供资金、或列席委员会、或向教会提供免费服务等等。
- 在某些国家，商人利用他们在教会的地位牟取商业利益，而非用于属灵目的。
- 企业和教会都想得到最优秀的人才——在人事方面相互竞争。
- 有关于非牟利机构/教会与企业的金钱混合在一起的潜在冲突，非牟利机构的免税地位受到威胁，使问题趋于复杂。
- 从事营商宣教的企业面对压力，向国内或当地教会报告工作业绩时，需要报告有多少灵魂得救。
- 神职人员还不能正确理解整全宣教，牧师在神学院的培训中已经牢固和树立了圣俗两分的观念，神职人员可能没有时间理解整全宣教的重要概念。

教会/宣教者看到的一些障碍

宣教/教会与企业之间合作的主要有哪些障碍和所关心的问题？

- 神学院强化圣俗两分，神职人员和信徒两分的思想。
- 某些地方将属灵与贫困紧密联系在一起（例如拉美地区），贫穷可能被视为属灵。
- 某些地方有一种鼓励独立运作企业的倾向（企业家精神），这种倾向常常导致人们缺乏社会联系、难以建立紧密的合作和伙伴关系，或缺乏归属感，感觉不到自己属于一个更大的社会运动或教会、植堂运动、宣教机构等。
- 在国外的商人喜欢去国际教会多于当地教会。
- 商人不学习当地语言，或不深入研究当地文化环境。
- 谁有钱谁就掌握权力，这反映在牧师有时候没有挑战商人的道德和价值问题，商人点头与否决定项目能否立稳，董事会成员不懂宣教的工作，但他们有钱，所以可以作有关项目的决定。
- 双方对另一方的恩赐缺乏尊重。
- 牧师与商人的生活方式有别。
- 商人不倾向谈论社会结构性的罪。拉丁美洲教会看到圣经挑战社会结构性的罪，并且谈论这种罪。来自第一世界的商人与发展中国家的这种观点之间有“隔阂”。
- 对于是否应当用经济的方法来解决“圣经的”问题进退两难。
- 教会几乎没有营商经验。
- 商业强调“适者生存”，具有个人主义倾向，这与崇尚包容的信仰格格不入。
- 以前教会和经济事务曾经错误地结合在一起，失败经验弄垮了事情，这是历史事实。
- 需要避免将牧师和商人两极化，因为有一些牧师身兼二职。我们要承认这一点，非洲就有此类宣教典范。
- 宣教机构和教会觉得自己有责任宣教，因此他们可能不理解商人用不同的方式在生活中宣教。

针对这些障碍和问题提出的解决方案

来自商人和教会/宣教者组成的一组：

- 正如我们常常为宣教士祷告，我们也应该一起为营商宣教的成功而祷告。
- 事先要说好由谁来决策营商宣教获得的盈利可以用在哪些事工上。商人所在的教会是否应该参与决策资金的用途？
- 教会和企业之间需要搭桥，从当地教会会众的这个层面开始。
- 研究两组人在哪些领域上可以互相帮助。在神学院和当地教会开设营商宣教的课程，在职场上宣讲神的话语，以及如何在职场中应用。
- 圣俗两分的问题可以在草根的层面加以解决，参与营商宣教的商人需要对其他参与的商人进行门徒培训。

- 在商人、教会和宣教士之间需要进行一对一的谈话，而非机构对机构的对话，不是辩论，而是对话。
- 教会需要的资金，应当直接由企业提出。企业从不向教会索取资金，反之亦然。
- 教会可以鼓励企业把盈利用于社会工作上，这是正确使用盈利的方法，但并不是指十一。
- 神学院针对营商宣教设定成功模式、培训学生，让某些国家的教师和领袖从企业得到部分或完全的支持。
- 成功开展营商宣教的商人应该在神学院教授相关课程。
- 在宣教机构里，教授营商宣教的人应该具有实际操作经验。
- 承认有两种文化——营商和宣教，我们应该把我们知道的跨文化宣教方法应用在这两种文化中！
- 让参与营商宣教的人、牧师、神学家到商学院学习，帮助他们理解商业伦理问题，帮助商人看到服侍贫穷人的异象。
- 在神学院和商学院里，有营商宣教经验的商人和神学家应当合作教授此课程。
- 营商宣教的商人和信徒应当教导其他平信徒，使他们赋有能力。
- 奉献应当是匿名的，没有人觉得自己有权干涉或行使权力。
- 商人应该融入当地社群，以致他们被当地教会接纳。例如，在某些情况，当地教会必须邀请你参加，而如果商人融入当地社会，与当地建立了紧密联系，他们就更容易受到当地教会的邀请。
- 不一定需要按照西方的模式设立全职牧师，在当地教会寻找领袖，学习弗四12的模式。
- 培训项目、案例研究、示范如何正确处理企业利润和利润的幅度。
- 牧师可以向商人询问，如何帮助他们完成商人自己的事工，或帮助他们更地进行营商宣教，而不仅是让商人完成他们在教会的角色。
- 整合、问责和需要透明度，有需要建设团队，让商人和宣教士在团队中密切合作，鼓励双方加强融合。

附录五：宣教机构案例研究及参与营商事工

国际基督教宣教团契（CMF International）

国际基督教宣教团契有五十五年历史，十多年前曾参与“双重呼召宣教（Bi-vocation）”项目。我们承认刚开始的时候，我们对营商所知甚少，早期的项目包括让宣教士在海外工作，教会提供一些补贴（教英文），这些工作机会可以为宣教士提供签证，使我们与当地人建立紧密的关系，并且在某些严格限制基督教的国家向当地人作见证。我们的工作人员有大学水平的 ESL 证书，能够开展实际工作。

我们决定设立一个独立的、与宣教机构紧密相连的非牟利机构，其名字不包含任何基督教术语。因为这个机构的主要目的涉及营商，所以对非牟利机构的盈利项目的税务问题进行了相关的法律研究。这个新机构有它自己的总部；有独立的人员；从捐助人获得资金；并且我们招募了有成功经商经验的人作员工（较早退休的教会志愿者或不需要全职工作的志愿者）。

我们的职员把营商宣教的想法告诉支持我们机构的教会，教会里的商人热烈地响应。我们制定了短期宣教行程，和这些人一起到国立大学和其他地方演讲，评估商业机会，和帮助我们与一些企业建立伙伴关系。其他有营商经验的人帮助我们撰写或评估营商计划。

我们与一个在美国理工大学有影响力的事工建立了联系，我们从他们那里招募愿意参与海外营商宣教的职员。有些传统的宣教士重新定位，在营商宣教中建立自己的角色。一位有非洲宣教经验的牙医现在另一个州经营一家牟利的、政府批准的牙科诊所，透过这家企业帮助当地受逼迫的教会。

我们参与的其中一家企业是一间化工厂。这家工厂总投资额高达百万美元，而我们的投资仅占其中很小的一部分，但是这投资足以让我们在工厂里安排人员直接与当地工人和他们的家庭，以及当地社群建立关系。另一个刚刚起步的企业位于亚洲一座城市，是一家健身和学习中心。我们也有一家采石厂，它与当地教会、一家著名的海外公司，以及从事穆斯林宣教事业的外国宣教人员有联系。

我们的海外人员是机构的成员，并且与团队领袖有联系，从他们那里得到关怀（如果可以，在国家内；如果难以实现，则定期派人员前往探访）。监督来自团队领袖或获指派的工作监督。我们总部职员参与招募、甄选、培训、支持和监督工作，传统宣教机构职员和营商宣教职员一起承担运营工作。我们没有为营商宣教项目制定新的政策和工作流程，但我们修订了传统宣教流程，以配合营商宣教人员。

营商宣教项目成功与否的一个标志是在一段时间内财政的可行性。在大多数企业中，我们都成功地在预期内实现了自养，这些企业多数刚开始营运数年。有两家企业已经开始盈利。我们的董事会已经制定了一个“超额盈利”的政策，把这部分利润与相关事工直接联系起来。实际上，每个企业都有一个文化相关的事工规划，这个计划与商业规划同等重要。

(a) 障碍

不是每个传统的宣教机构都应该参与营商宣教，理由可能有：呼召的不同、职员或捐款人的阻力、创办企业的能力或经验不足等等。在我们的宣教过程中，我们遇到各种阻力，它们来自董事会成员、宣教士、教会、机构职员等，但我们坚持把营商宣教与其他形式的宣教一同纳入宣教策略中。

我们的董事、以及他们的配偶和机构职员在一个“封闭国家”召开了一次董事会会议，专门研究在这种环境中进行营商宣教可能遇到的各种挑战。我们听取了一些商业伙伴的报告，以及其他营商宣教项目进行了案例研究。会议后，他们实地考察我们的营商宣教项目。

营商宣教不过是进入某些封闭国家的一个方法，因为这些国家不允许传统的宣教士进入，也为我们提供了一些机会，让我们可以与当地教会和当地信徒建立联系。我们在这些国家的宣教策略包括各种事工，范围涵盖人道主义援助、教育和商业领域。

(2) 下一步怎么走？

创办企业所需的启动资金不仅来自企业家，我们发现教会尤其是大型教会热衷于营商宣教，如果他们能够看到这些项目确实能够推进宣教事业，他们愿意为这些项目提供资金，这方面的工作大有可为。

我们需要时间来证明这些项目具有可持续性和财政可行性。我们需要进一步完善与非牟利机构中的盈利项目相关的政策和工作流程。我们需要招募更多有宣教热忱、愿意在跨文化环境中生活的专业人士，并且评估他们整合商业与宣教工作的绩效。

在营商宣教的项目中，可能需要提醒商人向传统宣教士寻求帮助，加强沟通。