

中國當代企業文化與 儒家經濟倫理

● 張鴻翼

中國企業文化的倫理特徵

在30年傳統經濟體制下，中國企業經濟的發展，除依靠行政權力外，以所謂思想工作為形式的道德教化一直是重要輔助手段。從這個意義上說，道德教化與行政權力，一直是中國企業經濟得以發展和運行的兩個不可或缺的輪子。所以，中國企業文化的最大特徵，就是顯明的倫理特徵。如果我們把商品經濟下的企業文化看作是一種法理型文化，那麼，中國產品經濟下這種企業文化則可以說是一種典型的倫理型企業文化。下面，我從四個方面來分析這種倫理型企業文化的特徵。

一 企業生產目的的道德導向

商品經濟下的企業的生產目的只能是而且必須是利潤導向的，但在中

國產品經濟下，企業的生產目的卻是排斥利潤導向的，始終強調企業要堅持「社會主義的生產目的」。

所謂社會主義的生產目的，以往的教科書大都確認是「為了最大限度地滿足整個社會日益增長的物質和文化的需要」，並認為這是「社會主義的基本經濟規律」。其實，這一生產目的，只是國家給予企業生產的一種道德導向，而很難說是一種「客觀規律」，因為無論從微觀還是從宏觀角度來看它都具有主觀性。作為任何一個企業，它生產甚麼，生產多少都不是由它自己決定，它的產品也並非用來直接滿足本企業職工的生活需要，而是由國家分配給社會上其他消費者，因此，作為產品的生產者企業來說，它並不知道且無法知道自己的產品是不是「滿足」了社會的需要。那麼，國家就能客觀地把握「整個社會日益增長的物質和文化的需要」麼？答案是否定的。國家既不是產品的直接生產者，也不是產品的最終消費

者，國家除了能準確掌握政府行政用品和軍需產品的需求之外，對社會廣大民眾的日常生活需求根本無法確切把握，況且也沒有一個正常的市場來供其預測供求關係的變化。在這樣的情況下，國家計劃的制定只能依據極不完全且未必確實的統計報表來形成，這就難免會參雜計劃制定者的個人偏好和主觀意志，而難以真正反映出客觀的社會需要。

事實上，把企業的生產目的確定為滿足社會需要，並不是出於對甚麼客觀規律的認知，而是從「公有制」這一前提簡單推導出來的。例如，著名經濟學家許滌新的一段話就充分證明了這一點：他說過，「社會主義否定了生產資料的資本家所有制，從而否定了人剝削人、資本剝削勞動的關係。在社會主義制度下，生產資料既然屬於全體人民所有，那末，社會生產目的，就必然為了社會及其成員的日益增長的物質和文化的需要。」^①

從企業文化角度看，把企業的生

產目的確定為滿足社會需要，這反映了國家對於企業生產行為的一種道德導向。其中所蘊含的經濟倫理規範和道德價值至少有以下幾點：第一，企業沒有自己獨立的經濟利益，它除了滿足社會需要即增進社會利益之外，不存在也不應該追求任何與社會利益不一致的企業個體利益。第二，把企業生產目的直接確定為滿足人的需要，即強調了「人」在生產以及整個經濟發展中的主體地位。這裏排斥了商品經濟下把人作為價值增值的手段而造成資本和商品統治人、主宰人的勞動異化現象，在產品經濟下重新恢復了「人」在自給自足的自然經濟條件下作為生產目的的那種主體地位。第三，在各自分散的企業中灌輸共同的生產目的導向，強調各個企業在根本利益和經營方向、生產目的上的一致性，顯然既有利於企業之間橫向關係的協調，又強化了企業與國家的縱向聯繫，通過企業對國家向心力的加強來保證國家計劃的順利實現。

把企業的生產目的確定為滿足社會需要，並不是出於對甚麼客觀規律的認知，而是從「公有制」這一前提簡單推導出來的。

圖 自願從內地調到邊疆，參加北疆鐵路建設的鐵一局新運處線路班，用大慶人做榜樣，以苦為榮，以苦為樂，月月超額完成施工任務。





二 企業經濟發展中的 道德激勵

在商品經濟條件下，由於企業產權明確、經營自主，有獨立的經濟利益，價值增殖和利潤導向始終是推動企業經濟不斷發展的最基本的驅動力；同時，企業通過物質刺激來不斷啟動職工的利益動機，以使用利益的增進來不斷激勵職工的勞動積極性。因此，這種企業經濟本身就有一種極強的動力機制和激勵機制，從而使其在激烈的市場競爭中始終能夠保持充足的經濟活力。

然而，在中國產品經濟條件下，全民所有制的國營企業完全不具備這種內在的動力機制和激勵機制，企業經濟得以發展的動力及其它在整個運行過程中對職工的激勵，都只能依賴於外部的、非經濟的推動力。當然，這種外力推動只能來自國家的行政權

力的運作和思想政治工作的配合。

國家對於企業的思想政治工作的基本職能，即在於實現對企業生產力的道德激勵。國家主要通過向企業灌輸以愛國主義為核心的道德觀，培養企業對於國家的歸屬感和責任感，增強企業完成國家計劃、執行國家政策的道德自覺，從而使國家的種種政治的、經濟的、甚至外交的需要直接轉化為企業推進生產發展的精神動力。為了實施國家對企業的思想教育，一般採取三種方式：一是國家對企業領導幹部實行直接的思想教育和培訓，如通過開會、辦學習班、進黨校輪訓等形式，向企業領導幹部傳達中央精神和國家政策，以提高企業領導幹部忠於黨和國家、勤勉於企業經營管理工作的思想覺悟；二是不斷地開展各種政治運動和思想教育運動，通過這一個接一個運動，不斷向企業輸入種種政治動力。因此，不管搞甚麼運

國家主要通過向企業灌輸以愛國主義為核心的道德觀，培養企業對於國家的歸屬感和責任感，增強企業完成國家計劃、執行國家政策的道德自覺。

動，都可以納入「抓革命、促生產」的運作模式。為激勵企業生產發展的精神動力；三是樹立先進的企業典範，如用大慶一類先進企業的經驗示範作用，來教化引導全國的企業。上述作法幾乎成了中國企業經濟發展的基本激勵方式。

雖然在某些時期和某些企業中也搞過一些獎金或獎品之類的物質刺激，然而這種作法不僅不佔主流而且多次遭到否定性批判。直到1978年7月中共中央頒佈的《關於加快工業發展若干問題的決定》中，雖然確認應「把精神鼓勵同物質鼓勵結合起來」，但仍強調「以精神鼓勵為主」。並且指出，「我們要堅持政治掛帥，教育職工樹立不計報酬，各盡所能，全心全意為人民服務的共產主義勞動態度。」^②因此，從總體上看，排斥物質刺激而注重精神鼓勵，這乃是傳統體制下企業激勵機制的基本特徵。至於像鐵人王進喜、雷鋒一類英雄人物，不用說是全國企業對職工進行大公無私、埋頭苦幹的思想教育的典型榜樣。

三 企業內外部經濟關係的道德協調

中國國營企業內外部經濟關係主要有三個方面：一是企業與國家、企業與職工，即所謂國家、集體和個人三者之間的縱向關係；二是企業與企業之間的橫向關係；三是企業內部的人際經濟關係。在30年傳統體制下，這三方面經濟關係的處理和協調方式都具有濃厚的倫理色彩。

所謂經濟關係，實際上是一種經濟利益關係。但是，由於不承認也不

允許企業有其獨立的經濟利益，也就不能正視經濟關係即是一種利益關係，而且還往往把這種經濟關係都看作是一種道德關係，並強調用「共產主義道德」來處理和協調企業內外部的種種經濟關係。例如，在處理國家、集體、個人三者關係時，總是強調國家的利益是高於一切的，國家的整體利益最終決定了企業集體和職工個人的利益，特別是當三者利益出現不一致情況時，總是強調集體和個人應無條件地犧牲自身利益以服從於國家的整體利益。從這一思想出發，往往對企業產品和生產資料無償調撥和對工人勞動無償徵用；在企業與企業之間的經濟關係處理上，不僅在公有制內部而且在不同所有制企業之間，提倡發揚共產主義的無償互助協作精神；在企業內部，更是強調人與人之間的平等、互助、團結、友愛的道德關係，提倡毫不利己、專門利人的共產主義道德。

這種國家本位的集體主義道德的貫徹，確實極大地加強和維護了國家整體利益，抑制了企業個體利益和職工個人利益的自發滋長以及由此可能引起的社會利益衝突。然而，由於個人正當利益長期處於被忽視、被抑制狀態而得不到保障，職工以及企業的生產積極性便不能不受到很大影響。針對這種傾向，毛澤東在1956年的《論十大關係》中，曾專門論述要處理好國家、生產單位和生產者個人的關係。指出「國家和工廠，國家和工人，工廠和工人，國家和合作社，國家和農民，合作社和農民，都必須兼顧，不能只顧一頭」^③。但是，由於國家、集體和個人三者利益之間沒有嚴格確定的法律界線，因此，一旦三者利益發生衝突時，個人和企業正當

這種國家本位的集體主義道德的貫徹，確實極大地加強和維護了國家整體利益，抑制了企業個體利益和職工個人利益的自發滋長以及由此可能引起的社會利益衝突。

利益便無法律保障而無條件地被犧牲掉。特別值得指出的是，在國家和企業幹部中存在不正之風的情況下，往往「國家利益」、「集體利益」成爲一些人以權謀私、侵吞剝奪職工正當利益的掩護和借口。

如果把中國與日本的企業文化作一番比較，就會發現二者雖然都十分注重對職工群體意識的培養和教育，但其收效卻差別很大。主要原因在於：日本灌輸給職工的群體意識是以「利己」爲前提的企業本位思想，而中國在企業中灌輸的則是以「無私」爲前提的國家本位群體意識。在日本，由於職工能夠直接從企業整體利益的增進中很快得到與自己付出的勞務成比例的利益補償，從而事實上將職工個人利益與企業利益緊緊地聯繫在一起，因此，職工便很自然地接受了「愛社如家」一類企業群體道德的教化並自然形成了與企業命運尤關的意識。與此不同，中國企業強調職工爲國家多做貢獻和無私奉獻，職工及企

業對於國家整體利益的增進及所作出的貢獻，並不能很快直接反饋到職工個人利益的增進上，職工無論幹多幹少，對國家貢獻或大或小，都從工人的工資分配上反映不出來。這就實際上造成了個人利益與國家利益的脫節現象，使得工人覺得國家利益的增進與自己利益能否被改善之間似乎沒有必然的聯繫。

四 企業經營管理中的道德約束

中國企業的經營管理，在經濟核算和技術管理上都比較薄弱，而在對「人」的管理上都十分重視。或者說，強調通過管「人」來實現對「物」的管理，凡事強調首先從「人」的思想工作起。對「人」的管理，不像商品經濟下企業那樣主要通過契約關係的約束和物質利益上的獎懲來實現，而是更強調通過道德教化培養職工的自我約

日本灌輸給職工的群體意識是以「利己」爲前提的企業本位思想，而中國在企業中灌輸的則是以「無私」爲前提的國家本位群體意識。



束意識，即注重運用道德的非強制性軟約束來實現。

當然，這種道德約束是以行政強制為前提的。因為在這種企業制度下，職工到哪個企業工作，具體幹甚麼工種，在企業中的晉級和去留，這一切都不是工人自願選擇而是由國家統一分配和行政權力運作的結果。因此，一個人一旦被分配到某一個企業，他終生的就業及其他和家人的衣食住行，甚至他一生的命運都掌握在這個企業手中。這種非自選性的終身勞動制度，事實上形成了職工對企業及企業領導人的某種「人身依附」關係，從而使職工不得不服從某些超經濟的行政強制。

中國企業除了每個時期的政治動員之外，主要向職工灌輸了以下約束其經濟行為的道德意識：第一，勞動光榮，勞動者應自覺遵守勞動紀律和服從企業勞動管理。如《國營企業內部勞動規則綱要》就規定，「在我國，勞動是光榮、勇敢、高尚的事業，勞動紀律是建築在勞動者自覺的基礎之上的。……因此，嚴格遵守內部勞動規則是中華人民共和國全體工人、工程技術人員和職員的神聖義務。」^④第二，由於生產資料公有制從根本上消除了剝削和壓迫，職工與企業管理者之間只有分工的不同，沒有高低貴賤之分，而這種分工是國家和人民利益的需要，因此，被管理者應自覺服從管理，管理者應聽取職工群眾意見，二者之間不存在也不應該發生根本利益上的衝突。所謂的「兩參一改三結合」^⑤的管理方式即是這一思想的集中體現。第三，在職業道德方面，強調不管在哪個企業工作，作甚麼工作和處在何種職位，都是「為人民服務」，沒有高低貴賤之分，因此，人

們不應當自己選擇企業和工作，而應該無條件地服從國家和企業的分配和安排。像一個「螺絲釘」，黨和國家把你擰在那裏，你就在那裏「閃閃發光」。

在國家對企業的宏觀管理中，其基本宗旨在於督查企業對於國家計劃的執行。《國營工業企業工作條例》規定，「國營工業企業是社會主義的全民所有制的經濟組織。它的生產活動，服從國家的統一計劃。」因此，「國營工業企業的根本任務，是全面完成和超額完成國家計劃，增加社會產品，擴大社會主義積累」^⑥，為了確保企業能夠執行國家計劃，國家就必須對企業行為建立強有力的行為約束。由於這種企業經濟本身缺乏利益上的自我約束機制，因此國家對其的控制和約束只能通過以下三個途徑：第一，在物質上，國家對企業實行「五定」，即定產品方案和生產規模；定人員和機構；定主要的原料、材料、燃料、動力、工具的消耗定額和供應來源；定固定資產和流動資金；定協作關係。企業對國家實行「五保」，即保證產品的品種、質量、數量；保證不超過工資總額；保證完成成本計劃，並且力求降低成本；保證完成上繳利潤；保證主要設備的使用期限。「五定」、「五保」^⑦的實行，使國家從物質上完全控制和約束了企業的整個投入產出。第二，在管理體制上，實行「統一領導、分級管理」和「黨委領導下的行政管理上的廠長負責制」^⑧，這使得國家可以通過直接向企業下達行政指令和調動任免處分嘉獎企業管理幹部，來從行政上和組織上直接約束企業行為。第三，通過思想政治工作，向企業幹部和職工灌輸統一的道德價值和行為準則，以增強

非自選性的終身勞動制度，事實上形成了職工對企業及企業領導人的某種「人身依附」關係，從而使職工不得不服從某些超經濟的行政強制。

企業對於國家的歸屬感、責任感和凝聚力，從而實現企業對其經濟行爲的自我約束。

不可否認，注重思想教化和強調道德規範的軟約束，確實不像西方僱傭勞動制下企業管理那麼「冷酷無情」而充滿了「人情味」。但是也應該看到，由於中國企業片面強調「軟約束」，致使企業管理中的「硬約束」極爲薄弱和不健全。所謂「硬約束」是指以規章制度和契約法律來實現的經濟利益約束，它對人們具有強制性的約束力，任何人都必須遵從它，否則將受到經濟利益上的制裁甚至被企業解僱或辭退。顯然，在企業管理中只強調道德上的「軟約束」而沒有健全嚴密的「硬約束」，其結果只能使有道德覺悟的人確立起自我約束意識，而對於拒絕接受思想教育的人則缺乏有效的強制性約束。這正是30年傳統體制下中國企業管理一直缺乏嚴密性、科學性，而造成管理混亂、生產效率低下的一個重要原因。

從以上四個方面可以看到，中國企業文化的這些倫理特徵，與中國古代社會自然經濟條件下的傳統倫理型文化是一脈相承的。它繼承了我國千百年來以道德立國安邦、以道德理財化民的民族文化傳統，並且試圖把這一傳統同現代工業文明結合起來。

中國企業文化的淵源

爲甚麼在本世紀50年代中國會建立和發展起產品經濟下的國營企業制度，當然一個極明顯、極重要的原因就是列寧、斯大林所創建的蘇聯社會經濟體制模式巨大示範作用。除此原因之外，在中國自身的社會經濟條

件及其傳統文化等方面，不能不說也存在着深刻的歷史成因和文化淵源。

自1840年以來，百餘年間，中國傳統的社會經濟結構受到了西方先進生產方式的很大衝擊，商品經濟和民營工商業確實有了長足發展。到了本世紀上半期，中國的社會經濟結構明顯地呈現出二元分化的趨向：一方面商品經濟和新式機器工業在一些大城市和沿海地區開始蓬勃興起；另一方面，傳統的自然經濟在廣大內地農村的絕對優勢地位並未受到多少削弱，而且仍然頑強地抗拒和壓抑着商品經濟的發展。這種二元經濟結構既推動着人們去尋求社會經濟改革，又同時束縛着人們改革的手腳，從而使人們不得不在傳統與現代的尖銳衝突以及這兩種力量的平衡之中來選擇經濟變革的道路。從這個觀點來看，中國近代剛剛興起的商品經濟及其民營企業制度所以會中途夭折，產品經濟和國營企業制度所以會成爲中國50年代以來的基本經濟形式，一個重要的原因即在於前者遭遇到了中國傳統經濟和傳統文化的激烈排斥，而後者則獲得了傳統價值的認同。

下面，從幾個方面來分析中國當代企業及其文化的形成，是如何直接利用了傳統巨大慣性的推動力。

首先，由於自然經濟和產品經濟這兩種經濟形態都是實物經濟，二者所體現的基本經濟原則都是一致的，所以中國共產黨人能順利地把中國引上產品經濟和國營企業制度的發展道路。

其次，傳統的個體家庭經濟都是一種具有雙重經濟職能的經濟實體：家庭不僅是一個生產單位，同時也是一個生活單位；它不僅要組織管理家庭成員的物質資料生產活動，同時還

注重思想教化和強調道德規範的軟約束，確實不像西方僱傭勞動制下企業管理那麼「冷酷無情」而充滿了「人情味」。



圖 國營企業為職工及其家屬提供的全面生活保障，以及它實行的終身勞動制度，增加職工的安全感。

必須對全體家庭成員的生老病死、婚喪嫁娶、衣食住行等生活問題全面負責。使每一個家庭成員都有一種歸屬感、保障感和安全感。可以想見，一個從家庭經濟中剛剛走出來的傳統農民，一旦跨進那種只事生產而不管生活的單一職能的民營企業制度，其心理上的失落感和不適應感是多麼的強烈。因此，在個體家庭經濟有着濃厚基礎的社會經濟條件下，要建立和發展以商品生產為其單一經濟職能的民營企業很困難，相反建立產品經濟下，集生活與生產雙重職能於一身的「家庭型」國營企業制度則更易為人們所接受。

國營企業從某種意義講實際上是傳統家庭經濟的擴大和重構。它為職工及其家屬提供的全面生活保障，以及它實行的事實上的終身勞動制度，都能增強職工在企業中的歸屬感、寄

托感和安全感，並且能在企業中造成一種「大家庭」式的道德氣氛。這樣，人們從傳統的「小家庭」進入這種在生活上盡可以全面依賴的「大家庭」，在心理上就非常自然了。

再次，中國兩千多年來形成的中央集權的統制經濟傳統，有效地抑制了產權私有制及其民營經濟的發展。君主及其國家始終持有對任何私人經濟具有超經濟強制甚至直接剝奪的權力，這使得中國私有制一直發展不充分，一直沒有嚴格的法律保障。在觀念上，「去私產、均貧富」一類嚮往天下一家、公產共享的公有思想，在道德上一直佔居正統地位，並且千百年來一直是中華民族始終不渝的社會理想。這是其一。第二，歷代王朝始終都未放棄過國家對於社會經濟生活的集權控制。大凡社會經濟凋敝時，會適當放鬆一些控制，然而一旦其發展呈現出繁榮景象，便會採取收縮控制政策；而當統得太死導致經濟凋敝時，國家又不得不重新放鬆控制。中央集權國家就是採取這種「收收放放、放放收收」的政策宏觀控制經濟。第三，國家對於經濟的集權控制，還表現在官營鹽鐵和對工商業的直接壟斷經營上。國有國營、國營官辦始終是中國古代控制工商業的一大傳統。直到近代，中國的第一批企業經濟仍是以官辦、官督商辦、官商合辦等形式出現的。

從以上剖析中看到，中國當代企業繼承和沿襲了傳統的集權控制經濟手法，例如對商品經濟實行排斥和抑制政策，對私營個體經濟多次採取收收放放的「割韭菜」政策，對國有企業實行兩權結合的國營官辦體制，以及對社會化大生產實行家庭經濟式的實物計劃管理等等。

中國企業文化的這些倫理特徵，與中國古代社會自然經濟條件下的傳統倫理型文化是一脈相承的。

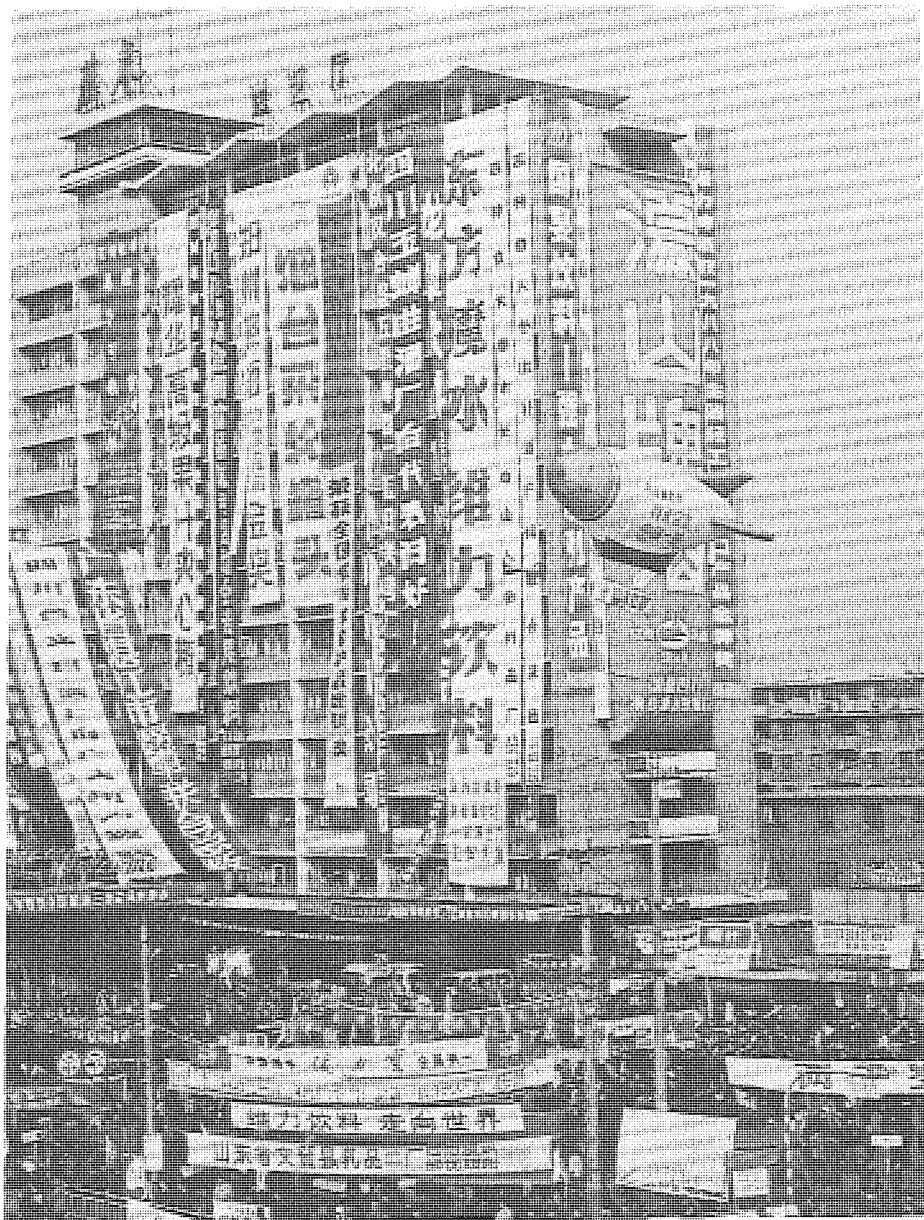


圖 在商品經濟的衝擊下，中國企業的文化倫理面貌是否會徹底改觀？

最後，我們還應看到，與這種傳統社會經濟結構相適應的，是以儒家倫理為代表的中國傳統文化。對中國社會經濟發展發生直接文化影響的，主要是儒家的經濟倫理思想^⑨。

在此，我要指出儒家經濟倫理中對中國企業文化有着直接影響的幾個要點。

第一，儒家強調天地萬物人為貴，因此在人與物的關係上，在社會的物質資料生產中，「人」都是目的而

不是手段。儒家把人的價值提到第一位，強調「物」只不過是滿足人的生存需要並使人能盡其人倫經濟義務的手段，從而排斥那種把財富本身當作目的而貪得無厭地聚斂財富的行為。

第二，儒家強調貴義賤利、重德輕財，因此，在社會經濟制度變革中，選擇何種經濟制度和何種企業體制，採取何種方式發展生產，應該不應該獲取某種物質財利等，都應堅持道德第一的價值準則。

第三，儒家十分強調整體和諧和群體利益的至高無上，因此主張個人和個體應無條件服從家族、國家等社會群體，並提倡人們對群體的克己奉公、無私奉獻精神。在處理群體與個體的經濟關係問題上，儒家實際上是不承認個體利益的道德合理性，認為人們只有放棄個體利益而共同維護群體利益，才能實現社會整體和諧。

第四，儒家強調「義以生利」和「以義制利」，即強調通過道德的力量來推動物質財富的生產和約束人的經濟行爲。因此，儒家並不贊成把刺激人們的利益追求作為經濟發展的基本驅動力，也不贊成單純依靠法律來約束人的經濟行爲。

以上四個方面的分析表明，由於中國企業經濟制度的選擇順從了傳統因襲力量，從這個意義上說，30年產品經濟下的中國企業制度確實不是一種現代意義上的企業制度，而不過是傳統農業文明與現代工業文明的一個「混血兒」，然而正是它與中國傳統經濟結構和傳統文化之間的這種「血統聯繫」，使它形成了具有中國特色的企業文化特徵。

在今天看來，一味崇尚道德，把道德教化的力量看成萬能的，對種種社會經濟、政治問題都用道德來一攬子處理，凡事都強調以道德原則立國處世修身，這種思想方法往往使人們明於倫理而暗於事理和法理，以致把人們引上背離社會客觀發展規律的道德理想主義之迷途。

註釋

- ① 許滌新：〈論社會主義基本經濟規律〉，載《新建設》1963年第4期。
- ②④⑥ 《中國工業管理部分條例匯編》頁292、119、216。地質出版社，1980年12月。
- ③ 《毛澤東選集》第五卷，頁275。
- ⑤ 「兩參」是指工人全面參加管理，幹部經常參加勞動；「一改」是指改革不合理的規章制度；「三結合」是說幹部、工人和技術人員三結合。
- ⑦⑧ 《國營工業企業工作條例》，見《中國工業管理部分條例匯編》頁219、217-18。地質出版社，1980年12月。
- ⑨ 參見拙作《儒家經濟倫理》，湖南教育出版社，1989年3月。

張鴻翼 1976年畢業於北京大學中文系後改修中國經濟思想史，1988年獲北大經濟學博士，著有《儒家經濟倫理》一書及論文十餘篇，目前致力於中國經濟思想史和傳統經濟文化研究，並着力寫作《中國傳統經濟文化概觀》。