

郑永年专栏

中国为什么鲜有企业家？

改革开放以来，中国似乎进入了一个“企业家”辈出的时代。人们可以说，这是一个人人都可以把自己称之为“企业家”的时代。一些人即使不是企业家，但也认为自己具有企业家精神。“企业家精神”可以说是一个可以用来描述当代中国社会的一个关键词。

但是，近来中美经贸关系一紧张，实际贸易战还未打开，一些企业马上就遇到了巨大的困难，更多人顷刻对前途感到渺茫了。人们发现中国的企业缺少掌握核心技术，鲜有人们期望的企业家，更不存在人们一直挂在口头上的“企业家精神”。

无论是企业还是企业家精神，关键在于企业家。为什么说中国鲜有企业家？这里需要先来看看所谓的中国企业家群体的一些基本特征。经验地看，人们不难观察到企业家群体中普遍存在着（至少）如下一些特征：

一、以钱的数量来衡量自己的成功和企业的成功，赚钱变成了自己和企业唯一的目标。不过，如果企业没有除了钱的数量之外的目的，那么企业很少能够找到格局，因为光是钱很难撑起企业的格局。没有格局，不管赚了多少钱，也只是小商人一个；

二、大多数企业集中在几个最赚钱、能赚快钱的行业，例如早期的煤炭企业和很长时间以来的房地产，更有一些企业脱离自己本来的行业而转入赚钱行业；

三、“跟风”现象严重，哪个地方可以赚钱了，企业家就会蜂拥而至，造成企业之间的恶性竞争和向下竞争，大多数企业没有自己的持之以恒的探索和追求；

四、企业大多是加工业，即为别人（别国）加工。中国尽管被视为是世界的制造工厂，但绝对没有形成“中国制造”，更不用说的“中国智造”了，充其量只是“中国组装”；

五、依靠市场的简单并且无限扩张而赚取微薄的利润，产品的附加值很低；

六、大多数企业经营者到了中年在企业碰到瓶颈的时候就成为简单的消费者，有了钱就进行大量的个人消费，大多成为油腻中年，再也没有进取心；

七、大多数企业进行的是简单再生产，经不起折腾，企业出生率高，死亡率也同样高。

如果这些是中国“企业家”的主要特征，那么这个群体充其量也只是商人。商人和企业家有关联。“商人”的范畴要比“企业家”广，但并不是所有商人都可以成为企业家，都具有企业家精神。商人一直被定义为“以别人产生的商品或服务进行贸易，从而赚取利润的人”，也被称为生意人。中国传统上有“士农工商”“四民”，工、商是两个不同的阶层。“工”指的是“工匠”，有技术含量。自近代以来，较之“商”，“工”更靠近“企业家”。

在传统中国，商业的崛起和农业和手工业的发达有关。商人作为独立的职业，也是社会分工进一步细化所产生的结果。不过，传统上，商人的社会地位极低，处于“士农工商”社会结构的最低端。由于人口众多，历代统治者把农业视为是立国之本，商

人成为统治者眼中的末业。“重农抑商”是历代皇朝的基本国策，统治者都或多或少有打压商人的政策。

早就春秋战国时代，韩非子在《五蠹》中就把商人看作是社会的蛀虫。汉高祖曾发过一道禁令，规定商人必须纳重税，不得穿丝绸衣服，不得骑马，子子孙孙不得做官。汉武帝发令，商人不论登记与否，一律课重税。不许商人和家属拥有土地，违者土地没收，并充当奴隶。隋唐科举制明确规定，商人及其子弟不得参加科举考试。

宋朝只允许商人中有“奇才异行者”应举。不过，官方的这些政策在实际层面在多大程度上影响商人的生活是可以争议的。尽管商人在官方的意识形态中的地位不高，但商人较之其他两个阶层（即农、工）更容易赚钱和积累财富，商人的经济地位实际上远较农、工高。即使在政治上，很多朝代对商人也是采取“招安”政策，鼓励商人购置土地、容许和鼓励商人的下一代考功名。不过，历代皇朝的小农意识形态，的确有效遏止了中国社会发展成为商业社会。

以“企业家精神”区分商人和企业家

近代以降，商业已不局限于过去的贩运和零售的运作状态，而是渗透进各个行业。因为整个社会都在以商品生产和交换为基本状态，商人的社会地位有了空前的提高。不过，中国的商人并没有从传统的“低端”文化中解放出来，这个群体的行为仍然停留在传统模式，无论是主动的还是被动的。更为重要的是，这个群体并没有把自己提升成为企业家。

这和西方社会构成了明显的对照。西方社会本来就没有类似中国“四民”的区分，商人的地位历来就比较高。近代以来西方社会诸多变化中，商人历来就是主角。在罗马帝国解体之后，欧洲并不存在中央集权，而是产生了众多的城市，而城市的主体便是商人。即使在中央集权制度形成之后，商人仍然是政治主体。因此，马克思认为当时的西方国家仅仅是资本的“代理人”。

西方近代以来经济领域一个最大的变化，就是很多商人转变成为企业家。一般说来，企业家被视为是能够自己创立并运营企业的人。企业家对整个企业承担责任，并为企业长远利益着想谋划。一个人如果接手前任所拥有的事业，并且做法不具创新、突破或者变革的特点，就不符合企业的原来“创立”的意义，也就是说不会被看作是“企业家”。如果企业传承于接班人或者第二代，而在发展方面展现求变、模式与前朝有显著不同的特征，那么，仍然可以称得上是“企业家”。

所以说，尽管在人们的概念中“商人”和“企业家”不是那么容易能够区分开来，但人们也很清楚，不是每一位经商、从商或者频繁商业行为的人都可以称为企业家。把“商人”和“企业家”区分开来的就是经济学家们一直在讨论的“企业家精神”。

历史地看，“企业家精神”的概念也是近代西方的产物，是和西方国家近代企业产生和发展的过程

密切相关。法国早期经济学家让-巴蒂斯特·赛伊认为，企业家就是冒险家，是把土地、劳动、资本这三个生产要素结合在一起进行活动的第四个生产要素，企业家承担着可能破产的巨大风险。英国经济学家阿尔弗雷德·马歇尔也认为，企业家是以自己的创新力、洞察力和统帅力，发现和消除市场的不平衡性，给生产过程提出方向，使生产要素组织化的人。

美国经济学家约瑟夫·熊彼特的“企业家”定义最为经典。熊彼特认为，企业家是不断在经济结构内部进行“革命突变”，对旧的生产方式进行“毁灭性创新”，实现经济要素创新组合的人。

他归纳了实现经济要素新组合（也就是创新）的五种情况：一、采用一种新产品或一种产品的某种新的特性；二、采用一种新的生产方法，这种方法是在经验上尚未通过鉴定的；三、开辟一个新市场；四、取得或控制原材料（或半成品）的一种新的供应来源；五、实现一种新的产业组织。

和熊彼特一样，美国经济学家彼得·德鲁克也认为，企业家就是革新者，是勇于承担风险、有目的地寻找革新源泉、善于捕捉变化、并把变化作为可供开发利用机会的人。

“企业家”的一些本质特征

如果人们把社会对“商人”和对“企业家”的看法做一比较，就可以看出“企业家”的一些本质特征，即冒险家和创新者。因此，在经济学里面，企业家更多的是代表一种素质，而不是一种身份和职务。

在西方，诚如德国社会学家韦伯（Max Weber）所说，宗教革新所产生的“新教伦理”解释了企业家赚钱的合理性。企业家不仅无需对赚钱负有“罪”的感觉，更进一步具有了使命感。他们的使命是改变世界，无论是在政治领域还是在其他领域。企业家不以赚钱的多少来衡量自己的成败；有了钱就要追求自己的使命，钱本身并非目的，而是追求自己使命的工具和手段。

而当代人们频繁讨论的所谓的“企业的社会责任”，反而是次要的，主要是要企业家去照顾企业所处的社会环境。“企业的社会责任”即使企业家对社会的一种责任，但这种责任也是为了通过营造有利的社会环境，而促进企业自身的发展。

当代中国的情况又如何呢？无疑，企业家界也涌现出不少企业家。但和西方比较，中国的企业家的局限性是显然的，主要表现在两个方面。第一、大多企业侧重于现有技术的应用，而非创造新的技术；其次、企业家侧重于内部管理方式的创新和外部商业模式的创新。但所有这些的目标都是为了赚钱，赚更快、更多的钱。结果，中国原创性的技术少而又少。总体上，因为企业家没有强烈的使命感，企业不能提升自己，尤其是没有革命性的变化。同时，企业家自身也不能得到提升，仍然维持在“唯利是图”的商人水平。

企业家精神的缺失更影响了社会和政治结构的变化。从传统到现代，人们在中国看到了商业模式的变化，但不见社会政治结构的变化。马克思主义把人类社会分为奴隶社会、

封建社会、资本主义社会、社会主义社会和共产主义社会，这是对西方社会而言的。尽管这种线性历史观是否确切是有争论的，但这种或者其他的分类，的确表明西方社会经济领域中所发生的巨大历史变化。而经济的变化又导致政治的变化，因为在马克思主义看来，经济基础决定（政治）上层建筑。就是说，这五种社会形态也是社会形态和政治形态。

中国数千年历史，经济是否也是根据马克思主义所描述一样在发展。尽管近代以来人们把马克思主义应用于解释中国历史，但即使马克思本人也不这么认为。马克思之前，德国哲学界黑格尔说中国没有历史，主要是他看到了中国历史的恒定性，即数千年没有结构性变化。西方学者从古代开始就把中国社会视为“水利社会”；相应地，在政治上，他们称中国为“东方专制主义”。

近代以来中国社会已经发生了巨大的变化。但是，这些变化是质变还是量变呢？中国的经济结构肯定是变化了，从农业社会转型到商业社会、工业社会，甚至是后工业社会。但主导商人的文化有没有变化？答案是显然的：变化并不大；即使有变化，也是表象上的。直到今天，商人仍然是商人，企业家仍然鲜有。

这种“恒定不变”状态的因素既有个体层面的因素，也有制度层面的因素。在个体层面，企业家及其企业仍然是自身的生存与发展，它们没有公共目标，没有使命感，对社会和国家也没有多少使命感。简单地说，企业家缺少格局。有人说，中国的商人赚再多的钱也仍然是“穷人”，这并非没有任何道理。

制度层面的因素似乎更为重要。因为企业家拥有政治社会的抱负是一件极其危险的事情，企业家不得不转向把“赚钱”作为唯一的目标。此外，产权（尤其是知识产权）保护、法治、有效的税收等制度的缺失，更遏止了企业家产生企业家精神。

不管如何，在企业家仍然鲜少的情况下，中国崛起成为世界强国面临难以克服的瓶颈。如何在文化和制度层面为企业家群体的产生打下一个坚实的基础，仍然是中国改革所面临的最难的难题之一。

作者是新加坡国立大学
东亚研究所所长
文章仅代表个人观点