



群体归来

企业家,一个社会阶层的成长

于德清/文

管彤贤说:“当第一次听到人们把我叫做企业家,我先是愣了一下,随即有了一个非常明确的感觉:我不再仅仅为振华(振华科技,SH600000)负责,我管彤贤已经与这个社会、这个时代、这个国家联系起来。而且我不是一个人,和我一样的人还有很多,有些甚至就是我身边的朋友。”

和管彤贤同样有这样感受的是张中正,这个工龄和滨州化工(SH601618)同龄几乎相同的董事长,尽管几十年如一日地保持着每天都去生产一线的习惯,但与从前的不同仍然自然而然地展露无遗:他对于行业数据的背诵如流正在无限制地向宏观向全球化蔓延,他的决策也早已超越了生产经营,向社会环境、慈善教育等方面拓展。

在圆明园东门,有一个小院,有一个小公司叫“东方简易”,公司只有几个年轻人,却在周末吸引了来自中关村的很多知名公司的老总,老总在们在这里聊天、打太极拳、和高知人群开读书会,组织者说:“这个阶层的人需要有人为他们做事。”

曾经被消灭,随市场经济浪潮强力归来

这个阶层,被叫做“企业家阶层”。这是一个在中国可以上溯百余年前,又突然在上世纪50年代骤然消失的人群。随着荣毅仁和乐松生分别被任命为上海市和北京市的副市长,公私合营宣告成功,从而那个二三十年代兴起的民族资产阶级企业家群体在中国大陆的历史使命戛然而止。

之后的二十多年,被前来参观的日本人称作“没有企业家,只有车间主任”的历史。而没有和拥有企业家阶层的中国经济在改革开放前后呈现出截然不同的发展态势。

与这一态势并行的则是市场经济的勃兴。首都经贸大学副校长郑海航提出,“计划经济的突出特征是一种纵向的经济体制,市场经济的突出特征是一种横向的经济体制。企业是由各种生产要素按一定的比例和方式组合起来为实现一定的经济目标而展开活动的经济组织;而企业家则是这样一个组织开展一切经济活动的组织者,是组织内各种要素资源有效、合理组合并发生作用的整合剂。”纵向经济产生的是工业官员,横向经济产生的是经营链条的整合者,具有整合思想并转化为实践的,就是企业家。

如果说32年来的最大成果是市场经济替代了计划经济,那么这一市场经济的重要成果之一,就是让一个曾经基本被消灭的群体——企业家群体重新走入我们的视野,并以其卓越的成就赢得了社会的尊重和关注。

企业史学家吴晓波在杭州的家中纵览了中国形形色色的企业家,他发现:“到现代社会,在当下,企业家群体的地位已经稳固,并且成为社会上被认可的一个阶层,我觉得,这是中国社会2000多年以来最大的进步。中国社会的进步有很多元素,我们说它是文化进步、思想进步、道德层面进步,所有这些进步都会有很多争议,但只有一个进步是不会有争议的,就是中国的商业史的进步,100多年前我们是穿麻布,现在穿五颜六色的衣服,原来没有灯,现在有很好的灯,原来用马车,现在是汽车。商业进步带来那么多物品,使城市改善的那么一群人,我们叫他们做企业家阶层。”

越来越多的企业家在为企和社会创造财富的同时,也实现了自身价值,迈入财富榜、慈善榜,成为新闻人物,赢得社会关注,同时获得政治荣誉:“五一劳动奖章”、劳动模范、政协委员、人大代表,甚至进入政府机构任职……在2011年全国“两会”代表委员名单上就有1000多名企业家,占出席人数的25%。

改革开放30多年以来,

企业家队伍的发展壮大,折射出来的也是中国企业发展和时代发展痕迹。

企业家精神正在中国复兴,对世界的影响不可忽视。他们是创新的催化剂,通过把热情与技能、决心结合在一起,将思想智慧转变为了物质成果。

多元并行,青春期企业家群体阳光饱满

中国杰出企业家在中国社会和经济转型这样一个大背景下,其超商业的影响力并不逊色于比尔·盖茨的技术革命、稻盛和夫的商业法则、乔布斯的创新理念……

他们富有创造性:以合乎法制、道德的手段,在阳光下的利润区内,积极扩大企业与资产规模,实现财富增值;

他们富有责任感:遵守法律法规及商业道德,诚信经营,提升产品质量及品牌美誉度,对内实现及维护员工和企业的共同利益,对外积极参与社会公益和慈善事业,尽量避免各类公关危机,面对争议性事件,能够积极高效地应对;

他们拥有榜样的力量:通过打造品牌,提升企业及个人的影响力,扩张人脉,担任相关社会职务等途径,实现社会地位的提;

他们肩负使命感:使企业在符合法制与道德的轨道上良性发展,为员工创造良性职业与成长环境,维护业内良性竞争秩序,对社会公益及慈善事业做出应有贡献,保护环境,实现可持续发展;

同时他们也存在着矛盾性:他们一方面欢呼与赞赏市场的伟大,一方面对政府和旧路径又有强烈的依赖性,甚至迷恋政府权力带来的机会和对资本效率的提高,这使他们很难把目光投向更有保障当然也需时更久的法治上,等等。

他们作为一个阶层还呈现出多元化和多样性。这是由于中国的企业家阶层由不同经济形态下的企业家构成,一个中国历史上前所未有的经济多元化时代,国有、民营、外资、个体私营……历史的沿革又将不同年龄、不同行业、不同出身、不同文化的中国企业家推上了同一起跑线……财富获取的手段日益多元化,资本运作、资源开发、地产等等不一而足,产生的企业家群体也各有其性状差异。

当然只三十年的岁月事实上无法塑造一群性格清晰完整的人群,他们至今仍人格尚未定型的青春期。但略有迷茫的青春期,也意味着希望。

企业家价值,人力资本一次透彻的穿行

承认并实现企业家价值,就是全面、深刻地理解人力资本要素的作用和价值,承认一个特殊的人、一个伟大的人在企业发展中所做出的特殊贡献。吴晓波十分肯定地说:“企业家值得而且应该成为全社会最受尊敬的人。没有成熟的企业家阶层,就没有成熟的市场经济。”同时他把这个阶层的力量等同于国家的力量,要认识到“这个阶层与国运的关系”,认为“国力的较量在于企业;企业的较量在于企业家;企业家的较量在于胆识、见识、学识、悟性、韧性、理性。”

那么如何评价一个企业家的价值?特别是如何评价一个国有企业企业家的价值?市场机构曾给青岛双星集团总裁汪海评估身价定为10.2亿元,可他当时每年的收入只有3万元。他对企业的贡献是从1980年到2000年,双星集团的资产总额由1000万元增加到26亿元。汪海坦言,随着市场化进程的不断深入,要求人仅凭道德和觉悟去努力工作是现实的。“只有用市场化的标准来评价企业家的价值和贡献,中国的企业家才能焕发出新一轮的创业精神,带领企业勇敢步入全球市场一体化的新的竞争舞台。”

制度化是企业家价值实现的基本途径。只有通过制度化,企业家的价值在实践中才不会走样,才能展现她的领导能力、管理能力、经营能力、创新能力、执行能力,才不会异化成腐化行为,也才能对企业家产生足够的激励。价值评估是企业家价值实现的前提,其实现方式应尽可能股权化,这样,既可以有效降低企业成本,同时也能够将企业家价值与企业价值、企业利益紧紧捆在一起,有利于企业的长期稳定发展。而在承认企业家价值方面,理论明显落后于实践。这个问题不解决,就会制约国企的发展。

2005年3月20日,在首都企业家俱乐部成立20周年的庆祝活动中,中国企业联合会、中国企业家协会名誉会长袁宝华充满激情地喊出了“企业家万岁”的口号。

中国企业家,一个始终潜伏、在漫长得让人感到压抑的岁月里历经波折而不覆的群体,在中国社会和经济转型中释放出巨大能量的群体,还将从这个民族强大的躯体中汲取养分,怒放灿烂的花朵。

这是人类进化的花朵。贫困者因为这花朵变得富裕,富有者因为这花朵变得高尚,迷茫者因为这花朵变得坚定,蒙昧者因为这花朵变得文明。

观察

身份觉醒:企业成长的人本诉求

我们必须清醒地认识到,全社会对这种企业家身份及其价值的认同依旧还不够全面、深入。目前对这种企业家价值的认识,更多的还是停留在社会精英层面,而不是停留在大众百姓层面上……

于清/文

企业家阶层在中国被认同的复杂性由来已久,企业家对自身的身份认同感在30年前的数百乃至上千年来曾经非常薄弱。自古以来,对经商者身份的鄙视不仅来自统治者及知识分子阶层,甚至连他们自己也对此颇为不屑。费正清就曾经说过,“中国商人最大的理想就是,他的子孙不再是商人”。形形色色的大小商人穿梭于中国漫长时代的舞台,他们如草根蚂蚁默默耕耘于江湖之远。

正如1949年后的中国每个人都在追寻翻身解放,而改革开放的30年,每个人也都像大树的枝叶向上寻找着阳光和空气。当一个人可以光明正大地以自己创造的财富证明自己的身份时,他的内心应该是从未有过的畅快,特别是在人的本能和人的身价刚刚经历了一个漫长的异化时代之后。

社会开始赞赏企业家们层出不穷的商业智慧,慨叹他们曲折的奋斗身世。既欣赏他们大手笔的运筹帷幄、攻城略地,为他们能够矗立于荣耀之巅而喝彩,同时也惋惜于他们马失前蹄、意外翻船,愤怒于他们的唯利是图、贪得无厌。

但也必须清醒地认识到,全社会对这种企业家身份及其价值的认同依旧还不够全面、深入。目前对这种企业家价值的认识,更多的还是停留在社会精英层面,而不是停留在大众百姓层面上。这种认识上的不深入也常常使各种大的改革上面思想不解放。而且由于财富分配上的差距,这种差距又被几千年来形成的“不患寡而患不均”心态放大,仇富心态就有了生存的土壤。这些土壤,往往会从各个方面,产生很多阻碍企业家进一步发展壮大的不利因素,甚至严重到了直接伤害企业家生命的程度。

对这种企业家身份及其价值的认同还不够全面、深入的另一种表现则是国有企业的企业家们,他们的工作中,既要考虑企业的经济目标,又必须注意政府的其它要求,既要对企业负责,更要服从上级的安排。于是,他们的追求往往具有双重性:经济效益好坏和上级满意不满意。这种身份的双重性,势必影响到企业的经营,甚至扭曲他们的人格。产权制度改革和现代企业制度的建立必须顺利进行,国有企业的经营者要逐渐完成角色的转换,从行政的附属物和国家指令性计划的执行者逐步转变为具有独立人格的企业家,企业家的身份明晰了,他们才会从心态上完全进入应有的角色。

人是复杂的,也是简单的,身份认同和身份定位将使这个社会在价值尊重中有序发展。从组织资源、经济资源和文化资源的标准区分,北京工业大学人文社会科学学院院长陆学艺教授在其主编的《当代中国社会阶层研究报告》中,把社会群体划分为十大阶层。经理人员阶层、私营企业主阶层、产业工人阶层,十占其三,这是历史发展使然。



强国动力

国企改革系列报道
★人本篇★

越来越多的企业家在为企和社会创造财富的同时,也实现了自身价值,迈入财富榜、慈善榜,成为新闻人物,赢得社会关注,同时获得政治荣誉:“五一劳动奖章”、劳动模范、政协委员、人大代表,甚至进入政府机构任职……在2011年全国两会代表委员名单上就有1000多名企业家,占出席人数的23%。

时代传承

(上接第五版)

国企英雄

第一代企业家们的道路并不平坦。倪润峰未能等到长虹改制这一天便饮恨而退了,汪海虽然最后通过成立双星名人公司实现了这个目标,但制鞋业发展的高峰期已过。而其他企业家们在未能实现这个路径另寻其他路径时,则纷纷落马。伊利的郑俊怀、健力宝的李经纬、科龙的潘宁等也在企业体制改革中成为悲情的“国企英雄”。

时代的局限不能不深深地打在他们身上打上烙印,这些企业家以治世的方式治理企业。这种情结体现在企业管理中,树立个人权威无疑是最通用的方式,但这并不意味着其努力仅仅停留在权力把持上,而是要把他的思想渗透到每个员工的脑海中。而这种努力不仅变成标语写到墙壁上,还要成为各种管理制度、文化宣传深入到人的内心。在当时,企业家的“胸怀”表现在他们不但要改造客观世界,还要改造人的主观世界,甚至人们的灵魂。

但时代赋予他们的并不是政治使命,而是创建企业。抹不去的政治理想终究还要落到实处,于是在这些企业中,企业治理政治化的色彩就更加浓厚。权力的制衡,权威的树立,各种内部势力的消长,平息矛盾,消除分裂,协调与主管部门的关系……翻开这些企业内部发展史有如一部斗争史。甚至可以说,这些企业,特别是脱胎于国有制或集体制的企业,基本上是在解决外部矛盾与内部斗争的过程中发展起来的。这些企业家不可避免地有了政治与经济的双重色彩。

国有企业企业家的结局往往有三种:一是“商而优则仕”,向政府官员过渡,有些企业家实现了这一目标;二是谋求在企业中长期的领导地位;三是“到点下班”,按时退休,当一名退休职工。在第一种目标难度巨大,第三种结局不愿意的情况下,很多企业家就必须长期保持在企业中的强势地位。

所以对市场的力量的呼吁,对让企业家从官员中完全分化出来的呼吁,一直就没有停止过。

正当神州大地上长江后浪推前浪般地推出三代企业家时,太平洋彼岸的美国企业家队伍也正发生着新一轮的革命性变革:工业巨子向信息巨子交接财富棒,制造业企业家向信息服务业企业家过渡。



袁宝华充满激情地喊出了“企业家万岁”