

社会企业的机理逻辑及对认识 现代市场经济的启示

金 碧

[摘要] 人类发展进入新时代,许多社会性问题需要众多社会企业参与解决。研究社会企业对于深刻认识现代市场经济,具有特别重要的理论价值和现实观察意义。在现代市场经济中,社会企业有其亲社会的市场生命力,与市场经济也具有内在相容性。社会企业的实践可以更真切地透视人类发展的真谛。在现实经济社会中可以看到,有相当一部分企业家,在其事业发展及个人生涯的一定时期,往往会产生兴办社会企业的行为倾向和创新愿望。研究企业家的社会企业取向,对于揭示社会企业密码具有重要意义和研究价值。如果将营利性经济企业视为自利或兼利性企业,那么,社会企业就是一种复合机制企业。社会企业必须通过组织创新和机制创新来应对各种复合性问题,国有企业与社会企业有许多共同或相似的研究议题,具有很大的互鉴性。国有企业改革的核心问题是:国有企业如何成为高效率的类社会企业?国有企业和社会企业都是负有社会使命,并以经济效率(市场竞争力)支持社会使命的企业。社会企业的理论逻辑与机制机理,特别是其创新实践和规则形成,在根本上是基于市场条件下的经济交换与社会交换及其回报方式的关系和协同,社会企业行为以利他主义的社会交换机理为主导,同时也要有一定的经济交换行为来支持。当前,中国面临的最大社会性问题就是没能处理好经济交换和社会交换及回报方式之间的关系,这些问题的认识和解决,可以从对社会企业的系统深入研究中得到重要启示。社会企业可以启发更多企业走向亲社会的创新发展道路。

[关键词] 社会企业; 利他行为; 经济交换; 社会交换; 亲社会行为

[中图分类号]F123 **[文献标识码]**A **[文章编号]**J1006-480X(2022)03-0005-15

社会企业(Social Enterprise)是具有特别研究价值却未受到经济学管理学界应有重视和深入探讨的一个企业域类。在市场经济的各类企业形态中,社会企业的伦理基础和行为目标有别于一般营利性企业,在主流经济学的体系框架中似乎没有它的正式位置,即使有必要提及时也只是作为特例而附带说明。但在现实世界中,社会企业却顽强地存在,而且在许多国家都茁壮成长,蓬勃发展。社会企业的形态特征主要表现为:其基本性质虽为企业,具有创造盈余即“经济剩余”的机制性必要,即实现企业经营的可持续和更繁荣,但其经营行为却并不像一般企业定义那样以利润最大化为目标,而是具有自觉的社会公益意愿,承担社会使命,致力于一定的社会目标,努力增进公众和社区福利。社会企业的本金可以吸纳市场资金,但不按一般营利性商业企业(本文以下称之为“经济企业”,

[收稿日期] 2022-01-19

[作者简介] 金碧,中国社会科学院学部委员,郑州大学商学院院长,中国区域经济学会会长,中国社会科学院工业经济研究所原所长。电子邮箱:jinpei8859@163.com。

意为以经济理性为主导,而与社会企业相对应)的盈余分配方式向出资人(股东)分派红利,企业盈余大部分再投入社会目标业务或支持社会公益及社区福祉。鉴于其社会公益性行为目标,按照不同国家的制度安排,社会企业通常可享有一定的税收优惠,体现国家对社会企业的赞许和支持。英国社会企业联盟给社会企业的简单定义为:“运用商业手段,实现社会目标”。当前,人类发展进入新时代,许多社会性问题需要众多社会企业参与解决。基于源远流长的中华文明,中国具有社会企业发展的巨大空间和现实需要,社会企业和社会企业家可以创造各种方式,致力于社会问题的解决^①。研究社会企业对于深刻认识现代市场经济,具有特别重要的理论价值和现实观察意义。

在中国,社会企业的发展方兴未艾,具体形态多样,称谓及组织身份也有多种,有些注册为企业类型,有些注册为社会组织类型^②。因其涉及一系列深刻的核心学理问题,关于社会企业的观察和研究,有助于深刻理解人的经济行为及企业的机理逻辑,对不同类别企业的研究都会有重要启示,也有助于对现代市场经济的更深入分析和更全面理解。某种意义上可以说,真正理解社会企业的机理逻辑,才能透彻认识现实世界中的市场经济。

一、社会企业机理的利他行为逻辑

研究社会企业,必须从基于价值伦理的社会性和基于经济理性的经济性两个方面来进行分析讨论。就经济学的学术底基而言,构建经济关系基础机理的核心因素,不是抽象的经济理性,而是社会的价值伦理,至少,伦理学是经济学的根源之一。在学术发展史上,经济学曾是伦理学(道德哲学)的一个分支。现代经济学鼻祖亚当·斯密就是一位道德哲学教授。诺贝尔经济学奖获得者印度著名经济学家阿玛蒂亚·森(2014)指出,现代经济学的方法主要有两个根源。一个是伦理学方法,另一个则是“工程学”方法。工程学方法,“只关心最基本的逻辑问题,而不关心人类的最终目的是什么,以及什么东西能够培养‘人的美德’或者‘一个人应该怎样活着’等这类问题。在这里,人类的目标被直接假定,接下来的任务只是追求实现这些假设目标的最适宜手段。”这样,经济学就假定,在市场经济运行体系中,工具理性以个人主义的价值伦理为基础,一般企业经营行为具有利己性或自私性就被认为是天经地义的。因而在理论逻辑上,其行为目标可以抽象化或机制化(规则化)为追求个体的“利润最大化”“财富最大化”,并被逻辑推定为可以等价于幸福(福利)最大化(尽管“幸福”具有主观性而难以计量)。这一具有假设性的工具理性逻辑之所以能作为经济理论的方法论前提,实际上是从关于“人性”的自利性价值观伦理直接推导出的:个人是自然人(生物性的物种),被认定为是最终的利益主体。个人利益就是最真实的利益,其他的(集体性)利益都是个人利益所派生的。因而企业被想象为人格化的经济组织。基于这样的价值观伦理,既然自然人的人性具有抽象的自利性,那么,作为法人的企业组织行为当然也自然是自利的;换句话说,既然对于自然人是“人不为己天诛地灭”,那么,如果否定企业自利,市场经济秩序和自由竞争规则就无法实现逻辑自治,也是不合“道德”的。所以,按照经济学家们对亚当·斯密信条逻辑的理解,在市场经济的自由竞争中,企业自利是其“合乎人性”的生存之道和竞争力之源,而且,从这一逻辑起点出发,可以自发地实现“主观为自己,客观利社会”的市场经济机能特质和发展期望,不仅在形式逻辑上无懈可击,而且在理论上也无可指责。这样,作为市场行为主体的“经济人”(自然人和企业法人),虽不是道德“圣人”,但却是无所

① 本文的研究主要考虑社会企业和社会企业家以市场经营方式贡献于社会目标的行为,而不讨论通过其他方式,例如,通过促进体制改革、参与政策改进等社会参与活动,贡献于社会目标的积极作用。

② 数据显示,2019年,在认证的社会企业中,有65%的注册身份为企业,以社会组织身份注册的占35%(国务院发展研究中心公共管理与人力资源研究所“社会企业研究”课题组,2021)。

不在的经济理性常人，而且合乎天生人性。

假定市场条件下所有的经济人行为都由“经济理性”主导，当然并不是说，人们真的认为现实中的人都以极端自私自利为“理性”，并且如同经济学所假定的那样，具有私人利益极大化的成本—收益计算能力。经济学家们当然知道“经济人”并不是真正现实的人。实际上也少有人愿意被认为是个自私自利的人，或精于算计的“精致的利己主义者”。自私自利的人不受欢迎，唯利是图的企业更是既没有核心竞争力也没有真诚合作者，因而难以成功。可见，“自私自利”“唯利是图”即使在市场经济社会中也是贬义词。但是，在经济学的底层逻辑上，假定个人和法人企业由自利的经济理性为主导行为的驱动力，具有追求自我利益最大化的价值取向，则又是被普遍接受的，似乎除此再难有更具普遍性和逻辑自洽性的立论支点。所以，个人和企业的利己主义成为主流经济学理论体系所一般认同的逻辑起点。

当然，形成这样的经济理性执念，也与现代经济学产生于西方，具有深刻的西方文化烙印有关。特别是，西方启蒙时代的个人主义和理性主义，成为现代主流经济学的哲理基础。美国历史学家乔纳森·戴利(2021)说：“我们可以说西方展现了无比广泛和有效的对个人奋斗的推崇。人类历史上所有大大小小的文明的中央权威都有能力推进巨大和复杂的计划——埃及和阿兹特克的金字塔、中国的长城和郑和船队、亚历山大大帝的征服或伊斯兰世界在地域辽阔区域中保持宗教统一。然而，只有西方文化，主要通过个人奋斗和企业努力实现了同样大规模的目标。”西方启蒙运动的哲学家认为，世界是机械的，人性是贪婪的，进步是物质上的成就。这样的文化观念也支撑了现代主流经济学的体系框架和范式承诺。

但是，这样的逻辑纯粹性和“自洽性”毕竟是远离现实的。实际上，西方学者也完全知道，“人们并不总是仅仅追求自身经济利益。一方面，他们可能对他人具有真挚的同理心，并愿意为他人的利益牺牲一点个人经济利益；另一方面，他们可能也想向别人或自己证明他们是‘善人’。也就是说，我们身上的利他主义有一部分并不纯粹，而是出于对我们的社会形象和自身形象的关切。这种对亲社会行为的渴望也可以表现在利益相关者希望企业能够以合乎社会美德的方式经营。投资者可能不希望把他们的积蓄投向一家与不尊重人权的国家有交易的企业。为了避免投向这些项目，投资者可能需要做好牺牲一点回报的准备。类似地，消费者可能乐意为公平贸易咖啡(Fair Trade Coffee)多付一点钱；或者企业雇员可能会牺牲个人收入去为一家支持撒哈拉以南非洲国家儿童发展的非政府组织工作，并为此感到自豪。”“在这种情况下，企业让自己成为践行亲社会行为的载体，它代表各利益相关者(投资者、消费者、员工)肩负起社会责任……这样做与亚当·斯密的思想并无冲突”(让·梯若尔,2020)。

因此，在现代市场经济社会中，产生了大量的社会企业，不仅经营状况良好，而且受到广泛尊重，表现出持续的生命力，有的成为享誉世界的社会企业。例如，由瑞典英氏—宜家慈善基金会所属的英氏控股集团拥有的宜家集团，是世界知名的家具公司，就是一家社会企业。其拥有者英氏—宜家慈善基金会是非营利机构，不要求宜家集团服从利润最大化的企业行为目标，而赋予其公益性社会使命和社会目标。宜家集团的内部组织结构和经营行为体现了社会企业的形态特质。再如，由经济学家穆罕默德·尤努斯创办的孟加拉格莱珉银行(乡村银行)，也是世界著名的社会企业，具有全球性影响。世界各国众多的中小型社会企业顽强地生存发展表明了：在现代市场经济中，社会企业有其亲社会的市场生命力，与市场经济也具有内在相容性，并不是市场经济中勉强“凑合”的特例，而是融洽地共存着，在市场经济秩序环境中，尽管与众多经济企业具有竞争，但也可以相得益彰。一些社会企业或类社会企业(虽然并不正式称为“社会企业”，但实质上是社会企业)，在一些领

域已经处于经济社会的中枢地位(另撰专文进行讨论),发挥了使经济与社会相协调的重要作用。

在西方话语体系中,有与社会企业密切相关,并(超越理性主义)成为理解社会企业行为的叙事语素：“Empathy”。这个概念已经是一个广泛使用和深入人心的词语,并成为社会经济及社会心理研究对象。Empathy 词义最早被简单通俗地译为“同情心”。其实,孔子在 2300 年前就已经提出了 Empathy 的思想,即“己所不欲勿施于人”,他称之为“恕”,也即“仁”。现代西方学者承认,这就是 Empathy 的精髓,并认为这是人类道德的“黄金律”。Empathy 被视为一种人类所具有的生理和心理现象。而深入研究表明,其意义是非常深刻、广泛和极具扩展性的,现在中文一般译为“同理心”。当代美国著名思想家杰里米·里夫金(Jeremy Rifkin)就著有理论专著《同理心文明:在危机四伏的世界中建立全球意识》。该书的英文版 (The Empathic Civilization: The Race to Global Consciousness in a World in Crisis)于 2009 年出版,2015 年出版了中文版。书中鲜明地指出:“在‘同理心时代’面前,‘理性时代’将黯然失色”(杰里米·里夫金,2015)。

所说的“理性时代”,是指由欧洲启蒙运动所开启的西方近现代的文明繁荣时期。其特征是:摆脱中世纪“黑暗年代”的思想压抑,主张个人主义为中心的利己主义和物质主义(财产占有),体现了人性的解放和自由;只有张扬人的本性,才是人类发展的理性和道德的社会。而关于同理心时代到来的深入社会研究则表明:“同理心才是人的本性。其他一些被视为人类主要驱动力的品质,比如好斗、暴力、自私、贪婪等,其实都是次要的驱动力,只是在我们否定了同理心之后,这些驱动力的作用才开始凸现出来”(杰里米·里夫金,2015)。

我们知道,亚当·斯密曾投入很大的精力撰写了《道德情操论》一书,研究了人类的情感,认为人类具有同情心,对他人的困境会感到哀伤。尽管在被奉为市场经济“圣经”的《国富论》中,利己主义的理性是市场经济运行机理的逻辑起点和体系支点,但亚当·斯密在实质上是承认利他情感和利他行为的普遍存在和重要作用的。

不过,个人主义取向毕竟是那个时代最进步的思维方式和理性伦理,成为现代市场经济的机理基础。按照启蒙运动的理性主义思维逻辑:“我思故我在”(笛卡尔语),即从关于纯粹“人性”本质的“思”(纯粹理性),可以合乎逻辑地推论和解释现实存在的世界。实际上,就是力图把现实世界“装进”纯粹理性思维所构建的空盒子般的“科学”范式承诺框架之中,并形成逻辑严密的信念体系和叙事结构。

可以说,长期以来,这样的思维取向已经成为西方文明的观念主旋律和思想演变主路径,即古典自由主义当道。英国哲学家托马斯·霍布斯认为,人性是好斗和自私的,总是倾向于在牺牲他人的基础上使自己获得物质利益。英国哲学家约翰·洛克的人性观比霍布斯的观念相对温和些,然而洛克认为,人类具有贪婪的本性,贪婪却可以成为进步的驱动力,人性本恶原本就是西方(宗教)的传统思想,体现了文明的继承性。杰里米·边沁等功利主义者认同洛克的人性观,认为人性本质上是物质的,因此人总是试图减轻痛苦,并让自己的利益最大化。在奥地利心理学家西格蒙德·弗洛伊德的精神分析世界中,“文明只有一个目标,那就是充当人类控制他人、谋求私利和满足性欲的手段”(杰里米·里夫金,2015)。

不过,也有许多人对由启蒙运动所形成的启蒙人道主义“对人类的生存和繁荣的关切”充满信心。他们相信,通过理性和科学驱动,可以扩展道德领域并推动道德进步,相信马丁·路德·金引用过的一句格言:“道德之弧很长,但它终将弯向正义”。也就是说,人类发展的道德前途是乐观的,即不断进步的。他们尽管信守个人主义,认为归根结底个体的自主是判断行为对错的标准,即取决于“它们增加还是减少了个体的有感觉的存在者的生存和繁荣?”但是也坚信,道德的扩展,使得人类将会

越来越关切个体之外的更多群体和社会境况,以至人类之外所有“有感觉的存在者”,包括动物权利(迈克尔·舍默,2016)。也就是说,从“利己”可以合乎逻辑地演进扩展为“利他”和亲社会的合作行为,且所涉范围在进化中不断扩大。

至于进化论,具有归纳逻辑思维取向,从产生至今不断发生演变。传统的进化论主要强调各个物种为了获得资源和繁衍后代而进行激烈竞争。新的研究却发现,一些物种之所以能生存下来,除了体格健壮、竞争力强之外,高度的社会化以及同类之间的密切合作也同样十分重要。一系列的新发现为我们揭示了社会化行为的生物学根源,并开始影响我们对周围生物世界以及人类在地球生命历史中的角色的看法。达尔文相信,适者生存之道既需要竞争,同样也需要合作、共生和互利,生存能力最强的物种往往是最富有合作精神的物种。所有这些达尔文的观点可能会让那些传统进化论者感到非常惊讶(迈克尔·舍默,2016)。

基于进化论思维,英国社会学家弗雷德·特罗特提出了如下理论:人类是群居动物,本性驱使着人类保护彼此,这种行为不仅提高了个人存活率,还有利于整个群体的生存。根据特罗特的说法,利他行为是人类表达群居本能的一种方式,植根于人类这种生物体的核心。这样,就不是笛卡尔所说的“我思故我在”,而是在社会关系中“我参与,故我在”,“我们每个人都仅仅存在于和他人的关系中”“我们只有从与他人的关系中才能了解自己”(迈克尔·舍默,2016)。这就开始在西方个人主义人性观的理性思维大厦上打开了文明交流的通道和开放认识的空间。

二、社会企业在实践中创新探索

如果不作深入的研究,陷入抽象人性论的执念之中,即以传统的经济学理论为构念思维(即理解现象的心理构建框架),那么,以利他为特征的社会企业,似乎是很难与以利己为逻辑基础的一般经济企业理论相容的。也就是说,在缺乏包容性的现代主流经济学体系中,社会企业的可行性和机理逻辑的自治性,是不能简单地从基于个人主义自利构念的抽象理论逻辑中推导出来的,而只能由现实中的企业实践来证明,即“事实胜于雄辩”才可服人。否则,执念于主流经济学“纯洁体系”的人,是很难接受社会企业在经济学中的正式地位的。所以,社会企业从来是更注重实践创造和建设性的组织创新,而不追求严谨的形式化逻辑自治。因而,致力于社会企业的经济学家,难以获得诺贝尔经济学奖,但可以获得诺贝尔和平奖。前者所奖励的主要是理论性贡献,后者所奖励的则主要是实践的创造性成就。

社会企业的组织行为至少会面对三个必须通过创新思维而用实践探索来回答的问题:一是社会使命如何嵌入企业机制,成为社会企业组织行为的主要目标?二是以利他为直接目标的社会企业,为何和如何具有持续生命力?三是企业如何与各利益攸关方进行有效协同,形成经济—社会价值的共创系统?利益攸关方包括出资人、企业人(经营者、生产者)、产出需求者(客户)、受援受益人、社会协作组织、市场竞争(合作)者、政府部门等。

面对这些问题,经济活动的本真理性和工具理性须有根本性的关系调整,进而决定企业机制的重塑。也就是要将商品经济的“工具理性”主导机理,重塑为本真理性主导下的工具理性效率机理。换句话说就是,要实现市场经济的目标—手段关系的价值观本真化,由经济理性主导调整为超越经济的理性化,即以社会目标关切为主导,将工具理性主导的“倒视”性思维构念(目标与手段关系颠倒),转变为本真理性主导的“正视”性思维构念(目标与手段关系顺正);达到商品经济价值创造(利润追求)与事业目标达成(质量满足)的一致性。由于各利益攸关方的价值取向及主要关切是不同的,所以,社会企业机理重塑实际上就是要形成行为主体多重目标的(高质量)一体化包容系统。

关于社会企业的深刻研究和机理探寻，使我们可以认识到，市场经济是伟大的，工具理性主导的市场经济具有强大的经济增长驱动力，但市场经济也非只可颠倒叙事的神话。工具理性毕竟是工具理性，工具无论多么强大和高效能，也是为作为目的的人服务的。也就是说，经济价值不是主体，人自身才是主体和目的本身。市场经济颠倒的工具—目的关系，可以在社会企业研究中得到关于市场经济关系的正向理解，社会企业的实践可以更真切地透视人类发展的真谛。

正是由于社会企业深刻触及人类的存在意义和人类发展的社会网络关联性，同经济企业相比，社会企业的利益攸关方更多，所以，如果经济学的研究方法可以将经济企业抽象为仅仅进行经济价值(价格)交换的“黑箱”或自由原子，那么，对于社会企业就只能将其构想为开源性的“白箱”或多维网络。以此为范式承诺，在市场和社会中所发生的交换与回报，不仅仅是经济价值，而且进行广泛的社会性交换，其关切取向是多元的，包括情感、时间、帮助、荣誉、声望、尊严、体面、身份、生态环境、生存意义、体验机会、机能发挥(研究表明：人的能力与所受挑战相平衡而达到的“机能充分发挥”的状态，被认为是人的最大主观幸福感和存在的价值意义)等，都可以成为社会交换的内容。特别需要强调的是：社会交换是无价交换，在这些因素之间是没有交换的“值不值”关系的，也没有“付出”与“回报”之间的比价关系，但具有强烈的价值伦理性质，即是否“应该”，是否“道德”，“做得好”还是“做得不好”的社会认同和期望。

在市场经济社会中，市场机制的机理框架可以支持：单一的经济增长(经济价值)目标主要由经济企业来达成，集中体现为(或计量为)财富及收入(GDP)的数量增进；而体现生活质量的多元社会福利目标主要由各类社会组织来达成。前者具有间接工具性，后者具有直接受用性。社会企业则是经济组织与社会组织的“融合体”和复合性行为体。它并不“纯粹”，但角色重要，会具有强烈的亲社会性交换取向。社会企业可让世界更加丰富多彩，使社会更加亲和，人和自然更加和谐，并增添社会经济发展的助推力。

三、企业家的社会企业倾向

在经济社会的现实中可以看到，有相当一部分企业家，在其事业发展及个人生涯的一定时期，往往会产生兴办社会企业的行为倾向和创新愿望。有些成功企业家，甚至可能将原致力于经济企业(自利企业)的事业生涯全身心地转向致力于社会企业发展，或投身于与社会企业密切相关的慈善事业。所以，研究企业家的社会企业取向，对于揭示社会企业“密码”具有重要意义和研究价值。

一些研究者认为，企业追求卓越，自觉承担更多社会责任，是同理心的行为化，即同理心驱动的社会行为。从具有社会责任意识的经济企业进一步向社会企业的转变，是理论逻辑的亲社会取向延伸和经营机制的再创新。广泛观察可以表明：当企业的商业成功达到相当的高度，企业家行为往往产生向社会企业家转型的趋向，即使企业仍然保持经济企业性质，其核心成员(创办人和主要合作者)也往往会倾向于向社会企业家转身，即把更多精力和资源投向追求类社会企业目标，可以视为企业家胸怀格局的扩大。比尔·盖茨就是一个很好的例子。

与经济企业相比较，设立和发展社会企业并不是对效率的忽视(认为可以没有财务之忧，无须追求盈利)，也不能视之为非竞争性组织(认为可以没有市场竞争压力，无须与其他企业争夺资源和市场)，而是效率关系的新形态和竞争压力的新体现。社会企业实际上也要在市场竞争中证明自己的生命力和经营可持续性，社会企业与经济企业间也是有一定竞争关系的，资源、市场、价格仍然会是社会企业必须应对的经营挑战。企业归根到底是要自负盈亏的，社会企业也不例外，不能靠“输血”，而必须有自己的“造血”机制和能力；要帮助别人，首先要有能力自助；为了实现社会使命，企业

必须有实力。社会企业的助人和助己是一块硬币的两面。这就涉及一个根本性问题：人为什么会有帮助他人的利他行为？由于人的行为总是在一定的社会环境中发生，所以，整个社会的价值观倾向对人的利他行为有深刻的影响。

心理学对帮助他人的利他行为主要有三种基本解释：一是社会交换理论，二是社会规范，三是进化心理学。

按照社会交换理论的理解，利他行为虽然不是经济交换，但是一种更广泛的社会交换，即帮助他人的利他行为归根到底是有所回报的，可以是直接的回报，也可能是间接的回报。“互帮互助”“好心好报”“知恩图报”，都是利他行为的回报性社会交换，这是符合社会期望和价值认同的^①。而且，帮助—回报的社会交换还会升级，“最初帮助行为是因物质回报而产生，其后是社会性回报，最后才是自我回报”（戴维·迈尔斯，2006）。即从以物质形式获得回报，到以社会形式获得回报，再到以自我满足的内在价值而获得心理回报，即“助人为乐”，因利他而消除内疚的负面心理，求得舒爽的心境。因爱和被爱而获得自我满足，成为社会交换的自我回报形式。在整个社会中的利他主义互惠性社会交换，也可以解释经济学中所定义的“社会资本”（Social Capital）的含义和性质；相互沟通联系、信息交流，形成信任关系与合作行为的社会默契和世俗习惯。这是保证经济社会组织正常运行不可缺少的基础性社会条件。如果没有社会资本，那么，物质资本、人力资本等就很难发挥有效作用。因为如果没有对行为后果的基本预期，就没有最低限度要求的社会秩序，人们将无所适从，行为混乱。因此，市场经济尽管强调人类行为的利己性，但实际上，如果没有以利他性和同理心为基础的社会交换作为机制基础，以欺骗为“聪明”，凡事“翻脸不认账”，市场经济是难以想象的。

关于支持利他行为的社会规范。任何社会都有一定的行为规范，即普遍性的社会期望。它们规定了社会关系和社会生活中人们适宜的行为和应尽的义务。研究利他性帮助行为的研究者认为，主要有两类驱动或认可利他主义行为的社会规范：互惠规范和社会责任规范。互惠规范就是对利他行为社会交换的社会期望和社会认同。而“社会责任规范（Social-responsibility Norm）就是人们应该帮助那些需要帮助的人，而不要考虑以后的交换。”“社会责任规范使人们帮助那些最需要帮助的人和最应该得到帮助的人”（戴维·迈尔斯，2006）。

按照进化心理学的理解，人类的利他主义行为是有生物进化和社会进化的演进取向和行为选择根由的。进化心理学认为，“生命的本质就是使基因存活下来。我们的基因驱使我们采用某些能使其实存机会最大的方式。”从这一意义上说，基因是自私的，但即使是从自私出发，也会向利他和互助性方向进化，所以，从进一步的意义上说，“基因的利己性同样预示着互惠行为。”因为，“付出者希望日后成为获得者，不做出互惠行为则会受到惩罚。”所以，“当群体之间进行竞争时，相互支持的、利他的群体比不利他的群体会持续更长的时间”（戴维·迈尔斯，2006）。也就是说，人类心理进化的趋势是，向利他主义行为演进，因此，利己与利他具有互推性，而不是绝对对立的不相容心理倾向。这就进一步论证了，本文前述的人类同理心在促进利他主义行为上的意义。同理心使人“换位思考”“将心比心”，利他与利己融合理解，可以从利他中获得利己的愉悦。心理学家认为：“当我们产生共情（即同理心，Empathy）时，我们就不会更多地关心自己的痛苦，而会去关心受害者的痛苦。真正的同情和怜悯驱使我们为了别人的切身利益而帮助他们。这种共情是自然产生的……从某种程度上说，这表明共情是我们与生俱来的能力”（戴维·迈尔斯，2006）。

在以上三种解释中，社会交换理论最具基础性的解释力，其他解释理论也都含有社会交换的因

^① 当然，也有负面性“交换”或“回报”：“恩将仇报”“以怨报德”“卸磨杀驴”等人类价值伦理所不齿的现象。相信在进化过程中，会趋向于正面性，有“正”胜“负”汰的行为选择方向。这决定了人类演化的前途。

素。如前所述，经济行为的基础是价值伦理，因此，人类的价值观变化，也会改变社会交换关系的行为条件，决定着社会交换的关切因素间关系的变化。据哲学和心理学、社会学的研究，成功的企业家往往更具有社会企业取向，相对减弱物质财富与幸福心理的关系，实际上就是更关切社会交换而相对弱化对经济交换的关切。

关于人类价值观变化的许多研究成果表明，在工业化和城市化的社会中，当一些行为个体，包括成功企业家，变得更高效，更富有，无论是工作条件还是生活条件都更优越时，人格独立性更强，选择空间更大，导致他们的价值观会倾向于从生存价值观转向物质主义价值观，最后转向后物质主义和自我表达的价值观。也就是说，随着经济条件的提高，人类的价值观明显地倾向于从关注生存需要，到物质主义欲望，最后到更加注重多方面的生活质量。整个社会也从主要关切经济增长和财富积累，转向追求高质量（生活）的发展。也就是，人的工具性，变为人本身是目的。

研究还发现，人的价值判断取向存在一个行为偏好转变的临界点，“一旦人们达到已经能够充分生存和发展的最低生活水平，额外的财富积累并不会增加他们的幸福感。”心理学研究的结论是，“对财富和财产有强烈追求的人，他们的心理健康程度比不上那些对这类目标的兴趣不那么强烈的人。”“我们的生活越是以物质主义价值观为中心，生活质量就越是下降。”研究表明，“世界上那些富裕的人并不比 50 年前更幸福，尽管他们的平均工资比 50 年前已经翻番”（杰里米·里夫金，2015）。

如前所述，西方启蒙思想告诉我们，不断地汲取财富就会使人更加自主和自由，并使人愉快，使人更幸福。但情况似乎并非如此。人们发现并明显地感受到，在富人社会，幸福感原地踏步，不再上升，甚至随着收入和物质财富超过生活所需的最低门槛，主观幸福感反而有所下降。也就是说，对于大多数非常贫困的人来说，物质主义价值观确实是优先于自我表达价值观的，但社会学家和心理学家研究的结论也表明：“人类只需要少量的收入来购置生活中的基本用品，维持适度舒适的生活方式，在此基础之上，财富的增加其实会降低社会的幸福感。”所以，经济状况只要不糟糕到威胁每个人生存的地步，即只要达到一个最低限度水平，就有可能塑造出一个伟大的公民社会，推动人类同理心实现新的提升。因为，只要达到一定的经济条件水平，人们就会更加敏感地意识到，从幸福感的角度，自己同他人处于同样的困境，会更加主动地融入社会，相互支持和帮助。生活质量和社会幸福感的进一步提高，是只有大家一起协作才能够实现的共同梦想。这确实是“梦想”，而不是可以由个人物质条件的优越就可以自然获得的“快乐积分”。

从对企业家的社会企业行为取向的研究可以看到，社会企业机理能够从经济学、社会学、心理学、生理学等各个学术研究角度得到不同程度的印证。不过，经济学有一个被有意忽略的学术逻辑特点：任何人一旦进入经济学的“殿堂”就得承认本性“自私”，否则就是不懂经济学，不可入经济学的高深学理之流，更无法用精致的数学模型来表达经济学的学术精髓。但当离开经济学殿堂，进入现实生活中，大概就没有人会承认自己是“自私自利”的人。即使是经济学家也绝不会说“自私自利”是自己的人格特点。人们从来没有听哪位经济学家声称“自私”，如果非得辩个是非究竟不可，那么，经济学家们只能说，经济学所断定自私自利的人，并非真实的人，而是抽象的“经济人”。那么，为什么必须给每个人都套上“自利”的品行特质，或自私的人格符号，经济学才能建立起自己的学术殿堂呢？那是不是也可以这样说：经济学家们至今尚缺乏学术功力在非自利假设的基石之上，构建起新的学术殿堂，因而才只能在以自利为基石的经济学“老屋”中振振有词地坚定自己的学术自信呢？所以，经济学也许是人文社会科学中，唯一一门必须信奉和依赖“自私”伦理原则，并以此作为逻辑依托的学科。这算是经济学的形式逻辑“纯洁无瑕”，还是无法摆脱的“原罪魔咒”？经济学就是因此可以逻辑自治地“放之四海而皆准”，而被誉为“皇冠上的宝石”的吗？身临企业实践中的企业家们恐怕

是不太相信经济学的这种高深学理的。他们跟经济学家一样，并不愿背上“自私自利”这口锅。所以，企业家的社会企业倾向和创建社会企业的探索，实际上就成为企业家实践对经济学理论逻辑的挑战。经济学家不应轻视他们“不懂经济学”或“不守经济学的规矩”，而应该携手加入这一挑战，使经济学能真正面对现实的经济社会世界。

四、社会企业机理与国有企业改革的互鉴

如果将营利性经济企业视为自利或兼利型企业，那么，社会企业就是一种复合机制企业。营利性经济企业尽管也负有社会责任，具有兼顾利益相关者关切的义务，承担一定的社会责任义务，但至少是在企业运行的核心机理上，其行为价值取向和企业经营严格遵循经济理性即商业规则，以维护其市场竞争力。而社会企业运行的核心机理却具有高度的复合性，所以，社会企业的组织创新和机制创新，比营利性经济企业须处理的关系更为复杂，这实际上是由于社会交换比经济交换的关切因素更为复杂，社会企业必须通过组织创新和机制创新来应对各种复合性问题，例如，企业社会使命与经济可持续性的关系、所有者意愿与企业人(经营者、生产者)行为倾向的关系、社会企业与社会组织的关系、社会企业机制与国家行为的关系等。

第一，社会企业的出资人意愿和社会企业设立的宗旨，并非获取最大化利润，其盈利期望是有限的、适度的，但又需要保证资本金的安全和有效使用，增强企业的经济实力和技术能力；虽然并不要求分配红利，但又希望资金增值和资产积累以推动企业的壮大和事业发展，为社会使命的实现做出更大贡献。而且，希望能有良好的财务状况来保证企业经营者和生产者的工薪待遇，并且有实力吸引高水平的企业员工，特别是技术人才。社会企业的利他价值观需要有可认同的企业文化，但并不要求所有的企业人都必须有完全利他主义的个人职业行为，社会企业的职业人同样可以或应该获得社会平均标准的个人报酬。即使是志愿者也可有满意的回报和保障。这才能保证社会企业经营发展的可持续性。更进一步考虑，社会企业的发展也会有增资需要，所以，也要有吸引更多资金的需要，对投资人也要有社会回报机制(即使不分红)。这些都是社会企业需要创新解决的问题，直接关系到企业社会使命和经济可持续性的兼容性，以及组织结构及其运行机制的平衡性，这直接决定了社会企业机制的可行性和生命力。

第二，社会企业的设立、组织和经营，会与各类相关社会组织相协同合作，而不同的社会组织有其特殊的体制机制：有些是营利性组织(企业)，有些属于非营利组织，有些是社团组织，还有些可能是国家财政供养机构。社会企业可以得到各类组织不同方式的协同，但必须有体制机制的相容性规则安排或协议适应。

第三，社会企业的组织行为和经营活动，既有经济交换和市场竞争，也有社会交换和各种适当形式的社会回报要求，而且还会参与大量的施惠公益活动。各种不同性质的活动行为，往往涉及不同的法律法规规则，哪些不可越界、违规，往往是社会企业组织经营中的敏感问题。这就像是行人、车辆各有其道，而如果需要进行借道通行，如何才能不违反交通规则？并非只要是“好心”“合理”就可随意触犯法规，“好心”也可能办错事。这是社会企业组织经营活动中常常需要通过组织创新和机制创新来形成有效解决方案的复杂问题。尤其是，中国市场经济的规则秩序尚在改革和不断完善之中，关于社会企业的法律法规大多缺乏，更需要进行建设性的制度安排和体制机制创新。而且，社会企业可以有多种形态和主体注册身份。如前所述，在中国，有的注册为工商企业，原则上属于营利组织；有的注册为“社会组织”，属于非营利组织。各类社会企业的具体运作方式，可能没有现成适用的制度规则。有些创新举措可以有实行通路，也有的可能没有现成通路可行，所以，只有以建设性的创

新精神才能为社会企业发展开辟更大空间和通路。

第四，在中国研究社会企业，必然会联系到国有企业改革，实质上就是国家行为与社会企业机理的关系。国有企业与社会企业有许多共同或相似的研究议题，具有很大的互鉴性。国有企业由国家设立(拥有)，具有社会使命的主责主体责任，并有营利性目标，即在社会使命的主责主业范围内，以创造可满意的利润为组织行为目标。具有“类社会企业”的特质，即在原则上，社会目标高于经济目标，社会(国家)使命高于盈利要求。所以，从根本上说，国家所拥有的企业是利他主体，又是具有很强经济性经营目标的市场经济主体。因此，国家所拥有的企业，如何处理好经济理性与社会使命的关系，是一直纠缠着国有企业改革的难题。由于国有企业数量众多、规模巨大，如果无限度地承担影响企业盈利性效率的非生产性事务，就会严重妨碍企业竞争力。所以，自从改革开放以来，国有企业改革非常不易地纠正了“企业办社会”的偏向，但却不可能消除其所固有的社会企业因素。可以说，国有企业在本质上就是一种类社会企业，或者说是“模拟营利性经济企业”的社会企业。从本质上看，国有企业不可能以经济理性(利润最大化目标)为主导，在现实中也根本不可能存在那样的国有企业。换句话说，一心只赚钱不可能成为国有企业的“主责主业”，如果真出现这样的情况，是不能被其所有者(全民)和所有者代表(国家)所允许的。没有人可以指认出任何一家那样的国有企业。可见，本文以上讨论的社会企业性质，与国有企业高度吻合。所以，国有企业改革的成功，不可能完全遵循一般经济企业的机理机制，而必须依赖于艰难的创新，这是被 40 多年中国国有企业的改革反复证明的经验。国有企业没有现成的模式，就像社会企业没有现成模式一样。国有企业改革的核心问题是：国有企业如何成为高效率的类社会企业？所以，国有企业和社会企业的核心问题非常相似：社会企业如何成为有生命力的可持续利他企业。国有企业和社会企业都是负有社会使命，并以经济效率(市场竞争力)支持社会使命的企业。

国有企业是特殊企业，其特殊性主要在于：从根本上说，典型的国有企业在许多方面都应遵从社会企业的理论逻辑。最核心的问题是：国有企业是作为社会目标(国家使命)的实现者而存在的。国家如果设立仅仅以赚钱(利润最大化)为目标的国有企业是不合逻辑的。如果失去社会使命和社会目标，甚至可以被视为国有企业的行为堕落或腐败。反之，也有一些国有企业由于能力和创新力不强，加之体制改革不到位，而往往会以牺牲效率为代价，甚至成为国家经济上的“包袱”，既难以保持财务良性循环，甚至无力保值增值，又因顾及种种复杂情况，以免影响社会稳定，不能依法关闭。所以“效率低下”就似乎成为打在国有企业身上的烙印。国有企业如何实现社会使命和经营效率的双成效，是一个永远的挑战，也是国有企业改革的长期努力目标。凡社会企业或类社会企业，均有此固有特质。

当然，在中国，国有企业在国民经济体系中处于特别重要的地位，中国国有企业的总体规模也比一般市场经济国家的国有企业规模要大得多。从本质上理解，中国国有企业的特殊地位，同中国实行中国特色社会主义的制度逻辑密切相关。其中，直接涉及本文所研究的一个重要观念或价值规范：即从根本上，究竟有没有“社会利益”？也就是说，“社会利益”是否真实存在？这关系到国有企业在市场经济体系中的根本性地位。

奥地利学派经济学家路德维希·冯·米塞斯(2015)极端地说，“社会脱离了人们的思想和行动，是不会存在的。社会没有‘利益’，也没有任何目的。”他认为，只是个人才会有所谓的“利益”“目的”。西方大多数经济学家也都认为，个人利益才是真实的，而其他的集体性的(包括社会的)利益，都是虚拟的或派生的目标。他们争辩说：只有个人才会因获得而愉快，因损失而痛苦。而那些既不会愉快也没有痛苦的“集体”，既然没有喜怒哀乐之感，哪有什么真实利益呢？既然集体和社会并不会在意

利益,那么,以集体或社会的名义所进行的决策,只不过是一种“公共选择”。由公共选择做出的决策,并不是为了实现集体利益,而只不过是按一定的公共选择(投票)程序所做出的少数服从多数的决定,并不表明那就是真实的集体利益,本质上是不同个人利益主张之间所达成的妥协。例如,英国公投决定脱欧,并不是集体利益,而是按一定的程序(“多数原则”)所做出的公共选择结果。没有人会计较这是不是体现了英国的社会利益,公投结果就是博弈过程所达成的行动定论。基于这样的价值观理论,当然也就没有基于社会利益和以社会利益为行为目标的企业的地位。

而按照中国价值观,这样的“公共选择”是难以理解的:明明存在集体利益和社会利益,怎么可以视若罔闻?既然存在真实的社会利益,那么,当然就应该有集体利益(社会利益)的组织主体和利益代表。在中国是很明确的,别无选择,这就是中国共产党和中国共产党绝对领导下的国有企业。因而中国国有企业的性质是“全民所有制企业”,属于全社会。这就是中国的制度逻辑。所以,如前所述,国有企业在本质上就是社会企业或类社会企业。在制度逻辑上,既然是社会设立和拥有的企业,当然必须以社会使命和社会目标为企业行为的主导。这也就是真实存在的“社会利益”。

中国“名片”——高铁,就是绝好的例子。高铁是基础设施,建设高铁的是国有企业。也就是说,高铁建设体现的主要是社会利益,具有很强的社会交换性,经济利益居其次,也就是对社会交换的关切远远高于经济交换。所以,不论必须付出多大的经济成本,即使长期财务亏损,也丝毫不会动摇中国高铁建设的意志。从这一角度分析,高铁实际上是中国特色社会主义的制度逻辑的产物。这就可解释,为什么技术更先进、更富裕的国家,在发展高铁上会犹豫不决:经济算计限制了视野和规划格局,难以同中国这个并不富裕的发展中国家相比。这不是因为其他国家都不如中国,而是实行“公共选择”制度逻辑的国家,与社会利益决策的制度逻辑不可同日而语,很难强其所难。

五、走亲社会行为取向的新时代企业发展道路

人类正在经历百年未有之大变局,其突出表现就是经济社会进入了一个规则博弈的时代,规则博弈体现了世界经济社会格局的巨变,也顺应着科学技术的极大进步。即人类将对市场经济社会的规则体系进行相当程度的重塑,如此才能自我驾驭和适应大变局中的世界。而在这个新时代,企业行为也将发生深刻的变化,那种认为或相信企业在自由市场中,依据经济理性,进行自由选择,就可以寻求最优解,获得最大值的思维逻辑和预期想象是不现实的。在现实的经济社会中,企业行为不仅需要有理性,包括经济理性,而且必须要有适应性,即适应于深深嵌入其中的社会环境。

经济学家常常说,“自由市场”“自由贸易”,其实这本身就是相当矛盾的概念。任何从事企业工作的人都清楚地知道:只要进入市场,进行贸易活动,实际上就是进入了一定的规则体系之中,也就进入了社会文化的复杂环境之中,因而,企业绝不是可以任意进行“自由选择”的所谓“微观经济主体”。所以,“自由”的企业,不过是经济学家们的“假设”,我们相信,没有哪个企业家会认为他是可以“自由选择”的。相反,只要进入市场,要进行贸易活动,而且还无须是那些先进发达的产业,例如,金融业、信息业、高科技之类的严规制产业,即使是进入最常见最普通的经济领域,也首先需要了解相关的法律法规、管理制度,以至非正式规则,即行规习俗、处事惯例等,否则不仅寸步难行,还可能碰得“头破血流”,付出惨痛代价。

可见,尽管从经济社会的正式组织形态的域观分布看,企业是偏经济交换性的组织,管制规则相对宽松,社会期望给企业以更多的自由,即尽可能“简政放权”,以有利于企业发挥更大的经济财富创造功能。但是,在实践中,任何企业都不可能脱离社会,天马行空般地为所欲为、自作主张。“亲社会”性,也是企业行为的重要特质和适应能力的体现。

经济社会是由各种形态的组织构成的，呈现域观分布的状态。各类组织就像是光谱图中的一种颜色，混合在一起形成光的自然世界。常见的有：营利企业、国有企业、社会企业、基础设施企业；还有医疗机构、知识组织、非营利组织、公共职能单位、公权力部门等。在这个组织“光谱”中，有的具有强经济交换性质，相应较弱的社会交换性；而有的具有强社会交换性，相应较弱的经济交换性。

其中，营利性企业，即经济学所假设的“经济人”行为主体，是典型的强经济交换组织；公权力部门是典型的强社会交换组织。其他各类型组织介于两个典型组织之间，具有不同性质的形态特征。这样的组织生态是人类经济社会所需要的。

作为现实经济社会中的企业，绝不能因为具有典型的强经济交换性质，即以经济理性为主导，就忽视亲社会性的重要。各类经济社会组织尽管形态功能和机理有别，但在人类行为的大背景下，是具有内在的机理相通性的。营利性企业的特质具有很强的工具理性，但是，归根结底工具毕竟是为实现目的服务的。社会企业的产生，各类经济社会组织的分工协同格局的形成，都是以人本身作为目的，而选择实现目的的有效手段的需要。

随着经济社会的发展，社会的文明化水平和利益共同体化程度的提高，营利性企业的亲社会行为取向必然会越来越强，而且更具有自觉性。大多数优秀企业，不再信奉曾经风行的极端个人利己主义的企业伦理，即“企业的社会责任就是最大化自身利润”，而是更加自觉地关切社会利益和社会环境。这实际上也体现了企业对新时代的适应性取向。

企业的亲社会行为，主要体现在三个方面：一是帮助需要帮助的社会群体。一类是缺乏或丧失劳动力的弱势群体，例如，妇女、儿童、病残人、老年人等；另一类是给劳动者赋能，例如，助教、助医、助业等。二是响应特殊的社会关切，履行企业公民义务，例如，环境保护、灾害救助、社区福祉等。三是适应所在国所在地的社会秩序和人文习俗，参与有益的意见表达活动，提高企业的公益影响力。

进入新时代，一方面，经济越发达，社会关切越广泛，这不仅体现了企业的社会适应性能力，而且反映了整个社会从贫困的物质主义时代，向追求生活质量目标方向发展的不断进步。另一方面，如前所述，新时代的重要特征是经济社会的规则体系正在发生重大变革，规则博弈和规则再塑将成为对企业适应性行为的挑战。特别是，国家间的博弈，迫使企业行为必须更加努力增强亲社会的能力，在规则博弈的复杂社会环境中，争取获得较有利的机遇。“得道多助失道寡助”，是亲社会伦理的黄金律。

亲社会取向的企业发展道路，之所以是新时代的要求，是因为许多经济问题，本质上也是社会问题。正如阿玛蒂亚·森所说：“极为狭隘的自利行为假设的广泛使用，已经严重限制预测经济学研究的范围，使其很难分析由行为多样性所引起的广泛的经济学关系。”因为，“任何行为总会带有一定的社会性。关于‘我们’应该做什么或什么应该是‘我们的’策略这类问题的思考，反映了我们对自己社会身份的认同，包括对他人目标和相互依赖性的认同”（阿玛蒂亚·森，2014）。换句话说，许多社会性的重大经济问题，必须作为全社会共同面对的问题才能有有效的应对方案。如果我们对这些问题的应对思路仍然停留在传统经济学的思维中，即假设在无视人际社会关系的“市场”中以“经济理性”行为经营企业，那么，对于那些必须在一定的社会合作努力下才能解决的问题，就无法选择确定有效手段。所以，新时代需要更多企业选择亲社会发展路径。整个社会环境，包括法制环境和政府政策环境，将更有利于企业的亲社会行为取向。特别是，一些重大社会问题，必须由众多企业共同参与解决，企业行为实质上成为社会合作性行动。例如，当前受到特别重视的碳达峰碳中和“双碳”目标的实现、全社会共同富裕、应对人口老龄化，包括目前正在全力进行的全民抗疫行动等，就是须全社会共同携手才能应对解决的重大问题。

特别要注意的是,最近党中央明确提出了必须防止“资本无序扩张”的问题。所谓“资本无序扩张”指的就是,由大资本控制的企业,凭借经济实力和关系网络,向着与亲社会相背离的方向过度扩展,膨胀妄为,严重违背社会伦理和破坏市场秩序,侵害公众利益,甚至导致国家安全隐患的行为。这实际上是党中央对企业界的重要提示:亲社会的方向,才是企业发展正道。企业可以做大做强,而且,国家支持企业做大做强,但企业行为取向应是亲社会的,而绝不可成为恃强凌弱、欺行霸市、危及安全的逆社会力量。

目前,按GDP总量计算,中国已经是世界第二大经济体。经济财富主要由众多企业所创造,这表明企业实力已极大增强,成为巨量经济财富的拥有者和控制者。在经济发展中,企业界厥功至伟,不仅创造了经济财富,也对社会的各个方面做出了积极贡献,例如,创造就业岗位、提供各类产品、实现技术创新、促进思想解放、提高民生水平等,实际上已成为一支巨大的亲社会力量。尽管信守主流经济学的经济学家们认为,“企业为善”的动机说到底是利己,即主观为自己,客观利他人,但是,现实情况并非那么简单而抽象“合理”。本文所讨论的社会企业,就可以表明,企业的主观利他行为也是普遍存在的,而且从企业经营来说,也是可持续的。特别是,当许多社会问题无法仅仅依靠“主观利己,客观利他”的传统企业来应对时,使尽可能多的企业成为主观利他和利社会的亲社会现实力量,也是人类要努力做到的事情。

关于企业(经济)与社会的关系问题,社会学家进行过不少研究,获得了不少有价值的成果,称为“经济社会学”及“新经济社会学”。经济社会学家认为,人的“有目的的行动的意图嵌入在社会关系具体且不断发展的系统中,这些关系网构成了连接个人行动和文化间的中间层次的关键部分”“社会网在微观与宏观层面间扮演了中介变量的核心角色”。据此提出了“嵌入性”的观点,即经济活动是深刻地嵌入在社会关系中的(马克·格兰诺维特,2019)。本文部分吸取了经济社会学家提出的“嵌入性”观点,进一步观察和研究企业行为的亲社会性质。^①

由于企业的行为是嵌入在社会关系或社会网络中的,所以,企业能否获得业绩成效,以至能否生存于世,都与其是否具有亲社会性有着直接的关系。有经济社会学家断言,“试图以违背国家主流逻辑的方式来组织一个产业,对行动者来说是没有意义的;而与盛行的制度逻辑不符的经济和管理实践将不会被轻易地认可并融入公司组织之中”(马克·格兰诺维特,2019)。

进入新时代,国家和社会的各方面都有很大的新的变化,特别是在“开放”与“脱钩”、“合作”与“封锁”的国家间较量背景下,原教旨主义的市场经济实际上已不复存在。市场经济的规则性博弈更具深刻性,与此相应,企业的亲社会行为方式,也将成为一个世纪性大问题。

六、结语:经济交换与社会交换机理推进企业亲社会行为

社会企业的理论逻辑与机制机理,特别是其创新实践和规则形成,从根本上是基于市场条件下的经济交换与社会交换及其回报方式的关系和协同。市场经济的基本规律是商品交换,以经济价值为等价交换及供求调节的轴心,因而称之为经济交换。而作为人类发展更久远普遍的行为关系,则是社会交换,其形态多样,无所不在。社会交换并不遵循经济交换的供求方等价(或计价)原则,而是“无价交换”,一般不采取有形的供求方式。在社会网络系统中发生的行为交换,交换各方的行为付出和回报获得,未必两相对应。在社会关系系统中以各种非经济(非价格、非货币)形式所媒介的人际互助互惠及奉献—回报的行为系统,往往是无形却可以感知体验的。这种人际交换和奉献—回报

^① 本文仅就讨论企业亲社会行为问题的角度,涉及关于经济行为“嵌入性”的观点,而不展开更多的讨论。对企业行为更广泛的社会嵌入性的研究,留待另文进行讨论。

行为系统，基于人的利己与利他、理性与同理心及良心情感，形成复合交织关系和人类价值伦理。对于社会企业，经济交换与社会交换的关系是其必须谨慎和智慧地处理好的核心议题。社会企业行为以利他主义的社会交换机理为主导，同时也要有一定的经济交换行为来支持，因为在市场经济社会，如果脱离经济交换（即获得经济收入），社会企业难以可持续地实现其社会使命和维持社会交换，特别是有正式机制安排的社会交换行为。反之，如果经济交换功能超过社会交换功能，成为主导的交换行为，则社会企业就不成其为社会企业，社会交换就蜕变为经济交换，利他的目的成为达到利己目的的手段，蜕变成“为了利己而利他”，这实际上就从社会企业机理回归到经济企业机理。

经济企业以经济交换为主导，也负有一定的社会责任；社会企业以社会交换为主导，也须有一定的经济交换机制为支持，两者的主从关系不同，但均具有协同需要。可见，交换关系中的经济性和社会性，是人类发展普遍性的经济社会关系。现实中的市场经济和社会生活秩序规则，一方面必须明晰经济交换与社会交换的界限，接受不同的回报方式，这往往是由不同的制度安排和道德准则来规范的，人们对两者的认同标准是有区别的，其行为方式不宜混同；另一方面也必须协同好经济交换与社会交换的关系，形成共同的创造机制。在现代市场经济社会，任何组织的可持续运行，无论是营利性组织还是非营利组织，都是既要依赖于经济交换机理，也要依赖于社会交换机理。所以，必须进行精心安排，使经济交换与社会交换及可预期的社会回报，在有效的体制机制安排中得以协调协同，人类经济社会才能在经济效率和社会伦理的基础上持续发展和实现高质量生活进步目标。总之，人类必须更深刻更普遍地认识“交换”和“回报”的性质和方式，如果缺乏有效的交换和回报机制，不仅是无效率的，也是不道德的。个人可以道德高尚，一心利他而不求回报，单方面地行惠施利做慈善，但社会运行却不能依靠没有社会交换和回报机制的普遍道德。经济社会具有道德和良心，也才会有市场经济效率的社会资本基础。当前，中国面临的最大社会性问题就是没能处理好经济交换和社会交换及回报方式之间的关系：原本应属于经济交换的领域，因各种非经济因素干预而缺乏效率和公平秩序；原本应属于社会交换及其回报方式的领域，却失序地让经济交换当道，甚至冲击社会道德底线。这些问题的认识和解决，可以从对社会企业的系统深入研究中得到重要启示。

简言之，现代市场经济社会是普遍的交换系统，包括经济交换和社会交换^①。经济交换是等价（或议价）的“硬交换”；社会交换是无价（或无形）的“软交换”。硬交换与软交换有其不同的关切取向，而又相互关联，只有协同并行，相得益彰，才能形成规则有序、效率可期、道德丰满的高质量经济发展和高质量生活水平的人类社会行为秩序。社会企业如同是经济社会广袤星际中的一类具有域际指向意义的闪亮星辰，可以启发更多企业走向亲社会的创新发展道路。

[参考文献]

- [1][印]阿玛蒂亚·森. 伦理学与经济学[M]. 王宇,王文玉译. 北京:商务印书馆,2014.
- [2][美]戴维·迈尔斯. 社会心理学[M]. 张智勇,乐国安等译. 北京:人民邮电出版社,2006.
- [3]国务院发展研究中心公共管理与人力资源研究所“社会企业研究”课题组. 我国社会企业发展状况调研报告[J]. 国家治理,2021,(47):43–48.
- [4][美]杰里米·里夫金. 同理心文明：在危机四伏的世界中建立全球意识[M]. 蒋宗强译. 北京:中信出版社,2015.

^① 在物质不灭，能量守恒的宇宙，交换是世界的本质，物质、能量、生命、价值、思想、情感，无不存在于交换之中，没有交换就没有运动，没有生命，没有人类发展。宇宙间有各种形态的物质、能量、生命交换，形成各种交换域类。而在人类发展中，有三种独特的基本交换形态，维系着人类发展和经济社会的有效运行：经济（价值）交换、社会（关系）交换和自我（心理）交换。关于经济交换和社会交换的性质和机理问题的研究已超出本文研究主题，笔者将另行撰文作系统讨论。

- [5][奥]路德维希·冯·米塞斯. 经济学的最终基础——一篇关于方法的论文[M]. 朱泱译. 北京:商务印书馆,2015.
- [6][美]马克·格兰诺维特. 社会与经济:信任、权力与制度[M]. 王水雄,罗家德译. 北京:中信出版社,2019.
- [7][美]迈克尔·舍默. 道德之弧:科学和理性如何将人类引向真理、公正与自由[M]. 刘维龙译. 北京:新华出版社,2016.
- [8][美]乔纳森·戴利. 现代西方的兴起[M]. 童文熙译. 上海:文汇出版社,2021.
- [9][法]让·梯若尔. 共同利益经济学[M]. 张昕竹,马源译. 北京:商务印书馆,2020.

The Mechanism Logic of Social Enterprises and Its Enlightenment to Understanding the Modern Market Economy

JIN Bei

(Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100010, China)

Abstract: Human development has entered a new era, and many social problems need to be solved with the participation of many social enterprises. To research social enterprises has particularly important theoretical value and practical observation significance for deeply understanding the modern market economy. In the modern market economy, social enterprises have their own pro-social market vitality and are inherently compatible with the market economy. To research the practice of social enterprises can more truly see the true meaning of human development. In the economic and social reality, a considerable number of entrepreneurs often have the behavioral tendency and innovation desire to set up social enterprises during a certain period of their career development and personal career. It is of great significance and research value to study the social enterprise orientation of entrepreneurs to reveal the social enterprise code. If for-profit economic enterprises are regarded as self-interested or part-time enterprises, then social enterprises are compound mechanism enterprises. Social enterprises must deal with various complex problems through organizational innovation and institutional innovation. There are many common or similar research topics about state-owned enterprises and social enterprises, which have great mutual reference. The core question of the reform of state-owned enterprises is that how state-owned enterprises can become efficient social enterprises. State-owned enterprises and social enterprises are enterprises with social missions and support social missions with economic efficiency (market competitiveness). The theoretical logic and mechanism of social enterprises, especially their innovative practices and rule formation, are fundamentally based on the relationship and coordination between economic exchange and social exchange under market conditions and their way of return. The behavior of social enterprises is dominated by altruistic social exchange mechanism and supported by certain economic exchange behavior. At present, the biggest social problem facing China is the inability to deal with the relationship between economic exchanges and social exchange and return methods. The understanding and solution of these problems can draw important inspiration from the systematic and in-depth study of social enterprises. Social enterprises can inspire more enterprises to move towards pro-social innovation and development.

Key Words: social enterprise; altruist behavior; economic exchange; social exchange; pro-social behavior

JEL Classification: O15 P31 D00

[责任编辑:王燕梅]