

张伟· · · 著

市场与政治

中国民商阶层脸谱

Market and Politics:
To Lift the Veil of
Chinese Private Entrepreneurs



阶层政治丛书
Social Strata Political Series



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



阶层政治丛书
Social Stratification Political Series

市场与政治

中国民商阶层脸谱

张伟···著

Market and Politics:
To Lift the Veil of
Chinese Private Entrepreneurs



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

市场与政治: 中国民商阶层脸谱/ 张伟著. —北京: 中央编译出版社, 2015. 10
ISBN 978-7-5117-2795-4

- I. ①市…
II. ①张…
III. ①私营企业-阶层-研究-中国
IV. ①D663.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 238708 号

市场与政治: 中国民商阶层脸谱

出 版 人: 刘明清

出版统筹: 董 巍

责任编辑: 侯天保

责任印制: 尹 珺

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座 (100044)

电 话: (010) 52612345 (总编室) (010) 52612339 (编辑室)
(010) 52612316 (发行部) (010) 52612317 (网络销售)
(010) 52612346 (馆配部) (010) 55626985 (读者服务部)

传 真: (010) 66515838

经 销: 全国新华书店

印 刷: 河北下花园光华印刷有限责任公司

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数: 311 千字

印 张: 22

版 次: 2015 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 68.00 元

网 址: www.cctphome.com 邮 箱: cctp@cctphome.com

新浪微博: @中央编译出版社 微 信: 中央编译出版社(ID: cctphome)

淘宝店铺: 中央编译出版社直销店(<http://shop108367160.taobao.com>) (010) 52612349

凡有印装质量问题, 本社负责调换, 电话: (010) 55626985

推荐序一

俞可平

早在2005年，张伟同志就出版了他人生的第一本学术专著《冲突与变数：中国社会中间阶层政治分析》，我应邀为那本书写了个小序。那时，张伟刚从北京大学获得博士学位，到中央党校从事研究和教学工作。我在那本书的“序言”中说，“初生牛犊不怕虎”，从选题到研究工具的使用和最终结论的形成，无不体现着作者“勇于开拓，勇于创新”的可贵品质。现在，整整十年过去了，张伟身上所具备的这种可贵品质不仅没有被强大的世俗化浪潮冲淡，而且愈发明显和坚定。

过去十年中，就我所知，张伟博士除了教学工作外，还在国务院机关工作过，后来又从党校的教学部门转到党政部门。但无论工作有多大的变动，他对学术研究的兴趣始终没有减弱过，他对重大理论问题的关注始终没有放弃过，他对学术事业的追求始终没有中断过。眼前的这本《市场与政治：中国民商阶层脸谱》，既可以看作是十年前那本《冲突与变数：中国社会中间阶层政治分析》的延续和深化，更可以看作是他十年来学术事业的演进和升华。

无论在哪个国家和哪种体制下，在各种社会关系中，政商关系都是最重要的关系之一。政商关系，其实就是经济与政治

的关系，或者如作者在书名中所揭示的，是“市场与政治”的关系。一个国家的政商关系如何，不仅极大地影响着一个国家的社会经济生活，而且也极大地影响着一个国家的政治生活和日常生活。完全可以说，一个国家的政商关系，在相当程度上决定着一个国家的社会政治生态和经济生态。张伟博士将政商关系作为研究的重点，可谓抓住了理解当今中国社会政治经济关系的钥匙，也是理解他早年研究的“社会中间阶层”的关键所在。

由于历史传统和现实体制的特殊性，中国目前的政商关系与西方发达国家的政商关系极不相同。中国目前的政商关系，一个十分独特的地方，就是有所谓的“官商”与“民商”之分。“官商”就是国有企业家，“民商”就是民营企业家。国有企业掌握着中国的经济命脉，是国民经济的主体。尽管中国推行社会主义市场经济体制后，开始强调政企分开，企业家不再简单地等同于党政官员，但事实上，国家企业管理者还属于“体制内的人”，直接或间接地履行着“官”的类似作用。全国最重要的国有企业的主要管理人员，还属于中央组织部管理的高级干部，亦即所谓的“中管干部”。民营企业家才是市场意义上的真正商人，因此，在中国，政府与民商的关系，才典型地体现着中国特色的“政商关系”。作者研究“民商”与政治的关系，其实就是研究中国特色的政商关系，或者说是中国特色的“市场与政治”的关系。

对中国特色的政商关系的研究不乏其人，不仅国内的许多学者在从事这个领域的研究，而且国外也有不少专家在研究这类问题。在国外学者中，德国著名中国问题专家托马斯·海贝勒教授就长期研究中国民营企业家与政治的关系。近些年中，他几乎每年都要花大量时间在中国各地就这一专题进行实地调研，发表了不少在海内外都很有影响的论著。例如，在本世纪初他就用德文出版了《作为战略群体的企业家：中国私营企业家的社会与政治功能研究》，此书在2003年有了中文版，至今仍是这一领域中的权威性作品。托马斯·海贝勒教授在读完张伟博士这部书稿后，给予了高度的评价。他说：“毋庸置疑，这是当前研究中国民商及其政治角色的最好学术专著之一。”我对政商关系没有专门的研究，因而也不能从专业

的角度对张伟博士的这本著作作出评价。但是我相信托马斯·海贝勒教授的评价是中肯的，因为作为海贝勒教授的朋友，我知道他是一位严肃的学者。

其实，对我自己而言，通读完这部书稿后，给我印象最深刻的，是作者的以下这个结论：“寄希望于民商推动制度变革是不切实际的乐观期待，市场民主注定是个神话。”这是一个发人深省的结论，相信不少读者也会像我一样，看到这个结论后会掩卷长思。

2015年9月28日晚于西单粉子胡同

推荐序二

托马斯·海贝勒

张伟博士的专著《市场与政治：中国民商阶层脸谱》基于详尽的田野调查和实证分析，提出了民商阶层在政治发展中的三种可能作用：推动者，阻碍者，或旁观者。毋庸置疑，这是当前研究中国民商及其政治角色作用的最好学术专著之一。

中国民商阶层并非整齐划一的共同体，而是具有显著的内部差异性。实际上，民商间的差异体现在多个方面：比如规模上有大、中、小之分，地域上有城市、乡村之分，性格上有传统、现代之分，教育素质上有高、低之分，等等。地方政府与民商间的互动关系也具有显著区别。比如，与沿海及南方地区相比，华东、西北、西南地区的民商所处政治文化环境大有不同，他们受到的地方政府规制、约束要更多一些。

这种差异性尤其体现在中国的多种民营经济发展模式上。比如，我个人 2012—2014 年在华南地区的田野调查中就发现有五种基本的民营经济发展模式。第一，珠三角模式，特点是国外投资驱动增长。第二，苏南模式，由前乡镇和村办集体企业私有化而来的地方经济发展模式（TVEs），当地企业和地方政府联系紧密。许多企业主曾经是 20 世纪 90 年代的前集体企业管理者，其中很多人具有党员身份。因此，地方企业和党政部门联

系紧密。地方政府往往会为企业提供政策保障、帮助化解危机。第三，福建晋江模式，没有乡镇和村办集体企业，而是土生土长起来的民营企业，创业时可能带有非法色彩。多数企业主没有党员身份，但地方企业和地方政府间存在紧密联系，地方政府也会为企业提供政策保障、帮助化解危机。第四，温州模式，特点是基于本地企业的强化外向型经济。开始时，这里的地方政府对民营经济采取自由放任政策。然而经历了2008、2010年的经济萧条之后，政府开始对民营经济采取更严厉的干预和操控政策。第五，欠发达地区模式，一般来说，这些地方少有工业企业（主要是农业地区和农产品加工地区），地方政府渴望能吸引外来投资以促进第三产业发展（比如旅游业）。这些多元模式表明，地方层面的民营企业发展并非遵循统一规律，而是受特定地方条件的制约。

地方政府可以通过多种方式来影响民营经济发展：重新调整工业结构；支持产品和工业的升级换代；工业用地许可；帮助企业获得授信和贷款；为发明创新和企业品牌提供税收减免；推行环境标准；完善基础设施；提供公共产品；控制商会组织；提供市场信息；鼓励私营企业工人和职员开展在职培训；等等。有时地方政府会强调，“政府不是要管企业，而是致力于改善地方和商业发展环境”。地方政府有时会帮助企业提升在国际和国内市场上的竞争力，建立起更加高效的行政管理体系。然而，只有那些被认为契合当地发展思路、有前景的产业才能得到地方政府垂青。总起来看，政府和民商间的权力关系是非对称的。

由此，有些民营企业倾向于被地方政府所吸纳，甚至将自己与党和政府紧密捆绑在一起，期望由此得到政治保护和政策支持上的回报。对政府来说，民营经济不仅是地方就业、经济绩效评估和干部政绩的关键所在，也日益成为财税收入的关键。因此，地方政府不得不从企业经营领域退出，而成为一个调节者——就是从直接的“领导”角色转换到“引导”和“提供服务”的角色。有效的政府干预基于政府和民营部门间的紧密合作。可以把20世纪90年代以来地方政府与民营企业间的互动关系看作是一种新范式——“地方政府社团主义”。然而，民商处理政商关系的方式有多

种。比如有些采取若即若离的策略，张伟教授将这种情境表述为“火炉理论”：“太近烤死、太远冻死。”如果个别民商过于政治化或具有挑战性，他们很容易被压制或禁言。

当前存在很多商会、行业协会。然而，这些大多是官方或半官方的，并非是代表民营企业或民商利益的自发组织。它们主要起到国家维持对民商阶层政治权威的桥梁纽带作用，并保持地方政府和民商间的畅通交流，以有利于地方经济持续发展和市场繁荣。显而易见，有些民商认为这些商会组织对与企业发展实际发挥作用不大。大型企业通过运用其私人关系网络或直接与官员接触来解决问题，小型企业则经常发现地方政府对于他们面临的问题根本漠不关心。民商解决问题时倾向于私下与相关政府部门和相熟官员进行沟通，而很少依靠商会援手。因此，企业主有时对加入当地各种商会并不积极，只有少数代表人士是工商联会员。

在许多民营企业里都存在党组织，其负责人一般由老板或高级管理人员担任。地方官员强调企业党组织不应家族化，但显然有企业党组织总比没有强。地方政府推进企业党组织建设有多种动机，比如发挥地方政府与民营企业间的桥梁纽带作用。很难精确地识别出它们发挥作用的具体过程，因为缺乏足够的透明性。对民营企业来说，党组织常被人诟病徒有虚名，主要作用体现在企业员工文化活动方面。

这本专著分析了民商阶层的政治能力、政治价值、行为策略、制度文化等，认为民商并不能带来政治体系的变革。比如，他们与地方政府间的互动主要基于个人关系，而非基于利益共同体的集体行动。他们缺乏特定的阶层共同行为，而只是追求个人利益。然而我个人认为，追求个人利益也可以带来集体行动，并可能对政治决策和政府政策产生影响。中国民商不仅是在经济发展中扮演重要角色，而且他们也引领着社会价值观、社会行为和社会结构的变迁，同时也在扮演政治角色，因为他们试图在政治体系框架内改变制度设定，其方式往往也是成功的。因此，检验民商集体行动以何种方式在增加，他们是否至少已经形成了有潜力的战略群体，仍然是个重要的研究课题。尤其当前，互联网对民商的影响越来越突出。近年

来，电子网络圈正在成为民商间的常见交流方式，比如 MBA 校友圈、同业民商间的微信圈、企业家俱乐部，及其他非正式的企业家交流圈。我们有各自的观点，但并不影响我对作者严谨详实的研究态度的认同。

民商阶层对于中国政治发展与政府政策改革进程产生何种可能影响，是个让许多学者感兴趣的研究领域。张伟博士这本专著从多个角度对中国民商阶层进行了政治社会学分析，提出并尝试解释了困扰学者们的许多问题。衷心期望这本书可以翻译成英文，并在英文读者世界里出版。

托马斯·海贝勒（Thomas Heberer）：德国著名政治学家、中国问题研究专家，杜伊斯堡-埃森大学资深教授，曾任该大学政治学研究所所长、东亚研究所所长，现任该大学鲁尔都市孔子学院的德方院长。他于1977年获得不莱梅大学博士学位后，来到中国，在《北京周报》社德文编辑部工作，曾担任德中友协主席。从1981年开始，他每年都在中国不同地区做长时间的调查研究。

内容提要

本书立意在于探讨，在政治发展进程中，民商阶层将可能扮演何种角色——推动者，阻碍者，旁观者，或其他。

第一篇是导论部分。将私营企业主称为“民商”，是因为其非权非贵的“民”之特征，以及精于算计的“商”之性格。民商的政治形象模糊不清甚至直接冲突，无论把民商看作保守者、还是积极者，在理论和实践上既能证实、也能证伪。为探究民商的真实面孔，本书采用了实证为主的研究路线，以理性制度主义和政治发展为理论视角，以扎根理论对一手访谈材料进行分析，并辅以调查问卷数据和现有文献材料。

第二至五篇，从多个角度分析民商阶层政治取向的影响因素。

第二篇探讨民商是否具有推动政治发展的政治能力。在“统战”的思路下，政治参与的筛选机制不规范、参政效果不佳、热情不足，民商更注重通过非制度性交往实现利益诉求。同时，民商阶层内部异质化程度较高，缺乏阶层认同。民商以凝聚阶层力量为诉求有显著的自组织需求，但在制度约束下民间商会数量不足、作用有限。由此，民商阶层的财富优势并未能有效转化为相应的政治优势，政治能力不足。

第三篇探讨民商是否具有推动政治发展的价值偏好。我们

发现，民商阶层尚未形成稳定的政治文化特征，他们关注政治但并不认为应该对政治发展承担责任。他们对政策和政治现实既有不满，具有一定社会责任感，甚至已经萌生公民权利、民主法治等现代理念，但又倾向于明哲保身、通过政治服从获得稳定收益。很难期望民商在价值驱动下投入政治发展。

第四篇分析民商诸行为策略是否包含推动政治发展的元素。民商的基本行为模式是利益驱动、理性算计，并受现实制度条件约束。为追求利益最大化，民商可能采取各种策略选项。其中，官商互恰以权钱交易直接实现利益目标，政商互恰中以政治服从和配合换取资源，容忍求全以维护利益底线，若即若离试图规避政治风险。然而，民商的行为策略要么鼓励、要么适应现实政治，既缺乏有意识的政治发展动机，也不能带来无意识的政治发展效果。

第五篇从近当代历史演进中寻找民商行为取向的制度和文化基因。虽然近代官商关系一度融洽，但官僚阶层从未打算分享权力，政商联盟从未形成，官尊商卑格局从未打破，民商独立政治品格虽曾萌生但最终夭折。当代民商命运始终在被容纳与被排斥之间沉浮，缺乏政治、经济和社会活动空间的他们，逐渐形成了夹缝中求生存的投机、适应能力，及远离政治议题的自我保护本能。近40年的政府改革和政治发展主要来自执政党的自我调适，其中鲜有来自民商的直接推动。民商失去了在政治上有所作为的意愿和勇气。

第六篇是本书的结论部分。根据前文分析，寄望于民商推动制度变革是不切实际的乐观期待，市场民主注定是个神话；而忧虑于政治依附、政商联盟，把民商看作改革发展的绊脚石，则是过于悲观的预期。民商已经形成了适应各种制度和政策环境的橡皮泥品格，在未来改革进程最可能扮演的是看客角色，并随时根据形势和需求变换立场，成为政治发展的适应者和投机者。根据扎根理论的实证分析，抽象出一个解释民商政治行为的新框架：政治市场。民商不仅以市场眼光和规则处理经济事务，还以市场眼光和规则处理政治事务，崇尚交换、理性并自利。其制度基础是企业式

国家，政府和官员往往以企业家的行为逻辑在扮演企业家角色，并集中了影响经济市场的诸多资源。然而，权力集中和缺乏监督制约条件下的政治市场运行并不可靠。

目 录

第一篇 模糊形象

第1章 政治场上的民商	3
一、并非随意杜撰的称呼	3
二、民商阶层的政治分析	4
三、民商政治角色的审慎	7
第2章 变脸艺术	10
一、红色脸谱：无代表、不缴税	11
二、白色脸谱：结盟或依附	15
三、脸谱变幻：近现代政治发展经验证伪	18
四、新的线索：商业精英的“大智慧”	21
第3章 视角和方法	25
一、政治发展与转型	25
二、理性与制度	28
三、实证主义与扎根理论	30

第二篇 政治能力

第4章 制度内政治参与	37
一、政治筛选：不仅经济实力	38
二、参政效果：看起来很美	45
三、桌上桌下：人际更重要	50
四、参政热情：被动与消极	55
五、政治安排：统战的视角	59
第5章 阶层认同	64
一、谁为上宾：经济实力与政治地位	64
二、土洋混杂：教育与认知能力的差异	71
三、阶层意识：同质是否同心	75
第6章 自组织与民间商会	80
一、自组织化：明确需求	80
二、政治期许：凝聚力量	83
三、民间商会：作用受限	86
四、官方商会：为谁代言	90
五、官商之间：尴尬的工商联定位	92

第三篇 价值偏好

第7章 政治品格	105
一、政治责任：与政治关注不相配	105
二、政府认同：期待和不满	109

三、政治保守：有恒产者有恒心	112
四、政治诉求：确实存在但非主流	116
五、政治文化：臣民、公民与特权	120
第8章 为政何求	126
一、因商而政：推进器和护身符	126
二、因名而政：经营成功后的认同需求	130
三、因责而政：侠义个性的突兀	132
四、无为而政：明哲保身和逃避职责	134
第9章 义利之间	138
一、拼命赚钱：企业家精神	138
二、社会慈善：说多做少	147
三、弱势群体：责不在我	151
四、政治负累：仇富和原罪	153
五、舍利取义：难以确证和期待的标签	161
 第四篇 行为策略 	
第10章 官商交易	169
一、权钱交易：直接且有效	169
二、政治投资：新的动向	171
三、矛盾心态：在不满不甘中调适	173
第11章 政商互恰	180
一、政绩导向：政商各取所需	180
二、政治吸纳：体制的调适	184

三、非公党建：典型的政商互恰案例	190
第12章 求全容忍	198
一、地下通道：比正式途径更放心	198
二、维护关系：不仅对强势部门	200
三、维权抗争：难以承受的代价	203
第13章 若即若离	206
一、火炉理论：太近烤死、太远冻死	206
二、安分守己：市场似乎比政治更可靠	210
三、艰难平衡：民商的政治家头脑	216
第五篇 制度路径	
第14章 近代崛起与缺失	223
一、官督商办：洋务运动中官商合作的尝试	223
二、重商运动：新政时期政商关系的再调整	226
三、商会兴起：从鼓励到限制	228
四、人格缺失：从萌芽到破灭	230
第15章 当代排斥与容纳	233
一、建国之前：以容纳利用为主	233
二、建国之后：从利用限制到消灭	238
三、改革开放：从经济宽容到政治接纳	243
第16章 舞台与看台	250
一、权力格局：划定的界限与合法伤害	250