

新社会结构的 生长点

李培林
王春光

著

——乡镇企业社会交换论

新社会结构的生长点

XSHJGDSZD

XZQY  SHJHI

山东人民出版社



SHEHUI

—— JIEGOU ——

新社会

结构的生长点

乡镇企业社会交换论

李培林 王春光\著

山东人民出版社

鲁新登字 01 号

新社会结构的生长点

——乡镇企业社会交换论

李培林 王春光 著

*

山东人民出版社出版发行

(济南经九路胜利大街)

新华书店经销 山东新华印刷厂临沂厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 9 印张 5 插页 205 千字

1993 年 12 月第 1 版 1993 年 12 月第 1 次印刷

印数 1—3,000

ISBN7—209—01486—1

F. 459 定价:8.50 元

卷 首 语

“农民工”、“农民企业家”、“农民城”、“乡镇企业”、“工业村”，在本质上相异的事物能如此巧妙地结合在一起，并代表着一种发展冲动和变革、转型趋向，这可能是中国 20 世纪最伟大的创造之一。当我们在进入 21 世纪的那个午夜，回首这一段带有传奇色彩的历史时，或许会为自己新的发现感到万分惊奇和激动；正是这种农民的生存、发展欲求酿成的“土特产”，成为面对未来世纪挑战的社会新结构的最初生长点，社会结构转型这个几代人为之奋斗的目标，原来就产生于日常生活中最普通的、司空见惯的事实——经济社会交换。

——作者

前 言

中国目前正在经历着从农业社会走向工业社会、从乡村社会走向城市社会、从封闭半封闭社会走向开放社会的现代化过程,在这个过程中同时要实现的是建立社会主义市场经济新体制的既定目标和使亿万中国人民过上富裕生活的百年梦想。当我们深入到活生生的现实生活中去的时候,我们不能不深切而又惊讶地感到,从生产和生活方式到行为准则和思想观念,一切都在迅速地发生变化,我们刚刚调查过的地方,一年后返回,又发现许多陌生而新奇的东西。研究者的客观评价,需要某种程度上的超脱环境和保持“旁观者”的视角,但是我们不得不承认,那极其生动、多采的社会变迁和变革,那一个个平凡、坎坷的创业故事,每每拨动着我们的心弦,这与在书斋里分析数字或构建理论框架,完全是不同的生活体验,也难以避免地使我们的某些“解释”蒙上感情的色彩。不过,这也使我们真正认识到,政策、市场、技术等等固然是影响变革进程的关键性因素,但真正推动社会持续、迅速发生变化的原动力,是亿万人民迸发出的求生存、求发展、求富强的内在冲动,这是改革开放之所以成为中国不可逆转的发展趋势的深层因由。

中国现代化的最大难题是农村的现代化,我们与中等发达国家和东亚新兴工业国家或地区的最大差距也在于此。经过十几年的改革开放,乡镇企业已成为大家十分熟悉的概念,在国际上也有很大的知名度,它是在稀缺土地对剩余劳动存在着固有

排斥和城乡之间存在着制度化壁垒的情况下,从夹缝里生长起来的具有“中国特色”的产物,它的初始的存在和发展的理由,可能只是解决农民生活温饱和农村剩余劳力的就业问题,但它的“异军突起”,超出了所有人(包括政治家、经济学家、社会学家等等以及农民创业者本身)的预料。现在,我们可以说,乡镇企业不仅已成为中国农村脱贫致富的必由之路,而且也是农村实现社会结构转型、农民改变职业身份和社会身份的根本途径,更深刻的意义还在于,乡镇企业成为社会主义市场经济新体制和社会新结构的最初生长点,并将成为国民经济增长的最重要支柱和利润中心。

我们在本书中所关切的理论问题是:从宏观层次上所观察到的社会结构变动究竟是怎样发生的?无数的目的各异的个体行动是如何整合成一种共同的结构变动趋势?乡镇企业作为一种新的组织要素导入传统农村后是怎样地构建新的社会交换网络?在体制转轨和结构转型的过程中,从一种制度化结构向另一种制度化结构过渡在现实中是怎样一种程序?除了政府和市场,是否还存在着其他的社会资源配置形式?本书在描述过程当中,有意识地运用一些社会学的“交换理论”和“区位理论”,以期说明,在个体、群体和组织之间进行的新型经济社会交换关系,会在无数次重复、“试错”(Trial and Error)和改革中形成一些有效的习惯性“社会潜网”,这是建立社会新制度化结构的必然“中介”;同时,由于“增长极”效应的存在,工业气氛浓厚的新体制区位会超常规成长,有意识地发挥它们的示范、吸纳、牵动和辐射力量是更为节约成本的发展道路,这是“让一部分有条件的地区通过竞争率先起飞”的理论根据。需要说明的是,本书不是一本纯理论著作,一些概念和命题并未经过反复的提炼或多种方法(逻辑方法和数量方法)的交互验证;本书也不是一种对策性研

究,目的并不在于针对具体问题提出可行性方案;本书的主旨是描述现实生活中的那些深层次的变化,说明这些变化是如何发生的,解释这些变化的“意义”,并揭示社会结构未来可能的变动趋势。

我们近年来在山东、江苏、浙江、广东等地农村中对乡镇企业进行的一系列个案调查和类型调查为本书的写作积累了大量的原始材料,中国社会科学院的各有关的课题组进行的大范围问卷调查使我们获得一些重要的统计分析结果,农业部乡镇企业司和国家统计局的有关专家也给了我们很多资料上的帮助。此外,这本书是《转型中的中国企业:国有企业组织创新论》的姊妹篇,对国有企业和乡镇企业这两种不同类型企业的观察使我们有可能在一些方面进行比较研究。

在此,我们要特别感谢国家教委留学回国人员科研基金和中国社会科学院重点研究基金给予这项研究的关键性资助,没有这种资助,我们的调查和研究是难以顺利进行的。还要由衷地感谢我们调查所到之处的地方政府和各方面朋友们给予的积极帮助,他们为我们的一些棘手的调查创造了便利条件。中国社会科学院社会学研究所、经济学研究所、农村发展研究所、北京大学社会学系的一些青年学者与我们的讨论和争论,廓清了我们在一些问题上的思路,并给予我们一些有价值的启迪。

中国社会科学院社会学研究所的科研处、图书资料室和办公室在我们进行此项研究中给予了积极支持,山东人民出版社对本书的出版鼎力相助,在此一并致谢。

本书撰写分工如下:李培林撰写第一、二、三、七、八章;王春光撰写第四、五、六章。全书由李培林设计理论框架、写作提纲、统稿并定稿。

作者

1993年8月于北京西郊

目 录

卷首语	1
前 言	1
第一章 重新认识乡镇企业的战略地位	1
第一节 对乡镇企业的新界定	1
一、统计概念和解释概念	1
二、冲出地域限制	3
三、混合所有制的前景	6
四、打破规模、技术上的偏见	9
第二节 乡镇企业与农业的内部交换	12
一、土地母亲：新生命的摇篮	13
二、反哺：对母乳的回报	14
三、离土不离乡：情感的亦或功能的悖论	16
四、交换的真正秘密：生活就业保险	19
第三节 持续发展中的角色定位	22
一、农村致富的必由之路	22
二、“第二国民经济体系”的形成	25
三、国家财政收入的重要来源	29
第四节 乡镇企业地位的再认识	31
一、未来国民经济的主要支柱之一	31
二、新经济体制的生长点	34
三、社会结构转型的关键角色	36
第二章 转型：社会网络的变动	40
第一节 传统农村的亲缘、地缘网络	40

一、家庭、家族、姻亲圈	41
二、乡亲、语缘圈、互识社会	46
三、交换和“人情信用卡”	49
第二节 变动中的社区行政网络	53
一、全能公社的“乌托邦”	54
二、改革后的农村基层政权结构	57
三、乡镇企业的社区特征	60
第三节 生长中的企业组织和业缘关系网络	64
一、从自然人到法人	64
二、从身份承诺到契约承诺	67
三、业缘关系的扩展：城乡交换	70
四、传播媒介：信息交换的载体	73
第三章 产权体系：企业制度的中枢	78
第一节 产权问题的几点澄清	78
一、公有制不等于国有制	78
二、产权不等于所有权	81
三、权力本位还是权利本位	84
第二节 乡镇企业的产权特征	87
一、产权的外部边界：排他性	88
二、产权的内部划分：可让渡性	91
三、产权目标：财产的保值和增殖	95
第三节 产权体系改革：路在何方	98
一、农村产权体系改革的第二突破口	98
二、建立产权市场：证券化	101
三、产权、交换和交易成本	104
第四章 社会潜网：乡镇企业的外部交换	108
第一节 经济系统与行政系统的交换	108
一、依附与支持	109
二、情与权	114
三、钱与权	117

四、赠予与赞赏	119
第二节 资本系统和技术、知识系统的交换	122
一、“借脑袋发财”	123
二、“调脑袋发财”	127
三、“自己开发脑袋发财”	130
第三节 社会潜网的形成和制度化	132
一、行动系统与规范系统	132
二、组织管理潜网	135
三、分配潜网	136
四、市场潜网	137
五、社会结构潜网	139
第五章 城市化与身份系统的变动	141
第一节 城市化之路	141
一、中国城市化的曲折道路	142
二、城市化的两难选择	144
三、镇与乡镇企业的共荣	146
第二节 身份系统的变动	148
一、原有身份系统的瓦解	148
二、尚未定型的过渡性身份体系	150
三、过渡性身份系统存在的问题	152
第三节 职业选择与社会选择	153
一、个人选择的自由和限制	153
二、二元结构中的社会定位	155
三、选择机制的变化	155
第四节 城市化的聚集效益和代价	158
一、城市经济社会聚集效益	158
二、滞后于工业化的城市化	160
三、城市化的模式及其代价	161
第六章 市场竞争与社会开放	165
第一节 开放社会与封闭社会	165

一、开放的界定	165
二、开放与我国社会变迁	170
三、乡镇企业对我国社会开放的影响	175
第二节 社会流动和资源流动	176
一、两种流动及其关系	176
二、我国社会的特定流动条件及状况	177
三、乡镇企业发展与流动	179
第三节 走向竞争	182
一、竞争与竞争条件	182
二、乡镇企业与国内竞争	183
三、乡镇企业与国际竞争	186
第四节 走出市场壁垒和垄断	189
一、六大市场壁垒与竞争、开放	190
二、走出市场壁垒的对策	194
第七章 再造新兴地域经济圈	196
第一节 “让先行者先飞”	196
一、梯度起飞与世界经济体系	197
二、“利润中心”与“增长极”	201
三、发展参照系的转变	205
第二节 地域经济圈的国际比较	209
一、发展水平和增长速度的比较	209
二、购买力平价方法引起的争论	213
三、经济结构和社会结构的比较	219
第三节 走向 21 世纪的中国	227
一、差序发展和公平竞争	227
二、乡镇企业的历史使命	230
三、中华一起走向未来	233
第八章 理论总结:论社会结构转型	236
第一节 看不见的手:家庭、企业组织、社会潜网	237
一、家庭的资源配置	237

二、企业组织的资源配置	240
三、社会潜网的资源配置	243
第二节 规范性理论的逻辑起点	246
一、利益追求与效用偏好	246
二、不真实的暗含假定	248
三、利他主义和成本计算	251
第三节 新体制与社会新结构	254
一、结构转型与体制转轨	255
二、交换是理解社会结构变动的钥匙	257
三、利益增量:稳定转型的基础	259
简短的结语	261
参考文献	262

第一章 重新认识乡镇企业的战略地位

第一节 对乡镇企业的新界定

改革开放的十几年已经使“乡镇企业”成为全国家喻户晓的名称,而且在国际上的知名度很高。但是,真要给乡镇企业下一个明确的反映其真实内涵的定义,并非一件容易的事。经济学家和社会学家曾经给乡镇企业下过各种各样的定义,然而从乡镇企业的产生和发展来看,从地域性上(农村企业)、所有制上(农村集体企业)、经营规模上(乡村中小企业)、经营方式和范围上(粗放经营的农村加工业)、以及与地方政府的关系上(社区企业)来界定乡镇企业,都很难概括乡镇企业的本质特征,而且近几年的发展已使乡镇企业打破了在以上几个方面的初始限制。因此,重新讨论乡镇企业的真实内涵,这对于重新认识乡镇企业的战略地位是非常必要的。

一、统计概念和解释概念

现在一谈起乡镇企业的发展,人们一般都是把乡镇企业作为改革开放的产物,从1978年谈起。但是,乡镇企业这个概念真正从统计意义上确立是从1984年开始。在此之前,乡村中集体企业被称为“社队企业”,它是乡镇企业的前身。“社队企业”改为“乡镇企业”的主要原因是农村行政体制的重大变化。1984年,在农村中彻底改革了政社合一的人民公社体制,全国农村的行政管理组织摘下了挂了26年的人民公社牌子,建立乡(镇)人民

政府,原来的生产大队和生产小队也分别改为村民委员会和村民小组。六届全国人民代表大会第六次会议通过了《村民委员会法》,从法律上规定村民委员会是村民的自治组织。这一改革农村行政体制的重大举措自然而然地使“社队企业”的概念无法再使用下去,国家统计局部门从1984年3月开始正式启用“乡镇企业”的概念。但是,从统计边界上看,“社队企业”和“乡镇企业”是有区别的,二者不能完全等同。社队企业仅指1984年以前人民公社和生产大队两级集体经济举办的企业,而乡镇企业除了包括乡、村合作经济组织办企业外,还包括组办、联户办和个体办的企业。^①当然,在1984年以前,农村集体经济以外的工业经济成分少得甚至可以忽略不计。从严格的统计意义上讲,现在的乡镇企业“一般具有固定(或相对固定)的生产经营场地(所)、设备和从事生产经营的人员;具备独立核算的条件,或虽非独立核算单位,但有单独的帐目,承担经济责任和纳税义务;常年从事生产经营活动或季节性生产经营,全年开工时间在3个月以上;持有当地工商行政或有关部门颁发的营业(经营)执照(农业企业除外)”。^②

不过,统计概念和解释概念毕竟是有重要区别的,统计概念只需要“陈述”乡镇企业的一般经济特征,而解释概念则要求人们“理解”乡镇企业的功能、经济地位和社会角色,也就是说要“理解”乡镇企业的意义。在社会学上,以陈述为主要研究方法的实证学派和以理解为主要研究方法的解释学派所关切的问题是不同,陈述方法所关切的主要是某种现象产生的原因及其带来的结果,而理解方法所关切的则是某种现象产生的特殊过程以及它所蕴含的真正意义。在本节中,我们主要是从理解的角度

① 参见《中国统计年鉴》关于农业统计方面的主要统计指标解释。

② 参见农业部乡镇企业司编:《1992年中国乡镇统计摘要》的名词解释。

来探索乡镇企业的意义,并据此对它进行新的界定。

但是,建立解释概念也面临着“技术”上的难点。首先,由于大家对一既定对象的理解各不相同,因而对其意义也会有多种多样的解释,所以确立解释概念的前提是要事先交待所依据的理论框架。其次,任何事物的意义都是随着事物本身的发展和所处情境的变动而变化的,因而解释概念也只是相对于特定事物、特定地点和特定时间才有价值。

在本书中,我们把乡镇企业视为我国改革和社会结构转型时期促进农村社会结构从一种制度化状态向另一种制度化状态过渡的新组织要素,我们是在这种理论分析框架中来理解乡镇企业的功能、经济地位和社会意义的。

二、冲出地域限制

“乡镇企业”和“农民城”、“工业村”一样,都是中国农民在农村改革和农村现代化过程中的伟大创造。在国外的学者看来,这是很难理解的名词,因为这是把两个在本质上相异的事物结合在了一起。按照工业化的一般规律,工业化总是和城市化相伴随的,企业首先是作为现代城市社会的产物,农村的工业化就是城市工业向农村的辐射和推延,是把农民改造成非农产业人员和市民的。但是,中国农村的工业化过程并未遵循这种“一般规则”,在种种特殊的前提条件(特别是城乡隔离的制度化壁垒,如户籍制度)的制约下,这一过程主要地不是表现为城市工业向农村的辐射和推延,而是“农村包围城市”。

大多数乡镇企业是在能够与市场保持某种联系的传统农业区域建立的,有的则是完全在比较封闭的农业区域的“土地”上建立的。然而,在中国农民的伟大创造中,却能够把作为现代社会组织要素的“企业”与传统农村和农业系统“巧妙”地结合起来,通过它们之间的经济社会交换,为乡镇企业注入了强大的生

命力。在这方面,乡镇企业和出于一种国防战略而从城市迁入农村的“三线企业”有着本质的不同。“三线企业”对于它所迁入的传统农村区域来说,完全是一种“陌生物”,是“外来的”,它与近在咫尺的农村存在着难以逾越的制度屏障。从50年代到80年代的30年中,国家工业建设的重点曾放在中部和西部之间的走廊地带,从内蒙古经陕西、甘肃到四川,投资达3700亿元,建成了9条铁路和几千个大中型国有企业,但是这几千个大中型企业,却并没有成为这些地区农村经济发展的启动动力,它们成为独立于周围社区系统的“小王国”,组成了一些在社会生活各方面力求自给自足的封闭性单位。这种企业和其所处社区的隔绝状态,费孝通先生称之为“人文生态失调”。^①在这种失调的人文生态中,“三线企业”的生存和发展步履维艰,因为要耗费很大的精力、人力和财力来“企业办社会”,从而付出比通常高得多的成本。乡镇企业则不同,对于它所处的农村社区来说,它不是“外来的”,而是“内生的”,不是外部强制注入的,而是内部主动创造的。^②

乡镇企业与农业和农村系统的天然联系以及它在城乡制度化壁垒条件下发展的地域限制,很容易使人们产生一种误解,即以为乡镇企业注定是无法超越农村地域限制的、带有“泥土味”的企业。实际上,十几年来乡镇企业的创业和发展已经使它进入一个新的阶段,在超越农村地域限制方面它正在跨出具有决定性意义的一步。

其实,乡镇企业作为传统要素和现代要素的融合物,从一开始就蕴含着开放性企业冲出地域限制的内在要求,这种内在要

① 费孝通:《从沿海到边区的考察》,上海人民出版社,1990年,第187页。

② 这里说乡镇企业是“内生的”,只是从相对意义上来说,因为发展乡镇企业必备的一些要素,如技术、管理知识、市场信息等等,从根本上说是外部注入的。

求在三个不同的阶段表现为不同的行动层次,农民自己戏称为“李向阳三次进城”。

第一个阶段主要表现为个体行动。改革初期就开始有大批的农民“离土离乡”,到城市做“农民工”,主要是从事建筑业、服务业和一些城市人不愿意干的脏、累、重、粗工作。这个层次的农民进城行动至今仍在延续,每年春天都有大批的农工向沿海城市涌入,据比较保守的估计,全国目前大约有 3000 万~5000 万人。^①

第二个阶段主要表现为企业组织行动。一些率先发展起来的经济实力较强的乡镇企业为了拓展市场和减少生产成本,纷纷到外地选择有利的地域合作办厂,他们还利用一些国有企业效益不佳、亏损严重提供的机会,到大中城市中承包、租赁甚至兼并国有企业。更为关键的是,农民的这第二次进城已经不只是局限于从事一般劳动和生产性活动,他们的经营范围大大拓展了,几乎进入了一切可以进入的营利领域,如做房地产生意,从事股票、债券交易。也就是说,他们的经验已不仅仅局限于制造产品和从事产品销售,而且还学会利用资本获取股息、利息、红利以及房地产升值差价。企业组织的行动与个体行动有着本质的不同,后者主要表现为自然人的行动,而前者则主要是法人行动,是作为市场主体介入经济社会交换系统的。

第三个阶段主要表现为乡镇企业群体的集团行动。这次乡镇企业不仅是要打入城市,在东南沿海一带,乡镇企业主要行动方向是走出国门,进入国际市场。迫于临近加入关贸总协定的压力,为了提高竞争能力,乡镇企业纷纷组成以“拳头产品”为龙头的企业群体,通过发展外向型经济与国际市场接轨,加入世界经

^① 参见江流等主编:《中国社会形势分析与预测(1992~1993)》,中国社会科学出版社,1993年版,第109页。