

中国企业家研究

李观来 著

中共中央党校出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业家研究/李观来著. —北京: 中共中央
党校出版社, 1998.10

ISBN 7-5035-1854-5

I. 中… II. 李… III. 企业家-研究-中国
IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 26007 号

中共中央党校出版社出版发行

(北京市海淀区大有庄 100 号)

中共中央党校印刷厂印刷 新华书店经销

1998 年 10 月第 1 版 1998 年 10 月第 1 次印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 8.75

字数: 166 千字 印数: 1—4000 册

定价: 15.00 元

序

十一届三中全会以来，我们在把工作的重点转移到经济建设的同时，也积极对计划经济条件下权力过于集中的经济管理体制进行改革，打破传统的“政企合一”模式而推行“政企分开”模式，逐步建立起适应社会商品经济发展需要的经济管理体制。随着这种模式和管理体制的深入发展，也逐步使我国原来的厂长、经理由政府“企业官员”向具有相对独立的利益、地位的“企业家”群体发生转换。目前，如何建立和培育企业家市场，使我国的企业家走上职业化的道路，既是市场经济体制建设的一个重要组成部分，也是推进市场经济体制建设的客观要求。

建立和培育企业家市场，需要解决的问题是纷繁复杂的，加强对企业家群体的理论研究，无疑是其关键的一环。只有从理论上，对企业家群体的地位与作用、素质与要求、构成与特点，以及当前我国企业家群体的现状与问题、优势与劣势等，有了较为清醒的认识和把握，才能积极有效地推进企业家市场的培育与发展。毋庸讳言，我国在这方面的工作还是比较落后的。在国外，特别是西方发达资本主义国家，由于市场经济发展

较早，人们早就开展了对企业家问题的理论研究。

“企业家”一词早在 16 世纪初的法文中就已出现。最早重视企业家的作用并对企业家进行专门分析的是法国的经济学家让·巴蒂斯特·萨伊，他在 1803 年出版的《政治经济学概论》一书中，认为企业家虽可以是自有资本的经营者，但资本家和企业家并不是一回事，企业家是能把经济资源由较低的生产力水平转变为较高生产率的人；对于一个企业而言，科技人员和工人都十分重要，但中心人物则是企业家；企业家的收入实际上是对他们的事业心、才干和冒险精神等的报酬。继萨伊之后，英国古典经济学家派经济学家阿弗里德·马歇尔着重研究了企业家在企业生产和经营中的功能。马歇尔认为，企业家的功能主要有两个方面，即作为生产的组织者的功能和作为企业领导者的功能。由这两种功能所规定，企业家必须掌握有关行业生产的知识和技能，具备领导者的各种素质，以及预测和判断生产和消费趋向的能力。对企业家问题进行较为全面而系统研究的则是美国的经济学家约瑟夫·阿罗特·熊彼特。熊彼特在其所著的《经济发展理论》和《资本主义、社会主义和民主主义》等代表作中，对企业家的定义、职能和社会作用等问题都进行了比较充分的研究和分析。他认为，经济研究的核心问题是经济结构的转变，而经济结构转变的核心又在于创新，创新是经济增长的原动力。因此，他把企业家定义为“创新者”，企业家只有通过创新才能利用资源，以新的方式来满足市场的需要。至于企业家的

特点和职能，他认为就在于“通过利用一种新发明，或是一般地，利用一种新商品或用新方法生产老商品的没有试过的技术可能性，通过开辟原料供应的新来源或产品的新销路，通过重组产业来革新生产模式或使它革命化”。在熊彼特之后，也有不少经济学家和管理学家对企业家问题进行了系统的研究。虽然，形成发达资本主义国家的企业家市场和职业化模式的原因是多方面的，但其理论研究较早、较系统，不能不说是一个重要的方面。

我国目前各种报刊杂志上所发表的关于企业家方面的研究性文章已越来越多，介绍成功企业家事迹的则更多，但比较系统地研究我国企业家的专门著作却并不多见。之所以会出现这种情况，我想主要有如下两个方面的原因：首先，是我国的企业家群体的形成较晚。近代以来，虽然我国的近代工业已有所发展，也出现了一定数量的企业家，但还没有形成为相对独立的社会阶层。新中国成立后，由于我们搞的是高度集中的计划经济，企业完全成了政府机构的附属物，厂长、经理则完全被“行政官员化”。随着改革开放的发展，特别是企业越来越成为自主经营、自负盈亏的经济组织之后，我们的厂长、经理才逐步向真正意义的厂长、经理发生转变，企业家群体和阶层也由之而逐步得到形成。其次，是市场经济建设的起步晚。在市场经济条件下，由于政企逐步分开，企业成了市场主体，政府则成了管理主体。而企业作为市场主体，是以法人的组织形式出现的。法人组

织必须有法人代表，企业家正是企业组织的法人代表。可见，企业家在市场经济中必然要扮演重要的角色。由于我们明确要建立和发展市场经济是十四大才提出来的，至今也只有几年的时间，企业作为市场主体的情况还相当的不成熟，与之相适应，作为企业主角的企业家群体也同样是十分幼稚的。也正因为如此，加强对我国企业家群体的理论研究，也就是建立和发展市场经济的迫切要求。

李观来同志所著的《中国企业家研究》一书，在掌握了大量理论和现实资料的基础上，系统地分析和研究了我国企业家群体的产生与发展、地位与作用、构成与特点、素质与现状、培育与提高等问题，既有一定的理论深度，也有丰富的历史和现实素材。虽不能说是填补空白之作，但对开展对企业家的理论研究，对推动经济体制改革的深化，都是有一定的积极意义的。当然，如前所述，由于我国的企业家群体本身还很不成熟，企业家的成长还需要各种内外因素的配合，因而书中对企业家的很多问题，诸如企业家市场、企业家的职业化模式、企业家的成长环境等，还没有很好地进行分析和论述。所有这些，相信作者会在今后进一步加以完善。

更为难能可贵的是，李观来同志身兼广东省茂名市水东经济技术开发区管理委员会的书记和主任，在繁忙的党政工作之余，能够加强自己的理论学习和研究，并将自己的心得写成专著。这种积极而认真的学习和探索精神，是很值得我们学习的。也正因为如此，当他找到

我为他所写的专著作序时，我便欣然答应了。以上所写的，也可以说是我的一点心得，权当作序并与李观来同志共勉。

张尚仁

1998年6月

导 言

党的十一届三中全会确定了全党工作重点的转移。从此，我国走上了建设有中国特色社会主义现代化的道路。20年来，在中国大地上，出现了举世瞩目的翻天覆地的变化。在历史性的转变过程中，有许多新问题需要我们去认真研究。然而，有一个问题特别值得我们去探析，这就是中国企业家的问题。

中国企业家的问题之所以特别值得研究，是因为建设有中国特色的社会主义，必须坚持“一个中心、两个基本点”的路线。“一个中心”就是以经济建设为中心。经济建设涉及内部外部非常广泛的问题。而研究经济发展的基本问题之一，则是经济发展的动力层问题。当我们思考这个问题时，就不能不注意到企业家的作用。

应当承认，改革开放以前我们在经济建设中的一个重大失误，就是没有重视企业家的作用。在计划经济体制下，实行的是指令性的管理模式。那时的厂长经理只是国家计划的执行者，而不是自主经营、自负盈亏的企业法人代表。他们都是国家干部，而不是企业家。这种状况自改革开放以来开始转变了。农村乡镇企业的崛起，出现了一大批农民企业家；随着城市经济体制改革

的逐步展开，以下放经营权为主的各项企业改革措施相继实行，使原有的国营和集体企业开始摆脱了行政附属物的地位，向有一定权力和义务的企业法人的方向转变。各种各类企业的厂长经理，已经逐步形成一个企业家群体。他们活跃在城市和农村，境内和境外。一时之间，他们的形象特别引人注目。从这时开始，企业家的社会地位和历史作用成了人们关注的一个焦点。在人们关注企业家的社会地位和历史作用问题的同时，也开始注意对企业家的问题进行理论研究。

其实，在市场经济发展较早的西方，人们早就重视了对企业家问题作理论研究。1803年，法国经济学家萨伊第一次提出“企业家”这个词，并把企业家界定为是能把经济资源由较低的生产率水平转变为较高生产率的人。自此以后，人们对什么是企业家的问题一直众说纷纭。例如，美国著名的管理学家彼得·德鲁克认为，企业家就是获取利润并为此承担风险的人。西方著名的经济理论家熊彼特则把企业家定义为“革新者”。他认为企业家的特点和职能是“通过利用一种新发明，或更一般地，利用一种新商品或用新方法生产老商品的没有试过的技术，通过开辟原料供应的新来源或产品的新销路，通过重组产业等等来改革生产模式或使它革命化”。还有人认为，一个名副其实的企业家应该是一个思想家、战略家和指挥家。就当前来说，人们一般认为不能将厂长经理和企业家等同起来看待。但我们则认为，从我国的情况来看，虽然企业家队伍已经成长起来，在

1995年4月21日全国企业家活动日举行的第二届中国企业家成长与发展研讨会上，已经提出企业家应走职业化的道路，并且提出了造就我国职业企业家队伍的任务。然而我们还必须看到，我国的企业家队伍的形成毕竟历史很短，严格意义的职业企业家队伍并未真正形成。在这种情况下，我们在研究中国企业家时，宁可把范围放宽一些，将企业的厂长经理和高层管理人员都包括在企业家群体中是比较适宜的。

现在，我们在报章杂志上常见到研究企业家问题的文章，介绍成功企业家的就更多了。但是，比较系统地研究中国企业家的论著则还不多见。我们认为，改革开放的发展，已经提出了比较系统的研究中国企业家的任务。这是时代对我们提出的要求，我们应当认真地对中国企业家问题进行研究和探讨。

比较系统地研究和探讨中国企业家问题，应包括以下几个方面内容：

首先，我们对企业家的系统认识应当建立在历史的基础之上，因此，对企业家作历史的考察是很有必要的。严格意义上的企业家虽然是在现代市场经济的基础上产生的，但这样的企业家也是在长期的历史发展过程中形成的。为什么在西方企业家形成较早且比较成熟，而在我国企业家则形成较晚且仍处在成熟的过程之中？这都与商品经济发展状况有密切关系。在古希腊，早在奴隶社会初期就已经出现了在社会上起支配作用的工商奴隶主阶层；而我国历史上的统治阶级则一贯实行“抑

商”政策，近代的民族工商业又受到压抑而难以发展壮大。当然，历史也还有另外的一个方面，那就是西方的工商业在长期的封建社会中几乎被湮灭；而我国的工商业虽然发展缓慢却一直连绵不断。认真思考和比较中西方的历史与现实，对我们深入理解中国企业家的成长道路是很有帮助的。

其次，对企业家的社会地位和历史作用要深刻论证并充分肯定。改革开放以来，我国的企业家在成长过程中走过了坎坷的道路，其原因诚然是多方面的，但人们对企业家的社会地位和历史作用认识不清不能不说是其中的一个重要的原因。正如企业家要理解社会一样，社会也要理解企业家，只有这样，才能对企业家作出恰当的评价。当前，我国正在建立社会主义市场经济体制，市场经济是一个大“舞台”，在这个大“舞台”上唱主角的正是企业，而企业家则是企业的代表。他们的经营和决策在很大程度上决定着企业的成败。我们可以说，企业家是市场经济的主力军和生力军，没有为数众多的企业家的共同努力，建立社会主义市场经济体制是不可想象的。企业家是推动现代经济发展的动力层，而经济的发展又是整个社会发展的基础。因此，在现代社会中，企业家的社会地位和历史作用是必须充分肯定的。

再次，对中国企业家进行探讨和分析，还应研究中国企业家的构成和他们的特点。由于中国的企业家群体是在改革开放十多年中涌现出来的，不像西方国家那样来自相对固定的阶层，而是从社会的多个层面产生出来

的。他们当中，首先引人注目的是改革开放前期从农村乡镇企业中产生出来的大批农民企业家。从数量看，农民企业家现在仍是中国企业家群体的主力军。然而，在中国企业家群体中，素质较好、层次较高的应是国营大中型企业的企业家。他们虽然还是国家干部，但随着企业改革落实企业的自主权，他们已经具备了企业家的身份，并且成为中国企业家群体的中坚力量。此外，从城市个体户办企业产生出来的企业家也为数不少，还有一些是三资企业、外资企业或合资企业聘任的企业家。从成份看，中国企业家群体包括了来自国家干部、工人、农民、市民、军人、科技人员等。各种各类企业家各自有其特点，分析他们各自的特点从而指出他们的发展方向是很有意义的。但是，他们作为中国社会主义企业的企业家，在经营方向、经营目的和自身素质等各个方面又有许多共同性，他们都是改革开放的积极支持者和实践推动者；他们有着强烈的市场意识、职业意识和竞争意识；他们越来越重视科技和管理；他们大都重视中国的民族传统和社会主义精神文明建设并热心社会公益事业。分析这些问题对提高中国企业家的自我意识是很重要的。

最后，改革开放的现实已经说明，中国企业家在我国经济发展中作出了重大的贡献。但我们也必须看到，中国企业家群体形成的历史毕竟还很短暂，从总体上看，这个群体的素质还不高，因此，我们研究中国企业家，还应认真研究企业家群体的培育和素质提高的问题。

题。企业家群体的素质首先表现在他们的自我意识上，即他们应有明确的社会责任感和历史使命感。为了做到这一点，除了企业家自身要加强学习之外，有组织地对企业家进行系统的培训是十分重要的。对企业家进行培训，还要注意培育他们的法制意识、信息意识、科技意识和竞争意识等。同时，还要特别注重提高他们的战略思维能力和创造能力，因为这是现代企业家必备的能力。培育中国现代企业家群体，不仅要靠企业家的自身努力，更需要全社会为企业家的成长创造条件，这方面要做的工作是很多的。例如，我们应进一步为企业家的成长创造良好的社会环境，包括组织对企业家群体的理论研究；大力加强对企业家作用的宣传，宣传成功企业家的事迹，塑造企业家群体的良好形象，提高他们的知名度；要加快企业改革，使企业独立于行政，完整形态的企业才能造就真正的企业家；要完善对企业家的奖励机制，以保障企业家的利润动机。从对企业家的培育和成长来说，特别重要的还在于努力发展社会主义市场经济体制，规范公平竞争的市场秩序，使中国企业家群体真正在市场经济大潮中锻炼成长。中国社会主义市场经济体制的建立过程和中国企业家群体的成长过程应是同步的，我们为企业家群体的成长创造条件，也就是为社会主义市场经济体制的建立做出贡献。

目 录

序.....	(1)
导 言.....	(1)
 第一章 企业家形成的历史考察	(1)
第一节 西欧企业家成长的历史轨迹	(2)
一、古希腊的工商奴隶主阶层.....	(2)
二、欧洲中世纪工商业的湮灭.....	(5)
三、近代从城市市民发展到资产 阶级.....	(7)
四、现代社会的企业家.....	(10)
第二节 中国企业家成长的坎坷道路	(13)
一、近代以前中国商品经济的萌芽 和发展.....	(14)
二、近代资本主义的萌芽与民族 工业的顽强挣扎.....	(17)
三、新中国计划经济下的企业.....	(19)
四、改革开放带来中国企业家成长 的春日阳光.....	(24)

第二章 中国企业家的社会地位和作用…… (28)

第一节 中国企业家的社会地位…… (28)

一、企业家在社会物质生产和经济
生活中的地位…… (30)

二、企业家在社会精神生产和精神
活动中的地位…… (39)

第二节 中国企业家的社会作用…… (52)

一、企业家在商品经济中的作用…… (53)

二、企业家在市场经济中的作用…… (75)

三、企业家在社会现代化中的
作用…… (89)

第三章 中国企业家的构成与特点…… (103)

第一节 中国企业家群体的形成及其 构成的多样性…… (103)

一、社会分层理论与中国企业家
阶层的形成…… (104)

二、中国企业家构成的多样性…… (125)

三、几种不同来源类型的中国
企业家…… (133)

第二节 中国企业家的特点…… (146)

一、时代的社会性格取向…… (147)

二、当代中国企业家的特点…… (153)

第四章 中国企业家的素质与现状	(171)
第一节 企业家素质及其构成	(171)
一、企业家素质及其重要性	(172)
二、企业家的一般素质	(175)
三、企业家的个体素质	(194)
第二节 中国企业家素质的现状及其问题	(206)
一、中国企业家素质的现状	(206)
二、形成我国企业家素质现状的原因	(213)
三、中国企业家素质所存在和引起的问题	(219)
第五章 中国企业家的培育和提	高
	(223)
第一节 培育和提	高中国企业家的重要
意义	(223)
一、培育和提	高中国企业家是深化
经济体制改革的需	要
	(224)
二、培育和提	高中国企业家是建立
现代企业的必然要求	(226)
三、培育和提	高中国企业家是企业
提高经济效益的关键因素	(229)
四、培育和提	高中国企业家是实现
中国经济与世界接轨的重要方	面
	(231)

第二节 培育和 提高中国企业家 的基本途径.....	(233)
一、加强对 企业家群体问题 的理论研究.....	(233)
二、组织对 企业家群体的专 门训练.....	(242)
三、形成和 提高企业家自身 的组织力量.....	(247)
四、塑造企 业家群体的良好 形象.....	(250)
五、在市场经济 大潮中发展壮大	(255)
 附录：主要参 考书目.....	(260)
后记.....	(261)