

王文正◎著



大商人

人文浙商的10张面孔

刚柔交错，天文也。文明以止，人文也。
观乎天文，以察时变。观乎人文，以化成天下。

大商人

人文浙商的10张面孔

刚柔交错，天文也。文明以止，人文也。
观乎天文，以察时变。观乎人文，以化成天下。

王文正◎著



浙江人民出版社
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

大商人:人文浙商的 10 张面孔/王文正著. —杭州:浙江人民出版社,2011. 10

ISBN 978 - 7 - 213 - 04690 - 2

I. ①大… II. ①王… III. ①商人—人物研究—浙江省 IV. ①K825. 38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 199950 号

书 名	大商人 ——人文浙商的 10 张面孔
作 者	王文正 著
出版发行	浙江人民出版社 杭州市体育场路 347 号 市场部电话:(0571)85061682 85176516
责任编辑	蔡玲平
责任校对	张彦能 姚建国
封面设计	来震伟
电脑制版	杭州大漠照排印刷有限公司
印 刷	杭州丰源印刷有限公司
开 本	710×1000 毫米 1/16
印 张	17.5
字 数	30.6 万
插 页	2
版 次	2011 年 10 月第 1 版·第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 213 - 04690 - 2
定 价	35.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

自序

数年前,由于一期杂志商业人物的采写需要,我采访了华立集团董事局主席汪力成。那时,汪力成因收购美国飞利浦 CDMA 核心技术部门而被誉为“第一中国商人”已经 3 年之久,其声名早已远布中国。但是,由于长期浸淫于人文社科的世界,我对“商人”的理解和观察,也形成了一种习惯,就是更加侧重从“人”的角度而不是“商”的角度来观察其所言所行,而汪力成正是我第一个从“人”的角度近距离观察的重量级企业家。

令我欣喜的是,汪力成不仅以博闻强记、出口成章赢得人们的佩服,还以其悲天悯人的人文情怀,对社会使命的勇敢承担而赢得人们的尊敬。

也就是从这个时候,我开始了“人文浙商”的寻找。巧合的是,2005 年春开始,钱江晚报社与浙江图书馆联合举办了每周一讲的“人文大讲堂”。4 月 18 日,来“人文大讲堂”演讲的,正是汪力成。两个多小时,数十次热烈的掌声,在这次堪称经典的“浙商转型:从经济到文化”的演讲中,汪力成从“劳务型—知识型”、“经验型—学习型”、“实惠型—理想型”、“本土型—国际型”、“富家型—富国型”、“企业型—事业型”六个方面对浙商的转型提出了自己的见解,而其中许多观点和论述,正与我所寻找的“人文浙商”的概念相契合。因此,更增强了我对“人文浙商”这一概念进行挖掘的信心。

2006 年夏,在成为《浙商》杂志的一名记者后,由于采写封面文章的需要,我有了更多接触“浙商”这一群体的机会。在工作之余,也总是在思考着“人文浙商”的内涵和“理论建设”。幸运的是,在采访中,我先后遇到了凌兰芳、倪捷、周晓光、庄启传、竺福江、徐文荣、李书福、郭广昌、倪良正等我所要寻找的“人文浙商”,他们不仅给我提供了鲜明而有个性化的案例,还或多或少地表达了自己对“人文”的理解,为本书提供了有价值的素材和观点。

什么是“人文浙商”?

简单地说,“人文浙商”也就是“以人为本”的浙商。而所谓“以人为本”,也就是以尊重人的价值为出发点,和谐地处理各种关系。

在哲学的意义上,它追问做企业的终极目的;在经济学的意义上,它追求公平与效率的统一;在社会学的意义上,它提倡做一个社会企业家;在政治学的意义上,它是建设和谐社会的践行者;在文化学的意义上,它提倡企业家个人、员工与企业整体的文明素质的提升。

“人文浙商”的“以人为本”,至少具有三个维度,需要处理三种关系。

第一个维度是人与自我,即以我为本。提升人生境界,创造有意义人生的途径,找到自己在社会历史中的人生坐标,是人文浙商在“自我”这个层面的目标。

第二个维度是人与企业,即企业以员工为本。企业家与企业、企业家与员工、员工与企业,这三者之间的关系究竟应该是一种什么样的关系?人文浙商的理念不认同企业家与员工的关系是一种简单的雇佣关系,而是一种合作共赢关系;不认同企业家与企业的关系是一种附属关系和私有关系,在人文的理念下,它应该达到以下效果,即当企业家与企业相分离时,这两者都能够得到健康的发展,都能够找到自己的位置和归宿。这是人文浙商在“企业”这个层面的目标。

第三个维度是人与社会,即以天下之人为本。人文浙商认识到做企业的终极目的是为了社会上的每一个人,为了促进社会文明的进步,因而注重企业对其社会责任、而不仅仅是经济责任与法律责任的主动承担。在这个意义上,人文浙商就会站在一个更高的高度上选择自己企业的产业方向和发展方向,就会颠覆那些“做大做强”等陈词滥调的企业理念,而致力于企业的社会投资,以赢得世人尊敬为目标。这是人文浙商在“社会”这一层面的目标。

而在这三种关系的处理中,一以贯之的是对人的生命价值、知识理性和人格尊严的关怀与尊重——这就是“人文精神”的核心内容:对人的价值的尊重。

事实上,“人文”一词,在中西方文化的语境中是有所不同的。在西方,“人文主义”本来是欧洲文艺复兴时期在反对中世纪宗教神学世界观中兴起的一种思潮,其基本精神是:肯定人的价值,要求享受人世的欢乐,主张人的个性解放与自由平等,主张人有理性,并用知识来造福人类。

在中国古代,“人文”一词最早出现在《易经》中的“贲卦”中。它说:“刚柔交错,天文也;文明以止,人文也。观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”“人文”指社会活动中的人伦秩序、精神文化现象及其规律,它具有礼义化、道德化、文明化的特征。具体来说,就是以“人”为中心,与其他各事物的和谐相处。

我一直固执地认为,只有从“人文”的角度入手,才能从根本上解决当前困扰着浙商内外部经营环境的诸多问题。

比如诚信问题。在中国目前的市场经济环境中,许多商人认为,最大的问题是

诚信问题,由于诚信的缺失而导致了在中国进行商业运作的成本非常高。有一个做外贸生意的浙商曾经很坦率地告诉我,近年来,由于人民币升值、国外反倾销、出口退税率下调等原因,国外生意越来越难做,但他依然不愿意开拓国内市场,其最重要的原因,就是中国人不按规矩办事,缺乏诚信保障,交易成本太高。

诚信、信任,这个市场经济中最基础的要素,为什么在中国就成为了一个“问题”呢?这恐怕跟中国文化里缺少“人的尊严”这个观念有关。事实上,“诚信”就是对自己的承诺负责,以赢得他人的信任和尊重,而这就是一种自尊,是人文精神中对人的价值的尊重,对人的知识价值和精神价值的尊重。所以,如果打交道的双方没有一种共有的尊严意识为基础的话,就很难有诚信可言。

比如社会责任问题。2007年6月,在浙商大会上,由《浙商》杂志作为发起机构,由汪力成作为代表宣读了《浙商社会责任倡议书》。这份“倡议书”向天下浙商发起倡议,作出了五项承诺:一是改革创新,做强做大;二是关爱员工,诚信守法;三是保护环境,节约资源;四是扶贫济困,热心慈善;五是修身立业,传承文明。

发起这一倡议的,有宗庆后、楼忠福、郭广昌、李书福、丁磊、王振滔、南存辉等17名耀眼的浙商明星。细心的人可以发现,在上述五项“责任”之中,除了第一条“改革创新,做强做大”外,其余四条与企业经营都没有直接关系。可见,至少在起草者的眼里,“社会责任”更多的是对企业之外的“社会”负责。然而,就在随后的记者招待会上,当与会的记者问及发起者对“社会责任”一词的理解时,有不止一位的发起者却将论述的重点,放在了将企业“做强做大”上,他们认为:做好企业,依法纳税,解决就业问题,就是企业最大的“社会责任”。

商人可以说是社会上最精明的一个群体,这种精明,不仅体现在做生意上,也体现在语词的运用上。将“社会责任”理解为“做好企业,依法纳税”之类,正是对这一概念精明的偷换。然而,我无意指责他们的这种精明。事实上,这种精明多多少少也是被逼出来的——舆论、政府、社会,不顾他们自身能力,逼迫他们无边界地承担本该是政府承担的责任,只会增强他们的抵触情绪。

如何处理在社会责任问题上,企业家们“想做,但又不能过分”的微妙关系?我认为依然要从人文关怀入手。没有人文关怀,社会责任的承担就是一句空话。事实上,《浙商社会责任倡议书》中的后四项,无论是关爱员工,还是保护环境,无论是热心慈善,还是修身立业,都是本书“人文”一词的重要内涵。而“人文”一词,所不同于“社会责任”的,其根本在于,前者是发乎内心的自觉,是一种主动的行为;而后者,更多的是来自社会舆论的要求,是一种被动的行为。而稍具心理学知识的人都会明白,自觉主动的行为更具长久性,更加真实也更有效果;而被迫的行为,就往往会

在行为过程中大打折扣,甚至被扭曲而走向相反的方向。

此外,诸如做企业的终极目的是什么,劳动与资本究竟应该是一个什么样的关系,如何有效处理与政府的关系,什么是既符合当下现实又符合未来社会的管理理论,这些一直困扰着企业家们的问题,这本在“人文”的视角下解读浙商的小书,都提供了一些可供参考的答案。

最后,说一下本书的题目:“大商人”。相信很多读者看了这个题目会不以为然,原因很简单:书中有些主人公的企业规模或个人资产,还远未达到他们心目中“大”的标准。但我之所谓“大”,本来就不是以其外在标准衡量的,而是以其精神心灵与人文关怀为尺度的。在我看来,没有一种对他人与世界的慈悲之心,没有一种对德性与自然的敬畏之情,没有一种对民族与国家的赤子之爱,无论其企业的规模有多大,其个人的资产有多少,都是与“大”扯不上边的。看看“大”字的结构吧,就是一个“人”,挑着“一根扁担”。这根“扁担”,就是担当,就是责任。

C^{ONTENTS} 目 录

徐文荣：“太阳城”缔造者 3

“横店的资产并不是我个人的” / 4

“我就是一条蚯蚓，要用自己的身体拱出一条路来” / 10

圆明园情结 / 15

致富不能忘了徐主席 / 21

附录

徐文荣语录 / 26

徐文荣资料 / 27

李书福：叛逆者的孤独 31

从陈胜迈向汉武 / 31

中国企业家的三种原型与李书福 / 35

叛逆与孤独 / 39

金钱的价值是短暂的 / 43

收购沃尔沃的秘密 / 48

附录

李书福语录 / 53

李书福资料 / 54

凌兰芳：“倜傥非常之人” 59

“善商”的五重境界 / 59

湖丝传人 / 68

说不尽的凌兰芳 / 76

附录

凌兰芳语录 / 81

凌兰芳资料 / 82

郭广昌：知识分子的第三种形态 87

从中国知识分子的悲剧说起 / 87

哲学：郭广昌商业智慧之源 / 90

文化寻根与“两个轮子” / 94

企业家应该代表理性和建设性的力量 / 97

汇聚成长力量 / 102

重建商业文明 / 106

附录

郭广昌语录 / 111

郭广昌资料 / 111

汪力成：文人侠客 115

我以我血荐轩辕 / 115

企业乃社会公器 / 122

文人亦有侠客梦 / 131

附录

汪力成语录 / 135

汪力成资料 / 136

倪捷：民主与科学的双重变奏 141

激情燃烧的岁月 / 141

“五四精神”继承者 / 144

“商人”成为“企业家”的一个重要标志就是思想 / 154

让人类走向更正确的道路 / 161

附录

倪捷语录 / 163

倪捷资料 / 164

周晓光：仁者雍容 167

苦难是成功人生的底色 / 167

“和”的五重境界 / 170

以诚待人，赢得高人指点 / 176

唯有学习是不断前行的动力 / 179

一夜成名之后的全国人大代表 / 183

附录

周晓光语录 / 189

周晓光资料 / 190

竺福江：平民企业家 193

“外婆影响了我的一生” / 193

做一个负责任的企业 / 201

关注社会，关注民生 / 206

附录

竺福江语录 / 212

竺福江资料 / 212

倪良正：老板不能抢员工的钱 217

稻盛和夫的启示 / 217

己所不欲，勿施于人 / 220

无德、无苦，怎做圣奥人？ / 224

人是生产力中最活跃的要素 / 232

附录

倪良正语录 / 237

倪良正资料 / 237

庄启传：思想者 241

战争文化思维 / 241

从历史中寻找启示 / 244

人强不如国强，国强还须人强 / 247

位卑未敢忘忧国 / 249

思想的价值 / 254

成熟与从容 / 261

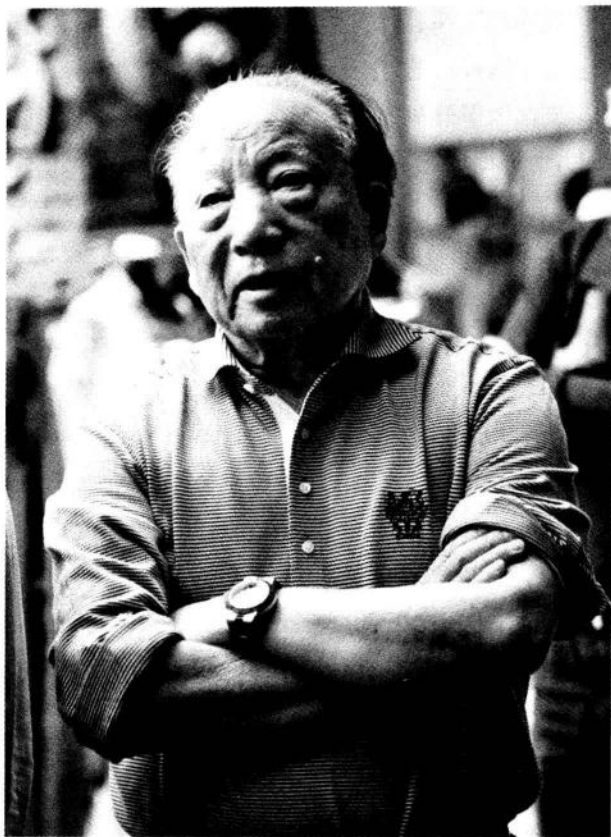
附录

庄启传语录 / 265

庄启传资料 / 266

后 记 268

认识徐文荣



如果说,中国的改革开放,是以1978年安徽凤阳小岗生产队18个农民血红的手印作为一个“红色”源头的話,那么在浙江,重大的经济事件早在1978年之前就已经躁动于母腹了:1969年,萧山的鲁冠球成立了“宁围农机厂”;1975年,横店的徐文荣创办了东阳县横店丝厂——这事实上成为当代浙商崛起的两个源头。

30多年后的今天,当初多少风云际会的改革者都已成为过往云烟,但鲁冠球和徐文荣仍然是中国企业界的两棵“常青树”。尽管他们最终的路向不同:鲁冠球的万向集团从乡镇集体企业变身为彻底的“民营企业”,而徐文荣的横店集团则通过“社团经济”的模式依然保持着“集体”的基因。

而在我看来,从“人文浙商”的角度,徐文荣显然更有代表性。这不仅仅是因为他生于新中国成立前,创业于改革开放前,其生活和创业的过程分别跨越了整个共和国的历史和改革开放的历史,还在于他在物质、精神和文化上所达到的高度:在物质层面上,他不但创立了一个中国顶尖的民营企业集团,还创造了“社团经济”的所有制模式,带领横店农民实现了共同富裕;在精神上,他不与流俗为伍,不与时尚的企业管理观念为伍,一直坚持并践行着自己的社会理想——被人们怀疑已久、废弃已久的“大同理想”;在文化上,他无中生有创造出的横店影视城,业已成为中国著名的旅游胜地,成为当代中国文化建设史上重要的一笔——这三者,在实践上奠定了徐文荣的人文品质。

对“草根浙商”的一个经典的总结是他们的“四千精神”。那么,究竟谁是“四千精神”的最早提出者?我曾查阅了各种资料,一直未能求得真解。后来,在我仔细阅读徐文荣的两本文集《经营之道》与《一个企业家的的心声》时,竟然惊奇地发现,早在1996年,徐文荣就在《培育文化力 发展生产力》一文中说到:“……在困难的情况下,我们变没有‘计划’的劣势为市场经营的优势,想千方百计,说千言万语,跑千山万水,经千辛万苦,使企业滚雪球一样地越滚越大。”这是我所看到的关于“四千精神”的最早描述。

不仅如此,在2005年前后,“执行力”被大力提倡之后,管理学书籍中各种“力”都开始跟风炒作,其中就有“文化力”的说法。不过,在徐文荣那里,早在1994年,“文化力”就已经被上升为一种理论:“根据我个人的理解,企业文化力表现为企业精神文化、企业制度文化和企业物质文化三个层次,代表着企业整体文化的不同侧面,同时又互相制约、互相渗透、互相影响,三者密不可分。”而诸如“社会企业家”概念的提出、对国有资产流失的警惕等等,这些日后一度为全社会所关心的话题,早在很多年前,就被徐文荣提出。

改革开放30多年的历史,在经济领域其实就是产权和所有制改革的历史。在这段历史中,中国经济社会取得了巨大进步,但同时也由于权力与资本的纠葛而造成了诸多的社会问题。大浪淘沙,谁能最终经得起市场经济和道德人性的双重考验?看看几个曾经与徐文荣一样享有盛誉的村镇企业家吧:天津大邱庄早已变了脸,庄主禹作敏如过眼烟云,在1999年保外就医中去世;华西村仍受热捧,但质疑铺天盖地且与日俱增,2003年吴仁宝儿子吴协恩接班之后,华西村疑云更重;南街村同样争议不断,特别是2008年开始,《南街真相》等报道揭开了王宏斌的面纱,海外媒体称,“王宏斌变身红色资本家”……

也正因为上述种种,我选取徐文荣作为本书的开篇,作为人文浙商的一个源头,该没有什么不当之处吧。

徐文荣：“太阳城”缔造者

这是个阳光明媚的美丽的地方。在这里，没有富人，也没有穷人，财富属于每一个人；这里没有暴力，没有罪恶，人们过着和平安详的生活。

——康帕内拉《太阳城》

2006年，当吴士宏翻译美国记者戴维·伯恩斯坦的著作“*How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*”一书时，首先碰到的一个问题是如何翻译“social entrepreneurs”的问题。吴士宏最后决定将其翻译成“社会企业家”，并这样描述“社会企业家”的特征：

他们以改善社会造福人群为自己的事业，执著地经营所认定的“社会企业”，不投机，不放弃。他们选择的“社会企业”领域多处在非主流的社会边缘地带，那里没有商场的红火热闹，寂寞与孤独是常年的气象。他们的经营目标，就是要改变这些艰辛、荒芜、贫穷的世界角落，为那里的人群建立更适合生存的条件和权利。

伯恩斯坦的这本书被吴士宏介绍到中国来以后，中国企业界迅速形成了一个小小的关于“社会企业家”的讨论热潮，“社会企业家”也俨然成为一个时髦的“新词”在业界流行起来。

然而，事实上，“社会企业家”，无论就其本身的说法，还是就其所指的内涵，在中国都不是一件新鲜的事情。

我手头上有一本横店集团创始人徐文荣写的小册子《一个企业家的的心声——关于横店的哲学思考》。在这本小册子上，徐文荣曾讲过这样一段话：“有人说，徐文荣是企业家，但又不仅仅是个企业家。因为我带领农民办企业，但又绝不仅仅是在办企业，我把很大一部分心力花在了办企业之外。可以说，办企业只是我的手段，通过办企业，解决千百年来困扰横店发展的‘三农’问题，让横店的老百姓永远

过上富裕、幸福的生活，这是我办企业的目的，也是我的追求。的确，称我是企业家，那只代表了我的一种职业，而我的理想，是做一个‘社会企业家’！”

吴士宏的话有着学者的文采，徐文荣的话有着农民的朴素，两者表述的都是对“社会企业家”的认识，但徐文荣提出“社会企业家”这一概念的时间，至少比吴士宏翻译伯恩斯坦的著作早了5年。即便从2003年徐文荣的第一本传记《社会企业家——一个农民企业家对理想王国的探索与实践》出版算起，也远早于伯恩斯坦这一概念的提出。



1996年，徐文荣与谢晋在横店

或许，有人会认为，伯恩斯坦的“社会企业家”的概念，是与“商业企业家”的概念相对的；而徐文荣的“社会企业家”，是从“企业家的社会责任”的这一角度出发的，两者之间有着内涵上的差异。而我要说的是，徐文荣所创办的企业——横店集团，从一开始就与其他的企业，有着内涵上的根本不同。

在这一点上，由陈湘舸、麻朝晖以横店作为企业社会责任运动个案研究的专著《东方太阳城》（2004年中国社会科学出版社出版），可以说比较准确地抓住了横店模式与16世纪的意大利空想社会主义者康帕内拉的“太阳城”模式上的一致性：都建立在生产资料公有制的基础上，都追求平等、自由、民主，并且以共有、共享为宗旨；都把城市化作为理想社会的生产、生活方式（当然他们所向往的城市是“田园型”城市，也就是城乡一体化、工农一体化的城市）……徐文荣和康帕内拉虽然分别出生在东方、西方，并且处于不同时代，但是两人都堪称人类历史上向往太阳升起、追求阳光普照的代表性人物。

“横店的资产并不是我个人的”

“横店不是我的，我没那么多钱”

2000年，《福布斯》杂志第二度发布“中国大陆地区最富有50人”，横店集团徐

文荣以 27 亿美元被列为第 8 名。此榜公布后，在国内经济界引起很大反响，部分入榜者对该榜的准确性表示怀疑，徐文荣就是其中之一。

2001 年 7 月 6 日，67 岁的徐文荣在横店约见《福布斯》中国地区调查员胡润。徐文荣告诉胡润说：“你们的两届排行榜在中国引起震动，因为在中国有许多民营企业。但有些民营企业的资产并不是个人的，就像横店不是我徐文荣的。我还是那句话，我个人的财富远没有那么多，横店的财富远比那个排名多。”

胡润问：您重视我们的排名吗？

徐文荣毫不迟疑地回答：不重视。

胡润又问：如果我们把您排第一呢？

徐文荣答：也不重视。我只管自己做事。

但对排名的正向效应，徐文荣还是表现了感谢：但我非常感谢你们。因为你们的排名，来信、电话、电传要与我们合作的外国公司不少于 30 家；因为你们的排名，我们在国外的影响更大了……

尽管在后来，胡润的百富榜在中国的影响越来越大，上榜的人和企业受到的关注越来越多，但在这次谈话之后，徐文荣就再也没有上过胡润的百富排行榜。“2001 年开始，我们每次制作百富榜前，都会发传真给徐老爷子，不过他回复的内容几乎从未变过：横店不是我的，我没那么多钱。”胡润后来回忆说。

一个大型民营企业的领导人，为了说明企业资产不是他自己的，不惜宝贵时间亲自约见胡润面谈，这只能说，这一点对他来说，是一个至关重要的问题。

横店集团的资产，为什么不是徐文荣自己的？对这一原则，徐文荣为什么如此看重并坚守？这要从横店集团特殊的所有制形式——社团经济说起。

横店不实行“股份制”

肇始于 1978 年的改革开放，至今已经有 30 多年。这 30 多年里，毫不夸张地说，在改革理论探索中争议和分歧最大的就是所有制，在改革实践中取得成就最大的也是所有制。因此有理论工作者把中国所有制改革形象地比喻成经济体制改革的“珠穆朗玛峰”和“马里亚纳海沟”——中国的改革深不过所有制改革，也高不过所有制改革。

毋庸置疑，所有制的改革，大大解放了生产力，激发了人们创造财富的积极性，让人们的财富智慧得以涌流。但也无须讳言，在大潮式的所有制改革中，一些人混水摸鱼，借机将公众的财产囊于自己的口袋。然而，在一片“私了”的声浪中，徐文荣却坚持了他“天下为公”的理念。

1993年1月，徐文荣当选全国人大代表。在这前后，浙江作为“温州模式”的发源地和私营经济发展最快的省份，企业改制工作一直走在全国前列。作为全省第一家乡镇企业集团，许多人将目光落在了徐文荣身上：企业股份化是大势所趋，徐文荣又是省里的典型，如果他带头搞股份制，不仅可以大大推进改制进程，就徐文荣本人来说，也至少可以拿到15%的股份，一夜之间成为亿万富翁。徐文荣有什么理由不改呢？



横店影视城拍摄现场

有这种期待的，不仅有省、市、县的政府领导人，还有徐文荣的同事和部下。而横店集团下属企业的老总们，也隐约表达了资产量化的愿望。

“改，当然要改！”徐文荣想，但怎么个改法，他心里还没拿定主意。从办企业开始，徐文荣的唯一目标就是让全体农民都富起来，

从来没有考虑过这制那制的。现在这么多人主张股份制，肯定有它的好处，也有它的道理。但是，股份制显然有违他“共同富裕”的目标，那么，有没有比股份制更好的办法？

1993年3月，八届人大一次会议在北京召开。在这个会议上，作为全国人大代表的徐文荣向省委、省政府主要领导表达了自己的看法。他首先说明，他不反对实行股份制，但横店集团不准备实行股份制，更反对把企业资产量化给个人。

省领导明确表示，企业改制不搞一刀切，要从企业的实际出发，只要有利于发展生产力，有利于发展当地经济，采取什么形式都可以。

徐文荣回到横店后，马上组织干部职工讨论。在这些讨论中，徐文荣提出了一个问题：产权制度改革的目的到底是什么？他认为，市场经济是通过一系列的资产所有权的转移和让渡，来推动社会再生产的经济发展模式。所以，市场经济的基本前提是产权明确，以及身份自由的产权主体、经营主体和利益主体。如果离开了这些，市场经济就无从谈起，这就如同没有运动员就没有比赛，而硬拉一批身份不明的人上场，其结果只能是乱七八糟。所以，1993年兴起的产权制度改革，实际上是使“竞赛者”取得竞赛资格的一个必须走的步骤。