

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

企业家慈善伦理的文化动因

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Book chapter
Authors	周, 中之; Zhou, Zhongzhi
Publisher	Globethics.net
Rights	Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs (CC-BY-NC-ND 2.5; see https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/legalcode)
Download date	2026-07-03 02:53:52
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/157006

THE CULTURAL MOTIVATION FACTORS OF ENTREPRENEURS PHILANTHROPY ETHICS

Zhou Zhongzhi

Abstract: Entrepreneur group is the backbone of the philanthropic donations. It is of great significance to study the cultural motivation of their philanthropy ethics in order to promote the development of China's philanthropy. There are many factors influencing the motivation of Entrepreneurs' philanthropy ethics culture, among them Chinese traditional culture basing on patriarchal kinship influences this motivation deeply. In order to build the philanthropy ethics of Chinese entrepreneurs in twenty-first Century, we need to combine inheritance and innovation, and we also need to integrate Chinese culture and foreign culture.

Key words: Philanthropy ethics; Entrepreneurs; Motivation

Zhou Zhongzhi

*Professor, Director of Center of Business Ethics Study in Shanghai
Normal University, Shanghai, P. R. China*

第 42 章

企业家慈善伦理的文化动因

周中之

[内容提要] 企业家群体是慈善捐赠的中坚，从他们的慈善伦理中研究其文化动因，对于推进中国慈善事业的发展有重要意义。企业家慈善伦理文化动因中有多种元素，而建立在宗法血缘关系基础上的中国传统文化对企业家慈善伦理的动因有深刻影响。打造 21 世纪中国企业家的慈善伦理是继承和创新的统一，是中国文化和外来文化相融合的过程。

关键词：慈善伦理；企业家；动因

汶川大地震后，中国的慈善事业开始复苏，并获得了重大的发展。面对贫富差距的扩大，慈善作为第三种分配的方式在社会生活中的作用不断凸显。慈善是实现社会的公平正义，培养更多的有社会良知的公民的有效途径，是社会文明发展的标志。近几年来，国内一些著名企业家纷纷加入慈善的行列，引起了社会的极大关注。但某些企业家的捐赠也受到了社会舆论的质疑。另外，在对外开放的形势下，美国著名企业家、慈善家沃伦·巴菲特与比尔·盖茨来到北京，邀请 50 位中国富豪在 2010 年 9 月 29 日参加一场“慈善晚宴”，引起了轰动。在这场令人瞩目的晚宴上，两国企业家基于不同文化传统的慈善理念的交流和碰撞，在中国大陆产生了广泛的影响。企业家慈善问题的研究是当前社会科学研究热点问题。

企业家慈善问题研究可以从两方面展开：一方面着重对企业家慈善活动的价值、过程、制度建设角度展开研究。社会学、经济学、管理学等学科的学者进行了较多的研究，产生了不少有价值的成果。另一方面从隐藏在企业家慈善背后的深层次的动因进行研究，主要是文化动因进行研究。也就是企业家做慈善的文化推动力是什么？它与不同文化传统的关系如何？在这方面，学术界研究的成果较少，需要加强研究。

42.1 企业家慈善伦理文化动因的诸元素

改革开放 30 多年来，中国的经济实现了跨越式的发展，成为跃居世界前列的经济大国。但与之相伴随的是，中国的贫富差距扩大的问题引起了国人深深的忧虑。最近，法国经济学家托马斯·皮克迪的新著《21 世纪资本论》在国内非常红火。在这本书里，作者对自 18 世纪工业革命至今的财富分配数据进行了分析，指出由于资本回报率总是倾向于高于经济增长率，所以贫富差距的扩大与市场经济发展相联系，社会必须采取财富税等方法遏制这一扩大的趋

势。他提出的问题和观点，对于认识 and 解决贫富差距的扩大有着重要的现实价值，引起了世人的极大关注。但需要指出的是，通过法律手段，运用国家强制力量解决贫富差距是重要途径，但不是唯一的途径。慈善作为第三次道德分配，也是一条重要途径。鼓励更多的有社会良知的公民通过慈善捐赠，帮助社会的弱势群体，在未来社会的发展中，将会展现出更为耀眼的人性光辉，更为高尚的伦理价值。

企业家在慈善捐赠中扮演着重要的角色，特别是叱咤风云的著名企业家的慈善捐赠在社会生活中对慈善的重要影响和示范作用与普通社会成员不可同日而语。2014年，中国大陆著名企业家马云捐赠145亿元人民币，荣膺“2014中国最慷慨的慈善家”。这一信息披露后，对于更好扩大慈善事业的影响，促进中国慈善事业的发展，产生了良好的影响。但平心而论，企业家是一个庞大的群体，鱼龙混杂，情况复杂。他们的捐赠活动从内容和形式还有不少争议，例如有的企业家的“高调行善”，许多人对此还难以首肯。本人曾撰文“企业家慈善行为的道德评价”²³¹发表了自己的拙见，本文从文化动因角度分析企业家的慈善伦理，作为续篇。

企业家在经济活动的“惊险跳跃”中追求经济效益的最大化，在他们成为“成功人士”后，为什么要投身于慈善事业，将自己的财产捐赠给社会？在他们慷慨捐赠的背后，有着深刻而又广泛的文化动因，这些动因或植根于现实的文化，或来源于传统的文化。如果根据文化动因的内容梳理一下，主要有宗教元素、人性元素、价值观元素、心理需求元素等。

第一，宗教元素。慈善是人们自觉自愿奉献的道德行为，来自于人们的内心深处。人们之所以将财富捐献出来，宗教是一大元素。甚至国外有专家认为“宗教乃慈善之母，不论是从思想上、还是产

²³¹ 周中之：“企业家慈善行为的道德评价”，《上海财经大学学报》，2013.2

生过程上，莫不如此。”²³² 世界上的大多宗教，在教义中都鼓励慈善捐赠，特别是基督教关于慈善捐赠的戒律和箴言非常多。例如著名的“十一捐”规定，即基督徒应该从个人年收入中拿出十分之一来进行慈善捐助。许多基督徒都严格遵守这一戒律，使基督教的思想直接推动了慈善事业的发展。钢铁大王、美国企业家安德鲁·卡内基是现代慈善之父，他深受基督教的影响。他在其所著《财富的福音》一文中指出：“拥巨富而死是耻辱的”，²³³ 这句名言脍炙人口，然而从中也不难发现《圣经》中多次出现的“富人进天堂比骆驼穿过针眼还难”这一思想影响的痕迹。国际经济伦理学会前主席、美国圣母大学乔治·恩德勒教授认为，美国人“所理解的慈善，可以概括为基督精神感召下谋求一种贫富差距问题之解决的义务。”²³⁴ 这是很有见地的观点。

道教是中国土生土长的宗教，而佛教来自于印度，它们的慈善伦理思想在中国几千年的发展中都对人们产生了重要的影响。道教主张“积功累德、慈心于物”，²³⁵ 并将“损有余而补不足”²³⁶ 作为慈善伦理的基本原则。道教猛烈抨击“损不足以奉有余”²³⁷ 的社会不公正现象，劝说富人积德行善，“能有余以奉天下”。²³⁸ 道教将慈善作为人们处理人际关系的重要规范，倡导人们要“悯人之凶，乐人之善，济人之急，救人之危”。²³⁹ 佛教的慈善伦理思想以因果报应说为理论基础，以慈悲精神为核心。佛教认为，“善有善报，恶有恶报”，

²³² 李韬：“慈善基金会缘何兴盛于美国”，《美国研究》，2005年第3期。

²³³ [美]安德鲁·卡内基：《卡内基自传》，长江文艺出版社，2012年，第232页。

²³⁴ [美]乔治·恩德勒：“美国的慈善伦理与财富创造”，《上海师范大学学报》，2014年第1期。

²³⁵ 《太上感应篇》。

²³⁶ 《老子》七十七章

²³⁷ 《老子》七十七章

²³⁸ 《老子》七十七章

²³⁹ 《太上感应篇》

在这种道德说教下，许多人去恶从善，以致因果报应说成为中国人道德伦理的精神支柱。而所谓慈悲精神就是对他人要讲慈爱和同情，要布施施惠。在现代企业家中，不乏道教和佛教的信众，他们的慈善伦理中有道教和佛教文化的动因。

第二，人性元素。中国儒家的代表人物孟子从天赋道德的立场上提出“性善论”，阐述了慈善何以可能。他认为人天生有“四个善端”，即“恻隐之心、羞恶之心、辞让之心、是非之心”。²⁴⁰ 这“四个善端”经过后天的扩充，就成为“仁义礼智”四个德目。其中“恻隐之心”即同情心、怜悯心，同情心、怜悯心是慈善行为的最深层次的驱动力。近代西方伦理学家休谟明确指出：“怜悯就与慈善关联”，“慈善借一种自然的和原始的性质与爱发生联系。”²⁴¹ 在中国的历史上，有一大批商人群体，将儒家的伦理思想作为自己的人生信条，并诉诸于行动，被称之为“儒商”。张謇是中国近代儒商的杰出代表，他倾其自身资产，在家乡南通建育婴堂、养老院、聋哑学校、栖流所等，成为近代著名的大慈善家。他怀着儒家的“恻隐之心”，践履着儒家“仁者爱人”、“民吾同胞”的精神。他经常引用儒家经典来证明自己的观点，“呜乎，视天下之饥犹己饥，视天下之溺犹己溺，为得位之圣人言之也：己欲立而立人，己欲达而人，为凡人之欲为仁者言之也。”²⁴² 在西方，康德从动机论出发，认为爱和同情心是区别慈善和非慈善的标准。他说：“出于对人们的爱和同情的好意对他们行善，或是出于对秩序的爱而主持正义，这是非常好的。”²⁴³ 假如不是出于同情心，即使有用，也不是善的。假如出于仁爱之心，即使未达到效果，也是善的。康德认为慈善的行为应该是由人性中同情和仁爱之心驱动的行为。

²⁴⁰ 《孟子·公孙丑上》。

²⁴¹ [英]休谟：《人性论》，关文运译，商务印书馆，1980年，第420页。

²⁴² 《张謇全集》4卷，江苏古籍出版社，1994年，第363页。

²⁴³ [德]康德：《实践理性批判》，邓晓芒等译，人民出版社，2003年，第112页。

第三，价值观元素。企业家慈善伦理的文化动因包括两大方面：为何捐赠，即慈善伦理由内心何种力量所推动？如何捐赠，即慈善捐赠中的财富处置方式以何为评价标准？两方面都会涉及价值观元素。香港著名企业家霍英东以高尚的人生价值观和财富价值观，推动慈善捐赠是典型的案例。霍英东是充满爱国之心的“红顶商人”，他是最早响应、参与祖国改革开放事业的香港实业家。改革开放以来，他为内地尤其是广东省的交通基础设施建设投入了大量资金，而且不图回报。他认为，财富回馈给社会，才能实现其最大价值。他坦诚地告诉社会：“投资，捐赠，目的只有一个，就是希望国家兴旺，民族富强。”²⁴⁴

慈善捐赠中的财富处置方式也渗透着价值观的元素。以美国为例，美国的企业家如卡内基等人将建立慈善基金会视为财富处置方式，是由美国文化的特点及其价值观所决定的。美国文化以个人主义为基础，强调功利与效用。美国的企业家认为，自己的财富交给社会精英，通过慈善基金会来管理和分配，比政府更有效用。正如卡内基所说：“这种方式建立在最强烈的个人主义精神之上……在这种方式下，我们的国家会达到比较理想的状态，集中在少数人手中的财富也会因为妥善地用于公益事业而让大多数人受益。而且，通过少数人之手，这些财富更有可能成为改善我们人类状况的有效力量”。²⁴⁵可见，美国文化中的个人主义、强调效用原则的价值观是美国特色的慈善基金会产生和发展的基础，同时美国特色的慈善基金会也是传承美国文化的重要载体。

第四，心理需求元素。满足人的心理需求是慈善捐赠动因之一。企业家在慈善捐赠中，会带来归属感、成就感、荣誉感等心理需求

²⁴⁴ “霍英东与改革开放后的交通”，《中国交通报》，2006年11月16日。

²⁴⁵ [美]安德鲁·卡内基：《卡内基自传》，长江文艺出版社，2012年，第229页。

的满足。因为他们虽然付出了财富，但同时也从中获得了预期的“声誉享受”。许多海外华侨企业家尽管经济实力不菲，但在异国他乡常受歧视，难以受到当地社会的真正尊重。而回到祖国后，对家乡的慷慨捐赠，得到了社会的高度赞誉和认可，这使他们的心理需求得到了极大的满足。而这种心理满足又推动了他们投入祖国的慈善公益事业中。

二、中国传统文化的特点与企业家慈善伦理的动因分析

中国具有五千多年的历史，在长期的发展过程中，形成了自己独特的文化特点。这些文化特点必然对慈善伦理的动因产生深刻的影响，并成为慈善伦理的文化基础。先秦时期是中国文化百家争鸣的时期，儒墨之争对于中国慈善伦理思想的形成有着重要影响。但纵观中国几千年的中国慈善伦理思想发展的历程，中国慈善伦理思想主要有儒家、道教和佛教三大派别。但中国古代社会发展到宋代以后，三家的慈善伦理思想相互吸收，相互认同，形成了更多的共识，而代表国家意识形态的儒家慈善伦理思想在其中占有主导地位。研究中国传统文化的特点与当代中国企业家慈善伦理的动因的关系，主要是研究儒家文化的特点与当代中国企业家慈善伦理的动因的关系。

中华民族是在没有摧毁原始氏族组织的情况下直接进入奴隶制国家的，整个社会结构保存了以血缘为纽带的氏族遗制，这是研究中国古代伦理思想产生及其特点的基础。儒家的伦理学说鲜明地反映了这一特点。儒家创始人孔子伦理思想的核心是“仁”，但什么是“仁”，孔子有明确的说法，他说“仁”就是“爱人”，仁爱的基本原则，就是根据血缘关系的远近，决定爱的程度。首先是“爱亲”，即把基于血缘关系的亲子之爱置于仁爱的首位，然后才是“泛爱众”。“泛爱众”与“爱亲”所涉及的父子、兄弟关系不同，涉及的是氏族成员间的关系，本质上也是对整个氏族的爱。孟子忠实地继承了孔子的仁爱

思想，提出“老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼”²⁴⁶的仁爱实施路径，这一实施路径，也以宗法血缘关系为基础。简言之，儒家的仁爱说与宗法血缘关系有不解之缘，坚持根据血缘的亲疏来划分“仁爱”的层次，主张“爱有差等”的伦理观念。这与基督教的“上帝之爱”是不同的。

在百家争鸣的春秋战国时期，儒墨是显学，但在“爱人”的问题上两家是根本对立的。墨子伦理思想的核心是“兼爱”，主张“爱无差等”，反对“爱有差等”。他说：“为其友之亲，若为其亲”。²⁴⁷墨子要求人们不分人我，不辨亲疏地彼此相爱，具有浓厚的理想主义的色彩，并未为古代中国所接受，以致沉寂几千年。在长期的社会生活中，儒家的仁爱说占据主流地位，渗透到社会生活的各个方面。在慈善伦理方面，人们更多地接受“爱有差等”的理念。

中国的企业家在经过商场的激烈拼搏后，积累了不少财富。在自己的有生之年，如何处置财富，成为人生不可回避的问题。他们深受传统文化中建立在宗法血缘关系基础上的“爱有差等”伦理理念的影响，形成了与西方企业家不同的慈善伦理动因的特点：

第一，血缘、族缘、乡缘、地缘是企业家慈善伦理的重要动因。家族企业正越来越成为推动中国经济发展的重要力量。截至 2014 年 7 月 31 日，2528 家 A 股上市公司中，1485 家为民营企业。民营企业中上市的家族企业有 747 家，占比为 50.3%。对于数量不菲的家族上市公司来说，创业第一代即将退出历史舞台，将接力棒交给合适的继承者，实现企业无论是财富还是精神的顺利传承，已刻不容缓。中国家族企业将迎来历史上规模最大的一次传承——未来 5 至 10 年，大约 3/4 的中国家族企业将面临交接班问题。²⁴⁸在

²⁴⁶ 《孟子·梁惠王上》。

²⁴⁷ 《墨子·兼爱下》。

²⁴⁸ “2014 家族企业传承主题论坛：话传承心得 谋长青之道”
http://he.ce.cn/gd/201412/01/t20141201_1907491.shtml

传统文化的影响下，中国的企业家往往希望尽可能多地把个人的事业和财富传给自己的子女，特别是儿子，对捐献财富给社会则热情不足。

企业家如何处置个人的财富，是他个人权利范围的事情，社会应该尊重企业家在财富问题上的各种选择。但社会也应该鼓励更多地企业家，特别是拥有巨额财富的企业家用理性的思考认识和处置财富。2014年，中国千万富翁的人数已经达到109万，而亿万富翁达到6.7万。这些富翁特别是亿万富翁中，企业家占多数。把巨额财富留给子女，符合当代中国大多数企业家的心愿。作为父母，给后代留下适度的财富，避免他们在贫困中沉浮，是值得肯定的。但是，把大大超过一般人生活水平需要的巨额财富留给子女，是弊多利少。当然，社会上不乏一些“富二代”不负众望，崭露头角，但毕竟是少数。根据统计，在全球，能延至第二代的家族企业只占总数的39%。而能延至第三代的家族企业仅占15%。²⁴⁹许多“富二代”挥霍家财，被金钱腐蚀而堕落，败坏了社会道德风气，为社会所不齿。大慈善家安德鲁·卡内基甚至说：“明智的人只要考虑一下那些留下巨额家产的后果，就会明白：留给后代万能的金钱，无异于留给他一条祸根。”²⁵⁰他的话虽然严厉，但不乏警示意义。

在宗法血缘关系的基础上，族缘、乡缘、地缘的文化认同也是中国企业家慈善伦理的重要动因。具有中国传统文化背景的企业家人，对于同族、同乡、同地的人们遇到了困难和不幸或者需要其他帮助时，更愿意奉献爱心，给予各种捐助。例如，当家族、家乡的铺路、修桥等慈善公益事业需要帮助时，企业家会倾注更大的热情。

²⁴⁹ “2014 家族企业传承主题论坛：话传承心得 谋长青之道”

http://he.ce.cn/gd/201412/01/t20141201_1907491.shtml

²⁵⁰ [美]安德鲁·卡内基：《卡内基自传》，长江文艺出版社，2012年，第227页。

又如，一些出国留学的青年人，在求学和生活发生困难的时候，企业家捐助的同乡会往往会伸出热情帮助之手。

简言之，中国长期以来是一种以自然经济为主体的“熟人社会”，儒家“爱有差等”的伦理理念对当代中国企业家有着重要的影响，血缘、族缘、乡缘、地缘成为企业家慈善伦理的重要动因。

第二，感恩是中国企业家慈善伦理的重要特点。慈善伦理发源于人的同情心，古今中外并无多大争议。但在慈善活动中，中国的企业家和国外的企业家也有许多不同。中国的慈善活动强调感恩，更注重情义。中国儒家文化强调“知恩图报”，甚至主张“滴水之恩，涌泉相报”，对于那些忘恩负义的失德者，加以严厉的道德谴责。对于许多企业家来说，在他们成长的过程中，或者是创业最艰难的时候，曾得到他人的援手。但他们功成名就之后，必然要感恩社会，感恩他人。他们认为，慈善捐赠正是这种感恩之情的表达。而当他们施恩于他人时，他们也往往渴望对方能表达感恩之情。感恩是人类社会基本的伦理意识，施恩与感恩是人类感情的双向流动。慈善捐赠后，希望得到回报，也是人之常情。感恩推动了中国企业家慈善的热情。

然而，中国的慈善组织不发达，慈善捐赠往往是在个人与个人之间进行的，在现代社会生活中往往会遇到尴尬。例如某些受资助的高校学生没有主动与资助者联系，表达感恩之心，而被中断资助。对于感恩问题，社会上有不同的观点。赞成感恩的人认为：“引导人们懂得感恩，并不断从中学会尊重人、在感恩中达到人性的自觉，这对于进一步净化、丰富人的情感，提升人的精神，激发人们超越凡俗、走向崇高，并进一步达到完美的精神之境，无疑具有重要的意义。”²⁵¹但也有人认为“莫以感恩理解慈善”，“行善不仅

²⁵¹ 杨国荣：“感恩：走向人性的深处”，《文汇报》，2007年8月28日。

是慨一时之情，更是应履行的公民责任，无关感恩，无关回报。总以美德来衡量慈善，说明我们的慈善理念还很稚嫩。”²⁵²

感恩问题的不同观点，折射出传统慈善理念与现代慈善理念、中国文化与西方文化的冲突。中国的企业家是站在中国的黄土地上生长起来的，深受中国传统慈善伦理文化的熏陶。不能割断慈善伦理的文化血脉，感恩需要得到肯定。当然，在感恩问题上，捐赠的企业家是强势的一方，对受捐者应该有足够的尊重，多一些平等的观念，少一分恩赐的色彩。正如有的专家指出的：“慈善不是恩赐，而是基于人平等前提下一种爱心的表达、一种发自内在爱心的善举，是对贫困为难这生命价值的敬畏和做人尊严的尊重”。²⁵³ 随着社会的发展，慈善组织作为捐助人和受助人中介的现代社会慈善公益制度将在中国发展和完善，个人与个人发生的感恩尴尬将会得到更多的改善。

感恩是中国慈善伦理文化的特色，在西方很少会发生中国感恩中遇到的那样尴尬。尽管西方文化也讲感恩，但西方的感恩是建立在宗教基础上的，感恩的对象更多的是上帝，这与中国的情况明显不同。在西方，作为慈善捐赠者的企业家是通过慈善基金会等慈善组织与受助者发生联系的，个人与个人的感恩的尴尬问题就可以避免了。

第三，儒家的义利观是中国企业家慈善伦理的精神动力。几千年来，义利之辩作为一个具有重大现实意义的理论命题，成为各家学派争鸣的热点。在道德与利益的关系上，儒家形成了完整的义利理论。特别是儒家创始人孔子的义利观为许多企业家所欣赏和尊奉。孔子认为，在义利关系上“君子义以为上”，²⁵⁴ 但他同时又肯定“利

²⁵² 龚丹韵：“勿以感恩理解慈善”，《解放日报》，2007年9月8日。

²⁵³ 朱贻庭、段江波：“善心、善举、善功三者统一”，《上海师范大学学报》，2014年第1期。

²⁵⁴ 《论语·阳货》。

益”在价值观上的地位。他说：“富而可求也，虽执鞭之士，吾亦为之”、²⁵⁵ “义然后取，人不厌其取”。²⁵⁶ 尽管孔子认为“君子喻于义，小人喻于利”，²⁵⁷ 有重义轻利的倾向，但他又说：“富与贵，是人之所以欲也，不以其道得之，不处也；贫与贱，是人之所以所恶也，不以其道得之，不去也。”²⁵⁸ 后人将这句话的意思概括为“君子爱财，取之有道”，在企业家群体里脍炙人口，产生了深远的历史影响。总之，孔子的义利观认为，义在利先，但义与利在一定条件下是可以统一的。

在中国历史上，有“儒商”的称谓。所谓儒商，既有儒者的道德和才智，又有商人的财富与成功。也就是说，儒商把对道义的追求和利益的获得很好地结合起来了，统一起来了，既是商界的精英，又是道德的楷模。儒商诚信经营，有较高的文化素质，同时有救世济民的远大抱负和忧患意识，追求达则兼善天下。前述的近代大慈善家、儒商张謇曾和友人交谈时说道：“我们儒家有一句扼要而不可动摇的名言：‘天地之大德曰生’。这句话的解释，就是说一切政治及学问最低的期望要使大多数的老百姓，都能得到最低水平线上的生活。……换句话说，没有饭吃的人，要他有饭吃；生活困苦的，使他能够逐渐提高。这就是号称儒者应尽的本分。”²⁵⁹ 当看到老百姓生活困难，历史上的儒商们慷慨解囊，甚至倾其所有，扶贫、助学、救灾、济困、解危、安老。不难发现，在他们的价值观上有儒家学说的推动。在一定意义上说，儒商是慈善家的代名词。

中国儒家伦理学说鼓励人们以积极的态度追求善，将道义置于利益之上，并认为这不仅是一个认识问题，更重要的是实践问题。要将正确的道德认识诉诸于实践，达到知行统一。企业家在经营中

²⁵⁵ 《论语·述而》。

²⁵⁶ 《论语·宪问》。

²⁵⁷ 《论语·里仁》。

²⁵⁸ 《论语·里仁》。

²⁵⁹ 刘厚生：《张謇传记》，上海书店，1985年，第251页。

获得了成功，积累了不少财富，将财富用之于社会慈善公益事业，正是体现了企业家高尚的道德情怀。人们对善的追求过程是从小事做起，从身边的的事做起，积善成德。许多济困、安老等慈善义举看起来是小事，但闪耀着人性的光辉，传递着社会的温暖。对于一些企业家来说，完全是力所能及的。历史证明，儒家伦理是企业家慈善活动的精神推动力。

三、打造 21 世纪中国企业家的慈善伦理

1、在 21 世纪中国慈善事业发展中的历史使命。

改革开放 30 多年来，市场经济的大潮孕育了中国企业家群体。他们不仅是经济发展的中坚，也是慈善事业发展的中坚，承担着发展 21 世纪中国慈善事业的历史使命。

在南北战争后至 19 世纪初，美国经济出现了一个经济发展的黄金时期，历史学家常常把这一时期称作“镀金时代”。这一时期的显著特点是经济高速发展，贫富差距迅速扩大，社会矛盾非常尖锐。正如国际经济伦理学会前主席、美国圣母大学乔治·恩德勒教授指出的：“与当今中国有着惊人相似的情况。”²⁶⁰ 卡内基等为代表的富豪将利己主义和博爱主义交织于思想和行为中。一方面，他们崇尚社会达尔文主义，不择手段地追求财富，有着不少人生的劣迹，但另一方面，他们又以博爱精神捐出他的大部分财富，建立基金会，成为举世闻名的大慈善家。卡内基以自己的财富大量捐助建设了数以千计的图书馆，遍布全球，以致骄傲地宣称这是“日不落”图书馆。他的慈善事业对美国乃至世界的教育、科技和文化发展都有重大而深远的影响。

中国的 GDP 总量已经居世界第二位，但 2014 年世界慈善捐赠指数中，中国大陆在 135 个国家和地区排名中仅列 128 位。²⁶¹ 这

²⁶⁰ [美] 乔治·恩德勒：“美国的慈善伦理与财富创造”，《上海师范大学学报》，2014 年，第 1 期。

²⁶¹ “环球一周民意调查话题榜”，《环球时报》，2014 年 11 月 28 日。

与中国在国际上的地位与形象是不相称的。同时，慈善事业的滞后，对于当代中国解决贫富差距扩大的社会矛盾，实现社会的和谐，是有百弊而无一利的。美国等国家发展的历史经验表明，企业家是慈善事业发展的中坚，企业家通过慈善活动能够推动国家和社会的发展。他们在慈善事业方面做出的杰出贡献，可能名垂青史。当代中国企业家面临慈善事业大发展的时期，国家将出台有关慈善的法律和政策，支持和规范企业家的慈善活动。在这伟大的历史时刻，当代中国企业家应该充分认识到身上肩负的这一历史使命，并忠实地履行这一历史使命。改革开放的 30 多年中，不少企业家获得了事业的成功，个人的财富积聚已经达到了一个客观的数字，这就从经济上为慈善事业打下了基础。巨额的财富是留给子女还是投入慈善事业？孩子是父母血脉的延伸，寄托着父母的希望，父母给孩子留下一定的财富，有利于保证孩子生活的幸福，这是天经地义的。但作为巨富的父母，还应该有慈悲心，关心天下其他人的幸福，应该有社会责任感，用自己的财富为社会做点什么。“取之于社会，用之于社会”，如果这样，他的良心就会为更多的人所颂扬，他的人生将会增添更多的光彩。

2、在多元的慈善伦理观中走向高尚

在慈善活动中，企业家的捐赠动机有着不同的层次。从大的层面划分，主要有功利性的捐赠与非功利性的捐赠。在英语中，“慈善”可以翻译为“charity”和“philanthropy”。两者常常被当作同义词使用，但他们还是有一定区别的。“charity”指称由宗教机构发起的、有宗教动机的慈善活动，主要是非功利性的，而 philanthropy 一般是以世俗的人道主义为动机、并由一些非宗教组织发起的慈善活动，往往具有一定的功利性。从慈善的词源中，也可以看到慈善是可以分类的，功利性和非功利性的分类是应该受到支持的。非功

利性的捐赠完全是无私的奉献，充分体现了慈善的伦理本质，但只有少数企业家能够做到，具有理想主义的色彩。大多数企业家以及他们背后的企业所做的捐赠都有不同程度的功利考虑。现代的企业把慈善公益整合到企业总体战略规划之中，通过慈善公益树立企业和品牌的形象，实现经济利益和社会利益的双赢。在汶川大地震时期，一位著名企业家对赈灾捐助的不当言论受到了广泛的批评，企业的品牌遭到了致命性的打击。而另一家知名企业的慷慨捐赠，受到了社会的热捧，产品销量也直线上升，实现了经济效益和社会效益的双赢。两者形成了鲜明的对比，这种对比提高了企业慈善捐助的积极性。

当代中国的社会是一个多元文化的社会，在慈善伦理动机上更是多元的，有不同的层次。“第一类是建立在无私奉献基础上的慈善伦理观……第二类是带有一定功利色彩的慈善伦理观……第三类是将慈善作为实现某种功利的工具，……谋取不正当私利。”²⁶²我们要宽容和那些有一定功利心的慈善企业家，只要他们拿出了“真金白银”，我们就应该给予基本的肯定。然而，对于包含有功利倾向的慈善捐赠行为的理解和宽容是有底线的，首先它不能突破法律规定的要求，只能在制度的框架和允许范围内运作。其次，它必须与慈善的伦理本质相容，违背了慈善的伦理本质，捐赠就成了伪善，慈善异化就发生了。人的慈善动机隐藏在人的内心，并不直接反映出来。要从其慈善活动中的行为表现中，窥探其内心世界的真实情况。为了使慈善事业能够健康发展，必须通过社会传媒对企业家的慈善行为进行监督，但更重要的是企业家必须加强自身内在的道德修养，树立正确的人生观、财富观，减少功利的冲动，走向高尚。

3、弘扬“陌生人”的慈善伦理观

²⁶² 周中之：“当代中国慈善伦理的理想与现实”，《河北大学学报》，2011年，第3期。

中国传统的慈善伦理观是建立在“熟人社会”中的，对家人、熟人和陌生人有着明显的区别。企业家对“熟人”的慈善捐助有着更高的积极性。在未来发展的相当长一段时间里，这种植根于中国传统文化的慈善伦理现象还将在社会生活中存在。这种现象有一定的合理性，但存在着不少局限性，与现代社会的慈善伦理要求还有距离。现代慈善信奉无特定对象，无远近亲疏，无需相识相见的“陌生人”伦理。这种慈善伦理体现的是平等的原则，是“爱无差等”，这似乎与中国历史上墨子的“兼爱”颇为相似。

慈善伦理观上弘扬“陌生人”伦理，是历史发展的要求。中国社会的改革开放打破了传统社会的生活方式，不同地域之间人员的大量流动，冲击着传统的以血缘关系为纽带的人与人之间的关系，必然要求建立新的、与之相适应的慈善伦理观。现代社会的慈善伦理，会划分慈善行为的特定的救助范围和救助对象，但这些范围和对象不会受到亲缘、地缘的影响。只要符合相关条件，就一视同仁。从企业家慈善捐助的形式来看，基金会将成为主流。这样，捐助人和受助人不发生直接的联系，捐助人提出自己的意愿，由基金会操作运行，捐助人和受助人是“陌生人”。这就要求企业家转变观念，从“熟人社会”中走出来，以平等的态度看待受助人。

弘扬“陌生人”伦理，对于克服道德冷漠有着重要的意义。在生活中为什么一些人视他人的苦难而不见，不愿伸出援助之手？原因是多方面的。但其中一个原因也许是要求受助者不是我的亲人或熟人。也许是亲人和熟人，态度就不一样了。现代文明社会要求人们从“小爱”走向“大爱”，对亲人和熟人的爱走向对所有人的爱，而慈善伦理要弘扬“陌生人”伦理，正是这一要求的不同表达。

从传统的慈善伦理走向现代慈善伦理，是一个历史的过程。企业家是具有创新精神的群体，是不断吸收新思想新观念的群体，在慈善伦理的变革中，能够走在时代的前列。必须指出的是，这种变革是继承和创新的统一，是中国文化和外来文化相融合的过程。要

继承中国儒家的仁爱思想，同时也要吸收国外慈善伦理中的平等思想。要继承中国文化特色和底蕴的慈善伦理方式，也要根据时代的变化，创新形式，这样更容易为人民所接受、认同和践履。

原文载于《道德与文明》2015年第2期