

Globethics Repository



论道德的经济价值

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	王, 小锡;Wang, Xiaoxi
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	2026-09-23 15:18:04
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/156927

ON THE ECONOMIC VALUE OF MORALITY

Wang Xiaoxi

Abstract: As a special productive resource, morality has unique economic significance that is displayed in the process of production not only of use-value, but also of value. This positive value correlation has long been confirmed by the management practice of modern enterprises. The economic value of morality has, however, a rational limit; its economic role should be understood, analyzed and utilized in complex economic relations.

Keywords: Morality; Use-value; Value; Enterprise management

Wang Xiaoxi,
*Professor, School of Public Administration,
Nanjing Normal University, Nanjing, P. R. China*

第 18 章

论道德的经济价值

王小锡

[内容提要] 道德作为特殊的生产性资源具有独特的经济价值，不仅体现在创造使用价值的过程中，也体现在创造价值的过程中。现代企业的经营实践，全面印证了道德与现代经济的这种正向价值关联。但道德所具有的经济价值有其合理限度，应在复杂的经济关系中去理解、分析和利用道德的经济作用。

关键词：道德；使用价值；价值；企业经营

20 世纪下半叶以来,道德的经济价值问题颇受争议。60 年代开始,美国等发达国家就已有学者讨论企业的社会责任问题。尽管有一些经济学家认为,企业的各种活动只是为了增加利润,并以此抵制学术界和社会各界关于企业应当承担其社会责任的呼吁,但却无法阻止人们对企业社会责任问题进一步的研究。从 70 年代起,一批哲学家突破学科界限,把道德理论引入商业领域,并最终发展出经济伦理学。²⁷⁴ 2002 年的安然事件和 2008 年席卷全球的金融危机,促使西方学术界进一步重新思考:道德究竟能对经济生活起到多大的作用?道德的经济价值如何体现?

20 世纪 90 年代初,社会主义市场经济在中国确立伊始,学界就围绕道德的经济价值问题展开了激烈的论辩。论辩各方的主要观点可以归纳为两类:“道德无用论”,认为市场经济可以自发地趋向完善,道德对市场经济而言并没有价值;“道德万能论”,强调社会道德的作用无处不在,道德不仅可以促进市场经济建设,甚至能够主导市场经济发展。“道德无用论”和“道德万能论”尽管都涉及道德的经济作用和社会功能,但严格来讲都不是在经济伦理学的意义上讨论道德的经济价值问题。不过,这场讨论对我国经济伦理学学科的形成和发展起到推动作用。²⁷⁵ 20 世纪 90 年代中期,有学者提出了“市场经济是道德经济”的观点,认为市场经济是“规则经济”,道德就是规则和规范。“所谓规范市场经济,实际就是规范市场经济的行为主体(个人、群体和社会)的行为。”²⁷⁶ 不久,经济学界发

²⁷⁴ Richard T De George. (1987). The Status of Business Ethics: Past and Future, *Journal of Business Ethics*, p. 201.

²⁷⁵ 在我国,作为学科意义上的经济伦理学的研究始于 20 世纪 90 年代初,发表了一批以研究经济伦理学的对象、经济的伦理内涵、伦理的经济意义、商品经济与道德进步是否一致、赚钱与讲道德能否融通、传统的经济伦理观念是什么等为主要内容的文章,同时,专门研究经济伦理学原理的著作也有问世。经过近 10 年的发展,中国经济伦理学学科体系建设基本完成。

²⁷⁶ 夏伟东:“市场经济是道德经济”,《新视野》,1995 年第 3 期。

生了一场关于经济学该不该讲道德的争论。²⁷⁷“道德无用论”、“不道德的经济学”之类的观点遭到许多经济学家和伦理学家的批评，在某种程度上，学界形成了一种共识：市场经济有不可或缺的道德维度，经济学应该讲道德。²⁷⁸ 经济学学者韦森的观点具有一定的代表性：“市场制序有着伦理之维；道德支撑着市场的运行。看不到这一点，将是一个理论的‘道德色盲’”。²⁷⁹ 为此，他提出“当代经济学与当代伦理学应当恢复对话与沟通”。²⁸⁰ 回溯西方经济思想史，经济学应该讲道德并不是今天才有的理念，凯恩斯就已提出：“经济学在本质上是一门道德科学，而不是自然科学”。²⁸¹ 诺贝尔经济学奖获得者阿马蒂亚·森则明确指出：“经济学与伦理学的分离已经导致了福利经济学的贫困化，也大大削弱了描述经济学和预测经济学的基础”，“随着现代经济学与伦理学之间隔阂的不断加深，现代

²⁷⁷ 参与争论的代表作有：樊纲：“经济学家谈道德”，《经济学消息报》，1994年12月8日；刘福寿：“经济学家不讲道德吗？”，《探索与争鸣》，1995年第7期；贾春新：“经济学能远离道德吗？”，《财经科学》，1995年第6期；樊纲：“‘不道德’的经济学”，《读书》，1998年第6期；盛洪：“道德、功利及其他”，《读书》，1998年第7期；姚新勇：“‘不道德’的经济学的道德误区”，《读书》，1998年第11期；罗卫东：“经济学与道德——对经济学某些倾向的反思”，《浙江学刊》，2001年第5期，等。

²⁷⁸ 20世纪90年代中期至21世纪初阐释经济或经济学要讲道德的主要代表作有：厉以宁：《经济学的伦理问题》，生活·读书·新知三联书店，1995年；张军：“道德：经济活动与经济学研究的一个重要变量”，《中国社会科学》，1999年第2期；万俊人：“论市场经济的道德维度”，《中国社会科学》，2000年第2期；徐大建：“经济学家如何讲道德”，《道德与文明》，2002年第5期；等。

²⁷⁹ 韦森：《经济学与伦理学》，上海人民出版社，2002年，第69页。

²⁸⁰ 韦森：“伦理道德与市场博弈中的理性选择”，《毛泽东邓小平理论研究》，2003年第1期。

²⁸¹ 转引自韦森：“经济学的性质与哲学视角审视下的经济学”，《经济学》，2007年第6卷第3期。

经济学已经出现了严重的贫困化现象”。²⁸²可见,经济学不能无视道德,经济学研究离不开道德之维。

无论在国内,还是在海外,学界对道德的经济价值问题的认识都经历了一个逐步发展的过程,并且都还有待于进一步丰富和深入。其原因,一方面是既有的经济学话语体系对这类问题的排斥效应,另一方面是传统的伦理学研究尚不能达到有效分析现代经济行为的水平。如果我们把道德的经济价值问题进一步分解为道德有无经济价值和道德如何转化为经济价值两个子问题,那么学界主流对前者的回答是无疑是肯定的,而对后者却仍没有给出满意的解答。本文拟从道德与现代市场经济的正向价值关联出发,通过考察道德作为一种特殊的生产性资源所具有的经济价值,阐释道德在经济价值转化过程中的积极作用及其合理性限度,以推动我国社会主义市场经济的进一步发展和完善。

18.1 道德:可以带来经济价值的“生产性”精神资源

一切使用价值的创造归根结底都来源于生产,因此,对道德在经济活动中所起作用的考察须从生产出发,具体分析道德在生产过程中以何种方式参与使用价值的创造,这也是学界所谓“道德生产力”²⁸³概念提出的背景。

²⁸² [印度]阿马蒂亚·森:《伦理学与经济学》,王宇、王文玉译,商务印书馆,2000年,第79、第13页。

²⁸³ 道德作为一种意识就影响劳动者这一生产力要素以何种态度投入生产过程,调节生产力要素间的联结方式,节约活劳动和生产资料,并最终提高劳动生产率。正如经济学学者陈彩虹所言:“道德等意识形态对于人类社会的进步具有根本不可或缺的重大价值”,“道德意识形态作为‘有用’的意识存在,历史和现实都告诉我们,它实实在在地帮助人类社会节约了各类成本,实现了较大的效益。”(参见陈彩虹:“道德与功利——现代经济学的一种理解和现代经济学面临的选择”,《东南学术》,2001年第6期)德国学者迈克尔·鲍曼在《道德的市场》一书中提到“道德生产力”一词,但没有专门阐释“道德生产力”概念。不过,迈克尔·鲍曼的“道

生产理论始终是学者们关注的热点问题。尽管观点存在差异，但学者们大都肯定生产过程中精神要素所起的作用。亚当·斯密在《国富论》中把单纯的体力劳动认定为“唯一的生产力”，但在《道德情操论》中又强调了道德在生产中的作用。李斯特和施托尔希强调，生产的发展必须要有人的体力、智力和道德力的培养，否则不会生产财富。²⁸⁴ 马克思以广义生产理论，强调了精神生产是生产中不可或缺的环节，包括道德在内的精神生产直接影响和制约着“狭义生产”的方向。²⁸⁵ 事实上，生产过程中物质生产力的形成，有赖于包括道德在内的精神力量的参与。“人本身单纯作为劳动力的存在来看，也是自然对象，是物，不过是活的有意识的物，而劳动本身则是这种力在物质上的表现。”²⁸⁶ 所以，“没有人的作为‘主观生产力’及其观念导向，生产力将是‘死的生产力’，不能成为‘劳动的社会生产力’。”²⁸⁷ 道德作为一种特殊的生产力，是活劳动的“主观生产力”，是物质生产力的精神支撑和价值灵魂。在创造使用价值的生产过程中，道德不是以直接、显性的方式发挥作用，而是以间接、隐性的方式，渗透在生产过程中并物化在活劳动的对象化产物

德生产力”也是指道德在经济活动中的作用（参见米歇尔·鲍曼：《道德的市场》，肖君、黄承业译，中国社会科学出版社，2003年）。笔者赞同“道德生产力”概念，藉以表明道德在创造使用价值过程中的作用。需要指出的是，这里所说的“道德生产力”概念意指渗透于物质生产力之中、并发挥着特殊作用的精神因素，而非某种独立的实体存在。

²⁸⁴ 景中强：“论马克思精神生产理论的经济来源”，《理论与改革》，2003年第2期。

²⁸⁵ 马克思的生产理论有“狭义生产理论”和“广义生产理论”之分。“狭义生产”是指物质资料的生产；“广义生产”是指包括物质资料的生产、人的生产、精神生产、社会关系的生产在内的整个人类社会的生产和再生产。参见俞吾金：“作为全面生产理论的马克思哲学”，《哲学研究》，2003年第8期。

²⁸⁶ 《马克思恩格斯文集》第5卷，人民出版社，2009年，第235页。

²⁸⁷ 王小锡：“再谈‘道德是动力生产力’”，《江苏社会科学》，1998年第3期。

上。对于这一问题，我们可从宏观与微观、静态与动态等维度加以分析。

首先，从宏观与微观维度来看。

从宏观上亦即对社会总体而言，道德可以为生产的发展营造良好的劳动生产环境和必要的社会条件，减少生产发展的“社会成本”。现代的社会化大生产不是单一的物质生产，而是一种全面的社会生产。道德作为生产内在构成的精神要素，在其中发挥着特有的作用，但长期以来却一直被忽视。²⁸⁸ 在创造使用价值的生产过程中，一方面，道德作为生产者关于产品“好用”、“耐用”、“高效地用”等为人的设计理念，参与了产品功能的规定，并最终通过生产符合人的合理需求的优质产品这一物化形式体现出来；另一方面，道德作为规范的尺度，在活劳动的物化过程中参与了生产活动条件和劳动组成方式的规定。在这里，道德作为生产的“非制度约束”，²⁸⁹ 是提高产品质量和减少社会生产成本的必要条件。当然，参与创造使用价值的道德必须是一种共识道德，唯此，道德参与创造使用价值才是可能的。

从微观上看，道德作为劳动者个体的精神动力和价值支撑而参与使用价值的创造。首先，道德是社会生活中人与人之间应然关系的反映，是伦理关系在价值观念中的凝结；道德上的“应该”引导人们通过认知和实践达成理性的生存方式。其次，道德上的“应当”揭

²⁸⁸ 尽管物质生产是基础并主导其他生产，但是其他生产也会以各种方式不同程度地影响制约物质生产的发展水平，道德正是通过各种方式渗透到其他生产之中，并通过间接的方式来影响物质生产的。

²⁸⁹ 这里的“非制度”因素是指人们在长期的社会生活中逐步形成的习俗、伦理道德、文化传统、价值观念、意识形态等对人们行为产生非硬性约束的规则规范。诺斯认为，在人类行为的约束体系中，非正式制度具有十分重要的地位，即使在最发达的经济体系中，正式规则也只是决定行为选择的总体约束中的一小部分，人们行为选择的大部分行为空间是由非正式制度来约束的。参见道格拉斯·C·诺斯：《制度、制度变迁与经济绩效》，刘守英译，上海三联书店，1994年，第140页。

示人的理性发展方向和社会的理性发展趋势。作为生产力第一要素的劳动者，需确立其人生价值，遵循合理的道德规范，才能够适应社会的发展。再次，作为劳动者品质和素养的道德，是决定其劳动态度的稳定器。没有基本的道德素养，劳动者的“活劳动”就会成为纯粹工具性的、“死的生产力”。当然，劳动者个体的道德“偏好”只有在生产过程中成为直接的社会道德形式时，才能够创造使用价值。因此，能够参与创造使用价值的道德，总是那些已经内化为劳动者的价值观念并成为其固定的行为方式的道德规范，偶然的道德觉悟或一时的道德冲动难以转换为劳动者的固定行为方式并参与使用价值的创造。

其次，从静态与动态维度来看。

静态地看，道德参与创造使用价值的方式有两种。一是道德以社会生产力的形式参与其中。“任何生产力都是一种既得的力量，是以往的活动的产物。可见，生产力是人们应用能力的结果，但是这种能力本身决定于人们所处的条件，决定于先前已经获得的生产力，决定于在他们以前已经存在、不是由他们创立而是由前一代人创立的社会形式”。²⁹⁰ 这些“社会形式”作为人们在社会生产中的共同活动方式，无疑包括作为社会意识形式的道德。二是道德以劳动产品的形式体现在使用价值中。“在劳动过程中，人的活动借助劳动资料使劳动对象发生预定的变化。过程消失在产品中。它的产品是使用价值，是经过形式变化而适合人的需要的自然物质。劳动与劳动对象结合在一起。劳动对象化了，而对象被加工了。在劳动者方面曾以动的形式表现出来的东西，现在在产品方面作为静的属性，以存在的形式表现出来”。²⁹¹ 恩格斯指出，劳动“还包括经济学家没有想到的第三要素，我指的是简单劳动这一肉体要素以外的发明和

²⁹⁰ 《马克思恩格斯文集》第10卷，人民出版社，2009年，第43页。

²⁹¹ 《马克思恩格斯文集》第5卷，人民出版社，2009年，第211页。

思想这一精神要素。”²⁹² 在生产过程中，伴随着活劳动的物化，“发明和思想这一精神要素”也物化在劳动产品中。显然，恩格斯这里所说的“精神要素”中包含着道德的成分。不过，在创造使用价值的过程中，道德在劳动产品中的凝结有其特殊的方式。道德不能直接改变劳动对象的自然属性，也无法直接塑造劳动产品的属性，因而不能直接创造产品的使用价值。但是，道德能够通过劳动者的行为方式作用于其他生产要素而塑造劳动产品的属性或实现其功能的优化，从而使产品更好地满足人们的需要，并由此实现其参与创造使用价值的功能。简言之，所谓道德参与创造使用价值即劳动者在生产过程中将一定的道德价值凝结在劳动产品中从而使其更好地满足人们的需要。从这一意义上说，人的需要的合理性限度，是道德实现其参与创造使用价值的合理性限度的依据之一。

动态地看，道德参与使用价值的创造是一个过程。一般认为，生产工具是生产力发展水平的标志，而劳动者的道德状况与生产力的发展水平则具有正相关性。首先，生产力水平不能仅从生产力要素的静态构成加以衡量，还应根据生产力要素的整合效应进行衡量。生产力要素的整合效应是指合理、有效地配置劳动者、劳动工具和劳动对象之间的组织方式，使其最大限度地发挥生产系统的合力。然而，生产力要素的合理配置离不开道德的考量，如前所述，道德通过影响劳动者的行为进而影响生产效率，较高的道德境界可以增强劳动者的责任心，决定着劳动者与劳动工具、劳动对象的结合方式及合理性水平，进而较大限度地发挥劳动工具和劳动对象的作用。其次，道德是协调人际关系的重要手段，是优化劳动关系的精神纽带。劳动共同体内部的和谐关系，能够有效地减少人际间的“摩擦消耗”，起到关系“润滑剂”的作用。现代化的社会化大生产过程是以复杂的社会分工和价值交换为基础的，即使是最简单的产品生产也

²⁹² 《马克思恩格斯文集》第1卷，人民出版社，2009年，第67页。

有赖多方合作才能完成。合理的道德观念有助于劳动者树立合作性竞争的理念,有利于提高生产效率,创造出更多的社会财富,并由此推动社会生产和社会交往朝着更加合理的方向发展。最后,生产力水平并不等同于一时的生产效益。只顾眼前,不顾长远,无视环境伦理,不讲生态道德,这种使用价值的创造过程根本上是对生产力的破坏。这也表明,只有同社会发展的理性价值目标保持正向关联,道德才可以真正创造使用价值。

综上所述,道德是现代化大生产不可或缺的精神要素。作为伦理关系的价值凝结和规则体系,道德普遍地存在于社会生产过程中,生产的有效性和经济的高效益都与社会道德密切相关。正是在这一意义上,我们说道德在使用价值创造中的作用能够转化为可以带来经济价值的“生产性资源”,道德能够成为一种可以带来经济价值的精神生产力。

18.2 资本形态的道德对价值增值与约束资本的独特作用

道德作为一种精神资源,在创造价值的过程中同样发挥着独特的作用。在经济活动中,有助于创造利润的一切道德因素都可归入精神资源的范畴。道德作为一种精神资源,具体包括道德规范、价值观念、社会习俗等。正是基于对道德作为一种精神资源在价值创造和增值过程中的独特作用,一些学者甚至将其提升到道德资本的高度。²⁹³

²⁹³ 国内学者罗卫东和王泽应等分别于1998年、1999年提出道德资本概念,参见罗卫东:“论道德的经济功能”,《中共浙江省委党校学报》,1998年第1期;王泽应、刘湘波:“论道德资本要素对市场经济低效困境的化解”,《湖南师范大学社会科学学报》,1999年第5期。2000年,笔者在《论道德资本》一文中对“道德资本”概念作了系统阐释,道德资本问题受到学界的关注,参见2000年—2009年各卷《中国经济伦理学》年鉴。此后,笔者以系列论文论证了道德资本的作用方式和存在理由等,参见《道德资本与经济伦理——王小锡自选集》,北京:人民出版社2009

需要指出的是，这里所说的道德资本概念中的“资本”并非马克思使用和论述的经典资本概念，而是资本一般视阈下的范畴。²⁹⁴ 社会道德能够以其特有的引导、规范、制约和协调功能作用于生产过程，促进经济价值增值。因此，从资本一般概念出发，道德作为影响价值形成与增值的精神因素具有资本属性。换言之，道德资本是体现生产要素资本的概念，是广义资本观下的资本概念。它不同于马克思政治经济学中作为反映或批判资本主义社会制度和经济关系的分析工具的资本概念。在马克思看来，资本不是物，资本是带来剩余价值的价值；资本是经济范畴，更是经济关系范畴，它体现了资产阶级和工人阶级之间的资本剥削雇佣劳动的关系。而道德资本则是把道德视为一种有价值的生产性资源，以此来分析道德在经济价值增值过程中特殊的功能和作用，这是道德资本概念与马克思资本概念的区别，也是理解道德资本的理论空间和逻辑边界的起点。经济学学者罗卫东明确地将道德的经济功能及其作用称为道德资本：“道德的经济功能与资本相类似，它介入经济活动，会带来较大的利益。我们可以借用布尔迪厄的宽泛的资本概念称其为‘道德资本’”。²⁹⁵ 从社会效用来看，道德资本不单纯是促进价值物保值和增值的精神要素，更是一种蕴含社会理性精神的价值目的，以实现经济效益与社会效益的双赢。

年。2003 年，西班牙学者西松（Alejo Jose G. Sison）出版了《领导者的道德资本——为什么美德如此重要》（中央编译出版社于 2005 年翻译出版了该书的中文版），对道德资本的作用方式、培育与管理做出了系统的论述。尽管在论述角度上有所区别，但笔者赞同西松的观点，即道德资本能够引导、规范、制约和协调经济行为，确保生产和经营活动的合理性，最大限度地实现经济效益。笔者认为，道德资本是在广义资本观下对道德经济价值的一种概括，强调道德以其独特的功能促进经济效益的提高。

²⁹⁴ 所谓资本一般是指资本的价值源于活劳动的价值创造过程，所有在价值的创造与增值中影响活劳动发挥作用的物质和精神因素都具有资本属性。

²⁹⁵ 罗卫东：“论道德的经济功能”，《中共浙江省委党校学报》，1998 年第 1 期。

作为精神资源的道德具有规范性和目的性这双重价值。就前者而言,道德作为一种工具理性,对人发挥着规范和约束的作用,以与社会发展保持正向价值关联的价值为目标。但道德绝非一种纯粹的工具理性,以资本形态出现的道德在为价值增值服务的同时也在一定程度上对资本产生约束作用。因此,作为精神资源的道德是“作为资本形态的道德”和“有道德的资本”的统一,这是其特有的社会价值属性。

道德在价值增值过程中的作用主要体现在三个方面:

第一,道德通过激活有形资本来提高其增值能力。资本的本性在于运动,只有不断地运动,才能实现价值的创造与增值。道德对有形资本的激活,首先体现在能够加快有形资本的运行速度。道德通过组织制度的道德化设计以及对人的潜能的激发,实现资源的优化配置,盘活有形资产,而且能够使生产者更为积极主动地投入到生产活动中,提高生产效率。其次,道德还可以不断地物化并蓄积在有形资本当中,通过企业信誉和品牌竞争力等形式,形成资本存量,提高有形资产的附加值。最后,道德能够推动科技进步,促进成果转化。

第二,道德通过优化“毗邻效应”来减少交易费用。如果企业不讲道德,社会诚信缺失,市场秩序混乱,极易滋生种种投机甚至违法行为。因此,“道德是重要的!……道德能降低市场交易的成本,促进经济的增长”。²⁹⁶尤其是道德资本能够优化经济活动,把某些无效率的“毗邻效应”转化为有效的“毗邻效应”。艾伦·布坎南在《伦理学、效率与市场》中曾提到:“市场的批评者们一直认为,毗邻效应(或外差因素)的普遍性和严重性是市场不能取得有效结果的关键所在。”道德对无效率的“毗邻效应”的消解体现在企业决策过程中通过对“有害的第三方效应”的考虑,使消极的外差因素内部化。

²⁹⁶ 张军:“道德:经济活动与经济学研究的一个重要变量”,《中国社会科学》,1999年第2期。

他还指出,“积极的外差因素(有益的第三者效应)也是无效率的。”如接种疫苗不仅对本人有益,其他没有接种疫苗的人也能从中“获益”,因为接触和感染传染病的概率降低了。²⁹⁷道德可以通过强化责任意识,促使市场经济条件下的个人自主地控制行为,形成相对一致的行为方式,从而杜绝“搭便车”的可能。例如,道格拉斯·C·诺思就认为,“这些观念导致人们限制他们的行为,以至于他们不会做出像搭便车那样的行为”。²⁹⁸因此,道德不仅能够降低甚至免去“正式制度”设计的成本,而且能够将不必要的“交易费用”降至最低,最终建立起一种和谐的交易环境。

第三,道德通过规范和引导实现金融资本的增值。在资本市场的运作中,道德的功能表现为对资本市场的规范,使其更加理性化。目前,无论是国际金融市场,还是国内金融市场都有待进一步规范,金融领域的道德缺失和信用体系的不完善在很大程度上影响了现代金融体系的高效运行。²⁹⁹给金融资本“注入”道德资源或加强道德约束,能够提高金融机构从业人员的道德水平,确保第三方评级机构公正地出具审计报告,保证信息的真实可靠性;不仅能够规范上市公司治理,杜绝内幕交易;还能够引导金融资本的合理流向,在兼顾社会效益的前提下带来金融资本的增值。2001年7月31日,英国《金融时报》股票交易所国际公司推出了8种名为“FTSE4GOOD”的“道德指数”。在解释推出“道德指数”的原因时,该公司行政总裁梅克皮斯表示,“投资方在选择投资对象时,越来越多地希望挑选那些有社会责任感的公司。近期,投向这方面的资金

²⁹⁷ [美]艾伦·布坎南:《伦理学、效率与市场》,廖申白等译,中国社会科学出版社,1991年,第31页。

²⁹⁸ [美]道格拉斯·诺思:《经济史中的结构与变迁》,陈郁等译,上海三联书店,1991年,第50页。

²⁹⁹ 2008年爆发的全球金融危机,其主要原因之一就是金融领域内道德资本的缺失。参见王小锡、张志丹:“金融海啸中的中国伦理责任”,《中国教育报》,2008年12月4日理论版。

是以往的4倍”。³⁰⁰“道德指数”的推出，便是道德规范和引导资本市场最好的例证。

18.3 企业经营：道德经济价值的实践考量

在市场经济运行过程中，道德的经济价值主要通过企业的道德经营³⁰¹体现出来。因此，企业的经营活动是对道德经济价值的实践考量。在社会主义市场经济条件下，作为经济活动的主体，企业不仅要追求经济效益，还要追求企业发展的“合道德性”，实现企业的道德经营。正如经济学学者张军所说：“一个企业虽生产‘私人产品’，但企业的生产力却是个‘公共产品’。单有自利动机并不能保证企业的效率，企业也需要自利以外的道德价值，如团队精神和企业文化等。在这里，道德起着十分重要的作用。”³⁰²因此，企业的经营管理者应当认识到道德是企业的核心竞争力，道德经营是企业实现可持续发展的必由之路。

企业道德经营内容丰富，主要包括道德管理、道德营销和道德领导三个方面。只有通过多维度道德经营模式，企业才能最大限度地开发和利用人力资源，充分调动员工的潜能，提高产品的市场占有率，最终铸就企业的核心竞争力。

18.3.1 道德管理与人力资源开发

在中外管理思想史上，把人力资源看做是一种重要的价值资产是现代以来才有的。现代管理学家雷恩认为，人力资源价值的凸显源于两方面：一方面，在企业管理实践中，工业心理学试图建立起

³⁰⁰ 刘桂山：“英国推出‘道德’股指”，《北京青年报》，2001年7月12日。

³⁰¹ “道德经营”不是指“经营”道德，而是指具有道德理性的企业经营活动。

³⁰² 张军：“道德：经济活动与经济学研究的一个重要变量”，《中国社会科学》，1999年第2期。

人员管理的科学基础,“人尽其才”的职业设计取代了选配“头等工人”的方案。另一方面,现代人力资源管理相对于以往的人员管理而言,更强调战略设计。³⁰³通过雷恩对管理思想史的梳理,不难发现,多维度地开发人的智力潜能和各类素质是现代企业管理实践的核心,以人力资源管理为中心的企业管理活动越来越多地蕴含着规范性和目的性的道德考量,笔者称之为“道德管理”。这种道德管理本质上是一种合道德的人本管理,能够最大限度地开发和利用人力资源,铸就企业的核心竞争力。其作用表现在以下几个方面:

首先,就组织结构而言,道德管理可以拓展员工的自由工作空间,道德的柔性管理有助于在企业建立起弹性的组织结构。传统管理学认为,尽可能小的管理跨度可以保证管理者对下属的严密控制。与之相应,组织结构的设计往往追求高度的专业化。其最大缺陷是导致组织的僵化,管理的人性化程度不高,且缺乏活力。现代管理学则认为,较大的管理跨度有利于组织效率的提高,组织设计应追求“扁平化”,在部门设计上应避免过度的专业化,应以灵活的团队组织代替僵化的部门划分。³⁰⁴管理跨度的扩大与部门设计的多样化拓展了员工的自由工作空间。道德管理有利于企业不断地适应外部环境,及时发现并处理各种偶然的突发性事件,改善企业内部的人际关系。

其次,就管理活动的主体而言,道德管理从人的多层次需要出发,激发人的创造性潜能,进而提高企业的综合创新能力。在传统的企业管理中,管理活动往往只看重作为管理对象的人的低层次需要,缺乏对人的高层次需要的足够重视。现代企业管理实践多以人

³⁰³ [美]丹尼尔·A·雷恩:《管理思想的演变》,赵睿等译,中国社会科学出版社,2000年,第556-557页。

³⁰⁴ [美]斯蒂芬·P·罗宾斯:《管理学》,黄卫伟等译,中国人民大学出版社,1997年,第236-240页。

的全面发展为前提，更多地把较高层次的需要作为人的自我实现的优化选择，从而在更高层次上激发了人的创造潜能。

再次，就管理与效率和业绩的关系而言，道德管理可以通过团队合作的方式不断形塑企业的人际合力，有助于企业提高效率和业绩。德鲁克认为，在新型组织中，“传统部门的职责将发生巨大的变化，主要负责标准维护、人员培训和工作分配，而不是具体处理业务”，这种转变要求团队“需要更高层次的自律，并更多地强调个人在人际关系和沟通交流中的责任”。这种团队合作关系的建立，一是依靠组织目标或组织职能的导向力，二是依靠合作道德的聚合合力。³⁰⁵从某种意义上说，合作道德在发挥团队功能上起着更为关键的作用，它有助于在团队中形成良好的人际环境，大大降低团队内部的“人际摩擦成本”，提高效率和业绩，这一点在市场经济条件下显得尤为重要。实践也证明，由合作道德维系的团队组织，往往更加稳固和高效。

18.3.2 道德营销与市场占有率

营销是企业与消费者之间价值交换关系的体现。科特勒认为，现代市场营销由一个庞杂的营销网络体系组成，其过程序列包括五个环节——境内后勤、操作、境外后勤、上市销售和服务；其支撑系统由四个部分构成——采购、技术发展、人力资源管理和公司基础设施。³⁰⁶总体上看，现代企业营销活动主要涉及三大类关系——企业间关系、企业内的部门间关系和企业与消费者之间的关系。

在营销过程中，一个成功的企业必须协调好与各种利益相关者的关系。企业的营销活动不仅要让消费者满意，更要在讲求诚信的基础上，建立起企业与利益相关者之间的信任关系。这种信任关系

³⁰⁵ [美]彼得·德鲁克：《新型组织的出现》，杨开峰译，中国人民大学出版社、哈佛商学院出版社，1999年，第6-7页。

³⁰⁶ [美]菲力普·科特勒：《营销管理——分析、计划、执行与控制》（英文版第12版），清华大学出版社，1997年，第44页。

不仅是维系互利关系的纽带，更有助于企业提高竞争力。正是在这个意义上，我们可以说基于市场信任的企业营销实际上是一种合道德的营销战略，它可以通过如下途径提高企业的市场占有率：

其一，道德营销能够塑造品牌竞争力。科斯洛夫斯基在《伦理经济学原理》一书中提出，“当今经济中的非物质性活动比物质性活动增长得快，（服务型）经济的文化方面的东西比工业经济的物质生产增长得快。评价商品中象征性的和非物质性的价值成分随着经济物质的饱和在向物质性商品价值方面增长。”³⁰⁷因而，在市场经济条件下，产品销售实际上是一种文化销售，其功能在于促使消费者认同商品输出的文化价值观念。价值认同一旦形成，消费者就会接受作为文化价值的符号的产品，产生习惯性甚至依赖性的购买行为。因此，成功的企业往往能够通过对产品文化及其价值观念的输出，与消费群体建立稳固的信任关系，从而塑造企业自身的品牌竞争力。

其二，道德营销能够树立企业信誉。企业信誉是一种无形资产，它是企业在长期的信用关系中不断累积起来的市场信任度。道德营销至少可以通过以下三个方面提升企业的信誉：一是企业和供应商之间通过长期合作建立起来的信任关系，它可以降低交易成本，使商品流通过程保持高效低耗；二是企业与消费者之间的信任关系，它主要体现在消费者对产品功能、质量和销售服务的满意度上；三是企业树立诚实守信的社会形象，通过提高美誉度来开发潜在的消费需求。

其三，道德营销能够提高组织绩效。现代市场营销是由营销网络构成的一组价值链，包括采购供应、技术研发、人力资源管理和支撑保障体系等一系列环节。这一营销网络以营销活动为核心统筹各类资源，确保企业在最短的时间内，以最好的服务为消费者提供

³⁰⁷ [德]彼得·科斯洛夫斯基：《伦理经济学原理》，孙瑜译，中国社会科学出版社，1997年，第123页。

最满意的产品。在营销活动中，只有各部门通力合作以保障信息交流的通畅，保障利益相关者的利益实现，最终才能实现组织绩效的整体提升。例如，技术研发就离不开销售服务部门反馈的市场信息。实际上，真诚的合作关系是产品信息与市场信息在组织内部畅通无阻的前提条件。没有充分的信息交流，就没有相互的信任，就不能保证相关者利益的充分实现，更不会有真正的合作。因此，一件客户满意的商品，表面上看是功能、价格、售后服务的体现，实质上却是道德理念的“物化”形式。

18.3.3 道德领导与企业发展

领导者和管理者是两个不同的概念。罗宾斯在《管理学》中将二者区分为：“管理者是被任命的，他们拥有合法的权力进行奖励和处罚，其影响力来自他们所在的职位所赋予的正式权力。相反，领导者则可以是任命的，也可以是从一个群体中产生出来的，领导者可以不运用正式权力来影响他人的活动”，“领导者是那些能够影响他人并拥有管理权力的人”。³⁰⁸ 真正的领导者既有职业角色特征，更重要的是富有人格魅力，“服从具有魅力素质的领袖本人，在相信他的这种魅力的适用范围内，由于个人信赖默示、英雄主义和楷模榜样而服从他”，具有韦伯所说的“魅力型”统治类型的特征。³⁰⁹ 这种人格魅力并不是职位赋予的，而是源于某种道德领导力。恩德勒通过对领导行为的特征分析，提供了一个典型的道德内化图式，即关系结构——角色人格——责任。他认为，真正的领导行为应当包含道德属性，领导行为应该是道德领导。领导者之所以要讲求道德，主要原因有二：从外部讲，“世界上现代市场经济发展趋势，是作为非经济因素的人文因素（包括道德因素）越来越渗透到经济

³⁰⁸ [美]斯蒂芬·P·罗宾斯：《管理学》，黄卫伟等译，中国人民大学出版社，1997年，第412页。

³⁰⁹ [德]韦伯：《经济与社会》上卷，林荣远译，商务印书馆，1997年，第241页。

活动的各个领域，而且影响越来越大，甚至在企业家之中以无意识或潜意识形态起作用”；³¹⁰从内部讲，“领导因被赋予决策权而在组织中享有的自由活动空间。领导所享有的行为空间越大，他对于调动资源（调动潜能）就越重要，责任也就越大，从而领导伦理学在企业职能关系中的意义也就越大”。³¹¹对企业而言，企业家的道德领导力具有直接或间接的经济价值。合道德的领导行为是实现企业价值增值的来源之一，是推动企业可持续发展的一种企业伦理精神。

企业家的道德领导力与企业发展的内在关联主要表现在三个方面：

第一，道德领导可以激发企业家和员工的创业精神，为企业发展注入不竭的精神动力。在市场经济条件下，领导者一般有指挥、协调和激励三个方面的作用，领导伦理学称之为带头、团结和“核心队员”三种作用。³¹²道德领导能激发管理者和员工的创业精神，为企业发展注入不竭的精神动力。³¹³道德领导在激励下属朝着既定的组织目标前进的同时，还能与下属共同思考企业的发展战略，极大地调动下属的创造性。

³¹⁰ 章海山：《经济伦理及其范畴研究》，中山大学出版社，2005年，第265页。

³¹¹ [德]霍尔斯特·施泰因曼、阿尔伯特·勒尔：《企业伦理学基础》，李兆雄译，上海社会科学院出版社，2001年，第151页。

³¹² [德]霍尔斯特·施泰因曼、阿尔伯特·勒尔：《企业伦理学基础》，李兆雄译，上海社会科学院出版社，2001年，第152页。

³¹³ 伦敦经济学院的森岛通夫在《日本何以成功？西方的技术和日本的民族精神》（四川人民出版社，1982年）中，把日本的民族精神放在该国以规则为基础的行为模式下加以考察。罗伯特·韦德在《驾驭市场》（企业管理出版社，1994年）中都强调了“儒家伦理”在日本商业精神中的作用。另一位日本经济学家青木昌彦在《日本经济中的信息、激励和谈判》（商务印书馆，1994年）中用博弈论的逻辑解释了日本人的合作敬业精神和行为规范。这些文献提供了经济学家研究道德领导问题的丰富成果。参见张军：“道德：经济活动与经济学研究的一个重要变量”，《中国社会科学》，1999年第2期。

第二，道德领导有助于企业家领导力的发挥，促进团队精神的形成。企业的发展离不开合作的团队，这在很大程度上要依赖于企业家的道德领导力。西松在《领导者的道德资本》一书中提出，“领导力是一种存在于领导者与其被领导者之间的双向作用的、内在的道德关系。在领导关系中所涉及的双方——领导者和被领导者——通过相互作用，在道德上相互改变和提升。由此，在道德上的领导就成为主要的领导途径，基于此，个人及其所服务的组织都具有伦理道德性。领导力丰富了个人道德，使个人道德不断成长，并有助于形成良好的组织文化”，可见，“领导力的核心是伦理道德”。³¹⁴ 缺乏道德力的领导，难有真正的领导力，难以带领一流的团队。实践证明，那些创造了辉煌业绩并以人格魅力影响公众的企业家，不但是企业文化的象征，更是企业团队的精神领袖。

第三，道德领导可以促进企业承担社会责任，为企业的发展营造良好的社会环境。普拉利认为，“市场需求迫使企业降低成本、调整战略、减少投入和减少员工。但是企业家在面临市场巨大压力的同时，也必须重视道德考虑。企业经理只有讲道德要求整合与企业政策之中，才能取得更好的绩效”。³¹⁵ 道德领导要求企业家勇于承担社会责任，不仅要对自己的企业负责，还要对社会负责。

《2007 年中国企业经营成长与发展专题调查报告》调查了 4586 名企业经营者，结果显示，超过九成以上的企业家认为，“优秀企业家一定具有强烈的社会责任感”。³¹⁶ 可见，越来越多的企业家开始认可企业的社会责任，而社会责任感也越来越成为优秀企业家的

³¹⁴ [西]阿莱霍·何塞·G·西松：《领导者的道德资本》，于文轩、丁敏译，中央编译出版社，2005 年，第 49—50 页。

³¹⁵ [美]P·普拉利：《商业伦理》，洪成文、洪亮、仵冠译，中信出版社，1999 年，第 107 页。

³¹⁶ 《2007 年中国企业经营成长与发展专题调查报告》（2007 年 4 月 15 日），<http://business.sohu.com/20070415/n249440719.shtml>。

评价标准之一。具有社会责任感、身体里“流淌着道德血液的”³¹⁷企业家，会带动企业担负起更多的社会责任。这势必为提升企业存量资本的层次，为企业进一步的发展营造良好的社会环境和舆论氛围。

18.4 余论

本文强调社会道德与经济行为之间的正向价值关联，一方面意在破除学界在理解道德之经济价值问题上的外在化和表象化缺陷，力图探明二者之间复杂的正向互动关系及其内在规律；另一方面也试图通过对道德价值二重性的分析和对企业经营过程的考量，找到一种经济伦理现象的认识模式和分析框架，从而矫正各类源于知识结构和学科立场的理论偏见，最终消除在理解经济与道德关系问题上的分离解释。笔者认为，用上述架构去分析和论证道德的经济价值，虽不能完全涵盖对经济伦理之正向理解的所有方面，却能够阐明道德之经济价值的主要方面，有助于祛除经济伦理学研究中“外在论”的消极片面性。

需要强调的是，尽管本文着意从上述三个方面凸显道德的正向经济价值，但这并不意味着笔者忽视或否认道德之经济价值的有限性即其合理性限度问题。相反，我们始终清醒地认识到，对“道德的经济价值”的正确理解必须以对“何种道德在何种情况下具备经济价值”这一问题的清晰界定作为基本的理论前提。否则，对道德的经济价值的认识势必会因界限和条件的模糊而陷入泛道德主义的困境之中。也就是说，道德只有内化为经济主体的自觉意识并进入生产过程之中，才能发挥精神生产力和价值增值的作用；并且，只有符合社会发展规律的道德方能对经济行为产生正向的推动作用，否则，不仅不能促进经济的发展，反而会阻碍经济的发展；但是，日

³¹⁷ 温家宝：“用发展的眼光看中国——在剑桥大学的演讲”，《人民日报》，2009年2月4日。

常生活道德规范并不一定直接产生经济价值。可见，满足一定的前提和条件道德的经济价值才能得以实现。

首先，只有当社会的基本经济制度安排获得充分的道德资源的支撑和持续供应，道德才有可能创造使用价值和实现价值增值。能够创造使用价值和实现价值增值的道德首先指的是社会道德。这意味着，只有当道德成为一种充裕的社会资源时，只有当道德资源的供应持续而稳定时，社会道德创造使用价值和实现价值增值才是可能的。道德并不会直接向经济价值转化，而必须以社会的基本经济制度安排为条件。一般而言，社会的基本经济制度安排不仅是社会利益流的导向标，其中也蕴含着一定的伦理原则和道德目的，只有蕴含道德考量的经济制度或者经济政策，才能产生最佳经济效益。

其次，规范的市场运作需要公正和诚信的道德环境，只有在这一条件下，道德经营才有可能。市场经济是规则经济，是按照一定规则进行交易的经济。而市场经济要实现正常运营，其规则的设计和安排势必要蕴含一定的伦理原则和价值标准，而市场公正就是首要的原则和标准。通常，以市场公正为基本框架的交易体系是市场信任的前提。但是，市场公正并不一定导致市场信任。只有当宏观的市场公正和微观的主体诚信同时趋向活动主体时，建立以公正原则为基础的信任关系体系才是可能的。而且，也只有达到这一点，才可以说市场环境的“道德指标”是合格的，市场运作才是顺畅的。反之，市场就会蜕变成纯粹的利益角逐地。在这种情况下，所有作为资本投资的道德都会沦为投机的道德。同时，不道德的市场环境又会向企业内部渗透，瓦解企业的凝聚力和向心力，使道德经营无从谈起。这样，那些追求“道德经营”的企业反而会成为道德的牺牲品。因此，没有良好秩序的市场道德环境，也就没有真正的“道德经营”。在米歇尔·鲍曼看来，经济市场要以“道德市场”为保证，“一个社会如果在现代生活关系的条件下对追求个人利益原则上采取放

任自流的态度，无疑将造成一种发展趋势，这种发展趋势势必摧毁任何一个社会的基础，从而也将摧毁其自身的基础”。³¹⁸

再次，只有当企业或其他经济行为主体自觉承担基本的社会责任并充分履行“利益相关者”的行为角色时，道德才有可能带来较高的工作绩效和生产效率。一般说来，企业在经营管理过程中，存在着利益相关者的网络关系结构。要实现利益相关者各自利益的最大化，社会责任意识就应该成为指导利益相关者网络关系建构的基本原则。尤其是在企业内部，社会责任意识可以激活并整合所有管理要素，并把各项“工作要求”转变为责任心和义务感，从而带来工作绩效和生产效率的提高。相反，若企业缺乏社会责任意识，经营管理就会因为道德的缺失而蜕变成纯粹的“工作治理”，进而导致利益相关者网络关系的畸形。美国次贷危机引发的全球性经济危机，其深层次原因正是由于金融机构基本社会责任感的缺失。

可见，在现代经济生活条件下，道德不会自然地或自发地带来经济价值。超出上述界限或失去上述前提条件的支撑，道德的经济价值及其价值转换便无从实现或难以维系。更有甚者，假如社会运行机制不健全，道德发挥经济作用的条件不具备，那么，讲道德者吃亏，不讲道德者反而赚大钱的畸形社会现象也会不时地出现。这正好说明，在复杂的社会进程中，道德及其经济价值问题应该引起人们足够的重视。

综上所述，道德的经济价值问题既是一个复杂的理论问题，也是一个重大的现实问题。从经济伦理学的观点看，任何经济行为都是包含道德的人类行为，即使是“不道德”的经济学，也是以利己主义为伦理基础和道德前提的。探讨道德的经济价值是要针对经济学中的伦理利己主义问题，为人类经济行为提供一个超越伦理利己主

³¹⁸ [德] 迈克尔·鲍曼：《道德的市场》，肖君、黄承业译，中国社会科学出版社，2003年，第28页。

义的理论分析框架，以合理的道德理性去引导和矫正含有不合理价值观念的经济理性，探索一条更加健全合理的社会发展道路。

原文载于《中国社会科学》2011年第4期