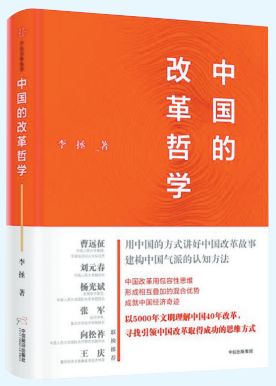
社科书架



《中国的改革哲学》
李拯 著 中信出版社
2018年4月

中国改革的成功奥秘：
包容性思维方式与哲学观念

朱晨凯

中国走过40年改革历程，造就了人类历史上从未有过的经济增长奇迹。发掘中国改革的成功奥秘，对于中国发展乃至人类文明的未来都具有重要意义。《中国的改革哲学》一书，就是要寻找引领中国取得改革成功的思维方式和哲学观念，展示出中庸哲学与“包容型智慧”如何运用于中国改革40年的进程，并由此尝试“以中国为方法”理解中国改革，用基于中国的话语来解释中国的经济改革。

书中指出，中国改革的成功奥秘，是改革背后的包容性思维方式与哲学观念。这本书的一大亮点在于把经济分析的专业性与哲学文化的思想性结合起来，既形成一种通俗的经济理念，也透视经济选择背后的哲学观念。本书立足中国历史与实际，通过“以中国为方法”，为理解中国的经济奇迹提供一种全新的解释框架。对待不同的经济学说以及由此派生出的改革方案，中国都是以学习的态度汲取其合理成分，又以批判的眼光去除其不足之处，并最终混合应用于改革实践。如政府与市场、集中与分散、管制与自由、中央与地方、城市与农村、国内与国际、东部与中西部……在这些方面，中国的经济改革始终坚持执两用中、进行综合运用，形成了各种元素相互抵消缺点而又彼此激荡优势的“混合优势”或者说“叠加优势”。

此外，书中还重点阐述了中国经济奇迹的文化解释；从改革的目标模式、改革的路径选择、改革的转轨方式等动态视角，深入观察“包容型智慧”运用于经济改革的过程；从静态视角观察“包容型智慧”达到的经济绩效；明确提出“作为一种方法论的中国”的概念，用中国的方法论去理解中国、认知中国，并对“包容型智慧”做出系统解释，形成讲述中国故事的认知框架。

书中大部分内容基于中国文化传统的思维方式与哲学观念展开，尤其是经济分析的部分，以一种哲学思辨和科学理性的态度来分析，视角独特。本书所提炼出的“包容型智慧”，只是中国的改革哲学一个微不足道的部分，更深厚的思想智慧还等待着更多人去思考和挖掘。对于希望理解和探索中国改革经验的读者，本书能够提供十分重要的参考。

【精彩书摘】

■面对不同的经济学说，为什么中国没有偏执地选择其中一个？

一位经济学家注意到，中国的经济改革，展现出一种全方位学习的能力：科学技术可以学美国，工业制造学德国，管理学日本，分解房地产的使用权学香港，工业园区学新加坡，农业还可以学以色列。国际金融大鳄索罗斯也感慨：“中国人学得快啊！”面对日新月异的技术，面对现代社会的治理，面对各种经济理论，中国展现出了一种海纳百川的包容能力。

这就带来了一个根本性的问题：面对不同的经济学说，为什么中国没有偏执地选择其中一个？与之形成鲜明对比的，则是俄罗斯等国家选择基于“华盛顿共识”的“休克疗法”。中国的经济改革，为什么能把各种经济学说以及基于这些学说的解决方案结合起来，吸收各自的合理成分并混合应用于现实？这个问题涉及如何看待不同的经济学说的认知问题。这是一个文化传统和哲学观念的问题，也就是改革哲学的问题。

中国改革走过40年，现在确实到了总结中国的改革哲学的时候了。中国传统文化对改革的影响，绝不只是锻造了中国人勤劳、节俭、务实等性格特点，更重要的是在传统文化中沉淀形成的包容性思维方式和哲学观念，影响着人们对待不同改革方法的认知方式，并最终形成了中国改革不走极端、兼收并蓄的混合形态。

显然，贯穿于改革过程的“包容型智慧”，在中国历史上有着源远流长的谱系，它最早的表述就是孔子总结提炼的“中庸”。提出“北京共识”概念的雷默早已注意到中国崛起的“非对称特点”，中国的实力并不仅仅体现在可以数字化的显性实力，也体现在向世界贡献了一种全新的看待现代化的认知方式和思想观念。

■解读中国改革，不能缺少基于文化的解释

过去，很多发展中国家“眼睛向西”，希望从西方先发国家的发展历程中寻找摆脱贫困、走向现代文明的钥匙。现在，不仅是发展中国家，很多发达国家也纷纷把目光转向东方，希望能从中国的改革实践中提炼出具有借鉴意义的改革艺术、制度模式和治理经验。正是在这样的背景下，与改革40年的经济奇迹同样受到瞩目的，是对中国改革的普遍性思考。“中国模式”“北京共识”等新概念，一时间成为风靡世界的学术热词，代表着人们对理解中国改革的热情期待。

但是几乎所有的分析，从抽象意义上来说都集中于有形的制度模式层面。诺贝尔经济学奖得主、新制度经济学大师诺思认为，制度不仅有正式的、成文的制度规定，还有非正式的制度安排，比如说文化传统、民风习俗和意识形态等看不见的因素。从这样的视角来看，解读中国改革，就不能缺少基于文化的解释。

新加坡《联合早报》这样总结：在经济增长的故事以外，中国还有一个也许较不抢眼、较不具新闻轰动效应的故事——一个文明重建的故事。美国前国务卿基辛格敏锐地洞察到数千年历史传统对中国的影响：“中国是独一无二的，没有哪个国家享有如此悠久的连绵不断的文明，抑或与其古老的战略和政治韬略的历史及传统如此一脉相承。”因此，在探讨中国经济奇迹时，就不能忽视文化对于中国改革成功的重要意义。

■“包容型智慧”在中国改革中的运用

在坚持方向的前提下，天生具有实践理性的中国人推行了混合至上的大变革，什么好用什么。一般说来，某种思想或政策只是体现了部分人的需求，因此极端化的思想和政策最终都会“独木难支”。1929年大萧条是古典自由主义的失败，2008年的金融海啸是新自由主义的失败。中国不是没有这方面的教训，改革开放前纯粹的计划经济导致了经济困境。原因何在？其实道理很简单，在思想上，人群可分为左中右；在利益上，人群的层次性更多，任何纯而又纯的政策都不能满足所有人群的观念和利益需求。就是在这个常识意义上，政策必须是混合型的。其实，中外先贤都曾多次告诫我们这样的智慧，中国人讲究的是执两用中、过犹不及的中庸之道，古希腊智者讲最好政体是混合了君主制、贵族制和民主制的混合型政体。

20世纪几乎是一个忘记常识的百年，包容性、混合性都被置于脑后。好在中国有了伟大的邓小平，他提出的“猫论”具有最典型的问题导向、实践理性，在此指导下的改革方案和公共政策也自然具有包容性、混合性。就经济学而言，社会主义市场经济就是典型的混合型体制和包容性理论。没有市场经济，就没有竞争、少有创新、没有富裕；但是市场经济的一个必然结果就是不公正性所导致的社会分裂，这就需要以公正为基本价值的社会主义的方向和政策去引导市场经济。“社会主义”与“市场经济”的历史性结合，体现着中国人善于驾驭矛盾复合体并进行优势互补的包容性能力。

包容性、混合性的社会主义市场经济在经济学理论上其实就是社会主义政治经济学。中国40年改革是对既有社会科学理论的巨大冲击，现在的社会科学理论应该对中国实践抱有敬畏意识，因为现在的社会科学理论尚不能令人满意地解释中国改革成就。政治发展能力、宏观社会结构，对于经济发展具有重要的促进作用，这些“生产要素”并不属于资本、劳动力或技术，而是为经济活动提供了基本的制度架构，是经济活动的“制度性基础设施”。当我们审视中国改革40年的经济成就时，就不能忽视政治发展能力、宏观社会结构的推动作用，需要用一种综合经济学、政治学、社会学等各个学科的包容性视角去观察研究。包容性的实践，需要包容性的审视，也需要包容性的思考、包容性的建构。

【周边图书】

《改革开放以来的中国经济：1978—2018》
厉以宁 著 中国大百科全书出版社
二〇一八年六月

本书辑录了厉以宁从中国改革开放至今的40篇代表性论文，内容主要涉及中国经济体制改革，中国在经济发展过程中的探索与创新，中国经济的机遇与挑战，中国的农业、工业改革，以及与经济发展密切相关的教育、管理等方面的见解。这些文章都是厉以宁对中国经济发展时期的精辟论断，是他对中国经济自改革开放以来40年的不间断思考与研究精华。

（图书信息由宁波市新华书店提供）

世象管见

先尽法律责任 再谈社会责任

吴启钱

前段时间，空姐遇害案发生后，一位朋友跟我说某企业应该赔偿，这是他们的社会责任。我说，不错，是应该赔偿，但那不是社会责任，而是法律责任。某明星被曝偷税漏税，又一位朋友说，他从此看不起这样的明星了，收入那么多却逃税，连起码的社会责任心都没有。我说，不对，这位明星的行为，首先是逃避法律责任。

社会转型期，一些企业或个人试图通过混淆法律责任和社会责任来谋利。一些企业因为在履行法律责任方面存在重大瑕疵，可能受到市场抵制、被消费者抛弃或被政府处罚的时候，“灵机一动”用所谓的社会责任来搪塞、掩盖或逃避，有的动辄唱起社会责任的高调，专门做着“爱国生意”，似乎让人抓不住把柄。

比如，这边视诚实信用为弃履，欠着巨额债务，那边高调扶贫助学，给人一副慈善家的面孔；这边制假售劣，坑蒙拐骗，那边要做“百年老店，文明单位”，给人一种高尚者的形象；这边偷税漏税，偷排污水偷放废气，拖欠工人工资，那边自称“爱国企业”，大谈“成功经验”，给人一种“家国情怀，民族骄傲”的光环；这边屡屡侵犯别人的知识产权，那边宣称自己是“中国式智慧”，给人一种“创新型企业，大国重器”的印象……凡此种种，令人眼花缭乱，使善良的人备受蒙蔽。

这些很有“形象化”、很具“可视性”的所谓社会责任的行为，其实质只是一种“公关秀”或“广告秀”，只是把所谓的“社会责任”作为自己的标榜和某个亮点、卖点，背后可能是为了掩盖某种意图，或达到某种不可告人的目的。这样的行为，只要表面上“光鲜亮丽”即可，只要符合一定的“宣传程式”即可，只要满足某些领导的需要或想法即可，但搞多了，搞大了，就是一种严重违反诚信原则的不公平竞争，是对社会信用资源的滥用。

这样的企业，缺的并不是社会责任，而是法律责任。法律责任是指，违反法律规定的义务或违反受法律保护的约定义务而产生的一种行为后果。比如遵守契约是法律责任，依法纳税是法律责任，生产和销售合格产品是法律责任，保护知识产权是法律责任，保护环境是法律责任，保护工人合法权益是法律责任等，这些行为是从积极的角度而言的。从消极角度来说，在侵权、违约和违法行为发生后，按照法律的规定和受法律保护的协议的约定，给予补偿和赔偿，配合政府调查，接受法律处罚，举一反三积极整改，就是企业的法律责任。

法律责任是一家企业成立、生存和发展的基础，有如“人之为人”一样。连法律责任都不尽，就不是一家合格的企业。社会责任是指，按照道德和道义的要求履行的一种更高层次上的义务。这是企业发展之后做大之后应该承担的道德义务，也是企业最响亮的牌子和“无形资产”，但不是企业的首要义务。

先尽法律义务，再来谈社会责任，不然“德不配位，必有灾殃”。依法治国，就是要建立一整套的制度和机制，使得无论是政府还是企业或是个人，都能自觉地把法律责任置于第一位，然后再来谈社会责任。如此，企业得到发展，获得消费者认可，国家也能受益，社会也会进步。而把法律责任和社会责任割裂开来、对立起来，离开法律责任去奢谈社会责任，只谈社会责任不管法律责任，都是一种“两面人”行为，终会暴露其无耻且不良的本质而一败涂地。

温 故

荐举不避仇怨

晏建怀

史浩，字直翁，号真隐，明州（今浙江宁波）人。宋高宗绍兴十四年（1144年），史浩考上进士，任绍兴余姚县尉，从此步入宦海，不久升太学正，国子博士，成为南宋一名学官。史浩因上书建议立太子，受到宋高宗赏识，后任建王府教授，成了建王赵昚的老师。赵昚继位，是为宋孝宗。之后，史浩历任翰林学士、知制诰、参知政事、尚书右仆射，成为宰相。

史浩任宰相，与其他宰相颇有不同，人家任人唯亲，他却任人唯贤，甚至任人唯“仇”。当然，并不是因为他故意选择那些与他有“仇”的人推荐给皇帝，以显示自己的豁达和公正，而是他推荐给皇帝重用和提拔的人，恰恰与是他有仇隙、怨恨、过节的。

宰相乃朝廷重臣，一人之下，万人之上，其职责在于辅佐天子、统领群僚，权力如日中天，尤其是手握进退百官的建议权、用人权，人才或者歪才在他手里，高升抑或贬谪，平步青云抑或原地踏步，全看他的好恶和态度。当然，最重要的还是看他的胸怀气度和用人品格。

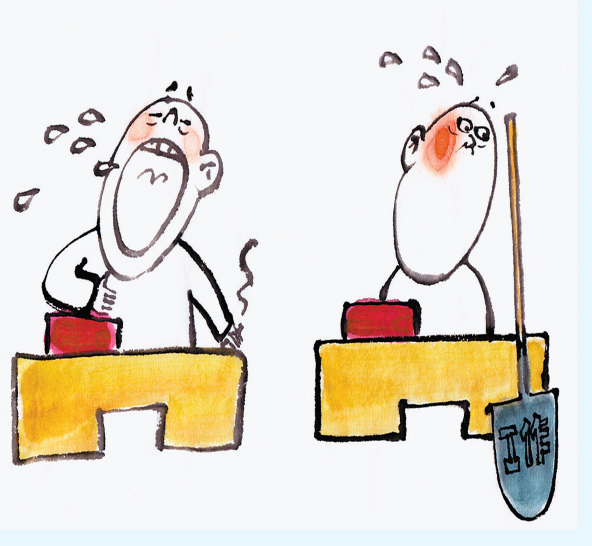
史浩无论任相前还是任相后，对推荐人才一贯地充满热情，不遗余力。说句题外话，他还是第一个建议为岳飞平反的大臣，宋孝宗上台不久，史浩即上书要求为岳飞平反，使岳飞冤案得到昭雪、后代得到照顾。与此同时，他向宋孝宗举荐了许多主战人士，如后来发动“隆兴北伐”的著名儒将张浚，因痛骂秦桧而闻名天下的忠直之士胡铨，数十年如一日以诗歌鼓动北伐的诗人陆游等。任相期间，他又向宋孝宗推荐了一大批儒生和能臣，如淳熙五年（1178年），史浩推荐朱熹出任知南康军；淳熙八年（1181年），史浩一次就向宋孝宗推荐了杨简、陈谦、叶适、袁燮、薛叔似、赵善誉等十六人。后来又陆续推荐了周葵、陆九渊、王十朋、吕祖谦、张栻等人，将他们当作朝廷栋梁举荐安排到十分重要的岗位。这批人，后来或成为旷世大儒，或成为著名诗人，或成为能臣干吏，光耀当时，名垂后世。

史浩荐人不论对象、不论出身、不论门第、不论好恶，只论有才无才、有德无德，有才有德的人，即便是与自己有过节、怨隙的仇人，他也极力荐举，可谓“荐举不避仇”。关于这一点，《宋史·史浩传》中列举了两个代表。一个是陈之茂。陈之茂曾在人前人后诋毁史浩，捕风捉影，歪曲事实，连宋孝宗都曾风闻。但有一次，史浩却上书推荐陈之茂“进职与郡”，即推荐他到地方出任封疆大吏。宋孝宗与史浩君臣相亲，自然以实相告，说：“陈之茂曾经诋毁过你，你推荐他，岂不是以德报怨？”史浩回答说：“臣不知有怨，只知有才，若以陈之茂的诋毁为怨而用德报之，乃是有心为之，做作罢了。”照荐不误。

另一个是莫济。莫济上书弹劾王十朋，因史浩是王十朋的推荐人而“诋浩尤甚”，如同“死敌”。然而，史浩后来却推荐莫济掌内制，即一个参与皇帝机密、给皇帝起草诏令的要职。宋孝宗非常奇怪，问史浩：“莫济难道不是非议过你的人吗，为何还荐此要职？”史浩付之一笑，坦然回答：“臣不敢以私害公。”于是，莫济升任中书舍人兼直学士院，成了皇帝身边的重臣。

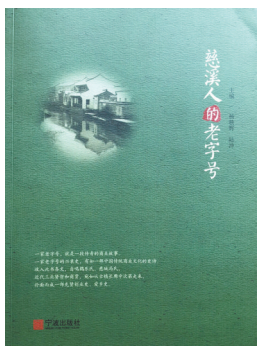
作为宰相，权倾天下，推荐和使用人才，易如反掌，而挟私报复，压制人才，也易如反掌，甚至可以不着痕迹。而史浩只存为国举才之念，不知有怨，唯喜荐才，为政数十年，推荐的人才不可计数，名动当时、泽被后世者有四十余人。可谓任人唯贤，唯才是举，奖引后进，不遗余力。史浩去世后，他推荐过的名臣叶适，在其《祭史太师文》一文中感叹道：“我不知公，公亦荐我。”由衷表达了他对史浩用人之公的敬佩和感激之情。

漫画角



话不在多

王怀申 绘



《慈溪人的老字号》
杨映辉 陆冲 主编 宁波出版社
二〇一八年四月

历史上，慈溪人天生爱闯荡。到明代后期，随着商品经济的发展，外出经商更为频繁；清末民初，更是迎来了高峰，在国药、烟草、南货、航运、钱庄等领域创造了很大的成就。

一个老字号，就是一段传奇的商业故事。一家老字号的兴衰史，犹如一部中国传统商业文化的史诗。纵观老字号，它们或是拥有“祖传秘方”、独门绝招，靠着卓越的品质、独特的风味立于不败之地；或是恪守诚实守信的经营思想，依靠良好的信誉口碑得到顾客们长久的青睐。

老字号也是人的故事，创办老字号的乡贤们“奔腾不息、勇立潮头”，靠的是吸取家乡的文化传统。收入此书各文，自鸣鹤乐氏、慈城冯氏，近代三北贤哲和商贾，宛如从古镇长廊中次第走来，扑面而成一部先贤创业史、爱乡史。《慈溪人的老字号》所书之人、所创之业，无不由眼前遗迹追想当年际遇，出入历史现场，观其行，赏其勤，念其志，发其思。