

从牟利至上到共同发展

——中国企业跨国经营的伦理审视

李 萍

[摘 要] 自 20 世纪 90 年代起,中国企业开始了海外直接投资,出现了跨国经营。参与其中的中资企业为此所做的准备并不充分,至少在早期阶段,几乎没有明确的企业伦理建设目标。在消费者、当地人士和学界的不断批评下,中资企业做出了伦理改进,但进度缓慢。这缘于国内的制度建设不足,减少了企业人士社会学习的机会,抬高了跨国经营的试错成本。中国政府应当放松管制,开放社会空间,鼓励非政府组织生长,从而为跨国经营的中国企业伦理跃升提供动力。

[关键词] 中资企业跨国经营企业伦理非政府组织

[作者简介] 李 萍,中国人民大学哲学院教授,博士生导师。

始于 20 世纪 70 年代末、80 年代初的改革开放政策的全面实施,给中国社会带来了巨大的改变。在宏观层面,国家行动的指导思想全面转向经济优先,这直接推动了众多国民投身经济活动,并引起了社会价值观念方面的重大调整,相应地,各类道德冲突比以往任何时候更频繁地发生在每一个生活场景之中。在微观层面,国家及其派出机构不断弱化经济主导者的职能,经济空间缓慢但渐次地向非国有资本开放,新的经济主体——主要是个体户和私人投资人开始出现,他们创办了许多计划经济时代完全销声匿迹了的企业形式,例如合作企业、私营企业、合资公司、股份公司等,这些全新的经济主体和经济活动的组织者创造出了惊人的财富,实现了中国的快速崛起。在逐利动机的驱使下,80 年代中期就陆续开始了个人海外投资的跨国经营行为,90 年代一些大型国企也加入其中。1999 年中国政府提出“走出去”战略,以强力的行政手段和经济杠杆、金融扶持鼓励中国企业向海外进军,中国对外直接投资在 2000 年还只是 9.15 亿美元,2012 年则上升到 842.2 亿美元,中国已经成为继美国、日本之后的世界第三大对外投资经济体。中国企业跨国经营也由此成为了世人关注的重要现象。然而,

在海外并购企业、独立办厂、合资建厂等的过程中,不断发生中国企业遇袭事件,当地员工罢工事件,甚至有为数不少的中资企业以巨额亏损被迫关闭海外分支机构铩羽而归。其中的原因无疑是多重的,但多数中国企业缺少企业伦理关怀,未能履行企业社会责任,较少有意培育统一的企业伦理精神等,这些方面的缺失不能不说也是同样重要的原因。

我们有必要在此首先声明一点:本文所讨论的“中国企业跨国经营”主要指 20 世纪 90 年代以后由国企、大型民企这样的正规军或集团军出于海外战略布局自主进行合资、兼并、独立设厂等活动,以自然人身份在海外注册公司或创办企业的行为都不在本文所讨论的范围之内。

许多学者反复强调,跨国经营存在诸多风险,既有传统的大型、灾难性和不可抗拒的政治风险,也有非传统的、非政治的中型社会风险,以及小型的地方风险,即便如此,仍然有不少企业前赴后继、一往无前地向海外进军,这显然不能简单地用“冒险”、“胆大”、“钱多”来概括,因为跨国经营既然是

[基金项目] 中国人民大学“统筹推进世界一流大学和一流学科建设”专项经费支持项目

出于企业整体战略的考虑,那就有其深刻的经济合理性。有不少经济学家及其经济学理论为此提供了有力的论证,例如垄断优势理论认为跨国公司所进行的对外直接投资,是该跨国公司所持有优势的全球性延伸,能够进行跨国投资和经营的公司具有专有技术、管理经验、融资渠道、销售能力等排他性优势,这些优势往往高出东道国企业一大截,因此,可以有效阻止东道国企业的同类竞争,成为东道国市场的“孤狼”,形成不完全竞争或寡占局面,从而维持较高的垄断价格和利润。另一个经典的对外直接投资理论——国际生产折衷理论则认为,一个企业从事国际直接投资,主要是由所有权优势、内部化优势和区位优势三个基本因素决定的。不难看出,支持跨国投资的经济学理论都肯定了企业自身的优势在他国的可复制性并由此产生高于母国的产出和收益。正是对自身优势的自信和未来收益的预期,构成了企业海外投资和跨国经营的内在动因。

这也就不难理解,为什么中国企业的跨国经营主要集中在非洲、南美洲和中国周边欠发达的国家和地区了。欠发达国家人多、存在潜在的巨大市场;国内资本金严重不足,渴望外资;当地政府有强烈的发展经济保障就业的压力,主动示好,提供较优惠的税收、土地政策;与中国企业相比,当地企业还处于管理松散、经营水平低下的阶段,等等,这些“利好”都促使经历了国内市场化洗礼的中国企业愿意承担高额不确定风险,加之成功的大企业家大都具有较高的风险偏好性,接受“高风险高收益”的信条,愿赌服输,不差钱的中国企业如过江之鲫般义无反顾地奔向海外市场。

具体来说,根据直接目的的不同,我们可以将中国企业海外直接投资或跨国经营区分出如下几类:第一种是服从母公司总体战略且在海外独立经营。主要是控制生产线的上下游,从而获取定价权,最终保证整个企业集团的利润稳定增长。例如,北京首都钢铁公司早在1992年就斥资1.18亿美元收购秘鲁铁矿成立了首钢秘鲁铁矿股份有限公司。2012年中国北方工业企业下属的万宝矿产公司与缅甸军方的缅甸经济控股有限公司合作共同开发缅甸莱比塘铜矿。第二种是全资并购并仍保持被购企业经营主业和基本架构,其目的是增加母公司的国际竞争力,提升品牌知名度。例如,中国联想集团全资收购了IBM个人电脑部门,完成了蛇吞象式的

并购,引起了全球轰动。联想集团为此将个人电脑部门总部迁至美国纽约,显示其向国际公司转型的决心。第三种是为母公司充裕的现金流提供“富矿”和增加赢利点。通常是委托专业投资银行、国际咨询公司进行全球投资,是比较纯粹的、寻找价值洼地后的资本投资以求增值的行为。例如2008年世界金融危机后,许多欧美企业深受打击,一蹶不振,资产净值急剧下挫,其中不乏许多“金矿”和优质资产,这时一些中资企业开始出面,以相对较低的价格全部买下或部分入股。第四种是“曲线救国”,为母公司分忧解难。一些行业中国国内的市场竞争过于激烈,难以找到市场机会,被逼“出走”,一些互联网企业在此方面表现突出,例如UC和猎豹都是因为国内竞争太惨烈才向外寻找生存机会的。第五种是一开始就立志做国际公司的,一些中国公司甫一成立就瞄准海外市场,最知名的就是APUS,它在海外的知名度远远高于中国国内,2015年三季度,APUS用户系统在全球有2.5亿用户。APUS遇到了适逢其时的大好机会,国际巨头Apple公司销售的手机等各种电子设备都提供了免费下载各种软件应用的平台,搭载这个平台,加上对用户需求的个性化满足和良好的用户体验,APUS获得了成功,成为真正意义上的国际公司。

我们的文献梳理和历史追溯研究表明:中国企业跨国经营最初并未有意识地进行企业伦理规划,也未能提出明确的企业伦理价值方面的追求目标,支配性的观念仍然是经济上的利润最大化和管理上的效率化。实际上,国内的企业伦理建设不足也难以提供成熟、可行的方案,更无法让进出海外的中国企业家在观念层面将“企业伦理价值”置于显著位置。中国企业跨国经营同样经历了从盛行野蛮的丛林法则到建构适度的文明秩序的过程,而且这一过程目前还在进行中,甚至偶有反复。

二

唐纳德森、德乔治和弗里切等持续关注企业跨国经营中的伦理问题的学者们都曾指出,跨国经营的企业将会遭遇比国内经营更为严峻的伦理挑战。这种挑战来自这样一些方面:一个方面是各国文化传统所形成的伦理意识、道德规则存在显著差异,企业人士若不预先充分了解并予以关注,就会出现伦理冲突而招致严重的批评;另一个方面是各国现

存的制度不同,相应地,所提倡的核心伦理责任及其实现方式也有所不同,这也直接导致了市场、政府、社区、企业、员工等各种主体的关系形态及其各自的伦理诉求方面的根本区别;再一个是伦理规范成文化程度方面的差别,一些国家对某些伦理规范提出了强烈的吁求,如在民主国家企业行为都会受到十分健全的各种压力集团的严格监督;在法治国家,许多基本的或重要的企业伦理要求,如劳工保护、产品责任、环境友好等方面的要求都已经载入了非常明确的正式法规之中。

那么,这是否意味着只要没有引起足够的反对,每个企业所做的都是对的呢?上述所讲的各国、各地区间的伦理差异只是表明了人类各个群体之间确实存在伦理观念、道德行为上的不同这一事实,承认这一事实,至多算是文化相对主义,但不能由此必然推论出伦理相对主义。各国、各地发展出的文化传统因其适应性、可传承性都具有现实合理性,但如何做出道德上的评价则是另一回事,我们仍然可以依据一套包含内在一致性和充分解释力的道德规范系统对各自不同的的习俗、条文、行为方式等做出令人信服的独立道德评价。我们之所以要进行跨文化的比较,除了对不同文化及其人民表示尊重,更重要的是由此进一步寻求包含彼此内在精神追求的公约数,提炼出具有更高程度普遍性的道德规范体系。我们不能止步于“是什么”,还要向前一步推导出“应当如何”,道德评价就是要给出有足够说服力的道德理想以引领现实生活。

很多伦理学者都在为此殚精竭虑。唐纳德森和邓菲提出了“综合社会契约理论”以便“为企业提供一种广泛的社会契约理论”。^{[1](P32)}“综合社会契约”包括了“最高规范”(又称“超规范”)、“宏观社会契约”和“微观社会契约”三个部分,其实就是由最一般的人类共同准则、当下社会共同准则、企业与当地人共有的特殊准则这样三个外延不同的准则组成的系统。最一般的共同准则表明了人类的伦理趋同,是无论如何不能违反的基本伦理共识,而特殊准则接纳了企业行为的境遇化处理,显示了跨国经营在伦理上的灵活性权变,这样的灵活性权变必须在信守上述最一般的人类共同准则和当下社会共同准则的前提之下进行。

对目前的多数中国企业而言,还难以普遍达到“综合社会契约”的程度。中国市场化时间太短,市

场经济还很不健全,成熟的现代企业制度也处于逐渐建立和完善的进程之中,因此,与西方企业相比,中国企业还只是刚刚告别襁褓、充满稚气的少年。中国企业在海外经营中伦理上可疑的惯常做法之一就是仅仅通过与东道国政府(有时是军政府、独裁政府)或官员缔结协议拿下项目,组建公司进行开发,较少关注同样利益深度关联的当地民间组织和公司所在地的居民,这为日后生产、经营中频繁出现的摩擦或冲突埋下了祸根。由中国北方工业企业下属的万宝矿产公司与直属缅甸军方的缅甸经济控股有限公司合作开发的缅甸莱比塘铜矿,自2012年开工仪式始就纷争不断,当地人士从未停止在矿区表达抗议,阻挠开工生产,以致在2014年12月发生严重的暴力冲突,造成一名女村民死亡,铜矿项目被迫陷入停顿状态。整个过程中方也有所回应,但非常被动,它一直向缅甸民众表白它有政府的合同,是“合法的”,有时还借助当地警察甚至军人来维持秩序强行开工,这些都进一步激化了当地居民和缅甸国民对中国公司的极大反感。

无视当地工会组织的要求,没有设置快速反应的沟通、协商机制,无法与当地工会组织便捷有效地磋商,中国企业常常被当地人视为“傲慢”,仅仅代表资方利益,这可以说是中国企业跨国经营中又一个广为令人诟病之处。在中国国内,合法的工会组织大都是官方机构,主要分布在国有企业和正规编制单位,民营企业和外资企业相对缺少且组织涣散,即便存在工会组织,这些工会组织对企业的人事、生产等重要事项毫无影响力,官方工会组织甚至成为了“维安会”、“福利会”几乎丧失了政治动员、政治利益表达和成员权益保障的公共职能,中国企业高层管理者和所有者完全没有与活跃的工会、与不受政府控制的工会打交道的经验,甚至根本就没有将工会视为重要的利益相关者。跨国经营后也如法炮制却苦果自食,许多重大决策都未能事先与当地工会协商并取得理解、支持,直到工会数次交涉未果发起罢工后,中方企业才意识到问题的严重性,但已经为时晚矣。

不擅长处理与当地社区的关系,也不习惯与东道国各类非政府组织、媒体沟通,这可以说是中国企业跨国经营的又一个软肋。这绝不是组织沟通欠佳之类的管理问题,更深层的原因是缺乏在价值排序上对当地社区、非政府组织、媒体的充分尊重,毫

不掩饰地将经济目标置于首位,只见金钱不见人,赤裸裸地主张牟利至上,股东利益最大化,为此仅仅关注直接创造企业利润的少数群体或实物资本,如政府部门、自然资源、设备、技术等。当地人对中资企业难以融入,更无法在价值上得到认同。

上述的理论分析其实暗含了这样一个不言自明的观点:企业跨国经营的表现及其水平是其在母国企业伦理表现及其水平的单向式投射。很难想象在母国毫无节操的企业到了异域他乡就突然间得到净化、完全从良了。不过,相反的情形却有可能发生,即在母国循规蹈矩的企业跨国经营后变得面目全非,乏善可陈。这是因为企业毕竟不同于个人,它的目标相对单一,它的角色也易于识别,即主要是经济主体或市场参与者,利益诱惑和市场竞争压力都会促使企业极易降低伦理标准,放弃艰难获得的、脆弱的伦理自律,这也是为什么许多基本的企业伦理要求必须变成明文的正式法规要求,如劳动法、合同法、上市公司法、平等雇佣法等,才能得到无条件地普遍执行,否则,企业伦理基本要求就是一纸空文。

三

众所周知,在西方近代启蒙运动时期,公域与私域的划分、利己与利他的争论、功利与道义的分歧等重要理论问题都得到了充分展示,公众也由此受到思想洗礼和文明启迪,逐渐在全社会各个阶层形成了“共同利益感”、“公正的旁观者”、“人人为我,我为人人”等市场社会通行的共有道德观念,企业的逐利性受到市场道德的约束,企业家精神既有冒险、贪婪、挑战权威等破坏性的一面,又有贡献社会、自负自爱的建设性一面。西方企业人与普通公众之间存在深度勾连的道德共识,中国企业的境地则非常不同,仇富心理、无商不奸的陈腐观念在民众中还有相当影响,同样,企业人的专业性或职业化程度也不尽如人意,官商勾结、投机取巧、伪劣假冒的情形屡见不鲜,要形成企业人的基本行为共识,达成企业人与国民的基本观念共识,还有很长的路要走。中国企业跨国经营面临着双重任务,一方面是促成稳定、成熟的企业伦理行为,另一方面是促成好的、恰当的市场道德行为,而后者还包括了政府、消费者等其他市场社会的各类主体们都必须为此积极参与,并作出相应的调整。

海外的中资企业对自身的定位往往是“过客”“流星”,赚一笔就走,不少中资企业只把当地理解为矿山、矿井、工地,将活生生的当地人、包含独特性的当地文化等弃之不顾,因此,既无意做长远投资,从而花大精力培育企业文化,为当地培养合格人才;又无心在企业伦理上有所建树,忽视诸多同等重要的伦理价值,如尊重、关怀、合作等等,一味倾斜利润至上和效率优先,较少考虑当地自然环境的协调、当地文化传统的可持续性、当地人的身心和谐发展等广泛性的现代企业社会责任的内容。

这样的价值定位主要是经济层面的,属于前伦理阶段。就像个体在异国他乡容易陷入“旅途中的道德”境地一样,跨国经营的企业也会出现伦理逐底现象,按照最低、以致更低的道德规则来解释自身的言行。换句话说,原本在母国尚且可以保持平均水准或其上的道德,但在东道国则会放松警戒,如果不被发现或者可以逃避严厉的惩罚,就会脱掉道德的外衣,此时这些企业倾向于用“道德屏蔽”来为自身的不合乎通常伦理的行为开脱,对当地人来说,我是外国企业,我们的做法与你们不同,不要用你们的道德要求我;对中国同胞来说,我在国外经营,有许多特殊情况,我要特殊处理,不要用国内的道德要求我,结果,就将自己置于任何道德约束都失效的托辞之中。

一个十分棘手的问题摆在了我们的面前:在一个法律松弛、政府管制较少、市场很不成熟的环境下,如何保障跨国经营的中国企业坚守基本的伦理要求呢?要知道,有为数不少的中国企业之所以愿意冒险去这些并不适合投资和长期经营的国家,恰恰是将这些因素当做了“机会”,它们企图火中取栗,本就没有打算履行任何企业社会责任,更不会在企业伦理方面有所作为。中国没有“海外投资法”,对中国企业在海外的不道德行为,如行贿、过度排污、恶意克扣工资等行为,中国司法部门和行政机构都鞭长莫及。这就需要充分发挥非政府组织的作用了。非政府组织反映的是有共同志趣和道德追求的人们对某类社会事业的共同关注、甚至深度投入,它一方面满足了公众社会参与、政治表达的社会性要求,另一方面又体现了道德价值的多元差异性,不同的非政府组织力图实现不同的道德价值,并存的各类非政府组织最终维护了社会道德的多元性,诸种道德价值由此获得了广泛的社会尊重

和公众认可。风行全球的 SA8000 就是由美国的一家非政府组织“社会责任国际”主导实施和推广的。在市场领域,完全民事性、日常生活性的行为,由政府出面非常不妥,也不符合国际惯例,等待企业主或企业人士在道德上的进步则耗时太长,非政府组织就可以填补政府的空位,成为加速企业道德成熟的助推器。

我们必须正视这个问题,并积极着手去解决。因为中国企业跨国经营中的伦理缺失已经到了非常严重的程度。2013年9月,由爱德曼国际公关公司进行的一项调查发现:83%的中国国内调查对象对中国大型跨国公司表示信任,却只有50%的其他新兴市场国家的民众表示信任,而在德国,仅有19%的调查对象信任中国大型跨国公司。一些国人却将这一数字片面地理解为其他国家对中国大陆的嫉妒或歧视,这恐怕无事无补。无独有偶的是,很多其他国际调查都得出了类似的结论,这就不得不令我们深思了。国际民调公司环球扫描(GlobeScan)和美国马里兰大学民调机构 PIPA 对 27 个国家的 28000 人进行了调查,其结果显示:认为中国在经济上变得更加强大是一种坏事的数量在显著增长,特别是在美国、法国、加拿大、德国和意大利这些中国重要的贸易伙伴国的国民都对大陆表现出忧虑,做出了负面评价。

要开放公共空间,培育非政府组织,特别是跨国性、全球性的非政府组织,这对中国企业跨国经营的伦理改进也是必不可少的。企业伦理建设只能采取对话、协商的方式,这不仅因为对话、协商的过程本身就传达和遵守了包括平等、善意、尊重等内容在内的道德观念,还因为企业伦理建设是一个极

其缓慢的过程,必须融于企业的全部经营环节之中,在企业战略制定、重组、并购等重大事项以及员工福利、生产安全、人员沟通等微观领域的各个方面都要体现和贯彻企业伦理,持续、长久的各种形式的对话、协商就是最为适宜的方式了。对话、协商的平台在企业内就是各种委员会,如工人委员会、福利委员会、人事委员会乃至伦理委员会等,在企业外则是各种非政府组织,如行业协会、经济协会、企业家联谊会、企业联盟、环保组织、工会等等,这些委员会、协会、社会组织可以成为企业与当地员工、当地居民、当地利益集团进行沟通、交涉的渠道。设置开放、便捷且日常化的磋商机制,就可以保证各方及时交换意见,化解危机,将冲突限制在可控范围,有了多重的深度交流和非经济性的互动,中资企业就不再是“他者”或冷冰冰的赚钱机器,相反,它们将日益成为当地人可亲可敬的朋友,中资企业由此获得了丰满、真实的道德属性。

[参考文献]

[1][美]托马斯·唐纳德森、托马斯·邓菲.有约束力的关系[M].上海:上海社会科学出版社,2001.

[2][美]乔治·恩德勒.国际经济伦理——挑战与应对方法[M].锐博慧网译.北京:北京大学出版社,2003.

[3][法]菲利普·迪里巴尔纳.荣誉的逻辑——企业管理与民族传统[M].马国华、葛智强译.北京:商务印书馆,2005.

[4]李萍.企业伦理:理论与实践[M].北京:首都经济贸易大学出版社,2008.

[5][英]S.戈登·雷丁.华人资本主义精神[M].谢婉莹译.上海:格致出版社,2009.