



伟大复兴进程中民族企业的责任担当

颜爱民

【摘要】中华民族伟大复兴的内核是经济崛起。民族企业是中华民族伟大复兴的主要微观经济基础和主要生力军。其中，中国国有企业在关系国家安全和国民经济命脉的主要行业和关键领域占据支配地位，在基础性行业处于绝对控制地位，更是国际竞争的主力军；民营企业是中国经济的半壁江山，在中华民族伟大复兴和中国经济崛起过程中同样是一支不可或缺的力量。民族企业的崛起可以为中国综合国力的增强提供有力支持，亦是实现中华民族伟大复兴的必由之路。

【关键词】民族复兴 国有企业 民营企业 企业社会责任 【中图分类号】D602 【文献标识码】A

“民族复兴是指雄踞于世界东方之颠的中华民族，在近代落伍、衰落之后，重新走向兴盛、辉煌，重新发展成为处世界先进前列、有重要国际影响的大国强国。”但凡言“复兴”，此民族必须曾经有过辉煌，而后衰落，方可言“复”。经济崛起是民族复兴的前提和基础，中华民族崛起过程中各种矛盾和冲突归根结底都要依靠经济崛起和经济实力来消解，根据经济学家林毅夫的测算和判断：按照购买力平价计算，中国2019年人均GDP为14128美元，是美国的22.6%，这种相对实力差距是美国敢于发动贸易战、打压中国的前提条件，当中国人均GDP达到美国一半时，新的、稳定的世界格局可能会出现。可见，中华民族伟大复兴的内核是经济崛起。

责任担当是民族企业支撑民族复兴的必然要求

民族企业，是指由该国公民所控制、国家能够有效影响和掌控、其行为能够始终服从国家整体利益的企业。中华民族伟大复兴的主要微观经济基础和主要生力军就是民族企业，它们在此过程中承担着重要职责，发挥着

不可或缺的特殊作用。如前文所述，民族复兴必定以经济崛起为前提和内核，而一个大国的复兴或崛起必定引起资源、市场的挤兑而引发矛盾和冲突，依靠掠夺和领土扩张崛起的美国对他国的崛起具

有“自然”的打压本能，美国将抑制

他国崛起的着力点指向民族企业，

也恰好证明了民族企业在经济崛起和民族复兴中的主力军作用。

我们先看正在进行的美国对华为公司的打压：从2018年1月美国四大运营商忽然切断与华为的合作，到2021年4月15日罗马尼亚禁止华为参与该国5G网络的开发为止，美国举

国家之力并联合其盟友对华为公司进行了涉及市场和供应链的47项打压，导致

华为的5G市场合同优势迅速丧失，而处于技术劣势的竞争对手诺基亚和爱立信则实现市场份额逆势反超，市场合同份额从2018年的25:0:9到2020年的96:101:118。

类似的情况也发生在美国对日本崛起的打压上，20世纪80年代，当日本日立、日本电气股份有限公司(NEC)、富士通、三菱和东芝五家公司的半导体产业迅速崛起后，美国1985年6月开始实施301诉讼，到1987年3月宣布对价值3亿美元的日本电器产品征收



100% 的报复性关税，一系列的打击之下日本半导体产业最具竞争力的产品——动态内存条（DRAM），从 1986 年占据近 80% 的全球市场份额快速下跌到接近于零。

过去西方列强的崛起过程，如荷兰、英国、美国等，依靠军队、枪炮和领土扩张所获得的资源和实力增长，需要企业“兵不血刃”来得到（国家的军事实力提供利益有效的保护还是必须的）。而中国笃定要践行人类命运共同体思想、走和平崛起的民族复兴道路，中国民族企业主要承担的责任和压力可以说是史无前例，它们不仅要承担企业必须具有的经济职能，而且要有更高的格局、更长远的眼光，要能忍辱负重，必要时能充分理解和体现国家意志；因为民族复兴的伟大进程中阻力和波折在所难免，甚至局部的冲突也不可能完全避免，我们民族企业在此过程中需要闯出一条中国特色、世界独有的发展道路，高度的责任担当实在必须。

从本质上看，所谓“责任担当”，说到底就是企业面向国际发展过程中不能囿于“利益最大化”常规目标，也不能只顾眼前利益，而要践行人类命运共同体理念和合作共赢思想，必须从大局角度进行决策和行动，同时考虑消费者、供应商、社区乃至合作的国家利益诉求，这种思想和企业社会责任（Corporate Social Responsibility, CSR）理论颇为相通，该理论要求企业不能把为股东盈利或赚钱作为自己的唯一存在目的，还必须最大限度地增进除股东之外的所有其他利益相关者的利益，这些利益相关者包括员工、消费者、供应商、社区乃至国家。企业嵌在复杂社会系统之中，作为系统的有机组成部分，作为社会“公民”自然应该和社会系统规则相合，即其服务于社会需要、得到社会的认可、融合于社会，这既可视作“天人合一”观的具体应用，更是人类命运共同体思想在企业和社会关系上的具体应用。可以说，西方的企业社会责任理论和东方智慧在现代企业的功能和定位上有异曲同工之妙。然而，不论是马克思主义政治经济学还是西方经典经济学理论，都将“逐利”视为企业的本能，认为企业总是追求效率、效益，以追求利益最大化为目标；作为市场主体的微观企业在谋求自身利益的过程中，其目标和社会宏观及其他利益主体目标之间常常会发生偏离，有些企业行为还可能会

损害公共利益。例如，2001 年的“安然财务造假事件”和 2018 年“长春长生公司问题疫苗案件”，这些市场失灵需要政府的有效治理来防范，而企业社会责任和担当则需要施以有力的外部制度约束和机制引导才能培育和引领，尤其是在中华民族伟大复兴的历史进程中，赋予民族企业更高的责任担当期待和要求，政府相应的制度和机制创新势在必行。

国有企业在民族复兴中的责任担当具有天然优势

当前，中国的民族企业分为国有和民营两大类。分别解析它们在民族复兴过程中的行为特质和内在机理，为中华民族伟大复兴进程中民族企业应有的担当、责任和宏观政策导向提供政策依据十分必要。所谓国有企业就是指“国有资产属于国家所有即全民所有，国务院代表国家行使国有资产所有权”；简言之，国有企业就是国家拥有和控制的企业。“国有企业特别是中央管理企业，在关系国家安全和国民经济命脉的主要行业和关键领域占据支配地位，是国民经济的重要支柱，在中国共产党执政和中国社会主义国家政权的经济基础中也起支柱作用”。从结构上看，中国国有企业在关系国家安全和国民经济命脉的主要行业和关键领域占据支配地位，在基础性行业处于绝对控制地位，更是国际竞争的主力军。以 2021 年世界 500 强为例，我国上榜企业 135 家（不含台湾省），超过美国的 122 家，其中国企 95 家，是绝对的主力，规模和实力强大的国有企业群体必然成为中华民族复兴的中坚力量。

从国家治理的角度看，政府对企业的监管不外乎直接干预市场配置机制（价格、产权和签约规则等）、通过税收和补贴等影响市场均衡以及产品质量环境管控等影响企业决策三种方式，而国有企业实质上是产权国有化，由国家通过对市场主体直接行使财产权利，这是政府最为彻底和有力的监管方式，也可视为对市场管制的一种替代。如前所述，衡量民族复兴的重要标志就是综合国力和国家能力。综合国力主要基于国家各种战略资源，体现的是物质基础和实力；国家能力则是国家为实现其意志、达成其目标的动员和资源组合效率和能力。国有



企业其产权属性实质上是归全民所有，由政府代表公民行使所有权和控制权，与民营企业（私有产权）以追求利益最大化为主要目标的内驱机制相比较，国有企业会更自然、更有效地服从国家意志，在追求经济利益的同时更好地兼顾社会目标和政治目标，国有企业在一定程度上发挥着国家治理、服务公共利益、履行社会责任的功能。

也就是说，企业的所谓责任担当从本质上看，就是企业不仅追求其经济利益目标，而且在必要时能兼顾社会、国家等更高层次的利益目标，就是中国文化所倡导的不仅趋“利”而且不违背“义”，甚至为了“义”，如国家利益、民族利益或“命运共同体”目标的达成，企业可牺牲其局部利益。按照利益相关者理论，国有企业的产权主体是国家，是人民，为股东谋利益就是为国家、为人民谋利益，其产权属性已经大大地消解了利益相关者的利益矛盾，企业为社会、为大众谋利益，成为有“义”的企业是其内生机制应有之义。企业作为一个市场主体，追求利益是其本能，无可厚非，然而“义”和“利”的矛盾永远存在，尤其是在实现中华民族伟大复兴的历史进程中，要实现和平崛起，在国家宏观层面很多正确的决策和行为相对企业微观层面未必合乎其利益诉求，此时企业为大局牺牲局部利益或短期利益势在必行，国有企业的产权属性和责任担当优势将发挥重要作用。国家通过国有企业在事关国计民生的重大领域保持了强势的控制力，使中国的国家能力在同样的物质基础和经济资源条件下保持绝对的高水平，这是我国的重要国家优势，其基础就是强大的国有企业。

一个新兴大国的快速崛起必将打破原有的利益格局和平衡，反弹乃至攻击在所难免，历史上都是依仗军事实力破关过隘，而中华民族伟大复兴绝不是轻轻松松、敲锣打鼓就能实现的，必须为之付出更为艰巨、更为艰苦的努力。国有企业因其产权性质能更好地体现国家意志，承担更多的担当和责任。例如，在“一带一路”发展与建设中，许多着眼长期利益和国家大局的投资项目多由国有企业承担；攻坚芯片技术的中芯国际、扛起商用飞机发展的中国商飞、担当中国铁路建设重责的中国高铁，因其国有企业属性才可能在国家战略层面承担巨大的前期研发费用和投入成本，保证国家战略目标的实

现。2020年我国抗击新冠肺炎疫情的伟大胜利也彰显了国有企业的责任担当和核心优势，正因为我国的医院和主要医疗产业主体是国有性质，抗疫才能打破一切利益屏障，“一方有难八方支援”，各种医疗资源可以快速有效地在全国范围内调集和流动。国有企业是中国企业的中坚力量，也是中华民族复兴的主要生力军和经济保障，“要坚持国有企业在国家发展中的重要地位不动摇，坚持把国有企业搞好、把国有企业做大做强做优不动摇”。

民营企业责任担当是关注和优化的重点

民营企业是中国经济的半壁江山，为国家贡献了50%以上的税收，60%以上的GDP，70%以上的技术创新成果和80%的城镇劳动就业，在中华民族伟大复兴和中国经济崛起过程中同样是一支不可或缺的力量。习近平总书记对民营企业同样予以高度肯定：“我国经济发展能够创造中国奇迹，民营经济功不可没！”在践行人类命运共同体理念、推动中华民族伟大复兴的历史进程中，民营企业的责任担当精神和运行机制应被给予足够的重视。

按照利益相关者理论分析，民营企业是典型的基于股东利益至上逻辑的市场主体，趋利避害是其本能，而关注员工、消费者、供应商、社区乃至国家利益需要制度引导和机制创新。近年来，在民营企业发展过程中出现责任担当“失当”问题值得深思。例如，某互联网金融企业以高达120倍的资金杠杆率，通过寡头垄断获取高额利润以及过度消费宣传等，给社会带来巨大隐形风险和负面影响，在一定程度上就是缺乏有效的企业社会责任引导和约束机制的结果。又如，2021年7月2日国家网信办宣布对刚刚在纽约证交所上市3天的网约车平台企业实施网络安全审查，随后的7月4日网信办发布了下架该企业App的通报，这是我国颁布《网络安全审查办法》后的首次公开审查行动，我们将上述两个案例视为国家对民营企业社会责任“失当”行为的强势规诫和约束。作为市场主体的企业出于为股东谋取最大利益的动机驱动，其利益目标必定与员工、消费者、社会诸多利益相关者存在差异，企业伦理成为市场经济发

展中的永恒难题，这也是各种市场管理机制产生的主要动因所在，我国的民营企业正是这种真正意义上的市场主体，其灵活的运行机制、强劲的发展动力等优点不言而喻，而其“唯利是图”本性所引发的诸多问题也与西方国家的企业相差无几。西方市场机制下政府管制的核心，就是一方面有效保护企业逐利的动力与活力，另一方面有效抑制企业趋利行为带来的负面作用；由 Oliver Sheldon 最早提出并在全球广泛推行的企业社会责任（Corporate Social Responsibility, CSR）概念，就是要求企业不能把为股东盈利作为其唯一存在目的，还必须最大限度地增进除股东之外的其他利益相关者的利益。联合国前秘书长安南于2000年7月正式发起全球“企业公民”行动倡议，已有100多个国家和7000多家企业和团体共同签署了联合国全球契约，涉及劳工、环境、反腐败等十项原则，其主要内容基本上与企业社会责任（CSR）维度相重叠，世界经济合作与发展组织（OECD）和国际劳工组织（ILO）颁布的一系列国际贸易和贸易的约束条款，也涵盖了几乎所有的企业社会责任内容，企业社会责任由此具有了一定的国际强制约束力。

相对而言，我国的企业社会责任导入较晚，并缺乏具有强制约束力的政府规则，即便有些大型国有企业参与企业社会责任活动、发布《企业社会责任报告》，主要还是一些松散的、自主的行为，缺乏约束力和强制力，而最需要企业社会责任约束的大部分民营企业反而置身事外。笔者认为，依据利益相关者理论，由国家通过强制手段制定系统的企业社会责任约束规则，尤其是针对民营企业参与国际竞争，对于民营企业十分必要；国家可以更好地运用企业社会责任这一有效工具，基于人类命运共同体思想和中华民族伟大复兴的战略全局，设置针对性更强、更为严格的企业社会责任规制，从机制和制度层面提升其责任担当水平，不仅符合国际规则，而且十分有效。

中华民族复兴与民族企业的崛起同向同行

历史的车轮只向前进，从来不会等待、不会后退。众所周知，“四大文明古国”曾在历史的长河中均经历过

高度兴盛的时期，但是上上下下几千年来，唯一没有出现过断层的国家就是中国，并且在风雨中屹立不倒，于烈火中涅槃重生，一直延续至今。尽管也有过一段黯淡无光的过往，但中华民族的精神一再引领着我们勇往直前，无所畏惧，所向披靡。而这种精神正是以中华优秀传统文化为根本，以爱国主义为核心，融合创造、奋斗、团结与梦想的精神体系，是中华民族几千年来延续至今的璀璨结晶。也正是这种精神，铸就了中华民族的勤劳勇敢和生生不息，更为中国企业崛起提供了强大的力量源泉。只有强大的民族精神、厚积的综合国力，才能为民族企业的崛起提供内生的发展动力、广阔的发展空间和安定的发展氛围。

同时，自强不仅是对争取国富民强的简单理解，更是在工业、科技、金融、军事、文化五个方面对世界先进水平全面赶超。纵观历史的变迁，国家和民族的强大，总也绕不过这五个方面，而在这瞬息万变的国际形势中，企业之间的竞争就成为了国家之间竞争结果的直接表现，企业是代表国家“出征”的排头兵。可以说，企业对国家对民族应具备基本的责任和担当，与国家同呼吸、共命运，企业的兴衰成败可以被看作社会稳定发展、国家经济繁荣昌盛的“硬指标”。民族企业崛起可以为中国综合国力的增强提供有力支持，亦是实现中华民族伟大复兴的必由之路。 人民论坛

（作者为中南大学教授、博导，中南大学人力资源研究中心（CTTI源智库）主任、首席专家）

【注：本文系中南大学高端智库项目“中国企业社会责任对员工心理和行为影响机制及政策建议研究”（项目编号：2020znk04）、湖南省哲学社会科学基金项目“‘一带一路’背景下湖南企业‘走出去’战略中的企业社会责任行为与绩效研究”（项目编号：20YBA255）和国家自然科学基金项目“线索一致性视角下企业社会责任对员工关系绩效的影响及作用机制”（项目编号：71972185）研究成果】

【参考文献】

①俞祖华：《近现代中华民族复兴思想研究述评》，《晋阳学刊》，2018年第4期。

②中国企业改革与发展研究会：《中国企业改革发展2018蓝皮书》，北京：中国商务出版社，2019年。

责编/韩拓 美编/李祥峰