



# 从中国慈善史看商业向善与社会创新（一）：综述



【财新网】(专栏作家 朱睿) 2021年8月17日, 中央财经委员会第十次会议提出了“正确处理效率和公平的关系, 构建初次分配、再分配、三次分配协调配套的基础性制度安排”的政策原则。那么问题来了: 慈善捐赠与个人事业与企业发展是否两不相容? 慈善捐赠是付出, 是给予, 还是有舍有得? 慈善作为第三次分配的主体, 能否同时提高初次分配即生产创造过程中的效率? 作为社会的一份子, 又应该鼓励怎样的慈善捐赠?

我们认为, 若想分析其根源, 必须回到历史。回顾过去, 中国的慈善事业发展源远流长。自古以来就有扶困济贫、乐善好施的光荣传统, 各种善举义行不胜枚举。在历史的长河中, 中国慈善事业是如何发展起来的? 我们是否能以史为鉴, 从前人的实践中找到对当今发展慈善事业的启示? 在当今促进共同富裕的目标下, 是否可以引导营造一个和谐的慈善环境、形成良好的慈善文化和氛围, 让第三次分配不仅惠及他人, 也能惠及捐赠人自身, “予人玫瑰, 不止手有余香”呢?

怀揣着这样的目标, 我们试图撰写一组名为“从中国慈善史看商业向善与社会创新”的系列文章。在系列文章中, 我们将从经济学视角入手, 介绍“激励相容机制”概念, 看看古往今来从事慈善事业的人们“躬身入局”的根本动机是什么? 是出于道德、善心、善念? 还是存在一套激励机制, 鼓舞他们愿意从事慈善事业, 并在实践中推陈出新, 与时俱进? 与此同时, 一个人, 一群人乃至一代人的善举是否能够绵延传递?

我们希望通过慈善史的梳理, 为未来中国慈善事业的发展, 以及企业

实现商业向善的旅程，提供理论支撑和实践要则。在本文中，我们将概述激励相容的理念以及中国历史上慈善发展的脉络，作为系列文章的第一篇。从系列文章的第二篇开始，我们将以“激励相容”为分析工具，对历史上从事慈善事业的不同群体（个人、宗族、宗教和商帮）逐一分析。

### 什么是激励相容机制？

1776年亚当·斯密出版的《国富论》提出了一个重要原则：自利（self-interest）原则。亚当·斯密指出，在市场经济中，当每个理性经济人按自利的规则行动，“看不见的手”（市场的存在）将同时使得社会利益最大化。2007年诺贝尔经济学奖得主赫尔维茨（Leonid Hurwicz）则提出，在解决更广泛的资源分配问题的时候，如果有一种制度安排，使行为人追求个人利益的自利行为，恰好与机制设计者想要实现社会价值最大化的目标相吻合，那么这种安排就是“激励相容”的。简言之，“激励相容”的要义在于，让对方出于自利动机做出你所希望的选择。

用激励相容原理来理解社会变革的话，一个社会变革的最终目的，可以是也应该是良善的，但是其实现的过程不能依赖于对个体崇高的道德要求，而应该保证其变革过程是激励相容的。也就是说，必须充分理解势利市侩的个体需求，才能在此基础上构建良善的变革。这同时意味着，一个好的社会变革应该使得自私自利的“普通人”也愿意参与其中，但整体能够达到公义的社会效果。

### 激励相容视角下的慈善

慈善，是一个古老的概念。《魏书·崔光传》有载：“光宽和慈善，不许於物，进退沉浮，自得而已。”而西方学者托马斯·富勒认为：“慈善是对于所爱的人的幸福的一种欲望和对他的苦难的一种厌恶。”

从经济学视角去看慈善——尤其是企业慈善，重点在于避免“提高道德素养”的空洞口号，摆脱“道德论证”与“泛道德化”的单维评价，兼顾短期的物质回报和长期的自我实现回报，找到能够真正激励企业家可持续慈善行为的因素，进而设计出更有效的慈善模式，使得社会也收到实实在在的捐赠的同时，企业也能得到更好的发展。

具体而言，什么是好的慈善模式？我们认为，好的慈善模式需要精心的设计，让参与者能够可持续地做慈善，而不仅仅依赖于做慈善者的道德水准与精神境界高低。根据个人和组织在慈善行为中扮演的不同角色，可以简单地把慈善事业涉及的利益相关方（Stakeholders），总结为慈善的“3+2”模式：如果一个慈善行为中所有利益相关方都有充分的自利动机参与到行动之中，那么我们就认为这种慈善行为是激励相容的。

在“3+2”模式中，“3”指的是慈善行为中直接相关的三方：发起者、受益者、传承者。发起者是慈善行为最直接的施惠者，是负责发起实施慈善行为的人或群体；受益者是慈善行为的受惠方，并可能成为未来的发起者；传承者是当现有发起者停止慈善行为时，继承其慈善行为和慈善思想继续施惠的人或群体。“2”指的是两类间接观察者，一类是普通民众，他们通过观察发起人的慈善行为，参与到对发起者的公共评价中，并可能在

