

超慈善

——中國慈善新時代的特徵及其由來

康曉光 人民大學公共管理學院教授兼公益慈善研究院院長

摘要

伴隨著市場化進程，商業大舉進入公益。一股日漸強大的思潮站在商業的立場上，質疑公益的效率（有效性）、可持續性，否定道德的合理性與正當性，否定人有利他的可能性……它主張，公益不但要學習商業的運作技巧，還要放棄自己的基本價值，在“道”與“術”兩個層面，商業都應該主宰公益。公益面臨嚴峻的挑戰，面臨失去存在的根基的威脅。公益與商業關係問題正演變成真正的“時代問題”！有鑑於此，此時此地，需要從理論上、根本上，厘清公益與商業關係，明辨是非、正本清源、指明方向。

公益與商業最本質的差別在於行動的目的是利己還是利他。因此，文章以資本主義市場經濟制度為前提或基礎，從人性論出發，沿著利己、利他兩條線索演繹，逐一探討兩者的價值觀、資源運用規範、微觀組織形式、宏觀運行機制，其互動模式，以及上述各項的內在聯繫，回應上述問題。

文章指出，今天公益與商業的衝突，實質是資產階級與中產階級的衝突，本質是爭奪公益領導權。抬高商業貶低公益組織和公益模式，僅僅是近三十年的事情。實際上，慈善先於“當今商業”，公益與商業互動應是公益為主，商業為從。公益在“用”的層面應以提高自身效率為目的吸納工具性的商業要素，在“體”的層面應更加堅定、厚實、有效地“利他”。“商業公益化”“公益市場化”不存在兩個相反的方向，只有一個方向——“人類向善”。而人類發展的過程，就是利他精神逐步豐盈，越來越有力地約束、征服利己之心的過程，這也是人類“文明化”的最核心的內涵與本質！

關鍵詞：以義制利、利他、人類向善