

# 本文章已註冊DOI數位物件識別碼

## ▶ 新自由主義經濟人的生命政治：中國富商傳的企業家主體敘述

Cultural Governance of New Economic Man: Entrepreneur's Self-Narrative in Contemporary China

doi:10.6752/JCS.201006\_(11).0003

文化研究, (11), 2010

Router: A Journal of Cultural Studies, (11), 2010

作者/Author：李紀舍(Chi-She Li);黃宗儀(Tsung-Yi Michelle Huang)

頁數/Page：55-82

出版日期/Publication Date：2010/06

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

[http://dx.doi.org/10.6752/JCS.201006\\_\(11\).0003](http://dx.doi.org/10.6752/JCS.201006_(11).0003)



*DOI Enhanced*

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



**Cultural Governance of New Economic Man:  
Entrepreneur's Self-Narrative in Contemporary China**

Chi-She Li and Tsung-Yi Michelle Huang

**新自由主義經濟人的生命政治：  
中國富商傳的企業家主體敘述**

李紀舍、黃宗儀

本文為作者國科會計畫部分研究成果（NSC 98-2410-H-002-191-MY2 與98-2410-H-002-163-MY3）。作者感謝《文化研究》期刊匿名審查人的寶貴建議，以及葉雅茹、徐詩雲、王年愷、胡俊佳、林柔漪、王琪君、王俐文協助收集整理資料與校對。

第一作者李紀舍，台灣大學外文系副教授

電子信箱：jisheli@ntu.edu.tw

通訊作者黃宗儀，台灣大學地理環境資源學系副教授

電子信箱：zongyihuang@ntu.edu.tw

## 摘要

本文以中國近年出版的富商傳記為例，說明這類暢銷書中最重要的命題便是教導大眾如何學習成功者成為「經濟人」。全文分為兩部分，第一部分耙梳傅柯人力資本與奧地利經濟學派行為學的論述來闡發新自由主義經濟人主體型塑的概念，繼而概述三類中國富商傳的主人翁樣貌與敘事脈絡。第二部分進一步探究富商傳與文化治理的關連。一方面以詮釋學來理解規劃企業家行動的敘述能力，並討論個人行動的社會協調性與社會制度之間的協商關係。另一方面將如此推演出的文化治理邏輯與所選取的三類富商傳並讀，從而釐清富商傳代表的意義。本文指出三類富商傳中，商幫書寫的主體是掩身於商幫集體中的求利個體，社會制度常化約為叢林法則的市場；溫州敘述的主體為追求微利不遺餘力的同鄉，社會制度化身為奇幻的全球市場環境。最後，《點評》系列中的成功人士是有自我敘述技巧的主體，常以所謂創造「價值」來描述與定位市場社會。我們將三類富商傳中再現的中國新自由主義經濟人主體稱為「範式企業主義」(paradigmatic entrepreneurialism)——富商本身對當代社會具有指導的權威性。這批率先致富的企業家，其地位在鄧小平的大歷史敘述中隱然已有經典化的地位。此共同預設的歷史大敘述裡，富商傳的重點在於敘述個人具體展現獨自在市場經濟中成功的不同路徑與經驗。從富商傳裡，我們發現他們演化出一些市場活動的行為準則，這些準則不僅建立了新的市場秩序，也逐漸讓其他人接受市場機制。這即是當代中國提供生命政治治理經濟社會的核心策略之一，得以使總體人口的生命活動進入市場交換，人人皆為「經濟人」。

**關鍵詞：**新自由主義、經濟人、富商傳、文化治理、中國企業主義

## Abstract

Rich entrepreneurs have been canonized in Deng Xiaoping's grand historical narrative: they would serve as a role model for others, while the public is obliged to study their stories for guidance. This essay ventures the term "paradigmatic entrepreneurialism" to describe China's neoliberal economic subject manifested in modern-day biographies of the rich—the new rich are invested with the authority to guide the public into a free market society. We argue that rich merchant stories constitute a core strategy informing biopolitical governance in China, pushing individuals to become actively engaged in market exchanges. The three types of merchant legends discussed in this essay (Merchant guild narratives, the Wenzhou narrative and the *Commentary Series*) not only exhibit an uneasy transition away from older collective identities towards the assertion of individual decision making, but strongly call for identification with the emerging collective of the rich subjects.

**Keywords:** neoliberalism, *homo economicus*, biographies of new rich, cultural governance, Chinese entrepreneurialism

當今中國研究的重要議題之一是中國中央管控與市場經濟的張力。舉例而言，2006年《經濟與社會》(*Economy and Society*)期刊出版「中國治理」的專號，對中國的現況發問，提出的問題即是為何西方資本主義會在現在的中國盛行？威權式統治如何建立崇尚個人經濟自由的社會？專輯主編席格倫(Gary Sigley)的回應側重中國的特殊情境有別於西方，認為關鍵在於中國的黨國威權並未退卻，而是重組其治理技術。席格倫這類研究強調中國目前的經濟社會是轉譯西方體制的結果，如此的研究預設社會主義與資本主義截然不同，中國與西方也不能等同論之(Sigley 2006: 487-508)。誠然，席格倫的觀察有其代表性，但中國加入自由經濟的驅動力不能被視為理所當然，我們必須進一步探討中國進入市場社會的過程。本文旨在透過分析近年出版的衆多富商傳，一窺中國成為全球化市場經濟體之際，主體如何持續被置入與全球資本主義連結的假想關係裡。

針對21世紀初中國人口如何轉變為資本主義個體的研究多與素質論述相關。素質論述起源於將整體人口置入全球化勞力市場，由中央進行人口管制規劃。例如，一胎化政策在1979年開始推動時有兩個主要目標，一方面以去除多餘部分來減緩困擾全球的人口過剩問題，另一方面要塑造一個「高品質」的人口來讓中國重新與世界接軌。<sup>1</sup>素質論述反映了人口控制政策裡對高品質論述的要求。弔詭的是，「素質」一詞並沒有表達明確特定的意思，但卻成為重組中國人口的重要詞彙，促成中國加速進入全球勞力市場的競爭。<sup>2</sup>

優生政策開始推行後，素質仍不具明確意義，但個人是否具有素質成為區分低工資與中產階級勞力的標籤，也因此成為普遍用於勞力市場驅動個人改造的語言。如此的現象引發學者探討素質論述與新

- 
- 1 參見湯兆雲《當代中國人口政策研究》(2005)中對推行一胎化歷史的說明。
  - 2 在勞力供應上，素質論述跟城鄉區隔相互串連。這些未享有基本權利的未登記人口和許多窮困農民構成鄉間隨處可見的失落青年，或是都市中的「流動人口」。這裡的「流動人口」指的是都市中來自鄉村的外來人口。中國都市的戶籍登記方式使得來自鄉村的人口只有部分的公民權利，甚至完全沒有，也因此被定義為「城市中的外人和陌生人」(Zhang 2001)。

自由主義的關連。例如，嚴海蓉(Hairong Yan)觀察1990年代晚期從安徽無為縣來的家庭幫傭，認為素質論述是聘雇市場中的「無形操作因素」(intangible operator)，缺乏素質的說法排除了部分鄉村移工(Yan 2003: 502)。對於這種勞力現狀的描述，安葛絲(Ann Anagnost)進一步用理論架構說明素質論述如何成為象徵性的分隔，將鄉村人口和都市人口分別分化為勞力來源和中產階級(Anagnost 2004: 189-208)。總體而言，嚴海蓉和安葛絲對素質論述的幻影(phantasmagoria)性質，及其對鄉村人口的加強排除效應皆提出鮮明有力的批判。此外，兩人指出素質論述成為塑造個體改變行為的論述，強調個人「隱藏的潛力」，因此將素質論述視為新自由主義勞力體制的決定性特徵。然而，基普尼斯(Andrew Kipnis)指出嚴海蓉與安葛絲把新自由主義的標籤置入中國的情境討論，可能僵化新自由主義的概念，忽略其原本在英美柴契爾與雷根時期多樣不同的意義(Kipnis 2007: 383-400)。狄恩(Mitchell Dean)則認為素質論述本質上為自由主義(Dean 1999: 145)。

我們認為，雖然素質論述和新自由主義主體論述在表達上有諸多相似，尤其是兩者皆將人力理解為可改造的資本。然而，新自由主義主體另一個至關重要的特色，亦即個人如何主動進入市場交換其人力資本，並非素質論述的重點。有趣的是，此特性卻在當代富豪傳記裡展露無遺，一則則新富傳奇強調個體主動進入市場交換。如果說素質論述源自一胎化的人口管制，啟發富豪傳記的可說是鄧小平1978年的經典談話。鄧小平在改革開放時期「讓一部分人先富起來」的名言，成為從計畫經濟社會發展成為市場社會的重大準則。鄧小平認為要讓部分的人先致富，故需持續發展沿海地帶。同樣重要的是這句名言的言外之意——好讓他人可在可預見的未來裡能繼續跟隨少數富商也富起來。<sup>3</sup>在90年代富商形象尚未全面正面化，富商雖被尊為所謂「成功人士」，同時又是如王曉明所言的「半張臉的神話」。也就是說，成功人士形象廣為流傳，但成功之道諱莫如深(王曉明 2003)。1999年富比士出了中國50名首富排行榜，自此掀起中國富商排榜風潮，巨富

---

3 《品質成就財富》一書作者溫元凱說：「鄧小平『讓一部分人先富起來』的理論，吹響了中國人的勇敢、光榮的致富號角」(2005: 158)。

商賈成爲人人稱羨的對象，出版商也競相出版他們的故事或傳記。<sup>4</sup>約在2005年前後商人傳記激增，主要描述富豪榜上有名或成功累積大量資本的中國商人（雖然外國商人的傳記仍可見）。這類出版在非文學類暢銷書市場舉足輕重，改寫了成功人士半張臉的神話，逐漸成爲社會改造力量的來源。<sup>5</sup>

本文將以富商傳記爲例，說明這類暢銷書中最重要命題便是教導大眾如何學習成功者成爲新自由主義經濟人。中國改變的動向之一，是要讓個人在地方或中央政府制度的保證固定薪資消失下參與市場交換。我們認爲是全球化市場交換的效應(effects)將中國人口轉化成接受市場爲生存之必要環境的個人。廣義的獲利被視爲個人行爲的基本動力，而其效應是以求利目的組織個人所有的生命活動（不止是勞力的付出）。個人於是成爲主動參與市場交換的主體，我們將稱之爲「新自由主義經濟人」。全文分爲兩部分，第一部分耙梳傅柯(Michel Foucault)人力資本(human capital)與奧地利經濟學派(Austrian School)行爲學的論述，藉此闡發新自由主義經濟人主體型塑的概念，繼而概述三類中國富商傳的主人翁樣貌與敘事脈絡。第二部分則進一步探究富商傳與文化治理的關連。一方面以詮釋學來理解規劃企業家行動的敘述能力，並討論個人行動的社會協調性(coordination)與社會制度(institutions)之間的協商關係。另一方面，我們將如此推演出的文化治理邏輯與所選取的三類富商傳並讀，從而釐清富商傳代表的範式(paradigmatic)意義。

## 一、中國富商傳：新自由主義經濟人的多重樣貌

從2000年起，創業家主體的論述日益興盛。大體而言，這些書描述中國商人如何從一個共同的共產社會文化體系裡崛起，以及如何

---

4 《富比士》(Forbes, 中國譯爲《福布斯》)雜誌在1999年公布中國排名前50名的富豪名單，中國的富商排名便從此開始。

5 這些書的出版時間多在2005年之後，於2008年達到巔峰。

以大膽的作為開疆闢地。「我們該如何理解敘述當代採行資本主義個體的富商傳？富商傳的盛行實具有多重意義。明顯地，此意味商人企圖擺脫資本主義為毒害散布者的負面形象。除了這個消極意義之外，這些傳記更提供理解市場交換情境下產生的當代中國新自由主義經濟人主體。在展現富商傳的多重樣貌之前，我們先從何謂「新自由主義經濟人」談起。在傅柯所描述的龐雜歷史中，政府的主要工作在18世紀中逐漸從由上而下發號施令為主的統治方式，轉變為20世紀後期新自由主義蘊養生命為主的治理，其中何謂「新自由主義」的經濟人(*homo economicus*)的論述在此時期具有重要地位。在《生命政治的誕生》(*The Birth of Biopolitics*, 2008)所收錄的系列演講的最後兩篇中，傅柯提出對經濟人系譜的分析。他指出在史密斯以降的古典經濟學理論裡，個體主要是經濟人，而且是一個勞力可計量的提供者，重視自我利益以及如勤奮與節儉這類的道德價值，目的是追求自身最大的生產能力（以其所消耗之糧食和時間計算）。有別於古典經濟學理論的「新自由主義經濟人」則在美國芝加哥經濟學派中出現。傅柯提及芝加哥經濟學派的學者，如舒爾茨(Theodore Shultz)和貝克(Gary Becker)，在1960年代重新創造個體的論述：個人成為管理對自身有利條件的動因，對薪資的要求即為對最高獲利的追求(Foucault 2008: 223)。當焦點集中在所謂對一個人的「投資」上，經濟學的分析也代表對個人成長的「完整環境分析」(ibid.: 229)。

傅柯假設「在每個個體的人生中，人力資本多少屬自發的形成過

- 
- 6 蔡慧清(Emily Huiching Chua 2009)的研究說明了當代中國傳記書寫常使用共同的歷史敘述框架，亦即以線性敘述串接毛式歷史與市場經濟的當下。蔡以北京和上海於2003-2005年的圖書暢銷排行榜六本暢銷傳記（不以富人傳記為限）為例，分析這六本傳記針對中國自1949年至今的歷史發展下國家自我敘事(narrative of national self)中的共同性(368)。傳記所描述的都是當今中國所謂「成功人士」，他/她們代表了鬥爭和勝利的「卓越故事」(excellent story)，這些人的傳記往往傾向理性分析而非情緒性的敘述，當中的政治被再現為一種不想再經歷的創傷過去。個人傳記著重政治和物資不足的「過去」和後政治的實用主義、經濟富裕的「現代」連結，成為關於國家理性發展的線性敘述(371)，當中反映個人意識由毛時期信奉的社會主義集體思想轉為個人成功和企業才能，並藉由重新敘述歷史來重新了解現在生活之「好」(372)。

程」(ibid.: 229)。事實上，傅柯人力資本與交換之間的分析強調的是人力資本的概念，對於主動交換的重要性則未深入討論。人力資本的理論前提是假設有一個交換的市場，但這樣的市場獨立於生命行為之外，使得所有可交換的生命行為皆成為被動的物件，受非關個人決定的市場傾向、波動與機制左右。在新自由主義的運作下，生命的各種行為可用經濟學算式化為資本，如任何的人格特質、器官、組織、行為與情感等都能在市場交換中兌換成金錢的報償。我們認為傅柯如此的論點並未充分展現經濟人的真正意涵，因為除了人力資本的概念之外，就經濟流動脈絡中創造主體的問題而言，另一個不可忽視的面向是生命的行為如何置入交換的環境，或生命是否便是交換的行動或作為？若回到史密斯的論述來看，勞力如其所述可以客觀量化，但與此同時，個人又會基於自身利益把勞力拿來交換金錢或他人的貨物。換言之，**人力資本如何「主動」被交換的問題**與人力資本同樣重要。

要理解人力資本如何主動在市場被交換，除了傅柯的概念之外，我們同時必須回溯奧地利經濟學家米塞斯(Ludwig von Mises)的行為學與「企業家精神」的概念，進而分析所謂「生命」不僅指涉人力資本，更重要的還有基於自利的主動交換程序。米塞斯的理論透過追求自我利益和市場情境不可確知的兩個前提下，從人的行為來看個體。<sup>7</sup>具體來說，他借用「行為學」(praxeology)一詞來指稱對人類行為或行為公理的研究：「行為學並不處理外在世界，它所處理的是關於它們的人的行為。行為學的實在，不是外在的世界，而是人對於外在世界的既定情況有意識的反應」(Mises 1966: 92; 米塞斯 1991: 151)。米塞斯強調人的「行為」永遠是有目標的，而行為是權衡損益得失，透過詮釋與計算之後，為求達到更想要的狀態所作的自發調整。

米塞斯提出的概念可說是在兩個不同層面將個人「消融」

---

7 米塞斯：「人的行為是有目的的。我們也可以這樣說：行為是見之於活動而變成一個動作的意志，是為達成某些目的，是自我對於外界環境的刺激所作的有意義的反應，是一個人對於那個決定其生活的宇宙所作的有意識的調整。」(Mises 1966: 11; 米塞斯 1991: 53)

(liquidated)於經濟交換的流動中。首先，個人擺脫永久的（或本體論／現實的）限制，理論化成一個可以在流動的時間中發生行為的人，產生一個不受牽制、可向不同方向轉變的人。同時，行為學將個人捲入交換的洪流中，典型的執行人物即為「企業家」或「促進者」。<sup>8</sup>之後同為奧地利經濟學派的柯茲納(Israel Kirzner)從米塞斯的人類行為概念發展出「純企業家精神」(pure entrepreneurship)，意指個體能敏銳機警地察覺到未被他人注意到的獲利機會，把人的行為視為「方法和機會創造」的發現過程(Aranzadi de Cerro 2006: 32)。延續米塞斯的說法，柯茲納要證明深植於人的行為中的「企業家元素」(entrepreneurial element)(Kirzner 1973: 31)，暗示企業家精神是促成能動者行為的動因(motivation)。柯茲納認為企業家精神裡有基礎經濟合理性的選擇，可以依此定義計畫方案的架構，個人也能依此做出選擇，並依照計畫方案架構來評估(Aranzadi de Cerro 2006: 100)。如此來看，企業家精神不只是個元素，更是可以延展用以建構主體的架構技術。

就定義新自由主義經濟人的基本面向而言，企業家精神的重要性勝於人力資本。中國的富商傳也強調培養個體主動投入市場的企圖。綜觀近年眾多書寫市場求利成功的傳記，我們聚焦探討三種主動投入市場的主角類型，分別是「齊聚一堂的商幫英雄」、「溫州敘事的小老闆」與「《贏在中國》的財富貴族」。當然，這樣的分類並非涵蓋所有類型，但已企圖具體呈現幾個可見的代表形式。

### （一）齊聚一堂的商幫英雄

大約自2000年開始，商幫故事陸續出版，這類書寫或以地方誌形式接合各區域的商業史（晉商、徽商、京商、滬商等），或彙整中國各地商幫以合輯方式編寫。<sup>9</sup>以下將討論兩本代表性的文本，分別是

---

8 米塞斯明白「企業家」一詞容易引人誤解，曾嘗試以「促進者」指稱。(Mises 1966: 11; 米塞斯 1991: 348)

9 代表性的出版如：《徽商：正說明清中國第一商幫》(2005)、《晉商：正說明清第一商幫》(2007)、《晉商：中國第一商幫》(2009)、《中國商脈：不屈不撓之中國商幫》(2000)、《中國商幫興衰史：讓歷史教你如何成就霸業》(2001)、《尋找商幫系列叢書》(2003)、《中國十大商幫探秘》(2005)、《新九大商幫：當代商業的領跑者》(2010)等等。

《商幫：大陸財富新階層的崛起》(2006)與《地產江湖：一個暴富行業的背後》(2008)。

關山與小東的《商幫：大陸財富新階層的崛起》(以下稱《商幫》)結合歷史商幫書寫與當代富商傳記，本書凸顯了近年崛起的民營企業家即是讀者認同仿效的歷史傳人。《商幫》的書名便將兩者身分結合，暗示改革開放三十年來崛起的民營企業家有其制度的傳承。作者的序言強調，這是一部「『史記式』的中國民營企業家群體崛起的紀錄，一個個民營企業家的故事構劃出一個時代的全景」(1，強調為作者所加)。章節書寫方式進一步強化民營企業家與歷史商幫的血脈連結。全書除最後一章「西北」之外，每章前兩部分皆以線性歷史大事紀，記載各地商幫的發展與特性。強調傳統商幫歷史久遠，例如：京商歷史遠溯春秋戰國，滬浙粵商崛起明清。第三部分為財富英雄點將錄，敘述當代各地出現的重要民營企業家發跡經歷，呈現商業史脈絡中承先啓後的新商幫群像，以發揮作者所言的「創造『未來企業家』的教科書」功能(2)。50位企業家提供讀者寬廣的認同光譜。他們不僅創業行業眾多，營造行行出狀元的印象，同時創業過程更強調這批新商幫傳人，出身各自不同，包括農民、鞋匠、大學畢業生、教師、普通幹部與海歸的知識分子。

另外，由於計畫經濟時期分房制度的延續，到了1998年之後，地產業在政策改變後才有決定性的改變。<sup>10</sup>某種程度而言，這行業在中國商業史上沒有立即可見的參照前例，但二十年來史無前例的快速發展，地產業牽涉的暴利與民生住房問題又使其成為眾人關注的焦點。地產業因此有了極端的形象——既是締造財富的第一行業，又長期與政府配合資本炒作脫離不了關係，對一般人而言有幾分神秘色彩，深具戲劇性。肖賓的《地產江湖：一個暴富行業的背後》選擇了通俗章

---

10 根據中國國務院1998年7月3日發布之「國務院關於進一步深化城鎮住房制度改革加快住房建設的通知」，1998年下半年開始停止住房分配，實行住房分配貨幣化。從此房市開始市場化，2009年中國已成為全球最大房地產投資市場，投資額為1562億美元。引自：[http://www.csfdc.gov.cn/newsdata/301005006/10\\_2603\\_2.html](http://www.csfdc.gov.cn/newsdata/301005006/10_2603_2.html)。(2011/02/07瀏覽)

回武俠小說來講地產群雄故事，化身說書人，以虛構的武俠史來描述新富階級中一群沒有歷史的企業家如何闖蕩商場。透過誇大的語言，巧妙地以市場即江湖為敘事場景，書中處處以武俠書寫慣例描繪市場經濟。民營企業家（地產大腕）成了行走江湖的群英，文憑即是門派，能力是劍術。

## （二）溫州敘事的小老闆

如前所述，近年眾多的企業家成功故事出版品中，以地域歷史為主軸的商幫書寫深具代表性。其中描述溫州致富之道的敘事可能是數量最多的一類，除了平面書籍出版品，另有影像報導如《溫商》等。<sup>11</sup>2000年初至今的眾多出版品反映了溫州熱持續不斷，涵蓋溫州小商品大市場經濟模式或溫州人傳奇模式，儼然形成了「溫州學」。<sup>12</sup>在此特別與商幫書寫分類說明之。

溫州敘述之關鍵在於：溫州的經濟發展模式是在中國成為世界工廠之下典型成功的例子。80到90年代溫州模式經營方式，主要因應國內市場，或是以強大推銷員隊伍為主的營銷，或是以前店後廠專賣店模式發展為專業市場。基本上，以小城鎮發展家庭工業與個體私營為基礎，具有群聚性，家族企業眾多，主打小商品大市場。在90年代進一步發展股份合作經濟，並逐漸步向全球市場。在這些溫州熱的論述中，溫州模式被認為有別於西方資本主義，更貼近中國國情與文化（龍鑫銘2006：185），可說是社會主義市場經濟啓蒙模式（趙東華2005：280；金輝、楊莉2003：91，310；黃曉陽2007：370）。

溫州敘事回溯共同地理與歷史文化，創造群體社會「商幫」想像。溫州敘事其實脫身於地方誌書寫，不約而同地建構溫州世代傳承

---

11 中央電視台出品的電視專題紀錄片。

12 引自：<http://www.gmw.cn/01gmr/b/2002-07/22/05-927E60EFB8460F2748256BFE00018551.htm>。（2011/02/09瀏覽）相關出版包括《可怕的溫州人》（2003）、《其實你不懂溫州人》（2005）、《溫州的性格》（2005）、《溫商是怎樣賺錢的》（2006）、《溫州人：策劃中國》（2007）、《天下溫商：七百萬溫州商人的創富傳奇》（2006）、《溫州商道：溫州人賺錢秘訣全集》（2007）、《看看人家溫州人》（2007）、《中國最會賺錢的人：溫州商人的20大奇蹟生意經》（2009）等等。

的區域文化（陳安金、王宇 2008）。一方面有深厚的地理環境決定論色彩，強調溫商源自於溫州地理環境惡劣、山水阻隔、交通不便。溫州人爲了脫貧而致力經商，是不得不然的求生本能（龍鑫銘 2006：89；朱必知 2009：131；黃曉陽 2007：369-370）。另一方面溫州論述也建造歷史，凸顯越人善賈的形象。南宋葉適代表的永嘉學派即爲溫州人的經商基因，其「實用精神」得以合理化溫州人的資本主義經濟行爲。利義統一、經世致用的學說被定義爲溫州文化的根柢：「正是這種文化鑄就了溫州人獨特的經商天賦」（金龍 2007：1）。更有論者指出，「800年後，永嘉學派的功利特質成了今天溫州模式的文化謎底」（金輝、楊莉 2003：7）。環境決定論與永嘉學派傳承說法的共同訴求即是本質化(essentialize)與自然化(naturalize)溫州人與市場經濟的關連——強調區域環境造成的溫州文化即是商賈文化，而溫州的商賈文化有其悠長的歷史根源。

同時，類地方誌書寫在虛實之間，容許溫州敘事描繪具有高度可辨識性的傳奇主體想像。溫州人的傳奇透過作者以說書人繽紛的俚語、民謠、譬喻、故事活靈活現——溫州人是連「髮絲都是空心」的「中國猶太人」，是「腦袋有鬼、眼睛有針、嘴巴吐火、生而知之的生意人」。這些「可怕的溫州人」的「奇蹟生意經」與「創富傳奇」編織了溫州人的身分，更成了符號（黃曉陽 2007：244）。據說溫州人往大街上一站，用鼻子聞一聞，就能嗅出哪兒有賺錢的機會（金輝、楊莉 2003：98）。

### （三）《贏在中國》的財富貴族

如果前述兩類富商傳記可說同屬商幫敘述，此處的第三類成功學則近似自發敘述(*sui generis*)。源自中央電視台電視節目《贏在中國》系列的史玉柱、馬云與俞敏洪的《點評》書系有助於我們理解當代中國財富貴族代表的意義。<sup>13</sup>《贏在中國》爲中國中央電視台的競賽節

---

13 三人除了被選入不同的財富英雄群傳之外，也另有個傳專書。例如，2008年中國經濟出版社出版的《如是說》系列，即有馬云與俞敏洪，前者被稱爲中國頂級CEO，後者爲中國教父級CEO。史玉柱個傳則有《巨人不死密碼》(2007)。

目，每季以淘汰制選秀，競賽方式或由參賽者發表自己的創業計畫與過程，或分隊競賽達到指定項目，優勝者的項目可獲鉅額資金的挹注投資。<sup>14</sup>該節目模仿美國電視NBC《學徒》(*Apprentice*)，不同的是美國版主要在尋找專業經理人，而《贏在中國》的焦點是創業者。《點評》書系除了彙整《贏在中國》節目中專家對參賽者提供的個別評論與建議，同時融入成功人士傳記的書寫傳統，有時並加入延伸閱讀，條列評委談創業的語錄，書末同時以小傳方式收入企業家的成功歷程。

就本文的關懷，《贏在中國》的節目最重要的特色是以高曝光率創造商業成功人士點評。以此意義而言，此節目是富商傳的接續與延伸。《點評》書中所附的傳記再製了各式富商風雲榜。隨著中國富商激增，成為中國新階層，《富比士》的排行成為宣揚經濟發展的重要指標，成功企業家也順理成章成為先行者的代表。<sup>15</sup>同時，專業點評的權威性與淘汰制競賽節目的戲劇性（參賽者彼此及參賽者與評委間的互動）創造了商場實境競爭的想像，使這些商人實質成為「全民創業」的權威指導家。（《贏在中國》項目組編著 2008c：280）

## 二、富商傳的文化治理意義

在展現新自由主義經濟人之外，富商傳同時彰顯了這些中國社會的商業成功人士即是管理經濟社會的成功者。換言之，富商傳隱含的

---

14 於2006年3月29日製播，目前已播完三季。

15 馬云的傳記稱其為：「『縱橫商場江湖的大俠』，成為全球市場社會認證的領導者：他是中國大陸第一位登上美國權威財經雜誌《福布斯》封面的企業家；日本最大財經雜誌《日經》的封面人物，世界經濟論壇評選為2001年全球100位未來領袖之一，同年獲美國亞洲商業協會評選為年度商業領袖，2004年獲得CCTV十大年度經濟人物獎」（《贏在中國》項目組編著 2008c：277）。俞敏洪的小傳引述《時代週刊》(*Time*)指出，「他是偶像級的人物……改變了中國學生的英語教育方式……被《亞洲週刊》選為21世紀影響中國社會的10位人物之一」（《贏在中國》項目組編著 2008b：244）。

重要意義是當代中國的治理力量如何部分轉移到民營企業家手上。<sup>16</sup> 此處我們將論述新自由主義經濟人的治理邏輯，進而將此邏輯與中國富商傳並置來看，一方面進一步勾勒所謂「文化治理」的通則，一方面回頭檢視中國富商傳，從而描述富商傳中所呈現從共產社會的歷史進入市場經濟時，個人交涉協商的焦點與技術，並強調富商的模範地位。

承續先前米塞斯－柯茲納的企業家論點，新自由主義經濟人的形成是個人透過每次的行動，在無法為人掌控的大環境(*milieu*)下學習摸索如何自行行動求取獲利，我們認為新自由主義經濟人主體形成與經濟社會的治理在某個層面上是一體兩面。新自由主義經濟人的基本展現方式中，包含塑造一個主動投入市場交換的個人的程序，同時，這個程序在社會上的重要含意即在於如此的身分提供以「文化」治理個體的可能策略。由米塞斯與海耶克(F.A. Hayek)等人發展出來的政治經濟理論中，在無外來力量介入的情境下，社會便會自行組成。由此延伸的治理，可不再只依賴多層次的社會規範，以外加的方式介入管理紀律，取而代之的主力是仰賴經濟人的所謂「自動自發」的治理技術，亦即從遠處治理。如此的治理不需醫學、心理學和生醫科技等技術改變行爲，也需要如狄恩的「文化治理」分析語彙，以便說明「透過個人倫理文化或栽培方式的治理方法」(Dean 2007: 61)。

引申狄恩的概念，若要問如何以文化治理個體，我們需探究新自由主義經濟人的「知識」如何獲得。回到米塞斯與傅柯的論點來看，在米塞斯的唯意志主觀理論(voluntary subjectivism)中，衍生人類行動的目的同時是不可知又可知的。不可知的層面指的是行動的目的

---

16 治理力量的轉移也可從《轉型力量：一個國家的崛起與18位財經領袖的思考》(2008)一書中找到例證。書中的成功企業家即是所謂財經領袖，而財經領袖具有治理公民社會的責任：「凡成長必有煩惱，這是每個崛起中的國家都要面對的。如何克服這種困擾，是政治家的使命，也是每個負責任的社會公民需要認真思索的。今天，我們希望把這個問題交給中國的企業家、金融家們，他們是全球化經濟的贏家，他們應該更具有全球思維。在一個開放的經濟體中，每一個企業都是價值鍊中的一環……企業的市場活動也包含了大量的社會責任」(《經濟觀察報》編 2008：4-5)。

最終在市場上的不可確定性。舉例而言，交易的行為裡真正的價格是什麼？有誰會買這個商品？買商品的人會拿它來做什麼？某個商品在特定的交換網絡裡能持續銷售多久？這些問題都無法在事前得知確切答案。傅柯認為這樣的不可確知性(unknowability)決定了治理經濟人時，從遠處的治理方向。他描述經濟人基於市場交換的不可知性而反對統治者的直接介入：「你（統治者）不可做（介入規範或干涉），因為你不知道（市場交換的實況）；你不知道，因為你不可能知道」（Foucault 2008: 283）。但是只確定不干涉的大方向，治理無從作為，傅柯也認為治理仰賴知識的反饋，以進行資源與風險管理，保證個人進行交換程序。其實，在米塞斯－柯茲納的企業家行動架構下，除市場不確定性之外，從個人角度而言，其行動目的是可知的。由於個人行動中，可知的目的確定了行動的意向性(purposiveness)，行動的可知性提供治理策略的反饋及檢驗效度的基礎。

要了解行動的目的如何一方面由主觀方式決定，同時又尊重市場其實是不可知的領域，而且是檢驗主觀決定的目的所在，我們可進一步透過詮釋學(hermeneutics)來看經濟論述如何處理企業家概念的知識問題。包括拉赫曼(Ludwig Lachmann)在內的學者認為，在市場不可確定性的條件下，詮釋學可用以瞭解行動的目的（轉引自 Addleson 1986: 11）。拉赫曼指出「行為由一連串的作為組成，我們的心智對這些作為賦予**意義**。因此，組成行為的元素是我們心智的表達方式，也應該視為如此」（Lachmann 1990: 136，強調為原文所有）。

透過詮釋學可推論新自由主義經濟人運作的行動目標中，可知(knowability)的首要條件是規畫企業家行動的敘述能力。例如，阿然札第(Javier Aranzadi del Cerro)以詮釋學理解米塞斯行為學，將其行為學與柯茲納的企業家精神概念化，把手段與目標的組態稱之為方案(project)，時間則為方案裡固有的因素。他定義人類行為即是在有限時間裡掌握手段達到目標。而這種方案在心智上的統合及掌握可稱為「概要結構」(synoptic structure)(Aranzadi del Cerro 2006: 104)。更精確地說，阿然札第照時間順序整合行為的「概要結構」是敘述(story telling or narrative)。至此，我們發現一個重要的衍生概念——「敘

述」為米塞斯行為學中無可避免的中介，將個人的龐雜經驗組成有情節安排與人物發展。

確定新自由主義經濟人運作的行動目標中，可知的另一項重要條件是社會制度之暫時但必要的可依賴性(dependability)。這點必須從奧地利經濟學派如何推敲個人行動的社會協調性(coordination)談起。米塞斯行為學的重點在於個人如何主觀認定市場價值的意義，並依照自身計畫所從事的行為，但此行為如何能產生協調的效果而構成社會？如何理解市場的社會協調？這也是治理者要問的問題。對此，艾伯林(Richard Ebeling)提供了重要的觀察。

艾伯林首先從海耶克論市場價格的說法出發。艾伯林同意海耶克的看法，如要將一個人同時視為經濟人和社會人(*homo sociologicus*)，價格在市場交換行為中成為社會協調的主要導體，如何詮釋市場價格的意義是主體重要的考量。而且他認為在決定價格的作用時，不能預想是在一個均衡的架構下理解，而需在「非均衡」(disequilibrium)的環境下進行。艾伯林認為在這種市場不確定的情形下，反而更需要詮釋的工作來決定價格的意義是什麼。他進一步強調，社會或機構的既定習慣與作為（指的是廣義的慣例、制度或規範等）是共同決定的。依賴廣義社會制度的相對穩定性，可以在主觀詮釋下用來增加個人對目標的可知性，又能讓經濟活動的行動者尊重市場的不可確知性。也就是說，雖然可能有變數，但社會制度仍具有若干預估的穩定性，給予新自由主義經濟人經濟計算效用時的暫時支撐。在操作上，接受社會制度短時間的穩定，即是新自由主義經濟人行動可知 / 不可知的另一項條件(Ebeling 1986: 45)。

總體而言，以詮釋學介入米塞斯行動學所得出的兩個新自由主義經濟人知識的必要條件——企業家敘述與暫可依賴的社會制度的穩定——實際上為整合同一件「方案」，亦即由獲利主導的敘述，用來組織個體在時間象限中行動的經驗，而且其中必然與廣義的既有社會制度進行交涉協商，以求達到或多或少確立的目標。

此處我們也看到新自由文化治理的重要層面。既然新自由主義經濟人攸關如何在支持市場不可確定性的最高預設之下，將一個人自

身的活動規劃為獲利方案，以及如何持續在方案內找尋價值的轉換與評估成果的基礎，治理的目標則為如何確立上述兩個必要條件，使求利行動得以進行，又不需以條規方式的外力介入，而是讓行動的目的有各種可能性。凡此種種仍有賴企業家敘述的培養(cultivation of entrepreneurial story-telling)以及社會制度對人我關係規範的實質依賴等文化因素來促成。

陳述新自由主義經濟人的文化治理邏輯之後，再透過企業家敘述與社會制度的角度，我們便可勾勒出前述富商傳與當代市場社會新自由主義經濟人主體建構之間的關連。接下來的分析將從富商傳的主體敘述與社會制度的喻象(figure)兩方面切入。我們將指出商幫書寫中的主體是掩身於商幫集體中的求利個體，社會制度常是化約成叢林法則的市場；在溫州敘述中，主體是追求微利不遺餘力的同鄉，而社會制度經常被描述為奇幻的全球市場環境。最後，在《點評》系列裡，主體具有自我敘述的技巧，並進一步以所謂「價值」來描述與定位市場社會。

### (一) 掩身於商幫集體中的求利個體，化約為叢林法則的市場

「商幫」是富商傳出版中核心的敘事喻象，也是在市場興起的脈絡下想像「市場社會」的主要語言之一。商幫書寫描述在市場經濟快速發展中追求自我利益的個體時，要呈現所謂經濟人的個別性，仍有賴某種集體的身分包裝——逐利的個體必須以群像出場，以商幫歷史原型集體的框架出場後，個別的商人才能一一現身。<sup>17</sup>

值得注意的是，歷史上的商幫故事中，商人在外無依、自立闖盪的敘述元素有助作者書寫，比喻今日民營企業家身處的市場社會的艱險，隱然賦予新商幫（市場社會）主體的英雄典範身分。舊時商幫是以群體形式幫助個人在外經商闖盪面對各種變數，無論是朝廷律法、政府政策、地方勢力、戰爭或天災等等。如此的歷史所刻畫的風險社

---

17 以地域區分的中國商幫崛起於明清時期，是封建社會與商品經濟交互作用下形成的同業社會組織。在重農抑商、欠缺法律保護的封建時代，以地緣結合的商幫有助商人在外地走南闖北拓展商業活動，並與政府進行各種利益協商。

會，讓當代民營企業家的創業維艱有敘述參照的歷史框架。《商幫》作者一再強調本書的目的是「讓讀者更關注的是他們創富艱辛過程而不是結果」（關山、小東 2006：2），試圖彰顯新商幫一路走來的困苦險阻：「這批先富起來的人衝擊著計畫經濟的舊體制，開始了向市場經濟長征的艱辛歷程，這些財富商物的命運故事，正在記錄著中國改革開放以來發生的驚心動魄的一幕」（ibid.: 1）。透過50位企業家的故事，作者強調中國財富新階層的崛起發揮了所謂商幫的傳統精神，他們勇於冒險、敢為人先、掌握時機、正確決策，創造財富，終能成為「現代社會的主體」（ibid.: 1）。

如果《商幫》意圖借用商幫群體歷史來建構群體身分，來肯定20世紀末企業家獨自謀利的作為，那麼如何對大眾講一個沒有商幫制度歷史的富商故事？肖賓的《地產江湖：一個暴富行業的背後》這部以行業而非個人或地域為分類類型的財富英雄群傳，提供了有趣的答案。肖賓在序與跋中皆強調當今房產大潮無人能置身事外，人人皆是江湖中人，以武俠的身分出場。不可忽視的是，在這本書中江湖是大眾書寫再現地產市場的喻象，透過市場即江湖的先決預設，市場本質便可等同於江湖通行的叢林法則。誠然，江湖險惡是書中的主要比喻。例如，作者說：「從市場環境來看，**早年間的江湖相對還是缺乏秩序的**。儘管現在很多人還抱怨咱們的國家，市場很多方面缺乏規章制度、誰誰誰又走灰色地帶、又行走在違規邊緣怎麼怎麼的，但比以前，現在確實已經有了巨大的進步了……」（肖賓 2008：4，強調為作者所加）。「江湖」一語因此能讓作者將資本市場或制度不健全的問題，透過江湖凶險混亂的隱含意義來指涉中國初步入市場經濟的境況。在此我們必須進一步瞭解的是，這個比喻與建立地產大腕的典範身分密切相關。作者強調市場叢林法則的殘酷本質，使得江湖中人謀求生存之道時，不必然要考慮道德法規：「資本市場的跟頭輕易是栽不起的……這個市場的一個重要屬性就是：你可以成功，但不可以失敗，在資本市場的放大下，失敗通常是毀滅性的……這個市場沒有善終，沒人能死在床上，周圍都是一群餓狼，等不到你死，就活撕了你，骨頭渣都剩不下，**但他們這樣做，沒錯。這就是資本。優勝劣汰是最高法則。**」（ibid.: 52-53，強調為作者所加）如此成王敗寇、適

者生存的江湖守則可以進一步合理化地產企業家的腐敗形象。例如，當作者描述企業家不正當的競爭行爲時，便以叢林法則來講述：「在這種大時代裡，不光是政策壓力大，市場上更是風雲變化……這種江湖環境下，地產大腕們早年間要是沒有點險招、高招，那基本上是混不到現在的。」（*ibid.*：20，強調爲作者所加）「險招高招」之語隱含了企業家江湖英雄的身分。如此的敘事並不否認地產企業家的腐敗，而是重新界定江湖腐敗只是生存之道。總體來說，《地產江湖》具體讓複雜的地產業通俗化，將資本市場邏輯化約爲江湖代表的叢林法則，武俠的傳統同時又賦予沒有歷史的地產企業與企業家虛構的歷史連結，將商人草莽英雄化，從而確立其值得仿效之地位。

## （二）縱身全球市場奇幻環境，追求微利不遺餘力

溫州敘事是「商幫」想像進一步的闡發，溫州模式隱含的獨立自主特性被轉換爲自利個體的認同，建構出「可怕的溫州人」即是適合「農民」與「百姓」參與新全球化市場經濟的個體。敘述呈現溫州人不仰賴政府體制協助，求利的動機「自然」且「自發」。溫州現象的作者紛紛指出溫州在政府挹注資源有限的情況下，很早就明白要自謀出路。溫州人自傲的四自精神——「自立改革、自擔風險、自強不息、自求發展」——便是缺乏資源的情境下的論述產物（金輝、楊莉 2003：104；沈潛編 2009：23；胡飛航 2006：134）。一個典型的說法是：「傳統的計畫經濟要求人成爲聽從安排的『馴服工具』」（金輝、楊莉 2003：275），個人沒有身分自由和選擇的權利，但溫州早就「養成不依賴國家的自主意識。姑娘外出謀生喜歡獨立自主補鞋子，賺了錢喜歡獨立自主當老闆」（*ibid.*）。講述溫州的出版品不斷提到，溫州人不靠政府的獨立性與自主意識強，不求政府資源（不找市長），在求利的動力下自行開拓市場（只找市場）。

其次，溫州敘事提供了個人與中國以外的世界連結、參與經濟全球化的具體喻象。有趣的坊間小故事常用來表達溫州藉小商品展現的力量：「當美國人用高科技迫使全世界爲他們打工的時候，他們身上穿的卻是溫州人做的襯衣，聽的是溫州人做的半導體，早晨喚醒他們的是溫州人做的鬧鐘，吸煙用著溫州人做的打火機，戴著溫州人做的

眼鏡」（龍鑫銘 2006：5）。以個人力量達到世界經濟規模似乎不是人人可以做到，但從兩個俏皮的小故事中看到溫州身分如何以「劇情敘述」具體呈現在全球化情境下，即便市場充滿未知的變數，個人求利卻是溫州人幾乎絕對的堅持：「火星人落到地球上被逮住，東北人問它有沒有戶口，北京人問它與人類有沒有血緣，上海人會搞外星人展覽，廣東人會問它身上哪些部位可以吃，而溫州人則會立即請它吃飯，打聽火星上有沒有生意做，請它幫忙介紹」（金輝、楊莉 2003：封底）。另一個流傳的故事常用來說明溫州人集群性強、適應力高，向來喜歡「抱團上岸」：「當溫州人發現越來越多國人喜歡吃螃蟹的時候，以為洋人也會喜歡，便裝了一船運到荷蘭。結果當地海關拒絕讓螃蟹入境，溫州人只好把這船螃蟹倒進了附近海域，沒想到，這些生命力旺盛的螃蟹居然紛紛爬上了荷蘭海岸，並在當地繁殖。」（勾曉峰 2009/01/29）在荷蘭的溫州螃蟹暗喻溫州人的產品散布全球，溫州人也藉產品四處紮根。

溫州敘述逐漸不僅有傳奇或報導的形式，後來甚至轉化成教科書的形式，所謂「溫州學」的樣版教化功能也因此半官方化。浙江大學出版的《溫州人生意經的經濟學解讀》（2006）序言便說：書中「收集近年來廣為流傳的溫州人生產經營活動中生動又典型的『故事』，**從紀實上升到理論……**期待有助於廣大生產經營者更好地理解與學習，同時為**經濟專業的學生**提供寓實踐性和理論性於一體的輔助讀物」（胡飛航 2006：1，強調為作者所加）。溫州職業技術學院編著的《溫州創業文化》（2009）教科書也以較理論的語言說明為何溫州人敢為天下先，第一個吃螃蟹，強調「當代溫州和溫州人在改革開放以來的創業歷程和生存壯舉，……對於**高職學生**來說也更具現實可感性和比照性」（沈潛編 2009：1，強調為作者所加）。在此我們看到溫州商業傳奇如何與中國資本主義發展接軌，化為具有教育意義的規範文本。分析溫州學的特性與其教育(pedagogical)功能，有助於理解大眾敘事如何將企業家精神轉換為中國勞動主體的新身分認同，同時在資本主義快速發展的情境中建構可供人民認同追求的新主體想像。傳奇的溫州人於是成為中國的新身分想像——「溫州人有13億，我們人人都是溫州人」（黃曉陽 2007：6）。

溫州敘述不是寰宇搜奇的神話，不可忽視的是其中呈現了在物質資源少的境況下，也能利用個人創造的能力獲得利益的新自由主義經濟人。就此脈絡而言，溫州敘事的重要意義首先在於創造追求微利的主體認同。強調創業所需的低經濟資本與低技術門檻，促成「人人都要當老闆」的身分想像。因此，大眾書寫常以通俗的語言來描述溫州模式：「民本經濟」、「老百姓經濟」、「草根經濟」、「農民經濟」與「小狗經濟」等（金輝、楊莉 2003：5；胡飛航 2006：56，60）。這些詞語某種程度呈現了溫州模式對平民大眾強烈的召喚力——無論是推銷員或是小商品輕工業創業，兩者門檻相對較低，強調「扎堆」的團隊、家族、鄉親合作與追求微利的特性，更使得創業的夢想與民營企業家的身分似乎人人可及。因此，許多作品不斷強調，溫州人想賺錢，能吃苦，「龍門能跳，狗洞能站」，「家家戶戶都有企業家」，不論出身，人人都要當老闆，因為老闆才是真正的英雄。溫州民謠唱的就是賺錢的硬道理：「家家辦工廠、人人擺個攤，誰也不靠誰，自己當老闆」（金輝、楊莉 2003：5，274，97）。也就是說，甚至不需任何物質條件，只要有賺錢動機就能成功，有夢想即有財富，有財富即是英雄。溫州人白手起家，還能跟世界巨富相提並論：「約80%的富翁白手起家，希爾頓、李嘉誠、比爾·蓋茲等人，還有那許許多多的溫州人，無不是白手締造了財富王國」（龍鑫銘 2006：202）。

### （三）投入市場風險中自我經理與「創造價值」

《點評》的內容總和可視為三位富商自我創業成功後的詮釋與示範。三人之間一致性很高，皆認為求利是認定不容懷疑的行為，但他們企圖區別所謂的創業與企業家之間的差別：創業只是金錢投資，企業家則是理想的身分，而如何建立企業家的身分則是眾人向成功者學習的目標。《點評》的互動形式容許點評人跳脫以現成的比喻故事（如行走江湖的英雄或大江南北的地方小販）敘述企業家的角色，教導各種自我敘述技術，提供節目的參賽者自行體會、自行組合，以實踐個體的求利活動。

首先，創業的行動模式成為組織所有活動的模式，而活動的整體

則可視為人生，因此可讓所有的參賽者的行動成爲一種計畫或組織。《點評》一再強調「創業即人生」。<sup>18</sup>此格言式的觀點透過俞敏洪的點評表露無遺。俞敏洪說：「創業是一輩子的過程，成長也是一輩子的過程」（《贏在中國》項目組編 2008b：187），他的點評常以人生與成長爲主題，論述邏輯是做事與做人不可分(ibid.: 194)，而做事對參賽者而言即是創業(ibid.: 187)。他擅長用寓言巧喻與自我成長修辭，將創業放大爲人生整體、生命全程，讓人人視自我爲創業主體。例如，參賽者／創業者有如長江黃河，各自殊異的創業過程如江河有各自的生命曲線，但如江河奔向大海，成功創業爲衆人殊途同歸、理所當然的目標。他又鼓勵參賽者與其選擇當無人理會的小草，不如像樹木一樣能自己成長，「活著是美麗風景，死了是棟樑之才」(ibid.: 116)。俞敏洪以自然現象比喻人爲創業，大量借用自我提升、自我成長與自我突破的語彙談創業經驗，創業即是人生整體與全程，而非生命的一部分或衆多選擇之一。

再者，《點評》教導個人與社會之間的關係，對個人自我的要求絕對先於對社會、政府機制的要求。就這點而言，類似商幫敘述及溫州故事對計畫經濟治理轉向市場經濟的邏輯，即是透過自主精神將生命政治責任歸於個人而非外在的政經社會體制與結構，但《點評》同時更強調個人不斷修持的練習。馬云與俞敏洪亦將政治社會資源分配與制度等問題定義爲既定的外在環境，理想的經濟人要反求諸己，而非批判抱怨社會不公。馬云說：「困難是不能躲避的，也不能讓別人替你去扛，任何困難都必須你自己去面對」（《贏在中國》項目組編著 2008c：28）。對於市場競爭中個人必須與社會結構、法令制度、政府治理等不斷協商的複雜問題，都歸爲個人責任。俞敏洪在激勵淘汰選手時說：「我用了整整10年的時間才把我身上的殼卸掉，從此我變成了一個自由人。既靠天，也靠地，**更靠自己**」（《贏在中國》項目組編 2008b：185，強調爲作者所加）。於是，經濟人身處中國初入

---

18 王利芬說：「節目主題曲爲在路上，其實這個在路上並不是只指創業，而是人生之路，這就是說每個人都在路上」（「序言」，《贏在中國》項目組編 2008c：1）。

市場社會可能面對的複雜問題，如市場與國家主權的交互作用、各級政府權力的規訓、種種物質與象徵資源的挪用、發展與分配等等，在俞式點評中先以約束、不公、黑暗之類的語言現身，繼而被定義為人生必然存在的挑戰與困難。

第三，在不確定的市場環境中，失敗成為自我敘述重要的參考點。幾位評委都強調面對創業失敗可以屢敗屢起，因為失敗，過去的經驗可以成為理解的對象，並藉此重新克服困難再次創業。例如，馬云教育參賽者：「市場和周圍的環境是變化的……所以，成功了，要了解為什麼會成功；失敗了，更要搞清楚為什麼會失敗」（《贏在中國》項目組編 2008c：122）。他強調「從創業的第一天起，你每天要面對的是困難和失敗，而不是成功」（*ibid.*: 28）。所以「所有的創業者都應該多花點時間，去學習別人是怎麼失敗的」（*ibid.*: 96）。被視為學習怎麼面對失敗的最佳典範則是史玉柱。<sup>19</sup>史玉柱的點評內容常舉自己的親身經驗提醒參賽者失敗與反思的重要。他說：「成功的時候做的報告，大部分是虛的，只有失敗的教訓才是深刻的，才有含金量」（《贏在中國》項目組編 2008a：176）。俞敏洪談到失敗的主題，更頻頻以史玉柱為例：「史玉柱作生意沒有心理負擔，尤其在他第一次把事情做砸了，後面兩次做得如此成功，他是徹底把負擔卸掉了，除了遵守國家法律以外，其他的負擔他全卸掉了」（《贏在中國》項目組編 2008b：6-7）。點評者都認為失敗提供自我詮釋及反思不可錯失的機會。

值得注意的是，點評內容與商幫敘述不同處之一在於，商幫依賴既有的社會制度，植入外在價值來合理化個人求利的活動，而點評人則認為企業家所為可以自行衍生價值。他們認為企業家貴在「創造價值」。馬云說：「我們只想做一個企業家。」他一再強調企業家與商人或生意的差別：「在我看來，生意人、商人和企業家是有區別的，生意人以錢為本，一切為了賺錢，商人有所為，而有所不為。企業家

---

19 史玉柱1989年以4,000元下海創業，1994年當選中國改革風雲人物，其巨人集團成為中國第二大民營高科技企業，1997年創業受困負債，之後再次投入生物科技重新創業成功，於2002年獲CCTV中國經濟年度人物。

是創造財富，為社會創造價值，影響這個社會，賺錢是一個企業家的基本技能，而不是所有技能」（《贏在中國》項目組編 2008c：29，228；強調為作者所加）。俞敏洪也「不只一次提到一個人於社會應有所價值」（《贏在中國》項目組編 2008b：261）。

《點評》的序言、書後的評委講稿以及傳記皆明顯定位點評人權威性的社會角色，企業家是商業領袖，更是未來社會的領袖。首先，製作人王利芬在馬云點評的序言中強調，馬云的代表性在於有錢但不是富商形象，不是假貴族。她說：「對於馬云而言，創造價值，造福社會是他的目的」（《贏在中國》項目組編 2008c：3）。史玉柱的信譽來自於他的失敗經歷。王利芬在其序言一再重複他是「失敗中真正站起來的人」（《贏在中國》項目組編 2008a：1-2）。俞敏洪成為社會象徵(icon)，堅持創業與熱愛生命的預設關連建立在「創業即人生」的邏輯。王在俞敏洪的序言中更指出俞的創業人生讓她想起曼德拉（《贏在中國》項目組編 2008b：III），強調兩人皆能坦然面對困境。透過如此的連結，俞的身分便不僅只是一般商業人士，而是可與世界精神領袖相提並論的成功人士。書末的一段話，具體呈現了《點評》不僅將俞敏洪等幾位評委視為資本市場的領袖，他們更是承擔社會責任與需求、改變國家歷史的「商業革命」先行者：

一個人的創業之路也許看似只是個人獨立的抉擇，但其實這條路從來都不通往私人的秘密花園，先行的創業者們已親身驗明它的四通八達——直接與社會需求接壤，與國家、經濟、責任、信仰這些宏大莊嚴的主題相通。甚至，這條路已經是歷史的一部分，在路上的那些人們，他們曾凱歌高進，他們也曾功虧一簣，但正是他們深深淺淺的足跡，為中國經濟發展史做出了最為鮮活的注解。（ibid.：279-280，強調為作者所加）

結合社會主義革命色彩的雄偉崇高語言（國家、經濟、責任、信仰、社會、歷史、凱歌高進、先行者），這段引文成功地把改革開放以來市場社會的成功人士轉換為開創中國社會價值、書寫歷史的領袖。

### 三、結論：從集體到個人——範式企業主義

《商幫》各類書系（包含溫州敘述）與《點評》提供市場經濟追求自我利益各種可能的參照角色位置。整體而言，在商幫傳記裡，求利的個人同時隱沒在同鄉的集體身分中，而且對交換經濟的社會以奇幻的書寫手法描摹，不易見到市場有可預估的操控性。換言之，市場社會的價值在《商幫》中是透過挪用商幫傳統來建立，強調歷史與地理的鑲嵌性，個人求利時仍須冠以集體商幫的身分。<sup>20</sup>相較之下，《點評》的自我主動企圖操控市場，市場社會的價值是在自我創造的過程中同時產生。《點評》的內容尤其能讓我們看到新自由主義經濟人的技術如何提供讀者企業家的自我敘述。這些多樣的敘述中介個人在市場社會的經濟行為，其中的情節安排與人物發展組合投射出斑斕的經驗與可能的獲利執行方案。

富商傳不只呈現集體到個人的各種身分協商，同時也召喚強烈的集體楷模認同。我們認為中國的新自由主義經濟人主體或可稱為「範式企業主義」(paradigmatic entrepreneurialism)——富商本身對當代社會具指導權威性。這批率先致富的企業家，其地位在鄧小平的大歷史敘述中隱然已有經典化的地位。由此看來，鄧小平的國家發展方向語言預設了富商與大眾之間的傳承關連：前者為值得眾人效法的榜樣，後者則需接受前者的指導。在此共同預設的歷史大敘述裡，富商傳的重點在於敘述個人具體展現獨自在市場經濟中成功的不同路徑與經驗。從富商傳裡，我們發現他們演化出一些市場活動的行為準則，這些準則不僅建立了新的市場秩序，也逐漸讓其他人接受市場機制。這成為當代中國提供生命政治治理經濟社會的核心策略之一，得以使人口的生命活動進入市場交換，人人皆為「經濟人」。

---

20 感謝朴安映對集體主義與個人主義的提問。

## 引用書目

### 一、中文書目

- Mises, Ludwig von (米塞斯) 著, 夏道平譯。1991。《人的行爲》(*Human Action: A Treatise on Economics*)上下冊。台北：遠流。
- 《經濟觀察報》編。2008。《轉型力量：一個國家的崛起與18位財經領袖的思考》。青島：青島出版社。
- 《贏在中國》項目組編著。2008a。《史玉柱點評創業》。北京：中國民主法制出版社。
- 。2008b。《俞敏洪創業人生》。北京：中國民主法制出版社。
- 。2008c。《馬云點評創業：CCTV〈贏在中國〉現場精彩點評實錄》。北京：中國民主法制出版社。
- 王曉明。2003。《半張臉的神話》。桂林：廣西師範大學出版社。
- 田玉川。2007。《晉商：正說明清第一商幫》。北京：工人出版社。
- 白暉華。2005。《其實你不懂溫州人》。北京：團結出版社。
- 朱必知。2009。《中國最會賺錢的人：溫州商人的20大奇蹟生意經》。北京：北京理工大學出版社。
- 李潔。2007。《看看人家溫州人》。台北：海鵠。
- 李鐵紅編著。2010。《新九大商幫：當代商業的領跑者》。北京：中國三峽出版社。
- 沈潛編。2009。《溫州創業文化》。北京：高等教育出版社。
- 肖賓。2008。《地產江湖：一個暴富行業的背後》。北京：中國長安出版社。
- 周偉。2003。《尋找商幫系列叢書》。北京：光明日報出版社。
- 金輝、楊莉。2003。《可怕的溫州人》。北京：作家出版社。
- 金龍。2006。《溫商是怎樣賺錢的》。北京：文化藝術出版社。
- 。2007。《溫州商道：溫州人賺錢秘訣全集》。北京：中國華僑出版社。

- 胡飛航。2006。《溫州人生意經的經濟學解讀》。杭州：浙江大學出版社。
- 范勇。2000。《中國商脈：不屈不撓之中國商幫》。台北：漢湘文化。
- 。2001。《中國商幫興衰史：讓歷史教你如何成就霸業》。台北：漢湘文化。
- 陳安金、王宇。2008。《永嘉學派與溫州區域文化崛起研究》。北京：人民出版社。
- 張敏鵬。2009。《晉商：中國第一商幫》。北京：海鶴。
- 湯兆雲。2005。《當代中國人口政策研究》。北京：知識產權出版社。
- 黃曉陽。2007。《溫州人：策劃中國》。南京：江蘇文藝出版社。
- 楊涌泉。2005。《中國十大商幫探秘》。北京：企業管理出版社。
- 溫元凱。2005。《品質成就財富：中國富豪創富路線圖》。北京：中國對外翻譯出版。
- 趙東華。2005。《溫州的性格》。北京：中國經濟出版社。
- 劉世英。2007。《巨人不死密碼》。北京：中國民主法制出版社。
- 潘小平。2005。《徽商：正說明清中國第一商幫》。北京：中國廣播電視出版社。
- 龍鑫銘。2006。《天下溫商：七百萬溫州商人的創富傳奇》。北京：地震出版社。
- 關山、小東。2006。《商幫：大陸財富新階層的崛起》。北京：團結出版社。

## 二、英文書目

Addleson, Mark. 1986. "Radical Subjectivism' and the Language of Austrian Economics," in *Subjectivism, Intelligibility and Economic Understanding: Essays in Honor of Ludwig M. Lachmann on His Eightieth Birthday*, edited by Israel M. Kirzner, pp. 1-15. Basingstoke: MacMillan.

Anagnost, Ann. 2004. "The Corporeal Politics of Quality (Suzhi)," in *Public Culture* 16(2): 189-208.

- Aranzadi del Cerro, Javier. 2006. *Liberalism against Liberalism: Theoretical Analysis of the Works of Ludwig Von Mises and Gary Becker*. London: Routledge.
- Chua, Emily Huiching. 2009. "The Good Book and the Good Life: Bestselling Biographies in China's Economic Reform," in *The China Quarterly* 198: 364-380.
- Dean, Mitchell. 1999. *Governmentality: Power and Rule in Modern Society*. London: SAGE.
- . 2007. *Governing Societies: Political Perspectives on Domestic and International Rule*. Maidenhead: Open University Press.
- Ebeling, Richard M. 1986. "Toward a Hermeneutical Economics: Expectations, Prices, and the Role of Interpretation in a Theory of the Market Process," in *Subjectivism, Intelligibility and Economic Understanding: Essays in Honor of Ludwig M. Lachmann on His Eightieth Birthday*, edited by Israel M. Kirzner, pp.39-55. Basingstoke: MacMillan.
- Foucault, Michel. 2008. *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège De France, 1978-79*, translated by Graham Burchell, edited by Michel Senellart. Basingstoke: Palgrave.
- Kipnis, Andrew. 2007. "Neoliberalism Reified: Suzhi Discourse and Tropes of Neoliberalism in the People's Republic of China," in *Journal of the Royal Anthropological Institute (N.S.)* 13: 383-400.
- Kirzner, Israel M. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: Chicago University Press.
- Lachmann, Ludwig M. 1990. "Austrian Economics: A Hermeneutic Approach," in *Economics and Hermeneutics*, edited by Don Lavoie, pp. 134-146. London: Routledge.
- Mises, Ludwig von. 1966. *Human Action : A Treatise on Economics*. 3rd version. Chicago: H. Regnery Co.
- Sigley, Gary. 2006. "Chinese Governmentalities: Government, Governance and the Socialist Market Economy," in *Economy and Society* 35(4): 487-508.
- Yan, Hairong. 2003. "Neoliberal Governmentality and Neohumanism: Organizing Suzhi/Value Flow through Labor Recruitment Networks," in *Cultural Anthropology* 18(4): 493-523.

Zhang, Li. 2001. *Strangers in the City: Reconfigurations of Space, Power, and Social Networks within China's Floating Population*. Stanford, California: Stanford University Press.

### 三、影片資料

中國中央電視台。2008。《溫商》。

### 四、網路資料

中國國務院。1998/07/03。〈關於進一步深化城鎮住房制度改革加快住房建設的通知〉，「長沙市房產政務信息網」。http://www.csfdc.gov.cn/newsdata/301005006/10\_2603\_2.html。（2011/02/07瀏覽）

勾曉峰。2009/01/29。〈溫州人是怎麼賺錢的〉，《經濟參考報》。http://www.tjcoop.com/article/96/1407.html。（2011/02/09瀏覽）