

QUANQIUHUA BEIJING XIA DE
ZHONGGUO XIAOFEI LUNLI

全球化背景下的 中国消费伦理

周中之 著



人民大学出版社



QIJI A BEIJU
GGUO XIAOF

全球化背景下的

中国消费伦理

—— 周中之 著

人 民 出 版 社

责任编辑：夏 青

封面设计：徐 晖

图书在版编目（CIP）数据

全球化背景下的中国消费伦理 / 周中之 著

— 北京：人民出版社，2012.7

ISBN 978 - 7 - 01 - 010875 - 9

I. ①全… II. ①周… III. ①消费经济学 - 伦理学 - 研究 - 中国
IV. ①B82-053

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 082578 号

全球化背景下的中国消费伦理

QUANQIUHUA BEIJING XIA DE ZHONGGUO XIAOFEI LUNLI

周中之 著

人民出版社 出版发行

（100706 北京朝阳门内大街 166 号）

北京集惠印刷有限责任公司印刷 新华书店经销

2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：19

字数：278 千字 印数：0.001 - 3.000 册

ISBN 978 - 7 - 01 - 010875 - 9 定价：45.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有 • 侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

前 言

中国加入世界贸易组织，是 21 世纪中国经济融入全球化潮流的重大事件。在这一经济全球化过程中，中国与世界的经济交往越来越频繁。伴随着密切的经济交往，承载在商品和服务上的消费伦理观念获得了更大的传播空间，同时也带来了中西消费伦理观念剧烈的冲撞。推动当代中国消费伦理观念的变革和建立适应时代要求的消费伦理规范体系，成为社会发展的必然要求。换言之，在当代中国的社会发展中消费伦理研究获得了良好的发展契机，获得了比以往任何时候都重要的理论和实践的价值。一方面，面对国际金融危机后世界经济发展的衰退，中国经济形势的外部条件极为严峻。中国要成为世界经济强国，必须将中国经济的发展置于内需主导型的轨道上来。为此，中国要通过消费伦理观念的转变，刺激内需，拉动经济的可持续发展；另一方面，西方消费伦理必将影响国内消费者的思想观念，其中既有积极的方面（环保消费），又有消极的方面（享乐主义）。要通过消费伦理规范体系的正确导向，确立与社会主义市场经济发展相适应的消费伦理观，以建立良好的社会道德风尚和帮助人们特别是青少年树立正确的世界观、人生观和价值观。

在传统的人文社会科学研究中，人们往往更多地从经济学的角度研究消费，把消费更多地视为经济现象。但 21 世纪的人类生活已经进入了新的时代，消费不仅仅是经济现象，更是一种文化现象和伦理现象。消费的过程是在一定

的价值观念引导和制约下的经济和文化活动。消费不仅有“能够”不“能够”，还有“愿意”不“愿意”、“应该”不“应该”的问题。摆脱传统思维的窠臼，大胆提出对消费的伦理追问，是本书研究的起点。

消费作为一种伦理现象，不同的历史和文化传统给予其深刻的影响。在经济全球化的背景下，我们必须科学地进行中西消费伦理思想的比较。在古代中国，尽管儒家、墨家和道家等学派在阐述消费伦理思想时有所不同，但他们的“黜奢崇俭”的价值取向是一致的。中国的自然经济绵延了几千年，建立在这一经济基础上的“黜奢崇俭”的消费伦理思想始终是中国古代社会的主流。而西方消费伦理思想在文艺复兴时期以后，主张节俭和奢侈的观点同时存在与发展。

经济基础对消费伦理的思想观念起着最终的决定作用，但中西消费伦理思想的特点又受到了不同文化传统的深刻影响。人的欲求是消费的内在推动力，消费是人的欲求的满足。中西消费伦理的差异不仅源于经济基础的不同，而且也与中西文化传统中对人性的不同理解密切相关。在文艺复兴时期之前，中西方的欲望论都以制欲论、寡欲论为主体，与此相联系的是节俭的消费伦理观念占了上风。文艺复兴时期后，资本主义生产关系在西方迅速取得了统治地位，而中国封建社会长期延续，中西方的欲望论沿着不同的方向发展。中国强调人是伦理的人，始终强调用理性抑制人的消费欲望，而近现代的西方社会突出了人的感性一面，认为追求感官快乐的消费是人性的必然需要，以致鼓吹消费、甚至鼓吹奢侈的观点在社会生活中有着广泛的影响。

在中西消费伦理思想评价视角的比较中，中国传统文化重伦理评价，而西方文化则重经济评价。从价值取向分析，伦理评价是“内倾”的，指向主体人的内部世界，而经济评价是“外倾”的，指向人的外部世界。这与中西方不同的文化特点是相吻合的，长期以来，在自给自足的自然经济中，中国传统文化自身形成了鲜明的特点，即把人的价值的思考重心指向人的内在世界，从人的内在世界的完善中走向外在世界，而西方文化起源于以海外贸易为生的古希腊，在与大自然的搏斗中，更注重对外在世界的征服。对消费的评价，不仅需要经济评价，而且需要伦理评价，两者不可偏废。因此，我们不仅要继承和发

扬中国传统文化关于消费伦理评价中的有益思想，也要吸收和借鉴西方文化中关于消费经济评价中的有益思想，将消费的伦理评价和经济评价辩证地结合起来。

2006年以后，由美国次贷危机引发的国际金融危机重创了世界经济。众多学者对国际金融危机进行了深刻的反思。既有经济的批判、政治的批判，也有文化的批判。事实证明，美国的过度消费是金融危机产生的重要原因，消费主义是金融危机的文化根源。由于国情的不同，中国在面对金融危机的时候，需要解决的问题是消费不足。我们必须坚决地批判消费主义，但是中国还需要通过扩大消费拉动经济的发展。因此，在拒绝消费主义的同时，必须谨慎地、认真地处理对待消费主义的问题。从中国目前的消费水平分析，它与西方发达国家相去甚远，至多达到小康水平，有些地区还处于温饱阶段。由于中国经济发展的不平衡，某些地区的经济发展达到了较高的水平，在一部分先富裕起来的人群中间，确实存在着消费主义的倾向，必须给予注意。在不同年龄的人群中间，消费观念和认识也不一样。大多中老年人崇尚节俭观念，而不少青少年人追求时尚，消费水平相对比较高。因此，即使要反对消费主义，也应将教育的对象主要放在青少年中间。

研究和建立当代中国消费伦理规范体系，调节和引导人们的消费观念、消费心理、消费行为，是建设社会主义和谐社会的需要，是人的全面发展的需要，是宏观层面上的消费伦理建设的首要任务。作者提出了当代中国消费伦理规范体系的两大原则和三个规范。两大原则是：人与自然和谐的原则；物质生活与精神生活和谐的原则。三个规范是：适度消费、绿色消费和科学消费。

本书从两个视角阐述了当代中国宏观层面上的消费伦理建设。一是人与自然之间关系的视角，即研究消费伦理与节约型社会建设的观点。其中提出了一些具有建设性意义的原创性观点，即“从道德价值、经济价值和生态价值上三者统一的基础上把握节约内涵”和“在资源节约与拉动内需中建设节约型社会”。二是从人与人之间关系的社会视角，即研究消费伦理与社会和谐的关系。针对社会拜金炫富造成的群体事件，作者认为消费伦理观念不仅仅影响消费者

的消费选择的问题，同时从中也折射出一定时代人们的心态、价值观念和道德风尚，影响着社会的和谐稳定。对于奢侈品和奢侈消费，我们要将道德的评价与经济的评价尽可能地统一起来，应容许其在一定的条件下存在和发展，但又要有有所限制，绝不能提倡和鼓励。在财富消费和使用上，要推动慈善事业的发展，以利于社会和谐。

消费伦理建设不仅要着眼于宏观层面，还要着眼于微观层面，即加强消费者的道德修养与道德教育。作者从理论上阐述了消费的自由与消费者的社会责任问题，并联系中国改革开放以来发生的社会重大公共卫生安全事件，提出了消费者在饮食消费中对公共卫生安全负有重要的责任这一新观点。特别是作者在消费伦理的理论研究中，在国内率先提出消费伦理与社会公正的关系，即要唤醒消费者的社会责任意识，形成对不良企业行为的震慑力，保护劳工的权益，从而推动社会的公正与文明。另外，作者认为，要加强青年的思想道德教育，必须调查和研究大众文化消费对青年思想道德教育提出的新课题，并采取正确的对策。

以上对全球化背景下当代中国消费伦理建设的阐述，基本概括了本书的主要内容和观点。随着中国社会的发展，对于消费伦理的研究将会不断深入。本书以问题意识作为研究的向导，并探索了当代中国消费伦理研究的框架。笔者相信，其中包含的一些创新的内容，在中国消费伦理研究的发展过程中将有一席之地。

目 录

前 言.....	1
第一章 导 论	1
一、消费的伦理追问	2
二、当代中国消费伦理观念的变革	12
三、消费伦理研究与中国社会发展	21
第二章 全球化背景下中西消费伦理思想比较	27
一、全球化及其对中国消费伦理观念的影响	27
二、中西消费伦理思想发展轨迹比较	32
三、中西消费伦理思想人性基础比较	41
四、中西消费伦理思想评价视角比较	49
第三章 全球化背景下消费主义的伦理批判	57
一、消费主义是金融危机的文化根源	57
二、消费主义的伦理批判	70

三、消费主义的辩证分析	91
第四章 当代中国消费伦理规范体系	103
一、消费伦理规范体系的特点	103
二、当代中国消费伦理原则	105
三、当代中国消费伦理规范	109
第五章 消费伦理与节约型社会	122
一、节约内涵的现代解读	122
二、节约型社会的建设与现实选择	132
三、低碳经济与消费伦理观念的变革	140
第六章 消费伦理与社会和谐	148
一、消费伦理在社会和谐中的价值	148
二、奢侈的科学分析	157
三、财富消费与慈善伦理	165
第七章 消费与广告伦理	177
一、广告与伦理的关系	177
二、广告的社会伦理责任	184
三、广告活动的伦理评价	190
第八章 消费的自由与消费的社会责任	197
一、消费的自由与社会责任	197

二、消费者的社会责任与公共卫生安全	202
三、社会公正与消费者的社会责任	209
第九章 消费伦理与青年道德教育	216
一、当代青年消费观的特点及其道德教育	216
二、大众文化消费与青年思想道德教育	227
第十章 中国传统消费伦理思想述评	237
一、中国传统消费伦理思想的发端	237
二、春秋战国时期的消费伦理思想	239
三、汉至宋元时期的消费伦理思想	251
四、明清时期的消费伦理思想	257
第十一章 西方消费伦理思想述评	264
一、西方古代消费伦理思想	264
二、西方近现代消费伦理思想	268
主要参考文献	283
附 件	
作者发表的消费伦理论文一览表	288
后 记	291

第一章

导 论

消费是人类社会生活中最基本的现象之一，也是社会科学研究的重要内容。随着社会生产力的发展和科学技术的进步，人们的消费观念、消费内容和消费形式都会发生重大变化。如何揭示在人类消费现象发展变化背后的客观规律，并通过认识和把握这些规律从而造福于人类，这是社会科学研究工作者的神圣使命。经济学家以生产和消费的关系为基点，对消费进行了系统研究，社会学家深入社会，对现实社会生活中的消费现象进行了全方位的描述，并从社会学的角度进行了理论分析。当人类进入“消费时代”后，仅仅从经济学和社会学的角度研究消费已难以适应形势的需要，我们还必须从伦理学的角度研究消费。特别是在经济全球化的历史条件下，中西消费伦理观念的碰撞、交流和融合，呼唤着伦理学界发出更多的声音。尽管伦理学工作者对消费进行过一些研究，但相较经济学和社会学的研究来说，无论是深度和广度都相形见绌。加强消费伦理研究，并在时机成熟的时候建立消费伦理学的科学体系，是我们努力的学术目标。

一、消费的伦理追问

（一）消费也是一种伦理现象

消费伦理研究主要涉及消费活动中的道德观念、道德关系、道德规范等问题，但要全面而又正确地阐述这些问题，必须首先界定消费。

“消费”一词在我国最早出现在东汉王符的《潜夫论·浮侈》，其中提到奢侈品生产者“既不助长农工女，无有益于世，而坐食嘉谷，消费白日，毁败成功，以完为破，以牢为行，以大为小，以易为难，皆宜禁者也”。在这里，“消费”是浪费、消磨的含义，与现代“消费”一词的语义并不完全相同。

现代语境中，消费是人们把自己劳动生产出来的产品使用掉，以满足自己生活需要的行为。非劳动产品，例如阳光、雨露，有如何利用的问题，但不存在怎样消费的问题。消费是与生产相对的对立面，但它不应仅仅被理解为吃、喝、玩、乐的消极行为，它也是使人获得全面的自由的发展，提高自己的能力、积极性和生产素质的积极行为。

消费可从广义和狭义两个方面加以理解。从广义上说，消费包括生产消费和生活消费。在物质资料生产过程中，生产资料、活劳动的使用和消耗也是消费行为，但这种消费通常已被包括在生产这个范畴中。我们这里所说的消费，指的是人们把生产出来的物质资料和精神产品用于满足个人生活上的需要的行为和过程，是“生产过程以外执行生活职能”。也就是说它是狭义上的消费。

当一个消费者走进商店，他的消费行为受哪些因素的制约和影响？人们往往会较多地提到他的经济能力，即他口袋中的货币是否足够支付商品或服务的价格。但是，把复杂的消费现象仅仅理解为完全由经济能力所决定，我们就无法解释许多社会现象。例如，一些腰缠万贯的超级富翁完全有能力进行高档消费，但他们却没有这么做。比尔·盖茨是微软公司的老板，拥有价值数百亿美元的家产。对他而言，在消费问题上绝不会存在任何经济问题。他在出行购买

飞机票时说：“既然头等舱同二等舱都在同一时间到达目的地，我何必要坐头等舱?!”他以平常心坐二等舱，而不坐头等舱。对于这种现象从经济能力方面是难以解释的。又如，有相同经济能力的消费者在消费时，为什么有的人购买这种款式的商品，而有的人购买另一种款式的商品，在这背后不是个人的偏好在起作用吗？再如，同一消费者走进不同消费环境的商店，尽管经济能力没有变化，但他的消费情况就可能大不相同。从纷繁复杂的社会消费现象中我们不难看出，人们的消费行为往往是由两方面决定的：

第一方面是“能不能”的问题即经济能力问题，这是消费行为的基础，是消费行为的必要条件。没有经济能力，消费就不能完成。对于这一点无需过多论证，它完全和经验事实是一致的，而且显而易见。

第二方面是“愿不愿意”的问题即伦理与文化问题，它对消费者的消费行为有重大制约和影响，它往往决定了消费者购买的时间、地点、款式、多少等问题。在市场经济中，“消费者的自由意志的表达、消费主权决定着经济行为的协调。消费主权作为市场经济标准的基础是这样一种东西，即人必须愿意”^①。然而，在消费者的“愿意”背后是深刻的伦理与文化问题。消费不仅是一种经济现象，而且是一种以伦理为核心的文化现象。我们不能否定经济能力的决定作用，也绝不能忽视、甚至否定伦理道德对消费活动的重大影响。消费既受一定的物质资料生产方式和水平的制约，也受社会道德风尚、个人的生活态度、价值观念的影响，它是经济学与伦理学的重要交汇点之一。

人的消费“愿望”起源于人的需要，消费伦理的研究必然涉及人的需要问题，然而人的需要具有社会性。马克思说：“我们的需要和享受是由社会产生的；因此，我们在衡量需要和享受时是以社会为尺度，而不是以满足它们的物品为尺度的。因为我们的需要和享受具有社会性质。”^②在不同的生产力水平

① [德]彼得·科斯洛夫斯基：《经济秩序理论和伦理学》，中国社会科学出版社1997年版，第152页。

② 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1995年版，第350页。

下，人们的消费需要是不同的；在不同的社会制度下，不同社会阶层的人的消费需要是不同的。在不同的社会道德风尚的条件下，人们的消费需要也是有着明显差别的。社会道德风尚刺激或节制了消费者的需求。一位美国学者曾专门分析了社会道德风尚对消费的影响，他写道：“究竟是什么促使比较富裕的人一直不断地增加他们对商品和劳务的需求呢？回答在于资本主义社会最根深蒂固的特征之一，这就是消费主义风气。消费主义来自资本主义意识形态的一个基本的教义，即认为个人的自我满足和快乐的第一位的要求是占有和消费物质产品。”^①

西方经济学的消费理论在分析消费者购买动机时，有“推力论”、“拉力论”、“推力和拉力相结合论”等多种理论。“推力论”认为，消费者总是先有了某种欲望，然后才会作出购买决定。消费者的欲望是消费者追求消费品的推动力。“拉力论”认为，消费品的吸引力才促成了消费者的购买决定。但是，如果采取“推力论”的观点，那么通常只能说明一次性购买，而难以说明对商品和商标的忠诚不渝，而采取“拉力论”的观点有助于说明多次购买、重复购买过程，特别是说明消费者对某种特定商品的喜爱的原因。而在实际过程中，消费者行为是一个动态的决策过程，“推力”和“拉力”是结合在一起的，两方面不可分离。只有从两方面的结合中才能说明购买的连续过程，这样，“推力和拉力相结合论”应运而生。然而，即便如此，仍有一个悬而未决的问题，即为什么消费者会购买某些看来他们并不需要的商品呢？或者说，为什么有些消费者看来不仅被消费品所“吸引”、甚至被消费品所“缠住”而无法脱身呢？20世纪六七十年代起，西方经济学出现了一个新的领域。在这个新的领域中，经济学家开始研究社会消费风气对消费者购买动机的影响。社会消费风气是社会道德风尚的一个方面，其实质是社会道德价值观念问题。消费问题不仅是经济学问题，同时也是伦理学问题，这一观点得到了进一步的

^① 理查德·爱德华兹等编：《资本主义制度：美国社会的激进派分析》，1972年英文版，第369页。

确认。

消费者根据什么提出消费需要,又怎样获得消费资料,并按何种方式实现消费,这一系列的消费过程,贯穿着消费者的道德价值观念。在现代西方,科学技术的进步推动了生产力的飞跃发展,消费品被大量地生产出来。企业为了获得更多的利润,扩大销售市场,大量生产奢侈的消费品。在追求体面的消费的社会风气中,许多人渴求无节制的物质享乐和消遣,这正是现代享乐主义道德价值观念的反映。在人们的消费过程中,作为主体的人,总是自觉不自觉地受着一定的道德价值观念的指导,不是这种道德价值观念就是那种道德价值观念在起作用。换言之,道德价值观念通过社会舆论、传统习惯和内心信念调节着人们的消费内容、消费方式与消费行为。

在当代中国,研究消费伦理问题,必须联系三十多年来中国改革开放的历史进程,才能深刻把握其内在规律。长期以来,中国实行的是计划经济。在这种计划经济体制下,人们从事的是低工资、高福利和高稳定的工作,个人生活所需要的物质产品和服务主要依靠国家的分配来满足,而不是通过市场的消费来满足。同时,计划经济也是一种“短缺经济”,生活消费用品经常匮乏,消费者选择的范围极其有限,换言之,个人消费更多地建立在“可能”和“实际”的条件下,而不是建立在“愿望”和“选择”的基础上。以市场为取向的中国经济改革带来了中国的消费革命,这场革命的重要标志是消费者自主地位的确立。消费者改变了过去被动地接受国家分配消费品的状况,而是更多地按照个人的情况主动地加以选择。这是因为越来越多的交换通过货币来实现,在消费过程中花钱的消费者处于主动地位,而市场经济的发展使消费品和服务大大丰富,给消费者自主地位的确立创造了前提,给消费品的选择提供了广阔空间。因此,中国在计划经济向社会主义市场经济体制转轨的过程中,消费者在消费经济能力大大提高的情况下,消费者的地位也从“被动”走向“主动”,消费形式和内容从“单一化”走向“多样化”,消费者的“愿望”及其伦理因素走到了消费问题研究的前沿。消费伦理研究反映了中国社会发展的客观进程,是历史的必然。

（二）消费的道德调节

人们的消费行为可以通过法律手段加以调节，例如制定政策和法令，禁止或减少人们对某一商品和服务的消费，然而法律对于人们消费行为的调节是有限的。消费什么，消费多少，在很大程度上取决于人们的性格、爱好、人生观和价值观，这就意味着道德手段比法律手段有着更为广阔的调节空间。消费过程中的道德调节主要集中在三大层面上：

第一层面是物质消费和精神消费关系中的道德调节。消费需要是人们初始的需要，最基本的需要。人类要生存，社会要发展，必须有消费资料，必然产生消费需要。尽管对于人的需要，理论家做过多种划分，但是人的物质需要与精神需要是不可否认的两大基本需要。消费是满足人的需要的活动，因此，与这两大基本需要相适应的是物质消费和精神消费。物质需要和精神需要是两个完全不同的领域。科学发展到现在证明，要满足饮食的需要，要充饥，还只能借助于食物，用形象的比喻来说画饼焉能充饥？物质需要必须通过物质消费来加以满足，精神需要只有通过精神消费才能得到满足。在某种特定条件下，物质需要与精神需要可以融为一体。例如，穿一件款式新颖的时装，既可满足物质需要，同时也可满足精神需要。但是，并不是任何时候、任何消费活动都能使物质需要和精神需要同时满足。因此，划分物质需要和精神需要，划分物质消费和精神消费是完全必要的。

物质需要与精神需要、物质消费与精神消费，在不同的道德价值观念体系中有不同的评价。禁欲主义的道德价值观念主张抑制甚至摒弃个人的物质欲望，把人的物质消费需求视为邪恶。古希腊禁欲主义的代表——犬儒学派认为：“无欲是神圣的；而尽可能地减少欲望乃是最接近神圣的。”^①统治西欧近千年的基督教道德价值观念把禁欲作为其核心内容，基督教神学家认为：“谁慕求属天的东西，谁就对属地的东西不感兴趣。谁企望永恒的东西，谁就厌恶暂时

① 黑格尔：《哲学史讲演录》第2卷，商务印书馆1960年版，第145页。

的东西。”^①这种把“属天的东西”与“属地的东西”、“永恒的东西”与“暂时的东西”截然对立起来的论调，无非是要求人们摒弃一切物质欲望。在中国，宋明理学中的“存天理，灭人欲”颇有代表性。朱熹认为，天理是“是”，人欲是“非”。“同是事，是者便是天理，非者便是人欲。”（《朱子语类》卷四十）他认为，天理与人欲是一存一亡的关系。“天理存则人欲亡，人欲胜则天理灭。”（《朱子语类》卷十三）既然天理与人欲是对立的，而且天理是纯粹的善，人欲是绝对的恶，人所做的只是“革尽人欲，复尽天理”（《朱子语类》卷十三）了。禁欲主义的道德价值观扭曲了人性，同时也阻碍了社会生产力的发展。

与禁欲主义道德价值观截然相反的是享乐主义的道德价值观，这种道德价值观主张放纵人的物质欲望，刺激人的物质消费。从中国历史上看，早就有所谓“浮生若梦，为欢几何”之说，它属于享乐主义道德价值观范畴。在西方历史上，古希腊的亚里斯提卜宣传人生的唯一目的是快乐，而且这种快乐是眼前的、肉体的快乐。17—18世纪的欧洲唯物主义者代表着当时资产阶级的利益，从彻底的感觉论出发，认为“趋乐避苦”是人性的自然要求，因此，人生的一切目的和行为归根到底都是为了求乐避苦，为了物质享受。尽管资产阶级倡导的享乐主义对反对中世纪的禁欲主义产生过一定的积极作用，但是随着历史的发展，它对人类社会所产生的消极影响越来越突出。西方的“消费道德”正是扎根于这种享乐主义的道德价值观。享乐主义道德价值观从人的生物本能出发，把人的消费、生活仅仅看成是满足人的生理本能需要的过程，认为追求感官快乐，最大限度地满足物质生活享乐才是人生的唯一目的，其实质是片面夸大了人的自然属性、物质生活一面。以这种道德价值观为指导，必然使消费走入误区。在社会主义市场经济条件下，要有健康的消费，必须以正确的道德价值观为导向。这种道德价值观既不是禁欲主义的，也不是享乐主义的，既重视人的物质需求，也重视人的精神需求，并且把两者很好地协调起来。古希腊哲学家柏拉图认为，善的生活应该是一种混合的生活，是一种理性与感性、快乐

① 《费尔巴哈哲学著作选集》下卷，商务印书馆1984年版，第197页。