



社会经济学

—— 市场制度及其动力学

第一章 市场与能动主体 *

——市场组织，市场运行和 市场动态的社会——经济学

导 言

经济学为人们提供了许多关于个人与市场的主要概念、模式、故事与神话。个人与市场的概念表面上好像被广泛接受，似乎有可能解决和认识复杂的社会和政治现象。

在经济学中，个人被认为是超理性的自私自利（或理性的超自私自利）的：偏离历史，没有社会关系，游弋于社会与文化之外，没有朋友，甚至没有温和的企业家。只有道德沦丧、冷嘲热讽的个人。

市场被看成是一个无结构的整体，通过“无形的手”自发地产生和起作用；个人在市场上追求自己的利益，相互交换以追求个人获利为目标。

个人和市场都被看成理性的，同时都缺乏道德或道德

选自摩迦迪尼（C. Mongardini）主编（市场与个人）（*Market and Individual*）一书。本文作者 T.R. 伯恩斯。

考虑。个人和市场抽象于具体的社会条件，超越社会与文化之外。这些概念显然有问题，许多经济学家以及其他社会科学家都指出了这一点。有些学者指出应注意制度安排（Polanyi, 1957; Burns and Falm, 1987; Coase, 1988; North, 1990; Swedberg, 1994）和个人与市场的社会嵌入问题（Polanyi, 1957; Granovetter, 1985; Zelizer, 1979, 1985; DiMaggio, 1990）。

社会学的制度方法和文化方法在市场调查和研究个人在市场中的角色方面有很大作用。正如斯韦德伯格（1994）指出，韦伯、齐美尔和迪尔凯姆对市场和市场现象都有很大的兴趣。然而，长期以来，更多的研究市场的社会学方法被大量忽略。但比较制度分析的高潮已经到来。

本文将强调以下几方面：

——市场社会秩序由规则构成，这些规则包括法律和规范、社会关系和角色。各种市场安排能用制度方法来分析，如影响价格形成和变化、贸易量、稳定性和其他市场运行特征。

——市场被社会地嵌入（Polanyi, 1957; Etzioni, 1988; Granovetter, 1985; Baumgartner and Burns, 1984; Baumgartner et al., 1986）。它们的结构和重构不仅取决于清晰的社会—政治过程（市场的政治经济学），而且还取决于文化背景、社会价值、规范和公平原则以及市场外部的社会关系。一句话，市场在一定意义上是一种规范的道德秩序的具体化（Burns and Falm, 1987）。这样一种秩序不仅影响市场的行为和市场的运行，而且在很大程度上这种秩序对市场的有效运行是必需的。尽管市场对秩序有影响

且维护秩序但却不产生秩序。

任一既定市场的组织和运行都取决于市场所涉及的规范和制度情景，同时，市场交易及其演变多少对大环境也有影响。

本文首先概述了市场、市场组织和市场运行的制度分析方法。重点放在规范和管理市场的规则和制度秩序。不同的市场安排可能显示出不同的运行特征，不仅较为明显地表现在交易成本变化，或者排除某些买（卖）方，或者有些产品不能在市场合法销售，从而影响价格；而且与价格分配、交易总量和市场稳定有关。例如，拍卖市场（Walrasianan）在市场过程和市场运行方面不同于经纪人控制的市场（Burns and Meeker, 1992; Burns et al., 1995）。后者存在价格分配，而前者仅是一种简单的市场（古典经济学的均衡价格）。此外，由完全经纪人调停的市场比由拍卖者调停的市场趋于有更大交易量。

现代市场不仅仅是一种规范机制类型——为了用特殊的方法规范交易有意地管理和规范市场。市场规范的制度化形式被设计为实现一定的力图维护或改变特殊市场游戏规则的行动者的目的（经济的、社会的和政治的）。行动者在市场关系的情形下，为了建立维护或改变社会关系，可能从事于一种相互的政治交换。作为一种特殊的市场结构的关系是最初的目的，它不是特殊的商品和服务。市场关系部分地由合法的供需双方、价格机制、管理组织和规则代理机构所决定。一种用于市场分析的社会—经济方法可通过调查市场和市场过程的构建与重构而将权力分析与交换分析联系在一起。构成这样的活动既靠市场代理（包括

行为者的协调)，也靠对市场运行有兴趣的或对市场参与者的特殊群体的福利感兴趣的外部代理。市场系统有目的的构建以宽泛的社会—文化背景的调查为基础。

其次，本文简要地讨论了以下几个问题：

——社会代理，个人和群体实践与市场有关的机构，这种行为既解释和采纳规则与战略，又在市场环境内显示企业家形象，同时也存在于对市场的构建中。

——构建、维护和重构市场的过程常需要合作与共谋。权力的配置与行使、冲突和冲突解决的过程、创新的产生等等不仅存在于产品中，而且存在于战略和制度安排中。市场是社会的构建，是谈判的秩序（Strauss et al., 1963; Burns and Falm, 1987）。

——为了使市场运作更便利，稳定市场和使市场更为有效，即使简单的市场也要被规则。同时由于市场本身不可能考虑对所有人区别对待，必须引进某些规则用来保护孩童、残疾人和其他边界群体。此外，有些东西必须明确规定不容许进入市场进行交换，如政府的政策、法院的裁决、爱情和情感以及道德本身等。

一、市场组织与运行

（一）市场作为社会组织

经济学家把市场视为一个双方都从事相同物品的选购，买卖双方处于相互“紧密接触”和“自由买卖”的系统。一个完全竞争的市场是一个具有“大量的”买方和卖方，

进出无社会和法律限制，至少是很少限制的场所（Bouldrand, 1995；Samuelson, 1958；Mansfield, 1975），这种定义十分不准确（Burns and Falm, 1987；Burns and Meeker, 1992）。什么是“接触”、“紧密接触”和“自由买卖”？经济学认为许多市场形成和发展的主要问题被认为是给定的，这种假定不仅使分析产生问题，而且也引起实际问题。接触如何安排又如何组织？“以物换物”和贸易发生根据什么规则和步骤？什么规则（法律、规范、习俗）管理市场的进入和退出？在何种社会关系下，哪一个社会代理机构建立、维持、迫使和挑战这些包括自由进入或开放规范在内的不同规范？在其运行中又采取什么方法？以什么样的代价？

经济理论的研究起点是许多完全自由和独立的个人存在，这种独立和自由取决于买卖双方都在从事多种完全自愿的贸易过程之假设。换句话说，不存在限定行动者经济行为的社会关系（文化的、宗教的、政治的和等级的）之先决条件。这种社会关系或秩序可能会与纯粹自愿贸易过程的假设相矛盾。实际上，“一只看不见的手”的运作有可能偏离任何概念化或专门化过程的需要。

在从事这样的贸易过程中，假定参与的个人具有明确表达普遍理性规则的天赋，并以利他主义传统为基础：认为追求个人利益是广泛反映自我满足效用最大化的指标，这样的满足是通过交换过程而获取资源所达到的。爱、恨、利己等都排除在效用函数的讨论以外。规则可以改变也可以再获取的特殊形式是普遍的，在自由于任何特殊特征的情形下，这种特征可能与其他社会关系的例外形式有关。

不仅仅限于国家一类的社会代理机构建立组织和管理市场活动的规则系统，同时，组成代理机构的非政府组织也可能是商业协会、工会、专业机构、地位群体和对管理经济活动及其结果感兴趣的社区组织。

总之，现代市场是由行动者应用已定义的社会规则系统去构建和管理的一种社会组织。在许多情形下，市场进入机会和买卖之定义和步骤都被社会地专门化和规则化，如规则管理进入市场以及如买卖、谈判和合同执行等市场活动。当然市场行为者并不是简单地遵守规则、维持规则，同时市场行为者也解释规则以及适应规则，有时还转化规则，显示其企业精神和创造性。因此，市场行为是制度安排和社会行动者行使其职能时互动的结果。管理市场行为靠的是法律和其他规范性规则和原则。另外，在一定环境下，行为者的认知和策略，行为者对稀缺资源的价值取向和行为者对其他行动者所采取的行动之预测等都对市场行为的管理有影响。

（二）市场的社会规则

市场是由社会规则系统构建和管理的社会组织。一般而言，这种社会组织与法律、群体规范和社区规范构建和管理市场的进入、交易和过程有关。市场规则，如管理潜在的消费者和厂商自由进入市场的市场规则以及影响交易成本的市场规则和过程，都引起市场的数量变化。社会规则不但影响供需关系和价格，而且还影响价格分配、贸易额、市场活力和资源配置以及市场与社会的互动。

通常来讲，在可观测市场，组织和功用以及开发趋势

都有大的变化，构建和管理市场交易的规则系统是可以调适的。规则系统对供需曲线的形状有很大影响，所以规则系统可以影响价格和市场运行。例如，管理土地使用的分区条款之规则以法定分化商品的形式影响土地的供需：农田、商业区、工业区和居住区等。尤其是当一种类型的区向另一类型的区转化时，规则极大地影响土地之价格（单位价格）。主要的产权人常处于影响分区条款之规则的有利地位，因此，实际上也影响“发展机遇”和他们自己的收入和利润。

市场规则解释了市场进入的自由，交易机遇的自由和市场过程的自由。消费者、厂商、国家和其他机构都从事规范的制订及实施，同时，在社会生产和维持谈判、达成集体协定、签订合同和交换以及对交易得失之态度的框架内，参与经济交换的规则是随意的。

许多市场具有垄断的特征，进入垄断市场的行动者必须满足一定的要求，这些要求包括行动者的资本基础、公司的声望、保险记录、经营能力和合格性。例如交通业、航空业、核电生产业等具有这样的特征。类似地，对买方的金融条件和技术能力也有法定的和行政的限制（谁能买并能使用强力杀虫剂、毒品、铀等）。在一定条件下需要证书，比较典型的是药品购买需要医生的处方。

为了参与有些市场（无论买方还是卖方），也许要求由规则机构、专业协会，或者他们的代表所签发的证书，或者经他们同意。但也有非正式的排外的规则：创建市场者拒绝新的内容加入这种未成文的规则。当然，潜在的市场行动者也相互排斥，因为他们感到自己的能力不够，缺乏

要求有效参与的所支撑资源（如资本、政界的支持等）；最后，市场进入的纯经济限制也可能存在：无论是买还是卖或者生产，资源都显不足。在这些情形下也有其产权，资源积累，得到经济资源的社会规则的基础之影响也不可低估。

市场的排斥性（或“开放性”）是变化的，且变化取决于制度化的规则系统，同时也取决于知识、资源配置和技术。由此，相对开放的市场可能显示低度参与（或交易范围的狭小），这是因为有效的参与要求：（1）大量的技术知识；（2）可获得的资本和其他战略资源；（3）政治和规则的支持，或者其他能够获得的要素。

并不是任何交换活动都完成一个适当的市场交换，因安排一种交易所导致的交易和过程之合法性和合适性常常由规则系统来决定。有一种包括在许多情形下的正式法定的协定和合同术语完整的专业术语。厂商和消费者之间的互动由一系列步骤所规定，这些步骤用于保证市场参与者的利益安全，在多数情形下为公共的利益确保可靠的信誉、信用和秩序行为。例如，人们关注质量控制、卖方能力资格、买方处理或使用危险品的能力和资格、所记录的协议、买方的发货保证和产品不合格的保险等等。对每一个市场或商品类型而言，为了反映管理市场的合法与制度历史，反映决定权力利益和维持管理市场的规则以及纯粹的技术和专业考虑，一套复杂的步骤将不时改变。

设计许多这样的规则和步骤是为了保护厂商和消费者的利益，甚至第三方的利益。此时，管理和组织市场的某些规则和步骤既有为公共利益的，也有为个人利益的，这

些规则和步骤减少了交易成本。同时交易的要求多少增加交易成本，而复合结果往往是难以预测的。

市场规则，如参与者排外规则，由不同规则和各种立法层次所构成。有些构建和管理交易的市场规则由奖惩制度所支撑；另一些规则则由习俗和常识所维持。这一与规则的类型和规则结构一致的陈述提供了发展市场的一般比较理论的出发点。当然法律的惩罚是由国家强制执行的，而有些正式规则可由贸易或者专业协会制定，如美国医疗协会等。用于加强这些规则的惩罚在某些情形下由国家所支持。此外，还有更多的影响规则的非正式和未成文的规则，为了在市场上有效地行动，市场参与者必须了解和掌握它们。

有些经济代理人可能准备去突破规范以开发获取机会，采取建立或参与黑市场。他们知道买卖非法物品的所得与风险并存，无论何时总会有至少一个非法的销售者和一个非法的购买者，他们彼此相连。此时交易成本可能包括获取信息的成本和组织交易的成本加上在非法活动中试图避免威胁和惩罚的成本。

源于市场的实证研究提供了调查具体接触、互动、谈判和交换的机会。同时也提供了分析总体现象，如价格水平、价格分配、交易额和市场稳定的机会。

（三）运用

市场社会一经济方法能区别和分析把市场行动者集中并组织他们的谈判和交换的特殊的制度安排：即特殊的协调或组织机制。在各种关于市场形式的研究中，必须区别：

(1) 制度安排。用这种制度安排，潜在的厂商和消费者被包括或排除在特殊的市场或协调与交易的特殊方法；(2) 潜在的厂商和消费者的数量，他们的知识水平和类型（特别是他们的市场条件知识，市场战略等），他们的价值系统和财政预算。市场具有人口的同质性（异质性）的特征，具有一定特征的厂商和消费者与市场制度和把市场行动者组织起来并进行交易的特殊制度安排作用。

拍卖市场的组织 在这种市场，交换发生在简单的地方和既定时间，对市场行动者的人数多少有些限制（潜在的买卖者）。由拍卖师主持对一定商品的报价，在所有可能的价格范围内，拍卖师根据价格叫卖以便获得最大的交易量，即在给定的一种价格下，谋求最大的销量和交换交易。

交易在平衡价格处完成，提供此价位或低于此价位的卖方由此收到所得；而提供中标的买方在此价位或高于此价位准确支付平衡价格。当然，这种安排将排除高价销售者和低价购买者。在此高价销售者和低价购买者都无效。

经纪人控制市场（Brokered）的组织 在这些市场，经纪人在消费者和销售者之间调停合同，交易按时不断进行。在这类市场中，买卖双方都不在意其替代选择，既有收集信息的较高的成本，又有组织交易的成本，总之，较高的交易成本，或者买卖双方在法律上被迫接受由作为一种计划代理商的经纪人所确定的双方都承认的价格。

假定经纪人收到每一笔交易费，那么他将争取使贸易量最大。经纪人将使投标购买者的分布，投标的最高价格，卖方的报价，卖方的保底价格，或卖方接受的最低价格尽

可能地匹配。他将高价报价购买者与高价销售者匹配；将低价购买者与低价销售者匹配；将中等价位的购买者和中等价位的销售者匹配。

在一定的条件下，就两种市场比较而言，经纪人控制的市场交易量更大，甚至于加倍；经纪人控制的市场价格较分散，而拍卖市场价格单一（即所谓平衡价格）；此外，拍卖市场的平衡价格低于经纪人控制市场的平均价格。显然，这两种是用不同的方法组织市场结清的市场。

拍卖市场和经纪人控制的市场都是调停市场，即安排一定的代理机构组织交易，也即在经纪人控制的市场利用经纪人；拍卖市场利用拍卖师。这些制度安排使潜在买卖双方聚在一起交换以特殊方式的价格水平影响价格分散，交易量等。

有些市场是非调停的市场，在这样的市场中，参与者自己直接接触“谈判”，产生既未打算也未希望的集体模式。然而，他们共享的规范和社会互动理解，有时甚至于他们相遇的地点和时间方式的规范或理解，决定市场交易的结构。这样的市场如传统的城镇市场和集市等。

市场可能是不完备的或分散的，市场中的参与者分散且缺乏组织或者没有组织自己的系统方法（如随机而遇市场）（Burns et al., 1995）。潜在的买卖双方通过非制度或随机交流和交易网络偶尔相遇。减少交换变成双边谈判和协定的情形。这些累加就变成了参与者看不见的一种模式。为了最大的获得，参与者没法做出系统的研究。与此相反，在有组织的市场中参与者可以通过已建立的通讯网络和信息系统相互了解从而获得大量的市场信息。不完全或无组

织市场的实例是最初的市场和正在涌现的市场（如丹麦的风车市场、美国加州和以色列的太阳能初期市场等，Baumgartner and Burns, 1984）。

总之，市场过程模式能用于分析和鉴别市场的结构特性（尤其是市场的规范和制度要素），市场行为和市场运行。这些模式区别：（1）潜在买方和卖方的有限人数；（2）某些相关的文化规范和个人特征（价值、知识、技能、资源和策略）；（3）使行为者在一起并组织他们谈判和交易的制度安排。一些研究的结果反映在伯恩斯等的文献中（Burns and Falm, 1987；Burns, 1990；Burns and Meeker, 1992；Burns et al., 1995）。

只有在拍卖市场（或计划市场）才有单一价格。通常情形下，单一、均衡价格是例外。典型的情形是价格有变化，价格分散，时多时少。如当地非调停市场这样类型的市场可能采取常规理论的单一价格模式。此外，市场组织的类型在决定交易量中是十分重要的。如上所述，经纪人控制的市场有最大化交易量的倾向，在一定情形下，交易量是拍卖市场的两倍。

②一般来说，价格分散将随经纪人控制市场的异质性而增加，如消费者在很大程度上改变财政资源或改变获得特殊信息的支出等。

供需双方人口的异质性（价值、知识、资源和策略）在经纪人控制市场的价格决定中起相当大的作用；而一般在拍卖市场，或在任何定位于产生单一价格或者发挥单一价格压力的制度安排的市场都不会有如此大的作用。然而，如果行动者拒绝调整他们的提供和报价，那么更大的价格

分散意味着更多的行动者在拍卖市场出现，即有超过平衡价格而报价的销售者和提供在平衡价格以下的购物者。

在非调停市场从事寻求行为，花低价钱获得信息者当然更有可能找到低价位的销售者；高价位的消费只能卖给信息成本高的买者。

⑤一定的制度安排可能使寻求成本相等（如使信息对每一个人都易于获取）——因此市场呈同质性，至少就市场信息而言。

⑥制度安排能确保信用和良好愿望的最低水平，一句话，社会秩序具有约束市场参与者的特征。我们的分析显示当在其他条件相等而使某些个人以别人的代价或者市场代价有所获得时，谎言和欺骗倾向于较少交易量；如果仅仅是销售者撒谎并声称市场可接受的价格，那么当然价格将上涨；如果仅仅消费者撒谎，那么平均价格更高。总之，谎言的气氛增加了交易成本。为了获得有效信息，一个人必须寻求更多信息且通过额外的谈判从而建立真诚和克服对其他人的怀疑。换言之，市场的有效功用取决于有效的社会规则。

⑦市场的社会关系变化很大，从长期持久的合作关系到短暂当场的市场关系。所有的特殊利益都取决于具有买卖双方之间长期稳定的关系之市场。约翰森及其同事关于工业市场的研究提出，行为者可能建立持久的关系而且这些将成为长期合作研究、生产和技术开发、包装和产品调适的基础（Forsgren and Johansson, 1992; Haakansson 1982; Johansson, 1988）。当价格显得重要时，参与者倾向于用合理的规范来控制，共担风险，共享所得。这种工业

市场模式在欧洲大陆和日本较为普遍，但在美国则不同，美国更加依靠盛行的市场规则（或关系）——在建立和维持永久合作关系方面坚持高价格敏感和低度承诺。

⑧反映价格与市场运行特征的供需之形状及其稳定性实际上决定了解释和管理市场之规则的函数，而这些规则在一定程度上又构建和管理供需与交易成本。

一般的经济分析中把供给曲线的变动视为收入、偏好、销售者之数量等外部变量的函数，但却不能解释为什么这些外部变量会变化。

供给曲线的变动不仅仅是投资和新技术引起供给膨胀的结果，而且还与决定销售人员之数量的规则变化有关，因而影响供给曲线。同样，规则能扩大和缩小消费的数量，由此改变需求曲线（Burns, 1990; Burns and Meeker, 1992; Burns et al., 1995）。

研究市场的方法，准确地说，社会组织和市场过程的模式将作为一种基本的方法原理，即外部变量应清楚包括市场规则和组织原理（如拍卖师的安排，经纪人，或者其他调停市场，当地化的非调停市场等等）；此外，规则和组织原理能解释一些传统经济学中认为是给定的，如销售人数等外部变量。

以实证研究为主的社会—经济理论是一种校正常规经济分析方法的理论，它使分析与预测更为方便，同时，也是一种组织实证数据分析的新方法：尤其是，（1）用制度和文化术语的市场理论；（2）作为社会互动过程的交换互动理论；（3）在市场有更多的行为者的情形下，社会—经济人口模式的开发；（4）以实证研究为主理论的发展，其

理论强调价格形成的复杂性以及价格变化、贸易量和市场活力的复杂性。

二、代理与游戏的组织原理和规则的形成：市场结构案例

市场社会构建的理论指导我们调查社会代理建立和维护管理一个市场和多个市场的规则的方法。这些代理有什么样的关心和兴趣？在构建和重构市场体系中，代理开发和利用何种权力资源？围绕试图维持和改变市场规则将发生什么样的冲突与斗争？

市场作为社会构建至少说明决定市场结构的两种机制：超出许多单个参与者的自我组织和规范理解的有机秩序，在某种程度上，自我行动但也考虑其他人的行为；设计的或法定的制度秩序。典型的制度安排是两种过程的结果：正式的、制度的和非正式的、随机的。这里主要讨论第一种，有目的地改变或维持市场规则。市场规则的建立与形成是多个机构的结构，包括国家。如属非政府机构的有消费者协会、专业协会、地位群体、在建构经济交换活动中和对其结果有兴趣的社区。独自运作或以联盟形式运行的集团和组织试图构建和规范与其利益有关的市场。这些集团和权威机构直接决定市场规则，决定那些规则包括在内，或那些规则排除在外，决定交易规则和过程，定义合法的交易量之规则等。

从社会—经济的观点来看，市场规则，“合谋”，“干预市场力量和市场结果”是普遍的过程。这是能动主体的特