

导 论

0.1 世界的焦点 中国的课题

我国的经济体制改革已经走过了 17 年的历程。17 年中 我们取得了令国人欣喜、世人震惊的辉煌成就，并开始建立社会主义市场经济体制，因此，对市场经济及其文化的研究不可避免地成为重大的时代性课题。

市场经济作为人类历史发展的一大社会形态，是个内涵丰富、容量巨大的社会历史范畴，过去我们习惯于按社会制度区分文化，如封建主义文化、资本主义文化、社会主义文化等。这是依据马克思的社会发展“五形态”理论。但人们在对社会文化的比较研究中发现，在一个大的历史时代里，不同文化之间在某些重要方面都是彼此相通的，这说明它们背后还有更为广泛和一般的社会经济联系存在。马克思关于自然经济、商品经济、产品经济三大形态的划分，为深入认识这种联系提供了理论依据。这三大形态体现了人类社会经济发展的几个基本阶段，尽管由于诸多因素的交互作用，不同国家在社会制度和发展阶段上可能出现重大差别，但在总体上超越不出由自然经济、商品经济等所规定和代表的历史时代。这样，建立在同一经济形态基础上的不同社会文化，除了由社会制度、历史传统等所规定的特殊性以外，还必然包含着一般性和共同性的内容。我国实行改革开放、发展商品经济以来，社会生活中出现了许多新的事物和观念，其中不少确实很难以社会主义或资本主义的意义上认识 and 区分，因为它们就是市场经济的正常表现，哪里有市场经济存在和发展，哪里就有这些事物、

观念出现。所以，把“市场经济文化”这个大的文化系统或文化形态确认下来，目的在于以更开阔的视野去研究当今时代与市场经济相联系的各种社会文化现象。

在进行研究之前，我们首先需要明确什么是商品经济，什么是市场经济。商品经济和市场经济既有联系又有区别。商品生产是为交换而进行的生产。商品生产和商品交换就是商品经济。商品经济的发展有一个漫长的历史过程，其间伴随着市场的扩大和市场机制对经济调节作用的增强。可以说，市场经济也是商品经济，但只有社会化大生产条件下的商品经济，或者说发达的、充分发展的商品经济才是市场经济。当人们说商品经济的时候，主要是着眼于商品交换；而市场经济则是一个发达的体系，在市场经济条件下，不仅劳动产品是商品，其他生产要素，如资本、技术、知识、信息、土地乃至某种预期，都会成为市场交易的对象。既然我们的目标是发展现代商品经济，那么用市场经济的概念也就优于用商品经济的概念。市场经济文化的内核是“市场”，而市场中的基本要素是“商品”。如何看待商品，乃有角度和方法的不同。从经济学的范畴看，商品是人类发展到一定阶段所产生的、具有使用价值和交换价值、通过市场进行交换和运行的特殊产品；而在哲学的视野中，商品代表的是人类的一种特殊文化。文化是作为历史主体的人的发展过程及其成果，是在人把自己的本质、目的、力量对象化的过程中获得和体现的。对象化的结果凝结在人的市场体系中，不同阶段的市场体系反映和衡量着人类自身存在和发展的状态和水平。正如马克思所说，人是什么样的，这同他们的生产是一致的，我们的生产是反映我们本质的镜子。市场经济体制，作为人类发展的文明凝结物，同样深刻反映着这一时期人类的特殊本质和发展特点。透过文艺复兴和资本原始积累以来几百年市场经济发展，我们看到的不仅是人类在征服自然、创造财富和发展科学技术方面所显示出来的巨大威力和辉煌成就，同

时也有人类迈入市场经济时代以后所经历的问题、矛盾、痛苦和磨难。市场不仅反映着人与自然的关系和人本身的特点，对市场经济问题的探究，包含着对现代世界、现代社会许多发展之谜的解答。市场经济，不仅是人类发展到一定阶段所采纳实施的一种经济制度，而且成为一种普遍性和根本性的价值观，是人类这一时期社会活动的轴心和评价尺度，是包裹在整个社会价值观念体系中的硬核。如此看来，市场确实是一面镜子，映照人类自身。因此，我们把以市场为中心所辐射和影响的、能体现人的发展过程及其成果的各类社会现象，都归入市场经济文化范畴进行研究，正是为了以更开阔的视野和在更深刻的层次上来理解人，理解我们目前所处的时代，理解如何建立中国的市场经济文化。

这种研究的意义是不言而喻的。

当今世界仍是市场经济时代，实践证明，市场经济是人类通向现代化的必由之路，市场经济体制所蕴涵和辐射的文化应是当代人类交流的通用“语言”。不懂这种“语言”，就难以对外交流，难以同世界“接轨”。我们不能把交流和接轨仅仅看作是按国际惯例和准则进行商品贸易往来，它更是人类在这种大文化意义上的相互理解、沟通和认同。

在我国建立社会主义市场经济过程中，市场经济文化是沟通经济和文化的桥梁。尽管人们已经认识到，发展经济不能缺少文化内涵，文化建构更不能脱离经济基础，但由于两者分属社会不同领域，其性质、规律及解决问题的思路、方式都不同，因此直接结合是有困难的。市场经济文化则把经济与文化放在人类发展大形态的宏观背景下考察，以大文化的开阔视角来认识这种经济形态的实质，从对这种经济形态的文化理解中来建构文化，这就提供了两者结合的基础和沟通的桥梁。从这个意义上说，现实关于市场经济的经济讨论、文化讨论有许多尚未到位。就经济研究而言，如果对市场经济缺乏一种深刻的哲学与文化的理解，往往

会把市场经济当作脱离人的物质运作过程，难以形成经济发展同社会发展、人的发展相协调的宏观思路；就文化讨论来看，无论是中华民族精神、社会道德建设，还是企业文化塑造，如果不把市场经济的实质研究清楚、认识透彻，就难以明确究竟应该建构什么样的文化。

市场经济文化还会提供一个新的视角，跃升一个新的层次，来理解现代西方思想。对现代西方社会思潮，若从市场经济文化的生成、发展和反思的角度去看待和理解，才会科学全面而深刻。现代西方思想以“人”为主题，展示了从“人的依赖关系”到“以物的依赖性为基础的人的独立性”的发展轨迹，它既讴歌了人的这种解放和发展的伟大历史性进步，也控诉了这一时期人类所经历的矛盾、痛苦和磨难。离开市场经济文化这个总体背景，就难以真正理解现代西方思想的人本意义。因此，对市场经济文化的研究，不仅成为世界性的焦点，也成为中国的课题。

0.2 本文的立意和研究方法

以文艺复兴为标志，西方国家市场经济的发展，大体可以分为两个时期，一是从文艺复兴到 18 世纪，市场经济冲破封建主义的阻挠，迅速在欧美国家推进。这一时期的文化特征是，以启蒙学者为代表对市场经济的合理性论证，他们所主张建立的理性王国即是理想化的市场经济王国；二是从 19 世纪特别是 20 世纪以来，以空想社会主义、马克思主义和现代西方社会思潮为代表，对市场经济所作的社会文化批判。无论是宣传还是批判，都从不同的角度和方面论证和揭示了资本主义市场经济对人类历史发展的巨大推动作用及其内部蕴含的深刻矛盾。不论是初期的合理性论证，还是现代的社会文化批判，都从不同的角度、不同的侧面，对资本主义市场经济文化进行了深入的探讨和研究，并对中国目前市场经济体制及文化的建构提供了经验和借鉴。对市场经济文化

的探寻，是笔者近年常常思考的一个问题。但如何建立全面新质的市场经济文化，又是笔者力所不能及的。这就产生了一对矛盾。无论如何，我认为，一切研究从问题开始，随问题深化，因问题的逐渐解决而进步。这不仅对理论问题如此，对实际问题也如此。任何经济社会的进步与发展都是随着问题的提出、展开、深化、解决、再提出、再解决的过程而取得的。因此，本文将研究的重点放在中国市场经济文化的现代市场经济精神与道德重建上。

中国市场经济的建设，不但受传统文化的影响，更要受现行社会制度的规定，中共十四大报告明确指出：“社会主义市场经济体制是同社会主义基本制度结合在一起的。”社会主义市场经济作为一个科学的理论观念和实践目标，将在市场经济发展史上写下崭新的一页。

本文从市场经济的基本理论出发，比较分析研究中国传统文化与资本主义市场经济文化在历史上的进步作用及内在矛盾，结合目前我国改革开放、建立社会主义市场经济的实际，探讨社会主义市场经济文化的精神、价值导向和道德基础。

这里有两个问题值得重视：

一是中国社会主义市场经济的历史定位。按国际上比较流行的看法，一个国家的发展大体要经历前工业社会、工业社会、后工业社会几个发展阶段，而当今发达国家的市场经济及其文化，已进入后工业社会阶段。那么，中国作为市场经济还不发达的国家，其实践目标应定在什么阶段？这是一个很有争议的问题。可否设想：先搞原始的，后搞现代的，即只有经历资本主义从原始积累开始发展商品经济的那些必要过程，然后才能走上建立社会主义市场经济的道路？倘若如此，我们现在所应提倡和确立的，至少应是 19 世纪以前的商品经济和文化观念，“后现代”之类的文化对目前的中国来说确实只是一个话题而不是课题。然而，一个国家的发展道路，不可能离开时代的历史条件的变化。在当今世界

对传统商品经济文化的批判和超越成为主导潮流的形势下，一个不发达国家若想从头走原始积累道路是不可能的。某些过程或许不可避免，作为目标却不能成立。中国只能是站在当代历史的水平和社会主义制度的起点，通过寻找新的道路来发展自己。

二是发挥社会主义市场经济新质的优越性。目前人们对市场经济发展的关注和评价，主要集中在量的方面，如经济的市场程度、国民生产总值、劳动生产率和经济效益、人均收入等。但从事物的发展规律看，新事物较之旧事物的优越，首先不是表现在量的方面，而是表现在质的方面。资本主义市场经济已经发展了几百年，其体制、规则、功能，效率早已成熟或达到较高水平，而社会主义市场经济作为新质事物，要想短期内在数量上超过资本主义是不实际的。但社会主义市场经济具有新质的优越性，主要表现在它能以更合理的方式去解决一般市场经济发展中必然出现的那些重大矛盾和难题。资本主义也不是不想解决这些问题，但在资本主义范围内其解决程度是有限的，因为克服市场经济的矛盾弊病不仅要完善市场经济体制本身，而且要改善它所运行的社会条件。在这一方面，社会主义制度将显示出优越性。当它与市场经济结合的“难点”一经突破，新质市场经济建立以后，必将以其优越性进行量的发展和扩张，最终在发展总量上超过资本主义。我们所说的社会主义商品经济文化，也主要是指在这种新质市场经济基础上所形成的文化价值观念。

本文共分三篇七章，基本结构如下：

上篇：西方经济学主要流派关于市场经济的一般理论，我国在党的十一届三中全会以后对社会主义市场经济理论的探讨和实践。

中篇：进行市场经济文化的基本理论和作用机理分析，并深入探讨中国旧的经济体制与传统文化，资本主义经济与资本主义市场经济文化的正负效应及内部矛盾，提出我国建构社会主义市

场经济文化的整体框架。

下篇：着力分析现实中国人在建立市场经济中的双重因素，进而探讨如何进行传统文化的现代化改造，塑造现代市场经济精神和建立市场经济的道德秩序。

基于以上内容和本文的研究对象，在研究方法上，采用国际分析与国内分析相结合，以国内分析为主；历史分析与现实分析相结合，以现实分析为主；理论模式设定与目标模式建构相结合，以理论模式设立为主。在进行国际与国内的比较、历史与现实的比较、理论与目标的比较中，对现实的中国市场经济文化进行分析、批判、继承、超越和重建。

上篇 理论实证

第一章 市场与计划理论的演进

第一节 市场经济及其基本特征

1.1 市场经济与市场经济制度

市场经济既是一个经济范畴，也是一个历史范畴，同时又是一个文化范畴。市场经济在中国的确立，不仅仅是植入一种经济手段，更重要的是要确立一种经济体制。换句话说，当我们谈到“市场经济”的时候，它理应包括两层含义：

其一，市场经济是一种资源配置的有效方式。

其二，市场经济也是一种社会经济制度建构。

市场经济作为一种制度性建构，比作为一种资源配置手段，有着更为丰富的内涵。它主要包括以下几个方面：（1）社会化的商品生产；（2）完善的市场体系；（3）明晰的产权界定；（4）民主的政治体制；（5）严整的法律规范；（6）理性的价值取向。其中，商品生产、市场经济，甚至产权界定，仅仅是市场经济制度建构的技术要素，而政治体制、法律制度则是市场经济制度建构的政治要素。至于行为规范、道德准则和价值观念，则是市场经济体制建构的文化要素。总而言之，我们要确立的市场经济，是包含了技术因素、制度因素、文化因素在内的一种经济制度性的建构，而不仅仅是一种有效率的手段，更不只是单纯引入一种技术性要素。

关于上述六项要素的前五项，不在本文的讨论范围之内。本

文的重心在于探讨市场经济制度的文化因素构成。

一个时期以来，人们在探讨在中国如何建立市场机制这一问题时，往往遵循着西方经济学的传统思维方式，这就是将分析的重点定在对资本、技术等纯经济因素的定量化分析上，定在如何建立起完善的市场体系和合理的价格机制上。在这种思维定势下，经济增长的源泉被规定为各种物质生产要素的变化，规定为人们通过技术创新和价格机制的作用，对经济生活最大利益的追求。至于经济行为主体的复杂的社会层面和文化层面，则被视为一项外在的变量而被舍弃。

马克思主义唯物史观认为，经济基础决定上层建筑，上层建筑对经济基础也具有一定的反作用。作为社会上层建筑之一的文化，从来都是一个能动的变量，它同经济基础结合起来，对社会经济发展共同发挥着作用。它对社会的劳动分工提供道德上的可接受性，它引导着社会诸种经济条件的变化，它掌握着社会经济变革的批准权。查尔默斯·约翰逊指出：“既然价值观本身与人们适应环境的要求相互起作用，那些来自某一种价值结构的常规就会将对人类发挥着某一种特定的劳动分工所要求的作用提供道德上可接受的（合法的）规则……。一个社会制度的平衡依存于该社会的价值观与该社会的劳动分工之间的协调程度。”^①

罗伯特·贝拉也指出：“社会行动并非仅仅由经济、政治或社会诸关系的结构来决定，而且还由当然与纯粹意义上的文化的文化体系有关的社会价值观结构来决定。……这种社会价值观限制选择：它使某些选择更加可能；在社会行动的领域中它使某些选择几乎不可能。这就是说，社会价值体系对社会行动创设出一套

约翰逊：《革命性变革》，波士顿，李图尔·布朗公司，1966年版，45—46页

可能性和不可能性。”^①

最新兴起的新制度经济学，更向人们展示了思想文化对经济的影响。该学派的大量研究实例证明，在技术没有发生变化的情况下，通过制度创新也能提高劳动生产率 and 经济增长。而此所谓制度，就是一系列被制定出来或历史形成的规则、程序、道德或伦理规范。换言之，制度因素或文化因素，也是经济增长的一个重要的内生变量。不同的制度安排，不同的文化传统，对经济行为主体产生着不同的制约和影响，并进而制约和影响生产效率和经济发展。市场经济作为一种制度性建构，文化始终是一个内在要素。只有当我们把经济、技术、制度、政治、文化诸因素统统作为一种变量，同时作为市场经济体制不可或缺的要件，我们才能建立完整意义的市场经济。从这一观点出发，可以认定，市场经济的建立，不仅需要有一定的物质基础和物质条件，同时也需要有一定的文化基础和人文条件。一个民族，社会历史形成的价值体系，是建立一种经济体系所必须面对的一种文化存量，一种公共物品，或一种意识形态资本，其动能就在于它对人们的行为，包括经济行为形成一种约束，规定着人们经济行为的指向。这一切正如布坎南所说：“文化进化已经形成或产生了非本能行为的抽象规则，我们一直依靠这些抽象规则生活，但是不理解这些规则。”“文化进化形成的规则，……是指我们不能理解和不能（在结构上）明确加以构造的，始终作为我们行为能力的约束条件的各种规则。”^②

1.2 市场经济的基本特征

社会主义市场经济就是在社会主义国家的行政管理、政策约

罗 伯 特 · 贝拉：《超越信仰》，纽约，哈尔顿与罗氏公司，1970 年版，114—115 页。

布坎南：《自由，市场与国家》，上海三联书店，1989 年版，第 115、116 页。

束和宏观调控下，在生产资料公有制为主体的条件下，按照市场经济规律进行活动的经济运行方式和经济调节手段。

具体来说，市场经济具有六大特征：

第一，自主性（或称自由性）。市场经济是以人的依赖关系的瓦解，人的独立性的确立为前提的，个人的独立与自由是市场交换的基础。社会结合的各种形式，对个人来说只是实现自己目的的手段，个人自主自由具有了空前的价值。市场经济的主体是商品的当事人，即商品的生产者、经营者、购买者、消费者。他们都有自己的独立意志。他们都按照自己的利益和意志自主经营、自负盈亏。任何人都不能把自己的意志强加给他人。按照自主性的要求，每一个参加市场经济活动的市场主体，无论其所有制如何，都须具有生产经营的自主权，即生产什么，生产多少，怎样生产，为谁生产等一系列问题都由市场主体根据市场需要而自主决策。包括生产经营决策、投资决策、价值决策、人事任免、工资奖金及机构设置等权力。在享有上述权力的同时，各市场主体也要自担风险，自负盈亏。一旦经营不善，难以为继，只能依法宣告破产。

第二，平等性。自主性和平等性是密不可分的。市场经济离不开商品交换，商品交换离不开货币。货币是天生的平等派。在货币面前，社会的等级制度被身份的平等所代替。要进行商品交换，两个商品持有者在处理自己的商品方面必须有自主权，他既有把自己的意志对象化到产品中去自由，又有处理自己产品的自由。在市场活动中，买卖双方都是自愿的，可以讨价还价，愿买者买，愿卖者卖，反对任何强买强卖，欺行霸市。要进行商品交换，交换双方彼此间无论在人格及实现个人劳动方面，还是在交换劳动量及遵循价值规律方面，都应当是平等的。在这里任何商品当事人，无论是亿万富翁，还是一文不名者，无论是达官显贵，还是平民百姓，无论是本国公民，还是外籍人士，无论国有、

集体，还是民营、个体户，都没有高低贵贱之分，没有社会地位的差别。他们都只是作为商品的买者或卖者互相对待，作为商品所有者或货币所有者互相对待。一切其他社会差别，在这里都黯然失色。所以马克思指出：“自由和平等既在交换行为中受到尊重，又以交换为现实基础。”^① 市场经济能够消除个人之间的等级关系，给每个人提供一个自由平等竞争的舞台，在优胜劣汰规则面前一视同仁，故而使人们意识到每个人都有平等人格。市场经济孕育出的一定意义上的自由平等观念，为独立个人的形成提供了前提。因此，在经济转轨过程中，应逐步使个人拥有作为市场主体的经济决策权。这样，各个主体根据瞬息万变的市场信息，迅速而有效地调整自己的市场行为，使微观经济充满活力，并能使宏观经济调控参数对其利益追求产生切实的影响。

第三，竞争性。竞争是市场经济的突出特点，是市场经济的动力和社会发展的杠杆。优胜劣汰，适者生存，是市场经济的运行法则。在市场活动中，竞争表现在许多方面，有买者之间的竞争、卖者之间的竞争、买卖双方的竞争；有部门内部的竞争、部门之间的竞争、价格竞争、人才竞争、技术竞争、服务竞争等等。货币作为一般等价物，作为交换手段、流通手段、储藏手段，在市场经济中，拥有的货币数量的多寡，在一定意义上成为衡量人的价值、人为的能力、人的地位的标准。同时个人财富的增加，会直接带来社会财富的增加。另一方面，在市场活动中，众多的商品生产者、经营者和购买者，在“看不见的手”的指挥下，进行着激烈的竞争，谁的商品不适合市场需要，就会无人问津，在竞争中败下阵来。因此，竞争对每一个市场主体都是压力，也是动力，它迫使每个市场主体研究市场，了解市场，提高质量，降低

马克思：《经济学手稿》（1957—1958），《马克思恩格斯全集》第46卷（上），人民出版社，1979年版，第197页。

成本。从微观上讲，它有利于企业的生存和发展，有利于消费者个人生活质量的提高，从客观即整个社会的角度讲，它能推动整个社会生产力的发展。

同时，市场经济又是效益经济，利益是每个市场主体追求的主要目标，并成为其参与经济活动的内在动力。建立在机会均等、公平竞争秩序上的、由利益机制驱动的竞争，使个人不再是互不相关的个人，而是与他人与社会密切结合，分工协作，充分调动起人的主观能动性和创新精神，使生产力中的最活跃的因素——劳动力获得全面的解放，使社会发展有了源源不断的动力。

当前我们的主要问题是，必须为参加市场活动的商品当事人提供平等的竞争条件，必须扫除市场竞争中存在的各种人为障碍。但也必须认识到，平等的竞争条件是通过市场发育，通过市场竞争实现的，不能指望通过一纸公文、一声号令、一场运动就可以扫除竞争的障碍，提供平等的竞争条件。

第四，开放性。与封闭的、自给自足的自然经济不同。市场经济是一种开放经济。市场经济的开放性是市场经济的内在属性，它来自于其作为自主经济和利益经济的强大内驱力。从经济意义上讲，开放经济带来的无限扩张能力使地区的、行业的、民族的界限消除，使经济的国界消失了。随着市场规模的逐渐扩大，它的可能性边界达到了现有技术条件下的极限；开放的内容也日趋丰富，从单一的商品市场开放，发展到生产要素和产权市场开放；从交换领域的开放，扩大至生产领域、分配领域的开放。对内使得国内各个行业紧密联系起来，对外也要求促进经济、文化和政治往来。商品生产以其内在的固有冲力，借助于大工业提供的先进的交通工具，打破了市场割据和地区封锁，打破了地区和民族间的屏障，开拓了世界市场。因此我们说，开放性是市场经济的内在要求，是社会分工和协作的要求。只有开放，才能促进分工和协作，扩大商品交换的范围；只有开放，才能进行技术和信息

交流，提高劳动生产率；只有开放，才能在更大范围内配置资源，合理开发和利用资源；只有开放，才能扬长避短、优势互补，获得比较利益；只有开放，才能开拓人们的视野，提高人们认识自然、改造自然的能力。

马克思、恩格斯指出，资本主义时代不同于过去一切时代的地方就在于生产的不断变革，一切社会关系不停的动荡，永远的不安定和变动……一切固定的古老的关系以及与之相适应的素被尊崇的观念和见解都被消除了，一切新形成的关系等不到固定下来就陈旧了。一切固定的东西都云消雾散了，一切神圣的东西都被褻渎了。人们终于不得不用冷静的眼光来看他们的生活地位，他们的相互关系。这是市场经济新文化与封建传统文化的冲突，是封闭性与开放性的冲突，保守性与进取性的冲突，是人治与法制的冲突，重血缘家族关系与重个人才能的冲突，恋旧与喜新的冲突，迷信宗教和权威与崇尚科学和理性的冲突。一句话，是价值观念与价值取向的冲突。

第五，分化性。市场竞争是无情的。这里没有铁饭碗，没有大锅饭，没有保护伞；有的只是优胜劣汰适者生存这一不以人的意志为转移的客观规律。由于每个商品生产者的生产条件不同，技术手段不同，因而生产商品的个别劳动时间不同，但商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定。那些生产条件较好，产品的个别劳动时间低于社会必要劳动时间的生产者，在竞争中就会处于有利地位，能够通过竞争得到发展；而那些生产条件较差，产品的个别劳动时间高于社会必要劳动时间的生产者，由于生产效率低下，在竞争中处于不利地位。除此之外，各个商品生产者面临的市场条件也不同。那些产销对路者，其产品会供不应求，价格高于价值；产销不对路者，其产品则会供过于求，价格低于价值。因而，在市场经济中，有些企业发展，有些企业破产是必然的。市场经济的分化性，有利于降低产品成本，优化企业结构，调