

中国式“布罗代尔钟罩”问题 与市场建制*

刘 津

摘 要：市场经济是人类自发形成的制度化、系统化的经济形态，嵌入在现实的社会土壤中。中国的社会土壤遗传了诸多社会历史基因——个体行动的特殊主义、商人与企业行动上的依附性、政府行为上的统制性，由这些历史基因所塑造的中国式“布罗代尔钟罩”阻碍了市场建制进程，影响了市场制度的有效性，带来了市场公共利益的圈层分化以及对社会道义的挑战。突破“布罗代尔钟罩”、推进市场建制，需要重塑市场主体的行为、加强市场制度建设、改良市场运行的社会土壤。

关键词：“布罗代尔钟罩” 市场经济建设 市场秩序 市场建制 传统社会

一、问题的提出

市场经济是人类自发形成的一种资源配置方式，同时它也被认为是“迄今人类社会制度认知水平和建制能力所及的虽不完美但却是最有效率的经济形态”（孔泾源，2020：429）。市场经济运行的制度化、规范化和系统化的过程就是市场建制的完成过程。但是，市场建制的实现需要经历一番艰难的过程，因为人类总是在行为上体现出某种“路径依赖”，总是看重眼前的个人利益而难以在制度共识的达成上做出妥协，因而总是使市场建制的过程存在着障碍。中国特色社会主义市场经济在建制过程中就面临着这样的问题。

约翰·希克斯（John Richard Hicks）指出，习俗经济与指令经济先于正

[作者简介] 刘津，中国社会科学院农村发展研究所，邮政编码：100732，电子信箱：jinjindaole@outlook.com。

* 本文系中国社会科学院博士后创新项目“乡村社会关系与乡村治理”阶段性成果。

式的市场经济模式出现，而开启市场这一新世界的起点是“商业的专门化”（希克斯，1987：28），那么，是否有了商业的专门化就足以推动市场的兴起？答案显然是否定的。希克斯随后指出，保证交易得以顺利完成的基础是商人对财产本身的所有权，即市场的运行需要制度保障。与此类似的，道格拉斯·诺思（Douglass C. North）指出，从人格化交换转向非人格化交换需要大量的政治、社会和经济制度（诺思，2008：65），那么，拥有这些制度是否就可以实现市场的范围扩大以及良好运转？埃尔南多·德·索托（Hernando de Soto）^①认为这是不够的，他指出市场经济的扩展会遇到“布罗代尔钟罩”，而出现“布罗代尔钟罩”的原因是“获得正规所有权的道路，被设置了重重障碍”（德·索托，2007：50），即制度的出现并不意味着制度的有效运行。国内对“布罗代尔钟罩”的一些研究基本上遵循了这种理解（桂徽，2009；李启航、陈国富，2013；董德利，2018）；但也有不同的理解，韦森（2006）和孙中叶（2009）认为，应该将“布罗代尔钟罩”理解为压抑或制约“人类合作的自发秩序”的社会机制和社会安排。这种观点并不仅仅将制度受到的约束视为市场经济扩展的障碍，还将社会机制和社会安排上的约束视为市场经济拓展的障碍。从市场运行的现实状态来看，后者的理解视野更广阔，与实际的契合程度更高。其理由是，市场经济嵌入在现实的社会土壤当中（波兰尼，2016；Granovetter，1985，1995），在社会土壤中运行的其他规则与市场经济运行所需要的规则之间或相融合、或并行不悖、或相互冲突。

本文认为，中国特色社会主义市场经济建制过程受到了来自中国社会土壤中的社会历史基因的制约，这些历史基因通过形塑行动主体的行为方式或者思维模式构造了中国式的“布罗代尔钟罩”，中国式“布罗代尔钟罩”的存在阻碍了市场建制的实现。本文的核心内容意在说明中国式“布罗代尔钟罩”是如何形成的，以及会给市场经济有序运行带来哪些危害。本文余下内容安排如下：首先，说明中国式“布罗代尔钟罩”是什么，它是如何形成并运行的；其次，对中国式“布罗代尔钟罩”带来的危害进行分析；最后，思考如何突破“布罗代尔钟罩”，推进中国特色社会主义市场经济的市场建制。

^① 亦有译为赫尔南多·德·索托。

二、中国式“布罗代尔钟罩”的形成与运行

费孝通先生有言，“从土里长出过的光荣的历史，自然也会受到土的束缚”（费孝通，2018：2）。当代美国经济学家达龙·阿西莫格鲁（Daron Acemoglu）^①和詹姆斯·鲁滨逊（James A. Robinson）^②在《国家为什么会失败》中也说：“历史很关键，因为是历史过程通过制度转变创造出了关键时刻可能起决定作用的差异。关键时刻本身就是历史的转折点。恶性循环和良性循环意味着，要理解历史形成的制度差异的性质就必须研究历史。”（阿西莫格鲁、罗宾逊，2015：317）其启发意义在于：要理解中国特色社会主义市场经济建制过程中出现的拉关系、走后门、官商合谋等特殊类型的社会关系及其对建制过程的制约，就需要探索中国社会土壤中的社会历史基因，并基于对社会历史基因的理解来明确市场建制的症结所在，从而有针对性地开出药方。

（一）“布罗代尔钟罩”与中国式“布罗代尔钟罩”

“布罗代尔钟罩”^③源自法国著名年鉴学派历史学家费尔南·布罗代尔（Fernand Braudel），^④后来经过秘鲁经济学家德·索托的总结和研究，“布罗代尔钟罩”^⑤作为一个有着特殊意义的经济学词汇出现在研究文献中。不同于传统上将“布罗代尔钟罩”理解为市场制度拓展有效运行范围的障碍，中国式“布罗代尔钟罩”不仅仅体现在制度的运行上，还体现在制度的制定上，

① 亦有译为德隆·阿西莫格鲁。

② 亦有译为詹姆斯·罗宾逊。

③ “布罗代尔钟罩”出自布罗代尔的著作《十五至十八世纪的物质文明、经济和资本主义》第二卷《形形色色的交换》第284—285页（顾良、施康强译，商务印书馆2017年版）。该书英文版（*Civilization and Capitalism: 15th - 18th Century, Vol. 2 The Wheels of Commerce*）于1983年出版，“布罗代尔钟罩”出自英文版第248页。若想更好地理解“布罗代尔钟罩”，建议参阅英文版。

④ 亦有译为费尔南德·布罗代尔。

⑤ 德·索托（2007：1）引用了布罗代尔的表述：“我们应该廓清一个关键问题：历史上所谓的资本主义，为什么仿佛活在一座封闭的‘钟罩’里？它为什么不能继续扩张，乃至占据整个社会……（为什么）资本在当时形成的高速度，仅仅出现在某些社会部门，却没有出现在整个市场经济中？——费尔南德·布罗代尔：《商业的发展》”

甚至是对制度的理解上（容易出现对制度的“阳奉阴违”），这种障碍的形成与中国社会土壤中的社会历史基因有关。从“布罗代尔钟罩”视角来思考中国市场建制问题的目的是：第一，“布罗代尔钟罩”不仅是一个形象的比喻，而且还有着深刻的经济学思想，将中国市场的建制问题用“布罗代尔钟罩”来分析，不仅可以形象地认识到中国市场建制所面临的困境，而且还有助于将中国的问题与世界上其他国家经济发展过程中面临的问题联系起来，从而获得认识中国问题的一个更广阔的视角；第二，中国市场建制问题与传统的“布罗代尔钟罩”有相似之处，但又存在一些区别，分析中国市场的“布罗代尔钟罩”可以在理论上拓展对“布罗代尔钟罩”本身的认识。

（二）中国式“布罗代尔钟罩”的社会历史基因

参与市场经济活动的主体主要有个人、企业与政府，当然也有三者之间按照某种需求组成的团体组织。下文将主要探讨单一的个人、企业与政府在行为上的社会历史基因，因为团体组织的行为特征也是基于个体而来的。

1. 个人行为的塑造：乡土社会。个人的行为既受到当前社会因素的影响，也受到历史因素的影响，在历史因素与现实因素的综合作用下，个人行为表现出特殊主义的特征，此处着重讨论历史因素对个人行为的塑造（现实因素传承于历史因素，同时也对历史因素有所淡化）。在历史上，中国是一个农业文明国家，中国人大部分的行动都围绕农业展开。因此，中国社会也被称为乡土社会，其对个人行为的塑造主要来自经济、文化和政治三个方面。

乡土社会是一个熟人社会，一个孤立的、封闭的、自给自足的经济体。农耕是乡土社会的经济基础，农民因为土地的固定性而缺乏流动性，因而使得乡民们总是和与自己有着血缘关系的人聚居在一起，从而形成一个家族村落。在这样的社会中，家族内部资源交换遵循的并不是市场化原则，或者说在家族内部根本就不存在交换一说，家族内部是忽视个人的，或者不重视家族内的个人，在家族内部只有个人对家族的义务而很少说个人的权利。家族内部个人的关系也是机械性的，生来就嵌入在这个家族中，个人的一言一行都按照这个家族原有的样子进行下去，个人生来似乎就是为了这个家族（翟学伟，1994：69—71）。因此，从这个层面来看，熟人社会，尤其是家族社会的资源分配讲求的是不对等的原则，或者说付出与回报均匀地分布在一个长

时期中，这从长期来看是对集体有益的，生活在集体中的个人也会受益。^①此外，在农耕技术不够发达的时期，农耕活动经常受到天气和社会冲突^②的影响，因此农耕经济也就天然地具有了脆弱性。农田水利、天灾人祸、农忙等靠原子化的个人是难以应付的，因此，在乡村内部就形成了互帮互助的习惯，互帮互助之间则包含着特殊对待的关系，长此以往则形成了人们行动的非正式规范。并且，在熟人社会中，约束个人行为的是宗法礼俗，良好的人际关系有利于社会的团结稳定，而特殊的行为态度正是具备了这样的润滑功能。

儒家思想是中国封建社会的正统思想，而佛教、道教思想则是起到了补充的作用。儒释道三家的思想为中国社会不同阶层的人所遵从，为封建社会结构的形成及其稳定发展做出了重要贡献，它们也是封建统治者维持乡村秩序的重要工具，但也正是在这些思想的教化下，我国封建社会经济出现了内卷化。第一，儒家崇尚“内圣外王”，注重个人的道德修养，重“礼”，提倡在社会交往中的不对等原则。在这种思想指导下的社会交往不仅有“物”的往来，而且有道德的内涵，这种内涵是行动者内化了的“礼”而自觉地将其实付诸实践的表现。儒家伦理教化还带来了人们行动中的泛家庭化（也称为泛血缘化）倾向（杨国枢，2004：94；梁漱溟，2005：170），行动者在与人交往中总是根据亲疏远近（以自我为中心）来采取特殊主义的态度（Parsons and Shils, 1951：76—78；布劳，1988：307）。特殊主义态度指导下的社会交换则会受现实场域的影响，带来社会交换的不一致性。第二，不像儒家思想在中国封建社会时期长期占据统治地位，佛教和道教长期居于次要的地位，它们是小传统文化的重要来源，为中国乡村社会的和谐稳定提供了思想支持。在佛教和道教思想的教化下，乡民们过着“不问世事”“与世隔绝”“日出而作，日入而息”的小农生活。在这样的现实状况下，底层的百姓不问上层政事，朝廷的事务与他们无关。他们的社会活动空间是非常狭小的，在这样的空间内，乡民往来靠的是对规范、习俗的自觉遵守，熟人之间形式上的交换则是在这样的社会环境中自发地生长出来的。第三，三种思想的相互分工，维护了乡土社会的有序和稳定。儒教思想被认为是读书人的追求，是读书人

① 这从《吕氏乡约》提倡的“患难相恤”、办社仓略见一斑。

② 例如客家围屋，它的出现就是为了防御当地人的袭扰，使得客家人整个家族都居住在围屋中，围屋兼具生活和防御功能。

的宗教（韦伯，1995：6）。佛教和道教思想为下层人民提供了精神支持。儒释道三家思想在中国社会中相互融合，给中国社会结构的稳定带来了深远的影响，这种稳定的社会结构也带来了乡土社会发展的内卷化。

中央的集权统治为乡土社会关系的产生与发展提供了重要的土壤。秦统一六国后，“废分封，行郡县”，正式开启了中国中央集权统治的时代。但是，作为最低一级代理政府的“县政府”，由于其所管辖的地域和人口众多，囿于当时条件的限制，县级长官对于辖区内的乡民事务是无法面面俱到的，并且县级长官、权贵、富裕阶层基本上居住在城里，因此，我国乡村社会长期以来都处于一个“自治”^①状态，“‘城市’是没有自治的品官所在地，——‘乡村’则是没有品官的自治区”（韦伯，1995：145）。第一，乡村自治为乡土社会关系的产生提供了现实基础。在中国传统社会中，县级政府与乡村社会的联系靠的是乡绅，^②而乡村内部秩序的建立和存续依赖宗法礼俗。宗法礼俗在处理乡民内部事务时，不仅需要讲理，还需要讲情，只讲理而不讲情会显得“得理不饶人”，只讲情而不讲理又会显得“蛮不讲理”，宗法礼俗对乡村事务的处理总是追求在情理之间的平衡，希望保持乡民之间关系的“和”的状态，但是这种“和”的状态只在很少的时间里会出现，乡村社会即使只有在表面上看是和谐的，那也是需要的。乡土社会关系首先体现出来的是一种情感的交流和沟通，其次才会体现出交换的功能，在关系互动的过程中，双方的感情得到增加，情感越是深厚，冲突的机会就越会减少，和谐的状态就越会呈现出来。第二，乡村自治带来的是面对社会冲突的自我保护。乡村社会的冲突是很少有官府介入的，并且对簿公堂对于乡土社会中的乡民来说，这不仅是极为不光彩的事情，而且还耗费巨大，因而冲突的解决很多时候需要靠乡民自己，而乡土社会关系在其间发挥着规范功能，可以起

① 此处所说的“自治”并非现代意义上的自治，传统社会中所谓的“自治”类似于乡绅和地方权贵之治。“皇权不下县”与此类似。关于“皇权不下县”目前有很多争论，反驳意见认为古代帝王通过“编户齐民”“保甲制”“里甲制”等（不同朝代有不同的制度）来管理和监视乡村社会。相关研究较多，可以参考秦晖教授所著《传统十论》（东方出版社2014年版）。

② 在不同的时期，沟通“县”和乡村的主体是不一样的，乡绅是其中一个主要的代表，当然还有诸如乡约、保长等。因此，此处使用的乡绅是一种泛称，代表这些在县和乡村之间起沟通作用的群体。

到减少或者化解冲突的作用。第三，利益的相关性是乡土社会关系延续的物质基础。中央集权的统治架构下，皇帝一个人是没有足够的精力处理国家大小事务的，吸纳优秀的人才进入官员队伍对于维护现有的统治和社会安定有所帮助。然而，无论是举孝廉还是隋朝以后的科举取士，入朝为官都不是单个家庭或者单个人所能做到的（地主和权贵除外），而是往往需要一个家族的支持。一朝入朝为官，他就要还整个家族的情，为整个家族谋利，这也就是为何会有“一人得道，鸡犬升天”一说。因此，个人的利益是与整个家族相关的，这也为乡土社会关系的延续提供了实实在在的物质基础。

在长时期乡土社会关系的浸染下，特殊主义的行动原则得到了中国人不自觉的遵守，并且作为一种遗传基因，一直延续至今。特殊主义行动原则带来的现实问题是，行动者不寻求利益的普遍分享、不寻求对现状的改变、乐于在现实中寻求安慰（儒家的“位育”思想、道家的知足思想、佛教的轮回观念均体现了这点），这些问题就体现在市场的建制过程中。市场制度是市场中形成的共识，它有利于市场主体之间的行为互动，市场制度追求的是利益的普遍共享、参与市场活动的平等和交易的公平，但是，对于中国市场中的行动者来说，他们追求的是有限利益的共享、参与市场活动的区别对待、交易的非公平性。有限的利益共享是说，中国的市场主体只根据与自己关系的亲疏远近来共享利益，关系距离与分享的利益量呈反方向变动的关系：距离越长，分享到的利益就越少；距离越短，分享到的利益就越多。有限的利益共享带来的是有限地参与到制度的制定中，导致制定的市场制度只能反映部分的市场状况，影响市场制度的有效性。参与市场活动的区别对待与交易的非公平性是联系在一起的。在特殊主义原则的指导下，行动者对不同的市场主体总是采取不同的态度，因此，不同交易者的消费者剩余是不同的，甚至在一些情况下，有些行动者会被挤出市场活动。当市场主体都接受了这些规则时，一方面他们会参与市场制度的制定，希望通过市场制度的制定和实施来帮助自己获得更多的利益，另一方面在实际行动时，他们也会通过关系网来寻求特殊对待。如果能够通过关系网获得自己的利益，那么他们也是利益的分享者，是既得利益者的一员，这个时候他们就不会去寻求改变现有制度了，这就是行动者不寻求改变现状的表现（很多时候他们也无法改变）。当他们无法通过关系网获得自己的目标物品时，他们又只有通过市场制度来获取，但是此时的市场制度是有缺陷的，因此，这往往是让行动者不能满意的

市场制度。从市场制度有效性的实现来看，有着特殊行动倾向（人格化行动倾向）的市场主体虽然看重市场制度，但他们更看重获取利益的有效性，如果能够通过自己的社会关系网络来获取所需物品，那么他们就不会利用市场的制度规范。这其中的原因除了乡土社会塑造的特殊主义行动传统外，还有乡土社会中的个体只关心与自己有关的家族事务，而对普通的集体事务采取漠视态度。当然，随着中国经济的发展，中国的社会结构也逐渐呈现出原子化倾向，特殊主义行动原则的社会土壤逐渐被侵蚀，因而行动的特殊主义倾向有所弱化。

2. 商人与企业的行为：依附传统。中国古代有着较为繁荣的商业活动，无论是古代丝绸之路的国际贸易，还是其他边境贸易，或是国内居民普通的日常交易，中国商人都活跃在历史上。但正因如此，才会引发学者们的疑问。许烺光（Francis L. K. Hsu）对中国没有发展出庞大和实力雄厚的工商业经济感到疑惑（许烺光，1989：277）；费正清（John King Fairbank）也问道：“为什么中国的商人阶级不能冲破对官场的依赖，以产生一股独立的创业力量呢？”（费正清，1999：46）造成这种现象的原因有经济、文化、政治三个方面，在它们的共同作用下形成了商人的依附性，进而导致商人在行为上的软弱性——不寻求改变现状，并努力适应现实的环境。在此将商人在行为上的这种特性称为依附传统。商人（企业）的依附传统与当前市场制度的有效性有着深刻的联系，当然，古代商人的依附性与现代企业的依附性存在区别，但也存在相似性。

第一，就经济因素而言。中国历代王朝大都以农业为本，四民（士农工商）中农民排在仅次于士人的位置上，虽然如此，农民仍然处在被统治的地位上。农民是历朝历代税收的主要供给者，是主要的兵源，是各种工程的主要出力者。相比于农民，商人的地位则更加卑微，他们虽然也向政府交纳税收，为国家和地方的工程捐款，但商人出身的人是没有资格参加科举考试从而实现身份转换的，如此，商人自然也就失去了正常入仕为官的途径（政府吏治腐败和缺钱的时候，商人可以买官）。既然商人经商可以为国家交纳税款、资助国家工程，为何政府还要压制商人？就经济方面的原因来看，农民是税收的主要来源，因此政府通过打压商业可以让大部分农民安于耕种。此外，政府治理国家（国家如帝王自己的财产一般）的目的是使自身利益最大化（经济利益和政治利益），如果将商人的行为限制在一定领域（利润较薄领域），而自己在某些领域（利润丰厚领域）获得垄断性地位，那么政府既可以获得商人的税收，又可以获得垄断利润，因此，中国古代很多时候盐铁（还

有很多其他行业，在此不展开论述，盐铁是其中的典型代表）都是由政府垄断经营。在国家政局稳定的时候，政府会通过各种名目让商人阶层出资、捐款资助国家的各种公共事务；在国家动荡的时候，政府则会要求商人出资帮助政府打仗，甚至有的时候直接抢夺。在政府的这种态度下，商人阶层更多地是选择顺从，“破财免灾”保得自己人身安全。

第二，就文化因素而言。中国是一个讲求“文化政治”的国家，儒家思想自汉代始为古代中国的正统思想，但古代各朝又都对儒家思想进行了改造，比较著名的如汉代董仲舒“罢黜百家，独尊儒术”、魏晋南北朝时期的“三教合流”、宋朝的程朱理学、明朝的阳明心学等，越往后世，儒学思想作为统治者教化百姓、维护统治秩序的功能就越发明显。儒家教化的目标是“圣人”“君子”，他们将“修身、齐家、治国、平天下”作为毕生追求，因此，在儒家思想看来，商人重利而不重义，甚是看不上商人，因而也有“君子喻于义，小人喻于利”（出自《论语·里仁》）一说。钱穆（2001：124）认为，中国古代是没有阶级的社会，但是，是一个具有流品的社会，商人在当时社会的流品中只能排在末尾，地位极低。在这种文化“高压”的状态下，经商成为很多人被迫的选择。在很多商人看来，经商并非最终目的，而是摆脱目前经济困境的一种手段，待经济状况好转，他们就会购置田产、娶妻纳妾，有机会也会花钱买官（成为权力的附庸），实现自己地位上的转变，也为自己的后人通往更高社会流品提供基础和保障。此外，在儒家思想的影响下，商人对财富的认识也发生了变化——他们重视自己掌握了多少物质上的财富，但他们更加重视自己打败了多少同伙、能够控制多少人（许烺光，1989：290）。这体现在市场制度建设上则是，个人总是想在市场制度上获得自己特殊的利益，总是想自己控制市场制度的更多话语权。

第三，就政治因素而言。在中央政府看来，地方事务最重要的两项是税收和稳定。税收是国家的经济命脉，而稳定是政治命脉。中国有大量耕地，并且有耕种的传统，耕种不仅是百姓口粮的主要来源，也是稳定的税收来源，因此政府对农耕的干预较少。此外，农耕人口流动性小，便于政府管理；而商人流动性大，不仅不方便管理，而且具备较强的经济实力。商人与外界接触多、掌握的信息多，政府害怕在经济上崛起的商人群体会与政府对抗。因此，政府一方面在文化宣传上打压商人，将他们的社会地位排得很低，封堵商人上升的空间，让他们依附于权力；另一方面则是将商人的经济实力控制

在一定的范围，将利润丰厚的领域控制在自己手里，必要的时候对商人予以打压。当需要商人和商业的时候，政府就会利用商人和商业来发展经济，获取利益；当商人的实力过大时，政府又会对其进行控制。政治因素是商人依附性的直接原因，也是商人努力适应现实环境的始作俑者。

改革开放之初的中国企业也体现出一定的依附性，这主要与中国的经济体制发展历史有关系。新中国在完成社会主义改造后就建立起了社会主义公有制，走计划经济道路，当时的公有制企业都如同政府机关一样，不具备现代企业的结构和功能。改革开放后，政策逐渐放开，民营企业才逐步发展起来，但是民营企业在发展之初还是受到很多的政策限制，多依附于地方政府的机构或所属企业，^① 采取挂户经营的方式，目的是把“红帽子”戴好。因而在20世纪80—90年代，中国的乡镇企业发展迅速，之后随着经济政策的进一步放宽、国家政策的进一步明朗，中国市场中的现代民营企业才逐步建立起来。

虽然古代商人与现代企业都表现出了一定的依附性，都体现为商人和企业的有限参与权力和受限制的自主权力，但是这两种依附性也是有很大区别的。古代商人的依附性是在农业经济占主导地位的时期出现的，商业处于次要的地位，而且古代商人的地位和依附性基本上没有太大的变化；而现代企业的依附性随着经济体制改革的深入，呈下降的趋势。

企业的依附性影响市场制度的有效性。现代企业在经营过程中，既有依附性传统，也遗传了中国人行动上的特殊主义，注重泛血缘化关系，因此在经营行为上有人格化的特征，那么这样的企业是如何影响市场制度的有效性的呢？首先看市场制度形成时的有效性。具有依附传统的企业对于市场制度的制定有较为复杂的态度，领导型企业会积极地参与市场制度的制定，希望市场制度能够维护自己更多的利益，而追随型企业则会选择跟随的态度，在市场制度制定上采取中庸态度，不“出风头”，这就导致市场制度凝聚的总是部分市场共识，市场中有些企业总是对市场制度采取有限认可的态度。其次看

① 相关资料可参考曹正汉所著《国家与市场关系的政治逻辑——当代中国国家与市场关系的演变（1949—2008）》第三章“企业家的两个经营领域：政治与市场——温州民营企业的成长道路”（曹正汉，2014：124—176）。本文在写作过程中还有多处受此书的启发。

市场制度实施过程中的有效性。部分企业在市场制度运行过程中，总是努力去适应现行规则环境，总是在市场制度和特殊关系之间进行灵活的选择。当这些企业发现市场制度存在不足时，它们首先想到的是如何越过市场制度的约束，如果企业的社会关系网络可以支持自己采取特殊的手段，那么它们就不会关心市场制度运行的具体问题，更不会关心市场制度与其他市场主体的利益。

3. 政府行为的传统：集权统制。中国自“秦制”始为集权统治的国家，秦朝废除了分封制，改行郡县制，还进行了诸如货币、文字、度量衡等方面的制度建构，实现了在政治和文化上的大一统，开启了中国集权统治的时代。

首先看经济方面的集权。前已述及，早在春秋战国时期，国家就重视农业和商业的发展，但是，此时发展农业和商业的目的并不仅仅在于使百姓富裕，其更重要的目标是通过使百姓富裕来为国家输送更多的利益，以便于实现帝王霸业，当时比较有代表性的是《商君书》的农战理论、《管子》的轻重论。秦统一六国后实现了“天下事无大小皆决于上”，实行高度集权，整个国家的经济都受制于政府管制。至汉代初期，国民经济受到了战争的巨大破坏，因而行黄老之术，休养生息，政府对农业和商业的发展干扰较少，进而出现了“文景之治”。随着经济的好转，政府又开始对商业和商人进行压制（前面已有讨论，在此不再赘述），以后历朝历代也往往遵循着这样的循环。在这种循环中，商人不仅在地位上受到影响，而且在经营上也缺乏长期的信念，倾向于将经商作为一种过渡的手段。

其次看文化方面的集权。文化是历朝培养忠诚代理人和顺从百姓的重要工具，因而也被称为“文化政治”。中国古代重视宗法礼俗对百姓的教化，对读书人的教化则更多是通过改造后的儒家思想。在儒家思想中，“家”具有极为重要的地位，而家族制度本身也在中国乡土社会中根深蒂固，因此，钱穆先生将中国古代的政治结构描述为“化家为国”（钱穆，2001：6），相似的观点则将中国称为“家国同构体”^①（金观涛、刘青峰，1992：48）。历代王朝利用“小家”与“大家”的同构性来维持帝王的绝对权威、维护集权统治。

最后看政治制度方面的集权。集权统治的维护需要设计相关的政治制度，这种政治制度不仅包括对下层百姓的控制，而且还包括对朝臣的控制。就控制百姓而言，政府主要是依赖宗法礼俗的教化，皇权对基层的直接控制一般

^① 尾行勇（2010）则提出了以“君臣”关系为媒介的“秩序构造”论。

是到县级行政机构，乡村基本上是由地方乡绅主导的自我管理，但是自宋代的乡约保甲制开始，政府也逐渐重视并影响乡村的治理。就百官的控制而言，古代集权统治者总是擅长利用一个派系牵制另一个派系而维护自己的绝对权威。古代中国的皇权与相权之争持续过很长一段时间，直到明太祖洪武十三年废除丞相制度（钱穆，2001：103），才在形式上结束了这一争端，因此，钱穆先生认为，中国古代的专制统治只是明清两朝（钱穆，2001：102）。在历代朝廷中，内廷、外朝、宦官、世族势力一直被帝王所利用，帝王通过维持朝廷中这些势力的均势，不仅可以保证自己的绝对权力，还可以保证各派势力依附于自己，从而维护自己的集权统治。

在此以古代的“宰相”制度变迁^①为例，对帝王如何维持自己的集权统治进行说明。古代对帝王权力的限制一般来自两个方面：一个方面是祖宗的礼法以及接受的教育（大部分时候是被改造过的儒家思想，教育产生的是帝王对自己的一种自我约束）；另一个方面就是朝臣的约束，而朝臣的首领则是宰相。秦汉时期设有三公九卿，宰相是处理行政事务的最高长官。但是由于宰相的权力过大，百官大都听命于宰相，帝王经常感觉自己的行动受限，因此，到汉武帝时期就设立了可出入禁门、直接听命于皇帝的宫廷文书小吏“尚书”。尚书在汉武帝一朝的官阶较低，但为皇帝的心腹谋臣，这一制度为后世保留。到了东汉，尚书就已经成为实际意义上的“宰相”，原有的宰相的权力已经被架空。皇帝通过这种手段既维护了自己所依赖的官僚集团，又保证了自己的绝对权力。当然，随着权力的增大，尚书掌管了内廷和外朝的所有事务，这是皇帝所不能接受的，后来就设立了“中书令”来负责皇帝诏书的草拟，而尚书负责命令的执行，因而中书令很快就成为与尚书权力平行的职位，这样在官僚系统中很快就形成了中书令与尚书相互制衡的体系。中书令的出现不仅限制了尚书的权力，而且保证了皇帝自己有绝对的权威。以后的帝王基本上遵循了这种方式，因此还出现了其他一些与宰相权力相似的部门，如南北朝时期的“中书舍人”、唐代的“翰林学士院”、明代的“内阁”、清代的“南书房”和“军机处”。

中国政府在制度系统上体现出来的这种集权传统对后世政府的行为带来了深远的影响，长时间的集权统治使人民和百官都习惯了“听命顺从”，习惯

^① 对宰相制度变迁的讨论可参考王毅（2007：39—50）。

了派系之间的争夺，忽视了对政府的监督与改造，这也是虽然中国早于西方出现官僚科层制，却没有出现现代政府的一个原因。清政府被推翻后，中国各地军阀之间进行了长时间的混战，各地军阀也成为地方上的土皇帝，因而在中国实行民主制度的想法也就破灭了。直到新中国成立以后，中国的政治体制出现了重大的变革，民主的政治体制在中国建立了起来。

政府的集权统制同样影响市场制度的有效性。政府的集权统制对市场制度有效性的影响主要体现在市场制度的形成阶段与市场制度的实施阶段。政府的集权统制对市场制度形成阶段有效性的影响主要是造成了市场主体在参与市场活动的过程中保留自己的相关知识，从而使得市场制度只是对市场知识的有限汇集。那么政府的集权统制是如何影响市场主体保留相关市场知识的行为的呢？有些市场制度的出现需要政府参与，有些则不需要。不需要政府参与的市场制度，有些时候也需要政府提供必要的支持服务。如果政府的态度是服务性的，那么政府的行为就不会影响到市场制度的执行；如果政府的态度是非服务性的，那么政府的行为就会干扰市场制度的运行，强行分享市场制度运行的租金，统制型政府经常如此。需要政府参与的市场制度则会导致有些市场主体的知识得不到尊重，统制型政府总是会按照自己对市场的理解来选择出现的市场知识，选择的标准既包括政府认为是应该的，也包括与政府关系良好的利益主体认为是应该的，因此，这时候贡献知识参与市场制度制定的市场主体是经过人为选择的，因而容易造成市场主体“既参与又不参与（利益无关者），想参与又不能参与（利益相关者）”的困境。统制型政府对市场制度实施的有效性的影响主要在于市场制度适用的界限被人为地有意模糊。市场制度的有效性是有空间和时间界限的，但是统制型政府手中握有充分的自由裁量权，它们总是会根据自己的需要来对现行的市场制度进行解释，或者根据实际情况的变化相应地出台补充性政府文件，它们通过这种有意的模糊性政策手段获取政府想要的政治利益和经济利益。政府握有这样的自由裁量权的原因已在前文有所分析，其中最主要的是两点：一是经济社会发展现实的需要，另外一点则是缺乏对政府在行使权力时的有效监督（不能监督和监督效果有限），在此不再作具体分析。

市场主体的行为受到历史因素与现实因素的综合影响，在这些因素的综合塑造下，市场主体的行为具有了现在的特征，而行动主体的这些特征为市场制度的有效性带来了重要的影响。因此，在历史上发生和形成的，就需要

在历史中去改变，我们能做的就是对当代人行为的塑造，改良现实社会的土壤，这是一个系统性的工程，我们不能希望在短时间内改变这些不良的因素，但也不能毫无作为。

（三）中国式“布罗代尔钟罩”的形成

此处对中国市场中的“布罗代尔钟罩”的形成过程进行简单说明（前文已有相关内容的论述）。中国市场中的“布罗代尔钟罩”的核心问题是，障碍如何形成并固化。正如前文所言，中国人对于获利的认识具有特殊性，获利包含物质价格和心理满足，并且心理满足的作用会大于物质价格，因此，中国人分配或者交换自己所占有的物品的顺序是按照与自己关系的亲疏远近，即通过自己的社会关系网来分配的。这种行动上的特征被称为特殊主义或者交易的人格化。这种行动特征会不自觉地将与自己关系疏远的交易者排在交易选择的末端，进而带来的问题是，市场中的交易者花费大量精力的事务不是如何生产更多更好的物品，而是如何去与掌握自己所需要资源的所有者建立特殊的信任关系。如果这种特殊的关系可以谋取利益，那么甚至会出现有些不生产者专门通过融通关系而谋利，这样就会出现畸形的市场关系和社会关系。当人们都将这种现象看成获取物品的正常现象时，就说明人们的思想意识里面已经出现了障碍并形成了特定的思维，中国市场中的“布罗代尔钟罩”就形成了。

（四）中国式“布罗代尔钟罩”的运行

现实中的资源和个人能力的分布是不均匀的，因此人天生就有自己擅长从事的经济活动。如果人们按照比较优势的原则从事自己有比较优势的生产活动，而通过交换获得自己所不擅长生产的物品，那么，通过交换就可以使双方的福利水平都增加。如果现实中的交换活动按照这种逻辑运行，那么参与交换活动的每一个个体都应该努力生产自己擅长生产的物品，随后将它们与他人交换，增加自己的可消费物品集。但是，现实中并非如此。图1是某种物品配置的社会关系圈层图，A为核心圈层，D为外围圈层，从A到D表示与圆点O的关系由亲近逐渐变疏远，A、B、C、D之间的距离表示的是关系上的距离。中心圆点O表示某种物品或资源的所有者，A圈层中的行动主体是与O处的行动者关系最亲密的，越往D走就意味着与O的关系越疏远。如果按照上述比较优势的逻辑，无论是处于A、B、C、D哪个圈层的行动者，若

是想与 O 处的行动者进行物品的交换，他们只需要努力生产圆点处行动者 O 需要的物品，并且支付最高的价格与之进行交换即可。但是在中国的市场中，价格高往往是不够的。位于 A 圈层的行动者（如，O 的父母兄弟姐妹等），往往可以出一个很低的价格，甚至是免费获得 O 的物品；位于 B 圈层的行动者（如，O 的叔伯表亲、亲密的朋友等），则可以出一个优惠的价格获得 O 的物品；位于 C 圈层的行动者（如，普通朋友），在获得 O 的物品时往往也是有优惠的；而位于 D 圈层的行动者（对 O 来说是一个毫无关系的人），则需要出一个市场价来进行交易。当 O 掌握的资源足够稀缺的时候（如，O 为某种权力或垄断资源的所有者、技术的所有者等），位于 D 圈层的行动者则往往会无法获得 O 的资源。

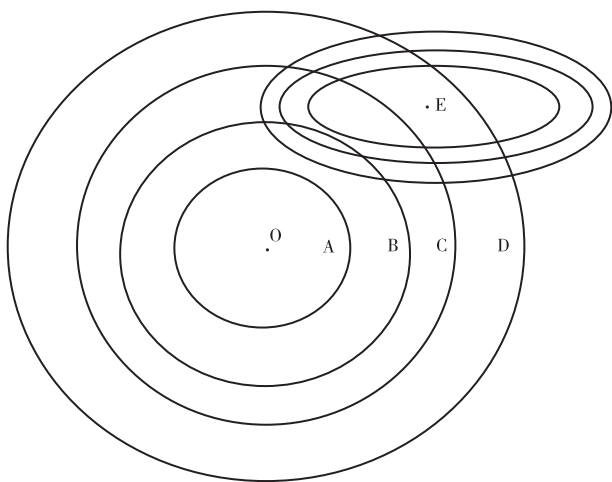


图1 资源配置的社会关系圈层图

资料来源：作者自制。

就中国市场交换活动的现实来看，如果一种物品是市场供应比较充分的（如出现短缺则另当别论），例如日常的生活物品、日常的消费品、普通的生产要素等，那么市场主体都可以自由地通过支付价格来获取，而不会受到外来因素的干扰。一旦一种物品出现了某种势力对它的影响，关系就会变得很重要，而此时中国人的行动传统就会发挥作用，这种物品就会按照图 1 的顺序进行分配。假设有行动主体 E 位于圈层 C 和 D 之间，中国市场中的找关系就是 E 通过某种方式将自己的关系网络与资源占有者 O 的关系网络连接起来，

从而获得分享资源的机会。而位于圈层 D 之外的行动者则被排除在分享网络之外（没有关系也找不到关系），这就形成了一种障碍，使得部分市场活动参与者被排除在了交易活动之外，市场中的某种资源被部分人所占有。

进一步拓展来看，中国市场中出现的这种障碍是一种人格化契约关系对市场契约关系的替代，更是一种传统的思维方式和行为模式对市场思维和模式的替代，从而导致市场制度的作用总是被限定在关系半径外，在社会关系半径内，市场制度总是发挥着有限的作用。中国这种特殊的社会关系就如同一个钟罩一般，将市场制度的作用限定在一定的范围内。

（五）社会变迁与中国式“布罗代尔钟罩”

中国式“布罗代尔钟罩”在中国社会土壤中的形成和运行受到土壤中的社会历史基因的影响，那么这些社会历史基因是否会随着现实社会的变迁而发生变化呢？答案是肯定的，但是变化的方向却很难判断，并不一定会向着我们认为是“好”的方向发展，因此中国式“布罗代尔钟罩”的突破也不是线性的。首先看熟人社会解体与个体行为。个体行动上的特殊主义是由乡土社会塑造的，在熟人社会解体以及生活环境不断陌生化的背景下，个体之间在行为互动中表现出“重制度”而“轻血缘”的倾向，普遍主义的行动方式逐渐建立起来。这其中的原因之一是，熟人社会解体与市场条件的改善，使得个体行动者在获取所需资源时有了更多的选择，个体行动者作出选择时所面临的约束也仅仅来自具有普遍特征的制度，不管来自哪里行动者都需要遵守，使得个体行动可以摆脱熟人社会的“繁文缛节”与风俗习惯差异带来的行动上的摩擦，提高行动效率。当然，熟人社会解体也带来了文化重建问题，这也是影响个体行为的重要因素。其次看社会变迁与企业的行为。法治社会是社会变迁的方向，企业和商人在社会中的地位有了很大的提高，商人的私人财产和企业的合法地位得到了法律的有效保障，因此企业和商人的依附性问题要好于以前，但出于种种原因，这种依附性还是存在的。最后看社会变迁与政府行为。建设服务型政府已是主流趋势，中国政府也在不断地更新自己的治理理念，积极落实“服务型政府”的相关政策，在中国式“布罗代尔钟罩”形成过程中起重要作用的统制型政府已经很难重现，这对于突破中国式“布罗代尔钟罩”是有益的。从中国社会变迁的过程来看，市场化在其中确实发挥了重要的作用，可以说市场经济建设极大地推动了中国社会的

变迁进程，但是，市场化本身并不能解决中国式“布罗代尔钟罩”的所有问题。例如熟人社会解体后的文化建设问题，其在很大程度上会影响普遍主义行动方式在个体观念中的树立；又如商人和企业的依附性问题、服务型政府的建设完善问题等。

三、中国式“布罗代尔钟罩”的危害

（一）影响市场制度的有效性

中国市场中的“布罗代尔钟罩”对市场制度有效性的影响主要包括市场制度形成过程中的有效性和市场制度执行过程中的有效性两个方面的内容。首先看“布罗代尔钟罩”对市场制度形成过程中有效性的影响。市场制度形成过程中的有效性主要是看市场制度能否汇集更多与市场主体有关的知识，这样可以使市场制度获得更多市场主体的满意，达到让市场主体自觉遵循的目的。但是在“布罗代尔钟罩”的作用下，市场主体在参与市场互动的时候是有所保留的，他们只会在有些时候参与市场互动，而有些时候则会选择社会关系网络，这样就会导致市场制度是对有限市场知识的汇集，是市场主体的有限认可，最终带来的后果是市场主体对市场制度的有限遵守。接着看“布罗代尔钟罩”对市场制度执行过程中有效性的影响。要使市场主体在行动中遵守市场制度，就需要让市场主体认识到市场制度是优于原有的交换规则的。但是在人们的思维中，信任对方是一件高成本的事情，他们形成信任很多时候都是通过现有的社会关系网络，因此，仅仅通过市场制度的引入就想让市场主体相信大家都会遵守市场制度，是一件很难办到的事情。当然，现实中市场制度已经运行了很长的时间，人们头脑中原有的思维和行为习惯也有所变化，但是想让人们在短时间内改变就会是一件很难的事情。所以，“布罗代尔钟罩”对市场制度执行的影响主要是延缓了市场制度的接受速度和限制了市场制度在市场主体中的接受程度，并且将市场制度的作用局限在有限的范围内。

（二）带来市场公共利益的圈层分化

朱海就（2017）指出，市场的公共利益可被理解为“市场是大家共同的利益或资源”，“它是人们有意识的行动所产生的无意识的结果”，而“个体的

财产是公共利益的基础”。假设市场中有行动主体 A 和 B，A 生产 W_1 ，B 生产 W_2 ，A 需要获得 W_2 ，而 B 需要获得 W_1 。在没有市场交换的情况下，A 需要自己生产 W_2 ，B 需要自己生产 W_1 。假设 A 付出 1 单位的劳动能够生产 2 单位的 W_1 ，A 付出同样 1 单位的劳动只能生产 $1/2$ 单位的 W_2 ，而 B 付出 1 单位的劳动能够生产 $1/2$ 单位的 W_1 ，但付出同样 1 单位的劳动却能够生产 3 单位的 W_2 。那么，如果没有市场交换，A、B 若要分别获得 1 单位的 W_1 和 W_2 ，即 (1, 1)，则 A 需要花费 $5/2$ 单位的劳动，B 需要花费 $7/3$ 的劳动。如果在有市场交换的情况下，A 只要花费 1 单位的劳动生产 2 单位的 W_1 ，B 只要花费 $2/3$ 单位的劳动生产 2 单位的 W_2 ，随后在市场上 A 付出 1 单位的 W_1 ，B 付出 1 单位的 W_2 ，彼此交换，^① 他们就可以获得与之前独自生产时相同的产品组合 (1, 1)，却付出了更少的劳动单位。A 和 B 有意识地通过选择自己适合生产的产品，并通过市场进行交易，从而实现了自己利益的增进，这就可以视为 A 和 B 分享了市场的公共利益。如果市场中还有其他生产者，他们也以同样的方式参与市场交换，那么他们也会获得比单独生产时更多的利益，此时，参与市场交换的市场主体共同分享了市场的公共利益。

但是，当中国市场出现“布罗代尔钟罩”的时候，人们在参与交换活动时总是在自己的社会关系网络中选择交换对象，并且交换物品的比例也总是根据具体的场域来确定，即如果与自己交换物品的行动主体是一个陌生人，那么对方就需要支付一个高于社会关系网络成员支付的价格。这就直接导致了市场主体之间分享市场公共利益水平的差异，这种差异不是由市场主体生产能力的差异造成的，而是由关系远近的差异造成的。一旦这种关系差异带来市场公共利益的分化，这种分化就会是圈层状的，因为关系的分布是圈层状的（如图 1）。更加值得注意的是，如果关系本身可以获得收益，并且这种收益可以任由所有者支配，那么就会导致市场主体不去关注资源本身的生产效率，而是关注如何获得资源的使用权力，也即费正清（1999：46）所说的，谋取捕鼠的专利而不是造出更好的捕鼠笼。因为，一旦获得了这种权利，行动者不仅可以一劳永逸，依靠这种权力谋取利益，而且还可以控制更多的人、获得更高的社会地位。如果不对这种状态做出改变，那么这其中自然就会出现市场利益的固化和圈层利益的分化。

① 交换的比例问题在此不做讨论。

在此对“布罗代尔钟罩”带来的“市场利益固化”和“圈层利益分化”作进一步分析，以说明其危害。市场利益固化和圈层利益分化是一个问题的两个方面。所谓的利益固化是说，市场中的“布罗代尔钟罩”使某种资源被部分人占有，而占有这部分资源的人按照社会关系网络进行分配，获取这种资源的人之间所支付的价格存在差异，资源占有者通过这种方式可以获得垄断性的利润。而圈层利益分化是说，“布罗代尔钟罩”的存在使处于不同圈层的主体在获取同样的资源时却需要支付不同的价格，这种人格化因素的存在使不同圈层的行动主体获得了有差异的利益。那么“市场利益固化”和“圈层利益分化”是如何在市场主体的行动中形成的呢？如图2所示，假设市场中有行动主体T，他是某种社会资源的占有者，市场中的其他行动主体P、W、N为了获得这种资源就需要与T进行交易，T的社会关系圈层假设只有两层，这两个社会关系圈层就是一种“布罗代尔钟罩”。行动主体P是一个穷人，而W是一个富人，他们都在T的第二圈层中，也就是说他们与T的关系并不是最亲密的。行动主体N在T的社会关系圈层之外，即N无法通过社会关系网络来获取所要的资源，只有在T社会关系圈层之内的行动者才有机会获得所要的资源。资源占有者T通过自己的社会关系网络来分配所占有的资源，而人为地将N排除在分配的范围，导致利益只被固定人群所占有，这就是市场利益的固化。因为W是富有的行动者，他具有更强的意愿去获取T的资源，他为了长期稳定地获得T的资源就会通过多种方式与T建立更加亲密的关系，即W的社会关系的运动方向是指向T的，W通过这种方式获得了相较于之前更多的优待（也更加优于P），甚至可以实现其在T的社会关系圈层中的升级（走向更近于T的圈层）。而贫穷的行动者P虽然也有意愿去获取T的资源、拉近与T的关系，但是因为自身能力的限制，P的社会关系的运动方向只能停留在同一圈层。与此同时，在“钟罩”外部的行动者N虽然也想通过某种方式进入资源的分配圈层中，即N的社会关系的运动方向是指向T的，但是，由于多种因素的限制，N始终无法实现。在市场利益的获得上， $W > P > N$ ，这就是圈层利益的分化。

现实中，能够获得关系的人就总是能够从中获取利益，而那些没有机会获得这些资源的人就被长久地排除在这些利益分享圈，这样就带来了利益分配的人为固化，人为地塑造了社会的不平等。如果这种分化长期存在，就有可能带来圈层群体之间的利益冲突，不利于社会的长期稳定发展。

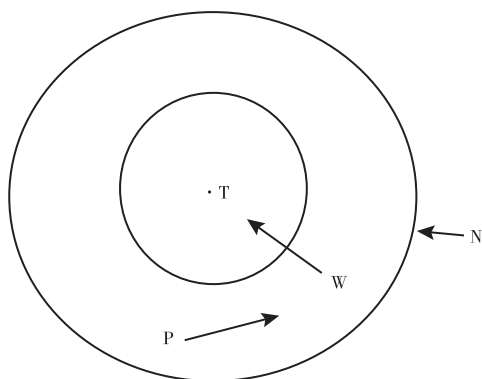


图2 市场利益固化和圈层利益分化图

资料来源：作者自制。

（三）对社会道义的挑战

社会道义若是从字面上理解则是社会道德与社会正义，社会道义是人们的一种行为规范，同时也是一种判断标准。社会道义是直接与人利益相联系的，但是它又不局限于利益，具有超利益性。首先，社会道义是人类社会发展到一定阶段的产物，它并不是天生就有的，并且在不同的社会发展阶段，人们对于社会道义的认识会发生变化，不同历史时期的社会道义是不同的，不同国家的社会道义也是存在一些差异的。其次，社会道义产生于人与人之间的利益互动过程中，当人与人之间有了利益上的竞争时，人们才会想出一些方法来规范。利益是人类行动的目的，但获得利益是有一些规则约束的，如果人们的行为无法满足大家普遍认可的规则，那么就很可能遇到行动上的阻碍，导致行动上的失败。最后，社会道义又是超利益的，不局限于单一的利益，它虽然是通过利益上的竞争形成的，但是它的作用会影响到人类其他方面的行为，也就是说，在长期的利益互动过程中，人们形成了一种“何为好的行动”或者“最起码应该如何”的观念，这种观念作为一种共同的判断标准或者规范得到了执行。

那么“布罗代尔钟罩”是如何影响到社会道义的呢？中国市场中的“布罗代尔钟罩”的形成与中国乡土社会中的小传统文化有关，詹姆斯·斯科特（James C. Scott）认为，“互惠准则和生存权利是‘小传统’的真正的道德要素”（斯科特，2013：215）。中国的小传统文化正是反映了这两点，在中国的

乡土社会中，耕种的生产力水平低下，为了获得稳定的生活状态、保证基本的生存物资供给，乡民之间就会通过相互帮助、彼此依赖来获得集体力量提供的保障。乡民之间因为利益上相互依赖而结成了稳定的宗族联盟，并且严格遵守宗法礼俗。在小传统文化看来，行动者通过圈层状的社会关系网络来配置资源就是符合社会道义的，给予不同的行动主体不同的对待符合社会对行动主体的普遍要求。但是这种文化传统与市场经济文化是相冲突的，当前的市场经济文化也在塑造这一种新型的社会道义。这种社会道义要求：给予每一个市场主体平等的对待，与每一个市场主体公平交易，并且遵守交易的“自愿和互惠”。在小传统文化中形成的社会道义是无法做到这些的，因此，当市场经济活动侵入原来小传统覆盖的区域即“布罗代尔钟罩”内时，“钟罩”内部的力量对这种新的社会道义是抵触的，并阻碍它在“钟罩”的范围内运行。但是，就经济发展本身的规律来看，一方面，在人们逐渐认识到市场活动可以带来更加普遍的利益的时候，人们会逐渐转向市场制度，并逐渐在实践中遵守市场制度的规范；另一方面，随着人口流动和社会信息的传播，人们的观念本身也会发生变化，人们会逐渐脱离小传统文化的束缚，逐渐接受新传入的文化，这种新传入的文化就有利于市场文化获得人们的接受，从而有利于新的社会道义的形成。

社会发展具有阶段性，社会道义也会随着社会经济的发展而出现变化，因此，新旧社会道义之间的冲突是社会转型的必经阶段，新的认识和新的规范只有通过碰撞才会获得人们更加广泛的认识和接受，而“布罗代尔钟罩”对市场社会道义的挑战就是推动市场建制的必然结果。

四、“钟罩”的突破与市场建制

中国市场建制过程中出现的问题是在历史中形成的，虽然随着社会经济的发展，中国社会中的很多因素已经出现了变化，但是仍然还有很多不利的因素遗留了下来，因此，要改良中国市场制度运行的土壤，为市场经济的发展提供有利的条件，就需要几代人不懈的努力。当然，新的市场制度的有效运行不仅仅是市场制度建设本身的问题，还是一个关于新的思维方式和行为模式的问题，因此市场制度建设困境的破解是一个系统工程，需要从综合性的视角来考虑。针对前文中提到的问题，本文从综合性的视角提出一些建议，希望对中国市场制度的有效运行、实现中国市场的建制化有所助益。

（一）市场主体行为的重塑：市场建制的基石

市场制度的有效性包括市场制度形成和市场制度实施的有效性，但无论是哪一个阶段的有效性，与之直接相关的都是市场主体的行为倾向。因此，要拓展市场制度，并使之成为人们行动过程中占主导地位的行动规范，就需要对市场主体的行为进行重塑，这是市场制度拓展的基石。

就个体行为的重塑而言，首先需要推动乡村经济的发展，推动乡村社会转型；其次需要改善国民教育，塑造新时代文化；最后需要加强政治文化建设，鼓励大众积极地参与到市场制度的制定当中，相关部门要积极听取市场主体的意见，为市场主体提供服务大众福利的市场制度。此外，也需要出台关于大众参与市场制度建设方式的相关规定，并使其得到有力的实施，保障市场主体的正当利益得以实现。

就企业行为的重塑而言，首先，在政策制定上要积极听取企业界群体的意见，为他们发表意见提供更大的空间和平台，方便企业更多地参与到市场制度的制定过程中；其次，市场主体之间要平等相待，平等地参与到市场制度的制定当中，逐步在人们脑海中树立起权利平等的观念，培养“主人翁”意识；最后，要在社会中逐渐建立起社会责任感，这种社会责任感不仅要在企业经营中建立，还要树立在政府职员和普通大众的脑海中，通过社会责任感的树立，增强中国社会的凝聚力，培养有利于中国社会长远发展的社会资本。另外还有一点值得注意，要在社会中给予企业正确的角色定位，在社会文化中给予企业“大众”待遇。

就政府的行为重塑而言，服务型政府的建设不可能是在短期内建成的，它需要一个相对较长的时间来完成。首先，就政府的职能定位来说，政府的职能是为社会大众服务的，那么有些经济职能就需要从政府剥离，能够由市场经营的就留给市场，政府进行必要的监管；其次，就政府的服务质量来看，对于需要由政府提供的公共服务，政府就要保质保量地完成，并且接受大众监督，摆脱原有的“官僚作风”；最后，政府是市场制度建设的主要推动者，市场经济也是法治经济，因此，政府在推动市场制度建设过程中要依法办事，接受法律的监督，按照法律精神的要求来维系政府与其他市场主体的社会关系。

（二）加强市场制度建设：市场拓展之路的工具

第一，要明确的问题是应该由谁来加强市场制度建设。市场制度是市场

主体行为互动的规范，因此，不同市场主体之间的行动规范应该由不同的市场主体来建设，但是，无论市场制度由谁来建设，建设的原则都应该是一致的，即平等对待、交换公平、自由参与、利益互惠。按照这种原则建设的市场制度是可以获得市场主体普遍接受的，也可以逐渐淡化行动者之间行动的人格化色彩。

第二，怎样加强市场制度建设。市场制度建设的内容包括两个方面：一方面是市场制度形成过程中的程序、主体、规则建设，另一方面是市场制度实施的绩效评估、监督、信息的反馈等内容。首先看市场制度形成过程中的相关内容。市场主体要就市场制度的形成程序进行积极的交流，激发市场主体参与市场制度制定的积极性，此外还有市场主体自身的建设，建设的内容包括社会责任感的教育、权利和义务意识的培养等。另外，市场制度的规则内容建设也必不可少，这些是具体规范行动者行动的条文，这些条文的形成要充分考虑各市场主体的意见，仔细考察现实环境的情况，让市场制度具有“实”的内容。其次看市场制度实施过程中的绩效评估问题。评价市场制度实施绩效一是要明确考核标准，严格按照标准进行考核；二是要选择客观的评估方或者进行多方评估，按照市场化的原则在评估方之间进行选择；三是要对实际的结果进行客观的认识，考核本身的目的是发现市场制度存在的不足，方便以后对市场制度进行矫正。再次看市场制度运行过程中的监督。监督的提供方可以是政府，也可以是市场主体委托的第三方，无论是谁进行监督，最重要是要“尽职尽责”，敷衍了事的监督形同虚设。最后看市场制度运行过程中的信息反馈。市场制度是对市场中分散的知识的汇集，随着市场主体之间行为互动的进行，新的知识不断地被发现，因此，良好的信息反馈机制和信息沟通机制可以将新出现的知识及时纳入市场制度当中，提高市场制度的有效性。

第三，对市场制度建设的目标和推进方式的简单讨论。市场制度建设的目标是，通过持续的市场制度建设，为经济发展提供持续的动力。但是有这个目标不一定就会达到这个效果。市场制度的出现可以方便市场主体进行市场互动，降低市场上的交易成本，另外，持续的市场制度建设还需要逐渐地替代社会关系网络，让市场制度的精神成为市场行为的内核。那么，市场制度建设应该以怎样的方式推进呢？一般来看，存在积极迅速的推进方式和缓慢渐进的推进方式：积极迅速的推进方式可以让市场主体在短时间内接触到

市场制度建设的新内容，让市场主体获知其他主体行动原则的变化，有利于市场主体调整行动的预期，为市场主体采取新的行动策略赢得时间；缓慢渐进的推进方式的优点是缩短了市场主体适应新规则的“痛苦期”，让市场主体有充分的时间来转变自己的行为模式和思维方式。但是，就中国市场制度建设的实践来看，本文认为应该采取积极迅速的推进方式，让人们在短时间内接触到新的市场制度，在短时间内变革旧式的社会关系，通过这种迅速的推进方式，避免旧式的制度和社会关系变异出新的应对版本，带来市场公共利益的进一步固化。

（三）改良市场制度运行的社会土壤：拓展之路的核心

中国的社会土壤是市场制度运行的基础，是市场制度有效性的营养来源，要真正实现市场制度的有效运行，就需要实现市场制度的“本土化”，让市场制度的精神在中国社会的土壤中扎根成长。针对当前市场建制中出现的一些问题，应该如何改良中国社会的土壤呢？

第一，推进现代经济建设，转变人们的思维，重塑社会关系。现代经济建设不单单是在物质上丰富人们的生活，它还是一种新的思维方式的引入，这种思维方式由现代经济自发地塑造，而且这种改变人们思维方式的手段的作用是潜移默化的。与此同时，随着人们物质生活的满足，精神生活的追求就会增多，这也直接重塑了人们的思维和社会关系。因此，要大力发展现代经济，对传统产业进行改造，提高生产效率，在物质生活上不断满足人们的需求；另外，要用现代经济文化的要求来重塑人们的行为，用现代经济的思维来维系人们的社会关系。现代经济文化是一种平等、法治、民主的文化，所有参与市场经济活动的主体都需要按照这种要求来规范自己的行为，要将这种文化培育成中国市场的社会资本。当然这种文化的树立不是在短时间内可以实现的，因此，要持续地对市场主体进行教育，在市场制度的执行中严格按照制度的规定进行，即教育的持续性和执行的严格性是关键。

第二，推动国家能力、市场主体能力、市场制度能力“三位一体”建设。在此所讨论的国家能力指的是国家的制度执行能力，即国家按照规章制度处理市场经济事务的能力。推动市场制度建设需要加强政府的制度执行能力建设，严格执行政府工作人员的考核标准，建立客观的考核评价体系，选择客观的评价机构，接受大众的监督。市场主体能力是市场主体参与市场制度制

定、按照市场制度规定办事、按照市场制度规定进行监督的能力。要提高市场主体参与市场制度制定的能力，就需要提高市场主体的社会责任意识，积极为市场制度的制定建言献策。在市场制度执行的时候，市场主体要严格按照规定执行，对于不完善的市场制度要积极提出自己的意见。市场主体也是市场制度执行的重要监督力量，市场主体之间普遍的相互监督，可以提高市场制度的执行效率。市场制度的能力是指市场制度的可执行程度，这直接影响到市场制度的有效性。加强市场制度的可执行力建设，就是要让市场主体具有制定市场制度的更多自主权，可以对市场制度提出更多的意见。虽然不同利益主体之间会在市场制度制定中出现冲突，但是，新的规则只有在冲突中才会获得自己的“合法性”，得到广大市场主体的支持。

第三，推进市场文化建设，发挥社会道义的规范作用。改良市场制度运行的社会土壤还需要将社会道义与市场文化融合在一起，铸造出符合时代发展潮流的市场文化。首先，要明确社会道义的内容，社会道义是大众对社会道德、公平正义的普遍性认识，将社会道义与市场文化相融合，就是要将社会道义的这些要求用于规范市场主体的行为，用于维系市场主体之间的社会关系。其次，要加强社会道义与市场文化教育，将新的市场文化植入市场主体的思想意识中。最后，要加强社会道义与市场文化的内容建设，做到新的市场文化紧跟时代发展的潮流。

中国市场建制过程中面临的困境是在历史中不断累积形成的，并且是多因素综合作用的结果，因此，要破解这些问题，就需要长时间不懈努力，并做出系统性安排。

参考文献：

- 阿西莫格鲁，德隆·詹姆斯·A. 罗宾逊，2015，《国家为什么会失败》，李增刚译，湖南科学技术出版社。
- 波兰尼，卡尔，2016，《巨变：当代政治与经济的起源》，黄树民译，社会科学文献出版社。
- 布劳，彼德，1988，《社会生活中的交换与权力》，孙非、张黎勤译，华夏出版社。
- 曹正汉，2014，《国家与市场关系的政治逻辑——当代中国国家与市场关系的演变（1949—2008）》，中国社会科学出版社。
- 德·索托，赫尔南多，2007，《资本的秘密》，于海生译，华夏出版社。
- 董德利，2018，《布罗代尔钟罩视角下的农村土地金融分析》，《山东行政学院学报》第5期。

- 费孝通, 2018, 《乡土中国》, 华东师范大学出版社。
- 费正清, 1999, 《美国与中国》, 张理京译, 世界知识出版社。
- 桂徽, 2009, 《礼俗社会的布罗代尔钟罩对资本力量的阻滞》, 《上海财经大学学报》第2期。
- 金观涛、刘青峰, 1992, 《兴盛与危机: 论中国社会超稳定结构》, (香港) 中文大学出版社。
- 孔泾源, 2020, 《治理改革与市场建制》, 中国人民大学出版社。
- 李启航、陈国富, 2013, 《法律制度对财产性收入影响作用的城乡差异——基于布罗代尔钟罩的法经济学思考》, 《财经研究》第3期。
- 梁漱溟, 2005, 《中国文化要义》, 上海人民出版社。
- 诺思, 道格拉斯, 2008, 《理解经济变迁过程》, 钟正生、邢华等译, 中国人民大学出版社。
- 钱穆, 2001, 《中国历代政治得失》, 生活·读书·新知三联书店。
- 斯科特, 詹姆斯·C., 2013, 《农民的道义经济学: 东南亚的反叛与生存》, 程立显、刘建等译, 译林出版社。
- 孙中叶, 2009, 《布罗代尔钟罩与制度收益共享——一个分析城乡统筹发展的新视角》, 《江汉论坛》第3期。
- 王毅, 2007, 《中国皇权制度研究——以16世纪前后中国制度形态及其法理为焦点》(下), 北京大学出版社。
- 韦伯, 马克斯, 1995, 《儒教与道教》, 王容芬译, 商务印书馆。
- 韦森, 2006, 《斯密动力与布罗代尔钟罩——研究西方世界近代兴起和晚清帝国相对停滞之历史原因的一个可能的新视角》, 《社会科学战线》第1期。
- 尾行勇, 2010, 《中国古代的“家”与国家》, 张鹤泉译, 中华书局。
- 希克斯, 约翰, 1987, 《经济史理论》, 厉以平译, 商务印书馆。
- 许烺光, 1989, 《美国人与中国人: 两种生活方式比较》, 彭凯平、刘文静等译, 华夏出版社。
- 杨国枢, 2004, 《中国人的心理与行为: 本土化研究》, 中国人民大学出版社。
- 翟学伟, 1994, 《面子·人情·关系网》, 河南人民出版社。
- 朱海就, 2017, 《论市场的公共利益——“外部性”不意味着“市场失灵”》, 《浙江工商大学学报》第1期。
- Granovetter, Mark. 1985. "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* 91 (3): 481-510.
- Granovetter, Mark. 1995. *Getting A Job: A Study of Contacts and Careers (2th edition)*. Chicago: University of Chicago Press.
- Parsons, Talcott, and Edward A. Shils. 1951. *Toward a General Theory of Action*. Cambridge, MA/London, England: Harvard University Press.

“Braudel’s Bell” with Chinese Characteristics and the Market Institutionalization

Liu Jin

(Rural Development Institute, Chinese Academy of Social Sciences)

Abstract: Market economy is the institutionalized and systematic economic form that was formed spontaneously by human beings, and market economy is embedded in the real society. The Chinese social soil has inherited many kinds of social history genes from history, such as particularism of individual action, the dependency of businessmen and enterprise action, the domination of government behavior. The “Braudel’s Bell” with Chinese characteristics shaped by these history genes hinders the process of market institutionalization, affects the efficiency of market system and brings about the division of spheres and layers and also the challenges to social morality. Aiming to break through the “Braudel’s Bell” and promote the market institutionalization, we need to reshape the action of market subjects, strengthen the construction of market system and improve the social soil of market operation.

Keywords: “Braudel’s Bell”, Market Economy Construction, Market Order, Market Institutionalization, Traditional Society

JEL Classification: A14, N00, P40, Z10

(责任编辑: 王姣娜)