

Globethics Repository



市场经济和企业伦理[market economy and corporate ethics]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	吴, 元梁
Publisher	中国社会科学院哲学研究所
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-09-07 12:33:45
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182259

吴元梁：市场经济和企业伦理

吴元梁

市场经济和伦理道德的关系已成为我国经济体制转变过程中的突出问题，也成为社会主义精神文明建设中的热点问题。企业作为市场经济中的重要主体，其行为对经济秩序、对社会的伦理道德和精神风貌都产生着巨大影响，因此企业伦理建设对于社会主义精神文明建设，对于社会主义市场经济体制和现代企业制度的建立，都具有不可忽视的重要作用。

一、企业伦理是现代市场经济发展的内在要求

经济伦理是直接规范和调节经济活动过程中各经济主体相互关系的一系列伦理原则和道德规范的总和。显然，独立的经济主体的存在，经济主体间区别于其它社会关系的经济关系的相对独立的存在，是经济伦理得以产生和发展的客观条件。在自然经济中，人们间的经济关系并没有从血缘关系、家庭关系中分离出来，也没有形成独立存在的经济主体，因此在血缘关系、家庭关系基础上形成的某些伦理道德规范，虽然具有经济上的调节功能，但不是独立的经济伦理规范；在中央集权的行政计划经济中，人们间的经济关系也没有从行政计划关系中分离出来，全国除了国家这个经济主体之外没有其它的经济主体，企业等各种经济单位不过是全国大工厂中的一个车间、执行全国计划的一种工具，因而在行政计划关系基础上形成的伦理道德规范，虽然也发挥着对生产、分配、消费的协调功能，但也不属于独立的经济伦理规范。在商品经济、市场经济中则存在着不同情况，人们间的经济关系已经从其它各种非经济性的相互关系中分离出来，并成为人们相互关系中的主要方面，商品的生产者和交换者在市场上形成了独立的经济主体，经济伦理，包括作为其主要内容的企业伦理，就是适应对经济主体及相互之间经济关系的调节规范的需要而产生的。

有一种观点认为，在市场中活动的各种主体是纯粹的经济主体，他们进入市场的唯一目的是追求经济利益的最大化，他们之间的关系也纯粹是经济关系，市场调节人们行为的机制和手段也纯粹是经济性质的，因此市场经济无需伦理道德的参与；如果一定要讲什么伦理道德的话，那末在市场上追求自身利益的最大化就是一种最根本的道德活动、道德标准。另一种观点则认为，市场经济本身是反道德和排斥道德的，为了使市场经济合乎道德地进行，必须由社会从外边将伦理道德规范灌输进去，社会从外部为市场立德立法。

应该指出，上述两种观点都没有正确地说明市场经济和伦理道德，特别是和经济伦理、企业伦理的相互关系，都未能正确地评价市场经济的道德影响，因而不能正确地说明经济伦理、企业伦理产生和发展的机制。

任何一种经济体制同时也意味着一种伦理道德文化体制，因为任何一种经济体制无例外地蕴含着某种文化、某种伦理道德规范和标准。商品经济、市场经济也是如此。它在否定自然经济和经济活动中的各种人身依附关系的时候，既是一种经济体制上的否定，也是一种思想、文化、伦理、道德上的否定。它承认产权原则、等价交换原则，这是对前市场经济中超经济掠夺方式的否定，因而产权原则、等价交换原则既是一种经济原则又是一种伦理原则，这种原则的实现无疑是伦理道德上的一种进步；它承认经济主体在市场上的平等原则，承认人们在市场上依赖于某种物的价值而形成的人的独立性，承认人们在法律上、在公民地位上的平等地位，否定了以前经济中的等级制、各种人身依附关系，这也是伦理道德上的一种进

步；它承认人们在市场上自由竞争的权利，鼓励人们在追求自身利益的过程中进行竞争，根据自己利益的盈亏得失实现资源的流动，把资源配置到最有利的环节上去，这同自然经济和中央集权的行政计划经济鼓励合作反对竞争、鼓励服从反对自主选择的伦理原则相比，确是新原则、新观念。

马克思曾经把商品交换领域称为“天赋人权的真正乐园”，认为在这个乐园中“占统治地位的只是自由、平等、所有权和边沁”。（参见《资本论》第1卷 [上]，人民出版社1975年版，第199页）这是对市场经济伦理原则、伦理特征的深刻概括。然而，市场经济的机制和原则本身却包含了矛盾性和两重性，它对人们的文化、思想、伦理、道德的影响也存在着矛盾性和两重性。等价交换原则在实现过程中是采取交换双方协商和契约的方式进行的，这就为不等价交换留下了巨大的可能性空间；它对产权的承认只限于市场交换过程中，至于交换前财产的来源、获得方式及交换后财产的消费和使用方式则一概不予过问，这就使得市场往往成为那些不义之财“洗钱”的场所，从而也就间接地鼓励了不正当的致富途径和致富手段，使各种非法的经营得以存在和发展；市场经济在鼓励人们勇于竞争的同时，也为人们使用不正当手段进行竞争留下了空隙；市场经济虽然主张机会平等，但由于盈亏损益的不断积累，就会造成结果上的不平等、造成两极分化、造成不同的利益集团，从而造成伦理价值观念上的分裂；市场经济在鼓励人们追求自身利益的同时，也怂恿和滋长着极端的利己主义、拜金主义和享乐主义。

市场经济的上述矛盾在推动经济发展获得一定速度和效率的同时，造成了经济发展本身的各种矛盾，造成了经济和伦理道德文化之间的矛盾，造成了思想道德文化领域的分裂。不能恰当地解决这些矛盾和问题，人就不能进步，社会就不能发展，就是经济也不能正常地运行。如同国家宏观调控和经济立法一样，经济伦理、企业伦理也是在解决市场经济的各种消极负面影响和各种经济矛盾、文化矛盾、伦理道德矛盾的过程中，产生和发展的，是市场经济从原生的初级的阶段向现代的高级阶段、从无序的不文明的状态向有序的文明的状态过渡的产物。当然，市场经济发展过程中出现的各种矛盾，只是为经济伦理、企业伦理（以及经济立法和国家宏观调控）的出现提出了客观要求和准备了客观条件，而经济伦理、企业伦理的真正产生和发展，还是人们自觉努力的结果。在人们自觉地提出和建构经济伦理、企业伦理的原则和规范的时候，除了考虑经济过程的发展要求之外，也同时考虑着社会的伦理道德文化领域的发展要求，在这一意义上，经济伦理、企业伦理则往往是经济规范和一般伦理道德规范相互渗透和结合的产物。

当前在我国，加强社会主义精神文明建设，加强经济伦理和企业伦理建设，已成为建立社会主义市场经济体制的内在要求。中共十四届六中全会决议已明确指出，社会主义市场经济体制，不仅同社会主义基本经济制度政治制度结合在一起，而且同社会主义精神文明结合在一起。从建立社会主义市场经济体制的角度来看，企业伦理建设有着不容忽视的重要性。首先，企业伦理建设有助于建立规范、有序、文明的市场经济秩序，有助于市场机制的正常运转。企业作为最重要的市场主体，是市场价格关系、供求关系、竞争关系中的主要角色，是市场价格机制、供求机制、竞争机制、损益机制作用过程的主要参与者和承担者，因而企业的行为对市场机制和市场秩序产生着重大影响。企业的价格行为、供求行为不规范，如采取价格垄断、哄抬物价、故意压价、抢购、套购、囤积不供等行为，就会扭曲供求关系和价格关系，价格机制、供求机制就会失灵；企业如果采取种种不正当竞争行为，就会破坏市场竞争规则，破坏自由、平等、公正的竞争秩序。

企业伦理建设可以使企业采取在伦理道德上正当合理的目标和手段，去争取经济利益的最大化，正确认识竞争各方之间的相互关系，尊重竞争各方的合法权益，遵守国家规定的竞争规则，在竞争中讲究自愿、平等、公正、诚实、信用的原则。其次，企业伦理建设有助于国家宏观调控和社会监督的顺利进行。宏观调控和监督的目的是为了克服市场调节所具有的弊端和缺陷，实现经济、社会、环境之间的协调发展。然而，宏观调控目标要顺利地实现，经济、法律、行政等宏观调控手段要有效地发挥作用，还需要企业的积极响应和配合。因为宏观调控过程实际上是企业在宏观调控手段作用下按照宏观调控的要求改变、调整自身的目的和行为的过 程。显然，当企业根据宏观调控要求去改变自己的生产经营目标和规模的时

候，宏观调控目标可以顺利实现；而当企业不根据宏观调控要求去作相应变化甚至和宏观调控要求逆向行动的时候，宏观调控目标的实现就会遇到障碍。法律手段和某些行政手段虽然带有强制性，但需要有企业的自觉遵守和执行才能顺利地发挥其作用。企业伦理建设可以帮助企业正确认识企业利益和国家宏观整体利益、社会发展的长远利益之间的相互关系，以内在自律的形式提高企业支持和配合宏观调控和监督的自觉性，从而保证宏观调控和监督机制作用的正常发挥。

二、企业伦理是现代企业生存和发展的重要条件

一个企业要在市场上生存和发展，其产品必须市场上有销路，其生产经营活动必须带来经济利润，其资本必须不断增殖并具有不断扩大再生产的能力，因此资本、劳动、技术、管理、利润对于企业生存和发展的重要性，人们很容易认识到。但是企业伦理对企业生存和发展的作用，却并不那么容易为人们所认识，而且往往存在着忽视或否认其重要性的各种认识上的误区。

误区之一认为，企业是一种营利组织而非公益性慈善组织，其任务是生产分配交换物质财富和经济价值，因此它和伦理道德无关，也无需讲究企业伦理。这一认识的前提是正确的，但结论却是错误的。和伦理道德不发生任何关系、超越社会伦理道德关系而采取所谓“伦理道德中立”的企业历来不存在。企业这种社会经济形式，从其历史上产生的一天起就不可避免地置身于人、群体、社会所形成的各种社会关系之中，不可避免地在各种伦理关系中充当某种伦理道德的主体；作为企业人格化代表的企业家，既是经济关系中的角色，也是伦理道德关系中的角色。经济人和经济单位只存在于经济学家的理论抽象之中；现实生活中根本不存在无伦理的企业和企业家，只存在具有不同伦理道德观念和态度的企业和企业家。因为企业和企业家的活动，无论从其目的还是从其手段来说，都存在着对人和发展的影响或价值关系问题；人们总是可以从人和社会发展的角度，对企业的活动作出是善的还是恶的、是有利的还是不利的、还是不利的评价。

由于人和社会的发展是历史地实现的，这种评价也是历史地变化的；由于在人类发展的特定历史阶段上，社会成员分裂为利益彼此对立的阶级、集团，人和社会的发展是矛盾地进行的，这种评价也是矛盾的、复杂的。由于在这样的历史阶段上，人类和社会整体上的发展、社会少数人的发展，常常是在牺牲社会大多数成员发展的基础上实现的，是在人的异化状态中实现的，于是出现了经济价值和伦理价值的矛盾问题（对社会大多数成员的发展来说）；一个企业在实现经济价值和物质财富增加的时候，很可能采取了不利于人的发展的手段和形式，很可能在伦理道德上成为有争议的。上述情况的存在，说明企业不可能不具有伦理性质，不可能和伦理不发生关系。

误区之二认为，伦理上有问题的目的和手段，也可以达到企业利润的最大化，因而无须讲伦理。应该承认，由于市场经济体制的完善常常需要一定的历史过程、由于社会上不正当需求的存在，确有一些不义之商通过从事反伦理反社会的营利活动而大发横财，即使在工业发达国家市场经济法制建设十分完备的情况下，由于市场经济体制本身固有的缺陷，上述情况也仍然存在。但是，非法的营利活动由于腐蚀、破坏着人和社会的进步和发展，历来为社会的伦理道德所不容，也日益为经济法律所不准，这类营利活动所赚的钱被人们贬称为“黑钱”。因此，非法的营利活动虽有可能得逞于一时，但终究会有朝一日暴露而归于失败。即使从事合法的经营活动，如果不讲伦理道德，也会使企业日益陷入困境。

市场体制中的商品交换的特点是消费者的选择自由，购买活动是消费者选择和决策的结果。这种选择和决策不仅取决于消费者自身的需求，而且还取决于消费者对所需商品的了

解、偏好、信任的程度。在卖方市场的情况下，由于商品供不应求，消费者的选择空间狭小，消费者只能降低对供方的要求，供方伦理道德上的种种缺陷和不足有可能不受到注意，即使商品和服务不尽人意甚至十分令人不满，消费者也只能作出购买的选择。但是，随着商品经济的发展，随着卖方市场转变为买方市场，随着消费者选择空间的扩大，消费者对供应者的要求就会越来越高，供方提供商品和服务过程中的伦理道德态度就会被消费者越来越重视。讲究伦理道德的营销活动会在消费者心目中产生积极影响，提高企业在消费者心目中的信誉，使消费者为下次购买活动准备好心理前提；反之，不讲究伦理道德的营销活动，则会在消费者心目中产生消极影响，降低企业的信誉，增加消费者下次购买活动的心理障碍。这就是为什么市场经济越发展、市场越是成为买方市场，供方的企业就越是要讲究形象和信誉、越是要注意企业形象的塑造和包装的原因。因此，认为不讲伦理道德对企业利润最大化不会有妨碍，这确实是对现代市场和现代企业的了解。

误区之三认为，讲伦理道德会使企业增加投入减少收入，对企业来说是经济上得不偿失的事情。讲伦理道德，当然意味着一个企业要从事伦理道德建设，制订伦理道德原则和规范，对全体员工进行伦理道德教育，对生产经营活动进行伦理道德监督，还要设置从事伦理道德建设的组织机构，在实际的生产经营活动中要讲究社会效益、生态效益，讲究商品和服务的质量，这毫无疑问要加大投入；同时，讲伦理道德当然也意味着不能去经营那些有巨额利润却有害于人和社会发展的供给和需求，也不能采取有损于伦理道德的经营手段，这毫无疑问会减少收入。但是，应该看到，上述投入的增加归根到底是有利于企业长远发展的，这种投入的增长既是应该的又在长远上会给企业带来经济效益；上述所谓减少了的收入本来就是不应该去获得的那种不正当收入，企业不染指这种不义之财，在长远上也是有利于企业的生存和发展的。

应该看到，现代市场经济正越来越成为一种规范经济、信誉经济、文明经济、法制经济，现代市场上的企业家已不是市场初生阶段时那种很难同强盗、骗子区分清楚的形象，而是讲法制、讲规矩、讲道德、讲文明的现代企业家形象。前者在那时曾经是人们崇拜的英雄形象，但在今天却成为人们鞭挞和谴责的对象，今天人们推崇的企业家典范则是后一种形象了。因此，在现代社会和市场中，一个企业越是具有伦理道德水平，就越有可能在市场上和社会上赢得消费者和同行的信任和声誉。在一个讲道德、伦理、文明的社会和市场中，企业的信用、声誉是一种无形的资本、潜在的市场。这种无形的资本、潜在的市场是企业发展中长期起作用的因素。从这个角度看，企业伦理建设虽然直接提高的是企业的伦理素质、伦理水平、伦理价值、伦理形象，但这种伦理素质、水平、价值、形象的提高却可以转化为企业的经济效益，转化为企业在经济上的利润和收入。

我国改革开放以来，许多企业的发展历史也都说明了企业伦理在企业生存发展中的重要作用。在过去的一段时期内，由于经济体制处在转变过程中、社会主义市场经济体制处在建立过程中，不少企业在生产经营活动中不讲规矩、不讲伦理道德，市场上充斥着坑蒙拐骗、假冒伪劣、欺行霸市、强买强卖、虚假广告、欺骗宣传等等有悖于经济伦理、企业伦理的情况，还存在着大量的非法经营活动。上述种种问题和现象的存在极大地干扰了社会主义市场经济体制的建立和改革开放的深入，对人们和社会的思想道德文化产生了极坏的影响，也使许多企业陷入了难以生存和发展的困境。解决上述问题和现象成了全国上下的共同呼声。中共中央关于加强社会主义精神文明建设的号召和决议，政府对市场管理和宏观调控的加强，对各种非法经营活动的严厉打击和取缔，在商业领域支持王海们的打假活动，开展百城万店无假货活动，推广烟台市率先实行的社会服务承诺制活动，等等，都得到了广大群众的热烈响应和坚决拥护，表现了人心所向、社会所向。现在，经济伦理、商业伦理、企业伦理的重要性已为越来越多的企业和企业家所认识。

中国零点市场调查与分析公司在 1996 年 11 月份对北京、上海、广州的 300 家企业负责人所进行的抽样调查结果表明，有 85.3% 的企业经营者不赞同“企业经营的目的就是赚钱，商业活动中没有真正的伦理道德”的观点，有 84.3% 的企业经营者认为商业道德在经营活动中具

有重要作用。(参见《中国消费报》，1996年11月13日)传媒对企业加强精神文明建设、加强企业伦理道德建设、推动企业发展的经验也作了不少报导。假冒伪劣问题比较突出的温州市开展了“打假治劣，重塑温州形象”的工作，取得了显著效果。三九企业集团在10年中迅速发展的经验是靠廉洁经营、文明经营、干干净净地赚钱，靠全体员工的精神革命。红塔集团的成功经验是建构以人为本的由产品形象、企业形象和职工群体形象这个等边三角形组成的企业整体形象。荣事达集团的经验是在零缺陷管理中将制度和人情、竞争与和谐、契约与奉献结合起来，提倡和商精神。太湖锅炉集团的经验是形成道德—产品—质量—信誉—效益的良性循环。江苏省在1996年7月召开的企业政治思想工作会议上提出的企业政治思想工作四项任务之一，就是研究经济伦理、管理伦理、劳动伦理、经营伦理、分配伦理、消费伦理，协调好各种利益关系，端正善恶取向，规范经济行为，增强人们在“私利”、“金钱”等方面的理性约束和自省自律意识。

三、企业伦理是现代企业制度和管理中不可缺少的软件

企业伦理之所以成为现代企业存在和发展的重要条件，就是因为企业伦理是现代企业制度和管理中不可缺少的软件。

首先，企业伦理是企业正确认识和处理它在上、市场、社会上的角色、功能、责任、义务所不可缺少的，可以为企业正确处理它和社会、生态环境之间的关系提供正确的指导原则。企业作为一种生产经营单位，它的经济功能是为社会、市场提供有益的商品和服务，但是企业在提供商品和服务的过程中，会对社会、生态环境产生各种影响，有些影响是消极的负面的，社会为了克服或忍受这种消极的负面的影响，常常要支付一定的社会成本，这就要企业对社会、环境承担一定的义务和责任，要求企业分清有益和有害、正当和不正当、合理和不合理的伦理道德界限，要求企业提供有益的而不是有害的供求，采取正当的而不是不正当的手段，获取合理的而不是不合理的利润和效益，要求企业正确处理经济效益、社会效益、环境效益三者之间的关系。

企业伦理可以为企业处理上述问题和关系提供一种基本的理念、原则和方法，在企业和社会、环境之间建立一种融洽、和谐、协调发展的关系。这种关系既是现代社会、现代市场经济发展所需要的，也是现代企业发展所需要的。在当代社会文化条件下，我们已经不能设想，一个同社会、环境处于尖锐矛盾、对立的企业能够生存和发展下去；我们已经看到，那些对环境造成了严重污染的企业、那些违法经营的企业已经越来越难于逃脱法律的制裁和社会舆论的谴责。现代企业在上、市场、社会上的竞争已不仅是经济上的竞争，还是社会效益、环境效益上的竞争，是精神文化、伦理道德、文明程度上的竞争。在经济效益相同的情况下，社会、市场肯定会选择那些具有更好的社会效益和环境效益、具有更好的思想道德文化的企业；在经济效益和社会效益、环境效益发生冲突和矛盾的情况下，人们已更加清楚地认识到，为了一时的经济效益而牺牲社会效益、环境效益，在根本上是不利于经济和社会的持续发展的。

其次，企业伦理是正确处理企业内部各种关系、化解企业内部的各种矛盾、增加企业内部团结和凝聚力所不可缺少的。现代企业在管理过程中首先会碰到投资者、经营者、劳动者三者之间的责权利关系问题，这牵涉到如何认识和评价资本、劳动、管理在企业生存和发展中的地位和作用，也牵涉到如何在分配过程中恰当地处理三者之间的利益关系，处理不当就会侵犯某一方的正当利益，影响某一方的积极性，而任何一方的正当利益受到侵犯、积极性受到影响，都不利于企业的生存和发展。然而，解决这类问题的复杂性还在于，这三者在生产经营过程中的贡献及相应的利益关系，并不是完全能够依据技术原则、经济原则精确地定量确定的，目前已经采用的各种定量计算的方法实际上都存在着不确定的、不准确的方面，因此在处理这三者关系的时候，还不同程度地要依赖伦理道德原则，即在进行分配的时

候，既要从技术原则、经济原则出发，根据三者的贡献去分配三者之所得，又要使三者所得的差距符合伦理道德上的公正合理的原则。现代企业管理过程中还碰到如何对待人和机器的关系问题。

现代社会化大生产企业一般都是机械化乃至自动化的企业，人（无论是劳动者还是管理者）往往成为机械化、自动化机器体系中的一种附件。这就提出了一个问题：是把人作为机器体系的一个组成部分加以管理，还是把人同机器体系区别开来加以管理。如果按照前一观点去管理，有可能忽视人所具有的特殊性；如果按照后一观点去管理，有可能违反机器体系所具有的运动规律。显然，解决这个问题，除了根据技术原则、经济原则之外，还要根据伦理原则。在按照技术原则、经济原则把人整合到机器体系中去的时候，要考虑对人的要求的伦理合理性；在按照科学的、技术的、经济的原则对生产经营过程进行严格管理，以求得最有效地利用资源并获得高效率、高效益的时候，不能违反尊重人的尊严、人格及各种基本权利的伦理原则。近几年来，在私营企业、三资企业、外资企业中，都不断发生在所谓严格管理的借口下侵犯人的尊严、践踏人的人格、破坏人的各种基本权利的事件。

有些商业企业为了防止商品丢失、被盗，在商店中贴出了严重伤害顾客精神和心灵的不文明的刺激性用语。这些现象的存在表明，明确严格管理的伦理界限在我国今天还是很有现实意义的。物质利益原则是现代企业管理中重要的激励原则，因为人们进入企业获得一份工作，在现阶段来说主要目的还是谋生，为了获得一定的经济报酬和物质利益。但是人们到企业来工作劳动还有各种社会的、精神文化的、伦理道德上的需要和追求，人们希望企业不仅是一个劳动场所，还是一个人们接触社会、交往他人的社交场所，要求企业、车间、办公室不仅具有工作劳动的环境，而且具有精神的、文化的、伦理道德的氛围，这就要求我们在管理中除了贯彻物质利益、经济报酬的原则之外，还要加强企业文化、企业精神、企业伦理的建设和培育，使人们在企业劳动和工作中同时得到文化上、精神上、伦理道德上的满足、完善和发展。

有必要指出，现在不少企业家对伦理道德在企业内部管理和建立现代企业制度中的重要性，还没有充分足够的认识。前面提到的中国零点市场调查与分析公司所作的调查表明，在被调查的 300 位企业家中，有 50% 的人认为商业道德的作用主要表现在企业和客户的交往中，有 19.7% 的人认为主要表现在企业的形象上，而只有 4.7% 的人认为应该表现在企业和员工的关系中，只有 2% 的人认为应表现在企业和主管部门的交往中，只有 3.3% 的人认为应表现在企业领导人的自我修养上，只有 5.3% 的人认为应表现在企业员工素质的提高上。这说明我们仍然需要通过各种形式向企业家们宣传企业伦理在企业内部管理上的重要性。

总之，现代企业制度不过是处理企业内外各种关系的原则、方式、方法的经常化、持久化、稳定化、制度化的体现。它的建立和完善既要有经济上、技术上的根据，又要有伦理道德、社会文化上的根据。现代企业制度必须在经济上是有效率的，在技术上是科学的，在社会文化上是文明进步的，在伦理道德上是公正合理的。因此企业伦理建设是建立和完善现代企业制度所不可缺少的基础建设、软件建设，企业伦理中的根本原则应成为现代企业制度理论基础中的重要构件，企业伦理中的各种具体规范、规则应成为现代企业制度的一部分，从事企业伦理建设的组织机构应成为现代企业组织管理机构的组成部分。可以这样说，经济伦理、企业伦理将具有日益显著的地位、发挥日益重要的作用，这是当代市场经济和企业发展的—种明显的不可阻挡的历史趋势。

（原文载于《哲学研究》199 年第 5 期）

（作者简介：吴元梁，中国社会科学院哲学所研究员）