

DOI:10.3969/j.issn.1674-8131.2025.06.001

# 论现代市场经济的企业形态和责任行为

金 磬

(中国社会科学院,北京 100732)

**摘要:**本文旨在系统考察现代市场经济中企业组织形态与责任行为的演进逻辑,并基于“域观”视角构建一个融合理性、文化与制度的三维分析框架,以阐释企业行为形态多元化及其背后的深刻变革。这一变革要求经济学叙事体系自身实现从“微观-宏观”范式向“域观”范式的演进。企业的市场适应取向,已从纯粹自利性转向必须关切生态健康与社会影响。据此,本文提出现代市场经济已分化出三大企业“域类”——“经济人企业”“责任型企业”“社会企业”,体现了企业行为逻辑从“个体理性”向“集体理性”的扩展。以此为基础,本文进一步聚焦于中国特色社会主义市场经济。中国的企业体系在实践中形成了独特的企业行为逻辑,体现了“集体理性社会化”的国别特色。企业的利己与利他行为将更多地由数据驱动的科学程序(算法)来导向,技术治理能力将成为企业核心责任的一部分。现代市场经济企业形态与责任行为的深刻变革,标志着建立在“纯粹化思维”基础上的传统主流经济学叙事体系,正转向以“共同体思维”为特征的域观经济学范式。

**关键词:**企业形态;企业责任行为;“微观-宏观”范式;域观经济学;人工智能时代

**中图分类号:**F012;F270    **文献标志码:**A    **文章编号:**1674-8131(2025)06-0001-09

**引用格式:**金磬. 论现代市场经济的企业形态和责任行为[J]. 西部论坛, 2025, 35(6):1-9.

JIN Bei. On enterprise forms and responsibility behaviors in the modern market economy[J]. West Forum, 2025, 35(6): 1-9.

## 一、引言

“十五五”规划的蓝图正待擘画与实施,其宏伟目标的实现,从根本上依赖于现代市场经济肌体的活

\* 收稿日期:2025-12-11

**作者简介:**金磬,男,中国社会科学院研究员、教授、学部委员,中国社会科学院工业经济研究所原所长,郑州大学终身荣誉教授;发表学术论文 500 多篇,出版专著 40 余部;曾被评为“全国优秀留学回国人员”“中青年有突出贡献专家”“享受政府特殊津贴专家”,获全国精神文明“五个一工程”著作奖、中国图书奖、首届中国出版政府奖、孙冶方经济科学奖、中国社会科学院优秀成果奖等 20 多项国家级或部级学术嘉奖。

力与效能,在此基础上“有为政府”才能进行科学规划、方案推引和实施助力。而企业作为市场经济最基本、最活跃的细胞,其组织形态的演进与责任行为的实践,将成为实现发展成就、展现制度效力的关键。当前,以人工智能、大数据、区块链等为代表的新一轮科技革命和产业变革浪潮席卷全球,不仅深刻重塑着生产力与生产关系,更以前所未有的力度推动着各类企业的组织架构、运营模式、竞争策略,乃至企业形态及其责任行为的根本性变化。企业已不再是古典图景中孤立、静态的“黑箱”,而是日益成为嵌入社会网络、承载多元价值、具有复杂行为逻辑的动态开放系统。

在这一历史性进程中,作为解释和指导经济实践的理论工具,经济学本身也必然面临深刻的范式反思与创新,直至根本性变革。固守于“理性经济人”“完全竞争”“市场均衡”等传统核心假说的主流经济学叙事,在解释平台经济崛起、网络信息盛行、企业社会责任投资、社会企业涌现等新现象时,愈发显得力不从心。时代呼唤经济学理论实现其科学性的递进,以更具包容性、现实性和解释力的分析框架,来把握现代市场经济的复杂本质。这不仅是学术发展的内在要求,更是为“十五五”乃至更长远时期国家经济发展战略和政策制定实施提供坚实学理支撑的迫切需要。本文旨在梳理现代市场经济中企业形态与责任行为的演变轨迹,剖析其底层逻辑基础,尝试在一个更为广阔的“域观”视野下,构建理解中国特色社会主义市场经济企业实践的分析框架,进而探讨在人工智能时代企业行为规则面临的颠覆性变革。

## 二、“微观-宏观”范式中的企业行为模式假定

新古典经济学的主流理论系统大厦,建立在以“人性假定”为基础的高度抽象且逻辑自洽的微观演绎逻辑基础之上。这一基础的核心,是关于个体(消费者与生产者)行为模式的经典假定。企业,在该范式中通常被简化为“厂商”(Firm)——一个以利润最大化为唯一目标的原子化决策单元。它拥有完备的信息、明确的偏好(即追求利润),并在给定的技术条件和市场约束下,进行最优化的投入产出决策。企业的内部结构、组织文化、利益相关者关系等复杂现实被悉数抽离,使之成为一个纯粹的“生产函数”或“成本函数”,其行为被完全还原为所有者在市场信号下的工具理性计算。

这种个体主义方法论和抽象逻辑演绎,进一步与关于市场协调机制的经典隐喻紧密相连,即亚当·斯密所言的“看不见的手”助力,而达到“完全均衡”理想状态。其核心逻辑是“主观利己,客观利他;人人为自己,上帝为大家”。每个市场参与者(包括企业)在追求自身利益最大化的过程中,通过精确算计、自由竞争和市场交换,会被一只“看不见的手”(即自由市场机制)引导,最终无意中(无政府地)促进了社会整体福利的最大化。价格机制成为传递信息、协调供需、分配资源的唯一核心工具。在这一叙事中,企业的“责任”被极度简化:在法律框架内(如遵守合约、不欺诈),通过追逐利润、高效生产来满足市场需求,即为尽到了其全部的社会责任。纳税被视为企业对社会的核心贡献,甚至是其社会责任的替代性指标。企业的利他行为或对社会目标的直接关切,若非出于提升长期利润的“策略性”考虑(如改善品牌形象),则被视为偏离了其“经济人”本位的非理性行为,或应由政府通过税收和转移支付来解决的外部性问题。“企业办社会”被视为对市场经济的干预和不当(无效率)替代。

在这一体系中,唯一不完美的是,劳动供求无法达到均衡,因而充分就业目标难以实现或保持,必须由政府采取宏观调控的方式,通过刺激经济增长来消除失业,即实现和保持充分就业的宏观目标。这就是所谓“凯恩斯革命”,标志着与微观经济学并列的宏观经济学的诞生,成为至今仍居主流地位的经济学范式。

这一“微观-宏观”范式构建了一个清晰、优雅的理论世界:微观主体在条件约束下最优化,宏观经济现象则是微观行为的个量加总结果,即总量均衡的福利最大化表现。逻辑上,达到上述市场均衡状态,

就代表着资源配置的帕累托最优。它奠定了现代经济学的数理分析基础,并在解释标准化商品的大规模市场交易方面显示了难以动摇的逻辑力量。然而,其“纯粹化思维”的代价是将丰富多样的企业现实硬塞进同质化的“厂商”概念以及抽象模型中,而忽视了企业作为一种社会组织形态的复杂性和异质性,也割裂了企业行为与社会结构、文化价值、制度环境之间的有机联系。当现代市场经济中的企业日益展现出信息化、网络化、平台化、价值多元化等特征时,这一范式的解释力局限便愈发凸显出来。

在社会科学的所有学科中,现代(新古典)经济学是一门很年轻的学科,尽管被誉为“社会科学皇冠上的宝石”,但只有 100 多年的历史(以 1890 年出版的马歇尔的《经济学原理》为标志),随着新现象的不断涌现,其历史适应性不断面临挑战,是不足为奇的。

### 三、产业组织理论中的“厂商”模式向多域态演变

相对于高度抽象的新古典厂商理论,产业组织理论(Industrial Organization)向前迈进了一步,它开始关注企业的“黑箱”之外,企业之间、企业与市场之间的互动关系,特别是企业规模对市场行为所产生的影响。产业组织理论本质上是一个关于企业分工合作与竞争对抗行为的博弈关系叙事。它仍然基于个体理性(利润最大化)的出发点,但着重分析当这种理性行为在企业规模化、差异化扩展时所作出的策略选择,并聚焦于其导致的不同的市场结构(完全竞争、垄断竞争、寡头垄断、完全垄断),进而塑造了企业在定价、产量、研发、广告等方面的具体行为模式。经典的“结构-行为-绩效”(SCP)范式即这一思路的集中体现。

然而,即便在产业组织理论中,企业虽然有了策略互动,但其基本形态仍被预设为同质的“粒子”状(中小企业)或“规模”状(大型企业集团),企业竞争和市场博弈被理解为在既定市场边界内对份额和利润的争夺。但现代市场经济的发展,特别是信息通信技术的革命性突破,颠覆性地改变了这一叙事图景。企业的组织形态发生了深刻的“域态”演变,各种企业组织状态被引入经济学的分析领域:

“网络”状企业:企业不再被假定为孤立的岛屿,而是嵌入复杂的供应商、客户、合作伙伴、研发机构等关系网络中,即在一定的商业生态网络之中形成市场竞争力和社会适应性。如丰田的精益生产模式、硅谷的高科技产业集群,其竞争力不仅源于内部效率,更源于整个网络的知识共享、风险共担和协同创新。企业的行为高度依赖并影响其所在的网络。

“连锁”状企业:通过品牌、管理模式、供应链标准的统一化和异地复制,企业实现了地理空间和组织形态上的快速扩张,如零售、餐饮、酒店等行业的连锁巨头。这类企业的行为具有高度的标准化与可复制性,其责任行为也往往通过统一的公司政策在成千上万个节点上同步展现。企业的规模经济优势,不再表现为单体企业体量,而表现为网络布局和网点分布的宽广。

“平台”状企业:这是数字时代最具代表性的新兴企业形态。平台企业(如阿里巴巴、腾讯、亚马逊、优步)本身不直接生产最终商品或服务,而是构建一个连接双边或多边用户(生产者与消费者、服务提供者与需求者)的数字市场空间。其价值在于促成交易、匹配资源、创造网络效应。平台企业的行为直接定义了市场规则(如搜索排名、佣金比例、纠纷解决机制),其权力巨大,责任也空前复杂,涉及数据隐私、公平竞争、劳动者权益(如零工经济)、内容治理等诸多公共性问题。这类企业所提供的服务功能,甚至已超越私人性,而具有公共性的特征,必须以“公共品”对待。例如,微信和支付宝提供的支付服务,已超越了企业的微观功能。

这些“网络状”“连锁状”“平台状”组织形态的广泛出现和社会渗透,意味着企业的市场渗透取向已绝非单纯的“自利性”追逐,而是具有了很强的社会性。为了维持网络的稳定、保障连锁品牌的价值、激

发平台的网络效应、提供广泛的支付服务,直至以其为基础的社会性金融功能等,企业必须高度重视协作、信任、生态、健康、安全等超越短期利润的社会市场维度。平台企业尤其如此,它必须在一定程度上扮演“市场管理者”或“秩序规制者”的角色,其行为天然具有强烈的协作性甚至公共性。因此,企业的成功,越来越取决于其构建、维护和治理一个成功商业生态的能力,而不仅仅是关切内部生产效率和最大化利润目标。这就使得传统上基于原子化竞争和单一利润目标的行为假设,以及以此假设为底层逻辑的经济学叙事体系,在面对这些新型企业形态时显得乏力和缺能,必须进行经营模式创新、组织行为创新,以至企业制度创新的理论把握。

#### 四、现实经济中的企业域类

上述企业组织形态和社会责任的演化,不仅改变了企业的外部关系、内部结构和行为方式及责任边界,更使其行为的社会影响无论在广度、深度还是速度上都急剧增强。一家跨国公司的供应链选择可以影响全球数十万工人的生计,一个社交媒体平台的算法调整可以影响公众舆论乃至政治进程,一次金融科技企业的风险失控可能引发系统性危机。企业行为的外部性和社会性被无限放大。

因此,对市场经济的理论叙事和实践认知,必然要从“企业同质”的假定,进化到承认“企业异质”的现实必然性。这种异质化,核心在于企业目标函数和行为逻辑的多方适应,实质上就是企业社会性的扩大。因此,企业不再能被简单视为完全由个体(股东)理性主导的“在商言商”的利润机器,其行为中越来越多地融入了对更广泛利益相关者(员工、客户、社区、环境等)的关切,即作为个体理性主体的企业逐渐具有越来越强的集体理性关切。甚至可以说,仅仅具有个体理性目标而无视集体理性关切的企业是难以具备可持续竞争力,甚至生存条件的。ESG(环境、社会、公司治理)评估在全球投资界和企业界的盛行,正是对这一大趋势的适应和普遍性的鲜明注脚。ESG绩效不再只是锦上添花的公益,而是关乎企业长期风险、声誉资本和可持续竞争力的核心要素。

基于目标函数和责任行为的显著差异,在现代市场经济中逐步演化并聚类出三大企业形态,并具有相应的域观责任行为:

第一,“经济人企业”。这是最接近新古典经济微观主体原型的企业域类,其核心目标明确且单一——股东利润最大化。经济人企业的责任行为严格遵循“在商言商”的逻辑,即认为企业的主要社会责任就是在遵守法律的前提下创造利润、缴纳税赋。它将法律规则视为自身经营行为的合理底线,将纳税视为自身对社会的贡献,且是其唯一的社会责任义务。任何超出此范围的成本投入和行为要求(除非能明确论证其有助于企业长期利润增长,如慈善营销)均不应被考虑,成为企业经营的系统性行为准则。一般而言,中小型传统制造企业、传统贸易企业及部分金融资本主导的企业等可大体归入此类。实际上,上述企业中也有越来越多的优秀者和自觉者,主动承担力所能及的社会责任义务。

第二,“责任型企业”。这是当前主流的大型企业,特别是上市公司所普遍追求或宣称的组织形态。责任型企业经营活动的最终目标和竞争力体现,仍然是利润最大化(或股东价值最大化),但同时又主动或按规(按法律法规、行业标准或社会期待)将一定的社会责任内化为其战略和运营的特别关切取向。这类企业在责任行为上超越了纯“经济人”系统性行为的底线逻辑,致力于在商业成功与社会福祉之间寻找平衡点,其社会责任行为可能包括:实施严格的环保标准、保障员工福利与发展、进行公益捐赠、推行供应链道德审核、发布详尽的CSR(企业社会责任)或ESG评价报告等。这类企业的行为逻辑是“做好事以求做得更好”(Doing well by doing good),管理风险、提升品牌、吸引人才、获取“社会经营许可”以及经营软实力的战略投资等,被视为积极履行社会责任。绝大多数现代跨国公司和中国的大型国企、民

企巨头均属此列。

第三,“社会企业”。这是最具变革性的企业域类,其从根本上颠覆了传统企业的目标函数——首要目标不是利润最大化,而是通过商业(市场)化的运作手段,实现特定的社会或环境使命。利润(或更准确地说,盈余)对于社会企业而言是维持自身可持续运营、扩大社会影响力手段,而非目的本身。有人将其称为政府、企业和传统非营利组织之外的“第四部门”。社会企业的形态多样,包括为解决弱势群体就业而设立的企业、为贫困地区提供普惠金融服务的机构、开发环保技术以解决污染问题的创业公司等。其核心特征是“使命锁定”——无论资产所有权和利润分配形式如何,其社会目标都不会被资本利益所稀释或取代。社会企业体现了市场力量与社会创新结合的强大潜力,正在全球范围内蓬勃兴起。值得关注的是,一些高科技企业,特别是最具突破性的领先企业,也倾向于这样的企业类型,即非盈利公司或基金组织的形式,例如 Open AI(人工智能科技前沿)、比尔·盖茨基金(药品研究开发等前沿)等。

这三大企业域类的并存,清晰地表明现代市场经济是一个价值目标多元、行为逻辑复合的生态系统。企业不再只有一副“经济人”的面孔,而是根据其产权结构、创始人理念、行业特性、制度压力和社会期望,呈现出从纯粹商业到社会使命驱动的连续光谱。承认这种域类分化,是理解当代企业行为复杂性和现实性的关键前提。实际上,在现实中看到的企业域态,绝非苍白单调,而是丰富多彩的生态世界。

## 五、中国特色社会主义市场经济的企业域类和责任行为

按照“经济基础决定上层建筑”的马克思主义原理,各国复杂的经济历史和现实状态,加之多彩的历史文化,都表现为具有“特色”的市场经济制度形态和规则系统。中国作为历史悠久规模巨大的民族国家,“具有中国特色”有其必然性。自改革开放以来,中国的现实经济体制由计划经济转向社会主义市场经济,其企业形态和责任行为既有全球现代市场经济的一般特征,又深深植根于独特的制度、文化和发展阶段,形成了鲜明和独具的国别特征。当代中国经济的企业体系是一个由国有企业、民营企业、外商投资企业、个体工商户等多元主体构成的共生共荣系统,其产权基础是国家、集体、个人等多种所有制形式的共存与共同发展,形成“命运共同体”状态。

沿着本文第三节所述的逻辑线索来审视,中国特色社会主义市场经济中的企业形态及其责任行为,深刻而生动地体现了集体理性社会化的中国特色经济体制。这种体制超越了简单的“公”与“私”、“市场”与“政府”的二元对立,在实践中创造性地产生并不断扩大容纳了两种独特的企业行为逻辑:

一是“具有自利目标的公行为企业组织”。这以国有企业(特别是商业类国有企业)为典型代表,更包括了“主责、主业”高度社会公共性的基础设施企业及公益目标企业(或公益民生目标的公营机构)。它们作为独立的市场主体,具有明确的利润积累要求(决定了业务和事业的可持续性和发展壮大)和市场竞争压力,这可以视为其自利目标。但同时,它们被赋予了超越利润目标的公共使命和战略功能,即国有企业的公行为性质,如保障国民经济命脉、实施国家产业政策、维护经济安全、提供普遍服务、引领科技创新、稳定就业等。总之,其行为是商业逻辑与国家意志的结合,利润指标与社会效益指标(如 KPI 中的创新、安全、环保)往往被一同考核。理论上说,国有企业是“经济人”与“公共机构”特性的混合体。应该说,全世界各国的国有企业都具有这样的性质和制度规则,但中国经济体系中的国有企业占有更大的比重,要承担更广泛的社会职能。

二是“具有公共目标的私行为企业组织”。这包括现在中国的许多优秀民营企业和部分混合所有制企业。它们在法律上是私人产权或混合产权,遵循市场规则运营(私行为),但在中国特有的政治经济文化环境中,许多领先民企的发展战略高度自觉地与国家号召和发展战略(如共建“一带一路”倡议、乡村

振兴、共同富裕、“碳达峰碳中和”)同频共振,并从中找到更大的发展机会和市场空间。它们积极投身精准扶贫、区域协调发展、关键技术攻关等具有公共性质的领域,行为动力既来自市场机遇,也来自家国情怀、政治认同以及对“义利并举”传统商业伦理的现代践行。平台企业如阿里巴巴、腾讯等在数字基础设施领域投资,就更体现了这种特性。单纯私利行为目标的企业发展战略是难以适应这类企业的市场运行和生存发展的。

这两种逻辑并非截然分开,而是常常交织在一起。正因为如此,中国才能以连续不断的“五年规划”的形式,持续进行国民经济发展的全局协调。而且,使得中国企业域态展现出独特的竞争力优势,这种优势得益于一种个体与集体的混合理性。中国企业域态独特的企业行为模式具体表现为:

第一,成本协调(非对立性劳资博弈)。相较于西方经济体制中激烈的劳资竞争往往形成对抗关系(这被认为是形成供求均衡的公平工资水平的必要机制),中国在处理劳动关系时,更强调“和谐劳动关系”的规则构建。通过工会、党组织、职工代表大会等多重机制,以及“共建共享”的理念倡导,努力在企业增长与员工福利之间寻求协商式、发展式的平衡,而非零和博弈。一般不会如自由市场经济体制下那样采取罢工的激烈形式。这可以降低剧烈的社会摩擦成本,为经济高速增长提供较稳定的市场竞争环境。

第二,组织协作(协商服从性供应链)。在产业集群和供应链体系中,龙头企业与配套企业之间,除了市场契约关系,往往还存在着基于长期合作、地域关联甚至行政指导的协作关系。在面临外部冲击或执行国家产业政策时,这种供应链体系能够展现出较强的协同响应能力和“协商服从性”,便于快速动员和调整,从而维护供应链的大范围合作关系,并增强其对政策环境的适应性。这显著提升了中国制造业体系的韧性和灵活性。

第三,集中协力(集中力量办大事)。这是中国特色社会主义制度优势在企业层面的集中体现。当国家确定重大战略方向或面临重大挑战时(如重大科技工程、基础设施建设、抗击重大疫情),能够通过政治动员、政策引导、国企主导、民企参与等多种方式,有效整合分散的企业资源,形成攻坚克难的强大合力。“新型举国体制”在市场经济条件下的运作,离不开这种企业行为模式的支持。

因此,企业域态的丰富性和企业行为逻辑的复合性,是中国经济模式的重要特征。它既利用了市场机制的效率激发作用,又通过多种形式的集体理性嵌入,在一定程度上矫正了纯粹市场经济的短视、波动与分化倾向,为实现经济发展与社会稳定 的多重目标提供了适应国情特色的微观组织基础。

## 六、引入 AI 的企业行为规则

当前,我们正步入一个由信息化和人工智能深度介入的新时代。AI 不仅仅是企业提升效率的工具,还正在重构企业的经济形态,并以前所未有的方式嵌入乃至主导企业的责任行为(不仅是商业责任,还有社会责任)。企业组织的边界、决策过程、风险性质都在发生深刻变化,这使得市场经济的基本规则面临颠覆性变革的挑战。企业形态和责任行为正在高度“域观化”——在不同的技术应用场景、行业领域和治理框架下,呈现出各具特色和领域适应性的规则需求和有效建构。

从企业行为规则的历史沿革看,当前,企业民事责任规则的界定,主要包括:

第一,自然人规则:无限责任。企业主或合伙人以其全部个人财产对企业债务承担最终、无限的责任,责权利高度统一于自然人。

第二,“法人”规则:有限责任。公司作为独立的法律拟制“人”(法人),以其全部资产对外承担责任,股东仅以其出资额为限承担有限责任。这一制度创新极大地促进了资本集聚和风险分散,是现代公司制的基石。

第三,“数智人”规则:代理责任。AI 的崛起,正在催生一个全新的责任主体认知挑战,我们或可称之为“数智人”规则。当 AI 系统从辅助工具(判别式 AI),演进到能自主生成内容、方案(生成式 AI),再发展到能够代表人类用户或企业自主执行复杂任务、作出决策(代理式 AI)时,民事责任关系发生了根本变化。此时,“工具”具备了“行为主体”的部分甚至完全功能。当 AI 代理作出的决策导致损害(如自动驾驶事故、算法歧视、金融交易失误、自动生成内容侵权等),应由谁承担责任?是设计算法的工程师、提供数据的公司、部署应用的企业、进行最终授权的用户,还是 AI 系统本身?

这引出了“代理责任”的复杂议题。传统的“产品责任”或“雇主责任”规则框架不再完全适用,需要建构新的法律规则,可能包括:严格界定人类对 AI 系统的“注意义务”和“监督责任”,确立 AI 系统的透明性、可解释性和可问责性标准,建立适用于高阶 AI 的强制保险或赔偿基金机制,甚至赋予高度自主 AI 系统某种形式的法律人格(尽管会极具争议)。

在 AI 深度嵌入的未来市场经济体系中,企业的行为将更深刻地体现自私(利己)性与社会(利他)性的双重关切,且其决策将越来越多地由基于大数据的科学程序(算法)来导向。企业的“理性”将部分外化为算法的“理性”。这要求:

——企业的责任行为必须向前延伸到算法伦理的设计与审计,确保算法公平、非歧视、尊重隐私。企业法人责任最终如何体现为自然人责任?

——社会必须立法,要求企业建立对 AI 决策的人工监督与干预机制,防止技术失控,甚至违背人性。

——市场竞争规则须特别关注算法共谋、数据垄断、平台自我优待等新型反竞争行为,防止 AI 应用破坏市场经济运行的有效性和公平性。

——社会对企业责任的评估须高度重视其技术治理能力,即是否有健全的机制来控制使用 AI 技术可能带来的社会风险。

AI 正在将企业责任从“人类行为后果”领域,推向“人类与机器智能协同行为后果”的未知疆域,规则建构迫在眉睫。有人预言,未来世界将是一个由“指数型组织”引领高速增长的社会,“指数型组织是一个目标驱动的、敏捷的、可扩展的组织,它使用不断加速的技术将它的产品和服务数字化、去物质化、大众化和去货币化,从而使其效能比非指数型组织同行高 10 倍。”<sup>①</sup>而且,指数型组织在环境保护、可持续发展、伦理道德、以人为本、生产率、接近于零的边际成本、收入、无形资产等方面独具特征<sup>②</sup>。这将推动企业形态和责任行为不断演变,成为非常值得持续观察、深入研究,并促进经济学、管理学发展的重大问题。

## 七、结语

“十五五”规划的实施和实现,基于现代市场经济企业形态及其责任行为的实践检验和成就展现。人工智能等科技革命将推动各类企业的组织形态和行为方式发生深刻变化,经济学本身也必然发生范式变化,实现其时代性和科学性的学术递进。纵观全文,我们可以清晰地看到一条市场经济叙事体系演进的脉络。

传统市场经济叙事体系的特征表现为:以“微观-宏观”经济学为主流范式。它建立在工具理性的一维逻辑自治基础之上,追求理论的纯粹、简洁与形式完美;它将复杂的经济现实抽象为理性个体的最优

---

<sup>①</sup> 参阅萨利姆·伊斯梅尔等著《指数型组织 2.0》(浙江科技出版社 2025 年出版)第 63 页。

<sup>②</sup> 参阅同上,第 66 页。

化经济行为,并通过市场均衡达成整体协调。这是一种“纯粹化思维”,在解释标准化工业经济时成就卓著,但在面对组织网络化、目标多元化、技术智能化的现代经济时,其局限性日益凸显。

现代市场经济叙事体系的特征则表现为:向“域观经济学”范式演进。它主张,理解经济现象必须同时关切并整合“理性”(经济计算)、“文化”(价值观、信任、习俗)、“制度”(正式与非正式规则)三维度领域,并寻求三者之间的逻辑自洽;它承认,经济世界是由不同“域态”(行业域、技术域、制度域、文化域等)构成的复杂系统,各域态有其主导的行为逻辑和规则。这是一种“共同体思维”,强调经济主体嵌入特定的社会、文化和制度共同体中,其行为是多重逻辑共同作用的结果。

现代市场经济中,企业组织形态从原子化、规模化向网络化、平台化的演变,企业责任行为从纯股东利润导向向利益相关者导向,以至社会使命导向的拓展,正是上述叙事体系颠覆性演化的最有力实证。企业不再是同质的“厂商”,而是具有“经济人企业”“责任型企业”“社会企业”等不同域类;在中国特色社会主义语境下,更演化为“具有自利目标的公行为企业”和“具有公共目标的私行为企业”等独特形态。而人工智能的兴起,则从技术层面加速并深化了这一变革,迫使我们去重新思考企业行为的边界、责任的归属以及市场规则的未来。

展望“十五五”乃至更远的未来,推动经济学范式的与时俱进,在现代市场经济特别是中国实践的沃土上发展并完善域观经济学的分析框架,不仅具有重大的理论价值,更能为引导企业健康发展、完善市场经济体制、有效应对技术革命挑战、最终实现高质量发展和高水平安全,提供更为坚实、更具洞察力的思想武器。企业形态与责任行为的持续演进,将是观察和创造中国式经济现代化的核心视角之一。

#### 参考文献:

- [1] 穆罕默德·尤努斯.创造一个没有贫困的世界:社会型企业与资本主义的未来[M].吴士宏,译.北京:中信出版社,2008.
- [2] 道格拉斯·诺斯.理解经济变迁过程[M].钟正生,等译.北京:中国人民大学出版社,2008.
- [3] 奥利弗·威廉姆森.资本主义经济制度[M].段毅才,王伟,译.商务印书馆,2002.
- [4] 金碚.试论经济学的域观范式——兼议经济学中国学派研究[J].管理世界,2019,35(2):7-23.
- [5] 金碚,李钢.中国企业社会责任公众调查报告[R].北京:中国社会科学院工业经济研究所,2021.
- [6] 金碚.论中国特色社会主义经济学的范式承诺[J].管理世界,2020,36(9):11-17+53+18.
- [7] 让·梯若尔.产业组织理论[M].张维迎,译.北京:中国人民大学出版社,2015.
- [8] 杰奥夫雷·G·帕克,马歇尔W·范·埃尔斯泰恩,桑基特·保罗·邱达利.平台革命:改变世界的商业模式[M].志鹏,译.北京:机械工业出版社,2017.
- [9] 埃里克·布莱恩约弗森,安德鲁·麦卡菲.第二次机器革命:数字化技术将如何改变我们的经济与社会[M].蒋永军,译.北京:中信出版社,2014.
- [10] 社企流.社会企业的力量[M].北京:九州出版社,2015.
- [11] 萨利姆·伊斯梅尔,彼得·戴曼,迈克尔·马隆.指数型组织 2.0[M].杭州:浙江科学技术出版社,2025.
- [12] 黄群慧.“新国企”是怎样炼成的——中国国有企业改革 40 年回顾[J].China Economist,2018,13(1):58-83.
- [13] COASE R H. The nature of the firm[J]. Economica,1937,4(16):386-405.
- [14] SIMON H A. A behavioral model of rational choice[J]. The Quarterly Journal of Economics,1955,69(1):99-118.
- [15] GAWER A . Platforms,markets and innovation[M]. Edward Elgar Publishing,2009.
- [16] GRANOVETTE M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness [J]. American Journal of Sociology,1985,91(3):481-510.
- [17] FREEMAN R E. Strategic management:A stakeholder approach[M]. Boston,MA:Pitman Publish,1984.

- [ 18 ] CARROLL A B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders [ J ]. *Business Horizons*, 1991, 34( 4 ):39-48.
- [ 19 ] DEFOURNY J, NYSSENS M. Fundamentals for an international typology of social enterprise models [ J ]. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2017, 28( 6 ):2469-2497.
- [ 20 ] EUROPEAN COMMISSION. Proposal for a regulation laying down harmonised rules on artificial intelligence ( Artificial Intelligence Act) [ Z ]. Brussels, 2021.

## On Enterprise Forms and Responsibility Behaviors in the Modern Market Economy

JIN Bei

( Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China)

**Summary:** This study systematically investigates the evolutionary logic of enterprise organizational forms and responsibility behaviors in the modern market economy. Adopting a “domain-perspective” approach, it constructs a three-dimensional analytical framework that integrates rationality, culture, and institutions to explain the diversification of enterprise behavioral patterns and the profound transformations behind them. This transformation necessitates a shift in the narrative system of economics itself—from the conventional “micro-macro” paradigm to a “domain-perspective” paradigm. The orientation of enterprises toward market adaptation has evolved from pure self-interest toward a necessary concern for ecological health and societal impact. Accordingly, this paper proposes that the modern market economy has differentiated into three major “domain types” of enterprises: the “Economic-Man Enterprise”, the “Responsible Enterprise”, and the “Social Enterprise”. This typology reflects an expansion of enterprise behavioral logic from “individual rationality” to “collective rationality”. Building on this foundation, the paper further focuses on the socialist market economy with Chinese characteristics. In practice, China’s enterprise system has developed a distinctive logic of corporate behavior, embodying a national characteristic of “socialized collective rationality”. Moreover, enterprise behaviors that balance self-interest and altruism will increasingly be guided by data-driven scientific procedures ( algorithms ), making technological-governance capability an integral part of core corporate responsibility. The profound transformation of enterprise forms and responsibility behaviors in the modern market economy signals that the traditional mainstream economic narrative system, built on “purist thinking”, is now shifting toward a domain-perspective economic paradigm characterized by “community thinking”.

**Keywords:** enterprise form; corporate responsibility behavior; “micro-macro” paradigm; domain-perspective economics; artificial intelligence era

**CLC number:** F012; F270

**Document code:** A

**Article ID:** 1674-8131(2025)06-0001-09

( 编辑: 刘仁芳; 朱 艳 )