

# 竞争演进论

汪涛

我常常在思考着这样一个问题,那就是完全竞争或自由竞争是否真正体现了市场动态发展的内在逻辑?市场竞争是否如经济学家所描述的会趋于愈来愈激烈?如果真是如此,那实际上是为我们勾画了这样一个前景:将来我们一觉醒来,就必须马上投入高度紧张的战斗,否则就难以生存和发展。这意味着人将愈来愈受制于自己所顶礼膜拜并不断促生的这架精巧的机制,这一机制如同套在人们头脑上的金箍咒,看似光彩耀目,实则却在一点点地扼杀我们,使得人类的前景如同生物学家所描述的整日生活在恐惧与不安的羚羊一样暗淡,<sup>①</sup>而这一局面,就人性而言不是我们人类所喜欢的。建立在理性假设前提下的经济理论却推导出一个与人之理性大大背离的结论,这不是人性偏离了理论的轨道,而实在是我们理论在什么地方出了什么问题。

## 一、对传统竞争理论的反思

竞争在经济学中占有如此重要的地位,以致于难以想象经济学没有它还能是一门社会科学。传统经济学中的竞争概念是在自由竞争或完全竞争这种思想上使用的,亚当·斯密首先创建了自由竞争理论,这一理论内容十分庞大,几乎是贯穿于斯密经济学理论的全部,归纳起来大致包括“经济人”假设,竞争机制或看不见的手以及自然秩序三项内容,<sup>②</sup>这一理论成为经济学竞争理论的基础,以后,经过马歇尔、萨缪尔逊等人的丰富和发展,从而构建起了一个完整的竞争理论。

然而,在对传统竞争理论的考察中,我们不难发现,传统竞争理论对竞争的观测是静态的,其原因与这些经典大师在进行竞争研究中所使用的分析方法有关,即他们无一例外地使用了一般(局部)均衡的分析方法。所谓“均衡”,是一种稳定的经济状态,艾尔弗雷德·马歇尔在为现代经济分析奠基时考虑到,解释现实世界可以有二个基本思路:其一是进化论,用“物竞天择,适者生存”的规律可以解释现存的社会现象;其二是“工具理性”的,靠着“理性人”等假设,我们可以逻辑地说明现存社会现象的原因。马歇尔选择了后者,他所创立的方法即所谓局部均衡的方法。之所以如此,是因为处于均衡状态的人的行为才是稳定的,才表现出“理性”,从而才可能是可预测的或实证性的。后经过几代经济学者的努力,借助于日益精深的数学工具,发展出了诸多精巧细致的模型,使均衡进一步抽象了市场中的竞争现象。然而抽象现实世界表象并不是我们研究的目的,更重要的是解释表象,遗憾的是,传统理论提供给我们的是仅在理性(理论)世界中真实的、“死”的模型,而不能从动态的角

度描绘和解释市场竞争鲜活的生命进程。实际上,就方法论而言,从马歇尔建立起他的均衡分析方法开始,就始终受到来自进化论方面的挑战,因为,对直接观察现实经济的人来说,变化才是事物显著的特征,“稳定”只是我们人类理解世界的最低要求。对于竞争的研究同样如此,因为市场是处于不断演进中的,这就决定了在静态均衡状态下所描述的竞争决不应该是市场经济的常态,它也应处于不断进化的过程中,这就需要我们从一个角度,即动态的、演化的角度来把握竞争这一市场现象。

## 二、市场的演进

竞争是市场运行中的一个重要现象,它在一定程度上体现了市场运动的内在逻辑,但是市场不是一成不变的,而是处于不断演进中的,其演进的动力就在于分工与市场规模之间的矛盾运动。

为了了解市场演进,我们先从市场这一概念入手。市场是所有交换关系的总和,其核心是交换。交换之所以会发生,其主观的原始动机是互通有无,也就是“使用价值”的交换,而其客观的社会及技术根源则是在于专业化分工的存在。分工是我们了解市场的另一个重要概念,亚当·斯密在其经济学的奠基之作《国富论》之一开篇,便论证了分工与人类带来的三大好处:即由专干一样工作所造成的知识或技能的积累,由减少转换工作所节约的时间,由工作的单调性和知识的积累所产生的创造专门工具的可能。而引发上述诸多利益的分工,却不是人类智慧的结果,而是人类互通有无,互相交换要求的结果。分工既起因于交换能力,则分工的程度总要受到交换能力大小的限制,换言之,要受到市场广狭的限制,原因在于“要是市场过小,就不能鼓励人们终生专务一业,因为在这种状态下,他们不能用自己消费不了的自己劳动生产物的剩余部分,随意换得自己需要的别人劳动生产物的剩余部分”。<sup>③</sup>

希克斯也认为,最早的市场主体是商人,而后的专业化则取决于“需求的集中程度”,同样,商人的专业化又会促进市场规模的发展:“店主既然乐于在任何一天做生意,而不仅仅在开市的日子做生意,所以他能使市场在时间上不间断地延续下去,另外,他也可以设法使市场在空间上延伸”。<sup>④</sup>

以上论述已经有了市场和分工相互作用的味道,这一思想后来被英国经济学家杨格进行了概括,他在就任1928年皇家经济学会主席时发表了一篇“收益递增与经济进步”的演说,他认为,分工及专业化是为了创造规模收益,规模收益的获得要靠资本以大规模的机器形式(物质资本)或长时间的培训形式

(人力资本)的积累,而以上大规模的投资积累受市场规模的限制,另一方面,大规模投资或积累又可降低单位成本(规模经济),从而使给定的家庭收入的购买力上升,这又扩大了市场的规模。<sup>⑤</sup>因此,杨格的定理是市场规模导致分工的深化,分工深化又引致市场规模的扩大<sup>⑥</sup>,这是一个演进的过程,即我讲的市场演进。

### 三、竞争的演进

竞争是企业组织或个人的一种市场行为,但它归根到底体现了人与人之间在一定环境下的互动关系,既然我们对于一切经济行为的分析是以“理性人”为假设前提的,那么理性的人在面临着随着市场演进而变化了的环境和条件时,决不会呆板到不修正自己选择的地步,因此,静态的竞争分析是站不住脚的,换而言之,竞争也必定是演进的,我将这一过程概括为对抗的竞争、宽容的竞争、合作的竞争<sup>⑦</sup>:

#### 1. 对抗的竞争

企业在市场演进的初期阶段一般表现为极强的对抗性,其行为特点可以概括为:

(1)以对抗的眼光看待竞争者,将竞争者视为一种威胁,对竞争者的存在总抱着一种无端的恐惧,必欲除之而后快。(2)竞争的手段具有明显的对抗性,主要采取价格竞争,以低价来吸引消费者,从而打击竞争对手。(3)竞争的目的在于控制和消除竞争。

例如,在美国南北战争后半世纪里,由于工业革命进程的加速和放任的经济思潮高涨,使竞争之风盛极一时,竞争最激烈的莫过于同行业竞争,而竞争的手段主要是价格战。过度竞争使生产者蒙受了巨大损失,据统计在1903年至1926年期间,企业平均仅有7年的寿命。<sup>⑧</sup>同时,由于竞争的激烈,使得那些可能提供资本的银行家在巨大投资风险前望而却步,大大影响了企业扩大再生产能力。竞争的结果最终演化为美国历史上第一次兼并高潮,而其间兼并活动的主要动机在于追求市场控制能力,以减少竞争程度,美国工业委员会研究了22起兼并,发现每起兼并完成后,企业所控制的市场份额平均达到71%,兼并运动很明显地把后来的竞争市场变为一个由部分垄断者控制了50%以上产量的寡头垄断市场。<sup>⑨</sup>

#### 2. 宽容的竞争

随着市场的发展和企业的日渐成熟,企业会发现一味对抗竞争者,希望以消灭竞争者来逃避竞争会使企业冒很大风险。首先,竞争是永存的,消除竞争者而独占市场,不仅是不经济的,也是根本不可能的;再者,直接的恶性价格竞争对企业自己实力亦有侵蚀,它不仅会导致企业被不断而至的价格挑衅侵扰得不得安宁,使之忽视或无暇顾及技术创新和营销技能的提高,而且,价格战会使整个行业价格只能停留在低水平;最后,以吃掉对手的方式来逃避竞争受到政府日益加强的反垄断的政策管制。这一切促使企业不得不重新来认识竞争,对抗竞争逐渐演化为宽容的竞争。

而企业之所以能宽容地对待竞争,直接原因又在于市场规模的扩大,市场演进中日益扩大的市场规模分散了企业对竞争者的注意,他们将更多的注意力放在市场中消费需求的满足上,而根据营销学中市场细分的思想,消费者需求和欲望是千差万别的,企业可以根据消费者对产品的不同欲望和要求、不

同的购买习惯与购买行为,把整体市场分割成不同的顾客群,来分别加以满足,客观而言,只要存在二个以上的消费者,便可以进行市场细化<sup>⑩</sup>,这就为企业提供了差别化竞争的可能,它使企业认识到,竞争不是平面的,竞争市场具有区域性,在这种情况下,企业与其以对抗的态度看待竞争,不如以宽容的态度来看待竞争,通过制订差别化的营销策略来转化竞争的威胁,与竞争对手维持一种竞争均衡,最终由消费者用货币选票来淘汰那些没有吸引力的产品。

推行差异化战略要求企业具备更娴熟的营销技能,有足够的实力影响和调节市场需求。它可以有多种方法,诸如在质量上形成差异,给产品增加新的功能,在产品交货和售后服务上创造自己独有的办法,即使在实质上几乎没有有什么差别,也可设法提高商标信誉,或采取广告宣传及其它促销活动,在消费者心理上建立差异。产业发展历史说明,有的产品基本上是标准产品,没有什么特殊之处,但由于企业积极实施产品差异化战略,实际竟取得差别化效果,在欧美,如肥皂、面粉、饼干、威士忌等消费品,直至十九世纪末制造商还是用坛子装好发货,在门市上视称现卖,后来,这些消费品由厂商使用包装,贴上商标,通过广告宣传,在同类产品中形成差异。

由对抗竞争(价格竞争)走向宽容竞争(非价格竞争)是竞争演进的一般形态,在走向非价格竞争的过程中,要求企业避免进行单纯的价格战,而在经营的一切方面展开竞争,它不仅使企业可以避免对抗性竞争给竞争双方带来的损害,而且可以使企业立足细分市场,通过不断创新(包括技术、营销、组织等)寻找市场机会,建立和强化自己的竞争优势,从而使行业不断向纵深发展。因此它是竞争的深化和拓宽,只不过不象价格竞争那样直接和表面化罢了。

#### 3. 合作的竞争

不采用单纯的价格对抗竞争,而由宽容的态度、采取差异化的竞争是待竞争的明智之举,但后者也只是容忍了竞争对手的存在,并没有认识到竞争者存在的价值,并加以有效的利用。波特认为,竞争者的存在并非对企业全无好处,它至少能给企业带来以下四种战略利益<sup>⑪</sup>:

(1)增加竞争优势。竞争者的产品可以成为测量企业产品相对价值的标志,没有竞争者,顾客很难理解该公司所创造的价值。同样,一个企业的竞争者还可能乐于为它认为不具备吸引力的细分市场服务,使企业不必担心顾客报怨自己不能为其提供全面服务,而专心致力于自己所长。最后,从降低成本,改进产品和跟上技术变化潮流来说,有活力的竞争者扮演着一个重要的激励角色,它能促使企业不断创新。

(2)改善现有的产业结构。对许多产业而言,某一产品的市场需求量是整个产业营销投入的函数,因此,竞争者的营销努力能增加整个产业的需求,将“蛋糕”做得更大,从而扩张了企业生存空间。同时,竞争者的存在可以导致行业产品或服务呈现更多的差异,来满足更多顾客不同的需求,从而增强行业的吸引力。

(3)援助市场开发。新兴市场开发通常涉及各种成本,如引诱客户试用,与替代品作战,顺应法律和推动基础辅助设施的建立等,竞争者的参与可以降低公司的市场开发成本。同时,采用与本公司相同技术的竞争者的存在,可以加速本公司技术合法化或使技术成为标准的过程。

(4)阻止进入。竞争者可以以多种方式对狙击其他进入者做出贡献,如充当阻止新进入者的第一道防线;可以增加潜在进入者所能理解的报复的可能性和强度;更密集地充充分销渠道,使新进入者无法插足等。

现在,在西方发达国家,已有越来越多的企业意识到同竞争者合作能给自己带来战略利益,从而同竞争者采取一种合作的姿态,这在经营行为上表现在以下两个方面:

(1)战略联盟的兴起。所谓战略联盟,是指两家或两家公司以上公司为了达到某些共同的战略目标结成的一种网络式联盟,联盟成员各自发挥自己的竞争优势,相互合作、共担风险,在完成共同的战略目标后,这种联盟一般都会解散,而后为了新的战略目标,公司又可能与新的合作者组成新的联盟。如美国 IBM 和苹果公司长期以来在个人电脑行业是头号竞争对手,但为了发展一套完整的计算机操作系统的需要,IBM 和苹果公司决定耗资 10 亿美元合作研究和生产新一代个人电脑的硬件、软件和网络,人们普遍认为,它们的这种战略联盟将改变世界价值 900 亿美元的个人电脑行业的竞争结构,正如苹果公司总裁约翰·斯柯利所说:“如果没有 90 年代的战略联盟,这种高科技的公司要想生存和发展是不可想象的。”

(2)两强(数强)合并浪潮。在 90 年代开始的西方新一轮兼并浪潮中,强强合并成为主流,并且往往是通过协议方法“友好”地完成,与前几次兼并浪潮中的兼并购动机不同的是,此次强强合并并不是单纯为了减少一个竞争对手或进入一个新的领域,而是力求通过产权纽带结成一种较为稳固的合作关系,以实现优势互补,取得协同效应,如排名世界第一与第三的波音和麦道两家公司,前者执国际民用飞机市场之牛耳,后者在世界军用飞机制造方面称雄,两家公司在 1998 年 7 月实现合并,其目的便在于将彼此优势结合到一起,以实现进一步扩张。

#### 四、竞争演进的分析

对于竞争演进可以从多方面得到解释,实际上在以上论述中,我们便可看到,竞争演进也是企业不断积累市场知识,增强驾驭市场能力的过程,也可说是一个“干中学”的过程,从对抗的竞争到宽容的竞争再到合作的竞争,体现了企业从偏执到理智再到成熟的发展轨迹,从这个意义上说,竞争的演进过程就是企业成长过程。然而,就竞争演进的根本原因而言,我认为仍在于市场的演进,市场的演进实际上又是经济发展的过程和制度变迁的过程,下面,我们就将从这两个方面展开讨论。

##### 1. 从经济发展的角度分析竞争的演进

就现象而言,市场的演进是一个经济发展的过程(杨格也称为“经济进步”),因此,从亚当·斯密以来,经济发展理论的正宗就一直被认为是劳动分工及其深化的演变研究。对于经济发展的阶段,从罗斯托到钱纳里都作了不同角度的论述,而波特的经济发展四阶段理论,可以说概括和发展了这些发展经济学家的工作<sup>⑧</sup>。

第一阶段称为“要素驱动阶段”,发展的动力来自廉价的资源(劳力、土地矿产等);第二个阶段是“投资驱动阶段”,以大规模投资为特征,由于规模经济,产品价格大幅下降,内涵和外延市场规模不断扩张并引致更大规模的投资,技术被不断物化于物质资本之中;第三个阶段是“创新驱动阶段”,当消费者收入和教育水平大幅提高,口味越来越精致,产品向多样化、高质

量、少批量发展时,技术创新便变得越来越重要;最后一个阶段是“财富驱动阶段”,由于人们对个性全面发展及非生产性活动的需求大大增加,生产性投资和生产活动逐步衰退,前期积累的国民财富也逐渐被消耗。

从以上可看出,在经济发展的不同阶段,要素的重要性是不一样的,最开始是劳动力或自然资源,其后是资本,最后是知识与技术。对要素的倚重程度不同,生产方式和经济活动的形式也不同,庞巴维克曾将生产方式分为直接方法与迂回方法,<sup>⑨</sup>前者指“我们把我们的劳动贡献出来的时刻可能距离我们这段途程的目的地颇为接近,在这样情况下,我们的劳动在创造财货所必需的一连串先决条件中成为最后一环,财货的产生是我们劳动支出的‘直接’效果”。后者指“我们的劳动只是和财货生产的较远因素相结合,这一次合并并不能产生我们所欲想的财货,只是一种更接近的因素,这种较近因素必须再和适当的物质与力量相结合,然后——这一类的居间步骤可能只需少数几个,也可能需要很多——总制成满足欲望的最后物质”。要实现迂回方式,多环节、大规模的投入是必要的,它们形成了人类“伸延的手”,当然,作为补偿,迂回方法所获致的效果也远较直接方法丰硕。

要素倚重和生产方式不同,分工的依据和形式亦不同,杨格曾解释分工有三个侧面:第一个是每个人的专业化水平,第二个是迂回生产链条的长度,第三个是此链条上每个环节中产品种类数。<sup>⑩</sup>在直接方式中,生产过程极度简化,分工主要是人的专业化的初步形成,即分工是横向展开的,当然,这种粗线条的分工从根本而言仍是受到市场规模的制约而形成的。而迂回方式中,为适应市场规模的扩大,迂回生产链条的长度会增加,新产业会出现,同时每个链条的产品种类也不断增多,从而表现出分工的进一步细化,并且,这种细化是在原有横向展开的基础上的纵向拓深。

在直接方式的粗线条分工中,企业可供选择的分工领域十分有限,分工简单化导致了处于同一分工状态下的企业同质程度很高,同时,由于劳动与自然资源是直接结合而生成财货,使得最终产品的同质程度也很高,这就意味着企业和产品之间可以相互替代,而并不损害整个社会的分工链条,因此,在规模有限的市场演进初期,企业之间是对立的,很容易遭到同行攻击,产品同质程度又使得价格成为最常见的攻击手段,这一点,我们可以在许多劳动密集型或资源密集型企业中看到。

而迂回方式中,每个企业迂回程度不同,方式不同,对分工链条的利用也有极大区别,对此,我们可以借助竞争优势理论加以说明。<sup>⑪</sup>取得竞争优势是一个企业在竞争市场上行为的核心,企业要生存发展,必须为企业的股东和其它利益相关者创造财富,由于利用迂回方式,我们可把企业创造价值的过程分解为原材料采购、设计生产、营销、科技开发、人力资源管理等一系列互不相同,又相互联系的经济活动,或者称为“增值活动”,其总和即构成企业的价值链(我们可将其看作是迂回生产过程)。竞争优势理论的观点是,在一个企业众多的价值活动中,并不是每一个环节都能创造价值,企业所创造的价值,实际上来自企业价值链上某些特定的价值活动,这就是企业价值链中的“战略环节”,它是企业竞争优势的来源,也可看成是企业存在的依据和根本。由于价值链各环节所要求的生产要素和经验知识相差很大,而不同企业在要素和经验拥有方面各有优

势,因此,不同行业、不同企业战略环节就不同,彼此可以差异性地并存,而且迂回路径越长(表示价值链延伸越长),企业并存的空间就越大。

但庞巴维克没有预见到知识和技术会在经济发展中越来越重要。当前社会是从“资本积累”为核心的生产向“知识积累”为核心的生产转移,“知识”正在成为下个世纪社会的代名词。对于“知识”的界定不同学科各有不同,经济学家关心的“知识概念”首先是所有可以使生产率增长的知识,或者所有可以改变生产的技术特性的知识,其次,经济学也必须关心那些改变生产的制度特性的知识。实际上,认清“知识”的本质特征,比给知识一个定义可能更为重要,在汪丁丁建立“知识经济学”的努力中,他论证了知识的一个最本质的特性,即互补性,它包括二种形式,即同一类型知识的不同知识片段之间在时间上的互补性和不同类型知识或知识传统之间在空间上的互补性<sup>①</sup>。个人的知识积累是受专业化分工的影响,由于分工的细化,使得每一个人的知识积累也越来越专门化,这就是贝克尔所说:“每个人知道越来越多的关于越来越少的事情”。对于企业而言,每个企业的知识也仅限于他所从事的行业的知识以及所处市场中的制度知识,具有极强的专用性。如果说在经济发展第二阶段中,工业生产(即我们所说的福特制生产方式)的真义在于规模经济,而迂回方式适合于这种形态的话<sup>②</sup>,在后工业化社会(知识社会)中所提倡的后福特主义生产则强调小批量、多品种、灵活生产方式,以对差异大且不断变化的市场需求做出最迅捷的反应,分工所造成的专用知识积累不应成为企业固守某一行业或市场的理由,后者应由市场需求来决定,但知识的专用性则限制了企业灵活转移市场的能力,这时专用性知识与弹性越来越大的需求之间便产生了矛盾,由于知识积累是渐进的,仅靠个人或企业扩展自己专业化知识的范围非常困难,这时知识的互补性便会成为我们与别人合作的最好理由,包括与竞争者,因为从根本而言,知识结构完全相同的二个生产者是不存在的,任何一个竞争者都可能是与自己知识结构具有极强互补性的合作伙伴。基于此,合作的竞争便日益成为市场竞争的主流。

## 2. 从制度变迁的角度分析竞争的演进

竞争是两方或两方以上的个人或集团在一定范围内为争夺他们所共同需要的对象而展开较量的过程,它体现为人与人之间的互动关系,而按照新制度经济学的解释,竞争实际上也可看成是一种制度安排,<sup>③</sup>因此,竞争的演进从某种意义上来说,也是一个制度生成及变迁的过程。诺思认为,迄今为止,人类经历了两种交换形式,一是人格化交换形式,又称简单的交换形式。在这类交换中,专业化和分工处于原始状态,交易是不断重复进行的,卖和买几乎同时发生,每项交易的参加者很少,当事人之间拥有对方的完全信息,交换是建立在个人之间相互了解基础上的交流,因此交易费用较低。但由于人们的知识水准低,专业化程度不高,交易受狭小的市场范围局限,而导致生产成本较高,实际上这就是新古典经济理论中的完全竞争状态。然而随着专业化和分工的发展,交换的频繁、市场规模的扩大,另一类即非人格化交换形式出现了。在这类交换形式中,交易极其复杂,交易的参与者很多,且信息也不完全或不对称,使得交易成本大幅提高。<sup>④</sup>同时,新制度经济学分析表明,生产费

用曲线的弹性小于交易费用曲线的弹性,也就是说,每提高一个单位的专业化水平所引起的生产费用的减少小于相应增加的交易费用,这时,人们必须借助于一定制度安排,从而使专业化程度的每一次提高所节约的生产费,正好大于或等于由此所引起的交易费用的增加,这就是制度起源和变迁的原因。

从以上可以看出,制度主要解决的是专业化和分工发展所带来的交易费用的增加问题,解决的途径是为实现合作创造条件,保证合作的顺利进行。以往的经济理论都过于强调竞争带来的效率,但现代经济学的分析表明,通过合作方式解决争端所达成的效率总是最大。詹姆斯·布坎南指出,评价效率的唯一指标是同意的一致性,“同意”意味着经济当事人经过成本—收益计算,认为一个实现资源配置的交易于他有利或至少是无害的;“不同意”意味着他认为这一交易有损于他的利益。同意的一致性实际上就是形成了“合作解”(即达成双方满意的协议),<sup>⑤</sup>这一结论也可在埃奇沃思盒状图上得到直观反映:任何偏离契约曲线的情形,即至少一方不同意的情形,都会带来较差的结果。

因此,随着分工与市场间矛盾的突出,企业所面临的不确定性越来越大,交易费用不断提高,在制度安排上,便愈来愈强调合作,而完全竞争理论下的对抗式的、不合作的竞争,正如“囚徒困境”中所描述的,只会导致个人理性与集体理性的冲突,使个人收益与社会收益发生背离。<sup>⑥</sup>这样,亚当·斯密所说的,通过看不见的手,人们在追求个人利益最大化的同时,能自动实现社会利益最大化的假设就不成立,所以从对抗的竞争到合作的竞争实际上也反映了市场演进中竞争制度变迁的要求。

从以上对竞争演进的分析看出,竞争不是固定不变的,在市场演进中,竞争的内涵及形态也随之变化,这就要求企业也要适时调整自己的竞争态度和竞争策略,以适应竞争演进的要求。西方发达国家近几年来企业竞争行为的调整正是体现了其从宽容的竞争向合作的竞争的过渡。在我国向市场经济转型中,竞争也日益成为市场运行的主要动力和调节机制,竞争制度逐步完善,但其间,亦暴露出不少问题,如恶性价格竞争,“一窝蜂”式的过度竞争,对竞争对手的敌视、排斥等<sup>⑦</sup>,反映出我国企业在面临竞争时不成熟的一面。随着我国市场的演进,同时在面临着世界范围内的,以战略联盟、网络联合等形式广泛展开的合作竞争浪潮前,要求企业必须适时转变竞争观念,摆脱以往对竞争片面的、单一的、静态的认识,丰富竞争内容,从而提升企业、行业乃至整个国家的竞争层次。

### 注释:

①生物学家是这样描写自然界中物种间的竞争:“每天早上,一只非洲瞪羚醒来,便知道自己必须跑得比最快的狮子快,不然就一定送命。每天早上,一只狮子一醒来,便知道自己必须跑得比最慢的瞪羚快,否则就会饿死,不论你是狮子或是瞪羚,太阳一出来,你最好就飞奔!”

②③亚当·斯密:《国富论》,中文版,北京,商务印书馆,1992。

④约翰·希克斯:《经济史理论》,中文版,北京,商务印书馆,1987。

⑤这种市场规模的扩大称为“内涵市场规模”的扩张,以区别于按人口规模或国土规模度量的“外延的市场规模”。

⑥⑦Allyn Young, Increasing Returns and Economic Progress, Economic Journal, 141, 1928.

(下转第 80 页)

金融组织和外国政府贷款虽然条件比较优惠,利率较低甚至无息,偿还期也比较长,但数量金额有限,并且还规定了特定的用途,因而对于我国实施再创业工程具有一定的局限性。而国外商业银行贷款虽说利率较高、偿还期较短,但自由外汇较多,并且具有较大的扩张余地,只要我们能把握住合理的规模,有效的投向,均衡长短期贷款分布,优化组合币种结构,适当加大国外商业银行贷款将利大于弊。

第四,建立政府首脑负责制。再创业工程的实施,既是一项经济工作,又是一项政治任务;既是一项民心工程,又是一项富民方略;既是政府首脑的工作,又是政府首脑的责任所在。政府首脑要象抓“菜篮子”、“米袋子”工程一样来推进再创业工程。称职者,予以表彰奖励;失职者,予以弹劾。

第五,制订颁布《再创业法》。实施再创业工程不同于一般政策调整,它本身就是一项全新的市场经济制度建设,本身就是一项全新的市场机制塑造,因而必须纳入法制化轨道。通过《再创业法》,一方面可以使政府推进这一工程有法可依、有法可循,另一方面也为人大常委会的监督提供了法律依据。

通过上述这些政策措施的实施,推进劳动力资源基本配置方式的根本性转变,不仅能够完全解决目前困扰我国改革深化的下岗问题,而且能够塑造出不存在失业机理的社会主义市场经济制度。

#### 注释:

- ①斯密:《国富论》,中文版,上卷,316~317页,北京,商务印书馆,1972。
- ②斯密:《国富论》,中文版,下卷,24~25页,北京,商务印书馆,1972。
- ③马克思:《资本论》,中文版,第1卷,193页,北京,人民出版社,1976。
- ④《马克思恩格斯全集》,中文①版,第16卷,233页,北京,人民出

版社,1975。

⑤⑥马克思:《资本论》,中文版,第1卷,566、784页,北京,人民出版社,1976。

⑦1955年到1982年间,美国资本总量每年增加4.42%。但根据1992年2月《美国总统经济报告》,1955年失业人数为285.2万,1971年为501.6万,1983年为1071.7万。这说明即使物质资源配置数量扩张,游离于社会经济资源配置体系之外的劳动力资源量也会呈增加之势。

⑧⑨⑩马克思:《资本论》,中文版,第1卷,629~630、200、783页,人民出版社,1976。

⑪周起业等:《区域经济学》,中文版,135页,北京,中国人民大学出版社,1989。

⑫《马克思恩格斯选集》,中文2版,第1卷,277页,北京,人民出版社,1995。

⑬参见吴敬琏:《市场经济的培育和运作》,中文版,89页,北京,中国发展出版社,1993。

⑭弗兰西斯·格林等:《利润制度》,英文版,138页,中塞克斯企鹅书籍出版公司,1987。

⑮米歇尔·雪拉登:《财产与穷人:一种新的美国福利制度》,英文版,24页,纽约,纽约州夏普公司,1991。

⑯约翰希尔斯编:《1974年以来的英国福利国家》,英文版,308页,伦敦,牛津克勒伦敦出版社,1990。

⑰拉·密施拉:《资本主义社会的福利国家》,英文版,56页,加拿大,多伦多大学出版社,1990。

⑱约翰希尔斯编:《1974年以来的英国福利国家》,英文版,324页,伦敦,牛津克勒伦敦出版社,1990。

⑲南·马克斯韦尔:《1947—1985年美国的收入不平等》,英文版,附表,纽约,格林伍德出版社,1990。

(作者单位:武汉大学经济学院 武汉 430072)

(责任编辑:曾国安)

(上接第69页)

- ⑦汪涛:《市场演进中的竞争战略》,载《中国软科学》,1997(2)。
- ⑧[美]H·N·沙伊伊等:《近百年美国经济史》,中文版,110页,北京,中国社会科学出版社,1983。
- ⑨吴德庆等:《企业兼并问题研究》,273页,北京,中国人民大学出版社,1992。
- ⑩Philip Kotler, Marketing Management, Prentice Hall International, Inc, 1992。
- ⑪⑫迈克尔·波特:《竞争优势》,中文版,北京,中国财经出版社,1988。
- ⑬M. Porter, Competitive Advantage of Nations, Free Press, 1990。
- ⑭庞巴维克:《资本实证论》,中文版,北京,商务印书馆,1980。
- ⑮汪丁丁:《知识沿时间和空间的互补性以及相关的经济学》,载《经济研究》,1997(6)。

⑯对此,我们可以庞巴维克举过的鱼网为例:一个人可以赤手去捉鱼,也可以编一张网,再以网去捕鱼,后者即一种最简单的迂回方式,如果只捉一条鱼,用手显然省时间,可是要捉很多鱼时,编网捕鱼则有较高的效率,因为编网所费的是一次性支出的时间,而后可以以捕大量的鱼而不必再付出编网的劳动时间,这说明,迂回生产方式必须要对应于较

大规模市场。

⑰T·W·舒尔茨将制度定义为“管束人们行为的一系列规则”,这一定义为以后研究制度的学者所接受,另有一些学者将制度定义为“人与人之间关系的某种契约形式或契约关系”。

⑱道·诺斯:《制度变迁理论纲要》,载北京大学中国经济研究中心编:《经济学与中国经济改革》,上海,上海人民出版社,1995。

⑲丹尼斯·缪勒:《公共选择》,中文版,北京,商务印书馆,1992。

⑳Nash, Equilibrium Points in n-person Games, Proceedings of the National Academy of Sciences, 1950。

㉑典型的例子是所谓“万燕现象”,“万燕”是世界上第一个成功地将VCD商业化的企业,然而在随后迅速扩大的VCD市场面前,科技开发能力雄厚,但生产制造环节相对薄弱的“万燕”却拒绝了前来要求合作的“美菱”,因此,短短一年内,便被其它更高起点的企业所淘汰,“万燕”的昙花一现正体现了大多数国内企业保守、闭塞的竞争观念。

(作者单位:武汉大学管理学院 武汉 430072)

(责任编辑:曾国安)