

借鉴西方市场模式 建设中国市场体系

何正

市场经济泛指以市场为基础的资源配置方式。所谓资源配置,指以对社会经济资源,含有形的物质资源、人力资源以及无形的企业形象、商誉信用等资源,在各种可能的生产用途之间作出最优选择,谋求最佳经济效益的过程。由于市场经济通过价格杠杆(价值规律)和竞争机制(供求规律)的功能作用,把社会有限的资源配置到生产效益较好的环节中去,并给企业以压力和动力,实现优胜劣汰,从而推动着社会生产力向前发展。这是市场经济的共性,也是人类社会创造的一项伟大的文明成果。

我国要建立的社会主义市场经济体制,是同社会主义基本制度紧密结合的。除必须具备的前述的市场经济共性外,还具有特性。党的十四大报告指出:“经济体制改革的目标,是在坚持公有制和按劳分配为主体、其他经济成分和分配方式为补充的基础上,建立和完善社会主义市场经济体制。”由此可见,社会主义市场经济的特性,主要表现:第一,所有制结构上,社会主义市场经济是以公有制包括各种形式的公有制经济为主体,多种经济相并存。个体经济、私营经济、外资经济作为公有制经济的有益补充,长期共同发展。第二,分配制度上,以按劳分配为主体,其他分配形式为补充,坚持效率与公平兼顾的原则,合理拉开收入差距,同时防止贫富悬殊,逐步实现共同富

裕。第三,国家实行宏观调控,建立以间接调控为主的政府分级调控体系,保证市场持续稳定地发展。

目前,我国社会主义市场还处于恢复和起步阶段,市场经济体系尚未形成。为了方便比较分析,先评述世界市场三大模式:

美国的市場模式。称之为“分散型的市场经济”或“国家微调型的市场经济”。以英国古典学派亚当·斯密(1723—1790)理论为指导,后期深受庸俗学派凯恩斯(1883—1946)影响。因此,美国式市场特点:强调高度个人自由,对私人企业最少干预,自由贸易,自由市场,高度的冒险和投资者丰厚的报酬。但是,承认国家干预和调节经济的作用,却不赞成国家计划,认为国家计划有碍于竞争、个人及市场的自由;以垄断资本为基础而又坚持“反垄断”,全美有1300万个企业组成600个大寡头为核心,中小企业为周边的企业系统,开展自由竞争;高度发达市场经济产生收入和财富分配不公,经济波动频繁,巨额财政赤字等。英国、加拿大、澳大利亚等英联邦的国家和地区奉行这种市场模式。

德国的市场模式。又称“社会市场经济”或宏观控制的社会市场经济。它是以本世纪30年代德国弗莱堡学派的社会市场经济理论为基础建立起来的。该学派代表弗莱堡大学教授欧根(1891—1950)主张建立自由

经营的社会经济秩序，认为现实经济形态有两种“理想类型”：一为“中央管理经济”，一为“自由或市场经济”。两者不会单一地存在，因为任何具体经济制度都是“理想类型”的一类的组合。在这种理论指导下的市场模式特征，是通过国家行为的有限干预而实现“社会公平”。所谓社会公平的具体内容：一是社会总产值中的一部分归雇员所有，雇员对企业的生产与管理享有“共同决定权”或“参与决定权”；二是进一步扩展社会保险事业。德式市场模式盛行于50年代，被西方世界公认为成功的理论与实践。这个模式重视企业家阶层作用，对中小企业实行补贴、税收、贷款等优惠，制定反卡特法，为自由竞争创造良好环境；其次管住货币、放开价格；再次重视竞争秩序，取消国家对价格干预，实行稳定币值的政策，开放市场；最后强调宏观调控，保持国家财政收支平衡、国际收支平衡、外资平衡。这个模式对西欧、北欧诸国影响颇大。

日本的市场模式。人称“协调型的市场经济”或“社团市场经济”。日本经济属于赶超型经济，政府行为在市场经济基础上扮演着主角，以强有力的计划和产业政策对经济进行干预，以达到预期的增长目标。其代表人物是1960年日本首相池田勇人（1899—1965）奉行“所有倍增论”和“高度经济增长政策。”认为实行高工资、高收入、高消费会带来国民经济高速度。还认为利用居民储蓄，将国内消费基金转为生产基金是内涵型扩大再生产。这种模式奉行原则：私有财产制度神圣不可侵犯；契约自由；法人责任。其特征：私人企业作为市场主体，虽然要按照市场经济原则对社会资源配置作出决策，但这种决策在很大程度上包含政府“经济计划”和“产业政策”等诱导因素。经济计划诱导指日本政府通产省向企业界说明经济走向、政策主张（发展目标、发展战略、基础经济政策、政策手段等），例如：战后

经济高速发展增长时期，实现赶上欧美水平目标；发展战略以加工贸易立国；经济政策以重化工业为重点产业结构；优先开发“太平洋沿岸带状工业带”的布局；立足国内的资本积累政策等。日式市场是西方资本主义生产关系和东方传统文化相结合的产物，吸取二者有利于经济发展的长处，是日本人的一个创造。日本市场模式现在流行于东亚韩国等等新兴工业国和地区。

我国以市场取向来发展国民经济处于孕育阶段，或者说处于从计划经济模式向市场经济模式的过渡时期，与前面发达地区的三种市场模式还有很大差异。党的十四大报告提出：“继续大力发展商品市场特别是生产资料市场，积极培育包括债券、股票等有偿证券的金融市场、发展技术、劳务、信息和房地产等市场，尽快形成全国统一的开放的市场体系。”同时“价格改革是市场发育和经济体制改革的关键，应当根据各方面的承受能力，加快改革步伐，积极理顺价格关系，建立起以市场形成价格为主的价格机制。”还须“加强市场制度和法规建设，坚决打破条条块块的分割、封锁和垄断，促进和保护公平竞争”。从上述精神可知，在全国范围内就全面性、阶段性的培育社会主义市场体系的工作非常繁重，不能一蹴而就，不同地区条件各异而成熟程度亦不一致。笔者认为，建立社会主义市场经济体制，除了耳熟能详的抓好转换国有企业经营机制，特别是大中型企业的经营机制，加快市场体系的培育，深化分配制度和保障制度的改革，实行政企分开转变政府职能和逐步完善国家对宏观调控功能以外，当前有几个急待解决的问题，尚须共识，准备迎接新世纪挑战。

第一，以大中城市为依托，促进市场经济布局合理化问题。

我国地域辽阔，各地条件差异极大，经济

发展和社会进化极不平衡，人民生活水平和民俗习惯各异。应当在国家宏观调控、统一规划指导下，按照因地制宜、合理分工、各展所长、优势互补、共同发展的原则，促进区域市场的凝聚力、辐射力的发挥。按地区经济发展和社会进化，全国率先建立五大超级市场或叫国际市场：上海、广州、天津、大连、武汉等（北京是政治中心，类似美国华盛顿、澳大利亚堪培拉……）带动其他中心城市（次级市场）哈尔滨、沈阳、吉林、青岛、郑州、石家庄、西安、兰州、成都、重庆、昆明、南宁、长沙、合肥、南京、杭州、厦门、深圳、海口等。通过每个经济区中心城市再辐射广泛初级市场（市、县集散中心）。以广州为例，华南经济文化中心联系香港、澳门、深圳、珠海、佛山、肇庆、江门、韶关、汕头、厦门、赣州、长沙、桂林、梧州、南宁、北海、湛江、茂名、海口等南方各地。未来现代化交通运输条件改善，将辐射西南地区的四川、贵州、云南、广西、湖南、江西、福建、海南、台湾等省。市场经济再扩展东南亚诸国，甚至南半球大洋洲、印度洋周边地区，远至欧洲诸国。

上海、广州、天津、大连、武汉等五大超级市场的威力不可估量，带动中心城市经济拓展，有别于几十年计划经济体系（按行政区域指挥体系）。如何规划每个经济区域分级市场体系，是一项带有挑战性的任务，特别是规划开放性国际市场模式，认真总结近年盲目兴办开发区经验教训，须慎重布局，防止多变。

第二，迎接重返关贸恢复缔约国地位，与国际市场接轨问题。

我国自1978年实行对外开放、对内搞活的经济政策以后，内外贸易市场逐步放开。时至今日，重返关贸恢复我国缔约国地位问题迫在眉睫。商品生产发展，市场经济日益

扩大，必然伸延到拓展国际贸易。当代国际市场经济体系在三大支柱：国际货币基金组织、世界银行、关税与贸易总协定。而关贸总协定是国际贸易多边规则，具有约束力的契约。中国是23个缔约国之一，过去由于种种原因，长期徘徊在拥有105个缔约方的全球性经济贸易组织之外。这种情况，不利于我国扩展海外贸易市场。但是，如果“入关”批准，根据关贸协定必须大幅度削减关税和其他贸易障碍，取消国际贸易中的歧视性待遇，以市场经济为基准，实行自由贸易。还有在世界高科技的广泛应用、国际投资大量涌现、服务贸易急剧拓展情况下召开的乌拉圭回合谈判提出与国际贸易有关的知识产权、投资措施和服务贸易等三大课题，其中服务贸易是乌拉圭回合谈判的重要议题。近年，国际服务贸易急剧上升，每年达9000亿美元以上，其增速高于货物贸易。

服务贸易包括国际旅游项目。以广州为例，1992年旅游业营业收入55.77亿元人民币，比上年增长达31.08%。其中旅行社接待海外旅游者68万多人次，旅游外汇收入22.58亿人民币外汇券，比上年增长达28.58%。根据乌拉圭回合谈判的文件草案规定，我国“复关”后，在服务贸易方面要承担的义务和享受的权利有如下几个方面：中国与任何一个国家达成的相互开放旅游业的协议，“关贸总协定”成员国均可享受，反之，中国也可享有其他成员国的开放旅游业的权利；外国旅游服务经营在中国旅游市场取得开业经营权后，将享有和中国旅游服务经营者在经营方面的相同民事待遇，反之，中国旅游服务经营者在别的成员国中也是如此；中国要为外国旅游服务经营者承担市场准入的义务，即要将其开业经营的地域、业务范围和本国有关法律章程的规定尽早制定出予以方便，反之，海外成员国对中国亦要遵守按照国际惯例而默许的对等原则。因此，旅游业经营者对“入关”与国际

市场接轨应有充分准备。其它行业亦然。在这种情况下，我国就航运、专业服务、银行业、广告业、旅游业、近海石油勘探等6个服务贸易初步承诺开价单，商业“非食品的零售业”已列入价单中。由于各国的经济发达水平差异，人民生活与消费层次不同，其负面影响姑且勿论，就其正面影响将对我国市场经济全面拓展带来新的挑战。

第三，迅速造就一支庞大的、结构合理的、善于经营管理的企业家阶层。

目前，我国企业界经营管理中最缺乏的资源是一个企业家阶层，专门从事企业活动的人才。我们知道，西方资本主义确立时期（1770—1871）开始诞生了一个现代企业家阶层，这个阶层经历了漫长的演变阶段，即家长制领导、经理制领导、职业“软专家”领导、集团制领导等等。长期以来，由于商品经济不发达，市场经济滞后，我国企业经营管理中最大缺陷之一是还未形成一个企业家阶层。要办好企业，非下决心造就一支社会主义企业家队伍不可。

就我国情况而言，一个企业的领导人，未必就是企业家，要做一个成功的企业家，他必须具有如下观念：（1）树立发展社会主义商品经济新观念，大破“统购统销，统收统支”的产品经济旧观念。例如：指令性

计划排斥市场调节；平均主义排斥按劳分配；行政手段排斥经济杠杆……。（2）树立发展社会主义货币经济新观念，大破“货币只起等价物”职能作用的旧观念。由于货币职能演进，当今世界，货币早已冲出等价物职能作用，独自形成一个庞大而复杂的金融体系，利率、汇率、债券、股票、期货、基金以及一系列金融产品，左右着世界经济发展。（3）树立发展社会主义消费经济新观念，大破小康之家“三十亩地一头牛，老婆孩子热炕头”的落后愚昧陈腐旧观念。人类进入20世纪以后，整个经济运作转入消费经济时代，企业家要及时掌握市场信息，设计日新月异商品或劳务，迎合新的消费需要。消费经济观念不能停留在“菜篮子”、“米袋子”低层水准，更不应该念念不忘票证年代，两两计较安贫禁欲。（4）树立发展社会主义创业经济新观念，大破墨守陈规、固步自封、不求进取的旧观念。现代企业家最大的特点是富于创新、不满现状、捕捉机会、当机立断，力求利用各种优势（包括贷款、投资、开发）在市场竞争中求生存，谋发展。企业家并非出自天才，绝大部份是从实践中经过长期磨练，或是由正式的训练培养。短期内塑造一批慎思、明断、果敢的经营管理企业家，是时代的迫切需要。

（责任编辑 曾德国）