

十年来商业流通体制改革实践提出的几个理论问题

——中国商经学会副会长高涤陈在江苏省商经学会第二届理事会会议上的学术报告

第一个问题，计划与市场的关系问题

对于计划与市场的关系的认识，在我国经济理论研究和实践中曾发生过多次的反复，争论也比较大。我多年研究的结果，觉得计划与市场的关系就其实质而言，它乃是商品经济所固有的内在矛盾在公有制条件下的一种表现形态，或者说，计划与市场的关系是商品经济内在的一种矛盾。它是什么矛盾呢？商品经济在它运行中，一方面要求有计划性，另一方面又有自发性；这两者之间的矛盾，就表现为我们争论多年的计划与市场的关系问题。这一矛盾在资本主义条件下表现为个别企业的有组织有计划和整个社会的无政府状态。虽然现代资本主义国家也用计划来调控经济运转，但是从整个社会来说，它还是有其无政府的内容。在我国公有制经济条件下，计划与市场到底是什么关系？在提法上有过多次的变化。最早提的是计划经济与市场经济相结合。不久又认为这个提法不对，两个经济怎么能结合呢？于是把它改为计划调节与市场调节相结合。很快地又认为两个调节的提法不妥，它没有主次之分；因而又提出计划经济为主，市场调节为辅。此后又有几次变化。“十三大”的政治报告曾提出国家调控市场，市场引导企业，到1989年以后又确定为计划经济与市场调节相结合。改革开放以来，有关计划与市场关系提法上的多次变化，充分表明这一问题的复杂性，也说明人们对这个问题的认识在不断加深。这三年来，计划与市场关系仍有争论。相当一部分同志仍然坚持认为计划经济与市场调节不是同一层次的问题。最近邓小平同志的谈话把计划与市场作为两种调节方式、两种调节手段，并指明搞计划不一定是社会主义，搞市场也不一定是资本主义。这样概括是完全符合马克思主义的。马克思在《资本论》第一卷（全集第23卷133页）的一个注脚里讲得非常明白：“商品生产和商品流通是极不相同的生产方式都具有的现象，尽管它们在范围和作用方面各不相同。因此，只知道这些生产方式所共有的抽象的商品流通范畴，不是根本不能了解这些生产方式的不同特征，也不能对这些生产方式作出判断。”这就是说，我们不可能从商品经济形式上来区别一个社会制度是社会主义的还是资本主义的。既然如此，那么把同商品流通、商品交换密不可分的计划与市场问题作为区分社会经济制度的标志，当然也就失去了根据。

商品经济从它诞生之日起，在它的运行过程中就既有计划性要求的一面，又有自发性的一面，这是一种客观存在。过去由于在理论上不承认商品经济，认为它同社会主义不相容，当然也就谈不到商品经济是否有计划性要求了。我在1980年写的一篇文章中提到过这个问题，并讲过“社会主义经济是以公有制为基础的有计划商品经济”，它有计划性与自发性的矛盾。但当时我只是说，商品经济允许有计划，它可以容纳计划。因为，我国三十多年的实践证明，我们的国民经济计划都是运用商品经济形式所提供的条件才得以进行的。如产品的价值、

价格、成本、利润等等都是商品经济的一些基本范畴。我们一方面利用商品经济的造就的一些基本范畴来搞社会主义经济计划，另一方面又批判商品经济，说它同社会主义不相容，这是毫无道理的。经过几年的进一步研究，我修正了自己的观点，认为商品经济不仅允许计划和容纳计划，而且它本身就有计划性的客观要求。因为，商品经济最根本性的特征是交换，商品生产者制造产品不是为了自己的消费需要而是把它的使用价值提供给别人，他自己所要的是商品的价值。所以，马克思称商品生产是价值生产。既然这样，任何一个商品生产者、经营者（包括我们的商业企业）在进行生产经营活动时，首先就必须有一个计划：生产什么，生产多少，到哪里去销售。如果是自然经济，即使它有个计划，那也和社会不发生关系。而商品经济则不然，任何商品生产、经营者都要把商品的使用价值提供给他人，因而，他们的生产、经营活动必然是社会整个经济活动的一个组成部分；他们的计划也必然是社会计划的一个组成部分。商品经济的计划性，如果说在其低级发展阶段上表现得还不很明显，那么在发达商品经济中这种客观要求就十分明显地显示出来了。例如，日本的一些企业，其产品80%是按订货单生产的，即生产产品时，产品已经卖出去了，生产过程的最后一道工序一终了，立即包装、发运，不需要仓库和储存时间。这些企业生产消耗的原材料也是按钟点进货的，车间里、工作台边没有多少存放的原材料。所以，他们的流通计划性很强，效率也非常之高。商品经济运行中的流通计划搞得越精确，流通时间就越短，它的效率也就越高。日本的经济效率高，与其流通组织得好、流通时间短密切相关。西方经济学家曾批评日本，说他们“吃流通饭”的人太多。日本经济学家则认为，“吃流通饭”的人多，产品才流通得快，所以，这种多，并不一定是不合理。六十年代末和七十年代初，日本曾发生过一次“流通革命”，其目标就是批发商。即生产企业认为批发商是多余的环节，零售商也认为批发商揩了他们的油，情形和我国目前批发商所处局面差不多。时隔不久，经济界和理论界都开始承认，“流通革命搞错了对象”，没有批发商，商品是流不动、流不快、也流不远的。应该发展批发商，而不是限制、取消批发商。日本的实践已经证明，我国的流通改革也会继续证明，批发商业是商品流通网络体系综合力量的重要组成部分，而流通过程的计划水平又是商品经济计划程度高低的重要一环。社会主义有计划商品经济搞得好坏，最根本、最主要的就在于商品流通计划即各部门、各企业之间的交换计划程度之高低。以上是从实践方面讲商品经济确实有计划性的要求。

从理论上说，商品经济也有计划性要求。大家都知道，价值规律是商品经济的基本规律。价值规律有两层含义，“政治经济学”中一般只讲第一层含义，即商品的价值量由生产它的社会必要劳动时间决定，商品依照价值量相等的原则进行交换。它还有第二个层次、更深层次的含义，这就是马克思在《资本论》中早已讲明的：社会总劳动量必须依社会的需要，合乎比例地分配于各个经济部门。这是商品价值量形成更深刻的基础。任何一个部门所以分得的活劳动和物化劳动过多或过少，都会影响该部门价值量的形成。假如说我国需要2亿劳动者来从事农业生产即可产出满足12亿人口所需要的农副产品，若是分配给它3亿，那么3亿农业劳动者劳动的结果，只能相当于2亿劳动者所创造的价值量而不会更多。如果只分配给农业部门1.5亿劳动者，那么，他们所创造的价值量就会和2亿劳动者或1.8亿劳动者所创造的价值量相等。这就是说，社会总劳动量在各个经济部门的分配，必须同社会的需要量相适应；多了并不会形成更多的价值量，少了则可以形成较多的价值量。所谓社会必要劳动时间决定商品的价值量，实际上是在这个基础上形成的，离开这个基础，社会平均必要劳

动时间的计量就失去了依据。我们通常所说的调整生产结构，无非就是调整社会的物化劳动和活劳动在各个部门之间的分配比例，所以，它也就是价值规律的客观要求。由此可见，价值规律第二个层次的要求，恰恰就是商品经济运行中的计划性要求。这种要求与社会化大生产按比例发展规律的要求是一致的。所谓计划无非就是要保持经济比例的平衡，就是要使国民经济各部门合乎比例地平衡、协调发展。正如列宁所讲的，自觉地保持平衡就是计划，自觉地保持比例，使经济协调发展就是经济计划的基本内容。所以，商品经济本身不仅不排斥计划，而且它本身就有计划性的要求。因此它不仅完全可以和社会主义公有制计划经济相容，而且实际上，社会主义经济也只能运用商品经济形式来组织公有制经济的有计划发展，别无他途。这是讲计划性的一面。商品经济在运行中必然还有其自发性的一面，而且还相当严重。因为商品经济是一种以利益机制为动力而发展的经济形式，完全靠追求利益不断地从低级向高级发展。每个企业都要追求自己的利益，这个要求在推动社会经济发展的同时又必然地要和社会的总发展以及整个国民经济的协调发生矛盾，甚至于会发生损人利己的种种行为。自发势力是商品经济运行中的一种必然现象。在中国，这种自发势力相当严重。财政分灶吃饭本身就加重了地方的自发势力：如只顾地方利益，不顾全国利益，盲目发展某些行业；为推销本地产品，互相封锁，不准进外地物美价廉商品，保护落后等等。对于商品经济的自发势力，我们必须运用各种经济的、法律的、行政的手段不断地来抑制它，尽可能把它缩小到最低限度，但是不可能把它消灭。因为，商品经济的这种自发势力本身也包含着发展经济的积极性。把自发性搞没了，积极性也没了。商品经济的自发性和商品经济下每个企业为了追求自己的利益努力工作、努力生产更多东西，这是同一活动的两个方面，很难区别开来。把自发性的东西全抑制光了，积极性肯定也会受到打击。所以发展有计划商品经济的困难和麻烦也就在这里。现在我们没有完全建立起适应有计划商品经济运行的经济体制，还没有摸索到有计划商品经济到底怎么运转，宏观上怎么控制，微观上怎么解决，在政策和法律等各方面还没有完备的制度，所以有计划商品经济的运行还很不顺当。商品经济的自发性和计划性要求这两者的矛盾，在资本主义条件下表现为个别企业有组织有计划和社会经济运行的无政府状态，即始终不能完全调控资本主义经济的顺畅运转。现在它的政府虽有计划，但是政府的计划在私有制企业中是无效的。日本的订货单是企业之间自己搞的，不是政府搞的，真正政府想要调控经济运转还是很难的。西德有一个经济学家讲，西德政府搞的计划是三个月的、六个月的、一年的，再长就不搞了。就是这个短短的计划，也不能完全实现，因为政府的计划发布对每个企业就等于天气预报，预报要刮风下雨，但是每个企业是自主的，它怕不怕风吹雨浇，带不带雨具，政府管不着。企业倒闭，由资本家自己负责。所以他们那里政府的计划迄今也是不能完全指挥企业的行动。从这一层意义上讲，它仍然不是计划调节，是无政府的；但是政府通过经济手段调节也是相当有效的。

计划与市场，作为两种调节手段是完全正确的。因为商品经济的运行，既需要计划调节，又需要市场调节；或者说，既需要利用商品经济计划性要求一面，又需要利用商品经济积极性中包含着自发性那一面，哪一面都不可少。去掉哪一面，商品经济都是不完整的，都不能很好发展。把计划与市场看成是商品经济内在矛盾，这个矛盾的根源就是计划性要求和自发性。我这个看法在国内虽是一家之言，但我认为这样认识争论多年的所谓计划与市场的关系问题既是符合马克思主义商品经济理论的，也是符合实际，有利于从事物本质上把握商品经济运行特点的。

第二个问题，重新认识商品经济条件下生产与流通的关系。

苏联和我国过去的社会主义政治经济学中对生产和流通的关系，都表述为生产决定流通，流通反作用于生产，在一定条件下，流通对生产有决定作用。这个理论加上中国历代封建社会的轻商思想，就演变成我们四十年来轻视商业、轻视流通的社会积习。根据十年改革的实践，我想应该对生产和流通的关系有一个重新认识。这包括两点。第一，它是商品经济条件下的生产和流通的关系；第二，要从动态上而不是从静态来考察生产与流通的关系。如果从商品经济的不断运动中来看生产和流通的关系，那过去政治经济学里的说法就要加以修改，至少要加以补充。在理论上不能只是简单地讲生产决定流通，而应该加上，流通也同样决定生产，并且不是在一定条件下才反作用于生产，而是每时每刻都制约和决定着生产。过去片面强调生产决定流通、生产决定交换，流通与交换在一定条件下才决定生产。过份地强调生产决定的结果，必然是把流通看成是可有可无的东西。以商品经济来说，生产是第一位的，这是对的，是唯物主义的，因为我们讲的流通是商品流通，不是讲空气流通，必须生产出来产品才能流通，因此生产是第一位的，流通是第二位的。但是，我们从动态来考察，没有流通，也就没有生产；流通发生问题，生产就要停滞。就一个生产企业而言，生产之前，首先要市场上买到原材料、设备、还要付给工人工资（也就是消费品），也要从市场上买到。有了这个条件，才能进行生产。生产的产品，又必须投放到市场上，把它卖出去。产品卖不出去，资金回不来，下一个生产过程没法开始。我们商业上也一样，要购进商品，首先要有货币，购进的商品，如果卖不出去，货币回不来，资金周转不动，库存积压，费用上升，工资也发不出去。近三年来，市场疲软，产品销售困难，使许多经济工作的组织者和经济理论界对流通开始有了新的认识。去年《中国商报》记者采访时，我就讲了这种观点，《经济日报》作了转载。很明显，社会化大生产包括生产过程和流通过程。如果从运动中考察，社会经济运转就不只是生产过程与流通过程的简单反复：从一个角度看，流通过程的两端都是生产过程；若是从另一个角度看，生产过程在中间，则两端都是流通过程。这就是说，流通无论在生产之前，或生产后都可以制约着生产过程。因此流通不仅可以制约和决定生产的发展方向和发展速度，也可以制约和决定生产的发展规模和发展结构。实际上，只要流通发生问题，生产就出现困难。所以说，流通无时无刻、每时每地都在制约和决定着生产，并不是在一定条件下才对生产起反作用。现在许多省市都提出生产、流通一起抓，要象重视生产那样重视流通等等口号，这表明人们已经开始在重新认识流通的作用。上海市今年明确提出：“稳住第一产业，调整第二产业，大力发展第三产业（主要是商业和金融业）”，把上海建成一个国际性的商业城市。经济工作的组织领导者的这些提法，对于发展流通十分有利，商业工作者更是非常赞成。但是，应该说这个认识还非常不牢固。因为这是在市场疲软、工业生产困难的情况下，人们不得不考虑流通问题；一旦情况好转，可能又会变过来。因为人们还不完全是从理性上真正认识了这个问题。因此，对于流通也可能决定生产的这个理论还需要大力宣传。重视流通不能是一时的，而是组织发展商品经济所必须解决的根本性问题。四十年来，工业是主导，农业是基础的口号深入人心。而商业、流通则没有相应的方针。相反，轻视商业和无商不好的思想却根深蒂固。发展商品经济只靠抓生产是不可能组织好社会经济顺畅运行的。因为商品经济是靠交换、靠流通来组织整个经济运转的。只要流通不畅，商品交换受阻，生产就无法正常进行。可见，重新认识生产与流通的关系，完善商品经济形式下流通与生产相互作用的基本理论，并广为宣传，取得共识，是组织好有计划商品

经济所必需的。生产与流通相互作用的理论一旦被社会（特别是政治经济学）所公认，那么，在实践中就不再会就生产抓生产，而是通过抓流通来组织生产；通过组织好市场交换来发展社会主义经济，从加速周转中来提高经济效益。这完全是另外一种作法。现在有些经济工作的组织者已经开始看到这点。其实，这也就是把指导社会主义经济的思想转移到商品经济轨道上来的基本内容。所以对流通与生产的关系要重新认识。这不仅需要从理论上进行宣传 and 论证，也需要在组织、指导经济建设的人们中间取得共识。

第三个问题，商业流通体制改革不仅应该遵循经济规律，还要遵循自然规律。

自经济体制改革以来，我们就提出了按客观经济规律办事的问题，所以，大家都比较重视经济规律的作用。经济规律虽然很多，但绝大多数的经济规律都是在经济利益基础上发生的。有什么样的经济利益关系，就会有什么样的经济规律。因此，经济规律也可以概括地称之为经济利益规律。我们遵循经济规律来改革我国的经济体制，包括商业、流通体制，已取得了很大的成果。各方面的经济关系，如中央和地方之间、国家和企业之间、企业之间和企业内部的经济利益关系，等等，都得到新的调整，尽管还不够，尚需继续调整。

实践表明，商业改革还必须研究和遵循自然规律。不考虑自然规律的作用，商业和流通体制的改革就不会彻底完成。所谓自然规律就是指商品既有不同的物理化学性能，又有各不相同的生产特点和消费特点；各类商品的这些特点不同，它们的流通组织形式也就各不相同。这种由大自然力量所决定的自然规律，同样以它强大的客观力量支配着商品的生产过程和流通过程。所以，商业、流通体制的改革也必须遵循它、适应它的客观要求，否则就难以取得改革的成功。比如，鲜活商品一肉、蔬菜、水果，必须有不同于一般商品的改革办法，才能解决各具特殊性的商品流通问题，因为，它们和日用百货商品流通是绝然不同的。以猪肉为例，改革以来我们批判、改正了国营食品公司“一把刀”的做法；但是，一把刀也并不是毫无道理的。在日本和基它一些国家都是“一把刀”，当然具体内容不尽相同。因为，生猪会有各种疫病，故必须统一屠宰、统一检疫。在日本东京13个中央市场里，只有鱼、蛋、菜、水果四大品种而没有肉类。原来所有的肉类有自己单独的流通渠道。在全国设有若干个半官方、半民间的屠宰场，所有猪、牛、羊都要经过屠宰场统一屠宰、严格检疫之后，才能进入零售或批发交易。否则，一律不准上市，以保障人们的身体健康和饲养业的良性发展。我们改革以来，取消了“一把刀”，任何人都可以杀猪、卖肉；检疫不严，税收流失，更严重的是造成病猪肉流入市场，危害人们健康，也导致生猪生产中的病疫蔓延。这是没有从理论上解决好商业改革必须遵循自然规律客观要求的典型实例。蔬菜、水果等也同样有自然规律的问题。所以，流通体制改革，如果不研究自然规律，不遵循自然规律的客观要求，仅仅以简单的“放开”，只用承包制一个模式去解决商业各行各业的全部改革问题，显然是不会取得最后成功的。除经济规律和自然规律外，还有胡平同志所提倡的商业文化问题。要发展和建设具有中国特色的商业，还必须研究和考虑我们中华民族的传统文化。现在，我国一些商品，尤其是出口商品上，基本没有汉字，这怎能从文化上反映中国商品的特色呢！有些人把汉字看成是落后的东西，而不了解汉字的历史功绩，以及它所具有的巨大优势，郑州亚细亚商场的经营者们把很多中华民族传统文化的内容运用到商店经营活动之中，已取得了丰硕的成果。现在我们改革传统商业，建设有中国特色的社会主义商业，应该、也必须充分考虑和运用社会文化的发展规律。

第四个问题，商业体制改革必须处理好竞争力和联合力的关系。

在商品经济条件下，竞争是客观存在的。竞争是一种强大的经济力量，它推动和鞭策着每一个商品生产者和商品经营者不断地努力降低成本、提高效率；否则，他们就不能在市场竞争中立于不败之地。在刚刚开始实行改革开放政策时，有些人不赞成讲竞争，他们认为社会主义社会里人们相互间的是同志式的互助合作关系，为什么要讲竞争呢？讲竞赛不是很好嘛！竞争是你死我活，这不符合社会主义社会人们之间的同志式的关系。实际上，商品经济不可能没有竞争。商品经济之所以必然有竞争，是因为商品本身具有二重性：价值与使用价值。商品在交换中，价格的高低起着决定性的作用。售卖者都要力争以最高的价格、最短的时间把商品卖出去；而购买者又都力争用少量的货币买来最适合自己需要的使用价值。商品的使用价值与价值在市场交换中不断地发生着各式各样的矛盾。因此，购买者之间、售卖者之间，以及买卖双方之间都会有竞争，这是客观存在的事实。过去否定商品经济，不讲竞争；实际上竞争也是客观存在着的。商品短缺时的排队购买，凭票证供应中的走后门，其实也是为取得使用价值的一种竞争形式。只要有商品，就有使用价值与价值的矛盾，因而也就必然会有竞争，这是马克思主义的基本理论。但是，在提倡竞争与竞争力时，在经济理论上、在实际工作中，都忽视了商品经济和商业活动中所固有的联合力或合力的问题。在商品经济中竞争力与联合力是相辅相成的两个方面，没有只竞争、不联合的交易活动；也没有只联合、不竞争的交易关系。竞争推动着联合，联合又推动着竞争的发展。竞争力推动着一些企业联合起来应付竞争、提高自己的竞争力；联合起来之后相互间又会产生更大的竞争。商品经济中的联合力在实践中首先表现为，社会上所有商品经营者（包括商业企业、工业自销机构、个体与集体商业）所进行商品买卖活动，作为一个整体它们都是使商品从生产领域进入消费领域的一种社会性的强大联合力量。每一个商业企业、每一个商人都是这一联合力的一个分子。所以，商业的联合力在实践中就具体表现为商业的网络体系以及它们之间不断进行的商品买卖关系。商业网络体系的联合力既表现为所有商业企业的一种整体力量，也表现在商业企业的组织形式上和企业之间的联合方式上。

由于在理论上没有很好地讲清竞争力与联合力的相互关系，在实践中没有很好地注意商业网络体系的联合力，因而在十年商业改革中把国营商业已有的联合体系、联合力量拆散了。应该说，这是一个很大的失误。五十年代建立起来的国营专业性公司，都是该行业的大商业集团；后来它们逐渐行政化了，演变成商业部和省市商业厅局的一个职能机构。在改革中本应转变其职能，使其功能归位，但却在打破三固定体制中和下放权力中，撤销了省公司，再加上分灶吃饭的财政体制，使这些集团性商业组织被分割成各地方的孤军作战的商业企业，它的联合力大大削弱了。现在则需要重新组织起来。目前正在发展的商业集团也证明商品流通领域中商业网络体系的联合力是一种客观存在和必然的要求。解决国营批发企业所面临的困难局面，也主要应从发展商业集团上去寻找出路。第一是发展同工业企业的联合。一些工业企业的产品没销路、经营困难；批发商业如能协助其改进产品品种和款式，为其打开销路，就可以在利益均沾中联合起来。因为拥有较稳定的产品销售渠道，是一切生产企业所竭力追求的；第二是发展和零售企业的联合。如上海新亚集团在其实力壮大之后，回过头来又把分散给各个区的饮食业网点扶持起来，联合在一起。以经济力量，为它们增添设施，如提供冰柜，使其销售新亚集团的新产品。这样，上海市的一个新的饮食服务网络体系又会很快地在新的形态上形成起来。第三是走向国际市场。现在，商业企业也可以吸引外资、发展

合资企业了。国营商业走向国际市场，打破内外贸隔绝的传统贸易体制，发展内外贸兼营的大型商业集团公司，已经是一种必然趋势。此外，为强化批发商业企业的经营机制，可以改变承包制，试行资产增殖责任制，即以批发企业所拥有(占用)的固定资产和流动资金总额为基数，确定其资产增殖率。在保障全民所有制的资产不断增大条件下，企业除照章纳税外，完全自主经营。上级主管部门只管总经理的聘用，其余一切均由企业自己决定。在批发企业内部，也可试行新的经营方式：采购员可按进货的销售量与销售速度计量其工资收入之大小；推销员试行联销联利计酬制；如果购销结合，购进商品立即转售出去，就可获得更高的工资。还可考虑将亏损的批发企业分成两个部分，一部分承担亏损，维持经营；另一部分，则完全按新的机制进行经营，其经营成果可用一部分用于弥补亏损，以逐步消化。总之，发展多种形式的联合力，再以新的机制强化这种联合力，在实践中继续探索发展商业联合力的新形式，才能不断增强流通过程对生产的作用，从而不断推动有计划商品经济的快速发展。^④

(本刊编辑部根据录音整理，并经本人审阅修改)

○ 简 讯

江苏省经济学会举办“企业机制和企业环境” 问题评奖征文

江苏省经济学会举办以“企业机制和企业环境”为总题目的评奖征文，要求以邓小平同志关于建设有中国特色的社会主义的重要论述为指导，立足江苏，面向全国，从企业机制转换和企业环境优化的规律性联系上提出问题，探讨问题，解决问题。企业包括工业企业和商业企业。欢迎有理论创新的论文，也欢迎有深度的调查报告。论文至8月31日截止，评奖以省内作者为限。征文通知列举的12个征文参考题是：1.转换企业经营机制的理论思考和实践考察。2.“破三铁”和转换企业经营机制。3.“破三铁”与破禁区、破难区、破难点。4.把企业推向市场的内涵与途径。5.国营企业引进三资企业、乡镇企业经营机制研究。6.企业经营机制与国际市场竞争机制的接轨。7.承包经营责任制与股份制的关系。8.企业环境面面观(市场机制、市场环境、宏观环境、社会环境)。9.市场主体、市场环境。10.企业经营机制与宏观经济运行机制。11.把企业推向市场的政府行为合理化研究。12.政企分开、政府职能转变的具体设计和操作。^④