

对中国经济发展模式的一些考虑

1992年 4月 27日

具有中国特色的经济发展模式应该是符合中国的需要、国情和条件的当然结果。我们可以从自己的历史中找灵感，也可以借鉴于外国的经验，但不能生搬硬套，而是自然而然的。

十多年来，中国在计划经济和商品经济两者之间找平衡，做试验。中国人口多，耕地少，资源短，起步迟，积习重，人才少。但正因模式初定，选择的机会还多，新资源和新市场待开发的潜力还大，更有前人和外人的经验，可供借鉴。因此，若能针对问题焦点，抓住优势，有效地动员人才，物力和资金，聪明地利用他人的经验和协助，事实上是大有可为的。

本文是面向世界大势，针对中国本身条件，对中国经济模式中的两个要素——商品经济与“计划”经济的选择及国外市场与国内市场的比重，提出一些客观的观察，以供参考。

一、商品经济与“计划”经济的选择

商品经济与“计划”经济的区别主要有三：处理供求关系的手段不同。商品经济是以市场的需求或购买力作为供应（生产）的讯号，而“计划”经济是以人民的需要作为供应（生产）的讯号。在商品经济体系中，生产者可以是个别的资本家，也可以是社会共有，但利润是衡量成败的唯一标准。生产者只是考虑市场的需求，往往忽略

或无视社会分配的问题。在西方，对这些社会分配不均问题的处理，是用政府对高收入者采取征收高额税的办法；而用补助、津贴等办法去帮助收入低、购买力弱的市民去解决生活和居住问题。反之，在“计划”经济中，决策者在主观上对人民的需要是很重视的。

生产者对市场反应的速度与程度不同。商品经济中个别生产者按照他们的敏锐性、判断力和资源财力，对市场讯号作不同程度的反应，所以反应是不一致的。但总的来说，市场的需求会在短期内通过价格升降来调节，在长期内通过供应的增减而得到平衡。反之，一般“计划”经济体系，由于制度重重叠叠，反映缓慢，短期内经常出现供应失调。长期的平衡就要看计划者对未来预测的准确性。在没有活泼的市场去提供讯息的情况下，很多时候的供应还是欠准确。

这两个经济体系中成败的衡量标准不同，商品经济中成功是以压倒竞争对手垄断市场为目的地。在理论上这种去芜存精的竞争，是商品经济体系保证效率的最高原则。但具体情况则往往不是这么回事。在这过程中，一般来说，商品经济社会（如欧美体系等）的竞争是不平等的，永远是大鱼吃小鱼。但这又与自然界的适者生存的竞争有两点不同。在自然界中，小鱼成了成了大鱼的食物而养活了大鱼，不过大、小鱼的数目却永远保持平衡。而经济竞争则不然：一是投资了的财力、人力、物力失败就等于白废。二是大企业垄断市场的情况有增无减，跨国企业和财团就是最好的例子。各国反托拉斯的法律也就是变相承认这事实的存在。更应注意的事，大企业的最终目的就是“计划经济”：在完全控制了市场以后按“计划”去生产，以保证最高和

最持久的利润。相反，衡量“计划”经济的成败比较依赖于政治因素，以国家的富强和人民生活的安定为大原则。但在实际情况下，很难有客观衡量成败的标准，结果经常是由官僚制度和根据政治需要来确定，与真正的需要脱节失调。

其实，两种制度都有其强弱之处。商品经济具客观性但欠“良知”，“计划”经济具社会感但主观性强。他们的长短是可以互补的。在中国目前的情况下，这两种制度不但可以共存，而且应该并行。我们应该依赖活泼的商品市场的供求情况去了解消费者的心理，继而探索人民的真正需要（因为市场只不过表达消费力，而不一定是真需要）。利用商品经济的反应快速去满足短期的需求；以“计划”经济去满足长期的需要，并保证生产投资的效率和经济效益的合理分配。这就是充分利用商品经济的弹性和“计划”经济的稳定性的中国特色。在西方这是渴望而不可及的理想，在中国这历史性的阶段，我们应该认清和掌握国内和国外的客观形势，协调商品经济和“计划”经济，利用他们的互补性去建设未来社会。

在实施这双管齐下的办法中，有两点值得注意：

1. 哪些范围应采用商品经济，哪些范围采用“计划”经济？

这两种经济体系在中国的采用不在领域（sector）而在阶段（phase）。在所有的经济领域都应有两种体系并行。商品经济处理短期供求，这是价格调整的机械作用的部分。“计划”经济处理长期供求，这是科研、物资与资金动员的部分。活泼的市场有赖于大量的参予者去投资、生产、经销与消费。为保证其活泼性，

政府的干预应减到最低限度。有了正确明朗的市场讯息后，“计划”经济需要协调市场的需求和国家的整体利益，然后动员科研、投资和资源去直接或间接生产。就是说，原则上，差不多每个经济领域都可以有活泼的、数量多、资金少、风险大、利润高的私人投资，并同时有稳定方向的、资金多和利润适中的国家长线投资。

市场讯息是指导国家经济政策的最佳情报。“计划”是动员社会资源的最系统的办法。在开发经济理论中（Development Economics）消费（consumption）生产（production）和储蓄/资金（savings/investment）的关系是循环性的。商品经济和“计划”经济并肩而行可以机动地协调这个循环。以市场经济去打通消费和生产的关係，以“计划”经济去打通生产和资金的关系，并保证储蓄与资金的平衡。

风险大、利润高的私人投资是经济发展的前锋。但它是无社会目的和以私人利益为动力的一种经济冒险，并冲击整个经济体系。其发展是不均衡的、投机性的，但对整个经济的发展又是活泼的。私人投资的主要作用是它能鉴定哪处有利可图，哪处供不应求，哪处消费力强。认清这些后，我们就可以有计划地、稳定地和集中地动员人才、物力和财力对需要发展的领域进行投入。有些地方以国家投资来补充私人投资的不足，有些地方以市场讯息来开发新的市场，有些地方以科研来增加生产与消费的效率。“计划”可以协调生产，调整价格和打击过分投机，把经济

水平整体提升，并带到一个新的、更高的均势（higher equilibrium）。商品经济与“计划”经济的这种互相协调的良性发展将把经济水平愈提愈高。

西方(欧美)的经济,最大的弊病是商业的周期性(business cycles)。部分原因是由于私人投资没有计划,热门的东西很多人去干,而冷门的则很少人干,造成供求的失调,这是非常浪费的一种经济形式。但由于他们过去有殖民地市场,现在又有国际性的贸易垄断,再加上有些国家,如美、加等,本身资源丰富,所以还可以应付。这是西方经济体系本身及其先天性的缺点,他们也没有办法。中国没有这些条件,况且这种浪费的经济形式并不是一件好事,中国如用商品/“计划”两种体系并行就可减低这种影响。

2. 在经济发展过程中商业和商人的重要性

对一个国家的国策来说,发展经济只是手段而不是目的。一切努力的目的都是为了国家兴盛太平,人民安居乐业。经济政策的目的是为达到全面的,深度的和持续的经济成长,人民生活水平普遍提高。

在商品经济中商业和商人当然是最重要的环节。但即使是在商品经济的社会里,商业也只是媒介:引导和带动生产,而本身不能生产,不能增加财富。因此,西方商品经济的社会是富裕而不安的社会,其富裕与不安同出一源。由于一切都是以金钱衡量成败,因此,人民追求物质享受永远不能满足,精英人才都弃政

从商，从政的都望仕而优然后发财；国家对内和对外的政策都是以维护和扩展商业利益为依据。他们有高度的物质文明，但没有相应的精神文明，各自追求私利。这种社会富而不足，并不理想，也不安定。与中国传统理想的“何必曰利，但求仁义而已”更有天壤之别。

但是商业和私利是带动经济发展的不可缺少的因素。我们要明白商业的正反两方面的意义，利用它的好处，控制它的坏处。作一个比喻，白猫、黑猫都会捕鼠，但假如黑猫不真是猫，是小虎，它当然会捕鼠，但长大还是要吃人的。如果我们没有其他办法治鼠而一定要利用它的话，就一定有谨防它伤人。唯一的办法就是脱牙去爪，使其捕鼠有余，伤人不足。同样，商业是经济发展的不二法门，可是我们要知道，也许有爱国的商人，但没有爱国的商业。如果商业不把利字放在第一位，它不会成功。

当我们利用商业去带动经济发展的时候，我们也要同时控制它对精神文明和国家安定的不良影响。我们要在开展三个层次的工作：商人、商业、社会。首先，在商人层次上，要把名和利分开，把商和政分开，以减少商人对国家人才、制度和国策的影响，不允许有变相的“捐功名”的事，而且国家社会表彰的人与事不应以金钱为准则。在商业层次上，国家尽量不要插手管制市场的活动（投机倒把除外）；不要特别方便也不要阻碍个别的商业活动；要订立并执行健全、公道和进步（progressive: 多得多收）的税收制度。国家企业既要按商业准则办事，也要商政分家，盈

亏自负(唯一例外是国家要按需要来建立或解散国家企业。尤其是应下决心解散那些已完成既定任务和无社会需要的企业)。在社会层次上,我们要注意消费者的教育和公民的教育:消费者教育使国民明白他们的权力,进而增强商业对社会的责任感;公民教育使国民明白物质文明只是精神文明的基础,使他们更懂得利用物质的条件去追求高尚的情操。商业像火,可以建设社会也可以破坏社会。但是有火总比没有火要好。

二、国外市场和国内市场的比重

我们首先要明白现在国际间贸易的两股最大的力量是自由贸易和保护主义。这两者在理论上是互相冲突的。自由贸易鼓励开放和竞争,保护主义则主张排外和限制。对于这两者各国采取利己主义的立场已达到国家富强的目的——当要把自己的优胜产品输到国外时则主张自由贸易,当要保护国内市场和解决国内人民的就业时他们又赞成保护。其中最好的例子是日本。当日本对美国输入汽车的时候,他们主张自由贸易,即只要美国人想要买日本的汽车,美国政府就不应限额。当美国对日本输入农产品时,日本政府就很多留难,目的是保护日本势力强大的农民。归根到底,自由贸易永远是有利于资本强、势力大的国家。

一个国家不可能同时地在有目共睹的情况下既采取对外自由,又采用对内保护的政策。如果你不输入人家的东西,人家也不允许你对他们输出。例如,日本保护自己的农业,限制美国的农产品进口,美国也限制日本汽车进口(当然,美国对日本的限制,不单是抗议日本

的农产品进口政策，而是保护美国本身的汽车工业，但美国在国际贸易中采取自由贸易的态度，他们就不能不同时采取对等贸易的政策)。日本利用美国在二次大战后对日本的责任感和承诺，加上自己的努力，打下了汽车的市场。为了维护这个市场，日本采取了在美国设装配厂，而尽量用日本的零配件的聪明办法。但是，我们可以肯定，当各国国内保护主义情绪高涨的时候，新的外销市场绝对不容易打开。替日本打入经济强国之列的“国际贸易”客观条件，再也不存在了。

从中国的国力和产品水平来看，我们无法大量地输入。中国进入欧美市场的产品都是廉价的日用品和可有可无的消费品。而且很多还滞留在海外华侨的市场中，不能仅入欧美的普遍化的市场。这些输出随时受消费者心理变化的影响，随时被其他更便宜劳工的国家代替。高科技的产品绝无仅有。科研的成果或有之，但如果不变成产品，是不值钱的，如果要用国外的资金去生产，利润则属于别人。中国只不过是“为他人做嫁衣裳”，从中赚多少蝇头小利。自然资源和农牧渔产品的输出，永远不及制成品赚钱。而且资源消耗了无法补充，到自己用时反倒要向人家买。资源输入以后，经过外国人的改造、加工，变成高档产品卖给中国，实在是得不偿失。

当然，中国产品外销是赚取外汇的一个办法。但外销赚的钱往往用来向人家购进科技器材和高档产品。这不但取代了国产的市场，影响了国内科技和产品的改良，而且被人家的消费习惯和经济需要左右了中国特色的科技和经济的发展，不知不觉地做了人家的经济和文化上的殖民地。

外销能否带动国家经济发展？且看两个成功的例子：日本和香港。日本外销成功，有其历史因素，这些因素已不复存在。现在美国有养虎为患的苦处。但有碍于自由贸易的口号，不能太限制日货进口，这叫“哑子吃黄连，有苦自己知”。他们唯有尽量小心，不让日本人“入侵”。在美国老百姓的眼中日本人的确不太好。反过来看日本，他们也改变策略，从国内生产供应国外市场变成在国外所在地直接生产（装配的多）。一方面是应付人家的保护政策，但另一方面是日本储备太多（流动资金太多），如果不往外投资，会造成国内通货膨胀。但日本国内投资不如在国外（特别是美、加）投资赚钱。因为美加利率比日本高，作为日元投资来说是很划算的。中国绝对没有日本的条件和历史因素。再者，日本现在也极力发展国内市场，鼓励消费；但同时保护国内市场，不被外国产品入侵。这点他们是极聪明的。

香港成功的环境和条件和日本不同。香港全部靠外销。最初是从廉价、质低的产品做起。有点像中国现时的情况。继而进入高价产品，逐渐走向高科技服务行业。但香港发展过程也有其不可多见的条件和不能接受的后果。香港的成功，首先是 50-60年代香港人的独特处，他们有冒险的心态，是“商人”的本色。他们从上海、广州等地带来资本、人才和已建立的对外贸易关系，并加上香港本身作为转口港时的对外经验和联络。但最重要的是香港政府和香港商人的同一利益和立场。为了争取经济发展，那时的香港简直完全没有劳工保障和社会福利。民主更谈不上。贫富的悬殊是不能想象的。现在的香港比较好一点，但社会的不安和不均，人民的短视和功利，绝不是一个向人民

负责的政府的典范。最后，香港的发达是因为它的整体非常小，对其他国家经济运行影响不大，特别是早期，别人对它比较轻视，使香港能够打开市场。在世界经济大势中，香港不是大的气候，影响也有限。如果它是大的经济体，人家早就对它敬而远之了。

日本和香港都是以输出为经济发展推动力的两个大小的极端。但两者成功的条件和因素都不能在现在重现，海外市场的要求、发展和潜力已是今非昔比的了。历史性的外销市场没有了，现在的外销市场随时发生变化，绝不可靠。如要开发新的外销市场，就要同时准备让外国商品输入国内市场，但如果输出的是廉价货，输入的是高价货，那吃亏的就是自己了。同时，如果集中主力向外，对内市场的关注就会降低，内部市场的开发就会缓慢下来，国内的需求如不能满足，外人就会乘虚而入，取而代之了。撇开自由贸易的口号，每一个国家都极担心国内市场被人控制。

没有一个大的国家能靠外销而发展的。美国的经济基础，从开始就是建立在它们的内部市场上。外销从未超过国民生产百分之六（当然这百分之六往往是“经济增长”的动力）。他们的成就是由于国内农业发达，农村的消费通过高效率、高信息的市场的紧密联合，并带动工业生产。消费水平和要求的提升再把工业带上更高的水平，提供更多样化，更高科技的产品。而且政府更在适当和需要的时候，通过补助，税收，特惠和管制等直接或间接的手段去调整。因此，美国的经济是以本国市场为本位，以商品经济为主流，以政府干预为辅导的。

中国现在的国情与美国二十世纪起飞的情形有若干相似的地方。

那时，他们农业猛进，他们以农村消费和生产的所需，通过商业渠道去带动工业生产，利用市场的讯息和科研技术去提高工业水平。他们向外输出的仍然是国内市场成功的产品，不是与国内脱节的产品和科研成果。中国内部市场的潜力庞大，外国是见机心喜的，如果中国忽略了，他们便会乘虚而入。

内部市场以农村市场为主至为重要。当前的任务是如何将农业的成果去带动工业发展。这要靠商业来做穿针引线的工作。中国百分之八十的人口在农村，农村进行的体制改革，取得了重大进展和实质成果。农民的收入增加后，生活要求提高，处理不当会导致通货膨胀。但农村经济进展，仍未能带来大规模的、广泛的、相应的工业发展。所以吸收农村的购买力来减低通货膨胀的压力，提高农业生产水平来提升农村经济达到新高峰，利用农业成长的力量来带动整个经济的发展，提高农村生活水平来维持农村与城市人口的平衡，都是中国经济和社会稳定发展的主要因素。

农村市场的发展，最大的困难是打破地理的限制。农村的购买力强，但不集中，信息不清楚，交通不方便，而且农民购物心理比较保守。我曾提倡过目录邮购企业（catalogue purchase）是突破的办法。

内部市场的发展可以引发外销。以外销为主的经济，在中国这样的大国是舍本求末的做法。反之，以满足内部需要而导致可供外销的产品和科技，才是正本培源的做法。这是最合逻辑和最有效率的运用国家资源和国民智慧的做法。最合逻辑是因为内部消费市场的消费者是中国人，摸索他们的消费需要和心理比研究外国消费者的心态和需

要直接和准确的多。中国现时的内销产品的制作水平与外销的质量控制要求比较，都是偏低。对内对外两套标准。在国策上、管理上、经营上、人事上、外销内销都是分家的。所以外销产品质量的进步没有转移到内销产品的质量上。其实，外销内销是不应分家的。以外向为主的经济政策是在有很多困难。外部市场的客观条件今非昔比，可控制的因素有限，成功地希望不高。就是争取了一些国外市场，从中国的经济需要来说，也是杯水车薪，并制造了特殊的外汇阶级。同时，庞大的内部市场一定会被冷落。争取外销市场，也将付出代价。人家接受了你的输出，你也要输入人家的东西。这样，反而给人家有虚可乘，把内部市场送给了人家。在国际经济舞台上变成依附的和被动的。反过来说，以内向为主的经济政策，不但掌握比较准，效率也较高。同时，解决了自己的问题（特别是工业和农业的有机性结合）。更可以把生产的内销产品输出。二战前的德国就是最好的例子。

德国的大众（Volkswagen）甲虫式小汽车是 1930年代德国政府向人民承诺每人都拥有一台小汽车的政策下的科研成果和产品。Volkswagen的意思就是“人民的車子”。这种汽车针对德国人民的知识水平、收入、以及德国的天气、道路、石油资源短缺等各种内在条件，作新的尝试和突破。它的特点是空气冷却（一般是水冷的），发动机放在车后（汽车是后轮带动，发动机放车后使后轮的压力增加，加强汽车的牵引力）。维修方便，制作简单，配件也少。车速低，耗油量也低（配合德国当时的道路情况和石油资源短缺）。这是汽车史上的大突破。它不但价格便宜，而且制造与操作都简单（高科技不一

定都是复杂的)。这种汽车 60-70年代风行欧美，为德国经济的复原当了大旗手，至今还被许多人津津乐道。而且，在这全世界都关注环境与能源的时代，它大有卷土重来的趋势。它纯粹是内部市场的产品，结果是做了开发外销市场的尖兵。

中国内部市场非常庞大，而且在很多方面如果成功，产品的外销机会是很令人兴奋的。我们要把问题当作机会处理。举例来说，环境污染的问题，中国特别严重，但同时，中国在解决这问题上的科研将是全世界的都乐意购买的。我并不单指工业污染的处理。而是包括：“对环境友善”(environmental-friendly)的各种生活、工业、运输的产品和系统；解决中国耕地紧张的各种科研成果的产品(如intensive farming等)；系统化和科学化的中医中药；系统化和理性化的中国娱乐、运动等。这些都是中国内部需要处理的问题，其成果的外销是大有可为的。这些“化问题为机会”的一举两得的办法，比事倍功半地去摸索外国市场的需要，力不从心地去适应人家的质量要求，和战战兢兢地去等待人家的认许和配额(quota)更聪明和体面得多了。

中国的外销是不可中断的，而且要努力争取新的市场。但开发中国的内部市场才是国家致富之道，才是使人民安居乐业的正途。目前这方面的努力还是不足的。