



上海市经济学会学术思想

2016

新发展理念 与全面深化改革

理论研究和政策选择

上海市经济学会 / 编

格致出版社 上海人民出版社





上海市经济学会学术思想

2016

新发展理念 与全面深化改革

理论研究和政策选择

上海市经济学会 / 编

格致出版社  上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

新发展理念与全面深化改革:理论研究和政策选择:
上海市经济学会学术思想 2016/上海市经济学会编.
—上海:格致出版社;上海人民出版社,2017.1

ISBN 978-7-5432-1628-0

I. ①新… II. ①上… III. ①中国经济-文集 IV.
①F12-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 312006 号

责任编辑 忻雁翔
美术编辑 路 静

新发展理念与全面深化改革:理论研究和政策选择

——上海市经济学会学术思想 2016
上海市经济学会 编

出 版 世纪出版股份有限公司 格致出版社
世纪出版集团 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.co)
 编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081
www.hibooks.cn
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心

印 刷 苏州望电印刷有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 19.5
插 页 3
字 数 448,000
版 次 2017 年 1 月第 1 版
印 次 2017 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5432-1628-0/F·1000

定价:68.00 元

序

上海市经济学会建会以来,特别是改革开放以来,积极为政府有关部门科学决策和企业经营发展提供咨询建议,为促进社会主义经济理论创新、为推动经济改革和发展作出了积极的贡献。《上海市经济学会学术思想 2016》是上海经济科学工作者和实际工作者学术智慧的集中体现,也是上海市经济学会在理论研究和政策咨询等方面不断探索和努力的结晶。2016 年度入选的 36 篇文章,主要是由上海市经济学会年刊征文活动中评选出的会员优秀文章汇编而成。上海市经济学会周振华会长和权衡副会长兼秘书长等对年刊的出版做了大量实际指导工作。

《上海市经济学会学术思想 2016》既有对全球宏观经济和全球经济治理的深思;也有立足于国内经济新常态,基于五大发展理念和新供给经济学等,对供给侧结构性改革等进行理论论述,并提出政策建议;也有结合上海自贸试验区发展和全球科创中心建设实际需要,进行的理论探索等。《上海市经济学会学术思想 2016》的特色主要有以下几个方面:

第一,立足于我国基本国情和供给侧结构性改革的政策需要,结合马克思主义政治经济学的基本原理及方法论,在西方经典经济学理论基础上,对我国国有企业改革、政府与市场的关系等进行经济学理论上的研究,对中国特色社会主义政治经济学理论作出创新和发展。比如肖林副会长在《中国新供给经济学》一文中,系统全面深入地提出中国新供给经济学的理论框架和思想方法、中国供给侧结构性改革的战略路径等。

第二,主要从上海自贸试验区和全球科创中心两个国家战略出发,结合上海自身发展需要和特色,积极探索上海创新驱动转型发展之路,包括对上海自贸试验区建设的成效、经验等进行梳理,并前瞻性地探讨了自贸区建设未来可以拓展的新突破和新举措;从历史发展和创新等角度来说明全球科创中心建设既是国家战略的需要,也是上海自身实现创新驱动经济转型发展的内在要求等。

第三,从全球治理的国际视野出发,结合改革开放国策,对新常态下中国经济的产业转型升级提出政策建议。改革开放是已经被历史验证了的正确方向,新常态下中国经济需要进一步深化改革,扩大开放,不断破除束缚经济增长潜力发挥的各种制度障碍,需要从制度结构、制度效应和制度建设等方面创造良好的制度环境;需要更加关注民生性财政支出的“公平性”;通过协同创新来促进当代的科技创新等。

第四,更加注重经济政策的实践应用研究,聚焦于许多关系国计民生实际问题的研究,体现了上海经济学者理论联系实践、求真务实的学风。我国目前迫切需要解决的问题,包括保障性住房模式的选择问题、农业规模化经营问题、农民工教育问题、政府采购 PPP 项目问题等,需要经济学者不断进行探索,为解决国计民生问题贡献自己的智慧。

回望过去,2016 年上海市经济学会学术硕果累累,出版学术著作,举办各种学术讲座、报告会,同有关省市兄弟学会、国内著名经济学家以及国外来访学者进行学术交流,承接研究课题,获评上海市“优秀组织奖”。展望未来,上海市经济学会一方面将继续发挥自身的学术平台和学术引领职能;另一方面,将继续吸收中青年会员和企事业单位会员,进一步充实基础理论、应用理论及各专业委员会的研究力量,为世界经济治理、为中国和上海的经济发展和为经济科学的发展创新作出更大的贡献。

干春晖

2016 年 12 月 10 日

目 录

经济学理论与创新研究

创新驱动与服务经济发展	周振华(3)
政府与市场关系的历史演变	袁恩桢(9)
中国新供给经济学	肖 林(16)
科学认识股份制的性质、功能和作用	顾钰民(22)
为自由而规制	陈 宪(28)
初级阶段的两重性特点与中国特色社会主义政治经济学的发展和创新	陈承明(35)
从经济增长方式转变到发展新理念	
——习近平发展思想初探	董瑞华(40)
劳动、价值和效率	冯金华(47)
迎接马克思主义政治经济学的又一个春天	
——学习习近平总书记关于政治经济学讲话的一点体会	黄文忠(59)
慈善捐赠与企业绩效的倒 U 型关系研究	
——基于内生性视角的经验分析	江若尘 马来坤 郑 玲(64)
诚信环境、制度依赖度与产业的比较优势	葛 鹏 魏婧恬 王 健(73)

上海创新驱动转型发展研究

国家战略与国家试验	
——中国(上海)自由贸易试验区三周年成效、经验与展望	肖 林(85)
中国(上海)自由贸易试验区的发展现状与思考	沈开艳 徐 琳(90)
外国投资法:自贸试验区下一步改革开放的新标杆	石良平 姚 磊(99)
五大发展新理念与加快上海市场体系建设	许学武(108)
上海产业园区管理体制和开发机制创新研究	张永岳 张传勇 宋艳娇(116)

建设全球科技创新中心:上海的历史积淀与现实条件	杨常胜(131)
-------------------------------	----------

经济发展与改革开放研究

全球经济治理与中国方案	权 衡(137)
产业升级的制度环境	王国平(142)
新常态下中国经济转型与产业升级	千春晖(149)
科技协同创新:长三角的必由之路	鞠立新(158)
长三角辐射引领长江经济带协调发展机制研究	傅尔基(164)
两次金融危机后我国财政支出结构对居民消费率影响的比较分析	刘江会 董 雯 彭润中(172)
跨境资本交易税:与资本项目可兑换相适应的管理工具	唐珏岚(180)
中国经济未来发展趋势 ——基于生物经济研究文献的分析	周肇光(186)
加快实现中国特色新型农业现代化的思考	孙仲彝(194)
海峡两岸服务业竞争力实证分析及合作前景	张鹏飞(200)

经济政策研究

技能积累、财政政策与工薪差距	殷德生 唐海燕 王奕鋆(211)
创建中国特色农村集体经济组织构想	陈伯庚(226)
推动供给侧结构性改革的土地制度创新路径	卢为民(234)
混合所有制经济体条件下政府采购 PPP 项目的法律释疑和操作探索	金 彤(244)
解决农民工住房问题的前提条件与根本途径	孟 星(249)
农民工教育收益率的代际分化特征 ——一个细致的考察	张锦华 王雅丽 伍山林(255)
关于我国住房保障模式的选择 ——基于委托代理理论分析	刘正才(268)
农业适度规模经营:论争、政策与实践探索	祝华军(275)
政策不确定性对企业投资的异质性影响	吴一平 尹 华(280)
学术活动综述选刊	(289)
第十一届上海青年经济学者论坛获奖名单	(307)

经济学理论与创新研究

创新驱动与服务经济发展

周振华

(上海市经济学会会长)

目前我国正进入重大经济转型期,经济发展面临许多新情况和新问题,最主要的就是经济发展进入新常态,其中一个突出标志是中国正在进入服务经济时代。在服务经济时代,创新驱动将显得十分重要,是克服和解决服务部门“成本病”,提高服务部门比较劳动生产率的主要途径和手段。

一、服务创新的指向性和实际效应

我们倡导创新发展理念,让创新在全社会蔚然成风,但必须明确:创新驱动是有明显指向性和目的性的,即为了解放和促进生产力发展,提高生产率和效益,促进协调性发展、包容性发展、可持续发展、发挥先发优势的引领性发展。也就是,把发展置于创新的基石上,以创新驱动发展,而不是为创新而创新。这种指向性应该成为创新活动的基本准则和创新成效的衡量标准。

当前我国进入服务经济时代,作为一种重大结构性转换,将面临鲍莫尔称之为服务部门“成本病”的瓶颈制约,即服务业比重居高而其部门比较劳动生产率较低,导致经济增长收敛于较低水平。因此,我们不能只看服务业比重的提高,而忽视了产业结构虚高度化问题。遵循问题导向、需求导向的原则,我们要针对当前迫切需要解决的劳动生产率趋于低下的实际问题进行创新,谨防形式主义、贴标签以及“假大空”的所谓“创新”,力求创新实效,真正让创新成为发展方式转变、社会经济健康发展的驱动力,成为促进服务经济发展的关键。

当然,服务经济发展中的创新驱动,并不仅仅指服务创新,也包括制造业技术创新。而且,服务创新应是更多技术运用的创新,制造业技术创新是服务创新的基础。从这一意义上讲,解决服务部门“成本病”问题,需要整个社会的创新驱动。然而,最直接的作用和影响是服务创新。服务经济发展中的创新驱动,将给服务生产与消费带来一系列重大变化,有些甚至是突破性的变革,因此,人们越来越重视服务创新本身以及服务创新对其他产业部门创新的重要推动作用,服务创新的重要性得到越来越多的认同,并被上升到经济发展战略的层次上加以认识。自 20 世纪 90 年代以来,发达国家普遍加大了服务的 R&D 投入,服务业研发活动和投资急剧增长。与此同

时,服务业投入中无形资产比重增长迅速,更多地投向数据库及信息数据、研发、培训、品牌、机构等方面。

实践证明,发达国家通过服务创新确实提高了服务部门的劳动生产率,有些服务部门的劳动生产率已达到与制造业部门差不多的水平。更为重要的是,服务创新不仅提升服务部门的劳动生产率水平,而且对整个经济系统有较大的溢出效应。因为服务本身提供了经济系统运行的“润滑剂”,许多服务创新效应并不体现在自身服务部门,而是体现在经济系统运作效率提高上。然而,这种溢出效应不被人们直接感知,也很难在统计上得到反映。所以,人们常常被服务创新的成效所困惑,似乎并没有看到服务创新带来服务部门劳动生产率提高,甚至反而更为下降。例如,电子商务带来大量基于人力的“快递”业务,就流通部门来讲,似乎并没有提高劳动生产率。又如,微信等信息化手段,似乎也不能替代面对面接触交流,反而因大量“垃圾”信息而影响工作效率。我们并不否认服务创新也可能带来一些负面效应,但更要研究与考察其正面效应。这正是我们创新研究和经济研究中所缺乏的。

在我们大量的创新研究中,大都基于制造部门的技术创新,其创新效应是直接在生产过程中体现出来的,即减少了劳动力使用,提高了劳动生产率,或降低了成本,提高了效益。然而,服务的生产过程同时也是消费过程,服务创新带来的一系列效应将同时体现在生产端与消费端,可能更多体现在消费端而不是生产端。因此,服务创新效应也许不直接在生产过程中体现,即没有表现为服务提供商(生产端)的劳动生产率提高,但在同步进行的消费过程中体现,即表现为消费者的消费使用率提高,如便利快捷、省心省力、安全放心的消费等。这种消费使用率的提高,意味着消费者的自我服务的劳动节约、时间节省、效用提高,从而获得更多可支配的闲暇,降低时间的机会成本。从这一意义上讲,服务创新将更多地带来全社会的消费使用率提高。

如果说劳动生产率提高促进经济增长,意味着社会财富增加,那么这种消费使用率提高对经济增长及社会财富创造将产生什么样的影响是需要深入研究的。这种消费使用率提高导致闲暇的增加,不属于收入效应,也不一定呈现劳动对闲暇的替代效应。它既是自由物品又是经济物品,视具体条件而定。然而,即使这种增加的闲暇不存在劳动的替代效应(实际上是不可能的),也一定存在消费的替代效应,即有更多的时间用来消费。显然,消费增加对经济增长具有拉动作用。更深远的,是闲暇对广义人力资本的影响,即促进人类心智的提高,从而在供给侧发挥对经济增长的巨大作用。当然,这只是一个假设,有待于验证。

二、追求有效率的服务创新

成功的创新无疑有巨大的收益,但创新也是有成本的,特别是“毁灭性”创新需要投入更大成本。更何况,并不是所有创新活动都能成功的。因此,在服务经济的创新驱动中要追求有效率的创新。

这种有效率的创新,首先源于对发展规律的尊重,准确把握服务创新的特殊性。服务创新是一种“供应商技术主导型”的创新,不能简单地用制造业创新的“技术方法”来观察和衡量,而要全面认识和深入理解其内涵及其特性。尽管现代信息技术运用从根本上解决了服务活动最为依赖

的信息、知识处理与传递问题,从而引起一系列服务方式变化,但并没有由此而改变服务基本特性,即服务是一种标准、一种概念、一种过程。服务在本质上作为一个过程,而且是一个众多外部与内部行为者交互作用的“合作生产”过程,更多的是一个非标准化的、较大随机性的“合作生产”过程,内在规定了现代信息技术运用主导的服务创新,具有不同于一般实物产品及其技术创新的独特性质。

当服务创新发生时,既是产品的改变,同时也是过程的改变,很难在产品创新和过程创新中划出一条明显的界限。因此,服务创新作为一种过程性活动,很大程度上是一种“概念化创新”,其更多是一种需求方现象,其顾客导向性及其互动性非常明显。特别在那些不具有明显有形特性或容易被竞争者产品替代的服务中,服务提供者与顾客间的界面就显得更为重要。若没有客户的参与,或客户不满意,服务创新都很难完成。这种基于顾客导向及其互动的服务创新,关键在于形成服务企业与顾客间的合作创新界面。任何一种新服务的概念创新,势必要求服务提供者和顾客接受者交互作用方式的改变,构建新的交互界面。也就是,服务提供者与顾客间的交流和相互作用的界面,已成为服务创新的一个主要来源,并演变为整个服务业创新的普遍现象。为此,必须是通过对市场需求的扫描和分析来发现与挖掘创新来源,特别是掌握潜在顾客是谁、在哪里,并与顾客进行有效的交流与沟通,针对顾客的偏好和需求采取适当的交流方式,更多投资于顾客关系建设,不断开发新的顾客交互作用方式。那些脱离市场变化、顾客要求以及竞争者行为,只是简单“批发”、套用服务新概念,或凭主观想象力和所谓“创意”提出服务新概念,以及过度开发新服务概念,并不表现为服务创新的内部与外部的交互作用的复杂过程,难以取得应有的成效。

其次,追求有效率的创新,要注重形成和培育创新的基础条件和能力,掌握创新的技能和专业知识,注重系统性创新方式,形成有机连接的创新作用机制。由于服务生产与消费的特殊性,服务企业的员工大多是直接面对顾客的,因此“服务传递系统”的核心要素是企业员工的能力与作用。服务企业的员工可以根据自己的专业知识和经验,通过与顾客的紧密接触而主动发现新问题、激发产生大量创新思想并付诸实施,实际上扮演着“内部企业家”的角色,在服务创新过程中具有独特关键的作用,是一种有价值的内部驱动力。由于服务创新过程通常是一个松散连续的过程,所以要通过合适的组织安排、管理和协调,同时给予员工适度的自主权,确保企业员工有效地发挥作用,完成工作并开发和提供创新服务产品。同时,经理和员工以正式与非正式的方式参与到交互作用之中,形成一个集体性的、非系统性的创新过程。所谓的组织创新无非是为了提供创新性服务和提高服务效率而改变其组织结构或者是设计新的组织结构,以便增强员工的业务能力和技巧,更好发挥员工的创造性。与此同时,这也取决于顾客能力。因为创新服务的流动,会受到顾客使用新服务能力的限制。总之,与顾客交互作用及其顾客能力对创新的成功有重要影响。正如 Keegan 和 Turner 指出,推动创新首要的是对市场的关注,以及通过教育和帮助加强用户参与。^①另外,制度环境的变化对服务企业创新活动的影响,通常比制造企业更大。服务

① Anne Keegan, J. Rodney Turner, “The Management of Innovation in Project-Based Firms”, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630102000699>.

创新环境的改善,将促进服务创新过程的系统一体化与扩展的网络化,进而促进创新效率提升。

再则,追求有效率的创新,要促进不同服务创新之间的相互依赖、相互促进,充分发挥创新集群效应。服务创新是一个过程,其中既有革命性的变革、结构性框架的改变,也有渐进式的改进、原有框架下的边际改善。在创新发展中,我们不能顾此失彼,特别是一味追求重大变革的创新,而忽视广泛存在边际性创新。一般来讲,重大变革的创新往往要在具备了一系列新条件的情况下才会发生。但由于现实中存在着路径依赖,所以大量存在的是渐进式改进、原有框架下边际改善的创新活动。这些创新活动不仅有助于连续不断地促进发展方式转变,而且也为革命性变革的创新积累基础和创造条件。因此我们在创新策略上要把两者有机结合起来,既要积极培育新条件促进革命性变革的创新,又要大力鼓励渐进式、边际改善的创新,并形成两者的联动机制。同时,要充分发挥服务创新的溢出性,构建服务创新有效传播渠道,积极推进服务创新扩散,促进服务创新成果收益最大化。

最后,追求有效率的创新,要加大知识产权保护。服务创新虽然绝大部分是“供应商技术主导型”的创新,但也需要有大量的投入,而且是积累性的投入,特别是智力投入,创新过程也是十分艰难的。然而,服务创新形成的新业态和新的商业模式等,却是最容易被模仿和复制。创新投入得不到相应收益的回报,就会失去创新动力。另外,也会在社会上滋生大量机会主义倾向,削弱服务创新的动力。因此,服务创新成果的知识产权保护是一个激励创新的重要制度安排。但针对服务创新成果的知识产权保护要有特殊的机制设计,现有的保护机制难以适应。同时,这也给服务创新本身提出了新课题,即如何设计具有核心竞争力的服务创新,使他人难以简单复制与模仿。

三、服务创新模式发展取向

以新的技术机会(现代信息技术运用)为基础的服务创新,同时又作为一种需求方现象,就决定了其创新过程更具复杂性,主要体现在实施过程的灵活性上,并由此带来服务创新形式及其成果的多样性,或是新服务产品的创新、新知识和信息的产生、新的解决方案和新途径;或是服务员工的新行为方式、新的组织形式、新的市场创造等。因此,服务创新的新颖度范围很广泛,不仅包括全新服务的重大创新、引入新服务的创始业务和模仿创新等明显变化,也包括现有服务扩展、服务改进、服务风格和形式变化等程度较小、渐进性的变化。但我们同时要看到,尽管服务创新范围较为宽广,但很多服务创新是根据顾客需求及本企业特点开发的,经常是针对客户问题的一种解决方案和办法,具有较强的针对性和特殊性,甚至这种变化只是偶然性的随机现象而不是持久的可重复变化,因此除了通用性较强的新型服务模式或新型业态外,大部分服务创新具有较强的异质性,难以在整个部门内得以扩散。这就决定了服务企业为应对激烈竞争环境必须不断更新和改进服务概念或服务提交系统,从而使服务创新成为服务运管管理的核心。

服务创新模式作为一种基于服务创新活动的抽象范式,具有相对稳定的共性。一般来说,具有创新意识的服务企业通常会把创新目标纳入正式的战略规划中,并形成针对创新活动的管理

概念。与此相配合,自觉遵循外部制度环境和社会一般规则、惯例的演变规律和趋势,包括政治环境、管制规则等变化,按照其服务专业(如律师、医疗、金融、交通)中的一般性知识、基本方法和行为准则,针对市场需求作出积极反应,对竞争者的服务创新进行学习与模仿、再创新,充分利用相关管理部门的激励机制(如公共部门购买服务)及其提供的服务(如知识传播以及培训等),通过对组织的变革、新市场的开发、运作和传递过程的改进而促使创新发生。然而,置于一定时空之中的服务创新会呈现出不同类型,是动态变化的,特别在新的环境条件下,服务创新模式具有明显的发展取向性。

服务创新在内容结构上可分为两类:根本创新和附加创新。前者是对核心服务进行重大创新,使整个服务的性质、特征和功能都发生变化,形成了顾客以前无法获得的服务或新的服务传递系统;后者只是外围服务发生变化,是对已有服务的改进。目前,在服务信息化和服务标准化日益推进的情况下,通过附加服务创新不断走向根本服务创新的动态服务创新模式越来越普遍化,成为一个重要发展取向。从附加服务创新不断走向根本服务创新的关键,在于提高技术化与标准化水平,两者缺一不可。如果只是提高标准化水平而缺乏技术激活或技术水平低下,那么就难以形成新的服务,不过是在相关的服务范围内通过市场细分而增加服务创新内容而已。如果只是提高技术化水平而服务标准化水平低下,虽然可能形成新的“自助服务”类型,但往往导致服务质量不稳定,事实上也会使技术运用受到较大限制。因此,只有同时增大技术化倾向与提高标准化水平并使这两种“力”的合成驱动,才能走向根本服务创新,即不仅有根据不同类型客户和复杂的适用领域而设计出与竞争对手不同的服务产品的专门化创新,而且有引入新的流程创新或对原有流程根本性改进的创新,还有引入一些市场尚未定义的新服务、非差异化的功能性创新等,改变过去长期滞留于外围服务创新从而呈现附加创新较强、根本创新较弱的局面。

其次,有组织的战略创新模式也正成为一个重要发展取向。过去,有相当部分服务企业虽然有创新的意识和意愿,但缺乏明确的促进创新的战略引领,大都依赖作为个体的员工及其经验积累进行自发性的服务创新。由于缺乏战略和管理的指引,往往导致整个创新过程存在一定的混乱和低效率,并且存在不能完成整个创新过程的风险。现在,越来越多的服务企业认识到采取“有组织的战略创新模式”的重要性和必要性,开始从战略和管理上对创新活动进行调节和引导,从而使服务创新活动变得越来越系统化和正式化。在这个相当系统的创新模式中,战略和管理起着主导作用,特别是作为创新活动指导框架的战略,不仅使管理层可以进行科学决策,也使所有员工都参与到该战略活动中,激发员工的创新灵感。从某种意义上讲,遵循这种模式的创新过程会成为一种均衡的“企业家创新过程”。与此相适应,企业内部组织结构是有充分弹性的,更注重创新过程中的学习和知识积累,采取有效措施来促进隐性知识的解码和可复制性,在所有部门中实现知识共享,以促进服务创新的开展。

尽管服务与实物产品有很大的不同,但从满足消费者多样化与综合化需求来讲,企业对服务与实物产品的提供可以说是一个连续谱或连续体。因此随着消费需求多样化与综合化的发展,服务与产品组合式创新模式也日益成为一种发展取向。这种创新模式以消费者需求为驱动力,通过提供多种产品与服务的组合来设计一套完整的服务与解决方案,重点考虑的是其产品与服

务的组合将适合整个解决方案链条中的哪一个环节,甚至要跨越整个产业链来寻找解决用户主要问题的答案。为此,它必须通过有效的市场调查,深入研究消费者以便确定和理解其消费需求,然后尽情发挥想象力,通过融合不同商品与服务以满足其需求,并借助于信息网络和信息化手段,通过与产品供应商和维修服务商等建立紧密的合作关系,实行跨企业、跨产业的产品与服务的组合。显然,这与仅从企业角度出发简单捆绑自身所能提供产品或服务的销售策略有着本质的区别。它在更大范围内打破原来的产业链体系,重构新的价值创造网络,创造出更多新服务和服务消费方式。因为,它不仅仅是增强提供产品和服务的能力,使消费者能够获得物美价廉的产品和服务,还包括为消费者提供解决方案的创新体验,并且将其融入人们生活方式的能力。

在信息化大力支撑下,服务网络创新模式也正在不断兴起,特别在旅游业和某些金融集团中经常采取这一创新模式。这种服务网络创新模式是由很多服务企业联合形成一个共同的网络企业来进行创新,是服务企业将创新活动及其与行为者和轨道的关系置于专业化创新组织中的模式。这一网络企业实质上是一个专业化创新组织,原则上应设有自己专门的 R&D 部门,代表网络中的成员企业进行创新。它从事的服务创新是以网络成员企业(即客户)需求为导向的,为其所用的,或者诱发成员企业的创新,所以只与成员企业发生相互作用,而不是直接面向顾客或供应商的。这种服务网络创新模式代表着服务创新的一个发展方向,具有较大的潜力。

从未来发展要求看,可持续服务创新模式也将成为一种发展取向。服务的生产与消费也是建立在相应物质条件基础上的,许多服务的生产、传递同样伴随相应物质消耗,不少服务消费也要借助于相应的物质消耗。随着生态环境保护意识的增强,人们越来越认识到服务生产与消费中的生态环境保护的必要性和重要性,进一步提出了可持续服务创新(Service Innovation for Sustainability,简称 SIS)的理念,主要是指运用可持续发展的观点来指导企业的服务经营活动,在服务开发设计和服务生产过程中要综合考虑企业利益、社会利益和环境利益,强调在保护环境质量的前提下提供最大限度满足顾客需求的服务。为此,在服务的开发设计与生产上综合考虑环境的因素,尽量提供符合消费者需求的“绿色服务”;通过新的服务方式,如电子传递的方式等,尽量减少服务传递给消费者的过程中涉及的不同种类和数量的实物消耗;通过提高质量或延长效应的服务来满足消费者的连续需求,从而减少消费对环境的影响;通过一种激励机制提供产品共享服务来提高产品的利用率,达到保护环境的目的;针对某些特殊产品由其特殊性能及消费者的不当使用或低效使用所造成对环境的影响,为消费者提供一种“全程服务”的解决方案;在确保不降低服务标准的前提下,尽可能实施再使用和循环使用以实现物质耗费减量化;在服务过程中,尽量采用对环境污染少或可以再生利用的物品作为某些物品的替代物等。

政府与市场关系的历史演变

袁恩桢

(上海社会科学院)

一、改革就是要确立市场在资源配置中的决定作用

计划经济思路的萌芽,当算 19 世纪初西欧几位著名的空想社会主义者。尽管资本主义经济周期性的经济危机还没有完全显现,但竞争与生产无政府状态的现实,已使圣西门构想未来社会的计划性:“主要的措施都以制定明确的和配合得十分合理的工作计划为目的。所计划的工作都是社会为了改进它的全体成员在政治和道德方面的处境而应当实施的”^①。从这点出发,圣西门把他所构想的新社会制度称为“协作制”。傅立叶构想的“法朗吉”,欧文的“公社”,也都是以社会内部的计划性为特点。

完整的计划经济设想,是由马克思和恩格斯所提出。在他们合写的《德意志意识形态》一书中已经指出:“随着基础、即私有制的消灭,随着对生产进行共产主义的调节(这种调节消灭人们对于自己产品的异化关系),供求关系的统治也将消失,人们将使交换、生产及其相互关系的方式重新受自己的支配。”^②恩格斯在《反杜林论》一书中更是明确指出:“当人们按照今天的生产力终于被认识了的本性来对待这种生产力的时候,社会的生产无政府状态就让位于按照社会总体和每个成员的需要对生产进行的社会有计划的调节。”^③

斯大林则把马恩的计划经济构想付于实践,并把有计划按比例发展称作社会主义特有的经济规律。20 世纪 50 年代后的中国,更是把计划经济实践引向极端,以取缔商品与市场因素的大一统计划经济体制,压抑了整个社会的活力,导致了国贫民穷的严重灾祸。

社会主义建设实践中的严重教训,使人们反思社会的一个基本常识:一个人口大国,如此庞大的社会经济总量与纷繁复杂的社会需要,绝不是靠一个中央计划所能驾驭得了;再加上多层次生产力和多元经济利益主体存在,不能不需要商品与市场关系的调节。这就是为什么中国的改

① 《〈论旁波王朝和斯图亚特王朝〉的确续篇》,《圣西门选集》下卷,商务印书馆 1962 年版,第 65 页。

② 《马克思恩格斯选集》第 1 卷,人民出版社 1966 年版,第 39 页。

③ 《马克思恩格斯文集》第 9 卷,人民出版社 2009 年版,第 296 页。

革一开始就以市场为导向,以发挥市场在资源配置中的决定性作用为目标。但市场改革的实践与认识也是一步步地向前推进。

上世纪70年代末,伴随农村“大包干”而来的提高农副产品收购价格的改革,还仅仅是在计划价格体系内作一些市场化的修正,即缩小计划价格体系中的工农业产品价格“剪刀差”。随后,在农村的计划收购产品之外,允许一部分农副产品以市场价进入市场销售,在城市也允许在统购统销产品之外,有一部分自销产品,按市场价自由进入市场。此后,双轨制价格逐渐向单一的市场价靠拢,前后费时十余年之多,其目的是为了使得市场价格在资源配置中起更大的作用。

要使市场在资源配置中发挥更大的作用,除了价格本身通过改革真正成为价值的外在体现以外,还得由各经济运行主体真正成为自主的主体为条件,否则,价格等市场信号发挥不了应有的调节作用。因而,除了价格改革这一面以外,我们在市场主体的恢复与塑造方面花了更大的力气。

农村家庭联产承包制即“大包干”,否定了“一大二公”的人民公社体制,其实质是恢复了农民家庭在市场中的经营主体地位。城市的国有企业改革,更是以使国有企业摆脱行政束缚而成为“自主经营、自负盈亏、自我发展、自我制约”的市场主体为目标。

居民个人经济地位的解放,也是塑造市场主体的一个重要方面。在计划经济体制下,居民消费是处于一种“喂食”式的地位,长期的凭票限量供应,只能是给你什么你就消费什么,更不能有其他经济行为。改革使广大城乡居民真正成为自主的消费者,并且还拥有了投资等经济职能。

其实,改革所塑造的市场主体远不止是企业与个人。财税体制、外贸体制等改革,把地方政府也推上了准市场主体的轨道。在这些改革中,地方有了自己的经济职责与经济利益,形成了促进地方经济发展的强大动力。

由于计划经济体制的制度与意识的根深蒂固,从而无论是实践还是认识,确立市场在资源配置中的决定性作用,都有一个过程。

早在1956年中共八大会议上,陈云提出“计划生产是工农业生产的主体,按照市场变化而在国家计划许可范围内的自由生产是计划生产的补充”的主张^①。这是在全行业公私合营之后,在大一统的计划经济体制中,建议留出一个市场的缺口。同年,孙冶方在《经济研究》上发表《把计划与统计建筑在价值规律基础上》一文,提出了价值与市场的基础性作用概念。孙冶方的名言“千规律,万规律,价值规律第一规律”,讲的也是有计划按比例发展规律与计划工作的实现,必须以价值规律为基础。市场在资源配置中起基础性的作用,既指价值规律在市场中的自发调节作用,也指政府的计划与宏观调控必须以价值规律为基础。

改革以后,特别是中共十四大明确提出“市场对资源配置起基础性的作用”以后,市场地位一直定位于资源配置的“基础性作用”上,后来的几次会议更是进一步用“更大程度上发挥”“从制度上更好发挥”“更大程度更广范围发挥”等强化语词,加重“基础性作用”的分量。但尽管如此,市场在资源配置中的“基础性作用”似乎仍难以完全落实。这是因为我国社会主义市场体制还只是

^① 《陈云文选》第三卷,人民出版社1986年版,第13页。