

日 山 编

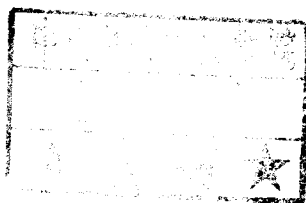
著名企业家 论社会主义 市场经济

人 民 出 版 社

F123.13
15
88627

著名企业家 论社会主义 市场经济

日 山 编



人 人 出 版 社

责任编辑 郭 萍

装帧设计 尹凤阁

版式设计 史 伟

图书在版编目(CIP)数据

著名企业家论社会主义市场经济/日 山编

-北京:人民出版社, 1994. 1

ISBN 7-01-001902-9

I. 著…

II. 日…

III. ①社会主义市场经济: 市场经济: 企业经济

②市场经济: 社会主义经济: 企业经济

③企业经济: 社会主义经济: 市场经济

IV. F 270

著名企业家论社会主义市场经济

日 山编

ZHUMING QIYIEJIA LUN SHEHUIZHUYI SHICHANG JINGJI

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京新华印刷厂印刷 新华书店经销

1994 年 3 月第 1 版 1994 年 3 月北京第 1 次印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张 9.875

字数: 200 千字 印数: 1—6000 册

定价: 10.50 元

前 记

《著名学者论社会主义市场经济》及其《续编》出版后，受到了广大读者的热情肯定和欢迎。《著名学者论社会主义市场经济》一书，还被《经济日报》评为1992年“十佳经济读物”第一名。这当然表明了广大群众对社会主义市场经济理论研究的大力支持。

为了从理论与实践的结合上进一步探索如何发展社会主义市场经济这一重大课题，在人民出版社领导和编辑同志富有远见、齐心协力的支持下，又编辑了这本《著名企业家论社会主义市场经济》。

近两年来，我越来越强烈地感觉到，在经济理论研究、特别是市场经济理论研究中，倾听企业家们实践的呼声，细密地分析和研究企业在开拓市场中层出不穷的新情况、新矛盾和新问题，是极为重要的，是理论研究深化和拓展的必要条件。据我所知，有些市场经济理论研讨会之所以开得有成效，反映较好，就是因为实现了理论研究人员、政府机构人员与企业家的对话，做到了理论与实践的紧密结合。例如，1992年10月，在广东省惠州市大亚湾召开的经济发展战略研讨会；1993年2月底，在深圳市召开的如何向社会主义市场经济过渡的研讨会；1993年5月初，在广东省南海市召开的市场经济与产权制度改革

革研讨会；1993年5月下旬在北京，由中国市场经济研究会召开的市场经济学术讨论会，等等。

这些研讨会，探讨的问题比较具体、深入，而且提出了许多对策性意见，并不停留在一般性的原则论述上，普遍受到好评，其原因当然是多方面的，但其中一个重要方面，就是企业家们提出了许多经济运作中的实际问题。这些实际问题，催促着理论研究的拓展和深化。其实，这也是合乎规律的事情，因为理论从来是在实践中产生和发展的，从来是由实践赋予活力的。这是科学的认识论，也是全部人类文明史、认识史所反复证明了的。

我和人民出版社编辑部的同志，同参加本书各篇撰稿的企业家们，大都素不相识。但他们对发展社会主义市场经济所做出的积极贡献，是令人感动的。

企业家的文章有的从自身的体会阐述了社会主义市场经济的理论问题；有的从加强企业管理，提高产品竞争能力方面探讨了如何适应市场经济的新要求；有的从本企业的发展论述了如何走向市场；有的立足于市场经济条件下，提出了本行业今后如何发展的新见解；有的从思想建设方面提出了市场经济条件下如何抓好精神文明的问题。因此，本书按照文章内容作了大致的编排。文章的内容生动具体，密切联系了企业的实践，给人以深刻的启迪。这里要特别感谢山西省体改委主任吕日周同志、云南楚雄州委书记王天玺同志，他们以推动建设有中国特色社会主义宏伟大业的饱满热情和强烈责任感，积极推荐稿件，支持关心我们中华民族振兴的社会主义市场经济理论的研究和宣传工作。这是令人敬佩的。我总觉得，他们在改革实践中的奋力进取精神具有强大的感染力。正是这种感染力，驱使着我

尽力为社会主义市场经济理论的建设做点工作。这点工作，当然是初步的，是微乎其微的。书中论述，都是企业家们的一家之言。如有什么不妥之处，当请读者纠正。

日 山

1993 年 6 月 18 日

目 录

前 记.....	(1)
刘 洪：质量效益型战略是企业 在市场竞争中取胜的法宝.....	(1)
周冠五：关于社会主义市场经济的几个问题	(20)
刘 琰：社会主义市场经济理论 是对马克思主义的新发展	(34)
易继纯：按社会主义市场经济目标进行改革 是国营大中型企业发展的动力	(45)
应治邦：大企业是中国市场经济的中坚	(56)
王遂舟：企业走向市场要解决的四个问题	(66)
刘海明：实行优质服务 坚持科学管理	(76)
胡新华：创建适应社会主义市场经济的 企业管理体制	(84)
常贵明：在市场竞争中实现整体优化	(96)
梁文海：超越一步天地宽.....	(111)
曹在堂：实施外向竞争战略 加速企业发展.....	(122)
于志安：顺应规律 竞争取胜.....	(130)
王 权：人才是市场竞争取胜的法宝.....	(142)
傅本一：市场经济下企业发展的必由之路.....	(151)

2524/12

王云峰：建立新机制 走向大市场·····	(161)
张兴让：我们是如何进入市场的·····	(168)
郝亚洲：谈乡镇企业如何进入市场经济·····	(176)
赵希友：在市场经济的海洋中发展壮大·····	(179)
毛冬声：我的八大市场观——置身商海论市场·····	(186)
何金成：物资企业必须塑造市场主体·····	(196)
闫月新：依靠科技进步 占领水泥市场·····	(206)
翟新华：农村——中国市场经济之源·····	(215)
乌力吉：电力先行与市场经济——从“投入产出 承包”看电力体制改革的方向·····	(221)
张小可：关于市场经济条件下 中国旅游业发展的思考·····	(233)
陈亚民：市场经济与证券市场发展·····	(245)
黄永良：抓住机遇 实现信息开发 与市场经济的接轨·····	(253)
胡 钢：以企业文化为灵魂 适应中国特色市场经济的发展·····	(263)
丁明初：发展社会主义市场经济 与弘扬服务精神·····	(272)
刘克敏：搞好市场经济的关键在于 思想认识与市场经济规律接轨·····	(286)
附 录：	
日 山：重论研究市场经济模式的文化背景和 价值观念的问题——从莱斯特·瑟罗的 《21 世纪的角逐》说开去·····	(295)

质量效益型战略是企业 在市场竞争中取胜的法宝

刘 淇

党的十四大明确提出，在本世纪末初步建立起社会主义市场经济的新经济体制。这是深化改革开放，加快社会主义现代化建设步伐，夺取建设有中国特色社会主义事业更大胜利的必由之路。

包括国有企业在内的所有企业，不管其意愿如何，都将被推向市场并参与竞争，接受社会主义市场经济的检验和考验。这是大势所趋，势在必行。特别值得提出的是：在以优胜劣汰为原则的市场竞争中，如不采取正确的经营发展战略以图长足发展的企业，便会在市场竞争中受挫，甚至会被淹没在市场经济的汪洋大海之中，这绝不是什么危言耸听。

一、以质量求效益是市场经济的本质要求

企业是市场和市场竞争的主体。社会主义市场经济能否尽快形成和健康发展，在党和国家作出决策和提供政策之后，企业的态度，即企业生产经营者对发展社会主义市场经济和如何进入市场的态度，便成为关键的问题。

在建立和发展社会主义市场经济的改革大潮中，如果说武钢能以比较积极而稳健的步伐进入市场，并能在发展社会主义

市场经济中发挥自己应有作用、开创了新局面的话，那是因为武钢认真贯彻执行了党的十一届三中全会以来的路线、方针、政策，特别是在党的十四大精神指引下，对发展社会主义市场经济和以什么样的经营发展战略进入市场，从理论到实践，有了正确的认识、正确的态度和正确的措施。

去年，在邓小平同志南巡谈话精神的鼓舞下，武钢改革步伐显著加快，在先后召开党委工作会议和职工代表大会后，确定并实施了《武钢经济体制改革要点》，提出了“发展主体，放开经营，走向市场，壮大武钢，坚持两手抓”的改革开放总思路。在内部配套改革中，抓了进一步深化人事、劳动、分配制度改革；加强了对外的开放开发，确立了“两点三线”走向国内外市场的对外开放开发格局；放开了二级单位经营，大力发展多种经营。在深化改革开放走向市场方面，我们破除了“等、靠、要”和“一站、二看、三通过”的旧观念，树立起了与市场经济相适应的一系列新观念。在以什么样的姿态走向市场、投入竞争的问题上，自党的十一届三中全会以来，我们逐步树立了以质量为中心的经营指导思想，以质量求效益、求发展，走出了一条质量效益型的发展道路，受到国务院的充分肯定。在深化改革开放，加快社会主义现代化建设步伐的新的历史条件下，我们从实践中深深感到：继续坚持质量效益型的经营发展战略，是企业市场竞争中取胜的一切法宝，因为以质量求效益符合社会主义市场经济的本质要求。国内外发展市场经济的实践证明：企业不以质量求效益终将被激烈的市场竞争所淘汰。

为什么说以质量求效益是市场经济的本质要求？我们是从市场经济的理论与实践的结合上加深对这一问题的认识的。

国内外发展市场经济的实践说明，随着市场经济的发展，人

们的生产、经营、交换、分配、消费等一切经济活动和日常生活，无不与市场息息相关，体现了一切经济关系市场化，这是市场经济的一个最显著的特点。表明市场经济是一种强化市场机制和价值规律作用的、具有活力的经济，它必然驱动企业追求利润的最大化。

但是，究竟如何在市场竞争中去取得利润的最大化呢？在这一个关键性问题上，企业生产经营管理者的心态不同、实践不同，其结果也不同。这个问题，实际上就是以什么样的姿态，选择什么样的战略和措施进入市场，参与竞争。有些企业的生产经营管理者，在深化经济体制改革、加快步伐建立市场经济的潮流涌来时，缺乏深思熟虑，更谈不上深谋远虑。在追求利润最大化的驱动下，往往急功近利，只顾本企业眼前利益，不顾长远利益，更不顾及社会效益，不求质量、不讲信誉，甚至投国家市场法规不完备之机，粗制滥造，向市场抛出假冒伪劣产品。正是他们，使本来按市场经济要求，质量与效益统一的问题，不仅没有统一，反而变成了一对矛盾。同时，也从另外一个角度表明，他们对市场经济的本质还缺乏应有的认识。党和国家有关部门应加强对社会主义市场经济知识的宣传与教育，引导他们学习社会主义市场经济理论，认清社会主义市场经济的本质。以质量求效益就是社会主义市场经济的本质要求，为什么这样说呢？

首先，市场经济作为经济运转的手段，其运转的规律是价值规律，其运转的原则是等价交换，可见市场经济最讲究商品的“价值”和“价值量”。因为“价值”是各种商品能够互相交换的基础，在商品的交换或销售过程中，人们特别强调商品的使用价值，即物的“有用性”，没有价值的东西，或金玉其表，

败絮其中的假冒伪劣商品，迟早是要被发觉，被淘汰的，它们能行骗一时，但终将不能长久。因为商品的价值，是凝结在商品中的一般的、无差别的人类劳动，它是客观的，实在的，其价值量不因在商品交换或销售中的欺诈行为而改变。从生产关系的角度看问题，虽然市场经济的类型有资本主义市场经济与社会主义市场经济之分。但是，不论是何种类型的市场经济，都有市场经济共同质的规定性，表现在它们都讲商品的价值和使用价值，都按价值进行交换，并尽力使价格与价值相一致。以质量求效益，以质量求信誉，这些是市场经济的本质要求。在资本主义市场经济中，就竭力标榜“信誉第一”，而我们搞的是社会主义市场经济，更应该以质量求效益、求信誉，既取信于民，也取信于国际市场。

第二，市场机制驱动企业追求利润的最大化，作为市场和市场竞争主体的企业，在内外压力下，必然要参与激烈的市场竞争。这种竞争虽说是高度的自由竞争机制，但是，这种竞争苛求的不仅仅是“自由”，而且还有“平等”竞争的条件，“自由”有度，“平等”有法。也就是说，这种自由、平等的竞争条件往往是通过法制加以规定和保证的，而不是自由到可以为所欲为，无法无天，也不是仅仅是竞争者之间的简单契约。在自由竞争中，不求产品质量，并以产品的质量去求得信誉，必然造成竞争条件的不平等，引起强烈的社会反响。从表面上看，它虽然能得利于一时，但从市场经济运行的规律和本质要求看，从企业的长远利益上看，从广大消费者利益和所造成的社会影响及其结局看，这样的企业无异于自取灭亡，它们的行为实际上是杀鸡取蛋的短期行为，实不足取。

马克思曾经指出：“商品是天生的平等派”，那么市场自然

是天生平等派表演的大舞台，从某种意义上讲，也是我们企业生产经营管理者表演的大舞台。表演得如何，是好是差，广大的用户、消费者是最公正的评判者，凡是不讲产品质量和信誉的，甚至坑害用户和消费者的，无不因用户和消费者对其唾弃而被淘汰。事态严重者，还会因严重违法而被绳之以法，搞得身败名裂，得利一时而遗恨终生，切不可因小失大。

第三，市场经济的实践证明，只有确保消费者能购买到本企业质优、物美、价廉的产品时，本企业才能获得自身利益的最大化。因为产品的销售 and 价值的实现，要通过市场来进行，包括生产者、经营管理者、消费者在内的经济当事人的利益，也要通过市场和市场竞争来实现。

在社会主义市场经济下的平等竞争环境里，所有企业都处于同一起跑线上，企业生产者、经营管理者的利益的实现，不外乎取决于两个方面，一是商品能否卖出去；二是商品价格的高低。这两个方面都与企业的生产经营状况直接相关。它完全靠企业抓紧练“内功”，挖潜力，真抓实干，以质量效益，苦心经营，奋力拼搏得来的。而绝不是靠变戏法，搞投机，以自欺欺人，牺牲用户或消费者利益去侥幸取胜的。因此，每个企业在走进市场参与竞争的全过程中，都必须以正确的指导思想制订出关系自身兴衰成败的企业生产经营发展战略，它与生产者、经营管理者的切身利益息息相关。无数事实证明，企业只有以质量求效益，经济当事人才能实现自身利益的最大化。

第四，以质量求效益讲信誉，是以市场经济手段发展经济的所有国家社会文明程度的重要标志。

不同的社会制度，不同的国家，都有着标榜自己的物质文明、精神文明等发达程度的社会文明。尽管它们存在着千差万

别，甚至是质的区别和阶级性的存在。但是，也有其共同点。例如，大家都公认的或都共同遵守的社会公德，其中，讲信用或讲信誉，就是这样一种社会公德，它体现了人们所共同要求的求实精神。列宁曾经讲过，俄国人的胆略加美国人的求实精神，就是布尔什维克风格。求实精神并不只是在社会主义制度下才存在。以质量求效益讲信誉，它既标明市场经济的秩序如何，也标明一个社会的伦理道德状况。

有人把我国目前市场上出现的假冒伪劣产品等欺诈行为，说成是发展市场经济的必然，是受资本主义市场经济的影响，和资本主义早期发展市场经济一样。这种认识是片面的，假冒伪劣产品等欺诈行为并不选择社会制度，早已有之，并非今天发展社会主义市场经济才出现。从资本主义的发展史看，即使是在资本主义的自由竞争时期，其市场竞争，主要也是采取改进生产技术，提高劳动生产率，降低生产成本，提高产品质量，增加花色品种，还有加强对工人的剥削等手段来增强其竞争能力的。不以质量求效益，不讲信誉，在市场经济的正常秩序下，是没有市场的，是站不住脚的，不论是哪种社会制度下，在这个问题上都是一样的。因为他们的行为，都要受到市场经济的优胜劣汰规律的支配和制约，毫无例外。

在这一问题上特别值得指出的是，我们是在社会主义条件下发展市场经济，与资本主义制度相比，社会制度不同，生产目的不同，人与人，企业与企业之间的关系，应该是一种新型的社会关系。在建立和发展社会主义市场经济中，除了有竞争的一面，还应有团结互助的一面，是竞争而不是尔虞我诈，是团结互助而又不是刮“共产风”，搞“一平二调”。在社会主义条件下发展市场经济，应该搞得比资本主义市场经济更好，正

如江泽民同志在党的十四大报告中指出的：“我们相信，社会主义条件下的市场经济，应当也完全可能比资本主义条件下的市场经济运转得更好。”

上述四个方面的论述，说明一个很重要的问题，这就是以质量求效益是市场经济的本质要求。市场竞争最集中的表现是产品质量竞争，优质者胜，劣质者败，这是以市场经济为发展经济手段的所有不同社会制度国家都同样存在的不可抗拒的市场规律决定的。

二、质量效益型的道路是企业进入市场的成功之路

在深化改革开放，加快社会主义现代化建设步伐的新形势下，在激烈的市场竞争中，特别是在我国“复关”之后，我国的企业如何在国内外更为激烈的更为严峻的市场竞争中，不仅要立于不败之地，而且要取胜，这是我国每一个企业的生产经营管理者必须认真考虑并严肃回答的问题。

对于这一重大问题，也是我国社会主义现代化建设的崭新课题，我国改革开放和社会主义现代化建设的总设计师邓小平同志是深思熟虑的。在南巡谈话中，他指出：“只要是讲效益、讲质量，搞外向型经济，就没有什么可以担心的。”他的这段话，言简意赅，抓住了根本，高瞻远瞩，既是对十多年来改革开放实践经验总结得出的一个重要结论，也指出了我国所有企业走向市场投入竞争的正确道路。

对于邓小平同志的这段谈话，我们武钢的广大职工读后倍感亲切，虽然他并不是专指武钢而言，但是武钢在党的十一届三中全会以来，逐步树立以质量为中心的经营指导思想，走的

是一条质量效益型的发展道路。他的这段话，在我们看来，就是对我们所走道路的高度概括和充分肯定，使我们受到莫大的鼓舞。

党的十一届三中全会以来的十多年时间里，我们武钢在生产经营管理中，就是突出“讲效益、讲质量，搞外向型经济”，努力按国际标准进行生产，使自己的产品走进国际市场，我们制订的是：以质量求效益、求发展的“质量效益型”的经营发展战略，走的是一条“质量效益型”的发展道路。十多年来的实践证明并将继续证明，这是一条企业进入市场并在市场竞争中取胜的成功之路。

十多年来，我们武钢由于逐步走出并且坚持质量效益型的发展道路，主要产品质量稳定，提高率一直保持 100%。“七五”以来，自产钢的钢锭综合成材率年年保持在 86%，1992 年按国际标准生产的钢材产品产量的比例达到了 92.80%，其中按国际先进标准生产的钢材产品产量占总产量的比例达到 84.46%，都超过了计划值。按国外同类产品先进实物质量水平组织生产的品种达到 20 项，其产品产量达到钢材总量的 27.26%。经全体职工努力，其创优质产品 78 项，其中获国家优质奖金牌 4 枚，银牌 10 枚，部优产品 38 项，省优产品 13 项，市优产品 13 项。开发新产品 34 个系列、109 个品种。

1987 年以来，中质协曾先后四次组织全国用户对主要钢铁企业的产品质量和服务质量进行评议。第一次，武钢获服务质量第一，产品质量第二；第二次，武钢获产品质量第一，服务质量第二；第三次，武钢获产品质量、服务质量双第一；去年，接受国家和冶金部两级质检中心的钢材产品实物质量抽查，共抽查 12 个品种 28 批，合格率达 96.43%，并且获得全国名优产

品售后服务最佳企业称号。武钢正因为走了质量效益型发展道路，发挥了质量效益的优势进入市场参与竞争，所以历年来产品畅销，而且获得用户的普遍赞誉。

质量效益型的发展道路，使武钢得以自我改造、自我发展的能力大为增强。“六五”完成了钢铁“双四百”万吨配套改造，实现利税 40 亿元；“七五”实现了钢铁“双五百”万吨技术改造，实现利税 81 亿元，钢的生产能力比“六五”净增 100 万吨，实现利税比“六五”翻了一番。“六五”和“七五”，武钢的固定资产投资效率分别达到 2.4956 和 1.5536，在冶金系统“八大钢”中名列第二，十年实现利税总和 121 亿元，上缴国家 96 亿元，同时还新增固定资产 27 亿元，为国家作出了自己应有的贡献。

武钢十多年来坚持走质量效益型发展道路的实践所提供的事实，不难得出这样一个明确而深刻的结论：既然以质量求效益是市场经济的本质要求，那么质量效益型的道路必定是企业进入市场并在竞争中取胜的成功之路。

关于这一结论，不仅可以从武钢的实践获得，而且可以从国内外许多成功与失败的企业的正反面经验教训中获得，因此，这是一个带有普遍意义的结论。

为什么说质量效益型的道路是企业进入市场并在竞争中取胜的成功之路呢？我们在认清以质量求效益是市场经济本质要求的基础上，有必要进一步从理论与实践的结合上，在更广的范围内和更高的层次和更高的方位上进一步提高对这一结论的认识。

第一，综观国内外的市场竞争，特别是国际上激烈的市场竞争，主要还是产品质量的竞争，有作为的准备迎接国际市场