

奔向21 世纪的探索

BEN XIANG ERSHIYI SHI JI DE TAN SUO

黄旭东 主编

四川科学技术出版社

奔向21 世纪的探索

黄旭东 主编

四川科学技术出版社

奔向 21 世纪的探索

主 编 黄旭东
责任编辑 赵 钢 安小望 尧汝英
封面设计 黄旭东
版面设计 阴戈民
责任校对 郑 尧
责任出版 周红军
出版发行 四川科学技术出版社
成都盐道街 3 号 邮编 610012
开 本 850×1168 1/32
印张 17.5 字数 437 千
印 刷 南充日报印刷厂
版 次 1998 年 11 月成都第一版
印 次 1998 年 11 月第一次印刷
印 数 1—1000 册
定 价 53.00 元
ISBN 7-5364-3948-2/F·274

■本书如有缺损、破页、装订错误，请寄回印刷厂调换。

■如需购本书，请与本社邮购组联系。
地址/成都盐道街 3 号
邮编/610012

■ 版权所有·翻印必究 ■

试论知识产品的商品属性（代序）

刘茂才

世纪之交，知识经济正在引起人们的广泛关注与重视。相对于以土地资源为基础的“农业经济”，以原材料、能源为基础的“工业经济”，以知识为基础的“知识经济”则更强调“知识产品的生产、传播和使用”的重要性，知识及其积累的在经济活动中日益增长的重要作用，因此引起了人们的广泛关注和重视。“知识经济时代”的到来，将对社会领域的各个方面，诸如经济增长方式，经济体制和政治体制和政治，政府的职能与作用，人们的思维方式及其观点，产生深刻的影响。特别是知识产业、产品的认定及其属性，更是人们极为关心而又存在着分歧和论争的情况下，本文想就知识产品的属性问题，讲一点看法。

知识经济之所以被人们广泛关注，这是因为知识的“生产力，竞争力是决定经济成败的关键”这一重要功能日益增长的趋势，被越来越多的人理解和认同。知识在整个经济社会各个领域所创造的巨大经济价值、学术价值、社会导向价值，越来越被更多的人理解和认同。所以，知识作为一种进入经济活动的创新成果，就有一个知识产业和产品的概念问题。作为产业而论，最引人注意的就是文化产业，诸如出版业、报业等等，已经引起不少投资者重视。作为一种投资选择，有的投资者把第二产业获得的效益转向文化产业，如报业在海外就一直是投资者极为重视的投资选择。又如信息产业，更是现在日益被众多的投资者关注的产业。在中国有些信息产业是由政府控制的，如邮件、通讯等产业，但有些信息产业已进入竞争性的民营产业。知识产业，集中体现在知

识产品的分类认定上。一般分为四类：一是科研产品，包括著作、论文，它是狭义的知识产品；二是技术产品，这是最典型、最主要的产品；三是情报信息产品，诸如经济情报、科技情报、专利情报；四是文艺产品，包括各种表现形式的文艺作品。这四种类型的产品基本上都属于精神性产品，有别于物质产品以外还有大量的中介性产品。其实上述四类精神产品的生产和进入市场的转化过程中，都存在着一个互为中介的融合、渗透转化为物质产品的问题，因而也存在着一个精神产品向物质产品经过互为的中介的转化问题。诸如最近兴起的所谓借脑工程，点子公司，各种繁多的策划公司，它是通过对精神产品的理解吸收过程，进而为企业和社会发展的各种领域进行策划，进而通过已策划出的实施方案，进行实施转化为巨大的经济效益和社会效益。所以，知识产品虽然主要是精神产品，但它具有互为中介的转化性，这也是区别现代知识和传统知识的重要区别。因为传统的知识是和经济活动特别是和物质生产分离的，而现代知识则是和经济社会特别是物质产品的生产有着日益增长着的中介化趋势，也正是这一日益增长着的中介化趋势才有知识经济的兴起和发展的强劲势头。所以，讲知识经济一定要研究现代知识的特点，要有深刻的理解和要把握住现代知识的基本特征，才能深刻地理解知识经济和知识产品的属性。那么现代知识的主要特征是什么？如何理解和把握现代知识的最主要特征呢？

一、现代知识的主要特征

1. 现代知识与物质生产互为中介。知识产品的生产化的趋势日益增强，知识直接进入生产过程，出现了生产知识化和知识生产化的中介化趋势。生产现代化的进程日益增快，对知识现代化的要求日益增高，而且只有生产现代化与知识现代化的互为中介化，才有可能产生巨大的创造力，从而转化为促进经济繁荣和社会进步的巨大力量，创造优质价廉，适应社会主义市场需要，且

有强大竞争力的商品。知识的继承性和发展的连续性告诉我们,既要重视过去,更要面向未来,承前启后、增强思维的连续性。

2. 现代知识在物质产品中的密集程度日益增长着。日益增长着的社会多样化需要,市场的多层次、多样化的需要,归根结底是对知识和知识现代化的需要,集中体现在商品的审美价值和使用价值互为中介的整合优势上。因此,产品的知识密集程度的增长,商品的审美与使用价值的整合程度的提高,便成为提高商品生产的经济效益、社会效益的重要标志。

3. 现代知识的整体性。这就是自然科学、技术科学、社会科学日益增长着的互为中介的整体化趋势。而且这种知识的整体性与经济、社会日益增长着的中介化趋势,正在影响着人们的思维方式,使其发生深刻的变革,也是对传统的深层次的文化观念的一次巨大而深刻的挑战。从18世纪培根预言“知识就是力量”,到19世纪中叶马克思提出“整体就是力量”,一百年的科学技术的发展主要采用分化和分门别类的研究方式,由此决定了人们的思维方式主要是分析方法,而且逐步演化为机械论的思维方式。进入19世纪中叶以后,特别是进入20世纪以来,科学技术由高度分化进入高度综合。科学技术的整体化趋势日益增长,从这个意义上才能真正的理解从培根到马克思、从“知识就是力量”到“整体就是力量”的演变、发展的深刻内涵及其意义。作为一个伟大的科学家,培根根据17世纪的科学革命带来18世纪的产业革命,引起社会生产力的巨大变化,看到了科学技术对经济社会发展的巨大作用,因而提出了“知识就是力量”。马克思则在19世纪中叶,科学技术正处在高度分化的时期时预言:“整体就是力量”。经过一百多年的实践,科学、技术、经济、社会日益增长互为中介的整体化趋势,证明了马克思预言的真理性,由此决定了人们的思维方式的巨大而深刻的变化。

4. 知识的更新率迅猛增长和获得知识的周期增长,更加突出

了创新思维、中介思维的重要性。所谓知识经济，重要的是创新经济。所以，从模拟市场竞争到创新市场竞争的转化，同样是由知识自身的特点决定的。

5. 知识存在多价性（即学术价值、社会价值和经济价值）和转化性。由学术价值转化为社会价值和经济价值，从转化的特点，提出了商品性的特点。

二、知识产品的一般商品属性

在明确了智力劳动的特殊性之后，就不难理解知识产品的商品性了。

智力劳动的劳动成果，大体上可以分为两大类：一类是人才产品，一类是知识产品。这两大类产品，都是智力开发的成果：第一大类人才产品主要是教育劳动的成果，是作为智力开发的主要手段的各类各级教育的成果；第二大类知识产品主要是科研劳动、文艺劳动、管理劳动的成果，也是这些智力开发的手段的结果。在社会主义条件下，劳动力、人才是不是商品或是否具有商品性？下面我们将做些探索。这里首先着重考察知识产品的商品性。

正因为知识产品多数是精神产品，少数是中介性产品，所以长期以来人们不承认知识产品是商品或者是具有商品性。一方面，是由于人们只习惯于物质性商品。其实，马克思早就指出：既有物质性商品，又有劳务性商品；既有物化的商品，又有未物化的商品。知识商品就属于劳务性商品或未物化的商品。另一方面，是因为受了斯大林的“半商品经济论”束缚，因袭于把产品经济与商品经济对立起来的传统观念。在“半商品经济论”者看来，在社会主义前期或不发达的社会主义阶段需要发展商品生产和交换，在社会主义后期或发达的社会主义阶段就不需要发展商品生产交换，即用产品经济来取代商品经济，生产资料不是商品，生活资料才是商品；全民所有制经济之间的关系不是商品经济关系，集体所有制经济之间或集体所有制经济与全民所有制经济之间的

关系才是商品经济关系；商品经济的基本经济规律——价值规律在社会主义条件下，只起影响作用，不起调节作用；价值规律只包括价格由价值规定的内容或只存在价格与价值的矛盾，不包括价值由社会必要劳动规定的内容或不存在个别价值与社会价值的矛盾。于是，价值规律只在流通领域起作用，不在生产领域起作用。按照这样的看法，即使是物质性产品也不全是商品或具有商品性，精神性产品更不被认为是商品或具有商品性，自然被排除在商品经济之外了。

认为社会主义市场经济条件下的商品经济既可以同私有制相联系也可以同公有制相联系，认为社会主义经济既具有计划性又具有商品性，认为必须建立社会主义市场经济体制，社会主义企业是自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者——这是中国共产党对马克思主义经济理论的创造性、划时代发展，是对把商品经济与计划经济对立起来尤其是对“半商品经济论”的根本突破，是中国特色的社会主义的重要指导思想。随着经济体制改革的全面展开和这一重要指导思想的确立，对科技体制和教育体制开始进行改革，对于智力开发至为关键的科技体制和教育体制改革的指导思想，同样是知识产品具有商品性和技术必须市场化。可见，知识产品的商品化问题，关系到科技体制改革和教育体制改革，关系智力开发的方向和目的。

为什么知识产品同样是商品，同样具有商品性呢？这是因为，知识产品同样是为了交换或为了满足人民和社会的需要而产生的劳动产品。知识产品是“为了交换”而生产的“劳动产品”，就决定了知识商品同样具有使用价值和交换价值两重性。不过我们仅仅这样说还不够，还必须认识知识商品的使用价值和价值所具有不同于一般商品的特殊性。

三、知识商品使用价值的特殊性

1. 服务性。这就是说，它不是以已经物化的物质形态出现，而

是以没有物化的服务形式出现。知识商品是通过服务而产生社会经济效益的。有的人认为知识商品没有社会经济效益，有的地方把通过科技服务或咨询取得收入的知识分子打成“不法分子”，原因之一就是不了解知识商品的这个特殊性。

2. 全球性。知识商品的使用价值是为全人类所需要的，不具有领域性、民族性、国别性。科学是没有国界的，知识是全人类的共同财富。知识商品的使用价值的全球性，决定了知识商品具有最高的社会效益。

3. 持效性。知识商品的使用价值是持久地发生效用的，不存在边际效用，不会因知识更新周期的缩短而失效。知识商品的使用价值的持效性，决定了知识商品具有倍增效益或社会经济效益的倍增性。一种知识商品的时间序列呈“蜂窝形”或纵向倍增的，一种商品的对象（读者）序列也是呈“蜂窝形”或横向倍增的，也就是说它的纵横序列都是倍增的。纵向倍增在考古工作者所发掘的文物中表现最为突出，越是被考古工作者的智力劳动所发掘、所鉴定的越是古老的事物，越是价值连城，就证明了这一点。在这一点上不能被误解为“物以稀为贵”，即这里的文物不仅是因为它们是稀世之宝而昂贵，而是考古工作的智力劳动所作出的发掘和鉴定——知识产品，使它的价值随时间的久远而倍增，否则它们藏在地下仍然是一堆死物，甚至会随着时间的推移而变质和被糟蹋。知识产品的横向倍增，反映在知识载体的人才身上更为明显，这种横向倍增在各种人才群落或人才团体中表现得尤为突出。就以亲属人才群落来说，1903年，玛丽·居里夫人因发现了镭和钋，在化学方面第二次获得了诺贝尔奖金；1935年，他们的女儿艾琳·约里奥·居里及其丈夫弗里德里克·约里奥，由于综合了新的放射性元素而分享了化学诺贝尔奖金。又以师徒人才群落来说，英国卡文迪什实验室的汤姆逊和卢瑟福两位教授一共培养出17名诺贝尔奖金获得者；玻尔一个人培养出7名诺贝尔奖金获得者。所

以，对于一个伟大科学家或学术带头人，绝不能只看他本人所提出的新理论——知识产品的使用价值，而要看他所带出的徒弟的倍增性。中国的数学家熊庆来培养了华罗庚这样杰出的数学人才，而华罗庚又在数论方面培养了一大批学者，其中包括王元、陈景润等著名数学家。数学家苏步青培养出谷超豪、李大潜等几代数学家。这正是人才价值倍增性的证明。

4. 精神性。知识商品是人们的“精神食粮”。只有内容是健康的，才具有使用价值，才有社会经济效益；如果内容是有毒的，就不具有使用价值，就是负的社会经济效益。这是知识商品与其他商品的一个严格区别，对于文艺产品特别如此。随着物质文明和精神文明的发展，即使是物质商品中的毒品，也不断被禁止。此外，正因为知识商品的使用价值具有精神性，即不是完全意义上的商品。

知识商品的价值，虽然和物质商品一样是由生产它的社会必要劳动决定的，但是也有特殊性：一是个别性，即某种知识商品往往是某个劳动者创造的，而且又是个别进行的。因此，不可能以社会平均必要劳动来衡量其价值，只能由个别劳动决定。二是高昂性，即高耗性，这是由于智力劳动是体力劳动的倍数所决定的。给著作家以版权（著作权），发明者可以申请专利权，都是基于这一特点。三是难测性，即知识商品的价值往往是难以计量的，哪怕是粗略的计算也不是十分准确的。因此，在《关于科技体制改革的决定》中只能这样写：技术商品的价格由交易双方商定。四是增值性，即知识商品的购买者尽管用高价买了某种知识商品之后，由于像劳动力商品一样有一种特殊的使用价值，所以不但不会像固定资产那样会发生价值贬值，而且还会发生价值增值。这就是日本在大量购买高昂的专利之后，必然获得高额利润的秘密所在。

总而言之，当我们了解了知识商品的特殊的使用价值和价值

之后，就能了解知识的市场化与人才的市场化，就能真正高度重视智力开发。

现在和读者见面的《奔向21世纪的探索》一书，就是我所强调的知识产品，其作者是一批青年理论工作者，其可贵之处在于他们对真理的勇于探索，执着追求。正是从这个意义上讲，从他们160余篇研究生毕业论文中，精选出70余篇选入本书和读者见面。我十分高兴向读者推荐这一重要知识产品，以期引起更多的人关注。

我所以同意以知识产品的商品属性作为本书的代序，这是因为本书所汇集的知识产品，是我长期关心的一项重要成果，所以特以“论知识产品的商品属性”作代序。

1998年7月15日

无愧于伟大的时代

——主编的话

我们正处于世纪之交的伟大时代。

在这承前启后、继往开来的关键时期，每一个有历史责任感的中国人都在思索：在20世纪最后两年多时间里，怎样创造辉煌的业绩，为迎接21世纪的到来献上一份厚礼！《奔向21世纪的探索》一书正是一群具有民族责任感和历史使命感的热血青年，通过四川省社会科学院研究生班的学习，运用所掌握的理论知识，发挥实际工作的优势，对当前经济难点、热点问题进行探讨写出的，为21世纪的到来献出的一份礼物。这70多篇论文，虽不是珠玑连篇，但思想上的闪光点，理论上的新见解却不乏其数。作者虽是不名不见经传的初生牛犊，但“位卑未敢忘忧国”，他们那种关心国家大事，关心经济改革与发展的拳拳之心，跃然纸上。展卷细读，犹如一股清新之风，扑面而来，使人精神振奋！

论文作者大多经历了70年代到90年代的风云变幻时期。正是这个不平凡的时期，我们伟大祖国从“文革”走向改革，从“封闭”走向开放，从萧条走向繁荣，从贫穷走向富裕。几多曲折，几经锤炼，火热的时代熔炉使一大批青年从幼稚走向了成熟，在实践中增长了才能。所以，他们能勇敢地面对现实，在错综复杂的矛盾中探索真知。有探索，才能进取，有进取，才能推动我们各项事业不断前进。我们要为这种可贵的探索精神大声叫好！中国改革开放的总设计师邓小平同志为我国改革和发展指明了前进方向。以江泽民同志为首的党中央，高举邓小平理论旗帜，正带领全国人民把建设有中国特色社会主义事业全面推向21世纪。航线已经开通，坚冰已经打破，我们已经走出了一条光明大道。但是

必须清醒地看到，建设有中国特色社会主义是前无古人的伟大事业，前进的道路并不平坦，还会有各种困难和风险。我们一定要一以贯之地坚持邓小平理论为指导，坚持党的基本路线不动摇，妥善地解决好前进中出现的这样那样的问题，把改革一步一步地引向深入，把经济建设一个台阶一个台阶地推向前进。

我们是唯物论者，唯物论者从不回避现实。当前经济生活中确实存在许多热点、难点问题，值得我们去认真地探索：

——自党的十一届三中全会拉开帷幕的中国经济改革，无论在农村还是在城市都取得了举世瞩目的成就，彻底改变了中国的经济面貌，为世界经济发展注入了新鲜力量。但改革愈是深化，面临的深层次矛盾就愈多。纵观20年改革历程，“吹糠见米”的表层改革已告一段落，“伤筋动骨”的深度改革才刚刚启动。社会生活和经济工作中一个个热点、难点问题日益显露，譬如国有企业的改革，建立现代企业制度大目标早已提出，但涉及到具体企业如何改革，又是一道难解的方程式。国有企业普遍存在的“两个大锅饭”（企业吃国家大锅饭、职工吃企业大锅饭），两个大包袱（债务包袱、人员包袱），至今仍像两大顽症困惑着不少国有企业。政企分开，实际上分而不开，国有企业职工无饭吃还得找政府；富余人员下岗分流，找不到再就业岗位，政府还得想法保证其生活；对资不抵债而又无发展前景的国企实施破产，实则是破银行的产、破国家的产。我们对现代企业制度试点曾寄予厚望，试点两三年仍无多大进展，只不过是招牌换记，与中央提出的“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”的要求相差甚远；面对众多的国有企业亏损，中央作出了“抓大放小”的战略决策，多数地方已收到了明显成效，但在“抓大”、“放小”的整合中，又暴露出了地域之间、行业之间的相互掣肘和顾此失彼、政策不配套的诸多矛盾，这既有计划经济时代长期以来形成的观念滞后，又有现行企业旧体制、旧机制的制约，还有企业与国家、企业与职工之间

的利益冲撞。又譬如，金融体制改革、财政体制改革、粮食流通体制改革等等，无疑大方向都是正确的，但这些改革触及到具体单位，在坚持“三个有利于”的大原则下怎么做到特殊情况特殊处理，使改革之船平稳前进？总之，在“改革”这篇大文章中，论文作者根据自己的理论知识和实践认识，提出了不少真知灼见，给人启迪，耐人思考。

——“发展才是硬道理”，邓小平同志这句朴实的大实话，早已深深地印在每个中国人的脑海里，而落实到一个地区、一个企业，如何发展，却是千缘万机，无法雷同。发展靠抓机遇，而机遇稍纵即逝；发展靠把握市场，而市场千变万化；发展靠投入，而投入却囊中羞涩；发展靠资源，而资源又很贫乏。的确，对全国不少地区特别是欠发达的中西部地区而言，发展遇到的困难可以列上几十条、几百条。但是，事在人为，百事可成。论文作者中，不少是来自贫困地区第一线的基层领导，对加快发展自有主见。他们认为，要发展有困难，不发展则更困难，千难万难只有通过发展才能解决。当前，农村反映的投入不足，基础条件差，农民负担重；城市存在的企业效益差，部分职工收入低，下岗就业难等等，都是由于发展太慢所造成的。因此，必须树立加快发展的新观念，理顺发展新思路，找准发展突破口，采取强有力措施，落实目标责任，持之以恒地干下去，欠发达地区也是能实现快速发展的。论文作者提出了以改革促发展、中西部联合谋发展、中央扶持助发展、发挥自身优势求发展等良策，如能真正付诸实施，必将结出丰硕之果。

——管理是一个永恒的话题。无论是一个国家，还是一个地区，无论是国营、集体企业，还是私营、个体企业，均存在管理问题。古人云：“识众寡之用者胜”，“用”即为管理之术。管理是把金钥匙，善管国家者，国运隆昌；善管城市者，城市繁荣；善管企业者，企业兴旺；善管家政者，家道兴盛。这些年来，一些

地方出现强调改革而忽视抓管理倾向，致使企业管理松弛，其管理水平甚至落后于六七十年代，不能不引起高度重视。针对这个问题，论文作者从不同侧面披露了企业管理中存在的种种弊端，把脉开方，为企业决策者、管理者提出了许多可资借鉴的建议。

《奔向21世纪的探索》一书针对上述三个方面的问题，进行了大胆的、全方位的、多角度的探索，尽管这些探索还不尽善尽美，一些观点还需进一步深化，但从实践的角度拓展了研究视野，对推动当前改革和发展具有较大的启迪作用。

21世纪是一个充满机遇与挑战的新世纪。江泽民总书记在党的十五大报告中提出：“展望下世纪，我们的目标是，第一个十年实现国民生产总值比2000年翻一番，使人民的小康生活更加富裕，形成比较完善的社会主义市场经济体制；再经过十年的努力，到建党一百年时，使国民经济更加发展，各项制度更加完善；到本世纪中叶建国一百年时，基本实现现代化，建成富强文明的社会主义国家。”振奋人心的宏伟目标需要当代人的艰苦奋斗，需要当代人的不断学习钻研，需要当代人在各个领域不断开拓创新，需要当代人及代代人像愚公那样“生命不息，挖山不止”。

“人生代代无穷尽，江月年年只相似”。我衷心希望这批青年作者面对宏伟的目标，更加勇敢地迎接新世纪的挑战，大胆投身实践，不断地锤炼自己，勇于创新，勇于探索，无愧于伟大的时代；也希望这种富有使命感、责任感和勇于投身实践的风气能在全社会发扬光大。

黄旭东

1998年7月于南充

目 录

试论知识产品的商品属性（代序）	刘茂才	1
无愧于伟大的时代	黄旭东	9

改 革 篇

坚持实事求是的思想路线大胆探索公有制实现形式		
.....	李志杰	3
内陆不发达地区产权制度改革的理论与实践	陈代昌	11
国有企业改革的难点与对策	胡君玉	23
非国有化：竞争性行业国有企业的出路	任 明	31
论搞好搞活国有大中型企业	高先海	40
国有企业改革的现状分析及建议	黄 刚	47
更新观念是企业改革成功的关键	杨小青	55
国有企业改革应建立有效的制约激励机制	陈修鹏	60
对亏损国有企业实施改革的几点看法	敬均平	68
地方工业企业的现状与改革思路	侯定沅	75
县属企业股份制、股份合作制改革的思考	侯双林	82
浅析深化县属企业改革	谢华国	89
县属工业企业改革问题思考	杜永龙	97
县属国有企业产权制度改革琐议	白劲斌	105
县属企业产权制度改革的回顾与展望	何大清	113
企业破产行为探讨	李 军	119
推进乡镇企业“两个转变”的思考	吴道军	126
转换乡镇企业经营机制的思考	温贵彪	135

健全财政转移支付制度的探讨	罗建新	141
构建新型银政银企双重关系的思考	赵德胜	152
基层商业银行改革的难点及对策初探	张立	161
论培育发展资本市场与重组银企债务	张三梅	169
浅谈医院进入市场	罗永强	176

发 展 篇

快速整合四川工业增强国际竞争实力	李小松	185
欠发达地区经济增长方式转变的思考	杨光彦	199
试论欠发达地区工业经济增长方式的转变	兰鹏飞	209
农业工业化：丘陵地区推进工业化进程的一条重要道路		
.....	朱彬	217
促进企业扩张膨胀初探	唐建秋	226
论国有企业如何“抓大”	庞明坝	234
对南充工业经济发展战略的思考	汪绍先	240
转变经济增长方式加快南充工业发展	苟大勇	249
丝绸产业发展探析	马道蓉	257
论轻纺工业的发展前景	李爱国	265
加速南充市工业经济发展初探	谢杰	274
农业地区加快工业化进程的探索	陈绪凯	282
试论粮办工业的发展	陈自立	293
地方电力实施大集团战略的探讨	刘少康	299
县域工业企业改革和发展思考	杜是桦	306
对武胜工业化发展战略的思考	蒲波	315
仪陇工业经济发展的思考	席素华	325
从嘉陵区看中小企业发展的出路	唐发国	332
浅议破产企业资产重组	何登鼎	339