

# 黑龙江省区域经济发展对策论

韩枫 柳杰 著



中国商业出版社

## 前 言

在我国社会主义市场经济发展过程中，由于各省区所处的地理位置、自然资源、社会要素、经济状况及历史发展过程等方面的不同，从而构成了各自经济、社会发展的不同特点，以及相对的优势与劣势，这就必然导致在经济发展水平、速度上的不平衡性。因而，正确认识这种不平衡性，深入研究各省区经济的特点，采取统一性与灵活性相结合的宏观调控措施和针对自身经济发展特点的地方经济政策，更好地促进区域经济的发展，并最终实现全国经济的迅速发展，就成为我们的一个重要任务。

在全国统一规划和方针政策的指导下，从实际情况出发，更好的推动区域经济的发展，就必须首先更新观念，准确把握区域实际情况，深刻认识与掌握省情，分清发展社会主义市场经济的优势与劣势，建立起可控资源优势论，搞准经济发展的思路与指导思想，从而率先制订出正确指导区域经济发展的战略规划，确定出经济发展的正确方向、道路、重点与步骤；其次是要在区域经济发展战略规划指导下，加速营造社会主义市场经济的主体体系与载体系统，这就是要加速国有企业改革和非国有经济的发展，使企业真正成为市场经济行为的主体，加快发育与培植要素市场体系及市场宏观调控体系，积极引导企业与农民进入社会主义大市场；再次是采用适宜的经济政策与措施，进行面向市场需要的经济结构、产业结构、产品结构的调整，选定建设项目，正确组织经济活动，大幅度的开拓国内外市场，使贸工农、产供销协调发展，在加快有效速度的发展中，谋求经济发展的良性循环，推动区域经济持续、高效的全面发展。

本书作者就是从黑龙江省区的社会经济发展的实际情况出

发，并随同发展过程，就一些导致经济发展的热点与重点问题，进行了跟踪研究，并将研究的成果或一些思考，以决策建议、咨询报告、论证评析、理论阐述、专题报告等形式在有关报刊、电视台、电台公开发表，提出了相应的看法与相应的对策措施，供有关领导部门与企业决策时参考。

由于这种跟踪研究的专题性、随机性以及发表研究成果的多媒体与分散性，就难于通过这些成果获得对黑龙江省区经济发展的系统认识与分析，也难于形成区域经济发展的理论与对策体系。为了供有关同志对本省区域经济发展进行系统研究和使作者进一步研究更加深化和系统化，现特将过去发表的 70 余篇研究成果，按更新观念，掌握区情；论证与完善区域经济发展战略规划；发育与调控社会主义大市场，加速经济体制改革与社会经济的全面发展；对建设项目与经济活动的论证与评析；绿色产品与生态环境持续协调发展的对策共 6 个部分及顺序组成本《区域经济发展对策论》，初步构筑起一个有内在逻辑顺序的体系，从而着重从实施对策的角度，去表达作者对区域经济理论及发展实践的一些看法。

黑龙江省经济发展中的问题，特别是区域经济学中的很多理论与实践问题，需要在经济发展过程中逐步加以解决。作者虽力图对黑龙江省区域经济发展的理论与实践问题，作出一些超前性的研究，但因水平所限，很难完全如愿以偿。恳请有志之士，共同携手，加强研究，为发展区域经济学、振兴黑龙江省的经济而尽力。该书出版得到中国高等教育出版社领导、哈尔滨市技术监督局领导及张振藩副市长的资助与支持，在此致以诚挚的谢意。

作 者

一九九九年十二月 于哈尔滨



作者 韩枫(左)、柳杰(右)近影

# 目 录

## 第一篇 更新观念，掌握区情

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 第一章 把更新、转变观念放在首位 .....                    | 1  |
| 第一节 适应经济体制改革需要，及时转变<br>思想观念 .....         | 1  |
| 第二节 要把更新观念放在企业家队伍素质<br>提高的首位 .....        | 4  |
| 第三节 认真研究和掌握我国经济发展的基<br>本道路、战略、特点及转换 ..... | 9  |
| 第二章 准确把握区域实际情况 .....                      | 15 |
| 第一节 认清省情，搞好宏观对策 .....                     | 15 |
| 第二节 企业应加强市场调查研究工作 .....                   | 16 |

## 第二篇 论证与完善区域经济发展战略规划

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 第三章 确立正确的经济发展战略指导思想 .....                | 18 |
| 第一节 各地制定经济发展战略应以可控资<br>源为依据 .....        | 18 |
| 第二节 挖掘科学管理这个强大的现实生产力 .....               | 19 |
| 第三节 实施特产品名牌战略 .....                      | 21 |
| 第四节 “科技兴省”是推动我省社会经济<br>全面发展的根本指导方针 ..... | 25 |
| 第五节 发展名牌产品的科技系统工程论 .....                 | 27 |

|     |                                          |    |
|-----|------------------------------------------|----|
| 第六节 | 关于哈尔滨市经济发展战略决策的<br>指导思想问题 .....          | 42 |
| 第七节 | 把哈尔滨建成东北亚国际经贸城市<br>的对策建议 .....           | 44 |
| 第四章 | 论证与完善经济发展战略及各种规划 .....                   | 49 |
| 第一节 | 对完善《“五个延伸、两个加快”<br>总体实施方案（讨论稿）》的意见 ..... | 49 |
| 第二节 | 增强市场竞争意识，提高市场竞争能力 .....                  | 53 |
| 第三节 | 推动龙江经济发展需要解决的几个<br>重要问题 .....            | 56 |
| 第四节 | 对 1988 年黑龙江省经济工作要点<br>的几点建议 .....        | 57 |
| 第五节 | 对《哈尔滨市经济社会发展战略》<br>（第五稿）的论证意见 .....      | 59 |
| 第六节 | 对哈市《二 0 0 0 年对外经贸行业<br>发展规划》的论证报告 .....  | 63 |
| 第七节 | 对“哈尔滨市对苏经贸发展战略”<br>的论证意见 .....           | 66 |
| 第八节 | 对“哈尔滨市 2000 年物资流通发<br>展规划”的论证报告 .....    | 68 |
| 第九节 | 对 1992 年哈市《政府工作报告》<br>（征求意见稿）的修改意见 ..... | 71 |

## 第三篇 发育与调控社会主义大市场

|     |                                       |    |
|-----|---------------------------------------|----|
| 第五章 | 积极发育与培植要素市场体系 .....                   | 75 |
| 第一节 | 对“一九九三年全省培育建设市场<br>体系工作要点”的几点建议 ..... | 75 |
| 第二节 | 超级市场发展的条件、问题及对策 .....                 | 78 |

|            |                                 |            |
|------------|---------------------------------|------------|
| 第三节        | 期货市场发展的必然性及对策·····              | 83         |
| 第四节        | 关于发育和完善哈尔滨市场体系的<br>对策建议·····    | 86         |
| 第五节        | 哈尔滨市服装市场的发展前景及对策·····           | 94         |
| 第六节        | 关于牡丹江市综合改革实验区的市<br>场建设问题·····   | 96         |
| <b>第六章</b> | <b>积极引导国有企业与农民进市场·····</b>      | <b>111</b> |
| 第一节        | 要全方位进入社会主义大市场运行<br>总过程·····     | 111        |
| 第二节        | 全方位引导农民进入市场·····                | 124        |
| <b>第七章</b> | <b>努力开拓市场、巩固市场·····</b>         | <b>126</b> |
| 第一节        | 重视商品流通,努力开拓产品市场·····            | 126        |
| 第二节        | 启动市场,发展经济·····                  | 130        |
| 第三节        | 要重视产品价值的市场实现·····               | 135        |
| 第四节        | 关于当前市场销售疲软的性质、成<br>因的分析及对策····· | 137        |
| 第五节        | 关于哈尔滨市转变销售疲软状态的对策···            | 140        |
| 第六节        | 贸易中心的现状及发展对策·····               | 142        |
| <b>第八章</b> | <b>正确调控与监管市场·····</b>           | <b>148</b> |
| 第一节        | 关于完善市场宏观调控体系的建议·····            | 148        |
| 第二节        | 优化与放大工商行政管理部门监管<br>大市场的职能·····  | 150        |
| 第三节        | 管导结合,以导为先·····                  | 155        |
| 第四节        | 发挥审计的宏观经济调控职能·····              | 156        |

## **第四篇 加速经济体制改革与社会经济的全面发展**

|            |                             |            |
|------------|-----------------------------|------------|
| <b>第九章</b> | <b>加速经济体制改革与产业结构调整·····</b> | <b>162</b> |
| 第一节        | 对优化黑龙江省利用外资结构的建议·····       | 162        |

|      |                                              |     |
|------|----------------------------------------------|-----|
| 第二节  | 对哈尔滨市公有制商业产权制度改革<br>的建议 .....                | 164 |
| 第三节  | 关于哈尔滨市企业破“三铁”过程<br>中应解决的若干问题 .....           | 167 |
| 第四节  | 关于企业破“三铁”出现问题及对<br>策的探索 .....                | 169 |
| 第五节  | 关于哈尔滨市产业结构的调整方向 .....                        | 174 |
| 第六节  | 关于哈尔滨市产业结构优化问题 .....                         | 177 |
| 第七节  | 关于哈尔滨市进一步治理整顿问题 .....                        | 179 |
| 第八节  | 关于我省对俄投资的战略构想 .....                          | 180 |
| 第十章  | 加速社会经济的全面发展 .....                            | 187 |
| 第一节  | 当前通货膨胀的原因及对策 .....                           | 187 |
| 第二节  | 关于黑龙江省一九九五年第一季度国民<br>经济运行状况的分析及发展趋势的预测 ..... | 192 |
| 第三节  | 在省府统一规划指导下, 多形势、多<br>层次的发展与组合乡镇企业所需要素 .....  | 195 |
| 第四节  | 振兴经济的希望之路 .....                              | 197 |
| 第五节  | 发展哈尔滨市优势小企业的几点建议 .....                       | 199 |
| 第六节  | 站在国际经贸城的战略高度看哈市<br>商业设施的现代化建设 .....          | 204 |
| 第七节  | 零售商业发展的借鉴与思考 .....                           | 205 |
| 第八节  | 对哈尔滨大世界商城运营的市场学思考 .....                      | 215 |
| 第九节  | 我国加入关贸总协定后, 黑龙江省工<br>业企业面临的形势及应采取的对策 .....   | 218 |
| 第十节  | 对黑河地区扩大对苏边境贸易问题<br>的研究报告 .....               | 228 |
| 第十一节 | 东北区供销社在扩大对苏边贸中<br>应采取的对策 .....               | 242 |



|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| 第十二节 中俄贸易发展的现状、趋势及对策·····                   | 254 |
| <b>第十一章 建立与发展各级学术团体, 振兴区域经济</b> ·····       | 265 |
| 第一节 关于黑龙江省市场学会筹备工作的报告·····                  | 265 |
| 第二节 黑龙江省市场学会第二届理事会的<br>工作报告·····            | 268 |
| 第三节 为促进商业经济学与市场学的理论<br>研究, 振兴东北地区经济而奋斗····· | 275 |
| 第四节 当前理论研究中应解决的几个问题·····                    | 278 |

## **第五篇 对建设项目与经济活动的论证与评析**

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| <b>第十二章 对建设与科研项目的咨询论证</b> ·····                         | 281 |
| 第一节 试论人防平战两用工程效益评估的<br>原则与方法·····                       | 281 |
| 第二节 对研究“黑龙江省的资源优势及其<br>中近期的目标市场的预测与开拓”<br>项目的可行性论证····· | 296 |
| 第三节 对哈尔滨经济开发区“科技发展基<br>金借款”项目论证的结论意见·····               | 301 |
| 第四节 对“哈尔滨开发区亚华实业公司科<br>技贷款项目”可行性论证意见·····               | 302 |
| 第五节 哈尔滨同记商场股份有限公司企业<br>形象策划方案·····                      | 303 |
| <b>第十三章 对经济活动的评析</b> ·····                              | 309 |
| 第一节 对《黑龙江经济信息报》的评论·····                                 | 309 |
| 第二节 对当前改革开放中若干问题和现象<br>的观察与思考·····                      | 310 |
| 第三节 对 1995 年哈尔滨贸易洽谈会的评析·····                            | 317 |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 第四节 关于海湾战争对中国经济发展及国际市场营销的影响 ..... | 321 |
|-----------------------------------|-----|

## **第六篇 绿色产品与生态环境持续协调发展的对策**

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| 第十四章 防止环境污染与果菜产品污染 .....                  | 324 |
| 第一节 关于在哈尔滨市广泛开展应用降解型塑料制品, 严防环境污染的建议 ..... | 324 |
| 第二节 关于哈尔滨市建立蔬菜水果快速(清洗)检测监督体系的建议 .....     | 329 |
| 第十五章 绿色食品发展战略与营销策略 .....                  | 333 |
| 第一节 论虎林市实施绿色食品战略的典型示范作用 .....             | 333 |
| 第二节 虎林市绿色食品市场营销实施方案 .....                 | 335 |
| 第三节 营造绿色产品经营的新业态与新特色 .....                | 337 |
| 附录 .....                                  | 341 |

## 第一篇 更新观念，掌握区情

### 第一章 把更新、转变观念放在首位

#### 第一节 适应经济体制改革需要，及时转变思想观念

我们的管理者，特别是高层管理者必须进行观念上的转变，这种观念转变的必然性来源于客观经济运动的变化，来源于客观经济规律的要求。我们的思想观念应作如下转变：

一、由产品经济思想向商品经济思想转变。产品经济一般指统一分配产品的经济，但也可包括自给自足的自给型经济；商品经济是为出卖而生产商品，并通过市场进行交换的经济，是为了获得利益的经济。我们的经济已运行在商品经济的轨道上，我们的头脑决不能留在自给型的产品经济中。不能再用产品经济的思维方式和工作方式去处理商品经济中的问题。

二、由生产决定论向消费对生产的决定性反作用论转变。我们应全面理解再生产过程各环节间的关系。应当说，在产品经济形态下，从独立的、静态的生产过程看，是生产决定交换与消费，因为，没有生产的产品，就没有交换与消费之物，可以说，有什

么样的生产和产品，就有什么样的消费，因而，能生产什么就生产什么，能生产多少就生产多少。但在商品经济形态下，从动态来观察，消费既是生产的动力、起点，同时也是其归宿，因为，没有消费就没有生产的行为；没有消费需求，就没有购买的动机和行为，因而也就不能实现销售，也就不能实现商品的使用价值与价值，如此，再生产就要停顿；如果从再生产过程是一个周而复始的不断循环的流来看，每一个环节都是起点，因而，交换和消费也都是起点。从这个意义上说，消费决定着生产，消费的规模和结构决定着生产的规模与结构。因此，我们应当坚持消费对生产的决定性反作用论，要从消费者的消费需求出发，适需而产、适需而供，要转向以消费为出发点、为消费者全方位服务的轨道。

三、由垄断经营的思想向勇敢地开展市场竞争的观念转变。在计划经济体制下，是国有经济的一家之天下，产品是统配为主，进入市场的商品，其销售也在各种计划手段的调节控制之下，特别是经营重要产品的国营企业，处于经营的绝对垄断地位，主动服务差、缺乏危机感与自我开拓精神。但在商品经济条件下，企业成为自负盈亏的经济实体，在市场利益的调节下，各企业都在谋求各自利益的最大化、谋求自身的更大发展，因而企业间全方位的市场竞争成为不可避免的行为，优胜劣汰、优胜劣败的压力，强制地加在每个企业的身上。因此，必须树立竞争观念，掌握竞争的本领，勇敢地开展竞争，争取竞争的优胜地位，在市场竞争中使企业求生存和发展。

四、由单一经营向综合经营的思想转变。长期以来，我们的很多企业条条的管理下，形成过细的专业分工，经营业务单一、经营品种单一、市场领域狭小。进入有计划商品经济以后，市场开放、价格调整、企业间展开竞争，市场供求关系发生了重大变化，企业更多地面向市场需求，由消费者的购买状况所决定。因此，必须面向市场需求，进行企业生产与经营结构的及时调整，

并且由单一的经营类型向综合化的经营类型转化，以便多角度地适应市场变化的需要，增加企业发展的生长点，并且可以进退速变，有“堤内损失，堤外补”的回旋余地。因此，要由过去单一品种经营向多品种经营，单纯商品经营向商品、服务、信息、科技、生产等多种要素经营，由单个企业经营向多地区、多类型企业联合经营作及时地转变。

五、由封闭思想向全方位开放的思想转变。计划经济体制造成条条专政、快快分割、企业与区域搞大而全、小而全，地区间搞封锁，商品流通是画地为牢，可以说是封闭经济。进入有计划商品经济体制后，商品的价值实现、投资的增殖是人们关心的核心，而产品价值的实现，决定于消费者的需求所产生的购买速度与规模，因而，就要求开放市场、敞开流通渠道、打破区界与国界，使商品按自然流向进行流通，或者说，哪里有需求，商品就向哪里流动。因此，我们要解放思想，既要对本地产品与市场作一定自我保护，但主要是市场开放、自由贸易；要实行城乡、地区、国内外通开；把能否发展社会上产力和推进企业获得最大经济效益作为出发点、作为判断是非的标准。

结论就是：以消费者需要为出发点，以市场为中心，以销售为关键，以提高效益为目标，全方位开拓国内外市场，占领、巩固、扩大国内外市场，取得市场竞争的优势地位，保持最高的市场占有率，开拓自己的发展道路。

（在齐齐哈尔市商业局系统管理干部专题报告会上的讲演稿，1992年8月5日）

## 第二节 要把更新观念放在企业家队伍素质提高的首位

### 一、更新观念对提高现代企业家素质的重要性

现代企业作为国民经济的基础和细胞是一个开放的、功能齐全的、动态的经济系统。它不仅同国内而且同国外的多方面经济活动发生着广泛的经济联系，有的就是跨越多国国界的全球性的经济组织，牵动着全球重大经济活动的发展；在其内部也是一个多机构、多功能的、多元的复杂组合系统，是一个多兵种组成的集团军。因而，驾驭这个大系统面向全国乃至全球市场展开激烈竞争的领导者，就必须具有统帅的能力，具备战略家、政治家和经济学家的基本素质，否则，将难于胜任其工作。所谓战略家的基本素质，就是现代企业家必须能从长期和整体经济效益的观点去综合考察、分析国家的宏观经济发展目标和经济环境，去综合地估量国际政治经济形势的发展状况，而去制定出确保本企业正确发展方向的企业发展战略与市场营销战略，并能够根据各时期的市场竞争态势而灵活运用各种营销策略和措施去组织实现这些战略，从而使企业不断发展壮大。

所谓政治家的基本要素，就是能从政治关系的变化中考察由此引起的经济变化，而经济的活动要受制于政治的活动并服从于政治发展的需要，能从政治与经济的辨证关系中寻找发展的机遇，并活动于政治限界之内。

所谓经济学家的基本素质，就是要具有较深厚的经济理论基础和广博的知识面，有认识经济规律并遵循经济规律的要求去组织经济活动的的能力。就其基本方面来说，就是要具有市场营销学、企业管理学、市场经济学、经济决策学等学科的基本理论知识；能掌握系统论、信息论、控制论的基本知识；掌握党的方针政策、国家对市场宏观调控的理论及措施；以及其它与市场经济活动有

关的理论知识。这种综合的理论知识是其综合的思维和智力开发的基础。与此同时，还需要有一定的具体组织技能，即具有调查研究与预测能力、获取与利用市场信息的能力、综合分析与判断的能力、组织规划市场经营活动的能力、善于利用“外脑”与吸纳群众意见的能力、开拓与创新的能力等。总之，能够运用经济科学的理论与方法去成功的解决企业发展中的各种重大问题，而不只局限于偏面的实践经验。

因此，无论战略家、政治家、经济学家，都有一个用先进的思想观念去进行开创性思维和制订正确理论与行动原则的问题，也就是说，没有正确的、先进的观念，就不可能产生先进的理论，没有先进的理论，也就不可能有正确的行动。全新的、先进的观念形态是现代企业家必须首先具备的重要素质。观念作为一种思想意识是客观事物在人们头脑里的概括反映。观念一旦形成，就要支配思想，而思想又影响理论的体系和内容，而理论又指导着人们的行动。所以，观念作为一种思维，作为一种指导思想，将重大影响企业家的管理活动，从而重大影响企业的发展道路和前途。现在的问题是，我国的企业家们的观念落后于已经大大变化的国内外的社会经济实践的实践，特别是偏处塞此的我省的相当多数的企业领导者，不仅落后于他国的发展，而且大大落后于沿海地区与江河流域的人们的思想观念的演进。因此，要转变旧的观念，树立新的观念，用新的观念去思考、处理现实的问题，开创出企业发展的新局面，就成为营造企业家队伍的一个急待解决的首要课题。

## 二、现代企业家应具有的新观念

我国的商品经济有了较快的发展，我国的经济体制改革正在深化进行，我们要把适应于过去情况和需要的旧的思想观念及时的转变为适应于新的情况和需要的新的思想观念。我们的思想观念应作如下的转变：

1、由产品经济思想向商品经济思想转变。产品经济一般指由国家按照指令性计划统一分配产品的经济，但也可包括自给自足的自给型经济；商品经济是为出卖而生产产品并通过市场进行交换的经济，它的生产目的方面是为了满足社会需要，但同时是为了取得更大的利润。商品经济的发展导致了生产要素的日趋商品化，商品交换的深广发展使生产要素市场逐步发育，市场行为更多的转向利润的调节。也就是说，我国的经济已运行在商品经济这个逐利经济的轨道上，而我们的头脑决不能停留在自给型的产品经济中。不能再用产品经济的思维方式和工作方式去处理商品经济中的利益关系问题。

2、由计划经济观念向社会主义市场经济观念转变。计划经济制度，是由国家用统一的指令性计划来指导整个社会生产与分配的制度；社会主义市场经济体制，是使市场在国家的宏观调控下对资源配置起基础作用，使市场调节方式成为资源配置的基本方式。因此，我们决不能用计划经济制度下的一些作法去处理市场经济体制下的一切问题，有很多作法，特别是一些管理方法要作根本性的转变。

3、由卖方市场的经营观念向买方市场的经营观念转变。我国的市场供求关系长期处于严重供不应求的状态，是卖方市场，有商品即可销售，卖方处于主导地位，缺乏全方位的服务思想。随着商品生产的发展和国外商品的进口，市场商品供求在总量上的矛盾日益缓解，在结构上不断出现供过与求的状态，因而，买方市场日益形成。作为商品购买者的消费者日益处于主导地位，卖方必须适需而产、适需而供。要转向以消费者为出发点，为消费者服务的轨道。

4、由生产决定论向消费对生产的决定性反作用论转变。在产品经济形态下，从独立的生产过程看是生产决定交换与消费，有什么样的生产和产品，就有什么样的消费。因而，能生产什么



就生产什么，能生产多少就生产多少。但在商品经济形态下，从动态来观察，消费是生产的动力和归宿，没有消费就没有生产的行为，没有消费也就没有销售，就不能实现商品的使用价值与价值，生产就要停顿，因而，消费决定者生产，消费的规模和结构决定着生产的规模与结构。

5、由垄断经营的思想向勇敢地开展市场竞争的思想转变，在计划经济体制下，是国营企业一家之天下，特别是经营重要产品的国营企业，处于经营的垄断地位；但在市场经济体制下，企业成为自主经营的独立企业，并且是各种成份的企业长期并存，企业间的竞争成为不可避免的行为，优胜劣汰、优胜劣败的压力，强制的加在每个企业身上。因此，没有竞争意识，不开展竞争，不会竞争，就难于使企业生存和发展，就难于使经济振兴。

6、由注重产值的思想向注重效益的思想转变。在产品经济下，是产值中心论，生产的发展表现为产品数量的增加与产值的增加，至于投入了多少资源并不是人们关注的内容。在商品经济下商品生产与经营者所关心的是价值，是剩余价值，是盈利的多少，他们要考察投入与产出之间的对比关系，即经济效益。因而，人们的思想应转到以提高经济效益为中心的轨道上来。

7、由封闭的思想向全方位开放的思想转变。计划经济体制造成条条专政、块块分割，企业与区域搞大而全、小而全，地区间搞封锁，是封闭的经济。商品经济是开放的经济，哪里有需求，商品就向哪里流动。商品的本性要求敞开渠道，敞开区界与国界，按自然流向进行流通。我们既需要对本地产品、市场作一定的自我保护，但更重要的是市场开放、自由贸易。因此，人们要解放思想，实行城乡通开、地区通开、国内外通开，要把能否发展社会生产力和推进企业获得最大效益作为判断是非的标准。

进行上述观念的转变，就是要在深刻理解与系统掌握社会主义市场经济体制的理论、把握新旧体制转换的趋势与步骤的基础