

Teahouse For Economists

经济学家茶座

总第十一辑



◆ 李海舰

现代企业家：玩什么？怎么玩？

◆ 赵人伟

从「不进则退」说起

◆ 宋立

中国经济学界：「海龟」上岸，「土鳖」完蛋？

◆ 张宇燕

经济学（家）笑话集锦（上）

◆ 梁小民

贾府的经济转型

◆ 蒲勇健

天下确有「免费午餐」

◆ 姚益龙

病床上憋出来的经济学

◆ 李俊慧

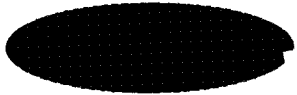
日元面额改小为何难？

◆ 蔡昉

记忆的经济史学

2003 · 1

山东人民出版社



●詹小洪

学者辩识、商家夺利，向为象牙塔的经济学界年内发生了什么呢？“茶座”虽小，却是八面来风。待本小二娓娓道来。

抢先机，经济学 MOOK 流行。市场经济制度的建立，经济学成为显学，通俗经济学更成为时尚。《经济学家茶座》首开先机，以轻松、休闲、高雅的品位，探索将学术平民化的“搭桥”之举，学界赞誉，读者肯定，学仿者众。需求拉动供应，市场竞争加剧，《茶座》同仁欢迎。

占讲坛，“海归”高校执鞭。各高校、科研机构纷纷以引进洋博士为荣，待遇层层加码。最著者为清华大学管理学院以百万元年薪特聘 28 位清一色的欧美常青藤大学博士学位获得者为教授，学界为之震动。

夺风头，经济学散文走俏。随着各种版本的经济学家随笔、散文集畅销，擅长写美文的经济学家人气旺盛、声誉鹊起。以至有媒体惊叹：不写经济学随笔能成为著名经济学家吗？

推盟主，经济学龙头初现。与其他人文社会学科不同，经济学期长期处于山头林立、群龙无首状态，而没有全国性的经济学会组织。整合经济学界就成了学界各路诸侯的角力契机。近年来以北京大学中国经济研究中心为龙头的一年一度的中国经济学年会渐成气候，初现盟主相。

争权益，经济学人群体化。经济学既为显学，莘莘学子莫不想在经济论坛占有一席之地，而单靠坐冷板凳、十年磨一剑、单打独斗的问学之路，则未免太过艰难，况且难成气候。因此应运而生了一些经济学同仁的圈子或群体，既壮大声势又可在学术市场上为自己成果争取经济权益而集体议价。较有影响的圈子有号称经济学飘一代的博士咖啡、以学术边缘人自居的非主流经济学派等。一年来他们呼风唤雨、名噪一时、声誉日隆。

显然视角不同，各方神圣所发出的声音也不同，小二所看到的是谦谦君子们在经济学学问市场上的叫卖与竞争，当然也包括为“茶座”招徕客人！



经济学家茶座

(第 11 辑)

编 委

(按姓氏笔画为序)

于光远 王东京
王振中 王瑞璞
冯兰瑞 刘 伟
刘方棫 刘国光
吴树青 汪丁丁
张卫国 杨瑞龙
林 岗 项启源
钟朋荣 洪远朋
洪银兴 胡培兆
赵 晓 顾海良
梁小民 程恩富
蔡继明

主 编

金明善

副主编

刘德久

执行主编

詹小洪

责任编辑

董新兴

陈丹丹

詹小洪 岁末小侃/1

【国是我见】

李海舰 现代企业家:玩什么?怎么玩?/4

赵人伟 从“不进则退”说起/13
韩朝华 刍议资产的保值、增值和增殖/18

【学界万象】

宋 立 中国经济学界:“海龟”上岸,“土鳖”完蛋?/22

周立群 谈中国大学的经济类教育/27

陆 铭 打造中国经济学的战国时代/33

宋海庆 经济学界应当产生思想大师/38

王翼龙 诺贝尔经济学奖得主的退稿遭遇/41

李仁贵 经济学(家)笑话集锦(上)/47

张宇燕 《批判》的背后/56

【学问聊斋】

梁小民 贾府的经济转型/60

熊秉元 经济学的原理/69

许 斌 漫谈国际贸易学研究在美国/72

曹利群 新制度经济学的时间视野/77

庸 之 挑战新古典经济学/80

赵 刚 “金环蚀”之忧/83

【生活中的经济学】

姚益龙 病床上憋出来的经济学/87

卢周来 小买卖,大道理/93



- 孙德圣 男女交往应该谁买单? /97
 蒲勇健 天下确有“免费午餐”/101
 卢 锋 “锅中找米”求案例/106
 晏宗新 从两个选择的故事看市场里的道德/111
 李红刚 洛杉矶判决与关于处罚的经济学/115
 李俊慧 日元面额改小为何难? /119

【壶中日月】

- 蔡 昉 记忆的经济史学/128
 张宏志 面对 $MR=MC$, 我脸红.../131
 陈宇华 回顾 12 年的“人生快速道”/134

【经济学人】

- 陈 抗 外国有个加拿大, 外国也有大家拿/140
 王玉霞 穿过夜幕的经济学明星/146
 王则柯 冯·诺意曼为小人物丹齐克辩护/151

【经济史话】

- 邵 鸿 19 世纪 40 年代徽州小农家庭的生产和生活/156
 黄志繁

【编读往来】

- 董新兴 厦门大学教授、博士生谈《经济学家茶座》/160

图书在版编目(CIP)数据

经济学家茶座. 第 11 辑

金明善主编

济南: 山东人民出版社, 2003. 1

ISBN 7-209-03166-9

I. 经... II. 金... III. 经济学 - 文集 IV. F0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 05045 号

山东人民出版社出版发行

济南市胜利大街 39 号

邮编 250001

<http://www.sd-book.com.cn>

编辑部电话(0531)2060055-4901

E-mail: chazuo@eyou.com

发行部电话(0531)2060055-4903

山东新华印刷厂临沂厂印刷

2003 年 1 月第 1 版

2003 年 1 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 1/32 开

5 印张 130 千字

邮发代号 24-180

定价: 10.00 元



现代企业家：玩什么？怎么玩？

——企业十大最新玩法——

- 玩虚的比玩实的厉害
- 玩快的比玩慢的厉害
- 玩软的比玩硬的厉害
- 玩无形的比玩有形的厉害
- 玩隐性的比玩显性的厉害
- 玩“脑袋”比玩“躯体”厉害
- 玩外部比玩内部厉害
- 玩合作比玩竞争厉害
- 玩规则比玩实力厉害
- 玩人比玩物厉害

●李海舰*

犹如做学问做到一定程度可戏称“玩学问”，做企业做到一定程度则戏称“玩企业”。近来，有好多企业家跟我讲“不会玩了”。确实，这个世界“一切都改变了”：过去的成功经验可能成为现在的发展障碍，过去的辉煌理论也可能成为现在的垃圾理论。什么叫笨？笨就是用老办法解决新问题。而解决笨的途径，一是“洗脑袋”，二是“换脑袋”。如果两者均告无效，最后只有“换人”。一言以蔽之，今天不“换脑袋”明天就

要“换人”。

旧玩法不灵了，新玩法在哪里？这个问题把企业家们折磨得可谓食不甘味、夜不成寐。玩什么？怎么玩？以下企业十大最新玩法可以提供一把钥匙。

一、玩虚的比玩实的厉害

目前看来，有两类产业：一是实业，例如制造彩电、冰箱、洗衣机、微波炉等；二是虚业，例如从事教育、培训、研发、媒体等。实

* 作者系中国社会科学院工业经济研究所研究员。





业,市场普遍供大于求,价格不断下降,供给者之间的激烈竞争导致这一领域微利甚至亏损;虚业,市场普遍供不应求,价格不断上涨,需求者之间的激烈竞争导致这一领域高利甚至暴利。以教育为例,对于名牌小学、名牌中学、名牌大学,我们的父母可谓是背着一麻袋一麻袋的钱给它们送,它们还不要,叫你排队算是给你一个面子了。再以媒体为例。曾有人讲:“印报纸相当于印钞票,甚至比印钞票还来得快。”就企业内部看,研发、教育、培训的重要性在加速上升,它们是决定企业核心竞争力的秘密所在。过去,企业追求技术进步往往是从更新机器设备入手;现在,企业追求技术进步则更多地转向提升人的素质。因此,从实业领域转向虚业领域,这是领航企业必须控制的第一个制高点。

二、玩快的比玩慢的厉害

时间概念变了。以新中国为例,1949~1979年期间,30年仅相当于1年;1980~2000年期间,20年就是20年,亦即1年就是1年;进入21世纪后,随着互

联网时代的到来,1个季度就是1年,亦即1年相当于4年。过去我们常讲,国内某某技术落后国外一代,亦即1年;现在,落后一代就是落后4年。

就产业看,农业经济,以年为一周期,效益最低;工业经济,以月为一周期,效益较高;服务经济,以天为一周期,效益再高;体验经济,以(小)时为一周期,效益最高。就企业看,现代企业竞争已经全面转向速度竞争,即:人无我有,人有我优,人优我廉,人廉我转,人转我快。换句话说,企业竞争已经历了若干阶段,从产品战,经过价值战、价格战到转换战(服务战),最后到打速度战,亦即在“第一时间”里满足客户需求。据说,两匹马比赛,第一名比第二名仅快一个马鼻子。尽管如此,但第一名获得的好处则是第二名的十倍、百倍、千倍乃至万倍。可见,我们提出“做强做大”企业,这还不够,而且必须加上“做快”。快发展,小问题(指高速发展出现的问题与高速发展带来的好处相比较,前者仍是次要的);慢发展,大问题;不发展,成问题。就像一位企业家给我讲的:骑自行车,快了稳,慢了歪,停了倒。





三、玩软的比玩硬的厉害

基于资源观的核心能力理论认为,企业的竞争优势源于资源。目前看来,可有两类资源:一是硬部资源,诸如厂房、设备、资金、土地、能源、原材料等;二是软部资源,诸如企业区位、商誉、品牌、营销渠道、客户关系、信息、网络、制度安排、物流体系、业务流程等。过去,企业获取经济效益,几乎全部依赖硬部资源,而硬部资源是有限的。所以,提高经济效益在一定时期是受到硬部资源约束的。据此,不少学者提出了今后经济应该是低增长、零增长甚至负增长的悲观理论。现在,企业获取经济效益,转向主要依赖软部资源,而软部资源不仅是无限的(指软部资源一旦形成,其在使用过程中是不断增值的,亦即软部资源创造软部资源),而且是绿色的(不会制造污染)。所以,今后提高经济效益将奠定在源源不断的软部资源供给基础之上,经济的可持续性高速增长不仅是可能的而且是现实的。

不仅如此,如果能用同一计量单位计算软、硬部资源价值的

话,那么,软部资源价值大大高于硬部资源价值。以“可口可乐”为例,其品牌价值高达400多亿美元。过去我们常讲“一字千金”,“可口可乐”四字则是每字100多亿,而且还是美金。现在,决定企业核心竞争力的资源因素已经由硬部资源转向软部资源。先玩硬的,再玩软的;一边玩硬的,一边玩软的,“混合双打”。但是切记,玩软的比玩硬的厉害。

四、玩无形的比玩有形的厉害

浅层次看,一个企业是用有形的产品来和社会直接对接,如果这种有形对接获得成功,则表现为该企业具有强大的竞争力;而深层次看,一个企业则是用无形的理念在和社会间接对接,如果这种无形对接获得成功,则决定了该企业具有强大的生命力。这是因为,产品是由技术决定的,技术是由制度决定的,而制度则是由理念决定的。换句话说,理念决定制度,制度决定技术,技术决定产品。拥有多么先进的企业理念,就具备多么先进的竞争能力。所有企业,说到底,最终拼的都是理念。以海尔为例,表面上





看,它提供给社会的是高质量的产品,但这些高质量的产品实际上是海尔先进思想的物化。所以说,海尔首先是一座“思想库”,而张瑞敏本人则是最伟大的“思想家”。杨绵绵曾讲过一句话,她说,先改变张瑞敏,再改变海尔;张瑞敏改变了,海尔就改变了。这再一次验证了老人家的真理——思想变物质。还有,产品就是人品(的物化),销售产品就是销售人品。可见,无形高于有形,无形统治有形,最后,无形化为有形。

短缺经济时代,一个企业的竞争力主要取决于其有形的因素,例如资本,它可以说是各种有形因素的集大成,只要拥有资本,就可赚取利润。可谓:大资本赚大钱,小资本赚小钱,无资本不赚钱。进入过剩经济时代,一个企业的竞争力主要取决于其无形的因素,例如 idea(思想、理念、创意),它可以说是各种无形因素的集大成,只要拥有思想,就可赚取利润。可谓:大思想赚大钱,小思想赚小钱,无思想不赚钱。战争年代,枪杆子里面出政权;建设时期,笔杆子里面出效益。过去,思想追逐资本,思想围绕资本转;现

在,资本追逐思想,资本围绕思想转。一言以蔽之,当今时代,玩思想比玩资本厉害。

南方一位著名的民营企业家长讲过,“钱袋子”来自于“脑袋子”,即“两袋子”理论。目前,相当一部分企业家的“钱袋子”瘪了,问题则在于其“脑袋子”旧了。所以,“洗脑袋”、“换脑袋”在全社会蔚然成风。必须指出的是,企业的核心理念、核心文化、核心价值观,是无形资产中的核心成分。

五、玩隐性的比玩显性的厉害

基于知识观的核心能力理论认为,企业的竞争优势源于知识(或知识体系)。目前看来,可有两类知识:一是显性知识,亦称编码知识。它是以文本方式记录下来的,看得见、摸得着的东西;二是隐性知识,亦称意念知识。它隐藏在人们的脑子里或组织关系之中,看不见、摸不着,只可意会、不可言传。近期以来,全民族的“学习热”正在不断高涨。国家要建立学习型国家,城市要建立学习型城市,企业要建立学习型企业,家庭要建立学习型家庭。但是,学什么?无疑,首先要学显性





知识,其载体有报纸、杂志、图书、光盘、盒带、广播、电视等,其形式有讨论、讲座、团队互动、深度汇谈等,但这还远远不够。因为能够以上述载体记录下来的知识都已经显性化、大众化、平台化了,经过学习,你也知道我也知道。而隐性知识的获得不是“教科书”所能解决的,它是多看、多听、多走、多说、多思发展到一定阶段的产物。前人曾讲:“十年寒窗苦,就在一朝悟。”没“悟”出来,就等于还是停留在显性知识阶段。就二者关系而言,一是显性知识可进一步提升为隐性知识,这是一次质的飞跃,只有少数人能做得到;二是隐性知识的显性化,这一过程即是企业全面提升竞争优势的过程。当然,隐性知识也在不断更新、升级,今天的隐性知识可能就是明天的显性知识。与知识类型的划分相适应,可有两类人力资本:一是拥有显性知识的人,称为同质型人力资本;二是拥有隐性知识的人,称为异质型人力资本。现在,决定企业核心竞争力的知识因素已经由显性知识转向隐性知识。必须指出的是,目前显性知识领域,新知识层出不穷,旧知识加速折旧,而我们的相

当一部分企业还沉湎于旧知识中,新旧知识无法置换。从旧知识“切换”到新知识,这是现代企业必须完成的第一要务。

六、玩“脑袋”比玩“躯体”厉害

如果把一个企业的价值链条分为四个区段的话,一是研究开发,二是生产制造,三是展览营销,四是营运管理。这里,生产制造是“躯体产业”,研究开发、展览营销和营运管理则是“脑袋产业”。今后,越来越多的企业将形成“两极分化”:一类是以实体为基础的“躯体”企业,一类是以知识为基础的“脑袋”企业。目前,国内一些领航企业已经开始实行“脑体分离”经营,即只做“脑袋”,不做“躯体”。不仅如此,“脑袋”部分还要再分离,一类是做研究开发或展览营销的“小脑袋”企业,一类是做营运管理的“大脑袋”企业,即只做“大脑袋”,不做“小脑袋”。比较而言,“脑袋”产业属于高端产业,其特点是:高投入,高风险,高回报;“躯体”产业属于低端产业,其特点是:低投入,低风险,低回报。

整体看来,企业成长历经四





个阶段。一是生产中心论,生产决定流通,这是一个生产至上的时代。这个时代,往往是搞技术的容易成为企业的厂长、经理,做“躯体”是最“牛”的。二是营销中心论,流通决定生产,价值实现比价值创造更重要,这是一个流通至上的时代。这个时代,往往是搞营销的容易成为企业的厂长、经理,玩流通比玩生产厉害。三是研发中心论。过去,企业跟着显在市场走;现在,企业跟着潜在市场走。三流企业满足需求,二流企业跟踪需求,而一流企业则创造需求。创造需求就是创造市场,而广义研发就是创造市场的,这是一个创意至上的时代。这个时代,往往是玩创意的容易成为企业的厂长、经理,玩创意比玩营销厉害。四是营运中心论。现代企业,不是制造产品而是制造网络,不是新建企业而是整合企业。把企业内外、国内国外各种支离破碎的资源整合起来为我所用,最终能够为客户提供一个“总体解决方案”,这是一个网络至上的时代。这个时代,往往是做网络的容易成为企业的厂长、经理,玩“虚拟企业”比玩“实体企业”厉害,玩“大脑袋”比玩“小脑袋”厉害。

七、玩外部比玩内部厉害

企业资源可有两类:一是内部资源,二是外部资源。按照经济学的原理,一个企业,它的资源配置范围越广,其经济效益越高。而实际上,过去由于时空限制,企业在扩大资源配置范围的同时,不仅时间成本急剧扩大,而且空间成本急剧上升。进入互联网时代后,时间、空间限制消失了。比如,一封电子邮件,由北京发往纽约和由北京发往天津,其成本是一样的,即都近乎于零时间、零距离、零成本。也就是说,当今时代,利用外部资源的时间、空间和成本在大大地降低,甚至几乎是零。正如个人有两种能力一样,企业也有两种能力。一种是与“物”打交道的能力,亦即专业技术能力;一种是与“人”打交道的能力,亦即人际关系能力。前者俗称“智商”,后者俗称“情商”。企业“情商”越高,其外部资源的利用范围越广,利用能力越强。企业越是发展,“情商”在企业中的地位越是提升。这里,智商承担“基础功能”,而情商则承担“增值功能”。一个高智商+高情商





的企业,才是一个高财商的企业。

过去,企业强调“眼睛向内”,主要精力放在整合内部资源上,企业依靠自身拥有的资源来获得发展,其理念是“既非我所有,就非我所用”,自力发展;现在,企业强调“眼睛向外”,主要精力放在整合外部资源上,企业依靠社会、全球的资源获得发展,其理念是“不求我所有,但求我所用”,借力发展。过去,企业是有边界的,不仅企业之间需要“修墙”,而且企业内部部门之间也要“修墙”;现在,企业既有边界又无边界,企业需要“拆墙”。不仅要拆除内部的墙,更要拆除外部的墙,使得企业之间、企业与外部社会能够有机整合。因此,现代企业亟须适应由整合内部资源到整合外部资源的转变。总之,一个企业,不在于你拥有多少资源,而在于你利用了多少资源。过去,企业围绕内部资源打转转,而内部资源是有限的;现在,企业围绕外部资源打转转,而外部资源则是无限的。善于整合外部资源,这是企业核心能力之根本。

八、玩合作比玩竞争厉害

过去,企业之间是同质化竞争,其竞争对手是生产同类产品的企业;现在,企业之间是异质化竞争,其竞争对手是生产替代产品的企业。这样,生产同类产品的企业之间则由过去的竞争关系转向合作关系。例如,A企业生产录像机,B企业也生产录像机。过去,A、B两企业之间不是你死就是我活,为此,“价格大战”时常爆发。这里,企业竞争力提高的结果是造成这一行业利润率的大幅度下降乃至全行业性亏损。这就是竞争力悖论。“螳螂捕蝉,黄雀在后。”C企业是生产DVD的,C企业生产的产品可以直接替代A、B两企业生产的产品,即只要DVD一问世,录像机就少有人再问津。这样,A、B两企业为了和C企业竞争不得不联合起来,即为了竞争必须合作。为了顺应时代变化,A、B两企业继而共同研发DVD,不久,它和C企业之间的竞争又形成了同质化竞争。于是,A、B、C三家企业进一步联合起来,又和生产替代产品的D企业展开新一轮的异质化竞争,如





此循环往复,无穷无尽。最终,越来越多的企业卷入了合作之中。过去,竞争才有竞争力,其结果是你死我活;现在,合作才有竞争力,其结果是双赢发展。就提高企业经济效益而言,自己单干是做加法,与人合作是做乘法。基于这种认识,合资经营、连锁经营、业务外包、战略联盟、国际市场上大企业并购愈演愈烈,就反映了这一趋势。当然,企业之间的合作是有条件的,这就是“优势互补、资源互换”。就中国企业而言,必须进行业务流程重构,专注于价值链上的某一区段,做专做精做强,通过与跨国公司合作,纳入其全球产业网络,以此融入经济全球化。

九、玩规则比玩实力厉害

三流企业做产品,二流企业做技术,一流企业做创意,而超一流企业做标准。制订标准,这是做企业的最高境界。在市场经济下,谁垄断了市场,谁就掌握了“产业标准”;反之,谁掌握了“产业标准”,谁就垄断了市场。垄断“产业标准”的制订权,实际上就是垄断市场。客观地讲,规则来

自实力,没有实力就没有规则的制订权。但仅停留在实力阶段是不够的,一旦规则变了,实力要么打折扣了,要么就没用了。以日美企业为例,日本企业研制模拟彩电,做得精益求精,美国企业根本无法与之抗争。但是,美国企业开辟另一“规则”,研制数字彩电,最终数字彩电取代了模拟彩电,美国企业赢了。美国企业的胜利,实际上是“标准”的胜利。掌握“游戏规则”的制订权,打“标准战”,这是领航企业的“制高点”。当今时代,标准成为企业核心能力的表现形式。新的标准出来,其他所有企业一次性地毁灭,即一个标准毁灭一批企业。有了标准,通吃。“用标准来洗牌”,这是当今国际企业之间竞争的最新“秘密武器”。目前,少数经济发达国家设置的“技术性贸易壁垒”实际上是以“玩标准”的方式阻碍中国等发展中国家和地区“物美价廉”商品的输入,以此降低乃至毁灭别国商品的竞争力。

十、玩人比玩物厉害

在工业经济中,主要依靠物质资源,它是土地里挖掘出来的,





是有限的;所谓工业革命,是对体力劳动生产力的解放和发展。在知识经济中,主要依靠人力资源,它是脑子里开发出来的,是无限的;所谓知识革命,是对脑力劳动生产力的解放和发展。可见,知识经济的本质在于创新,而创新的关键则在于人。通常,人力资本激活物质资本,才使物质资本增值;否则,物质资本只会是一堆“废铜烂铁”。过去,在企业里“物统治人”,只见物不见人,是典型的“资本论”;现在,在企业里“人统治物”,既见物更见人,是典型的“人本论”。就人力资源而言,可有三种存在形态:一是成本,即老板给予他的报酬高于他创造的收入;二是资产,既不赚钱也不亏钱;三是资本,即他创造的收入高

于老板给予他的报酬。只有以资本方式存在的人力资源才能够称其为人力资本,而且只有异质型人力资本才是稀缺资源。过去,企业实行的是一元股份制,即纯粹的物质资本股份制;现在,企业实行的是二元股份制,即物质资本和人力资本的混合股份制,而且人力资本股份开始逐步高于物质资本股份。过去,一个企业是一个SBU(战略事业单位),或者企业中的一个部门是一个SBU;现在,企业中的每一个人是一个SBU。这样,整个“游戏规则”将从重物转向重人,即从物质资本统治人力资本转向人力资本统治物质资本。所谓新玩法,归根到底是玩人。





从「不进则退」说起

● 赵人伟 *

诺贝尔经济学奖得主约瑟夫·斯蒂格利茨在他的《经济学》一书中写道:“如果富人比穷人缴纳更多的税,但并不是按比例递增的,那么这种税收制度仍然被认为是累退的。”^①他解释说,税收要讲公平,而在试图界定公平的含义时,经济学家集中于两个原则:横向公平(horizontal equity),指境况相同或相近的人应当缴纳相同或相似的税;纵向公平(vertical equity),指境况好的人应当多纳税。富人比穷人缴纳其收入中更大份额的税收制度被称为累进制(progressive),不然就被称为累退制(regressive)。

这种税收理念,按照中国人的表达习惯,我们不妨把它概括为“不进则退”的税收理念。我认为,这种“不进则退”的理念对于我们建立科学的税收制度、转移支付制度,进行收入再分配、调节贫富之间的收入差距具有重要的意义。按照这种理念,个人所得税一般应实行累进税率而不是比例税率,即收入高的人的税率要高于收入低的人的税率。我国利用个人所得税进行收入差距的调节可以说还刚刚起步,由于种种条件的限制,还不可能在征收个人所得税的所有领域都实行累进制。就以利息税来说,由于存款实名制还不完备,我国目前还只能实行比例税率,而不是累进税率,即对所有的存款都征收20%的利息税。应该说,这种征收办法是不完备的,具有过渡性。因为这种办法不能起缩小贫富差距的作用,不符合上述的纵向公平的原则。试想,如果在同一时期,某甲获得利息收入1万元,某乙获得利息收入1000元。两者税前收入的比例为10:1。缴纳20%的利息税以后,甲的税后利息收入为

* 作者系中国社会科学院经济所研究员。

① 约瑟夫·斯蒂格利茨:《经济学》(第二版),上册,中国人民大学出版社2000年版,第481页。





8000元,乙的为800元。两者税后收入的比例仍然是10:1。他们的利息收入差距在税前和税后没有变化。可见,为了调节贫富之间的收入差距,应该从比例税向累进税过渡。

当然,“不进则退”的税收理念是相对意义上的。如果从绝对意义上来说,比例税制是既没有“累进”也没有“累退”,仅仅是相对于纵向公平的要求,它才是“累退”的。例如,在上述利息税的实例中,大家的税率都是20%,既没有进,也没有退。

由此,我们似乎可以将“不进则退”的理念区分为绝对意义上的“不进则退”和相对意义上的“不进则退”。这样一种区分,在日常生活中是经常可以遇到的。举一个浅显的例子来说:在我还是一名中学生的時候,老师经常用以下一段话来告诫学生们努力学习:“学如逆水行舟,不进则退;心似平原走马,易放难收。”其实,不论是行舟也好,还是学习也好,“不进则退”都有绝对和相对两种状况。

就以行舟来说,我们设想驾驶一艘江轮在长江上行驶,以上海为起点,以重庆为目的,逆江

而上。如果在轮船到达武汉以后驾驶者放弃了继续前进,任凭江轮顺着江水往上海方向倒流,那是绝对意义上的“不进则退”(当然,这是就轮船同地球的相对关系来说的,如果进一步考虑到地球的自转和地球绕太阳的公转等因素,情况就更为复杂,无须在此讨论,只能由天文学家和哲学家们去讨论了)。如果在轮船到达武汉以后驾驶者抛下船锚把船固定在武汉,既不向重庆方向前进,也不向上海方向后退。从绝对意义上讲,这可以说是“不进不退”。但是,由于其他船只还在继续前进,因此,同其他还在继续前进中的船只相比较而言,即从相对意义上来说,这仍然是一种“不进则退”。

再以学习来说,对于一种非常好的学说,有人可以认真地学习,学得很好,进步很快;有人则敷衍了事,根本学不进去。但是,即使是那些学得很好的人,如果其中有人对于这种学说采取教条主义的态度,不能根据时代的进步和实践的变化而加以发展,甚至采取原教旨主义的态度,对发展和进步进行排斥和打击,那也是一种相对意义上的“不进则退”。





的表现。当然,问题并不是那么简单。甲可以说乙在退,乙也可以说甲在退。因此,对于什么是进,什么是退,还有一个定位和定向的问题,才能防止出现“视进为退”或“视退为进”的状况。前面我们举的是所得税的实例来讨论进退问题。下面我们将回顾和总结一下我国改革开放以来关于计划和市场问题的论战来进一步讨论进退的问题。

从20世纪70年代末到90年代初,我国经济学界就计划和市场的关系问题进行了非常热烈的大论战,这是具有重要意义、牵涉到经济改革方向问题的大论战。撇开枝节问题不说,主要有两种意见:一种意见是只有逐步摒弃计划经济,走向市场经济,才是经济改革的大方向;另一种意见是只有把市场机制或市场调节放在补充和辅助的地位,坚持计划经济的主体地位,才符合经济改革的大方向。显然,这两种意见的进退观是不一样的:前者视自己为进,视后者为退;后者也视自己为进,而视前者为退。经过

十多年的讨论,到了1992年,邓小平的南方讲话和中共十四大才最终肯定了从计划经济转向市场经济的改革方向。

总结这场大论战及其成果,对我们树立正确的进退观有什么意义呢?

首先,不应该拘泥于名词概念的表象之争,而应该注重问题的实质。例如,就计划经济中的“计划”一词来说确实不是贬义词,改革并不是要否定任何意义上的计划,而是要扬弃特定意义上的计划经济,具体来说就是要扬弃经过前苏联、东欧和中国等国家实践过的、事实证明是不可持续的那样一种计划经济。西方经济学界往往有人把这样一种经济称之为“命令经济”,甚至“动员的命令经济”。我倒比较赞赏日本经济学家石川滋对计划经济所作的概括。他说,中国原来的经济体制在广义上可以定义为“集中管理的实物计划资源配置体制”^①。石川滋教授的这一概括把传统特定意义上的计划经济的如下两个特点表达出来了:一是

^① 石川滋(Shigero Ishikawa):《社会主义经济和中国的经验——对经济改革的展望》,《科技导报》,1986年第2期。





过度集中,抹杀了决策主体的多元性和利益的多元性;二是资源配置的实物化,否定了市场机制在资源配置中的作用。显然,这样一种体制是低效率的、不可持续的,只能被市场经济所取代。所以,就经济体制来说,什么叫进,什么叫退,最终都要以效率标准或生产力标准来衡量。

再者,还要区分改革中的“前进”和拨乱反正中的“反正”。80年代初期,在经济改革问题上有一个颇为流行的说法是“拨乱反正”。按照《现代汉语词典》的解释,所谓“拨乱反正”,就是“治理混乱的局面,恢复正常秩序”。什么是正常秩序呢?一种流行的说法是:治理“大跃进”之乱,恢复到1956年那样一种状态,治理“文化大革命”之乱,恢复到1965年那样一种状态,才叫正常秩序。诚然,在我国计划经济的实践中,1956年和1965年是秩序比较正常的时段,我们不妨称之为比较有序的计划经济时段。在80年代初期,我们有一些同志在向外宾介绍中国经济改革的情况时,常常把我国50年代的经济,特别是上述两个时段的经济当作中国经济的“黄金时代”来介绍。难怪

有的外国朋友当时就提出这样的疑问:“既然你们认为那时是黄金时代,那么只要恢复到那个状态就行了,又何必提出经济改革的要求呢?”可见,改革是一种真正意义上的前进,而不是简单地恢复到原有体制中一种比较好的状态。把“拨乱反正”当作改革决不是真正意义上的改革。再有序的计划经济,哪怕是有市场机制或市场调节作补充的计划经济,也还是计划经济,而不是让市场机制起资源配置基础作用的市场经济。

还有,区分战略上的前进和战术上的以退为进也是必要的。众所周知,前苏联在20年代初期从军事共产主义向新经济政策的转变是一种战术上的退却,允许私人经济在一定程度上的发展,允许多种经济成分并存,是为了等待时机成熟时向公有制经济和计划经济过渡。事实也是如此,到了20年代末,苏联就向公有制和计划经济全面推进了。所以,当年苏联实行新经济政策只不过是一种战术上的以退为进,而不是战略方向的一种改变。但是,我们不能说我国自1978年底党的十一届三中全会以来的改革仅

