

新世纪的增长点

——私营企业开拓国际市场对策研究

浙江省对外贸易经济合作厅课题组 著

钟 山 吴 钢 吴建华 等著

经济科学出版社

责任编辑：罗 剑

责任校对：马金玉

版式设计：周国强

技术编辑：李长建

新世纪的增长点

钟 山 吴 钢 吴建华 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区万泉河路 66 号 邮编：100086

总编室电话：62541886 发行部电话：62568485

网址：www.esp.com.cn

电子邮件 esp@public2.east.net.cn

北京天宇星印刷厂印刷

新路装订厂装订

850×1168 32 开 16.5 印张 400000 字

2000 年 9 月第一版 2000 年 9 月第一次印刷

印数 0001—5000 册

ISBN 7 5058-2274-8/F·1666 定价：28.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

序	(1)
---------	-----

第一章 逐鹿世界 不可阻挡的民营企业

——我国民营企业开拓国际市场的必要性	(1)
--------------------------	-----

第一节 民营企业是国际市场竞争的主体	(1)
--------------------------	-----

第二节 我国民营企业已经具备开拓国际市场的基础	(7)
-------------------------------	-----

第三节 民营企业是中国参与世界经济竞争的 战略力量	(14)
------------------------------------	------

第二章 艰难起步 我国民营企业初拓国际市场

——我国民营企业开拓国际市场的基本 情况	(17)
-------------------------------	------

第一节 我国民营企业开拓国际市场的进程	(17)
---------------------------	------

第二节 我国民营企业开拓国际市场的典型案例	(21)
-----------------------------	------

第三章 舍我其谁 现实与梦想

——私营企业出口对外贸影响的 结构性分析 (26)

第一节 私营企业出口结构特点 (26)

第二节 私营企业出口对外贸结构变动的影响 (37)

第三节 私营企业出口结构性走向及相关政策选择 (44)

第四章 国门难出 症结何在?

——我国私营企业开拓国际市场中存在的 主要问题和难点 (47)

第一节 错综复杂的国际市场体系 (47)

第二节 “生存土壤”相对贫瘠 (53)

第三节 “准入”歧视十分严重 (65)

第四节 自身素质有待提高 (71)

第五章 成功之本 开拓国际市场的基本原则

——我国私营企业开拓国际市场的原则 (86)

第一节 必须严格遵循经济规律 (87)

第二节 必须充分发挥比较优势 (100)

第三节 必须积极调整经营战略 (114)

第四节 必须稳步推进资本经营 (123)

第五节 必须主动实施管理和技术创新 (128)

第六章 新的挑战 不仅仅是 WTO 的加入

——经济新形势对私营企业开拓国际市场的 影响

(139)

第一节 世界贸易组织和私营企业 (139)

第二节 亚洲金融危机与私营企业 (151)

第三节 通货紧缩与私营企业 (160)

第四节 跨国公司与我国私营企业发展 (169)

第七章 叩响国际市场 路在何处?

——我国私营企业参与国际竞争的基本形式 与实现方式

(178)

第一节 自营进出口贸易 (178)

第二节 外贸公司代理出口 (225)

第三节 兴办中外合资、中外合作企业 (230)

第四节 加工贸易出口 (238)

第五节 外经业务 (241)

第六节 海外投资 (245)

第八章 强身健体 是重中之重

——私营企业开拓国际市场的内部组织 与管理

(262)

第一节 私营企业开拓国际市场的组织结构类型 (262)

第二节 私营企业开拓国际市场的内部管理 (274)

第九章 依法经营 不是紧箍咒

——私营企业开拓国际市场的法律基础 (322)

第一节 私营企业如何争取自营进出口权 (322)

第二节 私营企业如何兴办中外合资经营企业 (325)

第三节 私营企业如何兴办中外合作经营企业 (328)

第四节 私营企业在从事对外贸易中的权利和义务 (332)

第五节 私营企业如何兴办境外企业(以浙江省为例) ... (337)

第十章 在商言商 筑起法律的围堤

——私营企业开拓国际市场可以援引的 国际法解析 (340)

第一节 私营企业如何运用《联合国国际货物销售
合同公约》 (340)

第二节 私营企业如何运用《跟单信用证统一惯例
(500号)》 (358)

第十一章 私营企业开拓国际市场的

政策性选择 (385)

第一节 私营企业要苦练“内功” (385)

第二节 政府应加大对私营企业开拓国际市场的
支持力度 (387)

附录 1 中华人民共和国海商法 (422)

附录 2 中华人民共和国驻外经济商务机构
通信录 (474)

后记 (493)

第一章

逐鹿世界 不可阻挡的民营企业

——我国民营企业开拓国际 市场的必要性

第一节 民营企业是国际市场竞争的主体

所谓民营企业,在国外实际上是企业产权的一般形态企业,96%以上的欧美企业,特别是处于竞争领域的企业几乎清一色是民营企业。因此,国际上一讲到企业,一般是民营企业,不管是庞大的微软、英特尔、英荷壳牌、通用汽车,还是纽约唐人街的地下服装手工作坊,其身份皆是民营企业。

民营企业的国际化经营进程,则几乎是随着企业的诞生而自然产生的一种本能的行为。根据罗宾逊关于企业国际化历程的经典划分,从19世纪初开始。^①

企业为获得国外原材料,开始涉足国外市场。继18世纪瓦特发明蒸汽机后,愈来愈多的机器被应用于西方资本主义国家的生产领域,生产力空前提高,庞大而高效的机器所吞噬的原材料如此

^① 参见喻权域 程万泉:《走向国际市场》,新华出版社,1988年版,第176~200页。

之多,远非当地所能供给。而商品生产的空前发展,突然多起来的产品堆积如山,又远非当地市场所能消化,工厂主们不得不到异国他乡寻找原材料与推销产品。为控制原料产地,夺取廉价原材料,资本家们甚至不惜将其业务扩展到万里之外。正是工业革命,使资本主义国家的私营企业迈出了开拓国际市场的第一步。到了19世纪中上叶,由于轮船、铁路等交通工具投入营运,进一步加快了私营企业对外贸易的发展。欧洲的工厂主开出了一艘艘满载着以金属、毛、麻为原料的工业制成品商船,它们被销往世界各地,而从亚洲、美洲返回的船上则装满了大量的茶叶、橡胶、蚕丝、木材等农产品和原材料,国际贸易的时代已经来临了。

1870年以后,随着贸易来往的日趋频繁,各国普遍降低关税,国际贸易、金融、人员流通不断加快,私营企业开拓国际市场的进程进入了一个新阶段。这一阶段,商品输出是私营企业开拓国际市场的主要形式,西方各主要资本主义国家纷纷喊出了“出口第一”的口号,“贸易立国”被确立为基本国策,各国相继采取多种政策措施以鼓励本国私营企业增加商品出口。如从20世纪初开始,英国政府就已为出口企业承担出口信贷风险,随后,欧洲许多国家和日本及其他一些国家也群起效尤。另外,许多国家还对本国私营企业出口的一系列出口商品给予津贴。如法国企业的一些汽车和农副产品,美国企业的棉布、船舶,德国、日本、南非企业的消费类商品等。从此,私营企业的商品开始如潮水般涌向世界各国与地区。

19世纪末20世纪初,各主要资本主义国家倡导发展出口主导型的经济结构,西方国家尤其是日本的私营企业产品以其质量可靠、价格低廉、服务周到等特色畅销于世界。但仅仅依靠商品输出,还不足以占领更多、更大的国际市场,而且经常产生激烈的贸易摩擦,迫使一些有实力的私营企业赴境外投资兴业,就地生产或销售,以绕过贸易壁垒。企业开始走上了国际化经营轨道。如

1865年,德国拜尔公司在美国纽约州设立苯胺工厂;1866年,著名的瑞典发明家诺贝尔在德国汉堡建立了一个炸药分厂;1867年,美国胜豪缝纫机公司在英国格拉斯设立了海外分厂。恩格斯曾供职的工厂,也是由他父亲的公司在海外设立的。这些私营企业创办的海外企业,可谓现代私企跨国公司的雏形与始祖。从19世纪末开始,走企业国际化经营之路,已成为西方私营企业开拓国际市场的主流,各主要资本主义国家也从“贸易立国”逐渐转向“投资立国”。^①

20世纪初到二次大战爆发前,私营企业为了向外进一步扩张,在迈出国际化经营的第一步后,又竞相在不同的国家与地区设立工厂与分支机构,将企业的资金、技术与国外尤其是发展中国家的廉价劳动力、原料、广阔的市场有机地结合起来,从而降低了产品成本,提高了利润收入,使生产和销路进一步得到了延伸、发展。多国企业在世界范围内茁壮成长,控制了许多国家的工业部门。

在上述阶段,私营企业是国际市场竞争的惟一行动者。随着二次大战的结束,以前苏联为首的社会主义阵营,包括1949年新中国的诞生,打破了私营企业在国际贸易中一统天下的局面。但在国际贸易份额中,私营企业贸易额依旧占据了主导地位,仍是国际贸易竞争的主体,国有企业、公有企业所实现的贸易量还不到总量的15%。

随着前苏联的解体,中国的企业产权改革以及私营企业的兴起,客观上进一步强化了私营企业在国际市场竞争中的主体地位。而国际分工进程的加强和科学技术的进步,使得私营企业的这种主体地位以更加现代的面貌凸现出来。一个典型的表现是,随着西方各主要资本主义国家经济的重组与调整,各国之间出现了资源、资金、信息、人力与技术等大规模的跨国流动。私营跨国公司

^① 参见宋则行 樊亢 主编:《世界经济史》第十六章,经济科学出版社,1994年版。

的数量与规模都处于急剧变化之中,其势力几乎扩张到所有的国家和地区。

在私营企业征服全球的大进军中,美国公司起到了先导和中坚作用。战后异常强大的美国私营企业,在美国政府的支持下,从 60 年代起开始向国外大规模投资。如美国的三大汽车公司——通用汽车公司、福特汽车公司与克莱斯勒汽车公司,从 60~80 年代,其分支机构几乎遍布整个欧洲,控制了欧洲汽车市场的 40%。以美国福特汽车公司为例,由于战后大举进军海外,它的工厂已逐渐分布到全球 30 多个国家和地区,1993 年,福特公司就以 1085 亿美元的销售额成为世界第二大跨国公司。国际商用机器公司(IBM)公司,从 60 年代开始就总结出了一条经验,即在世界范围内,包括在德国、法国、英国、加拿大和日本等国的分公司在内,统一组织、分工生产特定的机种,就能根据新的市场形势,做到随机应变。

继美国公司之后,日本私营公司也逐渐成为一股向海外发展的强大力量。如“日产自动车公司”在开拓国际市场方面一直以出口产品为主,战后开始实行跨国经营战略,并颇见成效。目前,日产车有 70% 左右是它在海外 20 多个国家的分公司生产的。除了大举在海外建厂,日产车的研究与开发也正在逐渐转向海外,如底特律的“日产调查开发公司”、加利福尼亚的“日产造型国际公司”、德国的“日产造型欧洲公司”、西班牙的“西班牙日产公司”、英国及比利时的“日产欧洲技术中心”等等。

欧洲公司也不甘落后。如意大利菲亚特公司从 60 年代开始实施全球化经营战略,目前已在世界各地设立了众多分支机构。世界最大的油脂食品公司之一尤尼莱佛公司,其前身是英国创立于 1887 年的利华兄弟公司,从二战后到现在,已在世界各地成立了 600 多家子公司,控制了许多大种植园与农业原料加工厂,成为

地道的世界油脂帝国。^①

特别是 80 年代以来,由于私营企业对世界市场的占领,不再是地理上的征服,而是对消费者心理上的征服;从对手手中夺得市场,即意味着从对手那里争取到更多的消费者。为达到此目的,私营企业在开拓国际市场上以提供比对手更胜一筹的产品与服务作为竞争新策略。“占领世界市场”这一目标,转化为一个更明确的目标——“提供世界最佳的产品与服务”,“全球第一”成为私营企业开拓国际市场志在必得的经营目标。此时,国界对企业的约束力已经大大减弱了。这一阶段,企业在经营上又增加了如下特点:

1. 管理人员国际化。为塑造“全球公司”的形象,对于私营跨国公司来说,公司理事会上老是清一色的面孔愈来愈不合时宜,各个大公司纷纷考虑实现管理人员全球化。西方私营企业的“家族制”管理体制逐渐走向解体。如从 1989 年以来,日本索尼公司已经任命了 3 名非日本人担任董事。其任命的“美国索尼公司”总经理,是一个生于以色列,长在奥地利,但手持德国护照的人;还有松下、可口可乐、微软等世界顶级大公司,在高级管理层实行人员多样化方面似乎都达成了共识。

2. 产品开发国际化。跨国开发新产品已成为西方私营企业开拓国际市场的一种趋势。如柯达公司为了开发“瞬间成像相机”,在欧美雇用了 1000 名人,花了一年时间,由英国研制出高速感光乳剂,借助法国技术进行检验。还有许多西方私营企业其研发机构开发产品所依据的信息主要来自海外子公司,且海外子公司直接参与新产品开发,因此所开发的产品往往通用性极高,几乎可以在世界各国市场上出售。

3. 技术开发国际化。世界经济的风云变幻和现代技术的日新月

^① 参见胡适耕 曾庆豹:《全球化 世界经济贸易大趋势》,湖南大学出版社,1998 年版,第 21~49 页。

异,使国外私营企业越来越重视科学研究和技术开发的国际化。通过国际合作直接取得国外的最新科技信息和最新科研成果,合作的形式主要是合作研究、信息资料交流、参加有关国际研讨会甚至参加有关国际科研组织等。如美国通用汽车公司通过与日本丰田公司建立合资企业,引进了日本小轿车的制造工艺与技术。此举不仅节约了25亿美元的开发费用,而且在引进技术的基础上开发出新型同类产品。美国IBM公司在瑞士、日本等地设立了基础研究实验室,在世界各地设有30多个研究分部。日本电器公司(NEC)在普林斯顿大学建立了人工智能基础研究实验室,还在世界各地建立了30多个研究分部。这些事例表明,技术开发的国际化,已是西方私营企业开拓国际市场、开展国际竞争的新手段之一。^①

4. 跨国并购之风盛行。为减少大规模国际投资的经营风险,在开拓国际市场过程中,西方私营企业越来越多地采取联合投资的方式,而且更多地利用并购企业而不是以新投资进入新市场。不仅有私营大公司通过兼并来扩大企业规模,也有私营中小企业举债收购大公司,并购活动多集中在金融与保险、电信和媒体等服务贸易领域和石油化工、制药、汽车等高新技术密集型产业。据估计,整个80年代,并购案超过2.2万起,进入90年代,每年案值均在千亿美元以上。有资料表明,仅1998年一年,全球跨国并购案值达6000多亿美元,为1997年的两倍和1995年的5倍。据最新统计,1999年1~10月,全球大企业并购事件共有36起。2000年一开年,美国在线与时代—华纳的并购又掀起了新一轮并购狂潮,跨国并购已成为西方私营企业直接投资流动的最主要形式。

一个典型的例子能使我们更充分地感受到并购的潮流。1986年11月,美国福特汽车公司与原西德大众汽车公司在阿根廷和巴西的子公司联合成一家新的跨国公司——拉丁汽车公司。合并后,原分别属

① 参见宋绍兴:《日本经济国际化》,东北师范大学出版社,1997年版,第217页。

福特与大众公司的两个子公司不复存在,新设立的拉丁汽车公司在巴西和阿根廷拥有 15 家工厂,7.5 万名职工,其年生产能力为 90 多万辆各种汽车,已成为世纪最大的汽车生产企业之一。两家公司合并后,可以互补长短,开发新品种,其产品在阿根廷和巴西之间相互调剂,大大扩大了市场占有份额。1997 年度在世界 500 强排名居首位的美国通用汽车公司,通过长期的联合、兼并、收购、控股等办法,总资产已达 2288.88 亿美元,营业收入 1781.74 亿美元。^①

又如,日本私营企业,在 80 年代后期就开始大举购买美国企业股权乃至电影公司。1986 年,日本索尼公司花费 20 亿美元买下了美国 CBS 唱片公司,3 年后,又以 34 亿美元的高价买下了哥伦比亚电影公司,1991 年松下电器公司以 61 亿美元之巨买下了好莱坞著名的环球影业公司,将日本私企在美国的购买推向了高潮。可惜这些并购都没有达到预期目的,最后不了了之。^②

由此可见,我国私营企业开拓国际市场具有制度优势,至少企业的“出身”是一致的。在许多关键性的问题上,容易取得共识,也容易被世界市场所接纳。私营企业的这一“出身”优势,注定它们将成为我国在国际市场竞争中的一支新兴力量,成为新世纪中国对外贸易发展的希望。

第二节 我国私营企业已经具备开拓国际市场的基础

私营企业在中国,有着特殊的存在和发展背景,它是伴随着个

① 参见胡适耕 曾庆豹:《全球化——世界经济贸易大趋势》,湖南大学出版社,1998 年版,第 73 页。

② 喻权域 程万泉:《走向国际市场》,新华出版社,1988 年版,第 10~68 页。

体经济的发展而萌生的。早在原始公社制度的后期,随着畜牧业和农业的分离,随着社会分工的进一步发展和手工业的出现,就开始有了商品交换和手工业者的小商品生产,手工业者和个体农民的商品生产,在奴隶社会和封建社会漫长的历史年代中缓慢发展,直至鸦片战争以前中国封建社会的商品经济已达到相当高的水平,私营企业的萌芽已在一些生产行业中产生。鸦片战争以后,外商企业陆续在通商口岸兴起,受外商企业刺激,中国一些地主、商人买办等利用封建性积累投资设立近代企业,而洋务派引进西方先进生产技术,对商办近代企业也起了诱导作用。19世纪六七十年代,中国资本主义民族工业在上海、广东、天津等沿海地区兴起。伴随着近代工业的出现,中国民族资产阶级诞生。新中国成立以后,中国共产党对民族资本采取和平购买的办法。通过国有经济对资本主义工商业的委托加工,计划订货、统购统销、委托经销代销、公私合营、全行业公私合营等一系列从低级到高级的国家资本主义过渡形式,最终把民族资本主义经济改造成了社会主义全民所有制经济。至此,旧中国存续下来的民族资本主义经济随着社会主义改造的完成而消失。此后一个时期,受“左”的思想和苏联社会主义模式的影响,片面追求公有化程度,形成了纯而又纯的公有制经济格局,个体和私营经济一直被视作“资本主义尾巴”而不允许存在。

党的十一届三中全会以来,在邓小平同志建设有中国特色社会主义基本理论和党的基本路线指引下,我国实施改革开放政策,在巩固和发展公有制经济的同时,积极鼓励和支持个体私营经济的发展,大胆探索,勇于实践,把个体和私营经济的发展同转换企业经营机制,培育发展市场,调整产业结构,安置劳动就业,促进农村脱贫致富相结合,制定政策措施,积极引导鼓励,取得了显著成效。作为资源小省的浙江,至1999年6月全省已有个体工商户154.66万户,从业人员265.63万人,私营企业10.79万户,投资

者 21.13 万户,雇工 144.55 万人,个体私营企业拥有注册资金 890.59 亿元,在全国 500 家最大私营企业中,浙江占了 112 家,总数居全国第一。

回顾改革开放 20 年来,我国私营企业的发展,大致经历了以下几个阶段:

一、党的十一届三中全会提出:社员自留地、家庭副业和集贸市场是社会主义经济的必要补充。私营企业如雏鹰卵孵于个体经济的恢复和发展之中。

1978 年,党的十一届三中全会重新确立了解放思想实事求是的思想路线,把党和国家的工作重点转移到经济建设上来,实施改革开放,搞活经济的政策。

农村人民公社解散了,土地以联产承包形式分到每家农户,农民思想活跃了,他们迫切希望把自己的农产品转为商品,于是各类农产品市场应运而生。在完成了所承包的土地上的耕作之后。劳动力也多余了,有了寻找出路,改变面貌的欲望,于是纷纷出门务工经商,在农村出现了一批离土不离乡从事工商业的专业户。在城镇一些待业青年和无业人员开始办起了个体饮食服务业,党对个体经济地位和作用予以肯定,并为个体经济的恢复和发展制定了一系列政策,极大地鼓励和调动了广大人民群众的积极性,个体经济进入了恢复和发展时期,不久那些资金越积越多,生产规模越来越大的农村专业户和城乡个体经营者,就搞起了雇工经营。据 1981 年统计,全国城乡个体工商户已有 183 万户。其中,已有雇工超过 7 人的个体工商户和专业大户出现,私营企业如雏鹰即将破壳而出。

二、党的十二大提出:在农村和城市,都要鼓励劳动者个体经济在国家规定的范围内和工商行政管理下适当发展,作为公有制经济必要的,有益的补充。私营企业如幼鹰试飞初露锋芒。

1982 年 9 月,党的第十二次全国代表大会提出了“把马克思

主义的普遍真理同我国的具体实际结合起来,走自己的道路,建设有中国特色社会主义”思想,明确指出:“由于我国生产力水平总的来说还比较低,又很不平衡,在很长时期内需要多种形式同时并存”,“在农村和城市都要鼓励劳动者个体经济在国家规定范围内和工商行政管理下适当发展,作为公有制经济必要的、有益的补充。”只有多种经济形式的合理配置和发展,才能繁荣城乡经济,方便人民生活。随着中央政策的放宽,城镇个体、私营经济由修理业、服务业迅速扩展到工业、商业、运输业等多种行业,农村个体工商户也逐步增多。当雇佣劳动关系的私营经济在我国开始出现的一段时间里,我们党采取了“看一看”的慎重态度,既不鼓励、宣传和提倡,也不取缔和禁止。党和政府给城乡个体工商业的优惠政策,使他们较为顺利地解决了扩大规模时遇到的资金、场地等困难。于是,在全国城乡都有一批个体工商户,通过雇工经营,扩大规模,成为私营企业。如福建莆田林氏三兄弟办的私营企业莆田光学机电总厂,1984年固定资产就达200万元,雇佣工人316人。同时还出现了一些私营企业发展十分集中的地区,如1985年浙江温州全市已有私营企业10000多家。这是私营企业在消失了20年之后又重新登上了中国的历史舞台。私营企业的相继出现及其对搞活经济,繁荣市场,扩大就业,方便人民生活,增加国家财政收入所发挥的积极作用,使党中央认识到私营经济重新登上中国历史舞台的必然性和深远意义,对私营经济发展逐步加以肯定。1987年中共中央在《关于把农村改革引向深入的决定》中正式提出,对于私营企业也应当采取允许存在,加强管理,兴利抑弊,逐步引导的方针,并去掉了以前对雇工数量的限制。这是自对资本主义工商业的社会主义改造完成以后,党中央第一次重新提出允许私营企业存在。

三、党的十三大提出:对于城乡合作经济,个体经济和私营经济,都要继续鼓励它们发展。提出了鼓励私营经济发展的基本政

策,民营企业开始进入了稳定飞行阶段。

1987年11月,党的第十三次代表大会进一步指出,我国现阶段个体经济、私营经济等经济成分不是发展多了,而是很不够。提出要进一步鼓励私营企业的发展,保护他们的合法权益,加强对他们的引导、监督和管理。并明确指出:“在不同的经济领域,不同的地区,各种所有制经济所占的比重应当允许有所不同。”在党的“鼓励发展”方针指导下,我国的民营企业迅速发展起来。据1987年底初步统计,全国1300多万个体户,工商户中雇工超过8人的私营企业约有11.5万户,雇工人数为184.7万人。此外,还有以集体、合作企业名义挂牌的私营企业11万户,雇工176万人。两者合计共有私营企业22.5万户,雇工总数360.7万多人。^①为了保证私营企业的发展,1988年4月,第七届全国人民代表大会第一次会议通过了《中华人民共和国宪法》(修正案)。规定在宪法第十一条中增加如下条款:“国家允许私营经济在法律规定的范围内存在和发展。私营经济是社会主义公有制经济的补充。国家保护私营经济的合法权利和利益,对私营经济实行引导、监督、管理”。从而使民营企业存在和发展有了宪法依据。根据宪法的规定,1988年6月,国务院正式发布了《中华人民共和国私营企业暂行条例》,以及《中华人民共和国私营企业所得税暂行条例》和《国务院关于征收私营企业投资者个人收入所得税的规定》三项法规,规定了私营企业的标准、特点、作用、种类、开办条件、登记内容、权利义务以及国家对其监督管理的基本内容,从此,私营企业的发展和管理被纳入了法制轨道,在国家法律保护 and 规定的范围内稳定发展。

四、党的十四大提出:“在所有制结构上,以公有制包括全民所有制和集体所有制经济为主体,个体经济、私营经济、外资经济为

^① 参见韩明希主编:《中国当代私营经济的现状和发展》,改革出版社,1992年4月版,第68页。