

解读中国经济

揭示中国经济增长背后的危机

JIEDU ZHONGGUO JINGJI
JIESHI ZHONGGUO JINGJI ZENGZHANG BEIHOU DE WEIJI

张弛◎编著



经济科学出版社
Economic Science Press

解读中国经济

——揭示中国经济增长背后的危机

张 弛 编著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

解读中国经济：揭示中国经济增长背后的危机 /
张弛编著. —北京：经济科学出版社，2010. 12
ISBN 978 - 7 - 5141 - 0128 - 7

I. ①解… II. ①张… III. ①经济增长 - 研究 -
中国 IV. ①F124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 224307 号

责任编辑：王东岗

责任校对：杨晓莹

版式设计：代小卫

技术编辑：潘泽新

解读中国经济

——揭示中国经济增长背后的危机

张 弛 编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

北京汉德鼎印刷有限公司印刷

华丰装订厂装订

787 × 1092 16 开 17.75 印张 300000 字

2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0128 - 7 定价：25.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序 言

2008年，由美国的次债危机引发的金融危机，一瞬间传遍全球，造成全球经济迅速衰退。包括中国在内的世界各国政府，为了应对这场突如其来的经济危机，避免社会动荡不安，迅速采取了一系列的宏观调控政策：大幅度降低利率、向金融市场提供大量的货币即实行宽松的货币政策、增大财政赤字，大规模地实行公共投资。2009年后半年，世界经济逐渐开始复苏，各国政府也纷纷开始结束经济刺激政策，让经济回归自然增长状态。

现实中，在中国真正掌握经济学知识的只是一部分人，而大多数人尚缺乏经济学知识，中国国民因为缺少经济学知识，无法辨别经济学家所说的观点正确与否，无法辨别政府所实施的经济政策正确与否。正如英国著名女经济学家琼·罗宾逊（Joan Robinson）曾经说过的那样：“我学经济学的目的，是为了不被经济学家的言论所骗”。同样，2008年诺贝尔经济学获奖者保罗·克鲁格曼也曾经告诫他的学生：“你们学习经济学的目的，是要能够分辨出世间各种经济观点的是与非”。

经济学是一门非常奇怪的学科，充满着各式各样的观点和理论，这些观点和理论在激烈的学术争论中并不能达到统一，甚至对立更加尖锐。因此，有这样一种说法，唯有经济学这一门学科，会出现两位学者互唱反调，而他们却分享着同一个诺贝尔经济学奖。经济学的各种观点和理论之间相互对立，主要原因在于经济学的理论并不能像其他学科那样，可以通过实验加以验证，而经济学理论往往需要政府采用这些理论作为政府的经济政策，通过经济运营来验证这些理论的效果。比如第二次大战后，世界各国纷纷采用凯恩斯的经济学理论作为

政府的经济政策。但是，进入 20 世纪 70 年代后，高通货膨胀率、高失业率开始困扰各国政府。80 年代初，刚上台的美国总统里根大胆地采用了刚刚诞生的供给学派的经济理论作为政府的经济政策，特别是与货币政策相结合，成功地解决了美国的高通货膨胀率和高失业率问题，世界各国也开始仿效美国，实施供给学派的经济政策。进入 90 年代后，苏联的崩溃和互联网经济的突飞猛进，让美国经济处于一种舍我其谁的境界。然而好景不长，突如其来的美国金融危机席卷全球，这让世界各国政府重新拾起了已经被抛弃多年的凯恩斯经济学理论。

经济学与社会学之间互为表里，经济学的施策结果最终会反映到社会学中。中国的许多经济学者过分地追求经济学的施策，从而忽略了这些施策会对社会带来怎样的冲击。因此，政府应该站在经济与社会两个不同的立场上，调整经济政策，使社会达到和谐。比如当经济增长引起通货膨胀的时候，政府首先要考虑社会对通货膨胀的承受能力，抑制通货膨胀；当经济陷入危机的时候，政府就应该利用完善的社会保障制度，维持社会稳定。

美国的中学教育中开设有经济学课程，从中学生开始普及经济学知识。其目的有三，一是让美国公民掌握识别美国政府经济政策正确与否的能力，识别竞选人的经济政策正确与否的能力；二是让美国公民掌握投资理财的知识和能力；三是让美国的年轻人掌握企业经营的知识，鼓励年轻人自主创业。美国经济之所以一直领先于世界，与在中学教育中普及经济学基础知识有很大的关系。

本书在简单地介绍了经济学的基本知识的同时，围绕着目前社会关注的话题，包括财政收支、国民收入分配、房地产市场、金融资本市场、人民币汇率与贸易、宏观政策等进行了论述，并提出了作者独到的见解。随后，以经济增长理论为基础，揭示了中国经济增长方式转型的迫切性；以市场经济的本质为依据，阐述了资本的不平等性和贪婪性对社会造成的危害，进而说明了企业经营型政府的弊端；从社会成本的角度，论述了经济增长与社会成本同步上涨时会形成一个不稳定的社会。总之，本书利用了大量的官方统计数据，揭示出中国经济增长背后潜藏着的经济危机和社会危机。

目 录

第一章		
需求与供给	/	1
第二章		
国民经济统计	/	13
第三章		
财政收入	/	37
第四章		
财政支出	/	53
第五章		
市场经济本质	/	68
第六章		
金融市场	/	82
第七章		
融资融券	/	91

解读中国经济

第八章

股指期货 / 101

第九章

股指期货 / 114

第十章

股票市场改革 / 126

第十一章

房地产市场 / 136

第十二章

人民币汇率与贸易 / 166

第十三章

国民收入分配 / 193

第十四章

经济增长理论 / 214

第十五章

宏观经济政策 / 232

第十六章

社会成本 / 263

参考文献 / 276

后记 / 277

需求与供给

在日常生活中，人们会经常购买一些生活必需品，但是由于收入的限制，或多或少会对商品的销售价格产生敏感反应。因此，商品的定价原则、商品价格的变化规律、商品的生产成本等，都应该是我们消费者必须关心的问题。微观经济学的需求与供给之间的关系，为我们解释了商品价格上涨和下调的原因和规律。

1. 需求曲线

需求曲线

微观经济学中的需求量是在一定的时期，在一既定的价格水平下，消费者愿意并且能够购买的商品数量。商品价格与需求量的关系，可以用一条从左向右呈下倾趋势的曲线表示（见图1-1）。需求量变化是沿着需求曲线发生的，商品价格降低，则需求量增大，商品价格上涨，则需求量减少。需求曲线是由买方决定的价格曲线。

当商品价格不变，需求发生变化，需求曲线将会左移或右移。影响需求变化的因素如下：

第一，消费者的收入水平。收入增加，商品的购买需求增加，需求曲线向右移动；收入减少，商品的购买需求减少，需求曲线向左移动。

第二，消费者偏好。广告、新闻报道、时尚、季节变化等在一定程度上影响这种偏好。

第三，其他相关商品的价格。商品之间的关系有两种：替代品与互补品。

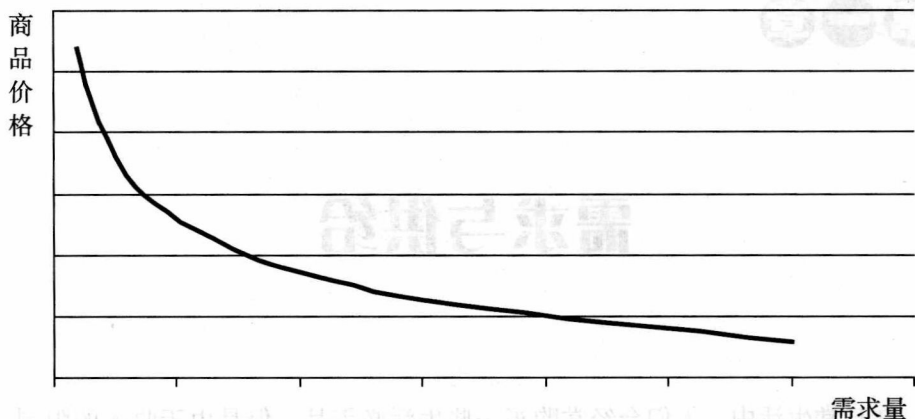


图 1-1 需求曲线

替代品是可以用来代替另一种商品的商品，属于竞争关系，一种商品的需求增加；另一种商品的需求必然减少，比如火车与飞机的关系。互补品是与另一种商品结合起来使用的商品，属于互补关系，一种商品的需求增加；另一种商品的需求也随着增加，比如汽车与汽油的消费。

第四，消费者对未来的预期。包括对自己的收入水平、商品价格水平的预期。如果预期未来收入水平上升或未来商品价格要上升，就会增加现在的需求，比如商品房的销售。

第五，人口数量与结构的变动。人口数量的增加会使需求数量增加，人口数量减少会使需求数量减少。

2. ▶▶

需求价格弹性

许多商品的需求量，是由消费者对商品价格的敏感性决定的。如果商品价格的稍微变动，就带来需求量的巨大变化，那么这种商品需求的价格富有弹性，比如汽车等。如果商品价格的变动，并没有带来需求量的明显变化，那么这种商品需求的价格缺乏弹性，比如食盐，汽油等。判断商品需求的价格是否富有弹性，还要考虑是对哪个市场而言。比如加油站的汽油具有很高的价格弹

性，汽车司机总愿意去油价比较低的加油站加油。而对整个汽油市场来说，汽油缺乏价格弹性，即使油价不断上涨，汽油销售量并没有下降。

需求价格弹性是指需求量对价格变动的反应程度，是需求量变化的百分比除以价格变化的百分比。需求的价格弹性是负数，因为价格的变动和需求量的变动呈反比。为了运算方便，一般取其绝对值。图 1-2 为各种需求价格弹性曲线，曲线与 X 轴的夹角越小，需求价格弹性越大，说明商品价格稍微发生变化，商品需求量就发生很大的变化；曲线与 X 轴的夹角越大，需求价格弹性越小，说明商品价格发生变化，商品需求量几乎没有什么变化。

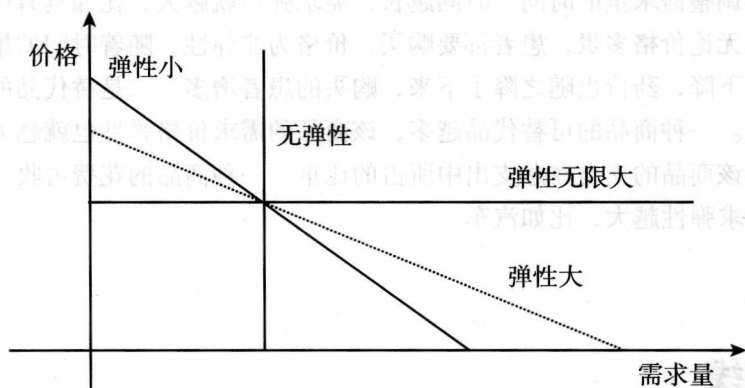


图 1-2 各种需求价格弹性曲线

商品价格与需求量之积为商品销售总收入，需求的价格弹性对商品销售总收入有一定的影响。商品价格下降，需求量增加，价格变动前后销售总收入有以下三种情况：一是销售总收入增加；二是销售总收入不变；三是销售总收入减少。中国的出口企业，依赖政府的出口退税政策，以低价、大量的方式出口产品，而企业的销售总额实际上是减少的。出口企业可以适当地提高出口商品价格，出口量可能减少，但出口总额并不一定减少。

企业可以利用需求的价格弹性，决定商品价格，追求利益最大化。医疗服务的需求价格是非弹性的，医院通过提高医疗费用增加收入；药品的价格也是非弹性的，制药厂商可以通过提高药品价格增加收入；加油站的汽油需求价格是弹性的，只有通过降价，才能增加收入；电话公司的市内短途电话的需求价格具有非弹性倾向，因此市内电话有涨价的趋势；而市外长途电话的需求价格具有弹性，因此要降价；电话公司通过提高市内通话价格，降低市外通话价

格，来达到增加收入的目的。公共产品，包括供水、供电、供气、公共交通，其价格都是非弹性的，无论价格如何变化，消费量都不会发生太大的变化。由于公共产品价格的上涨，会带来社会成本上涨，影响面广，因此，这些公共产品必须由政府经营，并提供补贴。

一般而言，生活必需品的需求价格弹性较小，奢侈品需求价格弹性大。政府对烟、酒征税，正是因为需求价格弹性较小，即使涨价，需求量也不会明显减少；对奢侈品征税，正是因为需求价格弹性大，促使奢侈品涨价，减少奢侈品的需求量。影响需求价格弹性的因素有三个：一是时间，即对于价格的变动，人们调整需求量的时间。时间越长，需求弹性就越大，比如具有医治效果的新药，无论价格多贵，患者都要购买，价格为非弹性，随着时间的推移，新药的成本下降，药价也随之降了下来，购买的患者增多。二是替代品的数量和替代程度。一种商品的可替代品越多，该商品的需求价格弹性也就越大。三是用于购买该商品的支出在总支出中所占的比重。一种商品的花费占收入的比例越大，需求弹性越大，比如汽车。

3. ►►

供给曲线

微观经济学中的供给是指生产者在某一特定时期内，在每一价格水平上愿意并且能够提供的一定数量的商品或劳务。在市场经济中，供给是随商品价格的变动而变动。商品价格与供给量的关系，可以用下面用一条从左向右呈上升趋势的曲线表示（见图1-3），供给量变化是沿着供给曲线发生的，商品的价格下降，则供给量减少，商品价格上涨，则供给量增大。供给曲线是由卖方决定的价格曲线。

当商品价格不变，供给发生变化，供给曲线将会左移或右移。影响供给变化的因素如下：

其一，生产要素的价格。生产要素价格变化直接影响到商品的生产成本。在其他条件不变的情况下，要素价格上升，厂商利润减少。

其二，生产性。培训劳动者，提高劳动生产效率，增加单位时间的产出量。

其三，生产技术和管理水平。生产技术和水平的提高，可以降低生产

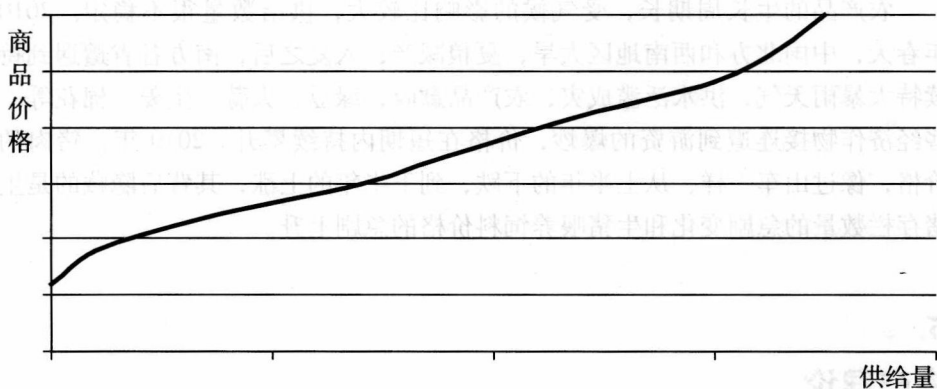


图 1-3 供给曲线

成本，即使在同一价格水平下，也会提供更多的产品，供给量增加。

其四，供给企业数量。供给企业增多，供给量增加。

其五，政府税收与政府补贴。政府的税收，增加了生产成本。政府补贴的效果与税收正好相反，补贴降低了生产成本，保护供给者。政府补贴农产品，保护农民的利益，防止粮食产量减少。

其六，对未来的预期。如果卖者预期某种商品的价格将上涨，就会囤积居奇，待价而沽，从而该商品的短期供给会减少。反之，如果预期价格将下跌时，则会大量抛售，使短期供给增加。

其七，政府限制。政府对某些产品生产的限制，比如对环境有污染的产品，企业必须治理污染，相当于增加了生产成本。

4. ►►

供给价格弹性

与需求价格弹性类似，供给价格弹性是供给量变化率对商品自身价格变化率反应程度的一种度量，等于供给变化率除以价格变化率。供给价格弹性与生产商品的性质有关。比如需要巨额设备投资的产品，在短期之内，供给价格缺乏弹性，价格上涨，供给量不一定增加。而那些不需要巨额设备投资，不需要熟练技术工人的产品，其供给价格往往是富有弹性的。

农产品的生长周期长,受气候的影响比较大,供给数量很不稳定。2010年春天,中国北方和西南地区大旱,夏粮减产;入夏之后,南方各省遭遇到持续特大暴雨天气,洪水泛滥成灾,农产品歉收,绿豆、大蒜、生姜、棉花等一些经济作物接连遭到游资的爆炒,价格在短期内持续攀升。2010年,猪肉的价格,像过山车一样,从上半年的下跌,到下半年的上涨,其背后隐藏的是生猪存栏数量的急剧变化和生猪喂养饲料价格的急剧上升。

5. ▶▶

生产理论

供给方面的问题非常复杂,产品的生产需要将生产要素,包括土地、劳动、资本、技术、管理等有效地结合起来。生产理论就是研究生产要素与生产之间的关系。研究对象分为短期和长期。短期是在较短期间内,企业通过改变可变要素,如原料和劳动,但不改变固定要素,如资本,来调整生产。长期是企业在一个足够长的时期内,改变所有要素,包括可变和固定要素,来调整生产。

生产函数是指在一定时期内,在技术水平不变的情况下,生产中所使用的各种生产要素的数量与所能生产的最大产量之间的关系。劳动边际产量是指每增加一个单位劳动力的使用量所带来的产量增量。生产函数分为三个阶段,第一阶段为边际产量递增阶段,企业通过雇用新的劳动力,使总产量增加。第二阶段为边际产量递减阶段,新雇用的劳动力,让总产量持续增加,但增加的幅度减小。第三阶段为边际产量损失发生阶段,意味着劳动力出现了过剩现象(见图1-4)。

从生产函数可以看出,企业至少在第二阶段也应该雇用新的劳动力来增加产量,在决定增加雇用数量之前,应该先了解一下生产成本或生产费用。企业的生产成本包括固定成本和变动成本。固定成本是指企业即使不进行生产活动,企业也必须承担的成本,包括企业管理层的工资、贷款利息、企业债利息、租赁费、生产设备厂房的折旧费、间接税等。固定成本与生产量没有关系,生产量增加或减少,固定成本都不会变。变动成本是指成本总额随业务量(产量、作业量或销量)的变动而变动,如企业的直接人工费、直接原材料费等。

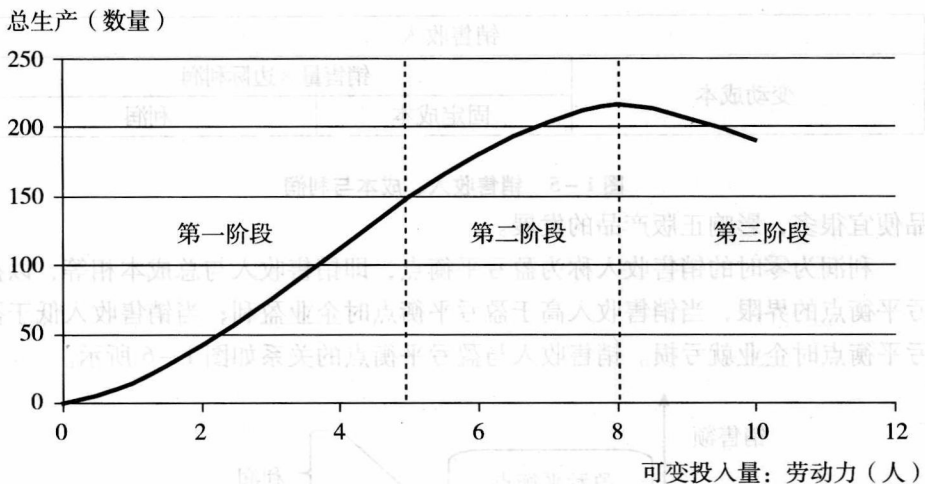


图 1-4 生产函数

生产总成本为固定成本和变动成本之和。边际成本是企业增加一单位的产量随即而产生的成本增加量，由于固定成本不随生产量变化，因此边际成本主要是变动成本的增加量。企业可以根据成本构成的不同，采用不同的经营方式。比如加油站，固定成本的比重很大，职工工资等变动成本很小，因此加油站可以采用 24 小时的经营方式。航空运输行业也一样，每次航班的固定成本不变，因此可以采用不同季节不同票价的经营方式。

6. ►►

企业收入

企业采用两个不同的收入指标，一个是销售收入；另一个是边际收入。边际收入是每增加一单位产品的销售所增加的收入，也可以理解为产品的销售单价。边际收益也称边际利润，是每增加一单位产品的销售所增加的收益。边际利润等于边际收入扣除边际成本。销售收入、成本与利润的关系如图 1-5 所示。

增加利润的方法有四种：一是提高产品单价；二是提高产品销售量；三是降低变动成本；四是降低固定成本。中国许多私营企业，往往采用降低变动成本增加利润。软件、书籍、音像产品往往采用提高产品销售量来增加利润，但是，盗版软件、盗版书籍、盗版音像产品因为没有固定成本，价格比正版产

销售收入		
变动成本	销售量×边际利润	
	固定成本	利润

图 1-5 销售收入、成本与利润

品便宜很多，影响正版产品的发展。

利润为零时的销售收入称为盈亏平衡点，即销售收入与总成本相等，以盈亏平衡点的界限，当销售收入高于盈亏平衡点时企业盈利；当销售收入低于盈亏平衡点时企业就亏损。销售收入与盈亏平衡点的关系如图 1-6 所示。

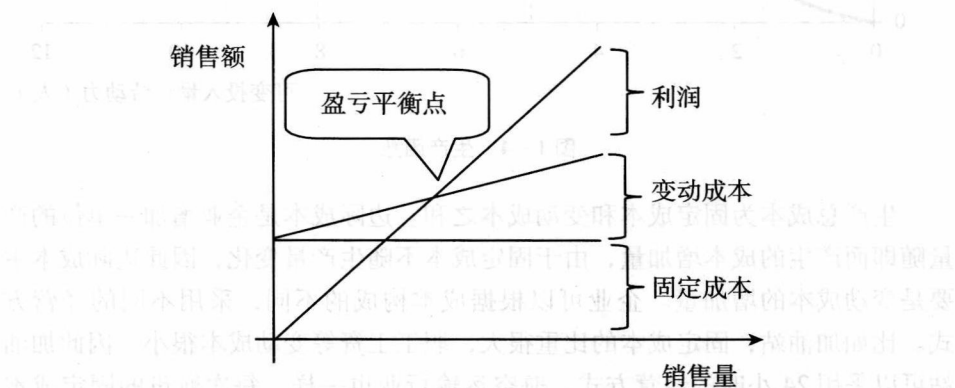


图 1-6 销售收入盈亏平衡点

7. ►►

均衡价格

价格在经济中具有非常重要的作用，市场上价格是买卖双方之间传达情报的信号。价格上升，是企业增产、消费者购买量下降的信号。价格下降，是企业减产、消费者购买量增加的信号。价格是生产者与消费者之间的纽带。商品的需求曲线和供给曲线相交时的价格称为均衡价格，此时商品的供给量与需求量相等，如图 1-7 所示。

在市场上，由于供给和需求力量的相互作用，市场价格趋向于均衡价格。如果市场价格高于均衡价格，则市场上出现超额供给，超额供给使市场价格趋

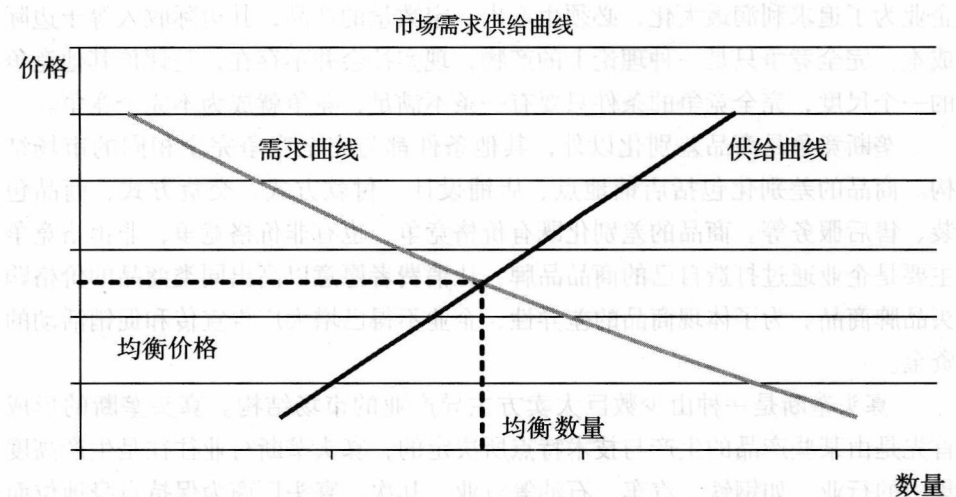


图 1-7 均衡价格

于下降；反之，如果市场价格低于均衡价格，则市场上出现超额需求，超额需求使市场价格趋于上升直至均衡价格。因此，市场竞争使市场稳定于均衡价格。

8. ►►

市场竞争

市场竞争是市场经济中同类经济行为主体，为着自身利益的考虑，以增强自己的经济实力，排斥同类经济行为主体的相同行为的表现。市场竞争分为完全竞争和不完全竞争，其中不完全竞争包括完全垄断、垄断竞争和寡头垄断。

完全竞争必须具备以下五个条件：一是市场上有许多生产者与消费者；二是生产者与消费者对同一商品进行买卖；三是生产者与消费者的行动互相独立，生产者为了争夺消费者相互竞争，消费者为购买质量优良商品相互竞争；四是市场信息畅通，买卖双方掌握商品价格情报；五是生产者的进入和退出壁垒基本没有，生产者加入或者退出市场完全自由。

在完全竞争下，市场根据需求与供给的关系，决定出均衡价格。企业不管生产多少商品，都以这个均衡价格出售商品，企业的边际收入等于均衡价格。

企业为了追求利润最大化，必须生产出一定数量的产品，其边际收入等于边际成本。完全竞争只是一种理论上的产物，现实社会并不存在，是评价其他竞争的一个尺度，完全竞争的条件只要有一条不满足，竞争就成为不完全竞争。

垄断竞争是商品差别化以外，其他条件都与完全竞争完全相同的市场结构。商品的差别化包括店铺地点、店铺设计、付款方式、交货方式、商品包装、售后服务等。商品的差别化既有价格竞争，也有非价格竞争，非价格竞争主要是企业通过打造自己的商品品牌，让消费者愿意以高出同类商品的价格购买品牌商品。为了体现商品的差异性，企业不得已增大广告宣传和促销活动的资金。

寡头垄断是一种由少数巨大卖方主导产业的市场结构。寡头垄断的形成首先是由某些产品的生产与技术特点所决定的，寡头垄断行业往往是生产高度集中的行业，如钢铁、汽车、石油等行业。其次，寡头厂商为保持自身地位而采取的种种排他性措施，以及政府对某些寡头厂商的扶持政策等，也可促进寡头垄断市场的形成。相互依存是寡头垄断市场的基本特征。一个寡头企业的行动，往往会引起其他寡头企业跟随，价格联盟就是相互依存的结果。商品价格、市场份额都是由价格联盟决定的。寡头企业虽然可以用低价商品挤压中小企业，但更多的是提高商品价格维持高额利润。因此，寡头企业之间的竞争属于非价格因素竞争。寡头企业的商品价格不是由市场竞争决定的，而是由寡头企业依据自身的边际成本来决定边际收入，也就是销售价格，达到利润的最大化。

完全垄断是指整个行业中只有一个生产者的市场结构。这种市场结构形成的主要条件：一是厂商即行业，整个行业中只有一个厂商提供全行业所需要的全部产品；二是厂商所生产的产品没有任何替代品，不受任何竞争者的威胁；三是其他厂商几乎不可能进入该行业。完全垄断包括自然性垄断、地理性垄断、技术性垄断和政府性垄断。

根据产品和服务性质的不同，对整个社会来说，垄断是最佳的选择。自然性垄断是由一家企业单独生产，是可以使生产成本降为最低的市场结构，能够有效利用资源、减少重复建设所造成的浪费。比如电话公司，如果一个地区有多家电话公司竞争的话，每家公司都要铺设电话线路、建设中转基地，这些固定资产投资最终都会转嫁到消费者身上，而由一家公司来垄断的话，减少了大量重复建设的投资，使生产成本降为最低。因此，政府让具有公益性质的企业垄断经营，并对其产品价格加以限制，比如煤气、水、电、城市公共交通等。