

北航人文与社会科学高等研究院·博观文丛

The Contemporary China

当代中国  
社科名家文库

张维迎

通往市场之路



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



北航人文与社会科学高等研究院·博观文丛

# 通往市场之路

张维迎 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS  
浙江大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

通往市场之路 / 张维迎著. —杭州: 浙江大学出版社, 2012. 9

ISBN 978-7-308-10515-6

I. ①通… II. ①张… III. ①市场经济—经济发展—研究—中国 IV. ①F123.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 207344 号

## 通往市场之路

张维迎 著

---

责任编辑 陈丽霞

封面设计 彭芳东

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江时代出版服务有限公司

印 刷 浙江省邮电印刷股份有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14

字 数 194 千

版 印 次 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-10515-6

定 价 36.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

## 《博观文丛》序言

两年前我受命组建北京航空航天大学人文与社会科学高等研究院暨知行文科实验班,对于如何在一个理工科强势的大学开展本科生的通识教育和高水准的人文社会科学研究,虽然胸中隐有沟壑,但仍感举步维艰,好在诸位学界朋友的鼎力支持,加上一批青年才俊的加盟共进,遂使我们的探索逐渐走上一条教书育人的正道。

记得高研院创建不久,我与年轻的同仁们就筹划编辑三套文丛,分别起名为:博观、通识和知行。《博观文丛》旨在收录北航高研院讲席教授及其他教授学者的著作,把他们的学术研究、社会评论和为实验班的讲课纲要结集出版,呈现高研院各种师资力量的思想风采;《通识文丛》则是北航高研院的集体科研报告,集中于国内外通识教育的精粹选章和评议,彰显我们关于通识教育的理念以及实践与经验;《知行文丛》作为北航高研院的学术院刊,以青年讲师为主编,文史哲入口,政经法出口,厘清每辑主题,从容打造我们的思想旗帜。经过两年来的辛苦操持,三个文丛现都已陆续底定,不久即将面世出版。

今日为《博观文丛》写序,对于我来说可谓一件“轻省的重负”。昔日苏轼《送张琥》曾有云:“呜呼,吾子其去此而务学也哉!博观而约取,厚积而薄发,吾告子止于此矣。”曾国藩在《孙芝房侍讲刍论序》写道:“著书之多,与茶云异,而其博观而慎取则同。”面对第一辑九册我的学界朋友的“呕心”

之作,除了感铭之情,我觉得有必要重申我们北航高研院持守的理念。这一点我曾经在即将开通的北航高研院网站,以院长致辞的名义写过,现不妨抄录如下:

思我中华,历经古今之变、中西之争已有百十余年,然自由、民主、宪政之中国仍在艰难的建设途中。一个国族之兴亡,原因固然很多,但教育当为根本,百年前梁启超就有新民之说,国民之教育,人才之培养,关涉中华未来。大学培育何种人才,虽见仁见智,但不可讳言,凡数十年来,狭隘的功利主义教育观畅行于世,精神品质的塑造丢弃久矣。在我看来,通识教育从根本上说乃是一种自由教育,培育自由的人格,塑造伟大的心灵,才是我们的办院宗旨。鉴于此,我们的通识教育面向古今中西的经典,从三代之治到新旧经学,从雅典民主到国富新论,由古典传统开辟现代新章,击沧浪之水汇通英美海洋。让同学们在我们的研究院经受人文精神的激荡,进而在毕业之后投身社会的改良,经纬人生,成就志业,这才是我们的所愿。

《博观文丛》的出版必定会引领我们朝向那片“自由的海岸”。

高全喜

2012年3月21日于北京

## 自序

本书收入了我过去几年发表的有关中国改革和发展的 37 篇短文(注:同期撰写的学术论文收集于我的《市场的逻辑》一书(上海人民出版社 2010 年第 1 版,2012 年增订版);媒体访谈部分收入我的《什么改变中国》一书(中信出版社 2012 年版)。如同我已出版的其他书一样,这些文章是我真实思想的表白,尽管有许多人不认同我的观点,我也不能保证我的观点就一定是正确的,但我觉得有责任把自己的真实观点公开说出来。因为,我相信托马斯·潘恩的名言:为了人类的幸福,一个人在思想上必须对自己保持忠诚;所谓不忠诚不在于相信或不相信,而在于口称相信自己实在不相信的东西。公开说假话是最严重的道德堕落。

本文集的每一篇文章都是针对中国改革和发展中面临的实际问题而写的,这些问题包括:中国过去 30 多年的经济高速增长是源于市场化改革和民营企业的崛起,还是政府的干预和国有企业的主导作用(所谓的“中国模式”?改革过程中出现的社会问题(如贪污腐败、收入分配不公、医疗发展滞后、食品安全、道德堕落等)是过度市场化的结果,还是过度的政府管制导致的?全球金融危机是市场的失败,还是政府的失败?与中国的政策有没有关系?凯恩斯主义的经济政策是金融危机的原因,还是应对危机的有效办法?经济增长方式的转变要更多地依赖市场机制和企业家精神,还

是靠政府的货币政策和产业政策？面对国内外新的挑战，应该坚持“国退民进”的改革方向，还是走回头路，搞“国进民退”？如何看待企业家在社会中的作用？他们是推动进步和社会和谐的力量，还是社会矛盾的制造者？中国企业创新动力不足的根源何在？为了使企业和企业家有积极性创新，我们需要什么样的制度环境和政策环境？在经济改革 30 多年后，如果不启动政治体制改革，经济改革的成果能否保持，经济增长是否有可持续性？政治体制改革应该如何进行？等等。

这些问题在学术界和媒体上有很多讨论，争论也不能说不激烈，但许多人是人云亦云，或者是满足于口号式的主张，或者是情绪的宣泄。我对这些问题的看法当然是一家之言，但无论正确与否，我相信我的观点有助于人们理性地思考这些问题。

本书的核心观点可以概括如下：

市场经济是最有利于人类合作和社会进步的制度，也只有市场经济才可以避免由于多数人的无知和少数人的无耻相结合导致的人类灾难。市场经济的基础是个人自由、私有产权和企业家精神。人类最近 200 年的飞速发展和中国最近 30 余年的经济奇迹，都是市场化的结果。但无论是西方社会从封建庄园经济到市场经济的转变，还是中国社会从计划经济向市场经济的转变，都是漫长的过程，反市场的力量（包括利益的和观念的）总是试图阻碍这个转变，人们对政府干预的迷信如地下伏河时隐时现。

在迈向市场经济的道路上中国已经取得了很大的进步，但中国的市场化转型远远没有完成，我们并没有建立起市场经济真正的基础，因为，我们的经济仍然是建立在特权的基础上，而不是建立在权利的基础上；私有产权仍然得不到有效保护；企业家精神受到多种形式的压制，甚至摧残。特别是自 2008 年全球金融危机以来，市场化的改革方向受到普遍质疑，政府有关部门在宏观调控和产业政策的名义下出台了诸多反市场的政策，改革基本停滞，甚至出现了倒退，政府对经济的干预越来越多，国有部门越来越强大。中国的改革已到十字路口，下一步怎么走，不仅关系到过去改革的

成果能否保持,更关系到中国能不能真正成为世界强国。

我们必须认识到,政府高度干预和国有企业主导不仅不是中国经济奇迹的原因,恰恰相反,它们是当今中国社会重重矛盾和不公平现象的原因。庞大的国有部门已经成为中国经济进一步成长的最主要的障碍之一,严重不利于企业家精神的发挥,不利于国内市场的开发。凯恩斯主义的经济干预政策不仅不能解决危机,而且埋下了新一轮危机的种子,阻碍了增长方式的转型。我们必须回到市场化改革的轨道,继续减少政府对经济的干预,减少国有企业的比重,给民营企业创造更好的生长环境。惟其如此,中国企业家才有积极性创新,中国企业才可能建立起真正的核心竞争力,中国经济的增长方式才能真正转变。

经济改革仍然有许多事情要做,但如果没有政治体制改革,即使有英明而果断的政治领导,进一步经济改革的空间也非常有限。因此,下一步改革的重点应该是政治体制改革。只有建立起真正的法治和民主制度,经济市场化才有制度基础,中国才能成为真正的市场经济国家。

本书中的部分文章是根据作者在论坛和研讨会上的演讲稿整理而成的。我的学术助理岑科先生帮助我做了不少文字工作,在此深表感谢。当然,书中的任何错误责任在我。

我还要感谢本丛书主编高全喜教授,没有他的约稿和督促,不会有这本书的出版。

本书责任编辑陈丽霞的认真负责精神和高质量的编辑工作对本书的出版功不可没。在此一并感谢。

张维迎

2012年5月6日



# 目 录

## 第一编 市场的力量

市场的力量 .....	(3)
人类为什么犯错误? .....	(8)
从老子到亚当·斯密 .....	(15)
如何建立市场:从特权到权利 .....	(18)
语言腐败的危害 .....	(26)
社会资本与文化 .....	(31)
和谐社会的三个要素 .....	(37)

## 第二编 改革的逻辑

经济奇迹来自市场化改革 .....	(49)
从职权经济到产权经济 .....	(54)
如何正确处理政府与市场之间的关系 .....	(59)
只有发展才有和谐 .....	(64)
中国的股票市场:管制与信誉 .....	(69)
加入 WTO 给我们带来什么? .....	(77)

### 第三编 增长的转型

关于金融危机的经济学反思 .....	(85)
警惕下一次危机 .....	(92)
回归亚当·斯密,告别凯恩斯 .....	(97)
把握中国经济的大局与动力 .....	(101)
中国经济转型靠什么? .....	(106)
让企业家对未来充满信心 .....	(112)

### 第四编 国企的前景

国有主导无公平竞争可言 .....	(119)
推进国有企业民营化比多交利润更有意义 .....	(122)
公司丑闻与公司治理 .....	(127)
何不让电话用户成为电信的股东? .....	(132)
医疗体制的问题主要出在政府垄断 .....	(136)
未来 10 年经济改革要做的三件事 .....	(139)

### 第五编 企业的生命

寻找绿色经济的商业模式 .....	(145)
企业常青之道源于不断创新 .....	(150)
民营企业如何做强做大 .....	(160)
本土企业的空间在哪里? .....	(166)
创新时代的管理 .....	(170)
企业的两种能力 .....	(173)
有思想力的企业家看得更远 .....	(178)

**第六编 未来的选择**

未来 30 年改革改什么? .....	(187)
政治家的理念 .....	(194)
中国的崛起离不开中国政府的转型 .....	(197)
未来的世界格局取决于中国怎么做 .....	(202)
企业家与台湾的民主化 .....	(207)

第一编 市场的力量



## 市场的力量\*

根据美国伯克利大学经济学家德隆(Bradford DeLong)的研究,在人类历史上,从旧石器时代到公元2000年的250万年间,人类花了99.4%的时间,即到15000年前,世界人均GDP达到了90国际元(这是按照1990年国际购买力核定的一个财富度量单位)。然后,又花了0.59%的时间,到公元1750年,世界人均GDP达到180国际元。从1750年开始,到2000年,即在0.01%的时间内,世界人均GDP增加了37倍,达到6600国际元。换句话说,人类97%的财富,是在过去250年——也就是0.01%的时间里创造的。

如果把德隆的研究画成曲线图,可以看到,从250万年前至今,在99.99%的时间里,世界人均GDP基本没什么变化,但在过去的250年中,突然有了一个几乎是垂直上升的增长。世界最主要的发达国家也是如此,无论是所谓的西欧衍生国,如美国、加拿大、澳大利亚,还是西欧国家本身,包括英国、法国、德国等12个国家,还是后起的日本,经济增长都主要发生在过去一二百年的时间里。

仅仅数字还不能说明所有问题。想象一下,我们的祖辈,也就是在一百多年前的普通的中国人,能够消费的东西,和古代秦汉隋唐时期没多少

---

\* 本文是作者为《认识商业》中文版写的序,完成于2009年6月16日。

区别,甚至还不如宋代。在欧洲也一样,一个普通英国人在1800年时能消费的东西,古罗马人都能享受到,甚至罗马人比他们享受得更多。而我们今天能消费的东西,是过去的100年前的人无法想象的。

有人测算过,按照零售商库存记录的商品种类计算,在250年前,人们能够消费的商品种类大致是10的二次方——也就是上百种而已。而现在,我们能消费的产品种类是10的八次方以上,有上亿种。

为什么人类的奇迹在过去的250年里出现,而中国的经济增长只是在过去的30年里出现?是不是人变得比原来更聪明了,比过去的人智慧更高了?当然不是。人类的智商、智慧,在有文字记载的历史上,没有太大的进步。今天的中国人再聪明,我相信没有几个能超过孔子、孟子、老子。在西方也一样,人类的智慧在过去两三千年内没有太大的变化。

难道是资源变多了?也不是。人类的资源不仅没有变多,相反,与土地相联系的自然资源还在慢慢减少。那是什么发生了变化?唯一答案,就是人类实行了一种新的经济制度,即市场经济。西方国家在200多年前开始走向市场经济,所以在200多年前开始起飞。中国在30年前开始走向市场经济,所以中国在过去的30年里,发生了巨大的飞跃。

市场经济为什么能创造巨大的财富?经济学的鼻祖亚当·斯密在他的《国富论》里指出,市场就像一只“看不见的手”,将每个人的“利己之心”转换为“利人之行”;也就是说,在市场经济中,一个人只有为他人创造价值,才能获得自己的利益。这就是市场经济的奇妙。

为什么呢?在市场经济中,每个人都处在社会分工体系的链条中,为交换而生产;一个人对社会的贡献有多大以及他能分享多少,是由别人说了算而不由他自己说了算。在市场上,任何人不为别人创造价值,就不可能获得收入。所以你必须努力为他人创造价值。价格提供了一个信号,什么东西有价值,什么东西没有价值,要在市场上考验。比如,你说这个东西非常重要,但如果没有消费者为你出钱,就证明这个东西没有价值。而且,没有人愿意付出的价格,超出你为他服务的价值。当两个企业竞争,我们

说某一个企业更有优势的时候,意味着这个企业能为消费者创造更多的剩余价值,既消费者剩余。企业之间的竞争,是为客户创造剩余价值的竞争。

市场经济又被称为商业社会。商业社会是陌生人之间的合作。在传统社会中,合作往往只在熟人之间、有血缘关系的人之间进行,比如兄弟姐妹,或者同一个村的人,或者同一个教堂的人进行合作,很难找到陌生人之间的合作。而人类今天的合作,早就超越地区、超越国界,走向全球。今天我们所消费的商品,99%的生产者你不认识;一个企业的产品卖出去,绝大部分消费者它也不认识。正是这种大规模、大范围的合作,使全世界的财富以惊人的速度增长。

但要使陌生人之间达成合作,有一个非常重要的问题必须解决,那就是信任。如果不信任别人,陌生人之间的合作就没有可能,人类就没有办法享受市场经济的好处。要理解这一点,必须认识企业、利润和企业家。

企业是市场经济的基本核算单位。比方说,中国有13亿人,每个人都生产自己的商品,到市场上去卖,谁能信得过谁?换一种说法,如果把市场上所有商品的商标都去掉,你敢买什么东西?可能敢买土豆、大米、水果这些最简单的商品。像汽车、电脑、矿泉水、投影仪这些质量和功能不容易辨别的东西,你敢买吗?你不敢,市场上99%的商品你都不敢买。

那怎么办?有一个办法,我们13亿人分成了不同的组,比如说分成30个组,河南人、河北人、山东人、陕西人、北京人,等等。有了这个分组之后,我们不认识每个人,但我们知道这是山东人,那是广东人,就可以作出某种判断。企业就类似社会的分组,每个企业有自己的一个名字,谁骗了我们,我们可以追诉他,或者他这次骗了我,下次就不买他的东西,他就要完蛋。当社会划分为企业的时候,每个企业都必须对自己的行为负责,这样我们才能建立信任。如果没有企业,每个人只从事个体生产,就做不到这一点。

企业何以使得我们可以相互信任?答案与所有权配置和利润有关。比如一个企业由一万个人组成,理论上,每一个人都可以成为所有者。这个企业每年的利润是1个亿,一万个人平分,每人拿1万块钱。这样似乎



很公平,但想一想,如果出了问题,谁来负责?如果要求人人都负责任,结果可能是大家都不负责任。

现实中,企业用另外一种方式来分配责任,即一部分人承担过失责任,另一部分人承担严格责任。承担过失责任的人拿合同收入,即,如果他沒有迟到早退,没有旷工,没有违反工作规定,干了一个月,到月底一定要领到工资,这就是员工。另一部分人,即老板,要承担严格责任——或者叫剩余责任。用一个通俗的说法,什么叫员工?别人没有发现你的错误,你就没有错误,这就叫员工;什么叫老板?你没有发现别人的错误,那么所有的错误都是你的,这就是老板。老板没有权利在消费者面前由于自己没有犯错误而要求收入;而工人可以在老板面前因为自己没有犯错误而要求收入,这就是老板和雇员的区别。

老板拿的是利润,但这个利润并不好拿。利润是收入剔除成本的剩余,可能是正的,也可能是负的。所以它是一种激励机制。一个企业生产产品,我不认识里面的工人,为什么要信任他?是因为有人承担剩余责任。最简单的例子,如果你是餐馆的老板,厨师洗菜不干净,有人吃了拉肚子住院,你必须负责。利润的存在,使企业所有者承担剩余责任、严格责任,任何一个员工犯的错误老板都要承担,因此,他必须有办法激励和监督员工。这样,顾客才可以放心地购买企业的产品。

进一步讲,不仅仅是企业的员工,包括企业供应商犯的错误,企业也得承担责任。比如说你买了一个品牌计算机,计算机的某一个零件,如屏幕、芯片、风扇出了问题,甚至电池爆炸了,要承担责任的,首先是计算机厂商,而不是零部件的供应商。换句话说,一个品牌企业,实际上是用自己的品牌在消费者面前立了一个军令状,打保票说,你买我的东西,出了问题我负责。这样,才有大家可以信赖的市场,才有了陌生人之间的合作,才有社会财富的不断增加。

所以我说,市场经济是一种责任制度,利润是一种考核方式。市场通过企业划分核算单位,通过利润追溯责任,从而让每一个人对自己的行为