

竞争 与活力

● JINGJI GAIGE LILUN CONGSHU

● 经济改革理论丛书

● 顾光青 著

● 上海社会科学院出版社

2
55

经济改革理论丛书编委会名单

(以姓氏笔划为序)

主编： 吴绍中 袁恩桢

编委： 钱世明 陶友之 龚金国

曹均伟 童源轼

经济改革理论丛书

竞争与活力

顾光青 著

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路622弄7号)

新华书店上海发行所发行 上海吴中印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张4.25 字数88000

1988年12月第1版 1988年12月第1次印刷

印数1—7000

ISBN 7—80515—251—9/F·77 , 定价1.50元

目 录

引 言	1
一、竞争重现中国大地	1
“味精之战”拉开序幕	1
对传统理论的重新思索	4
二、竞争是商品经济的必然伴侣	11
竞争是价值规律作用的条件	11
竞争是市场机制的灵魂	14
竞争是商品生产者的本能	20
三、多角的竞争关系	23
供求关系与竞争	23
多种经济形式并存条件下的竞争	28
国内竞争与国际竞争	32
四、丰富的竞争内容	36
价格竞争	36
质量竞争	39
品种竞争	41

服务竞争·····	44
广告竞争·····	46
信息竞争·····	48
人才竞争·····	49
五、竞争驱除腐朽·····	53
竞争是封建垄断的“驱腐剂”·····	53
竞争对僵化经济体制的冲击·····	57
从竞争到破产·····	61
六、竞争产生效益·····	70
刺激科学技术进步·····	70
促进经营管理改善·····	72
活跃商品流通·····	75
更好地满足需要·····	78
推进经济体制改革·····	79
七、竞争促进平等·····	83
竞争给企业以平等发展的机会·····	83
竞争给人们以平等活动的余地·····	88
竞争的平等是社会主义平等的有机组成部分·····	92
八、一把双刃的刀·····	96
竞争的消极影响引人注目·····	96
消极作用来源于竞争的一些本质特征·····	100
要制止不正当的竞争行为·····	103

九、社会主义社会的不完全竞争	107
完全竞争与不完全竞争	107
社会主义条件下竞争的基本特点	111
社会主义竞争与联合	116
 十、改革为竞争充分展开创造条件	120
更新观念为改革敞开道路	120
恢复企业地位，确立竞争主体	123
培育和完善竞争的市场环境	124
建立和健全保护竞争的法规	127

一、竞争重现中国大地

1978年。十一届三中全会的春风，吹绿了中国大地。在这片广袤无垠而又饱经沧桑的土地上，商品经济的轮子终于又转动了起来。在它的轮子后，留下的是生机，是欢笑，也留下了矛盾与思考，而竞争则是最富有活力也是最有争议的论题之一。

“味精之战”拉开序幕

竞争两字，古已有之。竞，逐也，争，抗争，竞争即互相争胜。《庄子·齐物论》有“有竞有争”之载。郭象注：“并逐曰竞，对辩曰争。”从自然界到社会领域，竞争关系是长期存在的。

可是自解放以后，竞争两字在我国几乎已消声匿迹。它被当作资本主义的东西而说成与社会主义无缘，不仅被逐出社会主义经济领域，而且在体育领域似乎也难有驻足的余地了。在那段时间里，以竞赛代替竞争，以“友谊”取代拚搏，甚至在国际体育比赛中，为了“友谊”，在争夺冠军的道路上也可以理让三分。

那么，竞争是不是真的已在中国大地上消声匿迹了呢？事实也并非如此。尽管在那时，从理论到实践，都是排斥和否定商品经济，并宣布竞争为资本主义东西而非法，但竞争的

替流仍是默默地在流淌。比如，在沪宁线上的几个主要城市，几乎都建有自己的手表厂、自行车厂，不少县里，都建有自己的烟厂和酒厂。为什么这类企业发展如此之多，到处都重复建设，无非是其产品价高利大，可以增加地方财政收入。你能说这不是一种争取收入的悄悄的竞争吗？

党的十一届三中全会以后，情况发生了显著的变化。从上海地区来说，1979年，一场不大不小的“味精之战”，着实给上海的经济工作者上了生动的一课：上海的味精市场，一直是上海天厨味精厂“佛手”牌味精的天下，可是，那年春节前夕，上海市场上却一下子涌进了江苏等地产的大量味精，并以比上海味精低三成的价格展开竞销。这批味精不但挤进了上海的大小食品店、水果摊，还直接向机关团体、学校和里弄办的伙食团推销，甚至在马路上设摊叫卖。一时间，使拘泥于计划固定价的上海“佛手”牌味精销路锐减。开始，上海的有关经济管理部门对外地味精的低价倾销做法着实恼火，认为这有违政策，上海不能跟着干。可是，竞争是无情的，市场是实际的。最后，逼得上海味精也只能如法泡制，价减三成，才重又夺回了上海市场。这一仗，给长期“稳坐钓鱼台”的上海经济部门一贴清醒剂，并引起了人们的重新思索。

“味精之战”并不是什么孤立的偶然的事情，继它之后，“小骆驼”闯进大上海事件更在全国引起了巨大的反响。在拥有“华生”、“企鹅”等名牌电扇的大上海，又闯进了“小骆驼”牌电扇，它是江苏省吴县防爆电机厂制造的。一家地方小厂，生产的名不见经传的产品，敢于闯长期为“华生”等名牌电扇所占领的上海市场，其勇气和胆略，确实令人钦佩。“小骆

驼”牌电扇刚进入上海市场时，其貌不扬，销路不佳。厂长亲自到上海来“领市面”，听意见，发现原因是：牌子不如“华生”响，式样不如“雪花”多，造型不如“海鸥”美。于是连夜回厂组织攻关，决心集众家之长赶上去。经过短时期的努力，重新“梳妆打扮”的“骆驼”又到了上海滩。正如电视广告上向人们走来的那一队队骆驼，不卑不亢、自信而坚定的步伐，“骆驼”牌电扇给上海市民留下了深刻的印象。行家们评论说，论造型，同华生不相上下；论质量，也不次于华生；而价格却比“华生”低15—20%。这就一下子抓住了顾客的“心理”，争相竞购，销路大畅，使炎热的上海夏季，卷起了一阵“骆驼风”。这一年，上海市百货公司九大商店共销售电扇25000台，其中上海产品下降了24.8%，外地产品却增加了120%。

一包味精，一台电扇，使上海的企业家们敏锐地预感到竞争风潮的到来！随着上海市场上商品货源渠道的急骤变化，昔日“本地产品”一统天下的局面已不复存在。比如，在上海的纺织品市场上，江阴产品已占1/4。在外地，一向受青睐的上海产品同样面临着各地产品的激烈竞争。

最近几年，在改革、开放的新形势下，竞争事实上已在多方面展开：

招标，已成为承包工程项目的一种重要形式，许多投标者争相以自己的优势条件和价格报价，力争中的得标。在招标者与投标者、投标者与投标者之间展开了激烈的竞争。

在不少地区的农村，“抢财神”一时成风。所谓“财神”，指的是有一技之长的科技人员。科学技术能促进农副业生产的发展，能加快农村商品化的进程，农民已经从实践中懂得了科技即生产力、科技即财富这一道理，因此，当商品经济

进一步发展之际，在有些城市还受到冷遇的知识分子，一到农村，却成为村村户户争抢的对象。尽管这形式还是相当原始，却已经显示了强烈的技术竞争势头。

城市合同工制度的推行，部分农村中劳动力市场的出现，标志着竞争已经进入劳动力就业的领域。

电视、广播、报刊、高楼之顶、马路两旁、汽车车身、火柴匣上，到处都有广告视听形象，内容之广，形式之多，手法之新都是商业竞争的鲜明迹象。

大学招生考试，对考生来说，是一场激烈的搏斗。现在不仅是考大学，重点中学，实验小学的出现，也意味着学生从小学到大学，无时不处于激烈的竞争之中。

部分医院实行医生挂牌开诊，任凭病人选择医生就诊。你能说这不是医务界中一场小小的竞争！

从“味精之战”开始的多方面的竞争浪潮，已给我国社会主义经济增添了新的活力，到处是一派生气勃勃、兴旺发达的景象。这不能不使人对竞争的传统看法提出新的思索。为什么竞争的出现会对社会主义经济有如此大的推动作用？传统的有关竞争是资本主义的经济范畴而与社会主义无缘的观念究竟应作何评价？究竟应该如何分析竞争在社会主义社会中的地位和作用？等等，等等。这一系列问题，都很值得我们深思。

对传统理论的重新思索

长期以来，人们之所以违忌以至否定竞争在社会主义社会的客观存在，是与传统理论对竞争的看法有关。马克思主义经典作家虽然没有写过一本专门论述竞争学说的著作，但

是，在《资本论》、《哲学的贫困》、《剩余价值理论》、《反杜林论》以及马克思的有关经济学手稿中，却对竞争问题展开了大量而详细的论述。马克思主义经典作家的竞争理论，概括起来主要有如下一些内容：

1. 竞争是对封建垄断的否定。封建社会的经济形态是以垄断和封锁为重要特点：一个个封建庄园就是自然经济的封闭性机制；城市的手工业行会是一个有强烈排外性的垄断团体；地区的封建割据，对外的闭关锁国，这一切就象一副沉重的枷锁，紧紧地束缚了封建经济的发展。而自由竞争，正是对于这种封建垄断的否定。马克思说：“竞争在历史上表现为取消行会强制、政府统制、内地关税以及诸如此类的一国内部的束缚，在世界市场上表现为废除封锁、禁止入口制，或保护关税——总而言之，在历史上表现为否定资本主义以前的生产阶段所特有的界限和限制”^①。资本主义自由竞争是对封建垄断的否定，这一否定使生产力获得了空前的发展，不过同时它也加剧了资本主义社会的各种矛盾。

2. 竞争是商品经济的必然伴侣。马克思认为，商品经济是在竞争中贯彻它的全部活力的。商品经济的各方关系，包括卖者与买者、卖者与卖者、买者与买者的关系，都是竞争的关系。商品经济内在规律即价值规律的内容及其形式，都是通过竞争发挥作用。如正是因为竞争，使个别劳动转化为社会必要劳动即价值，“把价值转化为生产价格并且进一步转化为商业价格”，“把剩余价值转化为平均利润”^②。

① 马克思：《政治经济学批判大纲（1857—1858）》第3分册，人民出版社1963年版，第295页。

② 马克思：《资本论》，《马克思恩格斯全集》第25卷，第350页。

3. 竞争是“资本内在的本质，它的基本内容，表现和实现为多数资本彼此间的交互作用”^①。资本的形成、活动就是在竞争的条件下、过程中存在的。“自由竞争就是自由发展以资本为基础的生产方式，就是自由发展资本自身的条件和作为这样的条件而不断地再生产出来的它的过程。在自由竞争里获得自由的不是个人，获得自由的是资本”^②。资本的存在和发展都离不开竞争。

4. 竞争是“资产阶级经济上的基本推动力”^③。竞争有迫使新的资本主义生产方式趋于普及化，从而使商品趋于便宜化的作用；有迫使资本家不断地扩大资本和促进资本集中的杠杆作用；有促使采用先进技术，提高劳动生产率的作用等等。这些因素的交替作用，推动了资本主义经济的发展。

5. 竞争是资本主义社会“经济规律的必然性所借以实现的现象形态。”^④资本主义社会的一系列经济规律并不能为人们自觉地认识和加以利用，只能在竞争的相互冲撞中表现它的存在。比如价值规律只能在竞争所造成的价格环绕价值的上下波动中表现它的存在。按比例发展规律也只能在竞争和生产无政府状态以及比例关系的不断破坏中得到表现。

6. 竞争把社会生活的“一切都颠倒过来了。把一切都弄错乱了。”^⑤在竞争的条件下，似乎价格决定利润，供求决

① 马克思：《政治经济学批判大纲（1857—1858）》第3分册，人民出版社1963年版，第15页。

② 同上书，第297页。

③ 同上书，第180页。

④ 马克思：《政治经济学批判大纲》（草稿）第3分册，第180页。

⑤ 同上书第4分册，第21页。

定价格，资本产生利润、地租、利息，人的关系物化，物统治人。“在竞争中一切都颠倒地表现出来。经济关系的完成形态，那种在表面上在这种关系的现实存在中，从而在这种关系的承担者和代理人试图说明这种关系时所持有的观念中出现的完成形态，是和这各种关系的内在的、本质的、但是隐蔽着的基本内容以及与之相适应的概念大不相同的，并且事实上是颠倒的和相反的。”^①

7. 竞争的积极作用和消极作用是一个事物的两个方面。马克思认为，竞争能推动资本主义社会生产力的发展，但是竞争也会带来生产无政府状态，带来社会经济生活的一系列假象和混乱，而竞争的这两方面作用又是密不可分的。

8. “竞争就是追逐利润的竞赛”。“竞争不是工业竞赛而是商业竞赛。”^② 马克思认为，工业的竞赛只是为了商业而存在。只有商业竞赛才是为了利润。与此相连，还认为未来社会竞争将被消灭，而竞赛仍将存在。

把马克思的这些关于竞争的原理归纳起来，可见是相当系统而完整的。竞争是与商品经济相关的一个命题，因而竞争理论也是马克思主义商品理论的一个重要组成部分。马恩创立科学社会主义原理时，是把竞争和商品经济紧密联系在一起，认为它是商品经济的灵魂和脑子，有商品生产和商品交换的存在就有竞争。“一种没有竞争的商业，这就等于有人而没有身体，有思想而没有产生思想的脑子”。^③ 同时，马

① 马克思：《资本论》，《马克思恩格斯全集》第25卷，第232—233页。

② 马克思：《哲学的贫困》，《马克思恩格斯全集》第4卷，第173页。

③ 恩格斯：《政治经济学批判大纲》，《马克思恩格斯全集》第1卷，第604页。

克思还把竞争提到规律的高度来认识,“自由竞争使资本主义生产的内在规律作为外在的强制规律对每个资本家起作用。”^①

然而,马克思分析的前提是,商品生产存在的一般条件是社会分工和生产资料私有制,所以,“一旦社会占有了生产资料,商品生产就将被消除”^②,从而竞争也就不再存在了。恩格斯在《共产主义原理》一文中,回答新的社会制度的特征时曾说:“一切生产部门将由整个社会来管理,也就是说,为了公共的利益按照总的计划和在社会全体成员的参加下来经营。这样,竞争将被这种新的社会制度消灭,而为联合所代替。……因为竞争不过是个别私有者管理工业的一种方式,所以私有制是同工业的个体经营和竞争密切联系着的。”^③这个结论的前提显然是和他们认为社会主义条件下商品经济已不复存在有关。不容讳言,这些观点相当程度上曾影响了后人对社会主义条件下竞争存在的客观性的认识。

此外,由于马恩当时分析的主要是自由资本主义时代的竞争,因此,以往的政治经济学教科书往往据此把竞争和生产无政府状态自然而然地联系在一起,当作资本主义的基本状况和重要规律来表述。斯大林在《苏联社会主义经济问题》中也提到:“国民经济有计划发展的规律,是作为资本主义制度下竞争和生产无政府状态的规律的对立物而产生的。”^④

① 马克思:《资本论》,《马克思恩格斯全集》第23卷,第300页。

② 恩格斯:《反杜林论》,《马克思恩格斯选集》第3卷,人民出版社1972年版,第323页。

③ 恩格斯:《共产主义原理》,《马克思恩格斯选集》第1卷,第217页。

④ 斯大林:《苏联社会主义经济问题》,人民出版社1961年版,第6—7页。

其实，竞争和生产无政府状态是两个不同的经济范畴，生产无政府状态如果作为一个规律，那是资本主义社会所特有的，是资本主义私有制的产物。而竞争则古已有之。比如，在封建社会的市镇上，手工业行会与非行会成员之间的竞争也是相当激烈的，但是根本谈不上生产无政府状态的问题，因为那时的商品经济不过是封建自然经济的一种补充。只有到了资本主义时代，竞争与生产无政府状态才成为资本主义商品经济母胎中所产下的一双孪生物。这正如恩格斯所概括的，在资本主义私有制条件下，各种经济规律“不顾无政府状态、在无政府状态中、通过无政府状态来为自己开辟道路。这些规律在唯一保留下来的社会联系形式即交换中表现出来，并且作为强制性的竞争规律作用于各个生产者。”^①资本主义竞争在促进生产发展的同时，也集中地突出地暴露了资本主义的丑恶面。比如，资本家为获得最大限度的利润，在竞争舞台上的不择手段、弱肉强食，因此竞争的面目可憎，形象丑陋，更为众矢之的。但是，感情终究不能代替理智。应该说，竞争与生产无政府状态之间的联系如此紧密，只能是资本主义社会的特有现象。由于两者终究是不同的经济范畴，有它不同的存在条件，因此，绝不能一谈竞争，就必然要把生产无政府状态挂在一起，把两者合而为一。

在很长一段时期里，社会主义各国的经济理论中，几乎无一例外地排斥竞争在社会主义经济中的存在。即使承认社会主义条件下还有商品生产和价值规律作用的余地，也同样是排斥竞争，认为“在社会必要劳动时间决定商品价值的原

① 恩格斯：《反杜林论》，《马克思恩格斯选集》第3卷，第312页。

则下，社会主义商品生产者在盈利水平上，仍然存在着差距，对社会主义事业的贡献上存在着大小的不同。但是，无论如何不存在竞争、无政府主义。有的更是明确地提出：竞争是私有制条件下存在的经济范畴，把它搬到社会主义公有制条件下，不仅会造成理论上的混乱，而且会给实际工作带来危害。在公有制条件下，“只能搞竞赛不能搞竞争”，否则“将造成浪费，造成无政府状态，破坏计划经济”。这些否定社会主义社会存在竞争的观点，说到底都是教条主义地对待马克思主义经典作家有关论述的结果。

理论上否定竞争，实践中限制商品生产和价值规律的作用，造成的后果是严重的：

第一，由于取消竞争，在很大程度上使企业既缺乏内部活力，又减弱外部压力；

第二，由于取消竞争，不区分劳动差别和贡献大小，其结果在个人与企业，企业与国家的关系上吃“大锅饭”盛行，按劳分配原则难以贯彻，平均主义泛滥；

第三，由于否定竞争，客观上造成“只此一家，别无分店”的局面，独家经营，包揽一切，限制“异己”，排除竞争，以至限制市场、取消竞争，导致了保守、落后与腐朽现象的滋长。

二、竞争是商品经济的必然伴侣

现在，越来越多的人已经意识到，竞争不仅在资本主义社会里无时不在，即使在社会主义社会里也是不依人的意志为转移的客观现象，这是因为竞争是商品经济的必然伴侣。为什么竞争和商品经济有联系，竞争是怎样产生的呢？

竞争是价值规律作用的条件

我们所说的竞争，不是指自然界山林中的虎狼之争，湖海中大鱼小鱼之争，耕田里稻禾与稗草之争；也不是指人类社会阶级间的战争或封建社会的科举之争；而是指经济领域的竞争，这种竞争是与商品经济相连，与商品经济的发展共始终的。

原始社会末期，在不同部落的交界处，开始出现了互换剩余产品的现象，这还只是一种偶然的交换。当时，尽管商品交换已经出现，但是商品生产还不存在，从而，还很难看到竞争的影子。如今，在我国西南边陲的有些少数民族中，还余留着这种原始交换的形态。拉祜族的苦聪人将狩猎所得的兽皮、麝香等放置在靠近平原的大路旁或山道上，有的离去，有的躲进附近茂密的林草丛中，等过路人拿走兽皮或麝香，随便放上几件衣服或几块盐巴之后，再出来把衣服与盐巴带走。这种交换是互不见面，又完全离开价值量基础的一

种原始的交流，纯粹是以己所余，换人所需，确实难以见到竞争的影子。

以后，随着社会分工与私有制的出现，为交换而进行的生产或者说商品生产就逐渐产生了。随之，竞争也就相伴而生。《诗经》中说的“抱布贸丝”，反映了持布者与持丝者在古市场上讨价还价的竞争情况。春秋时，范蠡 19 年中三致千金，也是在市场的竞争中实现的。由于商品只是在古代与中世纪社会的缝隙中存在，因此，竞争也只是在有限的范围内存在。到了资本主义社会，商品经济的发展达到了登峰造极的地步，在这里，一切成了商品，商品统治一切，竞争也就在整个范围内成为一个不可缺少的作用机制。

为什么竞争总是和商品经济形影相随呢？这是因为，作为商品经济的内在规律即价值规律的全部运动过程，都是在竞争中完成的。

对商品经济来说，竞争的出现绝非偶然，它是商品生产内在矛盾发展的必然产物。换句话说，竞争存在的一般条件是商品生产和商品交换，其经济根源都在于商品经济的内在矛盾及其运动。

首先，商品价值量的形成离不开竞争。商品的价值是凝结在商品中的人类一般劳动，价值量的多少，由劳动时间来衡量。在商品经济中，同一种商品会有许多商品生产者去经营。它们从事和经营的主客观条件是千差万别的，也就是说个别劳动时间是各不相同的。而市场上的价格则是按照社会平均的必要劳动时间计算的价值来制定的。这个社会必要劳动时间不是由人们主观来确定，而是众多的个别劳动时间通过竞争这个客观途径而形成的。每个商品生产者都想方设法