

王绍飞
张卓元 主编

我国流通部门的发展战略

我国流通部门的发展战略

王绍飞
张卓元 主编

Jm42/03

中国社会科学出版社

我国流通部门的发展战略
Woguo Liutong Bumen De Fazhan Zhanlue

王绍飞 张卓元 主编

•
中国社会科学出版社出版
新华书店重庆发行所发行
重庆印制一厂印刷

850×1168毫米 32开本 7.5印张 181千字

1985年6月第1版 1985年6月第1次印刷

印数 1—3,000 册

统一书号: 4190·230 定价: 1.55 元

责任编辑: 李茂生
责任校对: 许小军
封面设计: 张 明
版式设计: 韩 锐

目 录

第一章 研究与制定我国流通部门发展战略的重大意义	1
第一节 流通部门有相对独立的发展战略	2
第二节 流通部门发展战略的含义、层次及其制定方法	9
第三节 制定流通部门发展战略的重要意义	13
第二章 流通部门的战略目标及其实现的对策	24
第一节 战略目标的质与量	24
第二节 制定战略目标的主要依据	34
第三节 实现预期目标的主要对策	40
第三章 实现主要物资供求的基本平衡	45
第一节 物资流通是商品流通的重要组成部分	45
第二节 我国现阶段物资流通的战略目标	48
第三节 怎样实现物资流通的战略目标	59
第四章 建立具有中国特色的消费品市场	69
第一节 我国消费品市场的模式	69
第二节 消费品市场要同生产和消费的发展相适应	79
第三节 建立具有中国特色的消费品市场的主要对策	87
第五章 服务业要翻三番	96

第一节	服务业的经济特点·····	96
第二节	服务社会化及其作用·····	98
第三节	服务业的发展目标·····	103
第四节	服务业的发展方向·····	107
第五节	实现服务业发展战略目标的途径·····	111
第六章	大力发展旅游业·····	118
第一节	旅游业是一项经济事业·····	118
第二节	旅游业的大发展与新问题·····	123
第三节	我国旅游业发展的目标·····	128
第四节	实现旅游业发展目标的几项对策·····	134
第七章	力争对外贸易进出口总额翻 2.7 番·····	149
第一节	对外贸易在社会主义现代化建设中的作用·····	150
第二节	我国对外贸易发展的前景·····	153
第三节	抓住重点, 采取正确的对策·····	162
第八章	促进社会经济效益提高, 保持信贷收支平衡·····	170
第一节	银行在流通过程中的作用·····	170
第二节	银行的战略目标·····	174
第三节	实现银行信贷平衡的具体措施·····	179
第九章	建立比较合理的价格体系·····	187
第一节	建立合理价格体系的必要性·····	187
第二节	怎样建立比较合理的价格体系·····	192
第十章	保持币值的基本稳定·····	209
第一节	货币流通的战略目标是保持币值的基本稳	

	定.....	209
第二节	保持币值基本稳定的必要性和可能性.....	216
第三节	怎样才能保持币值的基本稳定.....	221

· 第一章 ·

研究与制定我国流通部门 发展战略的重大意义

经济发展战略，是第二次世界大战后“发展经济学”提出的一个新概念。这个概念七十年代末引入我国，引起了经济学界的广泛注意。八十年代初，经济发展战略作为一个专门研究领域在我国开始发展起来。1982年9月，党的第十二次全国代表大会制定了全面开创社会主义现代化建设新局面的伟大纲领，提出了本世纪末我国经济建设总的战略目标、战略重点、战略步骤和措施以及一系列方针、政策，在党的文件中第一次使用了“经济发展战略”概念。接着，报刊上发表了很多学习和宣传十二大报告中有关经济发展战略的文章，理论界围绕我国经济发展战略的目标进行了多学科的、综合性的探讨和研究，并提出要建立一门经济发展战略的基础学科。目前已开始出版这方面的专著。这是党的十一届三中全会以来，我国理论界为社会主义现代化建设服务的一个重要表现。

但是，根据报刊发表的探讨和研究经济发展战略的报道、文章以及著作来看，其内容主要是研讨社会经济总体发展战略、地区经济发展战略以及工农业生产部门的发展战略，很少涉及流通部门（包括商业、服务业、物资、外贸、金融、价格、旅游等部门）发展战略。同时在研讨社会经济总体发展战略时，流通部

门发展战略往往是被忽视的方面，顶多只是个别地提一下或只对其中某一、二个具体流通部门（如外贸）的发展战略进行考察。这就提出一个问题，流通部门有没有自己的发展战略？什么是流通部门的发展战略？研究和制定我国流通部门发展战略，在理论上对于经济发展战略问题的深入研究与实践上对于全面实现经济发展战略目标，有什么重要意义？这是值得很好研究的课题。本书拟在这方面进行一些探索，期望由此引起大家对这个问题的注意和重视。

第一节 流通部门有相对独立的发展战略

流通部门有没有相对独立的发展战略？我们的回答是肯定的。理由有三：

一、在商品生产存在和发展的条件下，有生产部门发展战略，就必然有流通部门的发展战略。

“商品生产以商品流通为前提”^①，如果说在没有商品生产的时候可以出现偶然的商品交换，那么，没有商品流通却不可能有商品生产。我国现阶段社会主义经济，是有计划的商品经济，不仅保留着商品生产，而且还要大力发展社会主义商品生产。因而流通在社会经济生活中就必然占有重要的地位。

（一）我国现阶段还必须保留商品生产。

由于我国现阶段生产力水平较低，而且发展不平衡，在较长时期内需要在社会主义公有制占优势的前提下，实行多种经济形式（即社会主义全民所有制经济、劳动群众集体所有制经济、劳动者个体所有制经济等）并存。在这种条件下，生产资料和劳动产品属于不同的所有者，他们相互之间，只有按照等价原则进行

^① 马克思：《资本论》第2卷，《马克思恩格斯全集》第24卷，第393页。

商品交换，才能让渡自己的产品。如果一方无偿地占有另一方的产品，就侵犯了对方的经济利益，实质上是否定了对方对产品的所有权。这样做，必然破坏社会主义经济的正常运行。即使在社会主义全民所有制内部各企业之间，也需要保留商品货币关系。因为在全民所有制内部，生产资料和产品，虽然归全体劳动者所有，实行按劳分配，但劳动者与生产资料的结合，以及在此基础上进行的经营活动都是在一个个企业范围内进行的。各个企业都是相对独立的权、责、利相结合的商品生产者。国家把全民所有的生产资料交给企业，企业有支配权和使用权。同时，企业也有责任把这些生产资料管理好、使用好。企业在生产经营中不仅要补偿本身的物化劳动和活劳动的消耗，而且要生产或提供剩余产品价值(盈利)。国家对企业 and 职工实行物质利益原则，使企业和职工的物质利益同企业经营好坏密切挂钩。为此，企业就要对它的经济活动进行计算、算帐，实行经济核算制。企业经营好坏同职工个人和企业的物质利益直接有关。企业经营得好，盈利多，企业和职工个人都可以多得。因而，各企业之间存在着物质利益的差别，即具有相对独立的经济利益，它们之间的经济往来也必须按照等价原则，实行商品交换，保留商品货币关系。

(二) 我国现阶段还要大力发展社会主义商品生产，特别是要逐步提高农产品的商品率。

旧中国是一个半殖民地半封建的国家，经济十分落后，商品经济很不发达。1949年我国现代工业品只占国民经济总产值的10%，其余90%是分散的、个体的农业经济和手工业经济。自然经济占统治地位，生产力水平很低，人民生活十分穷困。新中国成立后发展了城市大工业；广大农民走上了社会主义集体化道路，农业生产得到了恢复，有了很大的发展。但是，我国社会生产力水平至今还不高，工业部门的专业分工不细，不少企业还是手工或半机械化操作，先进的现代化企业还不很多，劳动生产率

不够高。要提高生产社会化水平，发展专业化分工和协作，促进技术进步，就必须扩大商品交换和物资交流，充分发挥流通对生产的推动作用。我国的基本国情是：占全国人口80%的农民仍从事着自给性半自给性生产，他们可以提供的商品粮食长时期以来只占粮食总产量的15%左右，其他农副产品的商品率也不很高。国家收购的农副产品总值长期以来只占农业总产值的30%多。农民没有多少剩余产品可以用来进行交换，因而扩大再生产的能力小，农民收入低、提高慢。要进一步发展农业生产，迅速提高农业生产水平，就必须大力发展商品生产，提高商品率，根本改变农业自给半自给状态，生产更多的农副产品去换取农业机械、化肥等农业生产资料，从技术上武装农业，使农业生产不断增长。同时，大力发展商品生产和商品交换，才能使农民生活尽快地富裕起来，以更多的货币收入去购买日用工业品，逐步提高物质文化生活水平，从而进一步调动八亿农民建设社会主义的积极性。

党的十一届三中全会以来，落实了农村的经济政策，推行了家庭承包责任制，使我国农村大步地由自给半自给生产向商品生产转化，由传统农业向现代化农业转化。目前，农村的交换扩大了。1982年与1978年相比，农村出售各种产品的金额增长了89%，其中农副产品的金额增长了近90%，使农村各业的商品率由51.5%上升为59.4%，今后还将进一步增长。农民用于购买农业生产资料和日用工业品的支出也大幅度增加，如1982年农村社会商品零售总额高达1,480亿元，比1978年增长了82.6%。农民内部之间的交换也有了较快发展，1982年比1978年增长了近1.39倍。

（三）商品生产的发展，必然要求发展商品流通与之相适应。

因为在商品经济条件下，商品流通过程是社会再生产过程的

必经阶段，产品不经过流通，就不能从生产领域转移到消费领域。没有流通过程，就没有再生产过程。流通渠道是否畅达，流通规模能否扩大，直接影响到工农业等部门生产的发展和人民物质文化生活水平的提高。所以，商品流通的发展规模必须与生产发展的规模相适应，生产与流通的比例必须协调，才能保证社会再生产的正常运转。例如，社会商品零售额的增长必须与进入流通领域的商品可供量大体相适应，仓库面积必须与商品正常储存量相适应，商业网点和营业面积要与人口的数量和分布以及购买力水平相适应，商业劳动的多少要“取决于已经生产的，待实现的价值量”等等。因此，在制定工农业等部门生产发展和人民物质文化生活水平提高的战略目标时，必须相应地制定流通的发展战略，研究和确定流通发展的战略目标，战略重点及其对策，用以指导流通部门的工作，使流通能够充分发挥它促进生产、保障供应、繁荣经济的作用，为社会主义现代化建设作出应有的贡献。

早在五十年代前期，尽管我们还没有用发展战略这个概念，但我国发展国民经济的第一个五年计划（1953—1957年）实际上是一个为实现过渡时期的总路线和总任务而带有全局性的经济发展战略规划。这个战略规划不仅有总体发展目标，而且有工业、农业、交通运输、商业、科教、人民生活水平提高、劳动效率等多方面多层次的发展战略。其中，流通部门的内外贸易发展战略占有相当重要的地位。例如商业（包括内贸、外贸）的发展是分章专列，其发展目标规定有：（1）社会商品流转额总指标及增长比例；（2）各种经济成分的增长比例；（3）十二种主要商品的销售量及增长比例；（4）用于流通的财政支出和基本建设投资总额及比例等。为了实现这些发展目标，还采取了稳定市场，统一商业工作的领导，加强经营管理，对私商的利用、限制、改造等一系列措施。回顾第一个五年计划，可以看出，它正确地处理了生产与流通以及流通内部的发展比例和相对平衡的关系。因此，

“一五”时期的经济发展规划是正确的，所规定的任务和目标完成得也好，经济效益也比较高。

但是，从1958年到1978年期间，由于“左”的错误思想的指导，一再有人出来否定商品生产、价值规律的存在及其作用，重生产，轻流通。例如，“大跃进”时，片面追求高速度，片面强调发展生产，忽视流通。重点发展重工业，突出以钢为纲，不要综合平衡。在十年内乱时期，商品货币关系被看成是产生资本主义的土壤而遭到批判和限制，在对外关系上，实行闭关锁国的政策。因而长期以来，流通部门得不到应有的发展，反而受到很大的削弱，给国民经济带来严重后果，主要表现在：流通部门机构人员被撤并，流通部门的基本建设排不上队，投资很少，造成流通设施严重不足。1957年至1978年的二十年间，商业基建投资只增长22%，而同期商品流转额却增长了将近三倍。商业基建投资在国家基建投资总额中所占的比例，1958年只占0.46%，由于基建投资少，商品仓库严重不足，每万元商品平均占用的仓库面积由1957年的14平方米下降到1978年的7.7平方米。商业网点少，营业面积小，1976年商业部系统商业服务业网点只有19万个，比1957年减少了五分之四，城镇人口平均每千人占有的网点由10个下降为1.5个，占有的零售营业面积由1957年的700至800平方米降为1978年的320平方米。社会整个商业人员只有753万人，占全国总人口的比例，由1957年的1.3%下降为0.98%。在外贸方面，三十年来，进出口额在国际贸易总额中所占比重只有0.86%，我国出口商品总额在工农业生产总值中的比重1953年至1978年平均只有4.1%。与此同时，其它流通部门如物资部门、物价部门、银行等，也同样没有得到重视和相应的发展。

由于流通设施、网点和从业人员不足，工农产品的购销活动受到很大限制，流通渠道不畅通，影响了生产的正常发展，商业服务质量下降，人民生活十分不便。特别是同目前商品生产大发

展的客观形势很不适应，农民买难卖难严重存在就是一个突出的表现。我们认为，产生这种状况的根本原因是战略指导思想不明确，自给自足的自然经济观没有彻底破除，对流通在社会主义经济中的地位和作用没有正确认识，没有处理好生产与流通的辩证关系。归根结底是对我国现阶段的社会主义经济是有计划的商品经济认识不足。为了改变这种状况，使经济工作更好地按客观经济规律办事，加速社会主义现代化建设，首先要从理论上提高认识，看到只有扩大商品流通，才能发展商品生产，搞活流通是提高整个国民经济社会化程度的“牛鼻子”，把流通的发展战略作为总体发展战略的重要组成部分，把流通各部门的发展战略作为国民经济的重要发展战略对待。

二、流通部门发展战略在整个社会经济发展战略中具有相对独立性。

社会经济发展战略本身就是多层次的。各部门各地区的发展战略共同组成社会经济的总体发展战略。它们相互依存，协调发展，谁也离不开谁。流通部门是国民经济的重要组成部分，流通部门的发展战略既是社会经济发展总体战略的组成部分，又有它本身发展的特殊要求，是总体战略不能完全代替或包括进去的。党的十二大提出的从1981年到本世纪末的二十年内，我国经济建设的奋斗目标是，在不断提高经济效益的前提下，力争使全国工农业年总产值翻两番，即由1980年7,100亿元增加到2000年的28,000亿元左右。实现了这个目标，我国国民收入总额和主要工农业产品的产量将居于世界前列，城乡人民的收入将成倍增长，人民的物质文化生活可以达到小康水平。并提出了实现这个宏伟目标的战略重点、战略步骤和需要解决的几个重要原则问题，其中包括对流通部门提出的要求，如商业服务业都要坚持国营经济的主导地位、发展多种经济形式并进行合理配置问题，计划经济为主市场调节为辅相结合问题，大力扩展对外贸易等等。当然，

总体战略只能是大的原则、方向和主要奋斗目标,不可能为各部门各地区的发展都提出具体设想。各个部门可以根据总体设想和总目标的要求,结合本部门的职能特点,研究和制定本部门的具体战略目标、战略重点和战略措施。例如确定流通部门发展战略目标,就不同于工农业生产部门发展目标即年总产值翻两番,而是要研究随着工农业年总产值翻两番,到本世纪末我国商品总量和结构将起什么变化,我们要建立一个什么样的商品流通市场?这个市场有哪些特征?物资供需是否协调?价格水平发展趋势怎样?货币流通有何特点?流通过程的从业人员和机构将有多大规模的发展?仓储设施、营业面积等流通手段如何适应流通发展规模的扩大?等等。这些都需要由流通部门自己来研究和确定。

三、制定流通部门发展战略才能更好地坚持社会主义计划经济。

资本主义国家,由于生产资料的资本主义私有制,一个个资本主义企业的生产与经营是有计划的,整个社会的经济活动则是盲目的、无政府状态的。随着国家垄断资本主义的发展,国家对社会经济生活干预的不断加强,资本主义国家也在某种程度上制定经济发展战略,对社会经济的发展进行一些预测和一定程度的引导与调节。但是,由于资本主义经济是以私有制为基础的市场经济,各部门之间、地区之间的经济联系,是由价值规律自发地进行调节的,不可能制定流通部门的发展战略。资产阶级国家的干预也不可能把千千万万个企业的流通发展战略纳入社会经济发展计划之中。只有在社会主义公有制条件下,实行计划经济,国家才可能制定完整的全面系统的社会经济发展战略,即包括生产计划与流通计划在内的总体的社会主义经济发展战略。通过流通发展战略可以把生产与消费以及国民经济各部门有计划地联系起来,使国民经济成为一个统一的整体,保证社会经济总体战略的实现。

我国已故著名马克思主义经济学家孙冶方提出,社会主义计

划经济的关键在于流通过程的计划化。他提出，实现国民经济有计划发展所要解决的问题，主要就在于如何协调好部门之间、地区之间、企业之间的关系，这些都是流通领域的问题。所以，有计划地组织流通过程中两大部类之间、各部门之间以及各地区之间，归根到底是千千万万个企业之间的交换，是计划经济的要害所在。从这个思想出发，可以认为，流通部门发展战略，是整个社会经济发展战略的枢纽。科学地制定流通部门的发展战略，是坚持社会主义计划经济，保证国民经济各部门协调发展，从而实现高速度、高效益所必需的。我们要从这个高度，来认识制定流通部门发展战略的重要性和意义。

第二节 流通部门发展战略的含义、 层次及其制定方法

从整个国民经济来看，流通部门发展战略是社会经济发展战略的组成部分。但是，从流通部门本身来看，它的发展战略又是一个全局问题。

一、什么是流通部门的发展战略？

为了说明这个问题，首先要弄清楚什么是“发展战略”？目前我国理论界主要有“经济社会发展战略”、“经济发展战略”两种提法。所谓“经济社会发展战略”是指我国在较长时期内，如十年、十五年、二十年，从本国的实际出发，按照一定的指导思想，研究和制定带有全局性、长远性的经济、社会发展的目标、发展重点、步骤以及为实现战略目标所采取的重大方针、政策、措施，也就是战略决策与对策。“经济社会发展战略”的范围，不仅包括经济的发展战略，而且包括整个社会生活的发展战略。经济当然是社会生活的一个最重要的部分，因为经济发展是整个社会发展的基础。因此，研究整个社会发展战略时，必须突出经济

发展战略。

所谓“经济发展战略”，就是着重研究和制定经济发展的战略。当然，研究经济发展战略也必然要联系到社会生活方面的问题，如人口问题、精神文明建设问题等等。因为这些问题与经济是密切不可分的。

我们在前面所用的概念是“社会经济发展战略”。所谓“社会经济发展战略”是指从整个社会即宏观的角度来研究经济发展战略问题，即经济发展总体战略。它是相对于各个经济部门、各地区以至各个企业，即局部的经济发展战略而言的。

以上几种提法，实质就是战略所包括的范围大小不同，层次不同。但是，发展战略不管它的范围大小和层次高低，它们都有着以下几个共同点。

第一，全局性。无论哪种发展战略都是从本战略涉及范围的全局角度出发，研究某一总体所要达到的目标和应采取的方针、政策和措施，不是从某一个局部角度出发。因而，它带有全局性。当然，全局也是相对的，有整个社会的全局，也有一个部门一个地区或一个企业的全局。

第二，长期性。发展战略所规定的目标，是指一国或一个部门、一个地区、一个企业在较长时期内要争取实现的目标。也就是根据现实的、历史的各种条件和因素进行分析所得出的一种未来设想。这种设想既要照顾当前的利益，更要符合长远的根本利益。因此，需要有远见卓识，不能只着眼于短期的成效和眼前的利益。

第三，可变性。经济发展战略是对未来的一种预测，受许多未知数的影响，不可能十分准确，因而不是固定不变的。必须随着时间的推移和条件的变化，不断地进行充实和修正。流通部门发展战略遇到的随机因素更多，它要受到自然和社会各种因素的影响。在社会因素方面，政治、经济、文化、民族特点、社会风