

装备采购研究



装备采购基础理论研究

Basic Theory of Equipment Acquisition

王建国 李鸣 编著



国防工业出版社

National Defense Industry Press

前 言

《装备采购基础理论研究》一书是作者多年理论研究的总结,主要是运用经济学和现代管理学的理论,对装备采购进行探索和研究。从10个方面进行了论述,即书中10章内容包含的“装备采购十论”。首先装备的“商品论”明确了装备是一种商品,进而阐述了作为特殊商品的公共品的定义,明确了装备是一种商品,也是一种公共品,其商品属性和公共品属性是研究装备采购活动特征及相关理论的前提,是制定相关制度的基础。装备的“供求论”是从市场经济的角度对装备采购进行探讨,从供给和需求这一市场经济基础理论出发,对装备采购进行系统分析。装备的“市场论”则从市场与市场经济的基本原理入手,分析装备采购市场的特点和运行机制。装备的“质量论”、“价格论”、“合同论”是从商品的基本要素出发,论述装备质量管理实践及未来发展趋势、装备价格的构成因素、装备采购的契约化和合同管理。装备的“竞争论”、“评价论”、“监督论”、“激励论”则是从运行机制的角度,讨论提高装备采购效益、健全装备采购管理体制、完善装备采购机制的措施和方法。

本书的写作经历了4个阶段、五易其稿。第一阶段是初始研究阶段(2002年7月至2004年12月),主要是理清思路,在王建国同志提出全书“纲目”的基础上,对装备采购的基础“十论”进行了探讨,并通过收集素材,写出了150万字的素材稿,可称为第一稿,主要撰写人是王建国、李鸣、毛景立。第二阶段是初稿写作阶段(2005年6月至2006年4月),主要是优化和调整章节、进一步收集素材,并写出了100万字的初稿,可称为第二稿,主要撰写人是王建国、李鸣,这期间,特别是北京航空航天大学公共管理学院

的马建臣教授及 11 名硕士研究生做了大量的素材收集和文字工作,吴瑕对应的是第一章商品论,任航对应的是第二章供求论和第十章激励论,马程乾对应的是第三章市场论,刘尧和刘清洁对应的是第四章质量论,文娟对应的是第五章价格论,刘了对应的是第六章合同论,张琴对应的是第七章竞争论,马洪萌对应的是第八章评价论,王磊和陈骥对应的是第九章监督论。马建臣老师在新疆出差之际(2005 年 8 月)因心脏病发作离我们而去,这是我们研究团队的重大损失。第三阶段是深化研究阶段(2006 年 7 月至 2007 年 10 月),2007 年 3 月前,主要是深化关键点的研究,修改书稿,先后进行了两次大的改动,形成了 75 万字的书稿,可称为第三稿,主要撰写人是王建国、李鸣;此后我们邀请中央财经大学国防经济与管理研究院的教授和军事经济学院的部分研究生对我们的书稿进行初步的审阅,他们提出了许多宝贵的意见。另外,两名年轻的军代表李洋和樊建勋同志,于 2007 年 4 月,作为第一读者利用了整整一个月的时间,对书稿进行了认真细致的阅读,修正了文字错误并写出了读后体会;在此基础上,我们又利用了半年时间,对难以读懂的章节进行了重新写作,形成了第四稿。第四阶段是书稿的再修改阶段(2008 年 2 月至 2008 年 9 月),经过进一步讨论和修改,形成了基本满意的 45 万字书稿,可称为第五稿,主要撰写人是王建国、李鸣。在本书的研究和写作过程中,毛景立同志参加了第四章和第九章的撰写,此外,毛景立、郭会中、倪卫星、罗云宝、张卓同志参加了本书的校订工作。

装备采购作为一项复杂的实践活动,涉及到经济学、管理学、自然科学等多个方面,仅从经济学和管理学的角度探索研究装备采购,还有些不够。因此,请广大同仁不吝赐教。有关参考文献已在各章逐一列出,如有疏漏,敬请谅解。

作者

2008 年 10 月

目 录

第一章 商品论	1
1.1 商品概述	1
1.1.1 商品的理论渊源	1
1.1.2 商品的定义	7
1.1.3 商品的分类	8
1.2 作为特殊商品的公共品	17
1.2.1 公共品理论相关沿革	18
1.2.2 公共品的定义	21
1.2.3 公共品的分类	25
1.3 装备的商品属性的一般性	28
1.3.1 装备的定义	28
1.3.2 装备的分类	30
1.3.3 装备的商品属性	31
1.4 装备的商品属性的特殊性	33
1.4.1 装备使用价值的特殊性	34
1.4.2 装备价值的特殊性	36
1.4.3 装备生产积累的特殊性	39
1.4.4 装备生产实现的特殊性	39
1.4.5 装备再生产的特殊性	40
1.5 装备的公共品属性	41
1.5.1 装备的公共品特征	41
1.5.2 装备的公共品类型	48
参考文献	49

第二章 供求论	51
2.1 供给和需求的基本原理	51
2.1.1 需求	51
2.1.2 供给	57
2.1.3 供给和需求的均衡	62
2.2 弹性及其应用	66
2.2.1 弹性	66
2.2.2 需求弹性	67
2.2.3 供给弹性	73
2.2.4 弹性的应用	75
2.3 装备需求分析	76
2.3.1 装备需求的界定	76
2.3.2 装备需求的特点	77
2.3.3 装备需求的影响因素	84
2.3.4 装备需求决策	90
2.4 装备供给分析	94
2.4.1 装备供给的界定	94
2.4.2 装备供给的特点	94
2.4.3 装备供给的决定因素	100
2.4.4 装备供给的潜力分析	103
参考文献	106
第三章 市场论	107
3.1 市场与市场经济	107
3.1.1 市场的基本原理	107
3.1.2 市场经济	112
3.1.3 我国社会主义市场经济体制	116
3.2 完全竞争市场	119
3.2.1 市场类型的划分	119
3.2.2 完全竞争市场	120

3.2.3	市场的均衡与非均衡	122
3.2.4	消费者剩余与生产者剩余	123
3.2.5	市场的效率	124
3.3	不完全竞争市场	127
3.3.1	完全垄断市场	127
3.3.2	垄断竞争市场	133
3.3.3	寡头垄断市场	136
3.4	市场失灵与政府干预	139
3.4.1	市场失灵	140
3.4.2	自然垄断与政府管制	144
3.4.3	市场、政府和企业	144
3.5	装备采购市场	149
3.5.1	装备采购市场的定义与历史沿革	149
3.5.2	装备采购市场结构	151
3.5.3	装备采购市场的功能	152
3.5.4	装备采购市场的特征	153
3.5.5	政府在装备采购市场中的定位	159
	参考文献	164
第四章	质量论	166
4.1	质量	166
4.1.1	质量的一般理解	166
4.1.2	质量的基本术语	171
4.2	质量管理	175
4.2.1	质量管理及相关术语	175
4.2.2	质量管理的基本理论和基本原则	177
4.2.3	质量管理的基本职能	182
4.2.4	质量管理的信息化	189
4.3	装备质量	192
4.3.1	一般商品的质量特性	193

4.3.2	装备质量的内涵及特点分析	194
4.3.3	装备质量标准体系	198
4.4	装备质量管理过程	199
4.4.1	装备质量管理的特点	199
4.4.2	装备质量的检验	199
4.4.3	装备成品试验	202
4.4.4	装备质量的质量控制	203
4.4.5	合同中的质量保证控制	207
4.4.6	质量成本控制	210
4.4.7	装备质量的监督	215
	参考文献	218
第五章 价格论		220
5.1	价格概述	220
5.1.1	价格定义	220
5.1.2	价格形成	224
5.1.3	价格构成	228
5.1.4	价格机制	231
5.1.5	价格形式	232
5.2	一般定价理论	234
5.2.1	定价策略	234
5.2.2	定价方法	239
5.3	公共定价理论	243
5.3.1	公共定价	243
5.3.2	主要理论依据	243
5.3.3	公共定价规则	249
5.3.4	非对称信息下的机制设计	259
5.4	装备价格	262
5.4.1	装备价格定义	262
5.4.2	装备价格形成	262

5.4.3 装备价格构成	264
5.4.4 装备定价形式	271
参考文献	274
第六章 合同论	275
6.1 合同的概述	275
6.1.1 合同的经济学含义	275
6.1.2 合同的法学含义	277
6.1.3 合同的法律特征	279
6.1.4 合同的类型	282
6.1.5 合同的条款	284
6.1.6 合同的成立	288
6.1.7 违约责任	292
6.2 装备采购合同	296
6.2.1 装备采购合同的概念	296
6.2.2 装备采购合同的特点	297
6.2.3 装备采购合同的性质	302
6.2.4 装备采购合同的类型	306
6.2.5 装备采购合同的内容	308
6.3 装备采购合同管理	311
6.3.1 装备采购合同订立	311
6.3.2 装备采购合同的履行	317
6.3.3 装备采购合同的变更、解除及纠纷处理	321
6.3.4 装备采购合同风险管理	326
参考文献	330
第七章 竞争论	331
7.1 竞争的基础理论	331
7.1.1 竞争概述	331
7.1.2 竞争机制	338
7.1.3 竞争政策	340

7.2 竞争策略与市场结构	345
7.2.1 竞争策略的含义	345
7.2.2 竞争策略与市场结构	351
7.3 装备采购的竞争	358
7.3.1 装备采购竞争	358
7.3.2 装备采购竞争机制	365
7.3.3 装备采购竞争政策	368
7.4 建立和完善我国的装备采购竞争机制	373
7.4.1 我国装备采购竞争建设的现状	374
7.4.2 当前西方国家装备市场竞争机制运用的 现状及趋势	379
7.4.3 建立和完善我国的装备采购竞争机制	381
参考文献	385
第八章 评价论	387
8.1 评价的基础理论	387
8.1.1 评价的内涵	387
8.1.2 评价的分类及原则	389
8.1.3 评价方法	391
8.1.4 评价指标权重系数的确定	397
8.2 评价模式	398
8.2.1 技术评价	398
8.2.2 经济评价方法	404
8.2.3 装备效能评价	408
8.2.4 综合评价	413
8.3 装备采购评价机制设计	416
8.3.1 装备采购事前评价	416
8.3.2 装备采购事中评价	422
8.3.3 装备采购事后评价	429
8.4 健全和完善装备采购评价机制	435

8.4.1	目前我军装备采购评价机制存在问题的讨论	435
8.4.2	外军装备采购评价机制的基本情况	436
8.4.3	建立和完善我军装备采购评价机制的对策措施	438
8.4.4	建立和完善我军装备采购评价机制改革的内容	441
参考文献		443
第九章 监督论		444
9.1	监督的基础理论	444
9.1.1	监督的含义和相关概念	445
9.1.2	监督的基本特征和基本要素	448
9.1.3	监督的功能和分类	453
9.1.4	监督的原则和方法	456
9.2	装备采购监督和监督成本分析	460
9.2.1	装备采购监督	460
9.2.2	装备采购监督成本的相关概念	462
9.2.3	装备采购监督成本和收益	464
9.2.4	装备采购监督成本的影响因素和控制	470
9.2.5	装备采购监督成本与装备质量、装备价格的关系	475
9.3	建立和完善装备采购监督机制	476
9.3.1	建立和完善装备采购监督机制的必要性	477
9.3.2	建立和完善装备采购监督机制的原则	480
9.3.3	建立和完善装备采购监督机制的内容	481
参考文献		497
第十章 激励论		498
10.1	激励原理	498
10.1.1	激励的定义	498

10.1.2	管理学中的激励理论·····	502
10.1.3	经济学中的激励理论·····	511
10.2	激励机制·····	513
10.2.1	激励机制的基本内涵·····	513
10.2.2	管理学中的激励机制·····	514
10.2.3	经济学中的激励机制·····	517
10.3	市场经济中的激励机制·····	523
10.3.1	问题的提出·····	524
10.3.2	信息、产权与激励机制·····	525
10.3.3	市场经济中的激励机制·····	528
10.4	装备采购中的激励机制·····	530
10.4.1	建立装备采购激励机制的必要性·····	531
10.4.2	装备采购激励机制的功能·····	534
10.4.3	装备采购激励模型述评·····	535
10.5	建立和完善我国装备采购激励机制·····	541
10.5.1	我国装备采购激励机制面临的困惑·····	541
10.5.2	建立和完善我国装备采购激励机制的 主要措施·····	542
	参考文献·····	547
	推荐书目·····	548
	后记·····	549

第一章 商品论

装备首先是一种商品,因此,本章明确了商品是研究一切市场活动及其运行规律的基础,阐述了作为特殊商品的公共品的定义、性质和分类,并进一步明确了装备是一种商品,也是一种公共品,具有商品属性、公共品属性和特殊商品属性。这是研究装备采购活动特征及装备采购理论的前提,是相关制度制定的基础。

1.1 商品概述

商品并不是从来就有的。商品是在人类的历史发展过程中,随社会生产力的发展和社会分工的出现而逐步形成的。

商品生产需要两个前提条件:一个是社会分工,另一个是不同生产资料所有制的存在。没有社会分工,大家都生产相同的东西,就没有交换的必要了。另外,虽然有分工的不同,但是生产资料却都是归大家所有的,生产的东西,我的是你的,你的也是我的,那也就没有交换的必要了。

1.1.1 商品的理论渊源

1. 古希腊时代的商品理论

人们对于商品的关注源于人们对于经济问题的讨论。在古希腊时代,色诺芬(Xenophon)、柏拉图(Plato)、亚里士多德(Aristotle)等人就对商品货币经济做了初步的分析,提出了一些有价值的见解,如分析了商品的某些属性。色诺芬认为,财富就是具有使用价值的东西,“一支笛子对于会吹它的人是财富,而对于不会吹它

的人,则无异于毫无用处的石头。”亚里士多德就明确指出,物品有两种用途,即直接使用和用于交换。前者是物品固有的属性,后者则不是物品固有的属性。这种区分可以说是区分使用价值和价值的开端。其次,已经分析了货币的某些职能,如价值尺度、流通手段、储存手段等。亚里士多德不仅区分了自然经济和商品经济,而且区分了交换的三种形式(商品—商品,商品—货币—商品,货币—商品—货币),论述了货币作为交换手段的职能。

2. 古典经济学的商品理论

15 世纪末,由于重商主义经济学派的产生,才开始了以商品流通过程为中心的重点研究。此前商业都是受到歧视的,对于商品流通和商品生产都是简单的谈论。重商主义就是把商业视为富国富民的最重要行业的思想体系,但是,他们对于商品生产以及商品属性本身的探讨并不多,而更多地认为财富的源泉主要在流通领域。

真正把商品引入到经济学的分析领域,是 17 世纪中叶的事情。这一时期正是英国资产阶级革命和手工业时期,生产成为资本主义经济发展的中心问题。英国思想家们开始从生产领域来寻找财富的源泉,理论研究也就从流通领域转向了生产领域,从而产生了英国古典经济学。对于商品生产、商品交换和商品属性的分析日渐深入。

作为最早的古典经济学先驱,威廉·佩第(William Petty)在他的《赋税论》中,第一次有意识地把商品价值的源泉归于劳动,从而奠定了劳动价值论的基础。他首先对商品的自然价格和政治价格做了区分。自然价格实际上就是指价值,也就是与生产商品实际需要的劳动数量相一致的价格,政治价格则是指按生产商品时超过实际需要的劳动数量(实际消耗的劳动数量)和多余开支所需要的费用来计算的商品价格。这种价格实际上就是市场价格。威廉·佩第将商品的自然价格作为分析其他经济问题的基础。他还探讨了关于价值的决定,以及各种商品价值权衡比较的

基础问题。他指出,“自然价值的高低,取决于生产自然必需品所需要人手的多少。”他认为商品价值是由生产商品所需要的劳动时间所决定的。

此后,亚当·斯密(Adam Smith)在《国民财富的性质和原因的研究》一书中系统论述了交换理论、价值与价格理论、货币理论以及分配理论等,奠定了古典经济学研究的基础,对商品属性以及商品生产和商品交换等方面做了比较科学的阐述。首先,他借助有名的“钻石与水”的例子,说明了使用价值和交换价值这两个概念的区分。价值一词有两个不同的意义,它有时表示特定物品的效用,有时又表示占有某物而取得对他种货物的购买力,前者可以叫做使用价值,后者可以叫做交换价值。斯密是最早区分商品的使用价值和交换价值的经济学家,并在一定程度上说明了二者之间的关系:“使用价值很大的东西,往往具有极小的交换价值,甚或没有;反之,交换价值很大的东西,往往具有极小的使用价值,甚或没有。”这就强调了使用价值不能成为交换价值的基础和决定因素。其次,斯密还继承发展了佩第的劳动价值学说,肯定了一切商品的价值都是由劳动决定的。但是他又认为劳动决定价值的规律只适用于简单商品生产,不适用于资本主义社会。他感到耗费劳动决定价值同购买劳动决定价值之间有矛盾,特别感到在资本主义社会中二者量的不等,因此转为收入构成价值论,认为“工资、利润、地租是一切收入和一切可交换价值的三个根本源泉。”再次,斯密还研究了商品价值的表现形式,他认为商品价值有三种表现形式:一种商品的价值可以表现为另一种商品,可以表现为一定量的他人的劳动,也可以表现为一定量的货币。后者事实上已经把价格看成了交换价值的一种形式。

李嘉图(David Ricardo)则进一步对价值取决于劳动时间的原理,做了比较透彻的表述和发展。首先,李嘉图认为,商品价值取决于生产它所必要的劳动量,区分了使用价值和交换价值,并比斯密更加恰当地分析了两者的关系。认识到了使用价值是交换价值

的物质前提。他把商品分为两类:一类是劳动不能增加其数量的商品,另一类是劳动可以无限增加其数量的商品,并指出这两类商品的价值来自不同的源泉。后一类商品是研究的主要对象,这类“商品的价值或其能交换的任何另外一种商品的量,取决于其生产所必需的劳动量。”他还批判了斯密关于购买劳动决定价值的理论,认为只有耗费劳动才能决定商品价值。同时,也对斯密关于三种收入决定价值的观点进行了质疑,认为商品价值都是由生产该商品所耗费的必要劳动时间决定的。商品价值的决定和商品价值的分配是两回事。其次,李嘉图认为直接劳动和间接劳动共同决定商品价值,并论述了二者在价值形成中的不同作用。

纳索·维廉·西尼尔(Nassan William Senior)最早将人的心理因素引入到对于经济现象的分析之中,其对于商品价值的分析也颇具特色。西尼尔从分析财富的性质开始,认为价值是财富的基本特征,他指出,“财富也只包括这些事物:可以转移的,其供给有限定的,可以直接或者间接生产的,产生愉快或者防止痛苦的;或者换个说法,是可以交换的;或者再换个说法,是有价值的。”他认为价值不是由生产商品所耗费的劳动创造的,而是取决于“效用、可转移性和供给有定限”。效用指人们的主观感觉和评价,可转移性指可以移交的东西才能用来交换,供给有定限是说供给是由生产物品的成本来限制的。在西尼尔看来,物品的供给有限即稀缺性是价值形成的基础。西尼尔还分析了垄断条件(由于独占某些自然要素而造成了不平等的竞争)下的商品的价值或价格的决定。他认为,垄断商品是指借助于土地或环境的特殊条件,或者体力或智力的特殊才能,或一般所未知或者具有专利权的生产方法所生产的商品。西尼尔是古典经济学背离劳动价值理论的开始,但是他的分析方法和效用理论对于经济学的发展和延伸功不可没。

约翰·斯图亚特·穆勒(John Stuart Mill)是古典经济学的最后一个杰出代表,其《政治经济学原理及其在社会哲学上的应用》

是总结古典经济学理论的集大成著作。穆勒将商品价值分为市场价值和自然价值,市场价值取决于需求和供给,自然价值则是根据该商品获取的困难情况而定。他将商品分为三类,这三类商品的自然价值的决定规律是不同的。第一类商品的数量有限,供给不能任意增加,如古玩古画,自然价值取决于供求规律;第二类商品是供给数量能够无限增加,但又不需要增加单位生产费的商品,如工业品,其自然价值取决于生产费用;第三类商品是供给数量能够无限增加但单位生产费用也随之增加的商品,如农产品,其自然价值取决于获得必要供给所必须负担的最大的生产费。穆勒的价值论是以总结的形式完成了古典经济学背离劳动价值论的演变过程。

3. 马克思经济学的商品理论

到了19世纪中叶,马克思在继承批判资产阶级古典经济学理论的基础上创立了马克思主义经济学,批判地继承了劳动价值理论,提出了剩余价值理论,全面揭示了商品的属性,深刻地分析了商品内部存在的各种矛盾,即使用价值和价值、具体劳动和抽象劳动、私人劳动和社会劳动之间的矛盾。

1) 关于商品的界定

“商品首先是一个外界的对象,一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。这种需要的性质如何,例如是由胃产生还是由幻想产生,是与问题无关的。这里的问题也不在于物怎样来满足人的需要,是作为生活资料即消费来直接满足,还是作为生产资料来间接满足。每一种有用物,如铁、纸等,都可以从质和量两个角度来考察。每一种这样的物都是许多属性的总和,因此可以在不同的方面有用。发现这些不同的方面,从而发现物的多种使用方式,是历史的事情。”

2) 商品的两个因素

马克思认为,商品具有使用价值和价值两个因素。商品的二因素根源于生产商品的劳动所具有的具体劳动和抽象劳动的二重

性。抽象劳动是价值的实体,价值表现为交换价值。商品形式是使用价值形式和价值形式的统一。

他首先具体论述了使用价值,“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它取决于商品体的属性,离开了商品体就不存在。因此,商品体本身,如铁、小麦、金刚石等,就是使用价值,或财物。商品体的这种性质,同人取得它的使用属性所耗费的劳动的多少没有关系……在我们所要考察的社会形式中,使用价值同时又是交换价值的物质承担者。”他认为,使用价值就是商品可以满足人的某种需要的属性,即物的有用性。

具有使用价值的物品一旦进入市场交换,就具有了交换价值。“交换价值首先表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换量的关系或比例……商品固有的、内在的交换价值似乎是一个形容语的矛盾。”他还举例说明,“例如一夸特小麦,同X量鞋油或Y量绸缎或Z量金等交换……X量鞋油、Y量绸缎、Z量金等都是—夸特小麦的交换价值,那么,X量鞋油、Y量绸缎、Z量金等就必定是能够互相代替的或同样大的交换价值。由此可见,第一,同一种商品的各有效交换价值表示一个等同的东西。第二,交换价值只能是是与它相区别的某种内容的‘表现形式’。”这就说明交换价值只能由外部的某种东西来度量。那么究竟是什么决定了交换价值呢?

马克思回答了这个问题,他说,“如果把商品体的使用价值撇开,商品体就只剩下一个属性,即劳动产品这个属性。可是劳动产品在我们手里也已经起了变化。如果我们把劳动产品的使用价值抽去,那么也就是把那些使劳动产品成为使用价值的物质组成部分和形式抽去。它们不再是桌子、房屋、纱或别的什么有用物。它们的一切可以感觉到的属性都消失了。它们也不再是木匠劳动、瓦匠劳动、纺纱劳动,或其他某种一定的生产劳动的产品了。随着劳动产品的有用性质的消失,体现在劳动产品中的各种劳动的有用性质也消失了,因而这些劳动的各种具体形式也消失