

# 第 一 篇

## 企业商品论的理论基础

企业具有多重属性，其中包括商品属性。企业的商品化以及人们对企业商品性的认识，是随着商品经济的发展不断深化的。企业商品化是商品经济不断发展的必然结果。在社会主义国家，传统理论根本否定企业的商品性。我国把企业作为商品的理论探讨和买卖，是随着经济体制改革和建立社会主义商品经济体制，直至建立社会主义市场经济体制而逐渐产生的。最初是由国有企业承包和租赁中的“基数”引出企业价格和企业商品性问题；国有企业“改、转、租、卖、股份制”等改革，以及企业联合、企业兼并、企业产权交易市场的出现和发展又引出资产评估问题，使企业价格问题更加突出起来，企业商品性也进一步为人们所觉察和承认。90年代中期以后，资本市场在中国逐步发展起来，尤其是企业重组和股市的迅猛发展，使企业的价格和价值观念深入到社会经济的方方面面和平常老百姓的日常生活之中，从而企业的商品性特点更加凸现出来。本篇正是从企业的商品性特点及其必然性出发，对企业这一特殊商品的定义、特点、类型，企业商品的价值决定和价格形成等基本理论进行探讨，为以后各章的讨论提供理论基础。



# 第一章

## 企业的商品属性

### 第一节 企业和企业的商品性

东西方学者对企业下过若干定义，他们从不同角度，如企业的性质、地位、功能、任务、目的、权利、法律地位等出发，作过多种理论概念和法定概念的抽象概括。本节试图通过对这些定义和特征的层层分析，说明企业具有多重属性，它不仅是商品生产者，又是体现要素集合体的特殊商品，具有商品性。

#### 一、企业是基本的经济单位

《中国企业管理百科全书》中把企业定义为：从事生产、流通等经济活动，为满足社会需要并获取盈利，进行自主经营，实行独立核算，具有法人资格的基本经济单位。

这个定义强调指出：(1) 企业是社会生产力最基本、最直接

参见《中国企业管理百科全书》(上)，企业管理出版社 1984 年版，第 1 页。

的载体，是生产和投资的主要场所，是交换和分配的中介，是社会再生产的生产、分配、交换、消费以及投资等各个环节中经济活动的直接参与者和主体；（2）企业在生产、投资、分配、交换等经济活动中，不仅体现经济规律和生产力发展状况的要求，而且体现社会制度及其发展阶段的最基本特征；（3）企业这个基本经济单位是独立的经济实体，是能动的有机体，是有生命的细胞，不是“算盘珠”，它能呼吸、吐纳、成长、壮大、发展，对外界的刺激能产生自动的反应，也会在市场竞争中淘汰、衰落、死亡；（4）整个国民经济是由千千万万个企业组成的有机统一体，企业是整个经济体制和国民经济组织的最基本环节。企业这个细胞的兴衰强弱决定了国民经济这个有机体的生机和活力。企业的素质、行为、技术、管理、水平，企业的经营机制及其运转状况，对国民经济的发展有决定性意义。

## 二、企业是商品的生产和经营者

《中华人民共和国全民所有制工业企业法》第二条规定：“全民所有制工业企业是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的社会主义商品生产和经营单位”。在 90 年代的国家法规和政策中，改全民所有制为国有制，进一步把企业定义为能够“自主经营、自负盈亏、自我积累、自我发展”的法人实体和竞争实体。

这一定义强调指出企业是商品的生产者和经营者。企业是商品生产者还是产品生产者，取决于不同的经济体制。在计划经济体制下，企业是产品生产者，在商品经济和市场经济体制下，企业是商品生产者和经营者。这里出现了一个我国与发达国家在企业定义上的显著区别。在商品经济比较发达的国家，把企业是商品生产者和经营者这一特征看作是既定前提，是不言自明的。在我国，企业的这一特征，则是随着理论上对社会主义商品经济必然性的认识和经济体制改革的不断深入，才被认识和承认。马

思、恩格斯曾经设想社会主义在生产力高度发达的社会经济条件下实现，整个社会占有全部生产资料、劳动者与生产资料直接结合，实行单一的全民所有制，因而生产者并不交换自己的产品，耗费在产品生产上的劳动，在这里也不表现为这些产品的价值。<sup>①</sup>也就是说，他们预言在此条件下的社会主义实行产品生产而不是商品生产。斯大林在《苏联社会主义经济问题》一书中虽然肯定了城乡之间和工农之间必须保留商品生产和商品交换，但他认为全民所有制内部流通的生产资料不是商品。在实践中，社会主义一般都在经济落后、生产力低下的国家中获得成功。因此在这些国家，根本任务是解放和发展生产力。而要发展和解放生产力，就必须使商品和市场经济有一个充分的发展。根据邓小平理论和我国的实践，这些国家处于社会主义初级阶段，企业的所有制结构已从单一的公有制企业改变为以公有为主体、多种所有制企业并存的结构。这些企业有属于自己的生产资料，根据市场需求生产和经营不同的商品（包括服务），有自己独立的经济利益。它们之间、它们与消费者之间的关系是商品交换关系，这样的企业必然是商品生产者和经营者。

### 三、自主经营、自负盈亏、自我积累、自我发展

企业的商品生产者和经营者身份决定了它在经济活动中必须能够做到“四自”。（1）自主经营。根据市场需求和企业自身的经济利益，自主决定资本的投向和生产经营的方向，自主决定企业产品和服务的价格，自主选择企业经理人员和企业员工，自主决定税后利润的分配和使用，自主决定企业的资产、股权的联合、转让和合资经济，……。 （2）自负盈亏。企业盈利，税后利润全部归企业所有；企业发生亏损，由企业承担亏损责任；作为企业

参见《马克思恩格斯全集》第3卷，人民出版社1972年版，第10页。

的出资人，只承担与其出资额相当的有限责任。（3）自我积累。企业税后利润首先按一定比例提取生产发展基金和员工福利基金，形成自我积累的资本，用于扩大再生产和改善员工福利。（4）自我发展。依靠企业自身的力量，不断改进技术，改善管理，调整产品结构，降低成本，形成合理经济规模，求得企业的不断发展。上述“四自”是任何企业都必须具有的经营机制。对国有企业来说，要形成“四自”机制，最根本的是建立企业法人财产制度，使企业拥有独立的、可以自己支配的法人财产权；要实行所有权和经营权的彻底分离，使企业自主经营；要实现政企分开，政府不能干预企业的经营活动；要实现政资分开，国家资本只作为出资者之一进入企业，与其他出资者一样，没有特殊的权力和利益。

#### 四、以盈利为目的的经济组织

企业是商品生产者和经营者，但从事商品的生产 and 经营并不是它的根本目的，根本目的在于追求尽可能多的利润。追求利润对企业来说是生存和发展攸关的问题。利润丰厚，所有者和员工都可得到更高的回报，企业得到更快的发展；利润微薄甚至亏损，所有者的收益和员工收入都会受到影响，企业的价值补偿和实物补偿难以实现，甚至被淘汰出局。企业追求利润对满足全体人民不断增长的物质文化生活需求来说是基本的手段。企业要获得尽可能多的利润，其生产的商品和提供的服务必须符合市场需求，否则，生产出来的商品的价值就难以实现，追求的利润就会落空。因此，作为商品生产者和经营者的企业，必然要千方百计把获取尽可能多的利润与满足市场需求一致起来，从而实现社会生产的目的。企业追求尽可能多的利润，对社会经济的发展来说，也是根本的途径。利润或者说剩余产品是积累的源泉，是扩大再生产和经济社会发展的物质基础。企业利润多，用于企业扩大再生产的资本就多，人民用于消费和投资的资金就多，上交国家的税收

就多。全社会的资本不断增大，整个社会经济的快速发展就有了强大的物质保障。因此，在社会主义商品经济条件下，企业必然是以盈利为目的的经济组织，而不是行政组织、社会团体、慈善事业，不是政府的“分支机构”。

## 五、具有法人资格

企业是按法定程序组成的经济和民事权利主体，具有法人资格。它以企业法人的名义参与民事活动和经济活动，享受权利，承担义务。在企业利益受到侵害时，有权以法人名义请求法律保护。在企业的违法行为给他人造成损失，企业与其他经济行为主体发生纠纷，他人诉到法院时，企业以自己的名义到法院应诉。企业的法人资格是由国家法律赋予的，是在商品经济和社会化大生产条件下保护企业利益，保证企业正常进行生产、交换、消费、分配、投资活动，建立良好的社会生产秩序和经济秩序的重要制度。

企业法人的成立要具备一定的条件。有明确的经营范围，有经过会计师事务所验证的注册资本，有与其他企业不重复的名称，有固定的生产和经营场所，有独立的组织机构，有法定代表人，以及《公司法》规定的其他条件。

企业法人成立要依法遵循必要的程序，主要是：（1）提出申请，一般要写明企业名称、性质、地址、营业范围、注册资本总额、董事会和高层经营管理人员构成等，同时要报送企业章程。（2）经工商行政管理部门核准登记，发给营业执照，这时企业才取得了法人资格。法人资格是企业特征的一个重要方面。但是，法人资格在少数场合下不一定是构成企业的基本要素。例如美国某些州对个体经营的某些行业不要求具有法人资格，但这些个体企业仍然属于企业。又如，现代巨型公司往往拥有多个下属企业，每个企业都有独立的生产系统和经营系统，有自己的会计账簿，账目的检查、清算可与总公司分开进行。但这些公司属于分公司性

质，不具有独立法人资格。有些巨型公司则不然。它在总公司（一般称集团公司）下设立多个控股子公司，这些子公司实行独立核算、自负盈亏，因此，可向工商行政管理部门申请取得法人资格，在法律上与集团公司具有平等地位。集团公司对子公司的领导和管理主要通过控股权来解决。因此，企业的理论概念的外延大于企业的法定概念的外延。

## 六、企业是体现要素集合体的特殊商品

在商品经济比较发达的国家和地区，对企业的定义并不需要强调上述商品生产者和经营者的诸多特征，因为这是不言自明的事情。他们所强调的是企业必备的条件。例如，美国《现代经济词典》把企业定义为：设在一定地点，拥有一个或一个以上雇员的工厂、商店或办事机构。<sup>①</sup>台湾学者张秀含编著的《工业经济学》把企业定义为：根据预测，有效地结合土地、劳动、资本等生产要素，创新经营，从事商品生产、博取利润的生产组织。<sup>②</sup>台湾作者刘家霖主编的《企业组织与管理》把企业定义为集合生产要素：土地、资本、劳动，在创新利润的动机和承担风险的准备下，对某种事业作有计划、有组织、讲求效率的经营而言。

这些定义强调了企业是生产要素集合体的特征。我国企业法在规定企业必备的条件时，实际上也指明了企业的这一特征。

企业作为生产要素集合体，作为一个物被考察，在商品经济条件下具有以下性质。

首先，企业是劳动的产品，具有价值。企业的生产资料是劳动的产品，这是显而易见的。商标、商誉、独特的产品设计和质

参见《现代经济词典》，商务印书馆1981年版，第163页。

参见张秀含：《工业经济学》，台湾世界书局1979年版。

③ 参见刘家霖：《企业组织与管理》（上）台湾晓园出版社第5页。

量、优秀的管理和组织等，是对企业素质发生重大影响的无形资产，也是人们长期经营和劳动的结果。不同的劳动强度、不同的努力程度、不同的经营技能，可以使起点相同、外部条件相同的企业获得不同程度的发展，具有极不相同的生产能力和盈利能力，劳动的这一属性使企业具有价值。其次，企业又能满足人们的需要，对人们有用，具有使用价值。人们在创立、经营、使用企业的过程中，可以生产产品，提供服务，创造财富，获取利润。企业的这种有用性，使企业具有使用价值。它是企业价值的物质承担者，是企业具有交换性的重要前提条件之一。再次，企业还具有交换性，具有交换价值。企业这种商品可以通过实际易手或者合同、契约的形式，实现整体式、分割式、分期式、观念式和三权分离等形式的交换。企业可以具有不同的创利能力，生产不同的产品，提供不同的服务，在企业产权交易市场上都可以表现为价格形态，用货币进行交换，具有交换价值。这是因为它们都是劳动的产品，具有价值，可以进行比较。企业的交换价值是企业价值的表现形式。所以，企业是价值和使用价值相统一的劳动产品，是商品，而且是一个集生产资料和劳动力于一体的特殊商品。

从企业的商品属性出发，可以把企业定义为：企业是体现要素集合体的特殊商品。企业这个商品在现代商品经济的财富堆积中占据了一个异常重要的位置，它不仅是商品经济中财富的表现，而且是创造财富的根。

## 第二节 企业商品性的特点

企业这个商品具有一般商品的基本属性：劳动的产品；具有价值和使用价值；具有交换价值；价值由  $V+C+M$  构成，等等。同时，企业商品又不同于普通商品，具有要素集合体、创利性、增值性、风险性、弹性使用价值、可三权分离出售等特点。

## 一、要素集合体

我们所说的企业商品概念，强调集生产资料和劳动力于一体的规定性，而不仅指企业的资产。承认企业是商品不难，但承认企业是全部要素集合体，则存在分歧意见。因为从直观的、有形的、现象的形态看，企业总是以有形资产形式，以物的形式出现的，而且劳动力又是可流动的，企业的买卖并不包括人的买卖，这就往往容易使人们产生一种错觉，似乎企业商品 = 企业资产，企业只是集生产资料和资金诸要素的商品，企业的买卖并不是全部要素的买卖，而是物的要素集合体的买卖，这种看法是不对的。

企业商品包括企业资产，但不等于企业资产，它不只是物的要素集合体。例如，由 10 台机器（生产资料）和劳动者组成的企业与单纯的 10 台机器完全是两回事，它们在现实经济生活中实际上再现出具有不同的价格，因为二者具有不同的价值决定特点、价格运动规律、经济作用和效能。单纯的生产资料是商品，单纯的劳动力也是商品，但它们处于分离状态下的商品性能与处于集合体下的商品性能不同，功能和效用都发生了变化。企业不同于单纯的生产资料，也不同于单纯的劳动力，它是由劳动者、生产资料、科技和管理诸要素集合而成的商品。除破产、拍卖情况外，企业的联合、兼并、股权转让等，不仅包括生产资料，而且包括企业经过长期的资本和智力投入而积累形成的技术结构、组织结构、管理方式、职工素质、销售网络等，都是无形资产，也是有价值和价格的。企业无论采取什么形式出售，这些因素及其价值都必须包括在内。当然，企业的出售并不包括企业职工的交易，企业无论出售给谁，职工个人都可以不受约束地自由流动。但作为劳动组织必然要保留下来，不然企业就无法继续进行生产经营。而劳动组织及经过长期培训形成的职工素质是有价值和价格的无形资产。现在许多企业提出人才流出企业需交一定的培训费和补偿

费，就是这个道理。从这些意义上说，企业是人的要素和物的要素的集合体，而不仅是物的要素的集合体，企业的价值和价格是有形资产和无形资产组成的组合价值与组合价格。

## 二、创利性

企业是要素集合体的特点决定了企业这个商品不同于普通商品，具有创利功能，具有类似于劳动力商品能创造价值和利润的特殊效用。生产要素，即劳动者和生产资料，是人类从事生产、创造财富的两个基本条件，土地是财富之母，劳动是财富之父。

人们在生产中借助于劳动资料，使劳动对象发生预定的变化，劳动与劳动对象相结合并物化了，劳动对象被加工了，创造了物质资料和财富。在这一过程中，人是主导的、决定的要素，人是创造和使用劳动资料的主体，是生产过程的主体。另一方面，生产资料又是人们从事生产不可缺少的物的要素，是生产过程的物质基础和必备条件。劳动对象是人们从事生产的客体，劳动资料是人们从事生产的物质手段，尤其是生产工具的质量和数量决定着人们改造自然、征服自然的广度和深度。创造和运用劳动资料，改造劳动对象，正是人类劳动过程的特征。因此，人的要素和物的要素，在分离状态下还只是一般的、抽象的生产要素，还不能构成现实的生产。正如马克思所指出的：“不论生产的社会形式如何，劳动者和生产资料始终是生产的因素。但是，二者在彼此分离的情况下还只在可能性上是生产因素。而要进行生产，就必须使它们结合起来”。<sup>①</sup> 劳动者与生产资料的结合，是从事生产、创造财富的一般条件，它在商品经济的发展中采取了企业生产力的形式。

企业作为生产力的载体和组织形式，产生于商品经济中，这

参见《马克思恩格斯全集》第 24 卷，人民出版社 1972 年版，第 44 页。

时人类早已进入了劳动有剩余、再生产以扩大再生产为重要特征的时代。企业的生产不仅是必要产品的生产，而且是剩余产品的生产。从价值形态看，企业生产（企业生产能力的运用）既是抽象人类劳动与劳动对象相结合而凝结成价值的价值形成过程，又是生产成果超过劳动者及其家属不断提高的必要生活资料所需的价值增值过程，从而使企业产生出创利能力。

企业的生产能力和创利能力存在凝固形态、潜在形态和运动形态。企业的创利能力代表着企业的素质，表现为企业的经营成果和利润，是企业生存、成长、发展、成功的基础。企业这个商品使用和消费的重要结果，就是创造财富、获取利润、增加积累、促进社会经济发展。企业作为要素集合体，是一个不断运动着的组织，是一个有目的、有循环、有创利功能的活的生命体。

### 三、增值性

一般商品的使用价值在消费和使用过程中会逐渐丧失掉。企业这个商品则不同，从整个商品体（而不是从企业资产的某一特定部分）看，它的价值和使用价值不仅不会丧失和减少，恰恰相反的是，它在生产技术不断创新、经营管理不断改进、设备不断更新、劳动者素质不断提高的过程中不断增大，生产能力和创利能力不断增强。

企业商品的增值性是通过个别资本的积累来完成和体现的。在人类社会漫长的历史发展过程中，当生产的发展出现了剩余产品以后，积累就成为社会生产发展的必然规律，扩大再生产就成为社会再生产的重要特征，剩余产品为积累提供了源泉。同时，积累和发展是企业的一项重要功能。为了使企业有更强的应变能力和竞争能力，能获得更多的利润和更有利的发展条件，也迫使企业具有积累冲动，在扩大再生产中，不断把更多的产品转化为新的生产要素。虽然从实物形态看，企业旧有生产资料不断减少和

报废，但从价值形态看，通过折旧基金形式又不断进行着固定资产更新和价值补偿，企业在经营和资产更新中还不断把更多的剩余产品转化为积累，使企业这个商品体形成一种内在于自身的增值性机制。

增值性是企业这个商品不可缺少的重要特征。如果它在使用和消费中出现管理不善、经营失当、掠夺式使用等行为，从而导致企业的增值功能萎缩又迟迟不能复苏，就会丧失其存在的可能性和条件，最终被兼并甚至破产。

#### 四、风险性

一般商品的风险性主要存在于价值的实现过程，马克思称之为“惊险的跳跃”。企业这个商品的风险性则不仅存在于交换过程，而且存在于生产过程。企业的价值和使用价值，企业的素质和创利能力，虽然主要取决于经营者和劳动者的努力，但是，不断变化的经济社会环境使企业商品存在着交换风险、财务风险、市场风险、技术风险、设备风险、政策风险，等等。

在发达的商品和市场条件下，经济的周期性波动、市场供求关系的变化、政治和社会稳定状况等社会经济环境因素，都会使企业价格（如股票价格）发生变化。经济社会环境较好时，企业价格就会相对稳定或上升，反之则可能使企业的价格下降以至暴跌，给企业造成价值补偿和资金补偿的困难，影响企业这个商品的使用价值和产出能力。

在技术变革加速发展的今天，企业的技术和设备变得迅速陈旧和过时，劳动生产率、产品性能、质量、花色品种、价格等也随之迅速变化，由此，技术进步较快的企业，就会有较强的竞争力；技术进步缓慢的企业则处于劣势。因此，技术风险和设备风险常常影响着企业的价值和创利能力。

市场是体现企业这个商品的生产能力和创利能力的基本环

境，市场对于企业这个商品从来都存在着竞争性和风险性。变化多端的市场，随时都会给企业带来风险和机遇，随时都会对企业的生产能力和创利能力，从而对企业的价值和价格产生正面和负面的影响。

企业是在一种不确定的环境中生存和发展的。政策是企业环境的重要要素之一，在市场经济不发达和市场法规不健全的条件下，政策的作用更加重要。政策是随经济环境的变化而变化的，变化性是政策的一个重要特点，没有不变的政策。政策的变化，包括产业政策、投资政策、财政政策、税收政策、金融政策、外贸政策等，对企业的使用价值和产出能力产生着重要影响，而又很难为企业预测和掌握，是企业这个商品不可忽视的重要风险。

## 五、弹性使用价值

一般商品的使用价值具有相对稳定性。粮食可以充饥，衣服可以御寒，粮食的热量和衣服的保暖功效对于任何人都一样。企业这个商品则不同，它的使用价值会由于不同使用人、不同努力程度、不同努力方法、不同使用条件而发生差异。

经营者和劳动者的素质决定着企业的创利能力，又决定着企业创利能力的实现程度。人不是机器，人具有能动性。劳动者的工作状况，经营者的管理能力，经营艺术，经营方法，可以改变一个企业的创利能力。例如，恰当的人事管理方法可以调动职工积极性，提高生产率，有时甚至是挽救一个企业免于破产的制胜法宝。相反，一个创利能力再高的企业，在劳动者消极怠工的情况下，也不可能获得好的利润水平。又如，一个好的建议、思想、信息，可以使企业受益匪浅，而一个决策失误，则可能使企业蒙受重大损失。精明能干的使用者可以使企业的潜在创利能力得到充分发挥并取得超额利润，反之，则可能使企业的创利能力受到损害，甚至使企业这个商品变为废品。

改变企业的使用方法和使用条件，也可以使企业创利能力发生重大变化。例如，改变企业的组合和规模，使企业兼并和企业集团化，可以共同利用服务能力和基础设施，提高信息利用效率，技术优势、产品优势、市场优势、人才优势互补，节约管理成本、共同费用、运输成本，减少市场风险和业务风险，增强生产能力、设计能力、控制能力、协调能力、应变能力、财务能力等等，从而获得分工效益、协作效益、邻居效益、规模效益、聚集效益、环境效益和结构效益，使得  $1+1>2$  企业的创利能力迅速提高。这种配置效应和规模效应在创造出新的生产能力的同时，还可以把企业原有的闲置、浪费和使用不当的人才、设备等潜力充分发挥出来，提高企业创利能力。当然，与企业最佳使用方法相反的行为，会导致其创利能力的损害。可见，企业的使用价值具有弹性和活跃性。

## 六、可三权分离出售

一般商品在交换时其所有权和使用权多数情况下是相结合的，商品出售时，所有权与使用权、消费权、占有权同时易手。企业这个商品则不同，它具有与资金借贷和物品出租相类似的情况，除存在两权结合式的交易外，还存在着两权分离式的交易。一般来说，最容易为人们所承认和理解的是两权结合的整体式交易，如企业兼并、转让、拍卖，等等，这时企业这个商品的所有权和使用权随着交换行为的确立同时易位。但是，这种情况在企业产权交易的总量中并不多。随着企业组织制度的演进，以及社会化大生产的发展，在现代市场经济中，企业这个商品的交易方式出现了一种更大量、更重要的所有权、占有权、使用权（经营权）三权相分离的交易方式，如股份制、租赁制、承包制。

三权分离交易方式最典型的形式是股票交易。企业这个商品的所有权在符号经济运动和资金社会化的情况下分散于众多的所

有者中，独立于占有权和使用权之外，在企业产权交易市场中流动；经营性租赁和承包制中，它的使用权由于弹性使用价值的特点则归经营者。再从占有权看，生产社会化要求企业生产具有连续性、整体性、规模性的特点，要求企业资产使用价值和实物形态运动的稳定性与企业资产价值运动的灵活性、易变性、交易性相统一，在实际经济运动和生产社会化的要求下，企业这个商品的物质形态归企业集中占有。三权分离式的经营方式是生产力发展到一定阶段时人类在经营制度上的历史性进步，是促使企业这个商品的交易方式发生重大变革的直接原因。

根据上述特点，我们可以把企业这个商品定义为：具有创利性、增值性、风险性、弹性使用价值、可三权分离出售的生产要素集合体。

### 第三节 重树中国企业的商品形象

在前面两节中，我们从一般的理论意义上，讨论了企业作为要素集合体成为商品的必然性。那么，在中国的社会主义市场经济条件下，企业是不是也是商品呢？回答是肯定的。但必须对计划经济体制下的企业进行一番商品化的改革，企业的商品性才能显现出来。

#### 一、计划经济体制下企业的非商品性

我国实行计划经济体制 30 余年，其理论是建立在生产资料归全民和集体所有，经济关系是非商品货币关系、非市场经济关系的社会主义基础之上的。根据这一理论，我们提出了一系列任务和政策。我们只承认消费资料是商品，生产资料及其他要素都不是商品。即使把消费资料作为商品对待，但因为消费资料短缺，长

期实行定量、低价、配给制，实际上也已不是商品了。30多年来我们建立了许多企业，但从投资建设、生产资料、劳动力的供应、到产品的生产、最后到产品的销售，都是由国家统一操作的，企业不过是政府下属的一个部门。企业的任务只是生产产品，讲利润反被视为修正主义。从所有制结构看，企业只有两类：政府投资建立起来的全民所有制企业，后来称国有制；集体投资举办的集体所有制，但也实行全民所有制的一套体制和制度，被称为“二全民”。构建这两类企业的要素都不是商品，企业就更没有商品的属性了。因为企业是全民的或集体的财产，它们是不需要买卖的，因为全民的财产卖给全民，这种交换无任何意义。把全民的财产卖给集体是不允许的，因为，这种交换不但是对全民财产的侵犯，而且从社会主义的所有制来说，是从全民到集体的倒退，而社会主义是要逐步消灭集体，把它提升为全民的。

由于以上这些带有社会主义空想成份的、超越社会发展阶段的错误观念和政策，使我国的企业徒有企业之名，而无企业之实。我们在前两节中所描述的企业作为商品的特征，几乎全部被泯灭了。外国学者说，中国没有企业，开始我们并不理解，具体加以研究，就觉得很有道理了。说中国没有企业，说到底，是指中国的企业的非商品性，是指中国的企业不具备商品的特征。而由于中国企业的非商品性，就极大地削弱了企业的创利能力和增值能力，巨大的投入和微小的产出，使中国生产力的发展受到严重制约。

## 二、社会主义市场经济与企业商品性改革

从前面的论述中我们看到，企业的非商品性源于我国实行的社会主义计划经济体制。社会主义计划经济体制不仅超越了我国还处在社会主义初级阶段这一客观实际，更重要的是超越了人类经济社会发展不可逾越的商品和市场经济阶段。1979年党的十一