

对当代中国经济体制改革的理性思考:评《泛市场化批判》

汕头大学商学院教授田广与其研究生戴琴琴所撰写的《泛市场化批判》一书,就是一本对当代中国经济体制改革进行理性反思的好书。该书已经由中国财政经济出版社正式出版发行。本书全面总结了我国改革开放以来所取得的光辉成就。

中央民族大学经济管理学院教授 王天津

中国的经济体制改革取得了举世瞩目的伟大成就,但我们也不得不勇敢地承认,这场改革是一个没有稳定参照系的经济变革,是在缺乏成熟的或权威性理论指导下的改革。虽然改革开放的总设计师邓小平指出了一条前景光明的道路,但主观设想与实际总是有差别的,因此,在实际进程中难以避免地出现了某些失误,必须加以修正。比如随着改革开放的发展,中国经济对国际资金、技术、市场的依赖程度,也日益增加,从而提高了中国经济对社会全面发展的机会成本。因此,我们有必要对我国改革开放过程,从经济理论的角度进行总结和反思。

《泛市场化批判》是一本好书

汕头大学商学院教授田广与其研究生戴琴琴所撰写的《泛市场化批判》一书,就是一本对当代中国经济体制改革进行理性反思的好书。该书已经由中国财政经济出版社正式出版发行。本书全面总结了我国改革开放以来所取得的光辉成就。作者指出,由中国共产党第二代领导核心邓小平及其同事发起领导的经济体制改革,迄今已30多年了。从历史的视野看,当代中国经济体制改革不仅是必须的而且是必然的。正是这场波澜壮阔的体制改革,将中华民族推向了人类历史的新纪元,使得中国成为一个在国际事务上地位越来越重要的社会主义国家,并在很大程度上促进了世界的和平与发展。因此,中国的经济

体制改革实际上已经超越了作为一个民族国家的本身需要,而成为全世界经济社会发展必不可缺的历史过程。当前,中国的经济总量已经超过日本成为世界第二大经济实体,按照目前的发展趋势,中国在2030年左右将成为世界第一大经济实体,届时中国的经济总量将是目前美国经济总量的二倍,占世界经济总份额的百分比将由目前的9%增加到24%。

作者对中国经济社会的总体发展有着独到的见解,认为经济体制改革使中国的综合国力显著增强,拥有了更多的发展实力和展示空间。与此同时,世界范围内的综合国力竞争也愈加激烈,中国面临着更严峻的挑战。未来的改革与发展必须处理众多复杂多变的事物,改革行为自身要不断吸收古今中外的思想,要创新出更高且更加科学的经济理论体系,指导我们坚定不移地走中国特色的社会主义道路。坚持中国特色的社会主义,就是在中国共产党领导下,立足基本国情,以经济建设为中心,坚持四项基本原则,坚持改革开放,解放和发展社会生产力,巩固和完善社会主义制度,建设社会主义市场经济、社会主义民主政治、社会主义先进文化、社会主义和谐社会,建设富强民主文明和谐的社会主义现代化国家。

正如中国的社会主义建设道路从来不是平坦的一样,我们在改革开放的过程中也有历史经验教训需要认真总结。只要认真地分析,就会发现过去一段时间内,中国社会主义经济建设是冲破了万般阻力向前进的。作者深入探讨分析并质疑曾广为流传的泛市场化学术思潮及其负面影响,提出了纠正泛市场化思想谬误及其给我国经济社会全面发展所带来的危害的具体建议。在分析质疑泛市场化思潮的基础上,作者以马克思主义经济学说原理,毛泽东思想、邓小平理论、三个代表理论和科学发展观为指导思想,提出中国经济社会全面发展的战略构想,从而创新整合现有市场经济理论,具有一定的学术价值和供实际操作参考的施政参考价值。

既新颖及时又有创新



通读全书读者不难发现书中所引用的经济数据和理论著作,都很新颖及时,而且作者在理论上的创新程度比较高,主要体现在这样几个方面:1、作者将传统马克思主义经济理论同现代西方经济学理论相结合,构建理论框架,对当代中国的经济改革和对外开放进行分析和探讨,提出中国的改革开放实际上已经超越了作为一个民族国家的本身需要,而成为全世界经济社会发展必不可少的历史过程这样一个全新理论观点;2、作者在对当代中国经济体制改革进行全面回顾总结的基础上,从理论上升华,提出这场改革是一个没有稳定参照系的经济变革,是在缺乏成熟的或权威性理论指导下的改革这样一个全新理论观点;3、作者通过实证分析研究,深刻质疑泛市场化理论体系的科学性和正确性,提出市场化并不是万能的,改革与发展绝不能完全依赖市场化的理论观点;4、作者在对当代中国经济体制改革与对外开放经验教训进行全面总结的基础上,提出以“软实力”为核心加速中国经济社会全面发展的战略构想,以及国家经营与经营国家的理论概念。

马克思主义认为,人类社会是经济、政治、文化形态和自然环境的有机统一体,人类文明也是由物质文明、政治文明、精神文明和生态文明有机构成的统一体。中国特色社会主义市场经济,是国家改革所要建立的正确的有效率的体制。因为在人类发展的文明历史上,社会主义首次提出了实行“生产资料公有制”和“消灭人剥削人的制度”,实施社会全体劳动者“按劳分配”的政策,因此,有中国特色的社会主义市场经济,有别于西方自由主义市场经济,而社会主义制度是有别于在其之前的资本主义等所有阶级统治形态的崭新的社会制度,是能够极大解放社会生产力的制度。“社会主义”四个字不是可有可无,“中国特色”四个字也决不能丢。

批判“泛市场化”是为了更好地前进

因此,作为一个经济学教授,我个人完全赞成作者对“泛市场化”的批判。在泛市场化论调的鼓吹者干扰破坏下,在我国曾经一个时期出现了不仅属于商品的对象必须进行交易,而且不属于商品的事务也要安排交易,什么问题都用买卖方法来解决的社会现象。国家对经济事物的管理和调控,被贬之为“走计划经济的老路”。在泛市场化鼓吹者看来,只有大力推进市场经济才能发展中国,只有按照市场规则来规范人们的思想和行为,才能使中国繁荣富强。而且在一段时间内,这种荒唐的理论观点披着经济科学的外衣,横行于中国大陆,披着中国社会乃至人类社会只有市场化一条道路可走。在此种思潮带有浓烈煽情形式的误导下,一些部门与行业实际上的操作也是过度地市场化,天真地认为可以通过泛化的市场经济改革,幻想在中国达到一个经济社会全面发展的格局,这就从根本上歪曲和异化了邓小平总设计师所指定的中国改革的真正目标和方向。

“泛市场化”的谬误影响所及,导致了一些激进的市场化改革行为,这种不顾一切的泛市场化类型的激进改革,常常适得其反。俄罗斯曾经引进实施的“休克疗法”改革,就是极端的泛市场化行为,是用心险恶的西方国家新自由主义经济学流派代表人物的作品,

其结局非常之糟糕,全世界公认。不可否认,“泛市场化”的根源部分来自西方社会的新自由主义思潮,特别是其中一些乔装打扮了的伪善的经济学观念,它们具有很大的迷惑性。正如作者所指出的那样,“泛市场化”思潮谬误就在于否定了人类社会经济发展的本质特性,篡改了中国经济社会改革的总目标,其实质就是割裂了人类发展是一个由多种文明联系在一起的社会发展过程。在人类社会的发展过程中,经济竞争只是一个方面,而且是不能超过一定限度的,过之而不及,欲速则不达。泛市场化的鼓吹者企图将改革的总体实施引向一个仅仅是市场化的经济范畴内,显然是违背了改革开放的战略大方向的。

时至今日,越来越多的人意识到了前些年来“泛市场化”思潮的谬误,或者说是遭受了它带来的厄运。有鉴于泛市场化的危害,中国共产党第十七次全国代表大会就曾郑重地提出了发展中国特色社会主义理论体系这一新的科学命题。中国特色社会主义理论体系是新时期中国共产党创新理论的科学整合。十七大报告在反复强调“中国特色社会主义道路”的同时,还提出与之相配套的五条具体道路,即中国特色自主创新道路,中国特色新型工业化道路,中国特色农业现代化道路,中国特色城镇化道路,中国特色政治发展道路。一条伟大道路和五条具体道路的提出,说明中国共产党发展中国特色社会主义的框架越来越清晰,具体路径也越来越明确。

承前启后,继往开来。为了实现全面建成小康社会、发展中国特色社会主义的总体目标,需要对中国社会现实进行反思。提到反思,就是要敢于超越常规逆向,提出疑问并反向进行思考,目的是为了更好前进。马克思主义的辩证唯物主义认为事物总是螺旋式向上发展的。换言之,人类社会在历史的前进过程中,很可能会经历一种发展了的回归现象,这种回归当然不是简单重复过去的所作所为,而是富有创造性地将过去的所作所为加以补充提高后,在一个新的起点有继承和发展的前进过程。

行业动态

王府井百货逆境中奋起



2012年,受宏观经济增速明显放缓的影响,整个消费市场呈现出明显的低迷状态,王府井百货集团公司经营出现了多年未有的不利局面。该集团公司董事长郑万河在第三次业务例会上说,2012年是集团十几年来第一次出现销售增长百分比不足两位数的情况,是十几年来从未遇到的困难局面。

势商品,打造概念进行经营。陶晓纲说:“很多低产田,不如自己拿来操作。”

洛阳店:苦练内功,统一思想

洛阳店苦练内功,借助统一的企业文化和思想指引,各项指标均稳步上升,虽跨入成熟型门店行列不久,但已成为集团2012年1至10月仅有的完成销售和毛利计划的三家门店之一。

1、洛阳店总经理姚淑荣表示,洛阳店有着自己的“亮剑精神”。门店开业之初便确立了“一个确立,三个打造”,即确立洛阳市场的领导地位,打造现代时尚流行精品百货,打造洛阳第一百货,打造一支高绩效团队;2005年提出“读懂、融入、站稳”,即读懂洛阳市场,融入洛阳市场,在当地站稳脚跟,实现当年开业当年盈利;2006年提出“巩固、调整、提升”,当年利润突破千万;2007年提出“夯实、突破、创新”,夯实基础管理,突破品牌资源瓶颈和毛利率瓶颈,当年完成销售近5亿元;2008年提出“用非常之心,费非常之力,做非常之事”,在万达、家乐福、沃尔玛纷纷进驻洛阳市场的背景下,突破5亿元;2009年提出“精、异、新、变”,面对竞争对手,以应变变,精耕细作,销售突破6亿元;2010年提出“二次创业、稳固地位、调整升级、创新发展”,扩租调整长达半年,但销售不仅没耽误,反而突破7亿元;2011年提出“掌控、引领、发展”,领导者要掌控资源,引领消费,销售突破9亿元;2012年提出“迈向成熟,实现跨越”,成为成熟型门店后,必须保证年销售10亿元,保证市场地位和门店的可持续性发展。

2、采买交流,定期分析。每个月召开分析会,重大活动后进行分析,对销售不好的专柜要求制定措施,必须将业绩提升上去。

3、把握市场机会,制造消费热点。京东商城挑起电商大战,激发消费者对家电的消费热情,门店乘势而上,推出大力营销活动,通过大客户团购、员工内购,10天销售近400万元,同比增长三倍。

4、姚淑荣说:“好的商场必须有好的卖手队伍,加强卖手之重。”洛阳店制定卖手培养实施方案,外请销售培训师,为全体导购员授课;邀请劳模刘兆岐讲述“如何留住顾客的技巧”;开展销售技能交流会,每天班前会公布整个卖场、每个品牌销售的同时,销售好的店长要传授经验,三天不开张的导购员要说明原因,下一步如何改进,人人扛指标,号召每人多卖100元。

财经热点

2012年我国资本和金融项目14年来首现年度逆差

国家外汇管理局近日公布的数据显示,2012年,我国资本和金融项目出现1999年以来首次年度逆差,逆差额达1173亿美元。

2012年,除第一季度外,第二至第四季度我国资本项目和金融均呈现逆差。2011年我国资本和金融项目为顺差1861亿美元。

根据外汇局公布的2012年我国国际收支平衡表初步数据,2012年我国国际收支经常项目顺差2138亿美元,国际储备资产增加965亿美元。

2012年第四季度,我国经常项目顺差658亿美元,其中,按照国际收支统计口径计算,货物贸易顺差1074亿美元,服务贸易逆差196亿美元,收益逆差218亿美元,经常转移逆差1亿美元。资本和金融项目逆差(含净误差与遗漏)318亿美元,其中,直接投资净流入516亿美元。国际储备资产增加340亿美元(不含汇率、价格等非交易价值变动影响),其中,外汇储备资产增加347亿美元,特别提款权及在基金组织的储备头寸减少7亿美元。(新华网)

杨辰

逆境中的王府井百货

从宏观经济看,2011年以来,我国经济运行压力逐步增大,经济增速开始逐渐放缓。2012年我国前三季度GDP增长了7.7%,经济增速持续回落。

从行业状况看,据中华全国商业信息中心调查统计,2012年中秋、国庆期间,全国百家大型零售企业零售额同比增幅仅为8.49%,创近些年国庆销售增幅新低。

从自身业绩看,王府井集团公司销售增长持续乏力,各月销售均未达成计划,2012年1至10月,王府井集团公司主业经营中,销售完成计划的91.13%,毛利完成计划的92.66%,利润完成计划的86.15%。集团27家门店中,只有洛阳店、西宁店、大兴店达成销售计划。22家具有可比性的门店中,10家出现了负增长。

除了传统竞争对手,电商开始逐鹿江湖,淘宝、天猫在“光棍节”单日销售额达191亿后,论坛上就有评论指名道姓地向王府井百货“开火”:号称第一百货的王府井百货,年销售才200亿,淘宝一天顶它一年……

大兴店:创新求变

大兴店打破传统组织架构,为顾客服务无边界,对内对外倡导以人为本的核心价值观,“娱乐化”经营的大兴店,已经实现扭亏为盈,5项指标都向好的方向发展。

1、重新梳理部门架构和价值观,成立服务营运中心和业务营运中心。服务中心脱胎换骨于卖场管理部,业务中心就是业务支持部,销售部叫做前台,人力、行政、安全等部门称之为后台。业务营运中心是“从右往左”梳理问题,“最右边”是各项经营指标,“最左边”是顾客;而服务营运中心是“从左往右梳理”,以顾客为出发点,顾客的需要决定门店的经营意图;以“中心”为桥梁,把顾客和门店平等化,从这两个角度进行“营运”,而不是单纯的指标营运。营运中心提出了一个新的指标“成交率”,大兴店总经理陶晓纲举例说:“100个进店顾客,8个人买东西,交易次数是8,我们不光要研究剩余的92个顾客为什么没买,还要研究他们即使没买,但是他们

带来了门店的预期,又带走了什么,因为这些人这次没买,不一定下次不买,毕竟他们对于门店来说是百分百的体验者,他们带走了门店的感受,并且会传播这种感受,会影响自己和别人再来或不来,买或不买”。

2、成立“柜圈”,即在每个楼层醒目位置设立一个综合服务台,涵盖收银、会员卡办理服务、购物赠礼、退换货接待等全部基础服务项目,以及邮寄商品、包装、问询解答等增值服务项目。用陶晓纲的话说,顾客才是服务的原点,服务的对象,是顾客的预期,服务的目的是超出顾客的预期,投入虽少,收获可能却是巨大的。例如送货上门,如果送到楼下让顾客来取,“没上门”就是低于顾客的预期,但是如果前期了解了顾客信息和喜好,在送货时还送给顾客一枝花,那肯定就超出了顾客的预期。

3、大兴店倡导“躺下的是组织,站起来的是个人”。为提高工作效率,打破原有工作流程和组织架构,在工作中鼓励员工成立三人“决策小组”和“部门自治化”。“三人决策小组”作为门店的最低单位,让员工在工作中随时根据顾客的预期,设立“项目”,在“柜圈”内,像“是否给顾客送货”这类问题,不用请示领导,三人小组就能决定,让顾客通过“柜圈”与门店平等、互动起来,最佳是有效地满足顾客的预期。部门自治化是指各销售部在卖场搞活动,不用层层上报,自己就可以决定,如果需要门店支持或者征求领导建议时,门店肯定会支持。

4、“激活土地”,减少供应商,一方面给对门店有信心,并且有相当业绩贡献的供应商扩大面积,让他“吃饱”;另一方面尝试突破某个品类自营,与供应商共同打造时尚,将自营商品与其他供应商的同类强