政商关系面临重大转变

■ 郭伦德

党的十八大以来,我国政商关系所处的内外环境发生了重大改变:一是市场将代替政府对资源配置起决定作用,政府的手将就被“三个清单”关进制度笼子里;二是反腐肃贪工作不断推向深入,官商“勾肩搭背”政治风险不断加大;三是关系型社会向法治型社会转型,出门靠朋友、办事靠关系的传统路径存在巨大法律风险;四是社会主义核心价值体系建设工程已全面铺开,公平、正义等价值观念逐渐成为社会普适价值;五是利为民所谋将成为官员普适行为,对官员的监督将越来越严;六是大数据时代数以亿计的移动终端使搞潜规则“无论潜得多么深,总有暴露的一天”。上述这些变化标志着国家治理体系开始迈向现代化,传统政商关系面临重大转变。

扬弃传统政商关系

建立新型政商关系,不是全盘否定传统政商关系,否则就无法解释改革开放以来我国经济社会取得的巨大成就;而是要去除其中不健康的因素,最终建立一种边界清晰、权责分明、交往规范、监督有效、参与有序、激励有为、合作共荣的新型政商关系。

边界清晰,即界定清楚政府(官员、公权力)与市场(企业、企业家)的活动范围,设置负面清单限定政府的活动边界;也要明晰中央国有企业和地方国有企业的活动范围,防止垄断和不正当竞争,落实民营企业平等待遇。

权责分明,即设置权力清单把公权力关进制度笼子里以落实企业权利,设置责任清单使政府保护企业权益,设置惩戒制度追究企业社会责任。中央政府与地方政府、以及政府各个部门要实现对企业责权利的一体化保护。

交往规范,即改变对政府与企业,特别是官员和企业家之间的交往无章可循、事后追究现状,对政商交往设置明文通则和分类细则,规范政商交往行为,防止交往蜕变为勾结、交谊蜕变为交易。

监督有效,即完善对政府的监督机制,保持政府对市场的敬畏、公仆对主人的敬畏、权力对责任的敬畏;要完善对企业经营行为的监督机制,要算宏观账、生态账、社会账和道德账;要完善对政商交往的监督,防止权力设租寻租。

参与有序,即推进协商民主广泛多层制度化发展,扩大公民和企业家有序参与决策的渠道,践行法由下立、政由民生的立法精神,实现科学立法,从源头上保证政府和企业尊法信法守法用法。

激励有为,即针对现阶段出现的政府不作为、不积极作为和企业“小富即安”现象,设计更科学的激励机制继续发挥政府和企业两个方面的积极性,引导官员奋发有为,激励企业家“富而思进”,以保证经济社会发展“稳中有进”。

合作共荣,即通过政府服务企业、企业回报社会的合作模式,实现双方之间的共同发展、共同繁荣。如果政商各安其位,各守其责,规范交往,完全可以最终达到良性合作、精诚团结、荣辱与共、各有发展的目标。

企业是主政府是仆

建立新型政商关系,从根本上说,就是要从传统的“寻找关系、建立关系、维护关系、利用关系、发展关系”关系型政商行为模式,转型为“寻找制度、学习制度、利用制度、参与制度修订、监督制度执行”法治型政商行为模式:

其一,在政府与市场的关系上,一是市场的活动范围决定政府的活动范围,而不是相反;政府活动要严格限定在市场失灵范围内,不可以人为地阻碍或代替市场发挥作用,政府规模取决于市场需要。二是培育市场和维护市场秩序是政府最基础性工作,其他工作只能建立其上,而不是凌驾其上。因为只要市场发育好了,政府就能事半功倍;反之,则事倍功半。三是政府发挥作用要借用市场机制,主要依靠经济手段、法律手段而不是行政手段。

其二,在政府与企业的关系上,一是在政府与企业的主从关系上,企业是“主”,政府是“仆”,政府要为企业服务而不是相反。二是在政府机构和办事规则设置上,出发点应站在方便为企业服务而不是方便政府管理的角度上。三是政府履行职能,除特定情形外,都要通过企业来进行,政府不能直接参与经济活动。四是政府不能直接干预企业,政府只能引导市场,再由市场来引导企业。五是为企业营造良好的经营环境和排忧解难是政府服务经济工作的归宿。

其三,是在官员与商人的关系上,一是商人作为纳税人,是官员的服务对象,官员要从“上帝”还原为“公仆”,“下基层、接地气”将代替“等客上门”成为官员行为通则。二是商人有权利通过法定渠道参加与自身利益相关的政策和法律制定,官员再也不能通过“法由部门立”来为自己“设租”。三是商人有权利通过法定渠道监督官员行政,政务公开将极大地压缩官员通过差别服务和选择性执法为自身“设租”的空间,对所有企业服务“等距离”将成为政务公理。

其四,在商人与商人的关系上,一是作为裁判员,政府严守中立,不再介入商人与商人之间的竞争。二是以“红顶商人”为代表的官商将一去不复返,所有商人在法律和政府服务面前人人平等。三是商人之间的竞争不靠关系靠实力,在市场竞争中,优胜劣汰。

其五,在劳资关系上,一是政府立场中立,屁股既不会坐在老板一边,也不能完全偏向劳方,“把蛋糕做大”是政府立场之所在;二是政府政策中性,在劳资纠纷中,作为裁判员,对事不对人,一切依法律和合同来裁定;三是在劳资谈判中,政府的职责不是参与谈判,而是为谈判提供便利和法律服务,政府的意志与谈判结果无关;四是政府服务于民生和弱势群体,一般通过职业培训、就业服务等间接手段来施行,特殊情形下,需要企业作出牺牲应该给予等额补偿。

新型政商关系催生行为革命

建立新型政商关系,对官员来说无异于一场“行为革命”:一是在取消和下放审批以后要从事前监管走向事中、事后监管,这对官员能力提出了更高要求,许多官员将面临“本领恐慌”问题。二是在权力关进制度笼子以后要从人治走向法治,不仅从政法律风险增大,官员们都面临如何依法行政的问题。三是对许多官员来说从过去“等别人上门”走向“上门服务”,这是一场真正的行为变革。四是在新形势下如何把握“工作联系等距离,企业服务零距离,私人交往远距离”的分寸,做到“常在河边走、保证不湿鞋”,这是一个很大的挑战。

建立新型政商关系,对商人来说也不亚于一场“行为革命”:一是从“赚钱凭关系”走向“赚钱靠本事”,一些商人将面临“实力恐慌”问题。二是从“赚钱找政府”走向“赚钱找市场”,一些商人将面临“市场恐慌”问题。三是从过去潜规则式交往走向明规则交往,一些商人需要重新学习如何“走前门”与政府、与官员打交道。四是从过去“向政府要政策”走向“向政府要安全要公平要规则”,商人面临如何参与法律制定、监督政府依法行政和公正司法并依法经营的问题。

建立新型政商关系,工商联的作用不是减轻了而是加重了。一是在工作方法上主要依托制度安排来开展联络和协调工作,把办事规则制度化。二是在工作机制上要探索建立正式机制或平台,帮助政商之间实现“前门”交往和“台面上”联络,实现政商交往阳光化。三是在工作重点上要抓好引导会员参与立法协商和规则制定、监督依法行政及公正司法的工作,帮助会员学会用法律来表达和实现利益诉求。

新型政商关系与思维创新

要实现上述行为革命的胜利,对官员来说要树立四种意识:一是要有群众意识,真正的英雄是人民群众,而不是某个“神”,高明的思路永远不是闭门造车造出来的,而是深入人民群众、从人民群众身上学习来的。二是要有服务意识,政府管理的实质是服务而不是管钱管物管人,服务态度没有最好只有更好,服务距离不是靠近而是更近,服务效果没有满意只有更满意。三是要有法制意识,法无许可不可行,法有责任必须行,依法行政,唯法是举。四是要有风险意识,做官是高风险、高诱惑职业,要想人不知除非己莫为,“吃拿卡要”总有一天会被捉;“世上没有免费的午餐”,在官商交往时心理上要始终高筑拒腐防线。

建立新型政商关系,对商人来说要树立五种思维:一是要树立法治思维,依法经商、按规则办事是最高原则和根本指针。二是要树立新常态思维,转型升级主要靠自己,依赖政府是不行的,找门路不如找出路。三是要有主人翁意识和阶层意识,主动参与规则制定,自觉维护阶层形象,成为守法公民。四是要有公平竞争意识,自觉遵行市场规则,把练好内功放在首位。五是要有社会责任意识,克服机会主义倾向,不做行贿者。

对工商联来说,建立新型政商关系,一是对会员中的坏典型、行业潜规则要敢于揭发,勇于向社会充分披露,以公正无私的社会形象赢得社会认同,使教育会员、警示会员、监督会员的作用落到实处。二是要超越“助手”意识和“桥梁”思维,敢于担当,奋发有为,对为官不正、为官不诚、执法不公、地方保护、系统性歧视等侵犯民营企业利益的行为要敢于公开曝光、公开谴责;要主动开拓民营企业家参与政治、参与立法、参与民主监督的渠道,引导民营企业家有序参与国家事务管理,切实保障民营企业家作为人民的一分子当家做主的宪法权利;要勇于发挥领导作用,探索对行业协会的领导方式,引导建设高标准行业协会,充分发挥行业协会的自律作用、规则制订作用、风险警示作用、行为示范作用;要大胆创新,尝试建立政企沟通、官商联谊、劳资交流阳光平台,防范官商勾结风险,化解社会草根“仇富”情绪,当好社会和谐的建设者。

(作者系中央社会主义学院副教授 中国民营经济研究会理事)

2015年中国进入 制造业考验期

■ 谭浩俊

据媒体报道,春节前夕,日本知名钟表企业西铁城在华生产基地——西铁城精密(广州)有限公司宣布清算解散,千余名员工被解除劳动合同,限期离厂。与此同时,微软则计划关停诺基亚东莞工厂和北京工厂,并加速将生产设备运往越南工厂。微软在东莞和北京两地的关厂,将总共裁员9000人。

其他一些知名外资企业,如松下、日本大金、夏普、TDK等均计划进一步推进制造基地回迁日本本土。优衣库、耐克、富士康、船井电机、歌乐、三星等世界知名企业则纷纷在东南亚和印度开设新厂,加快了撤离中国的步伐。

曾经的世界制造工厂、制造高地,为什么会面临如此严峻的外企撤离问题呢?如果说2008年的那次外企撤离,还可以用外企本身发展遇到了困难,投资出现了问题来解释和说明的话,此次外企撤离,则有着更多现实的原因。一大批国际知名企业撤离中国,让我们感受到了一些不太轻松的东西。这些因素给2015年的中国经济增加了诸多不确定性。

金融危机爆发以来,中国采取了一系列的稳增长措施,特别是投资,可以说一轮接着一轮,但经济增长不如人意。特别从去年下半年以来,经济又步入了下行通道。实体经济,特别是制造业出现了比较严重的问题,不仅不能为稳增长提供支撑,反而成为了经济稳定增长的拖累。

以制造业为支柱站立起来的中国经济走到制造业成为拖累的地步,与最近十余年来的经济战略失误有关,推行以房地产业为主的虚拟经济导致了中国经济的严重失衡。虽然中国经济经过30多年的发展,一跃成为世界第二大经济体,但中国经济的基础是非常薄弱的,1997年亚洲金融危机以后的相当一段时间内,中国是以出口为导向的经济,牺牲环境、资源和压榨劳动力价值推动经济增长,但只要遇到成本优势的消失,出口导向型经济就没有生命力。

以房地产和城市建设为代表的投资拉动方式,对中国经济的增长也只能起到阶段性、短期性作用,而无法使经济步入可持续发展轨道。中国要想实现可持续发展,只有依靠实体经济、依靠制造业,但在房地产业泡沫式发展的十余年里,制造业为主体的实体经济升级换代被耽搁了,中国经济出现严重的“空心化”状态。

外企大量撤离中国,与制造业能够提供的利润和回报急剧下降有关。想一想,中国的民间资本都不愿再在制造业呆下去了,外资凭什么要在制造业呆下去呢?更何况,东南亚和印度等国家的劳动力成本很低。

虽然有一些外企撤离中国,但也不要过度担心,因为外资撤离也与中国的经济转型有关。一方面,微软诺基亚、松下等国际知名企业撤离中国的生产能力绝大多数都是低端制造,也是中国下一步需要调整的产业;另一方面,由于中国在这些领域也取得了长足的进步,本土企业已经完全有能力与这些国际知名企业抗衡。在这种情况下,它们的盈利空间和市场竞争能力大大下降了。这些外企看到这种情况,及早作策略调整,反映了它们的灵活经营策略,从这个层面来看,外企撤离中国的负面后果也不必过分夸大。相比之下,在中国的外企回流到其母国的现象更需要引起重视。回流的外企,特别是美国、日本、德国等制造强国的企业主要是生产高端产品,这也是下一步中国经济结构调整与转型需要重点关注的方面,它们如果大量撤离后果会更加严重。

虽然从事低端制造的外企撤离中国,从长远来看影响不大,但就眼前特别是2015年来说,对中国经济的影响还是不能忽视的。中国经济正处于困难状态,如果外企再大量撤离,将对中国经济产生新的冲击。所以,如何通过改善投资环境、进一步重视实体经济尤其是制造业发展,需要引起高度的重视。

2015年,进入了制造业发展的真正考验期。尤其是作为制造业重点地区的广东、江苏、浙江等地,更应当把战略重点放在振兴制造业上,不要再沉迷于通过负债进行城市建设的发展模式了。

日本马桶盖 不是中国制造的目标

■ 环球

有日本媒体算了一笔账,今年春节期间,中国游客在日本的总消费金额达60亿人民币。马桶盖在春节前就“意外”成为话题,最初多少有些捧日本制造、贬中国制造的意思,事实上也给日本马桶盖做了一个效果显著的大广告。

内需不振,中国人却跑到日本去扫货,这肯定不是中国人的光荣,不是中国制造的光荣。日本马桶盖受追捧并非偶然,它的人性化、智能化、精细化都达到了很高品质。让消费者能掏钱去买,就是硬邦邦的指标。在很多方面,中国制造和日本制造的差距是客观存在的。这个差距,既是中国制造的动力,也是它的潜力。

但马桶盖成为日本制造的代表,也不能说是日本制造的光荣。从当年的全球家电霸主,到今天的卖马桶盖、电饭煲,不能不说这是一种“沦落”。在很大程度上,是中国家电的崛起,逐步压缩了日本制造的“传统领地”。对此,日本人有着切身感受。

可以说,中国制造取得的成绩远超所有人预期,是在部分国人的不看好甚至妄自菲薄,以及国际同行的强大竞争压力之下,杀出了一条血路。这个过程有无数可歌可泣的故事。有了这个基础,对中国制造的未来,我们今天理应有更强的信心。

但无论如何,日本马桶盖都不应是中国制造的目标。如果有中国企业,再去山寨日本马桶盖,那才是真丢人。中国制造应该有更大的雄心,应该有另辟蹊径的创新能力,而不是“走别人的路,让别人无路可走”。如果总是沿着别人的路追赶,我们将永远是个小跟班。历史经验告诉我们,“逆袭”都是起步于临摹,成功于超越。

我们没理由指责那些选择买外国货的国人,全球化的时代,他们有这样的条件和权利。几乎没有人会相信,光靠爱国主义,或者靠抵制外国货,能够支撑、成就中国制造。中国制造的整体实力仍不够强大,其形象建设更是一个长期过程。我们必须有极大的耐心,只要品质过硬,一定会赢得市场。

但也必须指出,那些选择去支持国货的人,是可敬的,值得鼓励的。如果品质、功能、价格等区别不大,我们呼吁中国人都选择中国货,这是爱国心的具体体现,为国货自强争取时间和空间,这是普通百姓为国家并不难做出的一点个人贡献。

全球化的竞争是无情的,每个民族和国家凭借各自的天赋、努力和机遇,通过竞争、合作、挤压和碰撞,逐渐寻找到自己的位置。我们希望,中国最终的位置,是可以令国人骄傲的。日本也不会满足于只做一个马桶盖生产强国。中国制造和日本制造的良性竞争,对双方都是强有力的鞭策。

产业变革 孕育新机遇

■ 方翔

目前,我们确实拥有与全球第二大经济体相匹配的工业生产制造能力。中国已经连续多年蝉联全球制造业第一大国,但是与制造业强国还有一定的差距。随着经济步入新常态,传统产业供给能力大幅超出需求的现实,正在迫使我们必须及时跟上当今世界产业组织变化新特征,加快产业结构优化升级,尽快摆脱产业链低端的泥沼,迈向中高端。

进一步看,伴随信息技术迅猛发展,制造业呈现“数字化”大趋势。加快产业结构转型和优化升级,并不是模仿和承接发达国家现有高端产业这么简单,而是要根据我国不同地区、不同发展水平的实际,推动信息化和工业化深度融合,有的放矢地走稳“四化同步”的路子。对于企业来说,最为紧要的是紧紧抓住产业组织变革的新机遇,彻底打破长期习惯于依赖人力和资源投入的传统思维定式和习惯做法,按照生产小型化、智能化和专业化的新路子,促进产业组织形式和生产经营方式的革命性变化。

当前,产业组织出现的种种新特征,很大程度上是以制造业“数字化”为基础的。在我国,这样的例子已不鲜见。以工业机器人为例,沈阳新松可全方位满足工业、交通、能源、民生等国民经济重点领域,对以机器人技术为核心的高端智能装备需求,引领产业智能转型;中轻集团长泰机器人有限公司甚至准备把先进的机器人装备引入传统花炮行业之中,为我国传统产业改造和优化升级开辟“柳暗花明又一村”的崭新境界。再看代表未来制造业发展方向的3D打印,湖南华曙高科已独立构成了选择性激光烧结技术(SLS)完整产业链,并不断开发应用更广泛的新材料和新装备……凡此种种,不仅代表和引领我国产业组织变革的新方向,而且这些企业本身就是催生我国产业组织新变革的内生动力。

当务之急是各地区、各部门特别是企业界要及早认清产业组织新特征中孕育的种种新机遇,尽快把发展环境变化的外部因素与内部变革动力创造性地结合起来,以创新的力量不断寻求产业转型优化升级的新突破。这样,中国经济在新常态下就会真正做到行稳致远,立于不败之地。