

试论社会主义制度下的招标

樊 民 林 杭

党中央关于“调整、改革、整顿、提高”的方针,对我国国民经济的发展起到了巨大的积极作用。从经济管理体制的改革来看,党的三中全会以来,许多方面突破了长期束缚我们的旧传统观念和不合理的经济管理体制。如对国营企业实行利改税,有助于解决国家与企业之间的分配关系;对企业推行的“经济责任制”,有助于解决国家、企业和个人三者之间的生产与分配关系。这些改革对国民经济的发展都会起到推动作用。

然而,企业与企业之间的关系问题,并未得到解决。在这个领域里,条块分割,地区封锁,不正之风依然存在,商品不能很好地按合理的流向流通,企业往往不能按经济合理原则来择优选购它所需要的生产资料。这种情况直接影响到生产:使一些企业产品质量差,成本高,有时还因原材料、另部件不能按时供货而停产。流通领域其他方面的问题也大量存在。总之,流通问题已成为举国上下共同关心的问题。究竟应如何来解决这类问题呢?这首先是一个值得经济管理学界探讨的问题。从一些单位摸索、试验的情况看,如果将招标引进到流通领域,可以解决一些企业与企业之间的经济关系问题。

招标是国际上通用的一种交易方式。武汉洗衣机厂在武大经管系咨询组的参谋、协助下,第一次在国内将招标引进到商品流通领域,并取得了成功。实践证明,招标可以在流通领域突破条块分割,打通横向联系,有利于开展社会主义竞争,使一群企业的经济效益得到提高。这对我国流通管理体制的改革会起到一定的作用。

社会主义制度下招标的性质及其存在的条件

在武汉洗衣机厂提出试行招标时,有的同志表示疑虑,认为招标是资本主义的范畴,在社会主义制度下不能运用。其实这是误解。招标作为一种科学管理的方法,其本身并无阶级性,哪个阶级掌握了它就可以为哪个阶级服务。当然,在不同的社会制度下,它的性质是不同的。在今日资本主义制度下,招标是垄断资本加强剥削与控制的手段,而在社会主义制度下,招标却是一种使商品流通合理化的手段,是在部份企业之间建立社会主义协作关系、共同提高经济效益的一种工具,也是无产阶级用来抵制流通领域中的资产阶级作风的一种武器。

至于招标这种方式为什么能在社会主义制度下存在,这涉及到一些经济理论问题。

招标是一种具有竞争性质的经济手段。在社会主义制度下,它首先以商品生产,价值规律作为其存在条件的。

我们知道,在社会主义条件下,由于还存在着商品生产和商品交换,作为商品生产的基本规律—价值规律仍然发生作用,那么,竞争也就必然存在。但是,在社会主义公有制的国家里,竞争是什么性质的竞争呢?“社会主义竞争与资本主义竞争有着本质的区别,它是在生产资料公有制的基础上,在国家计划指导下开展的,是为社会主义经济服务的。”(引自:《国务院关于开展和保护社会主义竞争的暂行规定》,见“中国经济年鉴”1981年版2第128页)。因

为计划经济是我国社会主义经济的基本特征之一，它能够反映社会主义的基本经济规律和有计划按比例发展经济规律的要求，体现了社会主义制度的优越性。这个前提，就决定了社会主义竞争的方式和竞争的范围，从而也就决定了社会主义条件下招标的方式与范围。

招标，能使招标者与投标者双方，通过价格、质量、企业的生产能力、交货期限和企业的财务状况等诸因素的比较、鉴别，来按最优化、合理化的原则作出决策。但一般地讲，在其他因素差不多的情况下，主要是考虑价格和质量因素。为此，价格在招标中具有极其重要的作用。所以，招标实质上是运用价值规律的作用，招标与计划经济的关系，实质上涉及到价值规律与国民经济有计划按比例发展规律的关系。在理论上讲，在社会主义公有制的条件下，国民经济有计划按比例发展规律与价值规律是对立的统一。两者有统一的一面，也有矛盾的一面。统一表现两者在客观上都要求按一定比例分配社会总劳动，使生产按比例发展。我们应该运用统一的一面的特点，来做好经济计划工作。在制定计划的时候，一方面要考虑国民经济计划按比例发展规律的要求；另一方面，也要考虑价值规律的要求。如果单纯只考虑前者的要求，而忽视后者的要求，那么，这样的计划是难于很好地实现的。

价值规律和国民经济有计划按比例发展规律的关系也有其矛盾的一面。这首先是与两者作用的不同的特点有关。计划规律要求有集中的统一的计划，对国民经济进行计划管理，要求把国家长远的发展目标同部门的、企业的经济任务正确地结合起来，有效地集中分配和使用生产资料和劳动力，以保证国民经济的正常发展。它具有在宏观经济方面自觉地调节经济活动，以保证国民经济统一性和计划性的特点。价值规律的作用虽然从总的方面也要求按比例分配社会劳动，但由于它的作用同商品生产者企业的独立性、自立性、经济利益有密切的联系，因此，它主要是反映生产者的本身利益、近期利益，以保证其有效地节约和利用生产资料和劳动力，使得生产得以发展、扩大。它具有从微观经济方面自发地调节经济活动的作用。

对于这两者相矛盾的一面，我们也应该一分为二。因为计划规律要求在宏观上有效地集中分配和使用生产资料和劳动力，以保证经济协调地发展。这个“有效”是指什么呢？在所有的因素中，很重要的一条就是要考虑投资的经济效益。而价值规律也要求最有效地使用生产资料和劳动力，使得生产的发展和扩大，也要讲求经济效益。从经济效益这点出发，这两者又可以求得一致之处。过去，我们在经济工作中的问题，表现在宏观上，存在着诸如条块分割，自成体系，重复建设、重复投资、盲目生产等影响经济效益提高的突出问题。如在某些生产上，存在着一哄而起，盲目发展的问题。以当前耐用消费品为例：大约百分之七十五的自行车厂，百分之八十的洗衣机厂、电冰箱厂，百分之五十的手表厂、电视机厂达不到起码的生产批量，不少是属于盲目建设。结果导致经济效益不高。根据计划规律和价值规律辩证统一的观点，在强调计划规律为主的同时，必须要求重视价值规律的作用。为此，我们要自觉地利用价值规律的作用，促使商品生产者从自身的利益出发，按照计划经济所确定的方向去安排生产经营活动，以达到在客观上调节社会生产的目的。

招标，可以帮助企业利用价值规律与计划规律的作用的统一的一面，在协作关系上，在生产要素的选择上，合理地作出决策。在能更有效地提高经济效益这一方面，体现了它的优越性，它能促使企业在按照国家计划的总要求，又考虑企业自身物质利益的前提下，更有效地进行生产经营活动。由以上分析可以看出，在社会主义制度下，招标的存在是有其客观基础的。而且是有其积极作用的。

社会主义制度下招标适用的范围

在社会主义制度下的招标，不仅在性质上同资本主义下的招标根本不同，而且其适用的范围也不相同。

在资本主义私有制的条件下，由于其经济是无政府状态的，所以招标也是自发进行的，适用的范围是相当广泛的。在社会主义公有制条件下，由于实行以计划经济为主与宏观决策集中的经济体制，因而招标的范围就不能那么广泛。这是由社会主义经济的基本特征所决定的。那么，招标在社会主义制度下，适用于哪些方面呢？

党的十二大报告要求贯彻“计划经济为主，市场调节为辅”的原则。而这一原则可以具体化为计划管理上的三种形式，即指令性计划，指导性计划和自行安排生产。招标作为部分企业与企业之间的纽带，与第二、三种形式有密切的关系。

招标与不作计划自行安排生产的关系：

在这里，在国家计划的指导下，价值规律起着主要作用。因为这类企业是生产数以万计小商品的小型企，招标在这种形式下，适用性较强。

招标与指导性计划的关系：

党的“十二大”报告中指出：“除了指令性计划以外，对许多产品和企业要实行主要运用经济杠杆以保证其实现的指导性计划”。这段话说明经济杠杆在指导性计划管理中具有重要的作用。大家知道，经济杠杆首先是指价格，信贷，税收等价值现象，它们在一定程度上反映价值规律的作用。而招标的作用也是价值规律作用的一种表现形式。在这里，招标与指导性计划有一定的关系。

在指导性计划管理形式下，企业的决策，是在国家计划指导下，企业考虑到自身的物质利益，根据市场供求、资金、收益分配等因素来衡量各种方案的投入与产出的比例关系，来决定具体生产什么品种，生产多少，怎样生产。招标，正是从企业生产的投入与产出两个方面，通过调整企业与企业之间的物质利益关系，来影响企业的决策，以保证国家指导性计划的目标能更好地实现。

现在的问题是如何找出计划经济与招标的临界线，这是我们探讨这项改革的重要问题之一。通过将招标在武汉洗衣机厂的试验，我们认为，首先要对价格管理体制进行必要的改革，这是解决招标范围的关键。按照一些社会主义国家改革的趋势，价格管理体制将改成如下新的形式：

(1) 国家规定的价格：关系国计民生的主要商品价格由国家管理。这里指的是：重要原材料、设备、燃料，动力的价格，主要消费品的产销价。

(2) 一定幅度的浮动价：如部分机械产品和电子产品，化工产品和部分钢材等，其商品的出厂价、批发价、另售价可以浮动。实行浮动价，可以扩大企业在产品上的定价权，以利于企业自觉地运用价值规律，开展竞争，促进生产的发展。

(3) 买卖双方议定的价格：这里主要是指对工业中的小商品实行议价。

根据上述条件，社会主义制度下招标与计划经济的临界线应该是：

第一，凡是国家下达指令性计划的产品，其物资流通按国家计划进行，不可纳入招标范围。而所涉及的物资中，其价格未作统一规定的，则可以采用招标进行。例如：汽车制造厂，其产品的生产是由国家下达指令性计划，其主要原材料由国家计划供应，成品销售由国家分配，这一部分物资不用招标进行。然而，一台汽车的零部件可达一万一千多件，这些零部件

的采购与协作，除大部分按国家计划安排外，也还有少数计划外的零部件与原材料仍可用招标方式进行，以发挥市场机制作用，让企业择优选购。

第二，国家下达指导性计划的产品，其价格并非由国家规定，而是由国家确定一定的浮动幅度。这部分产品也可以纳入招标范围。如果指导性计划产品的某些原材料、零部件其价格是由国家规定的，不宜进行招标。例如：武汉洗衣机厂的产品就是指导性计划产品，其主要原材料如钢板和铝板的价格是由国家规定的，并纳入计划供应范围，这就不能进行招标。而该厂占成本65%以上的原材料，零部件属非计划物资，均可招标。这就是在运用市场调节的同时，首先要注意计划的指导作用，这样可以防止经济工作偏离计划经济的方向。

第三，除了物资供应以外，招标还可以用于其它方面。如在某些技术攻关与新产品开发上，可以采用招标。企业自主权扩大以后，企业之间不仅可以在价格上开展竞争，而且在质量上和品种上开展竞争。质量上的竞争主要瞄准国内国际的优质水平，品种上竞争要瞄准国内国际人民喜爱和需求的品种。为了更好地进行这种竞争，企业可以在组织工程技术人员和有关专业人员在技术难题攻关和新产品开发方面采用公开招标。采用这种方式对比传统方式的优越性，不仅在时间上可以提前，而且费用上也可以大大节约，并能获得切实有效的成果。这有利于省投资，争速度，尽快赶超世界先进水平。

第四，在建筑工程和农村水利建设的承包上，更适于采用招标。国内实践已经证明，在这方面采用招标方式，可以有效地控制投资额，保证工程质量，而且竣工期可以大大缩短。如深圳，通过招标签订合同，限期按质完工，提前一天奖励若干千元，延迟一天罚款若干千元。结果几十层的大楼一般都是两年多就完工。速度快的达到三天半一层的国际先进水平，而且质量高，外观美。吉林、山东省的实践也已证明了这一点。

确定上述几条的招标范围，可以在计划经济的指导下，更好地反映交换关系不同的特点，可以比较合理的调整企业与企业之间的物质利益关系，激发企业更加关心自己的经营成果，可以提高社会的经济效益，以达到促进社会主义生产发展的目的。

从武汉洗衣机厂看招标的经济效益

招标公告发表后，武汉洗衣机厂门庭若市，仅最近第三次招标，就有全国三百多个企业前来投标。这样，过去供货单位的那种坐等顾客上门的“官商”、“官工”作风就被一扫而光了。

由于投标单位如此之多，迫使那些过去索取高价的企业主动降价，那些靠行政保护的企业也坐立不安；对那些有竞争能力但因无门道而进不来的企业则开辟了一条通道；对那些搞“关系学”和不正之风的人和企业的企业，却是一种有力的鞭策。由于招标在物质流通领域中遵循了经济规律，因而在经济效益上取得了可喜的成绩。例如武汉洗衣机厂在招标前，一千多人的工厂，在国家减免税收的优待下才能基本上处在保本点的水平上。主要原因之一如上所述是由于外购外协件的价格普遍偏高，有的品种价格高于全国统一价格一倍以上。例如：搪瓷加工费全国平均水平为每支七元，济南每支六元，而武汉高达十元零七角，合格率还只有百分之七十五到八十。三角皮带每根比国拨价高三角。标牌每块二元二角，而广东每块一元六角。仅这三项，一年就要多支出外购外协费近四十万元。还有不少塑料件和橡胶件均普遍比外地高很多，这不仅在盈利水平分配上不合理，违背了等价交换的原则，更重要的是，由于条块分割，行政干预，横向经济不能打通，保护了一批质次价高的落后企业，它们躺在条块分割的保护伞下，不去改进经营管理，而对系统外的先进企业却是歧视、排挤，这十分不利。

于我国工业企业的发展。这种打击先进，保护落后，实行条块分割的办法，是与社会主义经济制度根本不相容的。这次武汉洗衣机厂实行招标，再加上其它一些改革，由于全厂的努力，使情况发生了变化：由一度靠贷款过日子的后进企业，变为全市经济效益较高的企业，出现了该厂历史上最好的经济形势，受到了中共湖北省委负责同志的表扬。截至八三年十月底统计，各项主要经济技术指标比去年同期有较大幅度的提高。产值比去年同期增长百分之五十六点零九，产量增长50.39%销售量增长84.31%，劳动生产率提高24.36%，产销率达98.84%，单位成本比去年同期下降绝对额10.78元，产值资金率比去年同期下降42%，资金周转天数比去年同期加快61天，利润为去年同期的3.54倍，企业的实现税利（包括上缴管理费）为转产后投资总额的1.4倍。其中，仅招标一项为该厂带来的效益预计今年约占企业全部经济效益的52%左右。

招标企业——武汉洗衣机厂获得如此好的经济效益，是否降低了其它协作厂的经济效益呢？也就是说，招标企业的利润增加了，而投标企业的利润是否下降了呢？是否仅仅是利润在企业之间互相转移与再分配呢？通过实验证明，招标不是企业利润的再分配，而是促进一群企业经济效益的共同提高。例如：某电机厂，是洗衣机厂最大的一家协作厂，他们在招标前每台电机价39.50元，由于是本系统的企业，在行政干预的影响下，未列入招标的项目。可是在招标强大的攻势面前，他们感到有压力，如果不降价，就有可能失去市场。于是，今年三次主动提出降价。第一次降为37.00元，第二次降为36.00元，第三次降为35.00元，三次共降价总额为4.50元。今年1—9月份供应武汉洗衣机厂的电动机为11万台，由于降价而少收入49.5万元。在表面上看，销售收入减少，利润也就减少。其实不然。该厂降价前的利润去年为18万元。降价后今年为40多万元，比去年同期约增加了1.22倍。由于洗衣机厂的协作企业一般多属于加工性质的专业化工厂，中标后并未使上缴财政减少。这是什么原因呢？第一，中标后销售批量大，薄利多销；第二，在投标竞争中，获得了新的动力，自觉加强管理，提高劳动生产率。过去他们的工时定额不合理，现在有的实行了平均先进定额；第三，改进工艺。这些因素都导致成本下降，利润上升，使国家所得税的收入超过工商税收入。另一个街办小厂——武汉某搪瓷厂，原来连发工资都有困难，几乎处于倒闭的境地。由于他们在投标竞争中，在大厂面前敢于竞争，提出中标后不仅价格要比大厂低，而且质量要比大厂高，洗衣机的搪瓷内胆制坯时有三道焊缝，是影响洗衣机质量的关键因素之一。这个小厂领回内胆坯以后，重新又作一些加工，使焊缝光滑平整，然后上搪瓷、质量的确比某些大厂还要好，并将半成品送货上门，减少洗衣机厂的运输费用，因而赢得了招标厂的信任。这个厂中标后，除了发工资外，今年还将盈利4万多元。再如广东台山标牌厂，第一次中标价是1.80元，其成本为1.28元，获利1.5万元；第二次中标价是1.35元，成本降为1.05元，获利2.5万元。降价后增加的利润不仅有批量增加的因素，还有成本下降的因素。武汉某橡胶厂先后两次招标降价、降价幅度为30—40%。他们还根据洗衣机的质量情况，不断改进工艺和配方，使成本大幅度下降，原来利润为2.5万元，预计今年可达3.3万元。

招标还可以挖掘社会各方面的潜力，一是充分利用某些企业的富裕生产能力，使社会上闲置的设备得到充分利用；二是充分利用某些企业的边角余料。如武汉东西湖塑料玩具厂，它们用港商投资引进的大型注塑机，本身加工任务吃不饱，因而通过投标获得洗衣机塑料另配件的加工任务，使其设备能力充分运用。还有不少的边角余料找不着出路而发愁的企业，通过投标也找到了用场。如果不通过公开招标，这些潜力是难以利用和发挥出来的，而招标却使得这些单位物尽其用，人尽其力。这无论是对企业，还是对国家都是有好处的。洗衣机

成本下降，价格就有可能进一步降低，还有质量的提高，最大的受益者还是广大消费者群众。

招标与改革

经济管理体制的改革是一项非常复杂而又重要的任务，涉及面很广。推行招标，是属于流通体制的问题，同时也涉及到分配体制。它对推动改革所起的作用主要有以下几个方面：

(1) 在分配体制方面，招标有利于打破“大锅饭”、“平均主义”的旧框框，调动企业和劳动者个人的积极性与创造性。

在社会主义公有制的条件下，分配制度是根据按劳分配的原则来进行的。这种分配原则是适合我国现阶段生产力发展水平的，这是对资本主义不劳而获的剥削制度的否定，是一种很大的进步。但是在过去一段时间里，对企业与企业之间，没有承认它们之间确实存在着利益上的差别，在先进与落后企业之间，价格、税收与信贷等经济杠杆没有很好地起到杆杠的作用，在产供销上也管得太多，自主权又少，经济效益好的企业也得不到相应的好处。因而企业之间，劳动者之间平均主义严重，积极性难以充分调动起来。

实行公开招标，由于择优选购，导致成本下降，质量提高，加上企业有了相应的权力，产供销在完成国家计划的前提下，可以灵活处理，经营成果同企业与职工的物质利益挂钩，打破企业之间的“大锅饭”，从而能够充分调动其积极性与创造性。

(2) 招标能激发企业的上进心，能鼓励先进，鞭策落后，从而提高经济效益。

按照毛主席的哲学思想，宇宙万物均存在着矛盾，而且正是这些矛盾的运动，才推动了事物的前进与发展。国民经济内部与各企业之间本来也存在着差异、矛盾。而旧的体制却否认差异，否认矛盾，致使企业前进乏力。招标，则可以激起企业之间开展社会主义竞争，利用经济的内在矛盾，来推动国民经济发展，推动企业前进。

(3) 有利于打破条块分割，有利于按专业化协作来组织生产，有利于充分发挥中心城市的作用。

按社会化大生产的要求组织专业化协作，是发展生产力的必由之路。然而，由于现行经济管理体制的弊端，条块分割，横向渠道阻塞，妨碍了专业化协作的发展。以某大城市为例，1982年所抓33个重点产品中，有不少产品，其生产厂为协作配套件大发其愁，严重影响了生产的发展。因为在价格、质量、供货期等问题上，由于行政包办，双方不是情投意合，甚至夹杂着拉关系要回扣等问题在内。其结果是以邻为壑，互相牵制。企业为了完成生产任务，不得不向“大而全”、“小而全”的方向发展，这实际上是倒退。而实行公开招标，可以冲破部门和地区的界限，只要符合招标条件而又不影响国家计划的，都可以进行联系。这种联系，由于价格和质量以及其他条件要求较严格，因而只有专业化水平高、生产批量大、质量好、成本低的企业才敢于承担，才容易中标。这样做有利于打破条块分割，有利于打通横向的经济联系，有利于发展地区之间的社会分工，有利于发挥各地区、各部门的优势，有利于发挥中心城市的作用，有利于发展专业化与协作。

为了组织专业化与协作，我们并不否认建立公司是一种途径。但在当前“大锅饭”的分配体制未彻底解决之前，组织公司，如果条件不具备，组建的方法与范围不当，就会使“大锅饭”越吃越大，由在企业内吃“大锅饭”扩大到公司范围去吃，这就更不利于提高经济效益。我们认为，在这种情况下，还不如通过招标来组织专业化与协作。如果来至所属公司内的“兄弟”厂的外购外协件质次价高，要实行招标，首先会遇到这些“兄弟”厂和所属公司的阻力。因

公司内各厂的协作关系是行政包办的“婚姻”，情不投意不合也不能散伙。提供协作件的厂就躺在公司的保护伞下不求进步。目前公司往往不属企业型，不负经济责任，于是“大锅饭”就越吃越大。所以，这类公司一经组成，下属的工厂有的自己不求进步，也不让别的工厂争取先进，不让别的工厂同公司以外的先进厂协作，把大家都捆在一起混日子。咨询组一进洗衣机厂，就遇到这一问题，即当时为解决外购外协件问题有两种方案。一是原来已提出的方案：组织紧密性的洗衣机总厂，把有关连的厂拉进来，捆在一起，实行协作关系“终身制”；另一种方案即咨询组提出的方案：招标，“自愿恋爱”，合得来就合，合不来就散。谁都别想吃“大锅饭”，谁都要用改进经营管理和提供价廉物美的产品与优良服务来取得对方的“喜爱”。这种协作关系既有相对稳定性，而又不搞“终身制”。这就有利于推动各有关企业前进。现在事实证明后一方案是可取的，大家都承认幸亏没有仓促地组织总厂(公司)，否则该厂的包袱就会更重，经济效益会更差。当然，这里我们并不否认条件成熟的可以成立公司。但即使成立公司，公司与公司之间的协作关系仍然可以通过招标来实现。

(4) 招标有利于推动流通管理体制的改革。社会再生产过程是社会生产过程与流通过程的统一,生产决定流通,流通反作用于生产。生产与流通这种辩证关系,是社会再生产一条基本的客观经济规律。

过去，我们在一个较长的时间里，在极“左”路线下，重生产，轻流通，认为流通是可以由人们的主观意志任意摆布的，把流通完全置于某些地方、部门的行政机构，实际上是置于某些人的主观意志之下，不按客观经济规律办事。这样必然发生上面提到的那些弊端。结果，遭到了客观规律的惩罚：不仅流通被搞乱，搞死，出现了一些不正常，甚至是非社会主义的关系，而且反作用于生产，严重地影响了生产的发展。实行招标，正可以把这些非社会主义的关系一刀两断，使流通中的关系正常化，使商品流通能按客观规律的要求进行，以充分发挥流通对生产的积极推动作用。

总之, 综上所述, 招标有利于按客观经济规律办事, 有利于突破条块分割, 有利于在部份企业之间建立合理的协作关系, 有利促进流通管理体制的改革。

(上接第84页)砸碎了缠在劳苦大众身上的“千斤铁链”。“太阳出来”了,“永远是黑暗的监狱”不见了。然而,今天重读这部闪光的剧作,它仍然深深地打动着读者的心,这是因为它能使我们更深刻地认识万恶的旧世界。不断地回顾黑暗的过去,才能更加珍视光明的今天,从而启迪着每一个读者和观众,应该象作家所指出的那样去对待生活中的丑与恶,并以积极的斗争姿态,满怀信心地为

更美好的明天而奋斗。

注释：

- ① 《列宁全集》第16卷，第202页。
- ②③ 高尔基：《论文学》第72、74页。
- ④ 《鲁迅全集》第7卷，第824页。
- ⑤ 《鲁迅全集》第6卷，第549页。
- ⑥ 季莫菲耶夫：《苏联文学史》（上卷）第97、—101页。