

■知无不言

## 谁的“黄金周”

——行政垄断下的“高峰收入”



袁东  
中央财经大学教授

越来越多的人在“黄金周”里乘车、驾车外出旅游,发出几十条、上百条手机短信应是很普遍的事。所以,每到“黄金周”,媒体有关火车、飞机、自驾车、短信收入、景点门票收入以至“黄金周”总收入“高峰”又“高峰”的报道总是热闹得很。

这自然是好事,反映了稍微富裕了的中国人的生活状况在不断进步。但“好”中也有值得警觉的事,“高峰收入”里就多有不合理的。

凭经验,普通人过节的成本并不小,随便说吧,即使不外出旅游,坐在家发手机短信的价格为什么降不下来?外出自驾游者的过路费、汽油费以及景点买票费加在一起,也不是小数。更纳闷的是,这些费用不但多少年不降,反而越过节越上调,交通、电信、能源、公用事业等行业成立普通人过节成本走高的元凶。越是过节,节假日越长,普通百姓消费这些行业的产品也越多,大部分“过节费用”支付给了这些行业。而这些行业恰恰是目前最典型的垄断行业!

所以,每逢过节,看到“高峰”的报道,我就想,又是普通人给垄断行业“送红包”的时候了!我仿佛看到了躲在车水马龙人背后的那些“特殊利益集团”正在偷笑,他们才是真正在度“黄金周”,因这“周”对他们讲都是实实在在的“黄金”,这“卖者剩余”、“红包”、“黄金”被行业化、部门化与个人化了,支撑起了少数人的过高收入与过高福利,而受损的是公共利益,是最大多数普通老百姓的利益。

这个长假,我恰好读到了经济学开山鼻祖亚当·斯密和1982年获诺贝尔经济学奖的施蒂格勒教授对斯密学说的评说,更增强了我对普通人过节成本不合理的想法,更明确了对“特殊利益集团”的认识。

正如施蒂格勒所说“亚当·斯密对经济学的伟大贡献是,阐明了买卖双方个人利益都要遵循竞争的原则,并且在竞争作用的指导下,与竞争活动相协调。”斯密的整个经济学说就是在“经济人”假设的基础上倡导竞争,通过竞争增加财富与全体国民的福利,并抑制因人的无穷私欲带来的不公平尤其是垄断剥削,因为“没有法律与竞争的控制,私自利就常常会导致欺诈和垄断剥削的行为。”

竞争是什么?是垄断的对立面,是机会均等,是买者与卖者“剩余”相对均衡的状态,是消除“特殊利益集团”滋生土壤的“法宝”,是不再使中国普通百姓支付不合理“过节成本”的长效机制。因为,正是行政性垄断,也就是借用“公权”沿袭或短时间形成的行业垄断,造成了电信、交通、电力、能源、公用事业等行业的过高价格,不合理收费,“店大欺人”的劣质服务和蛮横态度,以及过高的企业与行业利润。这些行业基本是国民经济的上游与“骨干”行业,也基本是以国有独资或国有控股企业的形式经营,所以,这些企业与相关行政部门长期“盘踞公共资源高地并独占利润,把相当一部分应当归社会共享的成果变成部门利益”。但正因如此,过高的利润首先不仅不是其真正市场努力经营的结果,反而会抑制其市场经营的努力;而且,为保住过高利润和远大于其投入的利益赚取,会不断强化同行政权力的结合,从公共政策与制度上扼制竞争与外来“抢食者”,维持高价格,从而固化为“特殊利益集团”。过高利润是明显的公共利益盘剥,因为这些国有企业的利润是那些下游国有企业或一切非国有企业以及普通大众的生产或生活成本(当然也有非国有企业在这些行业里通过巧取豪夺而占有一定垄断地位的),这些行业的过高利润就是别人的过高成本。而这些过高价格与过高利润的最大受益者,只能是那些少数行业与相关行政部门的从业人员尤其是具备一定权力的极少数人。

再明显不过,因缺乏竞争以及对“公共权力”的有效监督而导致的行业与部门垄断,是当前中国社会最大的“特殊利益集团”滋生基础。“特殊”者,即非一般,即非大多数,即非同一起跑线的机会均等,即非公开透明与公平公正,即非完全自由的市场力量所为,即非完全的诚实劳动与勤奋创业,亦非平等的社会谈判与博弈心态和地位,因而是现代市场经济与民主社会所最不能容忍的,也是最不可能“持续的”。

由此,既然大部分行业垄断是借用或偷用“公权”形成与强化的,眼下迫切的,就应当通过“公权”的正当行使,将那些垄断行业的高利润降下来,将其就职人员的福利“正常”化,减轻绝大部分社会公众成本;从长远着想,应从加强执政党执政能力建设着手,消除各种损害公共利益和破坏社会和谐的不利因素,营造促进和维护社会公平正义的制度和机制,尤其是在鼓励市场竞争的同时,采取有力措施抑制和防范“特殊利益集团”的衍生。

在当前的历史形势下,重温并悉心把握亚当·斯密经济学的真谛——竞争与公平公正,当会有助于科学有效公共政策与制度的形成,有助于消除现有的“特殊利益集团”,形成“正常利益集团”相互竞争的和谐新格局,从而促成普通中国公众过节成本的下降并趋于合理,进而能更加自由地徜徉于“黄金周”的闲暇享受中。

■求索

## 尤努斯的梦想与惊喜



陈宇峰  
浙江工商大学经济学院副教授  
日本早稻田大学政治经济学院  
高级访问学者 经济学博士

若问在当今喧嚣的国际经济学界中最耀眼的那颗星属于谁?大部分人一定会说,是刚刚摘得2006年诺贝尔经济学奖的73岁老翁埃德蒙·菲尔普斯(Edmund S. Phelps),非也,菲翁在经济学界早已声名赫赫,此时的诺奖对他只是锦上添花而已。那么,是去年勇夺美国克拉克奖的39岁新秀达龙·阿西莫格鲁(Daron Acemoglu)吗?否也,此访客虽是当代身怀绝技的一流高手,但距离称雄学界的日子尚远。

我的答案是,当今经济学界最耀眼的明星非“贫困的终结者”穆罕默德·尤努斯(Muhammad Yunus)

莫属!尽管这个来自孟加拉国的经济学教授没有非翁和阿氏的显赫出身,或许也没有丰厚的理论思想和研究贡献,但他以非凡的毅力身体力行着所学的经济知识,寻求帮助穷人摆脱贫穷的现实出路,30年始终如一地坚守使他赢得了今年的诺贝尔和平奖。如果没有记错的话,他应该是继阿蒂亚·森(Amartya Sen)之后第二个获得诺贝尔奖的发展中国家经济学家。同时,也是经济学家第一次毫无争议地赢得诺贝尔和平奖。这位在某些人眼里不务正业、一身粗布衣衫在雨中的乡村穿行的孟加拉经济学家,成就了一项了不起的事业,这就是瑞典皇家科学院诺贝尔和平奖评审委员会所言的“自下而上为建立经济和社会发展所做的努力”。(本报书评版7月19日曾刊文评介尤努斯的自传《穷人的银行家》)

遥想1975年,这个刚从美国范德比尔特大学获得经济学博士的30岁小伙,那时一定是满怀壮志凌云的冲霄抱负,试图通过他的经济学思想

和理论去解释世界,进而改造世界的。这是在现代学术规范下训练出来的每个经济学家孜孜不倦的追求。越深入其中,也就越有这种野心(ambition)。留学美国、脚下似正铺开锦绣前程的尤努斯也不会例外。更何况,当时还正是经济学八仙过海、各显神通的时候,有待经济学家去开拓的疆域还非常广阔。但是,为何尤努斯毅然选择放弃在美国大学的教职,并最终走向了一条大多数经济学家都不愿意走的一条不归路呢?这是一个绝好的问题,实在值得中国众多经济学家深思。

尤努斯教授在2004年给出了一个解释:他的最初冲动绝非来自那些纯粹的经济理论,而是现实世界的窘状激发他内心蕴藏已久的冲动和梦想。“我是教经济学的,我的梦想就是让人们有更好的经济生活。于是,我经常担心自我:我在教室里所讲授的课题到底有什么实质的好处?因为我教给学生的全都是一些关于经济学的理论,而当我真正走出教室时,看到的却是人民深重的灾难,骨



穆罕默德·尤努斯(Muhammad Yunus)  
张大伟 制图

瘦如柴的人们奄奄一息,整个国家都陷入了困境。所以,我一定要走出大学校园,到村庄中去”。于是,他着手在孟加拉国创立了世界上第一家乡村银行:格莱珉银行(Grameen Bank,“格莱珉”即孟加拉语“乡村”之意)。之后,这种新兴的银行业务很快得到了民众的支持,业务渐渐发达,为发展中国家的农村银行信用模式提供了很好的借鉴,有23个国

家仿效格莱珉银行模式建立了自己的农村信贷体系,其中也有中国。前段时间国内正在激烈争论的、旨在解决中国广大贫困地区的农村贷款问题的乡村银行,正是基于尤努斯的格莱珉银行这一框架上的。我们很高兴,尤努斯本周末将来北京参加“中国——孟加拉乡村银行小额贷款国际研讨会”,就他的“借贷也是一种人权”的思想与中国的专家展开更为深入的讨论。

毫不夸张地说,尤努斯教授已经把他的乡村银行这一梦想带到了全世界的贫困人口中,帮助他们摆脱贫困,赢得世人的极大关注和首肯。今年的诺奖更是对他以及他当初梦想的一种肯定。用尤努斯本人的话来说,“这是最终奖赏。它是如此特别,它是天一样的高峰”。我想,这是对这位当年同样具有凌霄壮志的经济学家获奖之后最贴切的一种形容,因为他如今不仅梦想成真,而且他这一思想和理念将会被世人所传承下去。只要有穷人,只要有饥饿,尤努斯与他的乡村银行将会继续存在下去。

■眼观四处

## 新加坡在倒逼中国

——股指期货与资源抢占(七)



李国旺  
银河基金管理公司  
市场总监

境外交易所一直在酝酿抢占中国股指期货的定价权。2004年10月,芝加哥期权交易所率先推出中国股指期货,文莱国际交易所要推出中国指数的期货合约,香港交易所与新华富时指数公司也于2005年签订了交易新华富时中国25指数期货及期权的协议。

今年1月新加坡交易所(SGX)宣布,将于9月推出新华富时A50中国指数期货,其争夺中国股指期货定价权的气势咄咄逼人。如果任其发展下去,由于SGX在语言文化、地理位置、金融市场运作等优势,其必然会对国际资金,特别是OFII以及国内地下资金所产生的吸引力,将与国内股指期货形成激烈竞争。因此,当新加坡交易所(SGX)与新华富时合作9月5日正式推出新华富时中国A50指数期货时,国内有关方面迅即做出激烈反应,正所谓一石激起千层浪。

新加坡交易所(SGX)与新华富时马上陷入法律纠纷。为捍卫知识产权和自身权益,上海证券交易所信息网络有限公司(以下简称“上证信息”)起诉新华富时指数侵权。上证信息起诉新华富时指数违约可他人开发中国A50股指期货,违反诚信原则和许可合同第五条的规定,未经原告书面许可,擅自允许第三方以基于原告提供的上证所实时行情编制的“中国

A50指数”开发“中国A50股指期货”金融衍生产品,并在新加坡交易所上市交易,构成违约。由于上证信息维权行动及时,加上潜在法律纠纷,海外投资者一时裹足不前,SGX新华富时中国A50股指期货在推出至今的一个多月时间内成交寥寥。交易量最多时也只有100多手,从而在法律面前对其定价权形成了强力制约。

在今天,股指期货的开发已经上升到国家金融安全的高度。历史上,新加坡交易所(SGX)极其富有“侵略性”。1986年新加坡交易所于日本推出日经225指数期货,2005年全球日经225指数期货市场中,日本本土只占有55.05%的份额,主要是来自日本国内的需求,日本以外的份额主要由新加坡交易所占有。2005年新加坡的日经225指数期货价格严重影响着日本本土的日经225指数价格,新加坡的日经225拥有很大程度的定价权。日本的案例和近两年的“中航油事件”和“国储铜事件”,表明在国际化环境中,大宗商品定价权旁落到对国家经济安全构成了巨大威胁。金融期货,特别是源于证券市场的金融衍生品定价权对国家经济安全影响更大,因为一旦一国的股指期货被其他国家抢先出台,该国金融衍生品市场就可能成为他国金融产品的影子市场,将严重影响该国金融市场整体发展,威胁该国金融体系的稳定和国家经济的安全。

新交所之举固然是挑战和冲击,但同时也是在倒逼中国金融(资本)市场尽快推出国际性的金融产品并形成系统性改革。基于金融期货定价权旁落到国家安全威

胁的认识,新加坡交易所创设了针对中国A股市场的新华富时A50股指期货后,中国马上采取了相应的应对措施。9月8日,中国金融期货交易所正式成立,宣布将市场代表性更强的沪深300作为第一个标的指数,在国庆节后推出模拟测试环境,提前给国内外投资者一个好的预期。监管层审时度势的决策,将推动产品创新、交易制度、监管架构、投资者准入、股票发行节奏,乃至汇率制度与国际资本流动管理等一系列方面进行系统性的改革,从而在股改后形成新的制度创新,推动中国资本市场向纵深发展。

对沪深股市而言,波浪所及可能催化新的牛市。为适应股指期货的需要,大盘公司的发行节奏加快了,这将催生一个更加长远的A股牛市。如果与股指期货相对应的现货股票只能做多,这样就会形成单边套期保值,投资者只能通过买入股票(特别是指标成分股)达到推高指数的目的,即投资者形成在期货和现货同时做多的现象,在期货和股票持仓上实现双赢。

在股指期货推出之初,由于市场效率的原因,可能经常出现现货与期货价格之间价差较大的现象,专业机构较多地通过指数套利获取低风险利润,即对股票指数成分股的长期持仓,股指期货为长线投资者提供了避险工具,将吸引一大批企业年金、商业保险公司等低风险偏好的机构更多地持有绩优股、蓝筹股,使得这些股票行情持续看好。因此,股指期货推出后,对绩优股、蓝筹股的需求将更加稳定持续,而高风险偏好的资金将部分流入股票指数期货,这对高估投机品种形成一定的抑制,现货市场将出现好者更好,差者无人问津的投资格局,从而股价也将形成层次分明的格局,除非这些低劣的上市公司的质地出现质的变化。

■德鲁克在中国

## 客户,非客户



黄建东  
北京光华管理研修中心  
培训总监

据高盛的一份研究报告称,中国已成为世界第三大奢侈品消费国,贡献了全球奢侈品行业的总销售额的20%。高盛估计,未来4年中国奢侈品消费需求将达到每年约25%的复合年增长率,在2008年将占全球市场份额的19%;在2015年将占29%,并超过日本的28%。

连续不断的奢侈品展览似乎也在证明高盛的预测:继去年10月上海国际顶级私人物品展览成功举办以后,今年8月,北京也举办了“2006北京超级品牌(奢侈品)展”,本月还将举办“2006世界奢侈品展”。12月份,广州也要办2006中国(广州)奢侈品展。

在大多数尚未富裕起来的中国,为什么会有这么大的奢侈品市场呢?这个问题值得社会学家和经济学家们好好研究。但是,企业管理者应该怎样思考这个问题?又能够从问题的答案中得到怎样的启示呢?

要深入地思考答案,我们需要问:企业为什么能够生存和发展?是谁决定了企业的生存和发展?

企业之所以能够生存,归根结底,是

因为有客户愿意掏钱购买你这个企业所提供的产品或服务。只有企业有了客户,才可能有利润,企业才可能继续生存下来。一旦企业没有了客户,企业就不可能有利润,也就失去了生存的条件。

也许有的企业可能觉得冤枉:明明我提供的产品和服务价廉物美,为什么客户不买账,不愿意掏钱来买我的产品或服务呢?根据德鲁克的观察,客户购买的东西和客户的认知价值,绝不仅仅是一种产品,而是一种用途,即这种产品或服务对他的某种用途。客户绝不是购买一个产品——他购买的是满意度:

企业认为自己的产品是什么,并不是最重要的——特别是它对于企业的未来、成败,也不是那么的重要。顾客认为他买的是什么,以及他心中的“价值”是什么,才是最关键的——这将决定一个企业将会是什么样的企业、生产的产品是什么,以及企业会不会成功。

客户决定着企业是什么,企业生产什么,企业是否会兴旺。每个客户群都有自己的需求。每个客户群都有自己的“认知价值”。因此我们看到,在市场上,有对价格特别敏感的消费者,有愿意花不多的钱买经济实用消费品的大众群体,也有不计价格,只求满意的消费者;有在路边小摊上与小贩讨价还价的家庭主妇,也有在专卖店不惜大把

掏钱、崇尚名牌的白领,还有愿意花大价钱去买被称为“奢侈品”的“大款”。这就是不同的“认知价值”。

客户为什么愿意掏钱购买你的产品或服务?为什么他不去买别的企业同类产品或服务?客户需要的究竟是什么?

市场学发展到今天,几乎每一本市场营销的书籍都在谈论、研究“客户”,但是,没有一本市场学的书研究,也很少有企业在研究“非客户”——一个德鲁克独创的名字。

德鲁克说,即使一个企业拥有了30%的市场份额,仍有70%不是它的客户。企业就必须研究,为什么这70%的客户不买它的产品或服务。他们想买什么?什么是他们的“价值”?我们失去的客户,得到了的客户有什么区别?哪些是竞争对手做到了而我们没有做到?非客户为什么不买我们的产品?非客户的认知价值是什么?

因为客户买的是满足感,所以厂商纷纷以不同的生产、配销和销售方式,来推出不同外观、功能的产品与服务相互竞争。但对客户来说,这些只不过是取得相同满足感的不同手段而已。客户只关心自己的需要和期待能否满足,客户的心里总是在问:“这对我有什么用处?能为我带来什么价值?值得不值得花这么些钱去买?”

因此,企业需要不断地提醒自己:这种产品能不能满足客户的需求,会不会给客户带来价值?如若不然,即使产品包装得再花哨,把“质量”提得再高,客户也是不会买的。企业要做的是去找出客户心目中的“认知价值”,找出客户需要什么,“非客户”需要什么。

■管窥一得

## 油价人为操控之疑



管清友  
中国社会科学院亚太所  
博士生

国际油价近期大幅度下滑,跌幅将近24%。短时间内突然大跌,令人怀疑是否存在人为操控。但“谁在操控国际油价”却是个一时很难回答的问题。要回答这个问题,我们恐怕首先得明确两点:

其一,国际市场的油价可以被操控吗?油价波动的的基本决定因素是国际市场的供给与需求。油价能否被操控就要看除了供求因素之外,哪些因素造成油价“不正常”的波动。但因为在供求之外有很多非市场因素可以影响油价的波动,比如季节因素、战争等等,因此人们实际上很难区分油价“不正常”的波动是否来自操控行为。也就是说这是明显的有事实无证据“疑案”。比如针对最近国际市场价格暴跌,就有人指摘布什政府操控油价,以应对来自民主党“控制油价不力”的攻击,为11月份的中期选举做准备。但老布什执政期间担任驻沙特大使的沙斯·弗里曼却认为这仅仅是猜测,“幻想症对于美国人而言就像苹果派那样稀松平常”。笔者以为,在短期内油价确实是可能操控的,但长期内操控油价并非易事,几无可能。即便市场主体试图操控油价,也需要顺势而为。

其二,谁有能力操控油价?一般来说,有能力操控油价的市场主体有三个:出口国、进口国和相关国际组织。能够操控油价必须具备两个方面的条件:一是有足够的国际影响力;二是有足够的市场份额,包括进口份额和出口份额。从目前世界能源格局来看,沙特等石油出口大国、美国等石油进口大国以及欧佩克和国际能源机构等国际组织都具备操控油价的能力。国际市场的油价是一个系统,它反映了不同地区和不同方式的定价权和标价权。目前国际市场的油价主要包括欧佩克官方价格、非欧佩克官方价格、现货市场价格、期货市场价格、易货贸易价格、净回值价格和价格指数等等。欧佩克官方价格和纽约商品交易所的原油期货价格是公认的价格标准。石油出口国可以通过调整产量来操控油价,而石油进口国则可以通过释放储备或库存来操控油价。不过,从

油价波动的历史来看,欧佩克和国际能源机构由于存在集体行动难题并不总是能够协调一致,因此国际组织操控油价失败次数多于成功次数。有能力操控油价的还有一个重要的市场主体:投资基金。投资基金由于数量巨大、流动性强而很容易通过做多或做空来操控石油期货价格。事实上,本轮油价的暴涨在很大程度上就有投资基金炒作的影子。

无疑,山姆大叔对国际油价的影响是最大的。首先,由于美元是国际石油交易的标价货币,因此华盛顿掌握着油价的标价权,白宫可以通过调整美元政策来影响油价。其次,美国可以通过对石油出口国施加政治影响来达到操控油价的目的。比如美国和沙特曾经联手压低油价,导致1981年以后的十几年国际油价处于超低水平,对苏联解体起到了重要作用。再次,美国可以通过国内的金融集团、能源生产集团以及政府的战略石油储备来操控油价。《华盛顿邮报》最近总结了当前流行的“阴谋论”,并认为正是这些因素导致石油市场的价格变化莫测。而这些“阴谋”的目的无一不是为了共和党的中期选票。

油价究竟有没有被操控,可以通过比照往年秋季油价波动的情况得出结论。每逢秋季来临,油价总会有所下跌。因为美国夏季飓风等不确定性因素消失了,投资者对石油供给的预期比较稳定。纽约商品交易所2003年以来的石油期货价格显示,秋季油价下跌的幅度一般在22%至25%之间。到目前为止,油价从每桶78.4美元的最高点跌至每桶58美元(近期又有小幅提高)左右,幅度不到24%。所以这次油价下跌如果从季度因素考虑,完全属于正常现象,之所以引起广泛关注,是因为其绝对量的下跌超过了人们的预期。

笔者的判断是,此次油价暴跌的原因在于供求关系发生了逆转,低油价周期即将到来。而美国政府和国际投资基金则借跌势继续打压油价。布什政府为了即将到来的中期选举极有可能对沙特施压以延缓欧佩克减产的时间,而投资资金则在油价下跌时大量做空以牟取暴利。但这种“操控”行为仍然是顺势而为。

所以,从长期来看,“谁在操控国际油价”可能是个伪命题,决定国际油价的依然是市场的供给和需求。