

竞争理论及其对提升我国贸易竞争力的启示

陈 羲

(福建师范大学, 福建 福州 350007)

摘 要:竞争理论是研究《资本论》的一条重要线索,马克思在《资本论》中深刻揭示了竞争的本质、竞争的来源和竞争的实现方式,对竞争为资本主义发展所起的作用进行了科学分析。改革开放以来,我国大力发展对外贸易,融入世界一体化的过程也是与各国开展竞争的过程。当前,我国已经成为世界贸易大国,但与贸易强国相比,我国的整体贸易竞争力还存在较大差距。我国应以《资本论》的竞争理论为指导,加快推进贸易转型,全面提升贸易发展的质量和水平。

关键词:资本论;竞争理论;贸易转型

中图分类号: F 740

文献标志码: A

文章编号: 1008-7192(2013)01-0032-06

The Guidance of Marxist Theory of Competition to China's Trade Competitiveness

CHEN Xi

(Fujian Normal University, Fuzhou 350007, China)

Abstract: Marxist theory of competition, a key clue, runs through the study of Capital, in which Marx profoundly reveals the essence, the source and the implementation of competition, and also analyzes scientifically the role of competition in the development of capitalism. Since the reform and opening up, China has strived to develop foreign trade, for to promote competition with other countries is the process for China to be involved into the world integration. At present, China has become one of the world's big trade nations, but there is still a large gap between China and trade powerhouses in terms of the overall trade competitiveness. It is suggested that China should be guided by the competition theory of Capital, accelerate trade transformation, and comprehensively enhance the quality and level of trade development.

Key words: capital; competition theory; trade transformation

马克思的《资本论》没有专门成系统竞争理论,在说明生产关系时又常常将竞争因素抽象掉,但应当看到,马克思生活在资本主义自由竞

争阶段,竞争在经济社会的各个层面中存在,《资本论》的 1—3 卷包含着丰富的关于竞争问题的阐述,形成了马克思独特的竞争理论,它是研究

收稿日期:2012-10-16

作者简介:陈 羲(1977-),男,福建福州人,福建师范大学经济学院博士研究生,研究方向为政治经济学。

《资本论》的一条重要线索。

一、竞争是商品经济的内在含义

竞争贯穿于整个资本主义生产之中,是资本主义经济运行的基础,只要存在商品交换,就会有竞争。马克思曾经很形象地描述竞争与商品供求之间的密切联系,“某种产品今天满足一种社会需要,明天就可能全部地或部分地被一种类似的产品排挤掉。……社会对麻布的需要,象对其他各种东西的需要一样,是有限度的,如果他的竞争者已经满足了这种需要,我们这位朋友的产品就成为多余的、过剩的,因而是无用的了”^{[1]89,376},正是竞争实现了买与卖这对矛盾的对立统一关系。

竞争是资本运动内在规律的表现形式,是实现价值规律的基本途径,在《资本论》第一卷第一篇中,马克思讨论了商品货币关系,指出“即使是最初步的范畴——例如价值规定——要成为实际的东西,都不能不通过自由竞争”^[2]。在正常的社会生产条件下,竞争决定了“社会平均的劳动熟练程度和劳动强度”,从而为形成“社会必要劳动时间”奠定基础。如马克思所说的,“竞争实现了产品的相对价值由生产它的社会必要劳动时间来确定这一规律”^{[3]106},恩格斯也曾指出“只有通过竞争的波动,从而通过商品价格的波动,商品生产的价值规律才能得到贯彻,社会必要劳动时间决定价值这一点才能成为现实”^{[4]214-215}。

竞争是资本主义社会的普遍共识。随着资本主义的发展,社会分工越来越细,商品生产者相互之间也越来越独立,这使得“他们不承认任何别的权威,只承认竞争的权威,只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制,正如在动物界中一切反对一切的战争多少是一切物种的生存条件一样”^{[5]125,354-355},资本主义社会的运行是以优胜劣汰为法则的。

二、关于竞争的实现

在资本主义社会,竞争围绕着剩余价值的生

产、实现、分割而进行,这种竞争既发生在工人与资本家之间,又广泛发生在资本家之间。“竞争首先在一个部门内实现的,是使商品的各种不同的个别价值形成一个相同的市场价值和市场价格”^{[6]286}。竞争的结果是,私人劳动转化为社会劳动,商品的各种不同的个别价值形成一个社会价值。

随着研究的深入,马克思发现,不同部门之间也存在竞争,他在《资本论》第三卷中提到商品出售价格的最低界限是由商品的成本价格规定的,“只要为生产产品所预付的资本额相等,不同生产部门的产品的成本价格就总是相等的”^{[7]51,172},若商品的出售价格高于其成本价格,即使低于商品的价值,也总会实现商品中包含的剩余价值的一部分,从而总会获得利润。“一旦资本主义生产发展到一定的程度,各个部门的不同利润率平均化为一般利润率……在这里,基本观念是平均利润本身,是等量资本必须在相同时间内提供等量利润……整个资本主义经济好像一个庞大的股份公司,所有的资本家,好比这个股份公司的大小股东,把各个部门所创造的剩余价值汇集在一起,每个股东按照他们入股的多少,取得一份相应的利润”^{[8]160,391},也就是说,竞争使价值转化为生产价格,让资本在不同部门之间根据利润率的升降而参与剩余价值的分配。

部门内和部门间竞争的发生,是资本主义社会改进生产方式的结果,“价值由劳动时间决定的规律,既会是让采用新方法的资本家感觉到,它必须低于商品的社会价值来出售自己的商品,又会作为竞争的强制规律,迫使他的竞争对手也采用新的生产方式”^{[5]354-355}。也是社会经济资源通过市场机制进行流动与分配的结果,“在这里,资本家之间的竞争——这种竞争本身就是这种平均化的运动——就在于,他们逐渐把资本从利润长期低于平均水平的部门取出,并逐渐把资本投入利润高于平均水平的部门,或是逐渐按不同的比例把追加资本分配在这些部门当中”^{[7]411}。还是资本主义生产关系不断适应生产力发展和提高的结果。

三、关于竞争的作用

竞争对资本运动的作用,主要体现在通过提

高劳动生产率,形成相对剩余价值,还体现在促使供求平衡、资本积累、分工协作、国际往来等方面。

1. 竞争促使提高劳动生产率

当生产商品的个别劳动时间小于社会必要劳动时间时,商品的个别价值低于其社会价值,按照商品的社会价值出售,商品生产者就获得超额剩余价值,在市场竞争中处于优势地位。为追求超额剩余价值,其他生产者竞相提高劳动生产率,使单位时间内生产的产品数量增加,而单位产品的劳动消耗下降,从而确立新的社会必要劳动时间。资本家要想继续获得超额剩余价值,就必须采用更新的生产方式。马克思指出“只要一个人用较便宜的费用进行生产,用低于现有市场价格或市场价值出售商品的办法,能售出更多的商品,在市场上夺取一个更大的地盘,他就会这样做,并且开始起这样的作用,即逐渐迫使别人也采用更便宜的生产方法,把社会必要劳动减少到新的更低的标准”^{[7]217}。在部门之间同样如此,虽然利润转化为平均利润,但个别部门因为运用先进生产技术仍然可以使个别成本低于部门平均成本从而个别生产价格低于部门平均生产价格,因而仍可以获得超额利润。劳动生产率的提高会带来商品销售总额利润的增加,“商品价格下降,而数量已经增加的变得便宜的商品的利润量增加,这种情况实际上只是利润率下降,而利润量同时增加这个规律的另一种表现”^{[7]257},竞争的结果是社会整体福利的上升。

2. 竞争促使市场供求平衡

在市场上的商品,只有满足市场需要才能实现其使用价值,在私人生产的背景下,生产与需求是一对矛盾,“矛盾是怎样解决的呢?通过竞争解决的。竞争又怎样解决问题的呢?非常简单:凡是品种、数量不符合当前社会需要的商品,竞争就使它们的价格落到它们的劳动价值之下,通过这种曲折的途径,使生产者感觉到,他们或者是生产了根本不需要的东西,或者东西本身虽然需要,但生产的数量已经超过需要、成为多余的了。……单个的商品生产者只有通过产品的跌价和涨价才亲眼看到社会需要什么、需要多少和不需要什么”^{[4]214-215}。可见,通过竞争的波动,商品价

格对商品价值不断背离,市场的供求实现了平衡。

3. 竞争促使资本积累扩大

马克思在《资本论》的第一卷写到“在其他条件不变时,商品的便宜取决于劳动生产率,而劳动生产率又取决于生产规模。因此,较大的资本战胜较小的资本”^{[5]686-687},他很早就对规模经济有了科学的认识。马克思看到有一些中小资本家被“挤到那些大工业还只是零散地或不完全地占领的生产领域中去。在那里,竞争的激烈程度同互相竞争的资本的多少成正比,同互相竞争的资本的大小成反比。竞争的结果总是许多较小的资本家垮台,他们的资本一部分转入胜利者手中,一部分归于消灭”^{[5]687},因而指出“竞争迫使资本家不断扩大自己的资本来维持自己的资本,而他扩大资本只能靠累进的积累”^{[5]650}。在马克思看来,随着剩余价值不断被转化,资本之间的争夺也越发激烈,竞争的结果必然导致单个资本的积累和资本之间的集中,从而为资本有机构成的提高创造了条件。

4. 竞争促使产业分工与协作

为获得更多相对剩余价值在竞争中处于更加有利的地位,资本主义以分工与协作为基础组织生产。分工使局部工人终生从事某种固定操作,有助于操作经验的积累,有助于劳动方法的完善、劳动效率的提高和劳动工具的改进,“由于职能的简化,学习费用比手工业者要低……由学习费用的消失或减少所引起的劳动力的相对贬值,直接包含着资本的更大增值”^{[5]388}。协作不仅提高了个人生产力,而且创造了一种被马克思成为“集体力”的生产力,如马克思所言“协作可以与生产规模相比相对地在空间上缩小生产领域。在劳动的作用范围扩大的同时劳动空间范围的这种缩小,会节约非生产费用,这种缩小是由劳动者的集结、不同劳动过程的靠拢和生产资料的积聚造成的”^{[5]365}。

5. 竞争促使国际市场的形成

马克思指出,随着资本集中,“规模不断扩大的劳动过程的协作形式日益发展,科学日益被自觉地应用于技术方面,土地日益被有计划地利用,劳动资料日益转化为只能共同使用的劳动资料,一切生产资料因作为结合的社会劳动的生产

资料使用而日益节省,各国人民日益被卷入世界市场网,从而资本主义制度日益具有国际的性质”^{[5]831}。国际市场形成后,“国家不同,劳动的中等程度也就不同,有的国家高些,有的国家低些,于是各国的平均数形成一个阶梯,它的计量单位是世界劳动的平均单位”^{[5]614},商品在国际间的交换要以国际价值为基础,价值规律在国际市场上的运用,正是通过竞争来实现的。

在充分肯定竞争的积极意义的同时,马克思在《资本论》中,也对竞争的局限性做了精辟的分析,那就是以私有制为基础的资本主义市场经济中,因为盲目竞争会造成社会生产的无政府状态,从而导致社会资源的巨大浪费。“资本主义生产方式迫使单个企业实行节约,但是他的无政府状态的竞争制度却造成社会生产资料和劳动力最大的浪费,而且也产生了无数现在是必不可少的、但就其本身来说是多余的职能”^{[5]579}。

四、以《资本论》竞争理论为指导提升我国贸易竞争力

国际贸易是马克思经济研究的一个重要方面,他制定的“六册计划”(资本、土地所有制、雇佣劳动、国家、国际贸易、世界市场)中,把国际贸易作为专门的一个部分进行写作。国际贸易与竞争密不可分,这种竞争的广度、深度和强度都比国内资本的竞争更为激烈。改革开放以来,我国实施对外开放战略,积极参与国际经贸合作与竞争。至2011年,我国贸易总额位列世界第二,仅次于美国,出口列世界第一,已进入世界贸易大国行列,但应当看到,我国还不是世界贸易强国,我国贸易发展还存在发展方式较为粗放、贸易竞争力不够强、贸易结构不合理、创新能力不足等问题。在新的发展时期,我国如何把握机遇,调整战略,加快推进外贸发展方式转变,增强竞争力,是需要认真研究的课题。我国应以《资本论》的竞争理论为指导,从我国实际出发,充分发挥竞争的正面作用,实现我国外贸强国的目标。

1. 更深刻地融入到世界经济中

全球经济一体化是当今世界发展的必然趋

势,一个国家不能脱离其他国家而独立发展,而某一个体在生产中的缺失则又可能导致整个生产的延缓,正如马克思所言“社会关系的含义在这里是指许多人的共同活动……一定的生产方式或一定的工业阶段始终是与一定的共同活动方式或一定的社会阶段联系着的,而这种共同活动方式本身就是‘生产力’”^{[2]33},合作在某种意义上是竞争的延伸,通过国际间经贸交往的“共同活动”,可以带动生产力的发展。因此,我国应进一步参与全球化进程,充分利用两个市场、两种资源,既敢于竞争对抗,又谋求合作互惠,在国际竞争中不断拓展空间,只有这样才能“摆脱种种民族局限和地域局限而同整个世界的生产(也同精神的生产)发生实际联系,才能获得利用全球的这种全面的生产(人们的创造)的能力”^{[1]89}。

2. 有效增强创新能力

创新是获取竞争优势的基础,是贸易的生命。创新首先意味着要使用新的技术,提高劳动生产率,马克思提出要“想方设法在竞争中取胜,孜孜不倦地采用价钱较贵但能进行廉价生产的新机器,实行新分工,以代替旧机器和旧分工,并且不等竞争使这些新措施过时,就这样做了”^{[1]376}。我国要紧紧跟上新一轮科技革命的步伐,贯彻实施“创新型国家”战略,加强产业关键核心技术和前沿技术研究,支持企业自主研发,着力推进原始创新,大力增强集成创新和联合攻关,为贸易竞争力的提升提供动力支持。创新也意味着要提供有吸引力的产品,如马克思所说,“要求生产出新的需要,发现和创造出新的使用价值”^{[7]391},我国要大力实施产品差异化战略和品牌战略,鼓励企业在品种、设计、外观、品质、营销等方面创造独特性,避免同质竞争,满足各种不同的消费偏好,引导新的消费模式,在对外贸易中确立并保持竞争优势。

3. 促进贸易与投资的互动

国际贸易是国际投资的先导,通过贸易可以熟悉对方市场,发现投资机会,从而引导投资进入。投资则是贸易的基础,外贸产业的发展、规模经济的形成、全球营销体系的构建都要以雄厚的国际资本投资为后盾。从企业来看,马克思曾

经指出“按照不同企业中生产的发展,投资有一个标准最低限额,达不到这个限额,一个企业就没有竞争能力”^{[6]286},当前资金短缺仍是困扰我国很多生产、贸易企业的大问题,仅仅依靠企业的自我积累无法满足激烈的竞争需求,吸收利用外资是促进企业快速成长的有效途径。因此,我国一方面要认清投资与贸易相互融合的大趋势,进一步提高贸易自由化和投资便利化程度;另一方面要积极探索利用外资新方式,围绕产业规划策划一批带动性强的重大项目,生成一批具有相当规模优势的产业链龙头项目或有望形成产业规模的产业链龙头项目,以及为产业链龙头项目配套的上下游项目,有针对性地开展产业招商,鼓励外资以合资、入股、并购等方式嫁接内资,鼓励我国企业到境外上市融资,从而提高企业的整体实力和竞争力。

4. 发挥物流业的驱动作用

马克思在《资本论》中强调“虽然商品价值超过它的成本价格的余额是在直接生产过程中产生的,但它只是在流通过程中才得到实现”^{[7]51},这很清楚地表明,生产和物流是驱动经济增长的“双轮”。现代物流业由于服务深度、流程长度、覆盖广度的不断增加,对降低贸易活动成本,提高产、供、销、运的整体经济效益,推动世界经济和贸易的发展发挥着无可估量的作用。我国要大力培育第三方物流业,引导企业将外部的物流业嵌入企业生产管理环节中,有效整合供应链资源,通过物流业的关联,使生产企业与供应商、销售商之间建立战略联盟关系,提升企业仓储、运输、装卸、搬运、分拣、包装、信息处理等环节的专业化水平,提高出口产品的全球配送能力。我国还要加快交通基础设施建设,以公路、铁路、航空网络为依托,推动现代物流业以沿海港口为节点向内向外延伸。要不断完善信息系统,建立统一的集装箱、货物、航线与商务等信息服务中心,建立与主要港口、代理、货主、以及海关、银行、保险、商检等部门之间的横向联网系统,以适应外贸发展需要。

5. 推动产业集群化发展

产业是贸易的基础,马克思十分强调产业在分工基础上的协作,“一方面,协作可以扩大劳动

的空间范围,……另一方面,协作可以与生产规模相比相对地在空间上缩小生产领域”^{[5]365}。当前,国际竞争的发展进一步推动了国际分工的细化,由过去单一的垂直型分工发展为垂直型、水平型和混合型等多种分工形式并存的新格局,而一国具有竞争力的产业往往是由许多相关产业组成的产业集群,产业集群是一种典型的集地理区域分工与产业分工于一体的现象,集中体现了生产社会化,是一种先进的生产协作形式,产业集群有利于形成上下游产业互补,缩短沟通渠道,共享技术信息,集聚专业人才,共用营销渠道,节约生产成本,降低交易费用,从而建立竞争优势。大力推进产业集群发展,更有利于实现马克思所提的部门间竞争的效率。我国要根据产业特性,促进专业化分工和相关企业在地域上的相对集中,推动高技术产业带动传统产业的改造升级,提升传统产业集群技术装备的自动化、信息化水平,实现集群的技术进步和产品更新换代,由劳动密集型和低成本型向创新型、技术型、特色型集群转变。加快国内产业集群与国际产业转移对接,实现产业结构的合理化、高度化和密集化,逐步形成以主导产业为支撑、优势产业和其他新兴产业相配套、具有较强竞争力和特色的现代产业体系。加大对产业集群公共要素的投入,建立具有技术研发、咨询培训、信息化、物流和电子商务等功能的公共服务平台和支撑体系。抓住特色工业园区作为产业集群培育、发展与壮大的基点,推动各类园区体制、机制和管理创新,促进园区进一步发挥集聚效应和辐射效应。

6. 着力提高企业竞争力

企业是经济活动的主体,也是参与贸易竞争的主体。在马克思生活的时代,企业的竞争主要围绕价格展开,《资本论》中是这样描述的“如果对这种商品来说,需求超过供给,那么,在一定限度内,一个买者就会比另一个买者出更高的价钱,这样就使这种商品对全体买者来说都昂贵起来,提高到市场价值以上;另一方面,卖者都会共同努力,力图按照高昂的市场价格来出售。相反,如果供给超过了需求,那么,一个人开始廉价抛售,其他的人不得不跟着干,而买者却会共同

努力,力图把市场价格压到尽量低于市场价值”^{[7]216},而现代企业竞争则更为立体。我国外贸企业一方面要打破以自我为中心的格局,从市场需求出发,建立以消费为中心的生产和营销理念,要因势利导制定竞争战略,科学选择价格、质量、品牌、技术、管理等作为竞争手段。另一方面,我国外贸企业要积极改进经营管理,建立现

代企业制度,有效降低经营成本,提高劳动生产率,通过全面质量管理,把外部市场需求和内部效益成本有机结合起来,适应生产内在规律和竞争外部强制的要求。同时,我国外贸企业要积极采用全球供应链运营模式,努力掌握供应链条最核心的业务和最具增值空间的环节,提高定价方面的话语权。

参 考 文 献

[1]马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集:第 1 卷[M].北京:人民出版社,1972.
[2]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第 3 卷[M].北京:人民出版社,1979:33.
[3]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第 4 卷[M].北京:人民出版社,1972.
[4]马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集:第 21 卷[M].北京:人民出版社,1965:214-215.
[5]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第 23 卷[M].北京:人民出版社,1972.
[6]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第 24 卷[M].北京:人民出版社,1972.
[7]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第 25 卷(上)[M].北京:人民出版社,1974.
[8]马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第 46 卷(上)[M].北京:人民出版社,1979.



(上接第 16 页)

参 考 文 献

[1]刘冉冉.1651 至 1849 年清朝政府对澳门的管治研究[D].济南:山东大学,2007:11.
[2]温家宝.在中葡论坛第三届部长级会议开幕式上致辞[EB/OL].(2010-11-13).http://www.gov.cn/ldhd/2010-11-13/content_1744926.htm.
[3]刘冬杰.2011 年中国与葡语国家进出口贸易同比增长 28%[EB/OL].(2012-02-02).http://news.zynews.com/2012-02/02/content_1875642.htm.
[4]张兴慧.中葡关系发展面临难得机遇——访中国驻葡萄牙大使张备三[N].中国青年报,2010-11-05(3).
[5]郭金超.温家宝结束巴西之行:成果丰硕全面提升中巴关系[EB/OL].(2012-06-23).<http://www.chinanews.com/gn/2012/06-23/3981159.shtml>.
[6]王优玲.2011 年中国进出口增 22.5% 逾 3.6 万亿美元[EB/OL].(2012-01-11).http://www.mof.gov.cn/zheng-wuxinxi/caijingshidian/xinhuanet/201201/t20120111_622537.html.
[7]鲁扬.中国与葡语国家合作前景广阔[EB/OL].(2010-12-22).<http://gb.cri.cn/27824/2010/12/22/110s3098530.htm>.
[8]郭永中.澳门建设中葡商贸合作平台的战略思考[J].理论学刊,2011(10):67.
[9]蒋安全,傅旭,崔鹏.中国—葡语国家经贸合作论坛第三届部长级会议在澳门开幕[N].人民日报,2010-10-14(3).