

# 建议供给侧改革莫忽视需求管理

程名望

根经济学和撒切尔主义。通过梳理,可以清晰地发现:供给和需求一直是经济运行的两条主线,供求平衡一直是各国经济政策所追求的基本均衡。当前,中国经济所面临的问题,不仅是增速放缓的总量问题,更是供需失衡的结构性问题,有效需求不足和有效供给错位同时存在。一方面,就需求侧看,有效需求要满足“有需要”和“有购买力”两个基本条件。由于收入分配和贫富差距等原因,对低收入阶层,面临的是“有需要”但“没有购买力”,即“买不起”。这种差

距在房产购买方面比较突出。对高收入阶层,则是“有购买力”但“没有需要”,或者需要的商品或服务国内没有供给,即“买不到”。例如对品牌服装或某些高档消费品,高收入阶层往往通过出国旅游或海外代购的方式实现购买。另一方面,就供给侧看,有效供给需要满足“生产得出来”和“卖得出去”两个基本条件。但目前看,有些产品“生产得出来”但“卖不出去”,即“产能过剩”。这种情况主要出现在传统行业,例如中国钢铁产量占全球钢铁总产量比例居高不下,仅仅中国

的钢铁产量就能满足全球需求,导致中国一些钢铁企业处于“僵尸”状态。有些产品则是“卖不出去”但“生产不出来”,即“没有产能”。这种情况主要是高精尖产品,例如仅仅计算机芯片,中国2015年的进口额就超过2000亿美元。

由此可见,中国经济所面临的问题是复杂的,有效需求不足和有效供给错位同时存在。因此,我们要尊重中国实际,建议在谈供给侧改革的同时,不要忽视了需求管理。(作者为同济大学经济与管理学院、可持续发展与新型城镇化智库教授,东方学者)

## 新民时论

寒假期间,重读两部经济学典籍,想到近期理论界和实践界对供给侧改革的热议讨论,在此想梳理一下经济学和经济政策的发展脉络,谈谈对供给侧改革的一点建议。

1776年,经济学之父亚当·斯密完成《国富论》,标志着经济学诞生。亚当·斯密的经济学体系有个公式,即幸福=效用/欲望。在这个公式中,“效用”是指人们从消费或服务中得到的满足感,也就是“供给”,产品或服务越丰富,人们的幸福感就会越强。“欲望”是指需求,需求越大,欲

望越强,人们的幸福感就会减弱。在亚当·斯密时代,社会的核心问题是供给,即如何提供更多的产品和服务,解决产品供不应求问题。其时经济学家们笃信市场的力量,相信“看不见的手”可以有效地配置资源,提高生产率,迸发丰富的产品或服务供给,且供给可以自主地创造需求,这就是古典经济学。

工业革命之后,供不应求的局面快速扭转,人类社会总体上进入供大于求的时代。供需持续失衡,直到20世纪30年代的经济大萧条爆发,资本主义世界第一次经济

危机发生,随后凯恩斯主义诞生,其核心是“需求侧”,主张刺激有效需求,认为需求能够决定供给,拉动经济增长,主张投资、消费、出口“三驾马车”,这就是新古典经济学。

到了20世纪70年代,石油危机爆发,这是资本主义世界的第二次经济危机。高通胀、高失业的滞胀现象出现,经济增长乏力,凯恩斯主义失效。为了应对这次危机,以美英为代表的西方发达国家,抛弃凯恩斯主义,采取了供给学派的观点,实施了减税或国企改革等措施,让经济回归繁荣,这就是里

## 彼法非此法

任大刚

### 结舌者言

近年来,每每发生恶性犯罪,按律当判死刑之时,总有呼吁减少或废除死刑的声音。参与呼吁的一开始是法学家,后来一般人文学者也参与其中,最近,连天主教教宗方济各也再次为废除死刑发出呼吁。

根据刑法学者刘仁文教授统计,现在世界上有70%以上的国家和地区已在法律上或是在事实上废除了死刑。2011年,只有21个国家(地区)实际执行了死刑。

全世界逐渐废除死刑是个趋势,很多数据表明,死刑对威慑犯罪、降低犯罪率并没有想象中那么有效,而且在法律上,死刑的判决和执行也存在逻辑上不能自圆其说的地方。

但在中国民间心理中,虽则相当多的人对儒家的仁义思想礼敬有加,但一涉及具体案例,普遍仍对包括死刑在内的重刑处罚情有独钟。有人总结出“儒表法里”是传统中国的统治术,而实际上,民间对此也存在高度认同。

对重刑处罚的偏好,也体现于韩非子所讲的故事里。

齐景公上門看望晏子,说道:“您的住宅太小了,还靠近集市,我想请您把家搬到豫章的花园里去。”晏子拜了两拜,推辞说:“我家里穷,靠近集市便于买东西吃,所以早晚都要赶集,不能离得远了。”景公笑着问道:“既然您家的人熟悉市场行情,那么一定知道什么贵什么便宜了?”

这一时期,齐景公实施的刑罚很多。晏子回答说:“断脚者穿的踊贵,常人穿的鞋便宜。”景公说:“那是什么缘故?”晏子回答说:“是因为刑罚太多。”景公惊讶得脸色大变,说道:“我大概太残暴了!”于是减少了五种刑罚。

韩非子对晏子的劝谏非常生气。他认为,晏子说踊

贵并不是真心话,而是想借此劝说景公不要多用刑罚。这是晏子不懂治国之道。刑罚恰当,就不要嫌受罚的人多,刑罚不当,就不要为受罚的人少感到高兴。晏子不把刑罚不当的事情告诉景公,反而以用刑大多来劝说景公,这是不懂统治术。

韩非子打比方说,爱惜茅草便会损害庄稼,宽待盗贼便会伤害良民。现在减轻刑罚,实行宽待就是便利奸邪而伤害好人,这不是治国之法。

韩非子对晏子劝谏的解读,集中体现了严刑峻法思想。他不关心被处罚的人多还是少,而只关注到处罚是否恰当,即按照刑律,是判轻了还是判重了,而不是刑律本身的设置是否恰当。韩非子认为,刑律的设置是君王的权力,晏子是无权过问的,所以齐景公减少五种刑罚,韩非子便大为不满。他表面上指责晏子不懂统治术,实际上是认为晏子侵夺了齐景公的权力。他更不认为单就统治术而言,除了“硬”的一手,还有“软”的一手。

齐桓公喝醉后丢了帽子,觉得很丢人,三天不敢上朝。管仲说:“这是国君的耻辱,您何不搞好政事来洗刷它呢?”齐桓公听从了管仲的意见,开仓放粮,轻罪释放。过了三天,民众就唱道:“桓公为什么不再丢失帽子呢?”

韩非子认为,开仓赈济穷人,是赏赐无功之人;审查囚犯把轻罪的人释放,是不惩罚有罪之人。赏赐无功之人,则民心心怀侥幸,希望于君王那里获得意外的赏赐;不惩罚有罪之人,则民众就容易为非作歹。这是国家混乱的根源,怎能算是用来洗刷耻辱呢?

韩非子就是这样容不下一点仁义的举措。如果他活到今天,对废除死刑、减刑、监外执行、假释之类更为人性的举措,一定大力反对。就此意义上,在今天看来,传统法家哪里有一点法治的意味?

## 支付的“苹果”尚待甜蜜

朱绩崧

### 北窗絮语

仿佛一夜之间,“苹果”又一次占据了办公室闲聊话题的高地。“你绑了么?”“我绑了,但是不知道怎么用。”“很奇怪,我就是绑不上,银行验证通不过。”“没事,再等等,有人告诉我,系统是分批开放卡号的,到12点全部开放。”“我是Visa卡,他们说,要在系统设置里,把地区改成美国才可以。”“啊!我手贱,把工行卡解了绑,可现在不给我重绑了!玩不下去咯,肿么办?”

再刷刷朋友圈,各种“苹果支付”的段子满天飞。有一则,看得我笑煞,贴的朋友跟我说,这是她亲眼所见的真事:某君在星巴克刷“苹果”,好几分钟还没出来,收银员因为这项业务比较新,而且银联、各家银行政策又不一样,帮不上忙,于是某君提出还是刷POS吧,“稍等,我回座位取信用卡!”朋友和她同事紧排在他身后,同事掏出自己的卡,“别麻烦了,你这杯我请,我赶着回去开会呢!——苹果支付,你怎么不付猕猴桃呀?”随手,还真就把单给埋了。

我们从信用卡普及,到银联推广Quick Pass闪付,再到连卡都不要了,直接掏手机“苹果支付”,这一条个人小额支付的进化链走得很快,三五年而已。加上银联、银行不断砸钱猛推,动辄满30减10块,刷任意一笔送15000积分,一时间,热爱薅这把小“羊毛”的用户队伍简直是飞速壮大:据一项统计,最震撼的记录是1分钟,全国有8万多张卡绑定了“苹果支付”。两个字足以概括这番静悄悄的大场面:热闹!

可热闹完呢?在家乐福,我看到因为建行名额已满,没刷出优惠的消费者在向店长抱怨:“怎么都没有通知的

啦!早晚得,我明天开门就来了!”刷出的,也正纳闷:“不是说不要密码么?怎么不但要锁屏密码,还要信用卡密码,还要POS单签字,比平常刷卡都慢啊!”这两位意见其实点出了个人小额支付发展的终极目标:确定与便捷。用不确定的优惠去吸引饱受信息不对称之苦的消费者,这是消费主义惯用的拙劣伎俩,最终导致消费疲劳。高举便捷的大旗,实际上比常规支付手段更繁琐,那在热热闹闹的促销活动偃旗息鼓之后,试问消费者为什么还要选择你“苹果支付”,而不是你这条强龙宣称要与之竞争角力的地头蛇“支付宝”、“微信支付”呢?人家天天地利,做得成熟多了。

与其这样“忽如一夜春风来”——多数银行卡用户根本不知道自己的“苹果”设备于某日拂晓5时整开始,在“钱包”这个应用里,多出了添加银行卡的功能——但万事并未皆具备,甚至有的大银行都是在最初的高潮过了几乎一周之后,才用微信公众号推送通告,宣布本行“苹果支付”推广活动是从2月18日(追溯)开始的,倒还不如开张低调几分,等软硬件支持测试完毕,收银员培训熟练,再通过银联协调,银行们一家挨一家开始推广,安安稳稳派送优惠福利。也就是说,一切活动都奉“确定、便捷”为原则,而不能用“热闹”压倒一切。须知“热闹”是给自己和同行“扎台型”看的,“确定、便捷”才是真为消费者着想,落实个人电子支付产业的供给侧改革。

我是每天都吃苹果,用“苹果”的。吃苹果,就怕太酸。用“苹果”,别的都满意,自感总体性能确实优于同类其他产品一大截,但从支付这一项看来,目前为止,这只“苹果”还有待更甜蜜一些吧。

## 虚拟的虚

姜泓冰

### 拾字街头

互联网时代,赤膊创业苦苦撑持靠一个点子一种模式成功、发大财的英雄神话,比比皆是,每天都在年轻人中间传来传去。互联网时代的创业,互联网技术就是头一道门槛,懂得了入门,不懂的落伍。有了点子和技术,还得会讲故事、做概念,然后才有机会让“羊毛出在狗身上,让猪来买单”。

这样的逻辑,正在驱动着一些创业者过分看重互联网,在网上高打高走,却忘了“+”的另一头,那些实实在在的传统功夫。

不久前买水果时也想网购。找到一家在本地颇知名的网络配送基地,水果价格不便宜,但广告打得足够动人,幻想着每一种水果都来自独一无二的地点,绿色有机,贵得很值。水果送到,一箱橙子装在挺括的纸板箱里,箱体上赫然印着“初恋般甜蜜”,底下科普说,长在北纬某度的橙子,才是甜度更高、口感最佳的好水果。打开箱子,还有一封手写的“情书”,细腻描绘着初恋时朝思暮想牵肠挂肚的各种甜蜜感受。每只水果也独立包装得一丝不苟,拿去送人,当真是体面过人,扒开最后的遮蔽,露出来几只瘦小干瘪、买了几百回从来未曾见过的小橙子。拿好货常是貌不惊人来鼓励自己,切开来一尝,酸度也是惊人。仔细一想,也很合逻辑——“初恋的滋味”,都是想时甜蜜,结果多半酸得牙倒。

不久前的另一次网购,送来的巨大纸箱上印着显眼的广告语,不雅到惊人,放在人来人往的大堂里,我取时人人坏笑。打开,不过是一把学生用电脑椅,想要把它装配起来,却发现不是这里不对板,

就是那里拧不上,完全与包装和广告的那般完美舒适无关。

而想起涉嫌用虚假房屋信息乃至非法金融产品骗得顾客签约交易的房地产中介链家。近来正是各路新兴的房地产、汽车等大宗商品网络中介抢夺市场份额的高峰,耳边聒噪、眼前乱晃的都是“语不惊、人死不休”、俨然完全公益事业的新派广告语,比如链家的“100%真房源”和“五大服务承诺”;另一家则以当年午夜电视购物频道的腔调反复唠叨一句“佣金只收一个点”来留下强制记忆。

熟悉运用互联网时代新技术,打通信息梗阻、降低服务成本,让年轻的“互联网+”企业得以赢得实体小店们门庭冷落和纷纷倒闭,取而代之,占了市场份额。然而,长处也正是短处。从虚处入手,擅长“虚拟”行为模式的链家们,一不当心,就会露出下半身脱节导致的虚弱相——没有过在实体经济的摊档小店摸爬滚打的经历,约束不好最核心的产品和服务质量,再强大华丽的网络新技术和营销手段,都只能是昙花一现。“互联网+”如果不能蜕变接通“实业+”,只以最短周期捞一票、做大卖掉的模式行事,难免要带来自身的苦头和社会的灾难。

上海街头,曾经人头攒动的许多知名百货,如今持续着寥落的现状;但另外一些,分明已开始找到与互联网共舞互动的新节拍,正在隐隐透露出未来实体商家新业态的模式。

最终,我又重新回到了弄堂口那家相熟的水果店,赤橙黄绿,眼前层叠铺满的各色果实映起丰收般喜悦,挑挑拣拣时光滑沁凉的手感更带来无可替代的踏实和愉快。