

市场体系发育进程中的农民与农村变迁

Peasants and Countryside's Changes in the Development of Market System

丁元竹

(北京大学社会学系)

一、农民：最早进入市场的主体

从我国 14 年改革的历程看,农民是最早作为市场主体进入市场的。1979 年开始实行包产到户的责任制,结果是农村劳动力和资金的大量剩余,这就为农村的多种经营创造了条件,从此涌现出了大量的兼业户、专业户和重点户。他们的出现和发展暴露了农村供销体制等方面的局限性,各种矛盾冲突迫使国家不得不着手农村商业体制的改革,推动流通渠道向适应农村商品经济发展的方向转化。改革初期,个体农户社会化和专业化商品生产的迅速发展推动了农村各类流通手段的进一步完善。

个体农户的出现及其多种经营的生产方式造就了农村最初的职业分化。社会分化也随之发生。不同农户条件的差异造成了农户之间收入和分配上的不平等,人们按收入的不同而居于不同的等级,这是市场经济对农村社会结构的第一次冲击。应当说,发生在这个阶段的分化依然是同一产业内部不同职业的分化,由于土地资源的有限制使用,这种分化没有造成太大的贫富悬殊。1990 年,我国农村发达地区之一的江苏省的基尼系数不超过 0.4。

真正标明农村社会分化的是乡镇企业的崛起。如果说个体农户的出现推动了农村商业体制的改革,那么乡镇企业的兴起则推动了整个产品市场的发展,并部分地推动了要素市场的发展。1991 年乡镇企业产值突破 1 万亿元后,有人说乡镇企业的机制就是市场机制。此类提法有其道理,但并非全对。总的来说,乡镇企业的大部分产品是通过市场销售的,也有一部分是通过大型国有企业的销售渠道出售的。应该说,乡镇企业的产品基本上是进入市场的。另外,它所需要的原材料也基本上是自己通过

市场解决的。由于无计划可循,乡镇企业往往以销定产,在这一点上它不同于国有企业。当然,不少地区的主管部门也向乡镇企业下达生产指标,但都是一般性的生产指标,如利润、工业总产值、销售收入等,不属于产品指标。乡镇企业是继个体农户之后,进入市场的又一类主体。作为市场主体的乡镇企业也比较复杂,种类繁多,如村办、镇办、个体、联户、股份合作,等等,且因地区不同而有所不同。胶东 90% 的乡镇企业是镇办的,淄博市是以股份合作制为主体,温州则以个体为主。乡镇企业的兴起所引发的农村社会结构的变动是巨大的。一方面,它的生产方式规定了“农民工”的特定的行为模式,使其有别于原来的群体,同时,他们的收入也高于农民;另一方面,农民企业家成为一个新的阶层,由于乡镇企业经营上的某些特点,使得他们有着极重要的地位,对于当地政府来说,他们是重要的财源,对于所在社区来说,他们拥有丰富的关系资源。

乡镇企业的交易行为较国有大中型企业更具有市场化特征。一位全国知名的农民企业家不无感慨地说:“千难万难就是我们的经济关系没疏通。千难过万难过,归根到底是人关难过……为了解放生产力,就得研究一切,豁上一切”。在交往中,乡镇企业往往赋予这种行为以一定的价值,并以一定的价格表现出来,对有利于企业经营的交往进行必要的资金投入。这位著名的农民企业家说:“乡村企业‘过人关’,先是海参、海米、干贝丁,再是彩电、冰箱、收录机。这几年又多了‘三金’:金戒指,金耳坠,金项链,还有‘大团结’”。所以在乡镇企业的财务核算中,列入产品成本的管理费用的比例相当高,有的地区占销售收入的 5% 以上。曾经有一个时期,在苏南等地,人们把乡镇企业的这种交易行为斥之为“不正之风”,并以此来否定乡镇企业。在一个相当长的时期内,乡镇企业也因此被弄得名声不佳。现

在看来,乡镇企业赋予交易行为以内在价值的行为是有重要意义的。一方面,它使进入经济活动中的各种活动具有价格,开拓了市场范围;另一方面,它肯定劳动力进入交易活动中是一种商品。当然乡镇企业的交易行为也不是没有问题,它在某些方面延伸到政府机关和国有企业,在与其工作人员的交易中,把国家的资产低价购入,造成了国有资产在一定程度上的流失。当然,并不只是乡镇企业才采用这种形式,某些私营企业也采用这种形式。1991年国有资产流失达700亿之多。

我们在此所说的乡镇企业的市场化行为主要是以发达地区为依据的,换句话说,是从发达地区的实际发展中抽象出来的。事实上,中国各地近14年改革发展不平衡,而地区性的不平衡主要表现为乡镇企业发展的不平衡。

不可低估农民在推进社会主义市场发育中的作用。他们创造了市场经营的微观机制,并通过发展乡镇企业提高自己的收入,使自己的经济地位大大提高。乡镇企业作为市场主体几乎没有人低估它的作用。不少亿元村,如江苏的华西村、山东的西关和西牟里的兴起正在冲击着以往人们对农民轻视的心理和观念。农民的发展在其阶级和阶层内部形成了新的结构特征,由于收入的变动和乡镇企业的崛起,中国农民从整体上改变了中国社会的结构。

二、农民进入的是一个发育不完全的市场

现在看来,还不能说乡镇企业完全是一种市场机制,因为到目前为止,中国的市场体系并没有完全发育起来,中国的农民自然也不能以独立的市场主体的形象出现。我们可以把市场分为两类。一类是商品市场,另一类是要素市场。后者包括劳动力市场、资金市场、信息市场、原材料市场,等等。乡镇企业的产品大都是自己通过销售机构进入商品市场销售的,而生产要素的许多部分没有完全进入市场。劳动力的招收不能完全在劳动市场中实现,即使在乡镇企业发达的苏南和山东半岛,劳动力的招收必须通过政府的有关部门,临时工以外的合同工要由区(县)一级政府下达招工指标。有的地区的乡镇企业的福利待遇仿照国营企业的标准进行规定。某省一家全国有名的大型乡镇企业1987年以来招聘了100多名工程师和技术人员,招聘的前提有两个:一个是工资收入高,另一个是其档案都存在县级以上政府的人事部门,工资的晋升也由人事部门规定。资金没有完全进入市场的标志之一是银行没有企业化,它仍然是政府职能的一部分。信息进入市场看来要经历一个更长的时期,企业和经营者都需要信息,但谁也没有用价格标明,至今它仍然是

没价格的商品。

乡镇企业不能作为一个独立的市场主体出现的制约因素是它与政府及权力机构的关系。与国有大中型企业相比较,乡镇企业的自主权是多一些,比如定价权、财产处置权等。但乡镇企业和村办企业没有绝对的财产处置权。以乡镇一级企业为例(这类企业占乡镇企业总数的60%以上),它的财产属财政所有,归乡镇政府所有实际上只是一种虚拟产权。从我们调查的苏南和胶东来看,乡镇企业与政府的关系是:按销售收入的50%向乡镇工业委员会交纳管理费,按税后利润的10%向乡镇财政所交纳利润。乡镇工业委员会按月向企业下达生产计划(苏南没有这种现象),乡镇财政所年终对企业进行财务检查。上缴利润实质上就是企业向所有者交纳资产收益,但是财政部门对其资产的使用情况并不严格控制,也不向企业进行资金的投入。它对企业没有无限的责任。由于实行厂长(经理)任期责任制,作为企业法人代表厂长(经理)只对上级的计划指标负责。他们代表乡镇(村)政府对企业行施管理权。不少发达地区1985年以后也曾试行承包制,由于产权关系不明确和现行的干部管理体制存在的种种弊端,承包制实行不久就蜕化为厂长负责制,只要不触犯法律,就可以连任,企业亏损是次要的。产权模糊的直接后果是:

第一、资产流失严重。应当指出,与国有大中型企业比较,乡镇企业的资产流失的程度要低一些,但仍有流失。这种流失一方面产生于财务管理不严造成的各种假帐和呆帐;另一方面产生于企业工作人员对资产的侵吞。

第二、管理者的积极性调动不起来。企业生产指标与厂长(经理)的收入挂钩,在全部生产指标完成之后,厂长(经理)的年收入可高于工人收入2~3倍,一般情况是2000~4000元;在成绩突出的情况下,厂长(经理)可获得高于收入2~4倍的奖励基金。工厂本身无权决定奖金和工资的总额,权在乡镇政府或村政府,这种利益机制限制了管理者的创业冲动。对厂长(经理)的激励多半来自他们的职权消费,以及由使用资源的便利性所决定的他们在社区结构中交往和交易的便利性与成就感。

第三、职工的积极性也受到限制。这与国有大中型企业没有什么太大的区别。由于管理者的职权消费,劳资之间的冲突和矛盾是存在的,只是在各企业表现的程度不同,尤其是那些从外社区应召来的工人,企业对这部分人来说,如同过路客店。

第四、由于产权关系模糊,企业的上级部门可以随时对其摊派,某企业1992年接受摊派的项目达40余种,数额过百万元,其范围之大,名目之多,数额之巨,都是令人吃惊的。由于摊派具有不可预见性,乡镇政府和企业都无法将其纳入预算,这更

模糊了企业和政府的关系。摊派的直接结果有三个,一是企业为了应付各种摊派而不影响本企业的收入,将摊派列入成本,削弱了国家的税收和财政收入;二是影响了企业的正常积累,扩大再生产的企业基金被挤掉了,为了应付市场的需求和在市场竞争中立于不败之地,不得不向银行贷款,负债运行几乎成了目前大部分乡镇企业运行的特征之一;三是由于管理部门的不断扩大,企业上交利润部分或全部被消费,甚至还不足以支付消费,原先被人们所称道的乡镇企业反哺农业的资金也被挤掉了。

三、“离土不离乡”与“离乡不离土”

乡镇企业的意义最早通过它吸收了大批农村剩余劳动力而为人们所认识和肯定。最初“离土不离乡”的农民就业模式曾被一些社会学家所称道,认为它解决了被马克思称为进入共产主义的障碍的三大差别之一的“城乡差别”。不久,这种人口移动的模式就表现出了它的局限性:第一,由于农民离土而户口仍在村庄,他们依然必须从村中分得一块土地,必须完成一定的粮食生产指标。由于工厂生产任务紧张和工业收入高于农业的比较利益,许多农民工宁肯让地荒了,从而影响了农业生产的发展。第二,农民工占有土地,使得农村规模经济难以实现,直接影响了农村土地制度的变革,而制度性变革是中国农村发展的基本出路。

如果说“离土不离乡”是反映农民向小城镇转移的话,那么“离乡不离土”则是对离开本乡到外地寻求发展的农民行为的另一概括。“不离土”说明离乡农民仍占用土地外,“离乡”给农民带来许多意想不到的困难,使农民工在大城市成为一个地位极其低下的阶层。对于他们的生活影响最大的是他们的身份和受身份约束的各种待遇。从历史的发展看,这批农民工所面临的困难在逐渐地减少,这反映了市场化程度对于农民工的解放作用。

“离乡不离土”的农民能否真正地被都市接纳,根本取决于户籍制度的变革。户籍制度改革的出发点是打破户口对人口流动的限制,并取消由于户口差别所造成的各种福利条件的差别,使流入城镇的人口能够合乎正常标准生活。乡土性是中国农村社会的基本特性。费孝通教授说:“从基层看去,中国社会是乡土性的”,这种乡土性的特点之一是“乡村里的人口似乎是附着在土地上的,一代一代的下去,不太有变动”(费孝通《乡土中国》,三联书店,1985年,第1页)。费孝通虽然说的是传统中国社会的基本特点,但对于我们理解现时中国农村社会依然有很重要的意义。如果说早期农民人口不易流动归因于农业社会没有提供这种机会,那么,在20世纪下半叶中国农村工业大发展时期,农民人口的不

流动则应归因于限制人口流动的户籍制度。

不流动的乡土社会对于农村社会结构和农民观念都产生了影响。从社会结构看,利益群体与亲属群体的结合甚至重合,以及利益群体与“本地人”的重合,使其社会关系复杂化。利益群体与亲属群体的重合是发达地区农村社会结构的特征之一,由于农民的不离土和不离乡就自然使他们在经济活动中,先以亲属关系结成联盟,共同进行经营,以保证最大的经济利益。其表现有二:一是以亲属关系为纽带形成一个企业或村庄的核心领导层,即使在经济水平相当高的村落也是这样;二是一些已经发展起来的村庄和企业,招收了大批外地工人,本地工人的待遇高于外地工人,且领导岗位都被本地人占据了。从乡土文化中衍生出来的“家”的概念“是一个事业的组织,家的大小是依着事业大小,超过了夫妇两人所能担负时,兄弟叔伯可以集合在一个大家里”(同前第40页),家族和地缘关系是农村社会结构的基础,发达的乡镇企业和村落也不例外。

乡土文化影响下农民的行为还有如下两个特点:第一,农民的投资行为,获得较高发展的村落都不愿意到外地投资,资金不外流是它们的基本观念;第二,近来不少经济发达的村落兴起盖房热,标准之高令人惊叹,也有的村庄把资金用于豪华消费品。

另外,造成大量资金滞留和被消费的原因还有:第一,要素市场不发育,资金市场没有形成,一旦这些市场形成,会推动农民进入市场;第二,农民自身视野的限制,加上自身的文化素质,使得他们难以从宏观层次上把握全局,自然把握不准资金的合理流向。

“离乡不离土”和“离土不离乡”是两个内涵丰富的概念,既有文化的,又有制度性的;既有农民自身行为的,又有制度宏观层面的。这是决策者和理论研究工作者在新的历史时期应当给予极大关注的问题,也将是未来几年中国农村发展中即将暴露出的主要问题之一。

四、农民文化观念与行为的两面性

法制观念淡薄。费孝通教授在《乡土中国》中指出,农民的社会是一个礼治的社会,法的观念淡薄。目前来看,农村的礼治不多见,法的观念也很少。我们经常在实地研究中发现,农村,特别是发达的农村,私设公堂或任意惩罚违法者的例子常见。某村对外来做生意的欠款者,擅自扣押,且动用民兵执行;某发达地区的一村规定,凡外来盗窃者,被村治安队抓住,可任意打骂。名村名镇在本地影响大,关系纠葛复杂,一般的地方执法机关不轻易干涉,这本身又助长了农民违法。

这里的法是指宏观的国家法。在农村内部,农民们正在建立一套适合自己单位需要的法,其基础就是自己的本位。而这种从本位出发的法往往与国家法律发生冲突,这种冲突的解决将是整个国家法制建设的重要内容。

交易行为不规范。这在后起的农村和乡镇企业中表现尤为明显。发达的农村和乡镇企业把交易中人的行为都视为一种交易行为,并标明一定的价格,而后起的农村和乡镇企业仍依靠乡情和人情来进行交易。其结果是与客户发生感情和观念的冲突,造成许多矛盾。市场体系要求交易双方以自己的最大利益为基础,在此基础上进行交易,对此双方应当相互默契。目前,有相当多的农民不了解这一点。对于最先起步的农民来说当时各种行为没有进入市场,单凭人情和乡情也可以帮助农民解决一些问题,如计划内原材料、项目等,进入市场体系后,后起的农村必须调整自己的交易行为的选择,以面对严峻的挑战。

缺乏良好的公关形象。这是部分农民致富后的一个引人注意的现象。由于经济上获得一定的成绩,某些企业家自傲自大,与周围的群众和上级主管部门发生冲突,关系紧张,给自己的工作带来了不少困难。当然,这个问题有两层含义:乡镇在壮大之后,摆脱政府和上级主管部门的干预是企业走向市场的重要一步,有重要意义,这一点不能否认,但与社区及社区政府关系紧张不能不说是企业缺乏公关能力的表现,而公共关系的建立是市场经济所不可缺少的。中国目前已经有数十个亿元村,它们都是当地的明星,也是当地政府对外宣传的对象,对于他们来说,在今后一个时期,谁掌握住了与周围的公共关系,谁就掌握了未来。掌握与不同层面的人打交道的技巧,并使自己处于良好的公关环境中,是新一代农民成熟的标志之一。

五、农村社会变迁与变革的方向

中国农村未来的方向取决于目前正在进行的变革以及对于这种变革所采取的形式。几乎所有的农民企业家都在探讨这一问题,因为他们被寻求新的发展的思考所困惑。迈出大步的农村在探索,正

在迈步和没有迈步的农村也在探索,这就是中国农民正在进行的前无古人的事业。中国农村社会和文化的变革方向就隐含在农民企业家们一系列的探索活动之中。问题在于怎样给农民提供一个利于创造的宏观环境和农民自己如何去争取一个利于创造的环境。这在目前是极其重要的。

要着力培养一代农民企业家。农民企业家是农村社会及文化的体现,他们代表着农村文化的未来。政府应当放手让他们积极探索,对于他们的创造行为要热情支持,要相信农民的创造性。对于政府来说,这一点十分重要。许多政府官员和文化界人士尽管也承认农民的创造性,但在骨子里依然没有摆脱“农民是一个保守的阶级”的心态,对于农民的每一个创造总是持怀疑态度,对于农民的每一新的举动,每每认为是“越轨”和“傲气”。从根本上转变对农民的看法是农村发展所必需的宏观环境之一。这实质上已经说到了农村新文化与中国整个传统文化观念的冲突。

应当重新审视目前农民行为与现存文化和体制的冲突。不能把所有的冲突都归咎于农民阶级的落后性。严格来说,这种冲突中的相当一部分实质是农民的市场行为和计划体制的冲突。一个很简单的例子,某一名村来了几位要员达官,村支书拒不会见,但却对来村参观的农民企业家热情接待。他的行为被官员们说是“傲气”。说穿了,这是农民对于政府摊派行为的一种反抗。对于此类问题,无论是理论界和管理界都应当重新审视。这种冲突是中国旧文化与现代市场文化和市场体系与管理体制的冲突。农民阶级正在进行着艰难的探索。

中国农民目前所处的发展阶段以及他们所面临的问题并没有被文化理论界重新认识。在某种意义上他们被一部分所谓“现代文化人”误解。“痞子”运动是这部分文化人的内心对于农民评价的积淀。而这也是他们得不到农民支持的原因所在。所谓“没有用”是农民企业家对着一批文化人说的,因为他们脱离实际。农村社会发展、变迁、创造新文化需要文化人的共同努力,他们需要自己的代言人。而中国文化和文化理论的前途也在农民和文化人共同努力之中。

(责任编辑 孙立明)

(上接第8页)

眼点放在经济环境的建设上,明确良好的经济环境可以引导市场力量演出有声有色的活剧,实现真正的经济起飞,那将是思想的另一次飞跃。经济环境是经济发展的土壤。政府部门和计划工作者不把着眼点放在经济环境上,弄得不好,会做出破坏经济生态的,甚至拔苗助长的蠢事。

一种是整天想着赶超计划;第二种是只要效益

好,有多快就多快;第三种是把着眼点放在经济环境的建设上。这似乎是经济工作思想方法三个不同的境界。看起来越是不那么急功近利,实际经济效益可能越好。我们希望,有关部门会给经济环境更多的注意。广东省特别是珠江三角洲地区,在“不快,不快”的辩护之下,实现了高速增长。这一事实,很有一点经济学辩证法的哲学道理。

(责任编辑 蔡德诚)