

推动高质量发展的思考

◆徐 铭/文

党的十九大报告中，“质量”一词出现了16次，而“品牌”则零次。一位长期从事政策研究的学者问我：你怎么看？

我对党的十九大报告也认真学习和研究过，报告中提及的质量是指“发展质量”。其中，6次直指发展质量，其余的也是反映发展质量的不同维度，如供给、创新、开放、教育、生态、就业、军事、党建等，而不是简单的产品质量。事实上，用“产品质量”思维来解决“发展质量”问题，可能会将我们带入一个事与愿违的发展误区。

上海某专门为船厂提供船锚的公司，其生产的船锚寿命在150年以上，而其为船厂配套的船只使用寿命一般为30年，其船锚的寿命是船只的5~6倍，是否有价值浪费之嫌？金华一小伙游走41国，他在微信上拍卖其沿途用手机摄下的10幅照片，所得共2万多元，其中最高一张卖了5299元，这让那些扛着“长枪短炮”的专业摄影师情何以堪，因为他们的作品往往几百元也不一定卖得出去。一位买主道出了“真相”：这些照片，有故事！

我们不难发现：所谓“质量”，是指对于特定要求的符合性或适用性。这与ISO 9000标准（2000版）给出的概念不谋而合：质量的定义是“一组固有特性满足要求的程度”。

显然，在“产品质量”范畴内，有经济、社会、法律、行规等约束条件，此时的“质量”是“主要利益方”——顾客和厂商“博弈”的结果：顾客总希望“物超所值”，而厂商则要争取“收益最大化”。但在“发展质量”范畴内，提出“要求”的通常是强势的政府，笔者担忧：一些地方政府口号越喊越响，目标越定越高，罔顾质量的符合性和适用性，最终会不会偏离高质量发展的“初心”？

1978年诺贝尔经济学奖获得者西蒙曾提出，要以“有限目标”代替“最优目标”。西蒙认为，“最优目标”是难以实现的，管理中不可能按照最优化准则来进行决策的。我国“大跃进”年代提出的“多快好省”，看似“最优化”，但很难做到，通常的情况是“多了就快不了，快了就好不了，好了就省不了”，当年的事实也证明了这一点。

“发展质量”应该也是“一组固有特性满足要求的程度”，所不同的，它是一套宏观的经济社会发展的综合指标体系。中央经济工作会议明确提出“加快形成推动高质量发展的指标体系、政策体系、标准体系、统



计体系、绩效评价、政绩考核”，笔者不才，无法给出相对完备的系统化建议，只能提供颇为粗浅的鳞爪性思考。笔者以为，发展质量所对应的符合性和适用性要求，应该是各级决策层以及社会大众的集体理性的集合，这里面至少包含了价值理性、结构理性和工具理性三个层面。

首先是价值理性。人类社会的发展至今，发展经济学提出了包容性发展理念，即以人为中心，人与人、人与社会、人与自然和谐发展。我国改革开放以来的高速增长，也带来了一些深层次的矛盾，因而中央适时提出“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，这给“高质量发展”提供了明确的价值取向和决策准则。笔者认为，创新是动力、协调是节奏、绿色是底版、开放是途径、共享是目标。唯有如此，才能逐步化解“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾”。

笔者曾参观过一家卷烟厂的现代化生产车间，德国进口的全自动生产流水线让人叹为观止，但从介绍中得知，原先厂里的维修人员均已赋闲，因为这进口设备一出故障，他们已无能为力，还得请德国的工程师前来解决。“让机器替代人”——从微观层面、从企业角度来看是有利的，但当越来越多行业都如此施行的话，从宏观层面、从国家利益来看就未必是无害的。我国有效劳动力大部分来自农村，大多难以适应这样的技术岗位，当“失地农民”成为“无业游民”时，将给社会稳定带来隐患；而且这些自动化、智能化的生产“母机”又大多进口，可能成为诸

多行业发展的掣肘，这是否会威胁到国家安全？因此，“热”事物应该有相应的“冷”部门的研究对策，我们对五大发展理念决不可“热”了这头而“冷”了其他。

其次是结构理性。社会追求和谐，经济讲究均衡，结构理性对于高质量发展具有至关重要的意义。发展的不平衡不充分，主要是结构问题。国务院发展研究中心李伟主任曾归纳了“实体经济和虚拟经济、区域发展、城乡发展、收入分配、经济与社会发展、经济与生态发展”等6个不平衡，以及“市场竞争、效率发挥、潜力释放、有效供给、动力转换、制度创新”等6个不充分。李伟指出，社会主要矛盾的变化决定了经济工作的方向和重点，要求我国经济发展切实转向高质量发展。

“上海制造”之所以得到国内外的普遍认同，主要还得益于历史积淀的上海消费品工业高品质的口碑。经过三十多年产业结构调整，上海战略性新兴产业、装备制造等“高大上”产业已然崛起，但消费品工业却日渐式微。笔者以为，这将给打响“上海制造”品牌带来巨大的制约。倘若，用“势”来表示那些“高大上”产业，那么，消费品产业就是“场”，打响“上海制造”品牌既需要“势”的锐器，也需要“场”的口碑。一是因为普罗大众都是通过消费品来认知一个城市的，正如化妆品之于巴黎、时装之于米兰；二是因为国际大都市的工业都是以消费品为主的，这是一个卓越全球城市发展的客观规律；三是因为消费品产业是一个城市或地区经济的“稳定器”，而且ZARA、优衣库的老板之所以

能成为世界首富、日本首富，说明消费品产业具有巨大的经济能量。故而，“势”和“场”的关系就是一个结构理性的问题。

最后是工具理性。胡适先生笔下的“差不多先生”，其实是汉文化某个侧面的真实写照。东西方文化在工具理性上差异很大。我们不太注重数据分析、不善于运用量化工具、不擅长条分缕析，差不多、拍脑袋、笼而统之者大有人在，这也给我们带来了不少决策失误。

例如，商圈与商区。“商圈”也叫做“商势圈”，是流通企业及其它服务业所能吸引顾客的辐射势力范围。现在大多把商家集聚的空间（“商业区”或简称“商区”）误认为“商圈”，正是“差不多先生”不求甚解的具体表现。事实上，“商圈理论”可为政府编制规划、调控市场提供重要的决策依据。既然商圈是指企业有效的引力场范围，那么企业商圈的大小也取决于其行业、规模、业态、商誉、环境等各种因素，故而依据商圈理论，我们可以尽量避免基础设施的重复建设和市场竞争的秩序恶化。上海市人均商业面积指标，在本世纪初已经高于纽约、东京、香港等国际大都市，成为全球第一；但在而后的十多年时间里，新的商业楼宇还是层出不穷，商业设施大量过剩、闲置或低效，无疑与高质量发展背道而驰。

16:0，笔者以为党的十九大报告对此颇有深意。因为，品牌是高质量发展的最终标识物，但不提品牌却又意指品牌，说明中央要告诫大家：推动高质量发展要务实创新、真抓实干，而不为虚名所累！