

决策参考

Jue ce can kao

第六十四期（总第 314 期）

盐城市图书馆编

2009 年 4 月 15 日

主编 刘进 责编 周玉奇

zhouyuqi@gmail.com 13905103528

编者按：4 月中旬，盐城也开始发放旅游优惠券了。而消费券的始作俑者则来自杭州，且已经有了升级版。从此，地不分南北，人不问老少，消费券是千树万树梨花开了。一时间，大半个中国好像进入了“券”时代，不禁令学者、评家叹言“消费券也山寨”、“有多‘券’披着‘消费券’的马甲”。

无论是政府的消费券还是商家的消费券，从对消费直接的刺激来说还是有点作用的。当然，拉动民间消费，最好的途径究竟是什么？是发放消费券，还是建立市场公平规则？发放消费券，究竟是治标，还是治本？消费券真的能拉动内需吗？是能者见能，智者见智了。

本刊推出“消费券”专题，从各地发放消费券种种现象，到专家思潮汹涌，激扬文字，无不引发人们的深思。当然，“高峰论坛”栏向您介绍穷人的银行家尤努斯的《自私和浪费盛行是所有危机的根源》，也值得一读。为何尤努斯做到的事，我们的银行家们就做不到呢？

要目

●本期专题/消费券

杭州：“券”动中国

武汉：首日旅游券发放即遭遇哄抢

沈阳：50 万元图书消费券将发放

江西上饶：首批 200 万张三清山旅游消费券发放

湖北通山：发放旅游消费券 3000 万元

●一家之言

派发旅游券不如去降价优惠促销

消费券不是免费午餐

刺激经济不能强制消费

●高峰论坛

自私和浪费盛行是所有危机的根源

●本期专题/消费券

杭州：“券”动中国

在全球金融危机的阴霾下，杭州一改往日的低调，用一个概念和两个数字猎取了中国乃至世界的眼球

在人们的心目中，杭州是座温文尔雅的城市。它城府颇深，因为富而不外露；它按部就班，因为求好而不心切。但是，一场由杭州引发的消费旋风却令世人众人瞩目。

杭州人使用的概念叫做“消费券”，两个数字分别是 1.08 亿元和 5.7 亿元。

春节前，杭州市、区两级财政面向 67 万退休职工、低保家庭、困难家庭和中小學生发放了总金额 1.08 亿元的消费券。

2 月 23 日，杭州市宣布将于 4 月第二次发放消费券。总额度 5.7 亿元，消费券种类迅速扩大到政府消费券、旅游消费券、社会消费券、转移性消费券、教育消费券、培训消费券六大领域。

杭州刮起“券”之风

对杭州来说，1.08 亿已是相当高的投入，尝到消费券所带来的“甜头”后，杭州再次抛出 5.7 亿。其中，旅游消费券以 1.5 亿总额，成为整个计划中有力且有特色的笔画。

“杭州发放旅游消费券这件事，可以说影响了大半个中国。”在杭州旅游推介会暨旅游消费券发放仪式上，《深圳特区报》的招商会展部主任任清泉这样评价消费券的影响力。

显然，旅游消费券是杭州消费券计划的重头戏，1.5 亿是真金白银，杭州的目标是拉动 10 亿元的直接消费。对此，杭州市旅游委员会副主任王信章坦言，“我们是有这个信心的。”

杭州对旅游消费券的信心是有依据的。预计 1.5 亿元旅游消费券，将吸引 100 万人次的游客，为杭州带来约 10 亿元旅游收入，拉动相关消费 43 亿元。

同省为邻的宁波、湖州等城市迅速跟进，分别推出“一亿元旅游礼包”和“3000 万元共

享券”。其他省城市也纷纷加入派发行列，例如南京市通过摇号选取 20 万户“幸运家庭”，免费发放总额 2000 万元的乡村旅游消费券；镇江市也计划向本市市民及周边城市发放 190 万张、优惠总额达 8000 万元的旅游消费券。

上行下效，民间“券”之风更甚。

南京中央商场和太平洋百货凭身份证就能领取 210 元的“消费券”；贵阳市云岩区云由商务局联合苏宁电器，在苏宁电器贵阳市 5 家门店派发总额为 50 万元的百元面值家电消费券；搜房网于 2 月 24 日率先在全国 100 个城市推出了亿元“购房消费券”……

一时间，大半个中国好像进入了“券”时代，不禁令学者、评家叹言“消费券也山寨”、“有多‘券’披着‘消费券’的马甲”。

“无论是政府的消费券还是商家的消费券，从对消费直接的刺激来说都是有作用的。”浙江大学经济学院副院长、中国国际经济关系学会常务理事金雪军在接受《市民》采访时说，“消费券的发行涉及到货币政策的协调问题，如果跨区发行将牵扯到区域间的协调问题。建议消费券的发行还是应该由政府担当。”

为什么是消费券

消费券的发放，让一则本属于经济学圈的小故事流传甚广。

故事内容大致是，一个村里的三个人——洗衣工、理发师和修鞋匠——因为村里经济不好，三人的生意也越来越少；因为不敢乱花钱，所以三个人又脏又穷。

村长看不下去，借给洗衣工两元钱。洗衣工把两元用来请理发师为他理发和请鞋匠替他修鞋，得了收入的理发师和修鞋匠又把赚来的钱用于购买其他人的服务。

两元钱的消费循环，结果是三个又穷又脏的人不但有了收入，也变干净了，而村长也收回了原本的投入。

如果洗衣工、理发师、修鞋匠代表人民，村长代表政府，那两元就是“消费券”，而这消费券的功效就是让大家都获得一种信心，得以放开手脚去消费，从而使经济运作正常运行。正所谓“消费一动，百业兼活”。

与财政直接投入或政府补助相比，消费券更能“付诸实践”。

和我们的消费习惯有关，有调查显示，中国人消费倾向是 53%，也就是说赚 100 元会消费 53 元，47 元被储蓄。这就说明，如果发放货币，从消费习惯出发，会有大部分资金被用于储蓄等其他途径。消费券则不然，因为不能流通且有时间限制，绝大部分民众都会用来购买。杭州第一阶段消费券的使用期限是 4 月 30 日，但 2 月下旬时，使用已超过 6 成。

与直接补给相比，用消费券间接带动，效应可能更加可观。

随着第一批消费券的发放，杭州市场为之一振，市百货大楼五楼“数源”电视专柜的服务员施大姐在春节假期里，一个人就卖了 56 台电视。

根据杭州市财政局的数据显示，截至 2 月 8 日，各指定商家共接收消费券 4772.41 万元，占总发放额的 47.72%，消费券对商贸行业拉动效应为 2.06 倍。家电是放大效应最明显的行业之一，据杭州市经委对 107 个杭产家电指定直销点的监测，至 2 月 8 日，全市 6 城区共售出指定杭产家电 1707 台，销售总额达 202.93 万余元，消费券放大率达到 4.1 倍。

与长期的经济政策相比，消费券另一个优点是见效快。在相关条件限制下，民众只能拿到就花。

诺贝尔经济学奖获得者、“欧元之父”蒙代尔为中国算过一笔帐，如果给每位中国公民发放 100 元购物券，且限期三个月内花完，可最终拉动经济约 1.33 万亿元，相当于单季度 GDP 的 18%。

在上述经济学小故事里，村长和三位村民都得到了大团圆结局。而现实世界里的杭州，“村长”的两元钱已经发下去了，“洗衣工、理发师和修鞋匠”的传动效应也初见端倪，大团圆结局似乎依稀可辨。

消费券非治本之道

消费券不自杭州始，从 1999 年日本“地域振兴券”，到近期韩国、德国、阿联酋等国发行消费券，以及中国台湾作为世界第一个发放消费券的经济体引起了多方关注……可以想见，消费券亦不会在杭州终，因为它和“经济不景气”、“民间消费能力衰退”紧密相连。

1999 年，日本为了从泡沫经济的泥沼里走出来，抛出了“地域振兴券”这枚吊索，虽然只“吊”出了当年日本 GDP 的 0.1%，但仍不失为一种可贵的尝试。

2009 年 1 月 18 日，在这个吉利的日子里，台湾岛内民众得到了政府统一发放的消费券。无论长幼不限贫富，每人 3600 元新台币（约合 738 元人民币），甚至包括在今年 3 月底前出生的婴儿。

关于消费券效果，台湾岛内初步估计将使 2009 年 GDP 增加 0.64%，而学者则认为官方说话太保守，他们对消费券拉动消费大为看好，甚至预计能带动 GDP 增加 1.28%。循着这个保守数字，台“行政院经建会”主委陈添枝信誓旦旦地对外宣示，若届时连 0.64% 的一半都没达到，他将引咎辞职。

陈添枝的饭碗能不能继续捧下去，结果指日可待，因为消费券是立竿见影、过期不候的。这也决定了消费券对“经济不景气”、“民间消费能力衰退”只是一针“速效药”，止痛不止病，治标不治本。而且这剂“速效药”也会有失效的时候。

消费券不一定适合任何城市或地区。消费券发放受政府财政收入制约。杭州之所以能如此大手笔，并取得不错的效应，很大程度上因为杭州财政财大气粗。2008 年杭州 GDP 达到 4781.16 亿元，名列全国所有城市第 8；人均 GDP6.0414 万元，按照世界银行划分标准，杭州市人均 GDP 已经迈入“上中等”发达国家和地区水平，并正向富裕国家和地区水平跨越。

消费券不一定适合所有行业。金雪军教授说：“把消费用到所有地方、所有行业，这是夸大的一种做法”，“比如说对机电行业，它与旅游、电器零售有很大不同，发消费券远不如用财政补贴作用大。”

既然消费券只是治标之道，那么治本之道是什么？

金雪军教授对这个问题的回答出乎意料——没有治本之道。他说，要真正解决内需问题、解决消费市场问题，需要的是综合手段。不仅消费券不能彻底解决，其他政策同样也不能。经济问题无法靠单一手段解决，它需要财政政策、信贷政策、税收保障政策、就业用工政策等一系列政策共同发挥作用。(《市民》杂志记者刘贞发自杭州)

武汉：首日旅游券发放即遭遇哄抢

4 月 11 日上午，“全国百城旅游宣传周”在武汉启动，首日旅游券发放即遭遇哄抢。上午 10 时许，在武汉国际会展中心广场前，原本秩序井然的队伍，突然被打乱，部分情绪激动的市民不顾工作人员的阻挠，强行冲击各景区宣传点，哄抢旅游消费券，派发工作被迫提前“喊停”。

根据武汉市有关部门安排，位于武汉国际会展中心门前的市内各景区宣传展台，应该从上午 10 时活动启动仪式后开始派送旅游消费券。记者了解到，东湖牡丹园、木兰天池、木兰古门、清凉寨以及部分旅行社，当天为现场市民准备了价值约 50 万元的消费券。

市民对旅游消费券的兴趣大大超出了主办方的预料，一些市民从早上六点起就守在广场上。记者今天上午在现场看到，申领的市民以中、老年人为主，一家主推特价出游线路的旅行社展位前排队的队伍绕起了“S”形长队。另外，其他景区展位前也是人满为患，有些市民甚至趴在展位桌子上，和景区推广人员聊起天来，有些更是全家出动来领券。(2009 年 04 月 12 日《武汉日报》姚启慧)

沈阳：50 万元图书消费券将发放

沈阳“全民读书月”活动将于 4 月 23 日——“世界读书日”全面启动，至 5 月 23 日结

束，这是沈阳首次面向全市城乡，集中开展的一项全民阅读活动。本次活动以“阅读·提升·和谐”为主题，旨在提素质、促和谐，保增长。活动由市委宣传部等十余部门主办，由沈阳书业集团、沈阳日报报业集团等单位承办。

“全民读书月”期间，全市将组织开展丰富多彩的系列活动：

名人读书大讲堂，邀请钱文忠、张晓梅、秦文君等著名学者、作家来沈举办读书论坛；十大“书香家庭、书香单位、书香校园、书香社区”系列评选活动；“读书尚学，增智明德”大学生主题演讲、读书征文和新诗诵读活动；全市中小学生读书作文大赛；读书名联名句书法作品展和家庭藏书展，评选十大藏书家庭，将藏书珍品在沈阳市第二十九届书市上展出；名人名篇朗诵会，5月22日在辽宁大剧院举办，精选传统经典名篇和时代美文佳作，邀请艺术家现场朗诵；推荐百种图书及评选十大好书，通过市民投票，确定沈阳人最喜欢的十大好书。

沈阳二十九届书市将于4月23日至5月3日在沈阳科学宫举行，精选了全国百余家出版社的5万多种新书参展，全场新书一律5折起。图书漂流及图书交易，届时，“全民读书月”组委会将在书市投放1000册漂流图书，每三天放漂一次。书市现场为普通市民设立图书交易平台，读者可拿旧书按照一定比例兑换新书，读者之间可互相交换图书，书市还设立了捐献图书代收处。大型图书捐赠活动，活动分为社会捐赠和系统捐赠两部分。其中社会捐赠面向全体市民，捐赠点设在各社区、大学团委等处。此外，沈阳市新华书店在全市设置了九个捐赠点。系统捐赠是指机关及企事业单位，在读书月期间集中开展图书捐赠。

另外，沈阳书业集团、沈阳市新华书店将向沈城部分市民、特殊群体免费发放50万元的图书消费券。此次大规模免费发放图书消费券在国内尚属首次。发放重点是部分低保户、低保边缘户、贫困大学生、残疾人等特殊群体。（4月13日《沈阳日报》李彤）

江西上饶：首批200万张三清山旅游消费券发放

市委市政府《关于发放三清山旅游消费券的实施意见》出台之后，广大市民非常关心消费券的领取和发放，纷纷询问如何领取和使用消费券。4月12日上午，相关部门负责人接受了媒体的采访。据了解，首批200万张三清山旅游消费券已在版样确定和印制中，预计本月底前发放完毕。

根据市委办公厅、市政府办公厅4月1日发布的《关于发放三清山旅游消费券的实施意见》，从今年4月起至明年3月，户籍在饶的城乡居民，或2009年4月1日以前取得上饶暂住证的在饶经商、务工人员以及现在饶投资的客商，凭本人有效身份证、驾驶证、学生证、

户口本(限 1-16 岁)、暂住证等都可领取三清山旅游消费券,凭券免收三清山门票 150 元。对于市民非常关心的消费券具体发放时间,据了解,首批 200 万张三清山旅游消费券将在 4 月底前发放完毕。三清山管委会负责人也通过媒体提醒广大市民,一是消费券使用有效时间为 2009 年 4 月—2010 年 3 月内的每周二至周四(法定节假日除外);二是此次发放的三清山旅游消费券均不含保险,如要投保需在景区售票处另外购买。

此次消费券的发放以各县(市、区)为单位,由各地政府办公室统一领取,按县、乡(镇)、村(居)、组逐级发放。全市分两批次完成。第一批为三清山风景名胜区、玉山县、德兴市、信州区;第二批为婺源县、上饶县、广丰县、鄱阳县、余干县、万年县、铅山县、横峰县、弋阳县、上饶经济开发区。(王柳大江网 2009-04-13)

湖北通山: 发放旅游消费券 3000 万元

4 月 10 日,湖北通山县面向武汉市民和旅行社派发总计为 999 万元的旅游消费券。据湖北省旅游局局长张达华介绍,为刺激消费,促进旅游业恢复发展,目前湖北各地向群众发放的旅游消费券总额已达约 3000 万元。

生态旅游资源丰富的通山县是湖北旅游强县之一。为应对金融危机,当地针对武汉旅游市场,推出春、夏、秋三期发放旅游消费券的计划。国家级风景名胜区九宫山,以及石龙峡、隐水洞、太阳溪漂流等四个品牌景区和旅游项目将根据消费券为市民提供 20 元至 90 元不等的旅游优惠。

据悉,这是外地景区首次到武汉派发旅游消费券。这些消费券将通过一些商业网点和大型社区陆续向市民发放。如先期效果理想,还将有望在武汉城市圈内的其他城市,以及江西南昌、湖南长沙等地发放。

张达华介绍说,发放旅游消费券对拉动消费、繁荣市场具有实际意义,是一项让利于民的有益举措。湖北各地还将在近期继续发放旅游消费券,为市民外出旅游提供优惠。同时,旅游部门也将对旅游市场加强监管,严防景区、景点变相提升旅游价格,保障旅游服务不打折扣。

今年以来,湖北荆门市、中国科学院武汉植物园、武汉东湖磨山风景区等已陆续发放了旅游消费券,受到大批市民欢迎。武当山、神农架、宜昌三峡人家、黄陂“木兰八景”等景区的旅游消费券也正在策划中。(新华网武汉 4 月 10 日 魏梦佳)

派发旅游券不如去降价优惠促销白峰

4月11日上午10时，“全国百城旅游宣传周”湖北省武汉站拉开大幕，在武汉市旅游局的组织下，市内10大热门景区及10大旅行社集体派发旅游消费券。市旅游局透露，今年以来，已经发放旅游优惠券2.04亿元，从现在到年底，还有3亿多元的旅游消费券将陆续派发给市民。（《武汉晚报》）

消费券是促销的一种方式，更是应对金融危机时提振信心的一种方式，全国各地都在效仿，一些地方还从工资中扣除部分发购物券，对此，有人叫好，有人批评之，但不管怎么样，消费券并不是万金油，也不是万能钥匙，有其局限性，各有利弊，为此我觉得武汉派发了旅游券，并不能拉动旅游，不如去降价优惠促销。

首先，派发旅游券不公平。派发旅游券并不是人人有份，而是来者有份，要多少发多少，不来者无份，在派发旅游券过程中，还有一些市民不能到现场，他们或者忙于工作，或者是不知此消息，那么当日正好能到景点的旅客享受了优惠，同时还拿到了旅游券，而没有到现场者谁来给他们派发旅游券，这明显不公平。其次，派发旅游券增加了旅游成本。“羊毛出在羊身上”，这些钱还是旅游门票收入中的一部分，只是进行了转嫁。发放旅游券要有印刷成本，还需要一定的人力物力，轰轰烈烈却为了张旅游券，效果如何不得而知。旅游券虽然要发放给市民，看起来让大家的旅游积极性增长了，但是旅游成本不降反升，岂不是脱了裤子放屁——多此一举。

再之，派发旅游券造成了新浪费。派发现场热烈，但派发那么多旅游券，能不能收回，还不能确定，有些人虽然拿到了旅游券，由于其时间和精力，或者其他原因不能去到景点旅游，岂不造成了新的浪费。

派发旅游券的弊端颇多，暂不能一一列举，但目的只有一个，就是想给旅游部门提个建议，要让旅游兴起，要结合实际，不能一味的去赶时髦，而应该想法设法将旅游软硬件设施提高，提高服务的水平和档次，让旅游来的放心，游的舒心，返回时留心，希望旅游成为一种资源券和活广告。

旅游部门费了诸多心思，却没有将思想用在正道上，岂不是工作的不科学，倒是一种折腾。与其这样，不如将几亿元旅游券通过降低景点门票的方式去弥补，还是一举多得。这样不来现场领旅游券的市民，只要在一定时期内到市内各景点旅游，都可以享受此优惠待遇，

才能真正体现“来者都是客”，也不用旅游职能部门东奔西跑，通过政策的优惠，让市民到旅游景点享受降价的好处，从而拉动旅游，让旅游火起来。（2009年04月14日吉林日报）

消费券不是免费午餐叶檀

发放消费券好于政府消费，藏富于民好于发放消费券。

发放消费券的效果要好于积极财政政策。从根本上说，要拉动民间消费，最好的途径是建立市场公平规则。

在经济下行之时，发放消费券不再是经济学者的异想天开，而成为真实的提振消费、进而提振经济的举措。

投石问路已经开始，成都市民政局面向全市城乡低保、农村五保及城乡重点优抚对象发放消费券，人均100元，共计3791万元，持有者可以凭此券到指定商店购买日用消费品。成都市向特定困难人群发放消费券的行为，被认为是拉动内需的真实之举。如果4万亿元人民币的积极财政政策不能马上见效，市场预测各地消费券拉动消费之举可能很快出台。

消费券的本意是拉动民间消费，而积极财政政策是政府消费，进行基础建设扩张，虽然在短期内可以拉动投资，未免失之偏颇。现在从中央到地方政府，积极财政政策的项目集中于基建，可以拉动的行业不多，集中在水泥、钢铁、有色金属等领域；可以拉动的企业不多，主要是目前产值失速下滑的央企等大型国企；可以带动的就业人数不多，我国绝大部分新增就业人口集中于民企。

如果政府大量发行消费券，由民间自主消费，可以全面拉升企业产能，而不会给央企吃偏食。消费券的另一重要功能是给出明确的市场信号，大部分消费者购买的是什么产品，市场缺乏什么一目了然，企业可以据此制订生产计划，可以损有余而补不足，不至于出现由政府拍脑袋扶持，产生下一轮严重产能过剩的后果。须知，资源错配是我国经济结构的命门。

当然，消费券并非万灵仙丹，以往日本、我国台湾地区发放消费券也只产生了短期效果，而没有让当地经济进入良性循环。消费券不可能改变经济结构，日本到现在还是高储蓄低保障，对于大企业的倾斜政策迄今未变。并且，消费券在大多数情况下是透支消费。

如果政府财政有大量盈余，且预期财税收入大幅增长，发放消费券就是让富于民；如果政府财政拮据，像现在各地政府收入捉襟见肘，在这样的情况下，为了消化产能不得不发放消费券，其本质就是透支未来财富，让地税的纳税者埋单；如果仍然不够，那么只能靠发债或者印钞解决问题，其本质是稀释全体国民的财富，损害未来的消费能力。

相比政府完全主导的积极财政政策，发放消费券与减税是一大进步。不过，要解决中国

经济发展结构失衡与民间消费不足的长远问题，更好的办法是建立公平的致富环境，实现与市场机制相配套的国民收入倍增计划。日本从 1960 年开始实行的国民收入倍增计划，奠定日本经济强国基础，也是日本在数次金融风暴的沉重打击下没有彻底趴下的根本原因。

公平的致富环境，首要条件是政府减少与民争利、与企争利式的税收模式，其次是中国经济摆脱对于低效率大企业的依赖，两者缺一不可。如果税收调整到企业与居民的收入增长速度与政府财政收入的增速均衡，则可以起到刺激生产与消费的效果。在此次积极财政政策中，税收政策的重要性略次于赤字政策，不能不说是个遗憾。

如果我国经济依赖于低效企业，动不动需要给巨无霸们低价资源，给巨无霸们输血注资，将使政府财政收入大量失血，即便政府想改变目前的分配税收模式，也是心有余而力不足。

消费券可以救急，而正确的税收激励、市场化机制与国民收入倍增计划，则可以使中国立于经济强国之列，不被欧美的消费能力所左右。（《南方周末》作者为经济评论员）

刺激经济不能强制消费 梁小民

经济低迷，就业压力大，刺激经济成为各级政府的重任。但刺激经济不能“病急乱投医”，还要考虑到其长远的、全面的效应。各地出台的发放消费券来刺激经济的做法就是一种弊大于利的做法。

经济学家早就证明了在总需求中消费是非常稳定的，即它在总需求中所占的比例是固定的。这个比例的提高需要相当长的时间。在上世纪 90 年代前的 30 年间，美国的这一比例是 0.667，直至 90 年代克林顿当政时经济连续十年繁荣，这一比例才上升到 0.68。而且，这种提高不是政府采取了什么强制手段或者发行了消费券，而是靠收入的增加。

消费说到底还是取决于收入，有了钱，谁不知道消费和享受？我国的消费在总需求中仅占一半左右，究其原因还在于收入水平。一是尽管这些年我国经济发展相当快，但收入增长略慢于 GDP，特别是收入分配不平等加剧。凯恩斯早就提出，收入分配不平等制约了消费。人的需求总是有限的，富人收入迅速增加，但他们的需求都得到了满足。因此，收入中用于消费的比例相当低，甚至下降。穷人有消费的欲望，但收入有限，收入中用于消费的比例再高，绝对量也有限。这些年我们一再提出要启动农村消费市场，但农村消费市场总是“启”而不“动”，其根本原因还在于农民收入增加缓慢。二是社会保障还不完善，尤其是教育、医疗、养老这三座大山压在头上，即使一些收入不低的中产阶级也不敢消费。

收入分配的格局和社会保障完善不是短期就能解决的问题，政府已经采取了许多措施，但是见效还需要一定的时间。想在经济低迷时让消费迅速增加是一个不现实的愿望。想用发

消费券的方法刺激消费，拉动经济，其结果是政府花了钱，但并没有什么效果。

杭州市政府给老人和儿童发了消费券，而且规定把公务员收入中的一定比例变为消费券，到现在为止也没有看出，这种做法对消费和经济起到了多大的作用。首先在于这些消费券的数量是极为有限的，即使全部转化为消费，能有多大作用？其次，这种消费券不用就作废，因此，消费很可能变为浪费，买了一些自己并不需要的东西，买了也不一定用。我们鼓励以消费拉动经济，并不是以浪费带动经济。在任何情况下，浪费说得严重一些都是犯罪，是对有限资源的无效使用。最后，这种做法又产生新的不平等。老人和儿童并不都是穷人。同样得到相同的消费券。对富老人和儿童来说，这些消费券没什么意义，对穷老人和儿童来说，这点钱起不了什么作用。至于把公务员的工资变为消费券，是对消费者权利的侵犯。他们只能用这些消费券换无用的东西，而无法用于更有效的支出——比如还房贷，或其他更需要的支出。

这种用浪费的方法来刺激经济的做法被称为“破富效应”，即由小流氓打破窗户上的玻璃来拉动经济。现代经济学家认为在任何情况下“破富”都无效。在经济遇到困难时，政府不能乱了阵脚“乱投医”。其实在这种时候政府可以做的事情还很多，例如提高社会保障标准，多给穷人补贴，而不是人人有份的消费券。再如也可以用于社会公益事业，让更多的人就业。政府的收入是有限的，要为纳税人用好每一分钱，发消费券这类事不能再做了。北京市政府坚持不发消费券就是相当明智的。在经济困难时，更需要提高政府运用政策调节经济的水平和艺术。《北京晚报》

●高峰论坛

自私和浪费盛行是所有危机的根源尤努斯

穆罕默德·尤努斯来到中国，宣传他的小额贷款和社会企业的理念。趁此机会，本报记者在北京对他进行了专访，话题围绕眼下的金融危机展开。

《21世纪》：您认为此次全球金融危机的根源是什么？

尤努斯：目前全球都在谈论不断深化的金融危机，媒体在持续不断地报道、关注，各国政府采取各种各样的救市方法，普通民众也参与到其中。但这些并不代表人们对于危机的本质有着清醒的认识。其实，除了金融危机以外，我们还面临很多其他危机。2008年，在金融危机爆发之前，曾经有过全球粮食危机；在粮食危机之前，有国际能源危机；以及人类一直

面临的环境危机等等。这些危机都还继续存在，可能现在人们过分关注金融危机，而忽略了其他领域的危机。现在，所有这些危机都爆发了，对人类社会来说，这是一个巨大的困境。

所有的这些危机，都有着共同的根源，那就是我们的经济模式有问题。我们可以看到，在城市里，人们在不停地购物，买自己并不需要的商品，以此来获得满足感。新手机上市了，商家就鼓励人们换手机，尽管旧手机还好用，也被丢进了垃圾箱。这就是一种鼓励浪费的社会体制。在这样的体制当中，人们被怂恿、诱惑去购买新的商品，不断地浪费社会资源。每一件商品的生产，都耗费了大量的自然资源、人力资源。自然资源当中的很多都是不可再生的，比如石油、煤炭等。浪费造成的过度消耗，导致了能源危机和环境危机的产生。

人们的喜新厌旧已经成为了一种消费模式乃至生活方式，并且成为了代代相传的传统。连小孩子都会跟父母说，这个东西旧了，我们扔了买新的吧。这样的生活方式，不仅对整个地球的自然环境造成了破坏，而且危及其他人的生活。由于全球变暖，一些国家将很快永远地从地球上消失，这些国家的人们承担着其他人恶行的后果，生活遭到了威胁。而现在被消费主义驱动的人们不理睬这些，他们只关注自己的生活享受。自私和浪费的盛行，是我们现在面临的所有危机的根源。

《21 世纪》：旧的价值观在危机面前遭到了反思和批判，您所倡导的新的社会准则是怎样的？

尤努斯：我倡导的第一条原则就是：每个人的生活都不给他人造成伤害。这是一个很简单的道理，就好比开车的人不能撞行人一样，这是每个人在社会中生存的基本责任。这个原则很简单，但是现在很多情况下，人们都在违背它。以对他人的伤害和毁灭，来实现自己的目标。这样的思想和行为，会导致人类道德堕落和毁灭。每个人都认为自己无能为力，其实只要从每个人的生活小事做起，这个原则就可以实现。比如说，在购买商品的时候，就可以反思一下这会不会对他人造成伤害，然后再进行选择。所有的商品，可以像能耗评级一样，进行伤害评级，方便消费者了解和选择。只要恪守这样的原则，实行的方法就很简单。

第二条原则是：给后代一个更安全、更美好的世界。上一代人给我们这一代人的世界，比以前的世界更安全。我们也要把更美好的世界给下一代人，而不是像现在这样把世界弄得更糟糕。只有这样，人类的传承才是可持续的、进步的。

《21 世纪》：在这样的原则下，幸福应该如何定义？

尤努斯：我认为，幸福的产生有两个因素：一是人的内在因素，就是自己觉得自己幸福，这种幸福是自发的；另一个就是社会文化对幸福产生的促成作用，就好像我买了一个新房子，人们都来家里参观，然后说“你很幸福啊”，那么我就觉得自己很幸福。从文化上来讲，人对

幸福的定义是从社会文化习得的。我购买新东西，人们会羡慕我、说我幸福，那么我为了幸福，就会去买房子、车子等等。

为了改变人们获得幸福的方式，必须改变文化。我上述的两个原则就是为了让人们从别的方面获取幸福。幸福可以从牺牲中来，可以从帮助他人当中来，可以从自己不伤害别人的生活方式中来。幸福不是一个既成的概念，而是我们自己进行定义的结果。

《21 世纪》：各国政府的救市方案当中都有扩大内需、刺激消费的相应措施。如何在救市政策中融入您的价值观？

尤努斯：救市过程中一定要牢记一个原则：不能走老路，不能回到金融危机以前的模式。需要有新的经济增长点，新的发展路径。刺激经济、加大投资，要把这些资金投到那些无害产业、绿色产业。危机也是机遇。在经济过热的时候，人们对于经济模式当中的问题都采取得过且过的态度；现在危机来了，没有退路了，必须要进行改革，转变经济模式。

既谋利又利他的社会企业

《21 世纪》：您提出了“社会企业”的概念，它与您上述的两个原则有怎样的关联？

尤努斯：目前世界上面临的种种问题，都对对自由市场经济的狭隘理解有关。利润最大化的假定，把人看成是赚钱机器。利润最大化不是人的全部，只是人性的一部分。人具有自私和无私的天性。自私驱动了利润最大化，但是幸福不是靠利润最大化就能达到的。这就是越来越多的企业家投身慈善和公益事业的原因。人的天性就有无私、利他的一面。无私行为的目标是对社会和他人有益。以这一目标为导向，建立的企业就是社会企业。社会企业不以利润最大化为目标，维持偏低的利润率，将利润用于自身产品和服务质量的提高。追求利益最大化和对他人有益，这两个目标是相互冲突的，对企业家来说，同样具备吸引力。社会企业弥补了企业在追求最大化的过程中，对弱势群体和福利事业的忽视。和慈善机构相比，社会企业不依靠捐赠生存，自负盈亏。

我创办的格莱珉银行就是这样的社会企业。格莱珉银行是属于借款的穷人的，他们拥有格莱珉银行的股票，而且可以互相转让。格莱珉银行从 1995 年开始，就决定不再接受捐赠款。我们用吸纳的存款来发贷款，赚取维持经营的利润。从 1976 年格莱珉银行成立到现在，只有 3 年没有利润，其他年份银行都盈利了。我们认为，每个人都是有潜力的，哪怕是一个身无分文的乞丐，都有着无穷的潜力。传统银行只把钱带给那些已经拥有大量财产的人，是富人俱乐部，根本不会给穷人贷款。格莱珉银行把钱贷给那些最贫穷的人。我们相信穷人的潜力和他们解决问题的能力，我们给予他们帮助和引导，让他们过上有尊严的生活。格莱珉银行的还款率是 97.82%，穷人是具有信用的。

《21 世纪》：既然社会企业有这样的优势，慈善机构和政府的作用都会被它取代吗？它们之间应该是怎样的关系？

尤努斯：由于社会企业的数量有限，现在很多事情都是由慈善机构来做，人们会感觉慈善机构的功能强大，似乎福利事业的各个领域都可以交给他们。但其实，慈善机构能够发挥作用的领域，应该仅限于重大灾难的救助。比如像汶川地震这样的自然灾害，就需要慈善机构发挥作用，在短时间内募集捐款，在灾后重建过程中给予人力物力各种支持。但在日常活动当中，现在很多由慈善机构来进行的工作，都可以创办相应的社会企业。政府的重要职能是制定法律和规则，监督、引导社会企业和慈善机构的工作。

《21 世纪》：格莱珉银行里的借款人都要加入一个 5 人小组，这是否是一种保障信用的方法？对于借款人来说有怎样的意义？

尤努斯：这样的小组不是用来为借款人进行担保的。这个小组的意义在于给借款人一个社会支持网络。每个人都需要和别人一起生活。现代社会的人都生活在和他人隔绝的世界里，城市里的人都不知道自己的邻居是谁。假如没有人监督，你可能睡懒觉、不起床，不注意自己的外表，活得浑浑噩噩，对自己的生活放任自流，不对任何人负责。但是当有人和你关系密切，关心你的饮食起居，你就必须得好好活着。现代人只有和其他人生活在一起，才能获得尊严，才能产生责任感。这些借款的穷人需要这样的社会支持，来帮助他们自立谋生，改善他们的生活状况。这些穷人能够自食其力，客观上带来高还款率的结果。

《21 世纪》：在中国，庞大的流动人口是否成为小额信贷推广的信用障碍？

尤努斯：我想这个问题的答案可以从我们的新项目中找到。我们最近在美国纽约市的社区中开展了小额信贷的项目。那里有全世界各个国家的移民，是一个文化大熔炉。那里的人口流动也非常的频繁。我们在那里的项目做得很成功。所以高流动性、高异质性都不是建立小额信贷的壁垒。

《21 世纪》：在中国开展小额信贷有哪些壁垒？

尤努斯：每次我要在一个新的国家开展小额贷款，这是人们必问的问题。2006 年我来中国的时候，和吴晓灵女士探讨这个问题。有人说，一个国家有自己特殊的情况，中国和孟加拉国不同，不适合开展小额信贷。我跟吴女士说，就让那些人去争论吧，我去做给他们看。我当时说，我要挑选中国最贫穷、最难推广小额贷款的地区。我们当时选中了四川。在汶川地震后，那里更需要小额贷款提供的帮助，我也希望能通过一个试点向人们证明，小额信贷可以在中国很好地开展。目前，小额信贷在中国面临的最大问题，还是吸纳存款受限，相应的审批制度和监管制度还不完善。我能理解控制金融风险的重要性，希望通过制度创新解决

小额信贷的问题。(《21 世纪》 曹理达)

●延伸阅读

穷人的银行家尤努斯其人其事

挪威诺贝尔委员会 13 日在奥斯陆宣布，将 2006 年诺贝尔和平奖授予孟加拉国乡村银行及该银行创始人穆罕默德·尤努斯，以表彰他们努力为穷人创造经济和社会发展机会。获奖者将获得一枚金质奖章、一份证书和一笔巨额奖金。2006 年的奖金额为 1000 万瑞典克朗(约合 137 万美元)，由孟加拉国乡村银行和尤努斯分享。该银行目前在孟设立了 1100 个信用社，为 200 万社会最贫困人口提供了 20 亿美元贷款，97%获得贷款的人是妇女。

获奖理由：帮助千百万最底层民众自立

诺贝尔和平奖委员会在颁奖文告中称，持久的和平只有在大量的人口找到摆脱贫困的方法才会成为可能。小额贷款就是这样的一种方法，社会底层民众的发展也有利于提高民主和人权。

尤努斯已证明自己是一位可以将构想转变为让千百万人获益的政治行动的领导者。他的构想不仅使孟加拉国，而且让许多其他国家的数百万人受益。在未获得任何抵押的情况下向穷人发放贷款过去曾被认为行不通。尤努斯在三十年前首先也是主要通过孟加拉乡村银行使小额贷款成为摆脱贫困的重要工具。使这些在通常金融制度下无法得到信贷的人有了发展的起步资本。孟加拉乡村银行是世界各地在小额贷款领域兴起的许多机构的典范。

母亲教他关爱穷人

尤努斯自传《穷人的银行家》谈到母亲对他的影响：“母亲索菲亚·卡图恩是家中的纪律执行者，一旦她咬住下嘴唇，我们就知道，别想试图使她改变主意了。母亲十分善良并充满同情心，总是周济从遥远的乡下来看望我们的穷亲戚。是她对家人和穷苦人的关爱影响了我，帮助我发现了自己在学习经济学与社会改革方面的兴趣……”

27 美元激发一个梦想

尤努斯博士把钱贷给穷人的理想诞生于 1976 年。当时他自己拿出 27 美元借给村子里 42 个制作竹凳子的农妇。只需要这一点点钱，她们就能够购买原材料，从而做起生意。尤努斯的小额贷款帮助她们永远摆脱了贫困。

确立三大贷款原则

孟加拉乡村银行小额贷款返还率高达 99%，与尤努斯确立的三大原则密不可分：首先就是贷款坚持小额，而且要求每个星期偿还部分贷款，这样借款人还贷也变得容易；孟加拉乡村银行现在每年发放贷款的规模已经超过 8 亿美元，平均贷款额每笔是 130 美元。其次，银行要求贷款人加入一个 5 个人的小组，互相帮助促进，增加借款人的还贷信心。但每个人只对自己的贷款负责，没有义务负担其他人的还款。如果有人不还款，银行会有损失，但她因为不能获得新的贷款，很快就会明白不还款不明智。第三是适当的激励机制。

借款人主要是妇女

孟加拉乡村银行小额信贷项目借款人主体是贫困妇女。尤努斯说：“妇女得到贷款后，一个家庭更容易受益。妇女会把钱用在刀刃上。因此我们提高妇女在借款人中的比例，直到今天达到 97%。”孟加拉乡村银行还提供贷款给农村的乞丐。尤努斯说，农村的乞丐挨家挨户要的只是食物。他们可以用贷款买一些糖果饼干或者玩具什么的，当上门的推销员。

全球现在已经有 100 多个国家的 250 多个机构效仿孟加拉乡村银行的模式运作。（邱晴川新华社）

【尤努斯简历】

1940 年生于孟加拉吉大港，1969 年获美国范德比尔特大学经济学博士学位。后回国在吉大港大学教授经济学。

1976 年他创立了乡村银行，并开始为贫困的孟加拉农民提供信贷业务。这种新兴的银行业务很快得到了很多民众的支持，并为发展中国家的乡村银行信用模式提供了很好的借鉴作用，有 23 个国家仿效孟加拉乡村银行模式建立了自己的农村信贷体系。尤努斯此前获得包括 27 个荣誉博士学位在内的众多荣誉。