

## N 本期聚焦

## 谨防发展过程中的“三大陷阱”

郑翔瑜

一提到陷阱，人们脑海中时常会浮现这样一个场景：为捕捉野兽或擒敌而挖了一个经过伪装的坑，目标踩到上面就会掉到坑里。小到社会个人大到民族国家，都会面临所谓的“陷阱”，如果不正视并及时有效规避，后果不堪设想。历史上，苏联由于未正确规避“陷阱”而最终解体的悲剧犹在眼前。中国巨轮若想在新征程中继续破浪前行，驶向中华民族伟大复兴的彼岸，就必须认清当前国家发展中面临的种种“陷阱”，坚持以强烈的问题意识为导向，科学、准确、及时、有效地加以解决。

社会转型和快速变化的过程既是发展的机遇期，也是“陷阱”多发期。当今中国就处在这样特殊的时期，党的十八大以来，习近平总书记聚焦当今社会存在的一系列问题与挑战，多次指出要谨防暗藏在问题背后的可怕陷阱——“塔西佗陷阱”“中等收入陷阱”和“修昔底德陷阱”。十九大报告中，习近平强调为规避“三个陷阱”给出了更加全面、系统的解决路径。

## 规避“塔西佗陷阱”——切实提高政府公信力

“塔西佗陷阱”通俗地讲，指的是当公权力陷入公信力危机时，无论说真话还是假话、做好事还是坏事，都会被认为是说假话、做坏事。“我们当然没有走到这一步，但存在的问题不可谓不严重，必须下大力气加以解决。”当前，部分官员腐败、工作能力不高、工作脱离群众等问题无不挑战着政府的公信力，也时刻考验着我们党的执政智慧和执政能力，解决好这些问题关乎党的执政基础和执政地位。

习近平总书记在十九大报告中十分重视公信力问题，要求全方位重塑政府公信力。他在报告中从坚持党的领导、坚持以人民为中心、坚持人民当家作主、坚持全面从严治党等十四个方面对党和政府的工作提出了要求。报告中关于提升政府公信力的措施大致分为三个层面：第一，在思想意识层面，必须强化全心全意为人民服务的宗旨意识，从内心树立起以人民为中心的价值追求；第二，在具体工作层面，不



资料图片

仅要提升自身工作本领和专业技能，还要深入基层、深入群众，将政府工作与人民群众紧密联系在一起，做到“齐步走”“同步行”；第三，在检验工作成效层面，要始终把人民群众满不满意、答不答应、高不高兴作为评判工作的标准。

“公信不立，患莫大焉。”规避“塔西佗陷阱”，切实提高政府公信力，是跨越“中等收入陷阱”、破解“修昔底德陷阱”，实现中华民族伟大复兴中国梦的必然选择。

## 跨越“中等收入陷阱”——着力增强经济发展内驱力

“中等收入陷阱”指的是，一个国家的人均收入达到中等水平后，由于不能顺利实现经济发展方式的转变，导致经济增长动力不足，最终出现经济停滞的一种状态。拉美地区和东南亚一些国家是陷入“中等收入陷阱”的典型代表，这些国家在工资方面与低收入国家相比无任何优势，在高新技术产业方面又无法与发达国家平等竞争。

经过改革开放40年的努力，中国的经济总量已稳居世界第二。中国虽已进入中等收入国家行列，但也面临着陷入“中等收入陷阱”的危险。对于跨越“中等收入陷阱”问题，习近平总书记

记在十九大报告中给出了明确答案，他指出，要“贯彻新发展理念，建设现代化经济体系”“提高保障和改善民生水平，加强和创新社会治理”等，通过深化供给侧结构性改革、加快创新型国家、实施区域协调发展战略和乡村振兴战略、优先发展教育事业、加强社会保障体系建设等重大举措，着力增强经济发展内驱力，跨越“中等收入陷阱”。

内因决定外因，跨越“中等收入陷阱”、着力增强经济发展内驱力，为规避“塔西佗陷阱”奠定了内部基础，为破解“修昔底德陷阱”提供了内部支撑。

## 破解“修昔底德陷阱”——提升中国特色大国外交说服力

“修昔底德陷阱”是指，当一个大国崛起时必然要挑战现存大国，双方之间的竞争多以战争告终。从古至今，很多国家在崛起过程中走上了侵略战争的争霸之路。改革开放以来，西方国家以自身侵略历史套解中国崛起之路，极力鼓吹“中国威胁论”，企图扰乱外部环境、丑化中国形象、阻碍中国发展。

但中国并无与他国争霸的内在此诉求，党的十八大以来，习近平总书记多次强调，中国的发展是世界和平力量的壮大，是传递友谊的正能量，给世界带来的是

机遇而不是威胁。在十九大报告中，习近平总书记再次呼吁构建人类命运共同体，推动建设相互尊重、公平正义、合作共赢的新型国际关系，建设共商共建共享的全球治理体系。“一带一路”倡议、亚投行的成立等外交举措给世界带来的，不是冲突对立的紧张局势，而是合作共赢的大好时机。

“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同。”破解“修昔底德陷阱”，努力提升中国特色大国外交说服力，不仅是对“中国威胁论”的有力回击，更是对中国和平友善形象的再次塑造，也为提高政府公信力、增强经济发展内驱力营造了良好的国际环境。

“三大陷阱”是国家发展到一定阶段后必然面对的历史课题，在新时代，谨防陷入“三大陷阱”不仅符合中国人民追求美好生活的需要，更反映出世界人民的普遍心声，同时顺应和平与发展的时代主题。

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。”十九大报告以中国和世界发展中面临的问题为导向，系统性地回应了国内外的关切和忧虑，整体性地提供了中国方案、贡献了中国智慧，为成功规避“三大陷阱”奠定了强大的思想基础和路径遵循。

（作者为清华大学马克思主义学院博士生）

来源：中国青年报

## N 有此一说

## 公益是企业的一种竞争力

姚洋

作为一个经济学家，我认为企业的商业和公益活动是完全不矛盾的，公益活动是企业竞争力的一部分。

企业做公益有两种形式：一种是成立一个基金会，基金会把钱发给最需要的人去用；另一种是践行企业社会责任。两种形式都可以增加企业的竞争力。

企业做公益为什么可以增加竞争力？

我自己研究经济学，也长期研究中国的农村问题、农业问题。我发现在中国的农村地区，特别是南方的农村地区，每一个村子里都要保留一块地，叫族田，族田很大，作用就是扶贫、赈济还有助学。一个大的家族做这件事情，是和他的家族兴旺高度相关的。家族里有比较富裕的人家，也有比较穷苦的人家。富裕的要帮穷苦的，这不仅仅是一种爱心，在很大的程度上是出于对家族延续的考量。

今天企业做慈善，当然最重要的是企业有爱，但是企业做慈善，对于增强企业竞争力非常有帮助。企业通过社会捐赠，使我们对其产生了一种信任。捐赠者会因“我是社会的一分子”而感到骄傲，“做这事是出自我的爱心”，受捐助者有感恩的心情，社会增加互信将对企业产生好的影响。

企业践行社会责任，也是企业竞争力的一部分。

第一，开发产品线 and 做慈善并举。企业当然可以把钱拿出来投到基金会，由基金会去做慈善，也可

以直接去做一些慈善，但是这不需要所有企业都变成社会企业。

第二，践行企业的社会责任有利于扩展自己的用户。中国走到这一步，消费者和下游企业都关心可持续性的问题。如果企业能超出基本要求，做一些履行社会责任的事，就会拓展用户。比如消费者对无污染的食品非常关注，如果企业能告诉消费者，其生产的产品是无污染的，是可持续、可回收的，将会增加客户数量，这样将增加企业的竞争力。

第三，关心企业的员工也是践行社会责任的一部分。我们过去的发展都是靠勒紧裤腰带，我们有一种信念就是勤劳致富，无论白天黑夜，无论工作日，还是星期日，一直加班加点干。现在应该从一味强调勤劳致富向关注健康、实现可持续甚至向适度享受转变，中国已经到了这个阶段。现在很多员工都是在办公室工作，没有任何锻炼，身体越来越差。

怎么实现可持续发展？有一些企业做得很好。深圳形成了马拉松热，很多年轻人跑马拉松，一天不跑步就觉得心里没着没落，这和深圳的一些大企业的带动高度相关，把健身变成了一种氛围。最终你会发现，员工的健身、适度休息将提高企业的生产力，最终也会提高整个社会的生产力。

企业践行社会公益，就是在提高自己企业、提高整个社会的竞争力。

（作者为北京大学国家发展研究院院长）  
来源：北京日报

## 观点集粹

## 我国社会主要矛盾变化的两个认识误区

2017年12月的《党课》教材刊文指出，我国社会主要矛盾变化有两个认识误区。第一，社会主要矛盾是整个社会的主要矛盾，不是经济领域的主要矛盾。社会主要矛盾是着眼于整个社会发展来看的，不是仅从经济领域来看的。经济领域的矛盾可能比较突出，但不能掩盖其他方面的矛盾，尤其不能把经济领域的矛盾等同于社会主要矛盾。各种社会矛盾相互交织，有些甚至还很突出，但相对于社会主要矛盾，它们都是次要矛盾、具体矛盾。社会主要矛盾发生变化，必将对各种社会矛盾产生全面性、广泛性的影响。解决社会主要矛盾，也必须从全局

上、战略上进行谋划，不能头痛医头、脚痛医脚。第二，社会主要矛盾是对一定时期社会矛盾运动现状和趋势所作的判断，不是对社会发展阶段的性质作出判断。正如习近平总书记指出的：“我国社会主要矛盾的变化，没有改变我们对我国社会主义所处历史阶段的判断，我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，我国是世界最大发展中国家的国际地位没有变。”社会主要矛盾的变化，只是反映了一定历史时期社会矛盾的总体变化，但不足以说明由生产力和生产关系这一社会基本矛盾所决定的社会发展阶段发生了变化。

## 中国社会治理转型亟需构建新的治理理论

李友梅在《解放日报》刊文指出，今天，当我们站在中国和全球关系变革与适应的历史新起点思考中国社会治理转型的经验总结及其理论构建的时候，必须加快提升我们思维方式的更新能力。我们习惯的思维方式总是倾向于“以自我为中心”找到一个建立在最优决策基础上的治理方案，或在对各种影响因素及其关系的可确定性的想象之上，构建人类行为与交往的普遍适用的理想范式。从中国经济社会转型的

历史经验来看，我们既曾受惠于传统的治理思维，同时又日益受制于传统的治理思维。但是，当前及未来中国与全球发展及其引发的治理问题可能将是传统的治理思维、治理技术、治理体制无法有效照应的，也就是说，我们无法从老的工具箱中找到新的解决方案。我们亟需构建新的治理理论，而且，这一理论不仅可以超越既有治理理论的思想惯性，又能超越西方与东方这种“二元”的思维逻辑。

## 新经济形态下的信用扩张及其风险

陈睿在《深圳特区报》刊文指出，在移动互联网终端兴起的新型商业“革命”浪潮中，信用取代了传统商业中的有形抵押物甚至货币，成为新经济形态中的重要推手。市场并非总是欣欣向荣，也并非时时按照理性的思路出牌，市场内在的逐利性意味着信用膨胀，失控状态下的市场崩溃威胁甚至反噬信用的伦理基础。更有甚者，当市场参与者集体助推信用膨胀与信用泛滥时，溃堤的则是整个行业乃至社会。2007年次贷危机爆发前后，穆迪、标准普尔、惠誉等享誉世界的国际信用评级机构对风险极高

的证券化产品信用评级迅速从AAA调低至BBB以下，直接触发了市场的恐慌性抛售。这不但迅速刺破了集聚已久的市场泡沫，还直接导致投资者丧失了对其他信用评级产品的信任，连带抛售其他资产，金融市场进一步恶化。马克思的论断不幸言中：“在这种信用制度下一切东西……以至变为纯粹幻想的怪物一样。”套用罗兰夫人的说法，“信用，多少邪恶假汝之名而行之！”信用市场化特别是新经济形态发展下的有序发展，除了市场自身调节外，更需要坚实的制度性保障。

## N 学者观察

## 从价值的角度理解道德

朱海就

怎么认识道德一直都是一个重要的问题，古往今来有无数哲人讨论过这一问题。本文试图把道德与经济学强调的“价值”联系起来，把道德看作是一个“价值”问题，认为“道德”可以理解为与自己与他人需求的满足。事实上，孟德斯鸠早有一句名言，他说“有商业的地方就有美德”，本文从“价值”角度阐述道德是对他这一观点的补充，文章将说明为什么道德有赖于市场。

道德首先意味着个体能够追求自己的价值。一个人最基本的自由就是能够做出主观判断，并在自己的主观判断基础上行动。相反，如果个人不能进行自己的主观判断，不能依据自己的主观判断行动，那么这种社会是不道德的，也是不自由的。在市场中，个体可以选择在自己最感兴趣的的方向上发挥才能，也可以选择在他认为对消费者最有价值的方向上发挥才能，他不需要听命于任何人，不需要看他人的脸色，他的行动完全取决于他自己的主观判断。实际上，在满足合法性前提下，只要一个人能够做

出自己的评价，并且根据自己的评价做出行动，那么他就是在参与价值创造活动。

市场将私利转化为公共利益，使追求私利和公共利益一致，满足他人的需求，就是在为他人创造价值，为社会新增财富，这是市场的奇妙之处。相反，在非市场部门，私利和公共利益是分离的，个体私利的实现不是新创造了价值，而是把他人已经创造的财富转移到自己的口袋。所以，利益与价值并不总是一回事，个体获得了自己的利益，并不意味着他创造了价值。

如前所述，增进他人福利，为他人创造价值的行为是“道德的”，在市场中，这种有道德的行为会得到回报。为他人创造的价值越大，得到的回报也越多。当然，这种回报是多方面的，有货币的，也有精神的，比如获得尊重。

这种回报意味着市场会为有道德的行为提供正向激励。不难发现，在越是市场化的部门，人们越是容易感受到“道德”。比如在不少酒店，当你遇到服务员时，无论他们是否认识你，都会主动和你打招呼，使你有一种温馨之感，这种情况在非市场部门

不容易见到。

当服务他人或创造性被视为道德时，创造性就受鼓励。在市场中，一个人越是有创造性，为他人创造的价值越大，他越是为他人所称道，比如乔布斯。可见，市场鼓励道德，也促进效率，效率和道德是一体的。市场经济的道德观就是这样一种弘扬企业家精神的道德观。麦克洛斯基教授说工业革命发生在英国的根本原因是企业家获得了尊严，也就是道德观的转变。在安·兰德的作品中，这种以“创造性”为核心的道德观更是有充分的体现。如说道德在于发挥个体的创造性来创造价值，那么压制个体的创造性无疑就是最严重的不道德行为。

对于道德，还要解决这样一个问题，也即我们依据什么来说某种行为比另一种行为更为道德的？市场中的价格机制和利润信号，把行为的价值体现出来，从而也在一定程度上衡量了这种行为在多大程度上是道德的。也就是说，对价值的评价，也就是道德水平的评价，市场把这两种评价结合在一起，使价值评价与道德评价统一。如取消市场机制，

那么道德的合理评价机制也丧失，这也意味着善恶反而有可能得到更高的评价，评价机制扭曲的结果是道德的破坏。

市场中，一方面是个体能够自己进行评价，做自己认为有利的事（如前所述，这是市场具有道德的体现）；另一方面他也要接受他人的评价，这里的他人不是特定的人，而是他所不知道的消费者。在市场中，个体的行为在这样一种无知之幕中以一种非人格的方式被评价，使有价值的行为得到回报，没有价值的行为无法获得回报，这体现了市场的公正性，也是市场具有道德的体现。

市场把假的淘汰掉，把真的留下来，所以市场是发现价值的过程，也是求“真”的过程。市场使道德与价值实现统一，在市场中，不道德的，也不可能有价值；同样，破坏价值，也必然毁灭道德。在传统社会中，流行的往往是建立在“利他”基础上的道德观，只有当这种道德观转向建立在“价值”思想之上的道德观时，传统社会才有可能比较顺利地转向现代商业社会。

（作者为浙江工商大学教授）  
来源：深圳特区报