

从首笔国债发行看新中国初期中共的城市社会动员能力

——以上海为中心的考察

孔祥成 牛茹琪

[摘要] 1950年，中央人民政府发行一亿分人民币折实公债，这是中国共产党在全国执政后首次发行的国债。首笔国债的劝募采取了义利结合的宣传动员，并建立了纵横交错的动员网络与政社协作的组织架构，运用了分类分层的动员方案以及广播媒介进行广泛的社会动员。以劝募结果观之，呈现出“横看成岭侧成峰”的多维映像。尽管动员方式和过程仍有不足，但总体而言，新中国成立初期的公债发行取得了两方面的实效：一方面，全民动员，快速响应，完成了公债认购任务；另一方面，探索了党领导下的政府与社会协同响应、行业与社区纵横联动的城市社会网络化动员模式，体现了中国共产党政治、经济、社会三位一体的协同动员能力。

[关键词] 上海；人民币折实公债；动员机制；多元协同

[中图分类号] D64

[文献标识码] A

[文章编号] 1009-928X(2022)02-0030-08

DOI:10.14019/j.cnki.cn31-1856/k.2022.02.010

1949年10月新中国成立，全国各业百废待兴，中国共产党同时面临着解放全中国、接收旧公教人员和恢复发展经济等多重任务。据估算，1950年度全国需养活脱离生产的军政公教人员900万人，约占全国总人口的2%，平均每100人需养活2个“公家人”。^[1] 政府财政收入不敷出，据统计，1950年全国财政收入62.17亿元，财政支出68.05亿元，全年收支差额高达负5.88亿元。^[2] 为应对巨额赤字，政府被迫继续过量发行钞票，从而进一步导致币值下跌和物价上涨。为此，政务院提请发行人民币折实公债，这“对减少赤字、稳定币值以及动员人民的游资散财以复兴国民经济是具有重要意义的”^[3]。

1949年12月，中央人民政府委员会批准通过并公布了《关于发行人民币折实公债的决定》。自1950年1月5日起，第一期人民币折

实公债开始发行，总额为1亿分。其中，华东区分担45%，计4千5百万分；上海市占华东区的66.6%，计3千万分。^[4] 作为新中国的第一笔实物公债，也是首笔国债，其意义非同寻常。但面对新中国初期，建设资金短绌和通货膨胀并行的不利局面，有人对新生人民政权持观望态度，甚至嘲讽共产党不懂经济：“共产党军事一百分，政治八十分，财经打零分。”^[5] 在此情形下，如何动员社会各阶层、各业界积极响应认购公债，成为影响此次公债发行成功与否的关键。本文以上海为考察中心，通过梳理1950年人民币折实公债的发行过程及各方反应，总结公债劝募和推销机制，进而管窥中国共产党执政初期在大城市建构合法性及其动员网络的初步尝试。

一、劝募宗旨：义利结合的国债宣传动员 民国时期，国民党政府曾多次借发行公债

[1] 中共中央文献研究室编：《建国以来重要文献选编》第1册中央文献出版社，1992年，第59页。

[2] 国家统计局国民经济综合统计司：《新中国六十年统计资料汇编》，中国统计出版社，2010年，第18页。

[3] 俞明仁：《公债是稳定物价的重要措施》，《人民日报》1950年1月5日。

[4] 《中共上海市委关于推销人民币折实公债的指示》，《解放日报》1950年1月7日。

[5] 薄一波：《若干重大决策与事件的回顾》上卷，中共中央党校出版社，1991年，第77页。

而大发国难财，导致公债失信于民。对此，中央人民政府委员张难先曾指出：“过去从袁世凯到国民党，他们使公债成为官僚资本家投机的工具，结果对人民无利有害。”^[1]上海解放前后，由于国民党金圆券改革失败以及将黄金储备偷运台湾而导致物价飞涨，以及国民党长期以来对中共政策的污名化宣传，使得不少上海市民“对于中国共产党的政策，都很隔膜，对于中共解放中国人民的事业，抱着一种‘观望’的态度”^[2]。与此同时，中国共产党领导新生政权在经济战线上打响了“银元之战”和“粮棉之战”。在错综复杂的背景下，人民胜利折实公债作为新中国的第一笔实物公债，其发行与认购难免遭遇诸多问题。

公债发行初期，上海市民对购买公债的疑虑主要体现在：（一）认购对象。认购对象主要面向工商界，但有些工商界人士认为工商界正在遭遇困难，政府不应该把他们作为主要推销的对象；（二）认购币种。购买公债需用人民币，不许用其他币种，同时不许流通，不准抵押，工商界认为当时上海金融业的存款不过千余亿，工商界恐无力认购公债；^[3]（三）认购细则。一部分人认为政府5年后才还本付息，对此有顾虑；（四）匪特谣言。公债刚推销时，郊区谣言很多，如政府发行公债为准备打第三次世界大战，这些谣言致使人民认购及缴款都有相当的延迟。^[4]

针对人民群众在认购公债过程中出现的种种疑虑，党和政府立足国家、企业、个人三者利益相结合的多赢立场，以义利结合作为国债劝购的动员宗旨，动之以情、晓之以理，通过广泛而深入的宣传解疑释惑，实现经济动员和社会动员、政治动员的高度一体化。

首先，采取义利结合的宣传策略，将认购公债与个人获利和企业发展联系在一起。在认

购公债的宣传过程中，不仅要让人民群众对国家发行及劝募公债的方式方法有明确了解，而且也要对认购公债与自身之间的联系有清楚认识，要着重强调认购公债既兼顾国家发展，又充分照顾个人利益，从而提高各行业认购公债的积极性。如上海市工商界公债推销分会在工作报告中指出：“我们必须把人民胜利折实公债和国民党反动政府发行的公债有什么不同，以及为了拥护政府克服困难，为了稳定物价，为了工商界切身利益等等，作一普遍深入地宣传，使工商界得到一个正确的认识，提高他们购债的热情。”^[5]针对部分工商界人士关于购买公债的一些疑问，劝购人员从公私两利的角度作了进一步解答：公债发行的目的在于吸取社会游资，这部分游资的来源是财政赤字，绝不是工商业现有的流动资金。^[6]同时阐明，购买公债既可以获得合理的可预期的经济收益，又可以减少通货的发行，争取物价稳定，对于工商业的经营是极大的便利，完成公债的发行实际上就等于替自身的工商企业打下发展的基础。^[7]为增强宣传效果，上海市公债推销委员会适时提出推销公债的口号，如“购买人民胜利折实公债既可克服公家困难，又可进行私人储蓄”“购买人民胜利折实公债是争取人民解放战争最后胜利的重要保证”等。^[8]同时，在宣传中再三强调认购公债和捐款的区别：购买公债并不是捐款；政府发行公债，不但还本而且付息，还指出把购买公债看作对国家的捐款是不合事实的。当然，很多市民愿意捐献物质，表现了对人民政府的拥护，公债推销委员会充分肯定了这种以爱国精神推动市民购买的引领示范作用。^[9]

其次，激发劝购对象的家国情怀，将认购国债与拥护党的领导、爱国的政治动员关联在

[1] 《中央人民政府委员会四次会议通过明年财政概算，决定发行折实公债》，《解放日报》1949年12月4日。

[2] 胡淘编：《中共政策》，上海今文出版社，1949年，第1页。

[3] 《陈云文选》第二卷，人民出版社，1995年，第38页。

[4] 《人民胜利折实公债上海市推销委员会郊区分会关于第1期推销经过总结的报告》，上海市档案馆藏，档案号A71-2-55-9。

[5] 《人民胜利折实公债上海市推销委员会工商界分会工作报告》，上海市档案馆藏，档案号C48-2-108-8。

[6] 《以行动迎接折实公债的发行》，《解放日报》1949年12月26日。

[7] 《人民胜利折实公债和工商界《上海工商》合订本（第一卷第六、七期合刊）》，上海市档案馆藏，档案号C48-2-2406-140。

[8] 《推销折实公债口号》，《解放日报》1950年1月13日。

[9] 《买公债与劳军性质不同》，《解放日报》1950年1月14日。

一起。发行人民胜利折实公债，主要基于政治经济学的双重考量，作为新中国的第一个实物公债，其出发点和作用主要有两方面：第一，人民胜利折实公债可以弥补财政赤字，吸收市场上的游资。盛康年在1949年11月16日回沪政协代表座谈会上就提出：“公债可以发，因为可以吸收游资，疏导游资。”^[1]同时收缩通货，从而使得投机商手里缺乏足够的资金，无法在市场上囤积居奇、谋取暴利。时任国务院副总理陈云指出：“全国人民对于解放军的胜利欢欣鼓舞，也理解政府的困难，但又希望政府在困难中也设法使物价较稳定，因此政府不能只依靠增发通货。发行公债的作用在于弥补部分财政赤字。”^[2]公债发行之初，曾遭到一些投机商人的抵制，对此人民银行采取了相应的制裁措施，如“投机行为暴露，三家钱庄昨天倒闭，人民银行已令即日停止营业”^[3]。第二，政府通过发行公债集腋成裘、聚沙成塔，借社会资本加快国家建设步伐。

为了消除人民群众对公债的疑惑和担忧，中共上海市委宣传部把公债宣传工作和1950年春节宣传工作结合起来，并于1950年1月17日专门制定了宣传要点：“（一）宣传发行人民胜利折实公债是战胜财政困难、争取物价稳定的有效方法；（二）是从根本上解决国家与人民困难的最好办法；（三）是人民的光荣任务，是爱国的具体表现；（四）宣传上海市推销人民胜利折实公债的任务可能按期完成，全体职员与全体人民应为完成推销人民胜利折实公债而努力；（五）宣传全体职员与全体人民应为克服困难、争取光明的前途而奋斗。”^[4]与此同时，《解放日报》开设“服务社会”专栏，专门回答人民群众对于购买公债的各种疑问：“发

行人民胜利折实公债有什么好处？我们发行的折实公债与资本主义国家发行公债在本质上有何不同？折实公债是怎样计算的？”^[5]

人民胜利折实公债劝募与同期的“粮棉之战”和稍后的抗美援朝等爱国政治动员关联起来，将市民投资的理性经济行为升华为考验市民觉悟的政治选择，并借助党领导下的各种外围群团组织和行业团体，广泛发动、深入动员。此外，党领导制定购买公债的爱国宣传口号和标语，以工商界巨擘带头认购、群团组织推动公债认购为竞赛，与1950年“抗美援朝、保家卫国”的爱国捐献动员同频共振、协同发力，形成了一场声势浩大、席卷海内外的社会政治动员运动。

由上观之，公债业已成为衡量民心归属的政治符号，人民群众踊跃购买公债反映出对新生政权的信心。因此，上海市市民手中的资金是投向投资机构进而流向投机商人，还是投向人民政府发行的公债，直接反映了民心的转向与最终选择。历史证明，发行公债对于新生人民政府摆脱财政赤字、控制物价上涨、增强财政调控能力不啻于雪中送炭，为配合打赢“粮棉之战”争取到了金融资本和社会资本的双重支持，体现出用政治的观点来观察和解决财经问题的特点，从侧面迂回的信用阵地支援了“粮棉之战”的正面战场。公债发行方人民政府与公债购买方人民群众都从中获得了互信共赢。

二、劝募机制：纵横交错的 动员网络与协同运作

在广泛而深入的宣传动员的基础上，执政初期的中国共产党尝试在大城市构建网络化组织体系。首先是党领导下的政府与社会的协同响应，其次是依靠党团组织建立起覆盖全社会、串联各行业的纵横交错的网络化劝募组织。在这一组织体系中内置了中国共产党在大城市的社会动员网络，为中国经济恢复发展、社会治理、政治认同提供了动员资源和组

[1] 《中共上海市委统一战线工作部关于回沪政协代表座谈会物价问题及华东政府问题的材料（摘要）》，上海市档案馆藏，档案号A33-2-298-5。

[2] 《中央人民政府委员会四次会议，通过明年财政概算，决定发行折实公债》，《解放日报》1949年12月4日。

[3] 《为投机者戒！》，《解放日报》1950年1月11日。

[4] 《中共上海市委关于推销公债工作的几个决定的通知、宣传要点通知及上海市人民政府党组的简报》，上海市档案馆藏，档案号B1-2-51。

[5] 《关于折实公债答记者问》，《解放日报》1950年1月6日。

织保障。

第一，推动中国共产党领导下的政府与社会的协同响应。人民胜利折实公债的推销是在中国共产党领导下、政府主导与社会协同参与中进行的。中共上海市委讨论了关于公债发行的决定与指示以及华东区对上海推销额的分配，一致坚决地表示完全拥护。^[1]同时制定了协同响应机制，使推销公债的过程有计划、有步骤地进行。如中共上海市委指出：“一切报纸刊物、宣传机关、文体活动，均应将他们动员起来，采用各种方式，向各界人民开展宣传认购工作。”^[2]中共上海市委也针对当时市场上复杂多变的情况，要求采取一切有效的办法和有机的配合，掌握全局，互通情报，避免各自为政，指示财政、贸易、金融机构内的党员干部要密切配合。新中国成立初期，各级政府机构的建章立制以及政府与社会的协同运作仍在探索中，在人民胜利折实公债的发行与劝募过程中形成的党的集中统一领导和全民动员的政府社会实践，很大程度上拓展了党领导下的政府与社会协同响应的组织网络和工作方式。

在公债推销的组织结构中，中共党员、政府要员和工商贤达、文教闻人、社会名流等各占一定比例。1950年1月5日，人民胜利折实公债上海市推销委员会举行成立大会，通过致毛泽东主席暨中央人民政府电，表示誓以全力支持政府发行公债这一贤明措施，要争取在规定时间内完成推销3000万分的光荣任务。^[3]会议推选潘汉年为主任委员，刘长胜、盛丕华、许涤新、胡厥文、荣毅仁、王芸生为副主任委员，王志莘、吴有训等45人为常务委员，许涤新兼秘书长，寿进文、胡子婴、盛康年、严谔声为副秘书长。在有据可考的30位常务委员中，中国民主建国会（民建）成员最多，共有15人，占比50%；民进2人，民盟1人，无党派爱国民主

人士4位，基督教爱国人士1人。共产党员7人，仅占23%。按职业身份分类，党政界有6人，文教界有8人，工商界有13人，宗教界1人，跨界有11人，如经济学家许涤新身兼中共上海市委委员、上海工商行政管理局局长、复旦大学经济研究所所长；再如荣毅仁、黄延芳、刘鸿生等身兼数职，横跨政界和工商界。可见，上海市公债推销委员会作为地方最高的公债推销领导机构，其顶层设计和组织架构体现了党政联合社会各界精英的合作机制。

政府与社会的协同既反映在党政、企、社民主协商与合作共事的组织机制上，也彰显在多方参与的宣传机制设计上。首先，在中国共产党的领导下，设立宣传委员会，主持新闻、广播、漫画和电影的设计。其次，成立演讲队，聘请财经专家和财经工作者，出席各分支会的成立大会及各界团体的集会，讲解发行公债的意义与作用。再次，青年团配合党组织发动青年学生或走上街头或深入基层进行宣传，动员群众踊跃认购公债。从1950年1月发行公债开始，仅用半个多月时间，总会共印发了1万5千本宣传手册，招贴12种共1万2千张，标语60种共60万张，公债彩印图5万张，印花1万张，公共交通工具宣传画8种共1万6千张，酒茶馆宣传画3种共3万张，路牌广告6块，霓虹灯1座，电影短片2集，幻灯片8张；通过各分支会及有经验的动员，将这些宣传品张贴到街头、车站、各公共场所，并散发到广大市民中去，使各界市民对于公债推销运动有了初步的认识。^[4]中国共产党领导下的政府与社会的协同响应机制取得了实效。

第二，组建纵横交错的劝购动员组织网络。中国共产党执政后，面临着在城市开展经济建设和社会管理的新课题。与以往在农村地区的动员方式不同，城市动员更具复合性与复杂性，政策的推进必须要以深入社会基层、建立社会支持网络为前提，否则大张旗鼓的宣传只能流于走过场。中国共产党在长期的革命

[1] 《中共上海市委关于推销人民胜利折实公债的指示》，《解放日报》1950年1月7日。

[2] 《为正确展开推销公债运动，上海市委发出指示》，《解放日报》1950年1月7日。

[3] 《上海、北京公债推销委员会成立》，《人民日报》1950年1月7日。

[4] 《上海市人民胜利折实公债推销工作总结》，上海市档案馆藏，档案号B96-1-4-3。

斗争中，不仅重视宣传工作，而且擅长组织工作，积累了丰富的联系群众和政治动员的实践经验。

1950年1月5日，由上海市政府聘请各界代表人物，组成“上海市人民胜利折实公债推销委员会”作为总会。^[1]接着，工商业界成立了“工商业界公债推销分会”，并按行业成立各支会。与此同时，机关工作人员、文教工作者、摊贩和郊区工商业者等，也都相继成立了公债推销分会。在殷实富户和退職文武官吏方面，由市府聘请比较开明及热心公益的地方人士，组成“地方人士公债推销分会”。并以区里主要干部为骨干，吸收地方人士参加，成立各区推销支会，下设推销小组。而且，郊区也相应成立了“上海郊区公债推销委员会”，制定了详细的动员方案与工作重点：（一）政治上动员及教育；（二）成立分会；（三）具体讨论推销公债的步骤及办法；（四）市郊这次推销公债应以市镇为重点，其他各区作一般宣传。^[2]

由此可见，上海不仅组建了从市级到区级再到办事处的“总会—分会—支会—小组”公债推销的纵向组织，而且按照社会不同行业成立了从联合会到行会再到企业的“分会—支会—小组”公债推销的行业推销组织，覆盖市区和郊区的纵横交错的网络化劝购组织将单位人和社会人网结起来，体现了中国共产党和新生人民政府强有力的组织动员能力。

人民公债推销机制初步建立健全后，上海市政府于1950年1月19日召开了上海市公债推销委员会各分会第一次联络会议，对进一步组建分会下设机构提出时间要求：“最好能在1月底基本上把各支会组织好。”^[3]会后，各界相继成立分、支会，1950年2月根据上海市行政区划，共成立了19个地区分会，分会下设立了79个支

会和612个推销小组。^[4]在中国共产党的号召和影响下，社会各界也相继成立支会以推动公债认购进程。截至1950年2月3日，工商界成立支会97个；职工界28个，认购公债100余万分；青年界5个（另15个正在成立）；师生员工界70%已成立；宗教慈善界5个，认购公债7万5千分；自由职业者5个，认购3万分；民主党派5个；妇女界11个；市郊区10个；文化艺术界8个。^[5]

结合1950年新中国成立初期的历史背景，对上述数据加以解读分析，不难管窥这一时期宏观历史的走向及其显征：第一，上海工商界成立公债劝购支会数量最多，而且工商界的实缴数19564928分，约占各界分会公债总实缴数22576238分的86%还多^[6]，彰显出上海是近代以来中国最大的工商业城市的显著特点。正如解放上海对于解放全中国具有重要的国内、国际意义一样，动员上海进行新国家建设同样具有重要的政治经济学意义。新中国成立之初，很多外国学者都怀疑中国共产党建立的新政权能否度过“革命后的第二天”。“当共产党的军队于1949年进军战胜国民党时，他们结束了几十年的战争，不过他们的斗争刚刚开始。中国领导人在恢复中国经济并使之现代化方面遇到巨大的困难”，由此推论“中共的胜利将不过是昙花一现而已”。^[7]历史表明，上海的工商界人士大部分支持了新政权的建设，仅用了3年时间就成功地恢复了国民经济，这也是中国为什么没有实行苏联对资本主义工商业没收的改造政策，而是实行了“四马分肥”的“和平赎买”政策的社会政治原因。第二，参加公债推销分支会的社会各界覆盖面广、阶层多，体现出上海社会各界在新政权建立后对自身社会政治身份重新塑造的政治自觉性。如新中国中央人民政府委员谭

[1]《本市推行委员会今成立，折实公债明起发行，各界人民继续纷纷认购》，《解放日报》1950年1月5日。

[2]《中共上海市委市郊工作委员会关于上海市郊区积极开展推销人民胜利折实公债的通知》，上海市档案馆藏，档案号A71-2-55-1。

[3]《人民胜利折实公债上海市推销委员会第一次联络会议汇报》，上海市档案馆藏，档案号B96-1-5-107。

[4]《人民胜利折实公债上海市推销委员会组织简则》，《文汇报》1950年1月6日；《上海市推销人民胜利折实公债史料》，《档案与史学》1999年第3期。

[5]《人民胜利折实公债上海市推销委员会1950年2月3日汇报会议记录》，上海市档案馆藏，档案号B96-1-5-108。

[6]《上海市推销人民胜利折实公债史料》，《档案与史学》1999年第3期。

[7]唐耐心：《艰难的抉择：美国在承认新中国问题上的争论（1949—1950）》，复旦大学出版社，2000年，第43、47页。

平山指出购买人民公债和政治教育的关联：“我们现在新民主主义的政权，是人民民主政权，也是工人、农民、中小资产阶级、民族资产阶级的共同专政的政权，……因此我相信城市中小资产阶级与民族资产阶级，以及一般市民，对于折实公债的发行，一定是拥护的，对将来公债的购买，也一定是踊跃的。对于发行折实公债，特别是对于居留城市小资产阶级和工商业者，以及一般市民，是一种严正的考验，也是一种广泛的教育。”^[1]事实也是如此，上海各界成立公债推销支会的积极性很高。在上海的带动与影响下，全国多地掀起了认购热潮，“最近各地报章杂志反映了全国人民对胜利公债的热烈拥护和踊跃认购，无疑的，这是胜利公债胜利的征兆，也是人民发挥了新的爱国热忱和对自己政府的衷心拥护”^[2]。这种认购热潮既体现了人民群众对中国共产党领导的新生政权的期望和拥护，也在一定程度上反映出中共构建的纵横交错的网络化全民动员体系的强大组织能力。

三、劝募策略：分类分层的 动员方案与广播的运用

根据上海作为工商业城市的特点，中共上海市委制定了分层分类的动员策略和因地制宜的推销方案：（一）上海劝购对象主要是工商业者、富户和前退职文武官吏，争取财力大者多购，小者少购，对不同群体采用说服劝导、自报公议等办法，以使公平合理；（二）工人、职员、学生、及劳动人民，有些已经拿出一个月的工钱或全部年终奖购买公债，并进行认购挑战竞赛，但必须是自愿行为；（三）为使储藏黄金的富户方便购买起见，政务院指示，使用黄金购买公债不要超过本人购买份额的30%为宜。概言之，劝购公债的动员策略体现出3个特点：一是量力而行，公平分摊；二是劳资双方分类动员，工商业者和富户重点动员，

[1] 谭平山：《对发行胜利公债的意见》，《人民日报》1949年12月5日。

[2] 俞明仁：《公债是稳定物价的重要措施》，《人民日报》1950年1月5日。

工人和学生重在参与；三是规定使用法定人民币，限制硬通货购债比例。在此原则基础上，通过全市推销公债委员会，以及各社会团体、企业机关，在贯彻民主精神的基础上，有组织地开展动员宣传，形成了全民推销运动。

第一，对宣传认购公债进行广泛地政治动员，充分发挥工人群众爱党爱国的先锋引领作用。宣传过程中利用各地实例对工人群众指出：他们最重要的工作是组织力量，对工人群众广泛深入地展开宣传运动。如，北京、郑州、西安、青岛等地工人阶级拥护人民胜利折实公债的运动，已开始转入预先认购阶段，工人们纷纷认购。^[3]武汉工商界满怀信心，决定完成购债任务，要向工人战士的爱国精神看齐。^[4]京津人民踊跃购买公债，中共中央及各党派纷纷认购。民革号召各地分会协助推销折实公债。侨胞开始认购公债，纷纷来电询问购买手续。^[5]张家口在工人带头影响下推销公债的任务已胜利完成，“上海及全华东各界人民应向他们学习”。^[6]1950年1月9日《解放日报》报道：“职工带头推动各界，全国各地竞购公债，华东区普遍展开认购。”^[7]

第二，作为全国最大的工商业城市，在公债劝募过程中上海工商界结合行业特色，遵循规律、科学评估、尽力而行。先是上海市工商业联合会召开座谈会，讨论：（一）人民胜利折实公债发行的意义；（二）人民胜利折实公债的性质；（三）怎样推动公债的发行^[8]，从而让工商业者从思想上认识到发行公债的重要性。以荣漱仁为代表的各界人士于1950年2月6日在《解放日报》上发表题为《我为什么要买公债？》的文章：“毛主席说，1950年有困难、有办法、有希望。推销胜利公债就是克服困难的办法之一，人民应以全力支持政府这一贤明的措施。……

[3] 《工人阶级带头响应号召，各城市热烈认购公债》，《解放日报》1949年12月26日。

[4] 《关于折实公债答记者问》《解放日报》1950年1月16日。

[5] 《一天销售四十万份》《侨胞开始认购公债》，《解放日报》1950年1月12日。

[6] 《向张垣人民看齐》，《解放日报》1950年1月20日。

[7] 《全国各地竞购公债》，《解放日报》1950年1月9日。

[8] 《工商联举行座谈会》，《解放日报》1949年12月17日。

我们工商界在目前困难虽多，但必须认清目标，要先尽力购买公债来克服国家的困难，然后贤明的政府才能扶助我们恢复生产，克服自己的困难，……来尽我所应尽和能尽的力量。”^[1]由于思想动员到位，第一期人民胜利折实公债发行不久，上海市工商界人士纷纷表示拥护并保证完成中央人民政府给予上海认购3千万分的光荣任务。紧接着，根据实事求是原则，科学厘定工商界各业认购份额，公债推行委员会搜集了各业过去的营业额、报税额、资本额以及近来的营业状况，作为客观定比的依据，力求公平合理，避免强摊硬派，以免给企业造成过重负担。^[2]同时为方便人民购债，中央人民政府政务院指示：因上海市印收据及其他准备工作不及完全完成，中国人民银行上海分行定于1950年1月6日起，由公库部和合作储蓄部经收债款，发给临时收据。^[3]可见，党和政府对工商业界的动员采取了谨慎的政策，既要考察工商业者对政府支持与否的政治态度，但又不失科学严谨的求是精神，从而获得了上海工商界的真正拥护。

第三，上海市其他各界人民群众在认购过程中也采取了或传统或新颖的劝购方式，支持人民胜利折实公债的发行。在公债推行委员会的宣传推动下，各事业单位员工纷纷动员亲属积极响应。市妇联号召妇女鼓励亲属购买公债；各校开展宣传工作，发动居民家长购买公债；公安局民警向亲朋好友宣传认购，上海市郊区某部驻军也加入到购买公债的运动中来。^[4]上海市教育界不但开展公债竞购，而且创新了各种宣传方式，走向社区街头宣传动员。如复旦大学表示向2万分目标努力，上海交通大学初步估计可达1万5千分，同济有1万2千分的希望。他们除自己认购外，还采用各种方式进行劝购，如出版特刊、组织讲演团、应邀分赴

各处讲演，并决议由高教联聘请吴有训、陈望道、夏坚白等15人为常务委员，创作劝募广播剧。^[5]青年界分会和师生员工分会也发出联合通知，号召利用寒假春节，深入宣传劝购公债。^[6]上海市电影制片业公会推销分会为加强人民胜利折实公债的宣传工作，于1950年2月3日举行上海文化艺术界劝购公债大游行。^[7]同时采取专门报道、问题解答、唱歌、戏剧、话剧等多种接地气的方式深入动员。上海人民广播电台专门推出公债宣传周进行集中宣传，以激发广大民众的购债热情。^[8]时任华东军政委员会副主席马寅初在上海人民电台播讲，号召人们把省下来的钱购买公债，动员全上海市民团结起来为完成推销公债任务而斗争。^[9]这些灵活多样、贴近群众的动员方式，将如火如荼的认购活动推向高潮，加速了公债认购的进度。

四、动员效果：

“横看成岭侧成峰”的多维透视

新中国成立初期，中国共产党在城市的社会动员网络，伴随着1950年人民胜利折实公债的推销热潮开始深入到上海的各个单位和里弄角落。整个动员过程中，不仅有劝募口号、开会讨论这样传统的动员方式，更有竞购、出版特刊、高校教师创作广播剧、唱歌等多种新颖的动员策略，从而极大地提高了公债认购的效率。

此外，党和政府所构建的动员网络和组织形式对保障公债推销起到重要作用。首先，自上而下普遍地建立了一套系统的组织，市、区各级干部和推销委员会总、分、支会的共同努力，依靠组织保证完成任务。其次，此次推销工作主要由上海市委和市政府直接领导、集中统一，了解情况和解决问题都比较及时。再

[1] 荣漱仁：《我为什么要买公债》，《解放日报》1950年2月6日。

[2] 《人民胜利折实公债上海市推销委员会工商界分会工作报告》，上海市档案馆藏，档案号C48-2-108-8。

[3] 《本市推行委员会今成立，折实公债明起发行，各界人民继续纷纷认购》，《解放日报》1950年1月5日。

[4] 《市郊某部驻军购买国债》，《解放日报》1950年1月11日。

[5] 《高教界公债推行委会，组演讲团扩大宣传》，《解放日报》1950年1月5日。

[6] 《号召利用寒假春节，深入宣传购买国债》，《解放日报》1950年1月27日。

[7] 《上海市电影制片业公会筹备会关于开会商付劝购公债大游行的通知》，上海市档案馆藏，档案号C8-1-199-19。

[8] 《上海人民广播电台关于公债宣传报告和第一次广播周的计划》，上海市档案馆藏，档案号B92-1-49-44。

[9] 《折实公债与人民的公责》，《解放日报》1950年1月26日。

次，在公债推销工作中，干部深入基层，反复动员，耐心说服，表现了艰苦朴素的作风，既提高了各界人民对政府政策及发行公债的意义和作用的认知，又密切了党、政府和人民群众之间的联系。网络化动员组织体系和灵活多样的劝募动员方式，推动公债发行取得了预期成就。

截至1950年8月，上海市人民胜利折实公债共计认购29,968,956分，占分担数的99.9%，缴清22,656,771分，占认购数的75.6%。其中，工商界认购了上海总量的86.35%；职工界群众在自身生活困难的情况下仍认购大量公债，缴购比例为100%。妇女界和市政机关无论是认购数还是缴购比例，都体现了高度的为国分忧的精神。而推销公债计划中预定300万分的原国民党退职文武官员，实际仅购买了419,553分，距原定目标有较大差距。^[1]但整体而言，上海地区较好地完成了中央交给的认购任务。

人民胜利折实公债的发行与推销在短时期内取得了巨大的成就，并发挥了稳定物价、缓解通货膨胀、发展经济的利好作用。但因前期准备不充分及推销过程中对政策的理解不到位等因素，造成在公债推销过程中出现一些问题，主要有：（一）对工人进行强买强卖。给工人分配定额，在宣传中强调不愿多买公债的工人就是在破坏政府决议，就是工人阶级的敌人等。针对这种情况，党领导下的各级政府指出其危害并责令纠偏：“这种变相的强迫摊派行为是错误的、危险的，必然会引起工人群众等的不满，应当迅速纠正。”^[2]（二）资方想借认购公债破坏工人间的团结，一些资方在发工资及年终奖时故意多发一些给部分员工，对另一部分则少发些，并强调奖金不分多少，但购买公债的分数要一样，想借工人积极购买公债的热情以破坏工人间的团结。^[3]此外，有些资方故意拖欠尾款。这些问题反映了声势浩大的动

员运动由于片面追求速度、强调成绩、将社会动员与政治认同过多地关联在一起等因素，不可避免地造成了一些负面影响。对此，时任上海副市长潘汉年总结反思：“在执行政策过程中，曾经发生过脱离群众的‘左’的偏向。在执行财政任务方面，有单纯任务观点。如推销公债时，缺乏深入宣传说服，不善于发动广大群众的自觉自愿，以致未能如期百分之百地完成实销任务。”^[4]这都为以后党和政府不断完善在城市社会中的动员机制和工作方法积累了初步经验。

总之，人民胜利折实公债的发行与推销，“是在肃清残敌、巩固国防、医治创伤、恢复生产，这些都是于人民生活极关紧要的事。这些目的达到了，人民的生活便得到安全的保障，国家便会蒸蒸日上地走上繁荣的境地”^[5]。结果表明，公债的成功发行不但弥补了一部分财政赤字，而且公债的如期还本付息也让新生政权获得了人民群众的信任与支持，上海市民逐渐由“观望”转变为支持与配合新政权的建设工作。在这一关键过程中，党成功地将经济治理与社会动员和政治认同建构在同一劝募网络之中，创造性地实现了三位一体的多维协同。在动员网络沿着条块结合、以块为主的纵深向基层单位和里弄街巷延伸时，形成了政府与社会协同发动、自上而下与自下而上交互影响、各行各业全民参与的动员运动，在实现从革命到建政和执政的平稳过渡中发挥了积极作用。

本文系2020年度上海市哲学社会科学规划课题“中国共产党领导救灾的百年历程、模式与经验研究”（2020BDS001）的阶段性成果，并受中央高校基本科研业务费专项资金资助

作者孔祥成系东华大学马克思主义学院教授，牛茹琪系东华大学马克思主义学院2019级硕士生

（责任编辑：赵菲）

[1] 《上海市推销人民胜利折实公债史料》，《档案与史学》1999年第3期。

[2] 《中共中央文件选集（1949年10月—1966年5月）（第2册）》，人民出版社，2013年，第40页。

[3] 《关于年终与购买公债平均主义是不对的》，《解放日报》1949年12月27日。

[4] 新华社：《上海市人民政府一年来的工作——潘汉年副市长在庆祝解放一周年大会上的报告摘要》，《人民日报》1950年5月30日。

[5] 郭沫若：《光荣属于胜利的负担者》，《人民日报》1949年12月5日。