

DANGDAI YINGXIAOGUANLI CONGSHU

当代营销管理丛书

市场体系 形成与发展

SHICHANGTIXI XINGCHENGYUFAZHAN

温孝卿 张嘉兴 主编



天津大学出版社

TIANJIN UNIVERSITY PRESS

当代营销管理丛书

市场体系形成与发展

主 编 温孝卿 张嘉兴

天津大学出版社

内 容 提 要

本书以市场体系为研究对象,具体研究市场体系形成与发展问题。全书从市场体系的内在联系入手,重点研究和阐述了市场体系的内在机理、商品市场运行与发展、金融市场运行与发展、劳动力市场形成与发展、土地市场形成与发展、区域市场形成与发展、市场国际化趋势与进程、期货市场理论与实证、绿色市场形成与发展等主要问题。这里,研究市场体系运行的内在机理,是实现市场机制对资源配置的基础性作用,实现市场机制配置手段的一致性,提高资源配置效率的重要课题。特别是在我国市场经济体制建立和市场体系形成过程中,为了减少市场开放过程中的摩擦阻力,避免各种生产要素流动的非同步性,实现生产要素的优化配置,应当重视要素市场开放的配套性。这是形成、发展和完善要素市场,实现要素市场从而商品市场有效运行的关键所在。因此,本书以市场理论研究为基础,以中国市场发育为背景,融理论性、系统性、实证性和政策性为一体,是高等院校应用经济和工商管理类专业师生、政府经济部门人员、企业经营管理人员的理想用书。

图书在版编目(CIP)数据

市场体系形成与发展/温孝卿,张嘉兴主编. —天津:
天津大学出版社, 2004.7
(当代营销管理丛书)
ISBN 7-5618-1718-5

I. 市… II. ①温… ②张… III. 市场学—研究
IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 060282 号

出版发行	天津大学出版社
出 版 人	杨风和
地 址	天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)
网 址	www.tjup.com
电 话	发行部:022-27403647 邮购部:022-27402742
印 刷	河北省昌黎县第一印刷厂
经 销	全国各地新华书店
开 本	148mm × 210mm
印 张	13.625
字 数	433 千
版 次	2004 年 7 月第 1 版
印 次	2004 年 7 月第 1 次
印 数	1 - 3 000
定 价	22.00 元

《当代营销管理丛书》

编辑委员会

主 编 万成林

副主编 韩德昌 温孝卿

编 委 (按姓氏笔画为序)

万成林 邓向荣 边翠兰

刘重力 任志华 陈家修

陈瑞华 张嘉兴 罗鸿铭

郭大水 舒 平 温孝卿

韩德昌 薛 军

策 划 陈家修

《当代营销管理丛书》

序 言

《当代市场营销丛书》于1995年4月至1997年5月由天津大学出版社陆续出版、奉献给读者以来，得到广大读者的厚爱，先后多次印刷，以满足读者需要。

与此同时，我们也发现，进入21世纪的读者与20世纪90年代相比，发生了很大变化。他们的理论水准大大提高，他们的营销管理理念有了新的突破。因此，他们要求有新的理论武装自己的头脑，需要用新的实践经验指导自己的营销活动。理论上的要求，实践中的需要，都迫使我们进一步去探索、去思考。

根据新的形势，适应新的需要，经过充分论证，我们决定在《当代市场营销丛书》的基础上，重新编写这套丛书，并更名为《当代营销管理丛书》。经过众多专家教授2年多的辛勤工作，编写任务终于完成。该丛书与《当代市场营销丛书》相比，无论在形式上，还是在内容上，都有重大调整。主要是：①在形式上，由原来的13卷458万字调整为10卷390万字，在总体上更加精练；②在技术上，版本由原来我国的标准大32开本改为国际标准大32开本，封面设计也以新的面貌展现在读者面前；③在组织上，适应丛书编写、出版工作的需要，重新组成了编辑委员会，根据编写工作的实际情况，各卷重新确定了主编和副主编，其他所有作者都从扉页转入后记中；④在角度上，这套丛书定位在营销管理领域，各卷都从营销管理的角度在总体上重新进行设计和构思；⑤在内容上，各卷都进行了必要的变动，有的编、章、节删掉了，有的重新进行了编写，有的进行了重大调整、修改和补充，意在反映最新的理论研究成果和新的实践经验，体现21世纪的营销管理理念。

理论源于实践，指导实践。社会实践是不断发展的，经济理论也应不断发展，并根据实践的要求，进行理论创新。当今，时代在加速发展，社会在深刻变革。这一背景，是我们编写这套丛书的一个根本出发点。

经济全球化，贸易自由化，是不可阻挡的历史潮流。在新的世纪，

随着中国加入世界贸易组织，中国的社会经济将不可避免地被带入到这一历史大潮中去。它正迅速改变着中国的面貌，改变着人们的经济行为，改变着企业营销活动的深度和广度。中国加入世界贸易组织标志着中国对外开放、中国经济与国际市场接轨进入一个新的历史阶段；中国开放自己的市场，同时也获得更加开放、更加广阔的国外市场。从此，中国企业将在更加广大的市场上，面对更加强大的竞争对手，展开更加激烈的市场竞争。形势的发展、市场的变化要求企业经营管理人员进一步转换脑筋、更新观念、加强学习、适应形势、面对新的竞争、迎接新的挑战。历史的潮流、现实的挑战要求企业营销人员不断研究新情况、掌握新知识、分析新矛盾、解决新问题。新的世纪、新的现实是我们编写这套丛书的第二个根本出发点。

我国的社会主义市场经济正在阔步向前发展。建立社会主义市场经济体制是我国经济体制改革的目标。近年来，我国的经济改革进程有了长足进步，市场环境有了新的变化。这主要是：经济体制改革不断深化，政府的经济职能进一步转变，企业、特别是大中型企业的改革又有新的突破，消费者的市场意识、商品意识、风险意识、法制意识正在增强。新的体制、新的环境，一方面将企业进一步推向市场，企业经营管理人员要求有新的理论、新的知识、新的技能、新的经验充实自己，以适应新的环境，迎接新的挑战，求得新的发展；另一方面也给经济理论工作者提供了新的实践、新的材料，同时也提出了新的任务、新的要求。新的环境、新的实践是我们编写这套丛书的第三个根本出发点。

全面推进素质教育，是教育改革的方向。由应试教育向素质教育转换是发生在中国教育领域的一场重大变革。在这场变革中，要求转变教育观念、改革课程体系、更新教材内容、改进教学方法。按照人才培养的要求，针对教育对象的特点，编写和修订新的教材是实现素质教育的重要环节。新的教材要有利于学习者基础理论、专业知识、专业技能的培养，有利于创新意识、创新精神、创新能力的启迪，有利于实践能力、应用能力、操作能力的训练。使用这样的教材，要有利于发挥两个主导作用：既要有利于发挥教师对学生在思维启迪、成才引导上的主导作用，又要有利于发挥学生在自主学习、个性发展上的主导作用。只有能满足这些要求的系列教材，才有可能造就基础厚、专业宽、技能熟、

能力强、具有创新思维、综合素质高的人才。新的变革、新的要求是我们编写这套丛书的第四个根本出发点。

根据理论的发展,考虑实践的需要,这套丛书把原《当代市场营销丛书》的13卷调整为10卷。它们是:一、市场学原理;二、市场体系形成与发展;三、市场营销管理;四、国际营销管理;五、消费心理学;六、市场调查与市场预测;七、市场行情理论与实务;八、广告理论与策划;九、公共关系学;十、营销商务谈判。

各卷之间既有内在联系,又保持各自的独立性。在编写过程中,既考虑总体的统一性,又体现各卷特定学术领域的具体变化和读者的实际需要。与《当代市场营销丛书》比较,各卷内容的调整主要体现在5个方面。

(1) 调整编章结构。在研究这套丛书的编写时,根据读者的需要和建议,首先调整编章结构。《市场行情理论与实务》由原《市场行情分析》的理论编、方法编和操作编调整为理论编和实务编。原来的方法编,其内容比较适用于数理统计和金融知识都比较扎实,并能把二者很好结合起来加以运用的读者,显然,这对广大读者有点难度。因此,有意做了删减。《营销商务谈判》由原《营销商务谈判技巧》的策略编、技巧编和组织编,调整为原理编、策略编、技巧编和管理编。这一变动,是为了适应广大读者要求系统学习现代谈判学的基本知识,也为了满足广大教师教学的实际需要。其中,技巧编又依沟通技巧、语言技巧、文字技巧和价格技巧,重新进行编写。《国际营销管理》主要向管理倾斜,侧重研究国际营销调研管理、战略管理、策略管理、融资管理、风险管理和组织管理等方面的理论与实践,对原有结构和内容进行了较大修改。《公共关系学》对原《营销公共关系学》的结构和内容进行了较大调整与修订,更符合和适应专业教学的需要。

(2) 丰富理论内容。理论是基础,它使人们的工作增加自觉性,减少盲目性。《市场学原理》在应用理论方面试图把市场学这一学科领域分散的理论系统化,将它分为市场发育、市场结构、市场机能、市场供求、市场价格、市场竞争、市场运行和市场管理等8编进行研究,理论内容更加丰富了。市场发育理论是研究市场理论的起点,它以实践为依据,以市场为对象,从世界范围内研究市场的产生开始,进而研究中国

市场的发育过程。市场结构分微观市场结构和宏观市场结构,本卷主要从宏观的角度,从市场类型、市场层次、市场细分和市场组织等不同侧面,分析和研究市场结构问题。市场机制是市场理论的核心,因此是本卷研究的重点;对市场机制,又分为供求机制、价格机制和竞争机制,用3编展开比较深入的研究。市场运行是市场机制综合作用的结果,是经营者与消费者经济行为的综合表现;建立和健全市场运行规则,是规范买、卖双方经济行为,培育和发展社会主义市场的重要环节,对这些问题的研究是本卷的一项重要任务。研究市场管理理论与实践,是市场管理逐步走向成熟、市场体系不断完善的需要,本卷以中国市场的运行方式、运行特点为出发点,系统阐述中国市场管理的基本理论与运作实践。《市场体系形成与发展》对市场体系的内在机理、商品市场运行与发展、金融市场运行与发展、劳动力市场形成与发展、土地市场形成与发展、区域市场形成与发展、市场国际化趋势与进程、期货市场理论与实证、绿色市场形成与发展等主题进行了分析与研究。《营销商务谈判》《消费心理学》《市场行情理论与实务》等卷,都适当丰富了相关的理论内容。

(3) 强调实际案例。案例是理论指导实践的结晶,是成功经验的总结。学习实际案例,不仅可以给企业经营管理者以启发,而且是推行案例教学的必要环节。因此,在各卷的编写中,都强调尽量增加实际案例,以体现理论的具体运用、知识的灵活把握、技能的实际操作。特别是在《市场营销管理》《国际营销管理》《广告理论与策划》《营销商务谈判》《市场行情理论与实务》等卷中,都以新鲜、生动的案例,展现在读者面前。

(4) 增删部分章节。对不太重要的内容和章节,对广大读者不是急需的内容和章节,我们都一一删掉了。与此同时,各卷又分别增加了一些必要的内容和章节。在内容上,根据新的世纪、新的现实、新的任务和新的要求重新进行编写;在章节上,根据各卷的特点和实践的需要,增加了部分章节。例如,《营销商务谈判》增加了谈判的特征、谈判的要素、谈判的分类和谈判的原则以及谈判群体、谈判思维等章节;《国际营销管理》增加了21世纪的营销观念与模式、国际技术市场战略管理等章节;《市场行情理论与实务》增加了评价市场行情的指标体系、

股票市场行情分析、市场行情资料的开发等章节；《消费心理学》增加了消费者倾向与行为、消费者心理与品牌等章节。这些章节的内容，都是在21世纪市场营销实践活动中必需的理论、知识和技能。

(5) 文句润色加工。一部著作语言文字的状况，反映这部著作的质量，也反映作者对广大读者的负责程度。在编写过程中，我们特别强调在语言文字上要着力下功夫，要精雕细刻，努力写成精品。力争使读者在学习知识的同时，在精神上也得到享受。

这套丛书由万成林主编，韩德昌、温孝卿任副主编。丛书各卷的执行主编分别是：一、《市场学原理》——万成林、温孝卿、邓向荣；二、《市场体系形成与发展》——温孝卿、张嘉兴；三、《市场营销管理》——韩德昌；四、《国际营销管理》——万成林；五、《消费心理学》——温孝卿、史有春；六、《市场调查与市场预测》——韩德昌、郭大水、刘立雁；七、《市场行情理论与实务》——万成林；八、《广告理论与策划》——赵路、李东进、韩德昌；九、《公共关系学》——温孝卿、吴晓云；十、《营销商务谈判》——万成林、舒平。

市场营销学是一门年轻的学科，它于20世纪初产生于美国，80年代初才传到我国；市场营销学又是一门多学科交叉的边缘性学科，它涉及政治经济学、西方经济学、现代管理学、数量经济学、消费经济学、国际经济学、金融学、会计学、统计学、价格学、社会学、心理学等学科的基本理论和基本知识。在学术上，这显然都增加了写作的难度。这套丛书虽然力求反映时代，服务实践，体现这一学科领域的最新研究成果，但在这一学科的长期发展中，只能说是一个阶段性的成果。这一学科的成熟和发展，还有很长的路要走。

在编写过程中，我们参考了许多专家学者的论文、专著和教材。他们的观点和材料，对作者有很大帮助。丛书各卷均将主要参考文献一一列出，以表达作者对他们的谢意。

这套丛书能够如期与读者见面，天津大学出版社的朋友们倾注了大量心血。他们的工作对于提高书稿出版质量，起了十分重要的作用。

在丛书的编写、出版过程中，得到许多朋友的帮助。这里应当提出的是王迎春、陈瑞华二位老师，没有他们的大量工作和真诚合作，我会很难按期完成如此繁重的任务。

对于丛书的编写、出版，有许多专家、教授和志同道合者以不同形式表现出极大的关心、热情的帮助、无私的支持。在此，对他们表示诚挚的谢意。

万成林

2003年9月21日

于南开大学

目 录

第一章 市场体系的内在机理	(1)
第一节 广义供求与市场体系的关系	(1)
第二节 要素市场与产品市场的关系	(2)
第三节 市场体系一般均衡与非均衡	(3)
第二章 商品市场运行与发展	(7)
第一节 商品市场的基本特点及运行方式	(7)
第二节 商品市场运行与发展的实证分析	(14)
第三节 商品市场运行与发展的目标模式	(31)
第四节 中国商品市场发展的对策与途径	(35)
第五节 中国商品市场的主流走势及原因	(38)
第三章 金融市场运行与发展	(50)
第一节 金融市场的内涵及要素	(50)
第二节 金融市场的形成与发展	(61)
第三节 金融市场的运行与完善	(75)
第四章 劳动力市场形成与发展	(102)
第一节 劳动力市场机制的理论分析	(102)
第二节 中国劳动力市场的实证分析	(106)
第三节 中国劳动力市场的目标模式	(116)
第四节 中国劳动力市场的发展对策	(119)
第五章 土地市场形成与发展	(122)
第一节 土地市场的一般理论分析	(122)
第二节 土地市场形成与运作分析	(137)
第三节 中国土地市场发展的对策	(141)
第六章 区域市场形成与发展	(143)
第一节 区域市场发育的现状分析	(143)
第二节 区域市场发育的理论分析	(167)

第七章 市场国际化趋势与进程	(197)
第一节 市场国际化若干理论的分析	(197)
第二节 中国市场国际化趋势与进程	(221)
第三节 中国市场国际化的政策选择	(238)
第八章 期货市场理论与实证	(246)
第一节 期货市场与市场经济	(246)
第二节 不确定性与期货市场	(258)
第三节 期货市场价格理论分析	(278)
第四节 套期保值交易理论分析	(297)
第五节 期货市场投机理论分析	(322)
第六节 旧中国期货市场的回顾	(350)
第七节 改革后的中国期货市场	(365)
第九章 绿色市场形成与发展	(380)
第一节 绿色市场的状况与发展趋势	(380)
第二节 绿色市场产生与发育的特点	(384)
第三节 绿色市场机制作用的障碍	(387)
第四节 市场机制及生态计划的作用	(390)
第五节 绿色市场快速发展的原因	(393)
第六节 中国绿色市场发展的对策	(403)
参考文献	(416)
后记	(419)

第一章 市场体系的内在机理

本章实际是《市场体系形成与发展》的引论。因为要研究中国市场体系形成与发展问题,所以就要解析市场体系的内在机理。这里涉及广义供求与市场体系的关系、要素市场与产品市场的关系和市场体系一般均衡与非均衡问题。

第一节 广义供求与市场体系的关系

市场供求有狭义与广义之分。人们通常所讨论的供求问题实际仅限于狭义供求即产品供求问题。相对狭义供求而言,广义供求所包含的内容十分广泛。在市场经济条件下,产品、资本、劳动力、土地等都是商品,作为生产要素,其流动都要通过相应的市场来进行,因而形成广义供求关系及其市场体系。

狭义供求与广义供求有着内在关联。狭义供求关系是广义供求关系形成和发展的逻辑与历史的起点,当商品经济,从而狭义供求关系发展到一定阶段,广义供求关系才随之形成;而广义供求关系一旦形成,又会反过来影响狭义供求关系的发展。因为,在市场经济条件下,社会经济运行的内在要素具有相关性,使得狭义供求与广义供求具有内在关联。所以,要维系社会经济的正常运行,不同市场主体必须不断互为供给与需求,从而使市场供求关系以一定的规则构成一个有机整体,即形成一个广义供求体系。由于不同市场主体在一个广义供求体系中相互关联,因而只要某一市场主体行为规则发生变化,它总会通过复杂的供求链来影响或约束另一市场主体行为,从而使广义供求体系中某一市场供求的态势直接或间接地为另一市场供求的运动规定了约束条件。

狭义供求与广义供求的内在关联,说到底就是狭义供求运动(均衡过程)与生产要素是否流动及流动效率具有内在关联。因为供求总量增长及其结构演进是生产要素投入产出过程的结果,所以,只有生产要素合理

流动,才能实现社会资源的优化配置,才能较快地增加有效供给,使市场供求趋向和实现均衡。这里,社会资源的优化配置是通过市场运行——市场价格机制运行实现的。凡进入市场交易的产品和要素,都存在供求双方的较量,因而都有与供求相对应的价格问题,这些价格是反映广义供求关系的广义价格的重要内容。狭义价格即产品价格的基础是要素价格,广义价格即等于狭义价格加上要素价格。正确处理广义价格与狭义价格的关系,实现市场价格机制的有效运行,则要求形成和完善市场体系。

第二节 要素市场与产品市场的关系

与广义供求关系相联系,市场体系的形成和完善则要求正确处理要素市场与产品市场的关系。市场体系由要素市场体系和产品市场体系构成,要素市场体系对应着生产力自身即其构成要素的运动,产品市场体系对应着生产力结果即其最终产品的运动,要素市场与产品市场的运行则促进了要素与产品的互动,从而促进了要素的优化和产出的增长。

要素市场与产品市场有着内在关联。这种关联包括时间上的关联和空间上的关联,它反映了特定经济水平和经济制度下的市场结构,因而也只能从它的演进过程中得到说明。

从时间上的关联看,要素市场与产品市场的关联表现为产品市场→要素市场。在西方经济学中,这种关联是一种理论的逻辑时序:要素需求是产品需求的派生需求,要素市场即由产品市场派生出来。在马克思主义经济学中,也是先有产品市场,而后才有要素市场。不同的是,依据马克思辩证发展的市场观,要素市场与产品市场的运行和发展是在价值规律的作用下相互促动的。这里,标志市场经济形成的不在于有没有产品市场,而在于是否形成了以特殊商品为交易对象的要素市场。这一点已为市场史的研究不断证实,而我国的市场化改革进程也在证实产品市场→要素市场的内在发展时序及其作用机理。

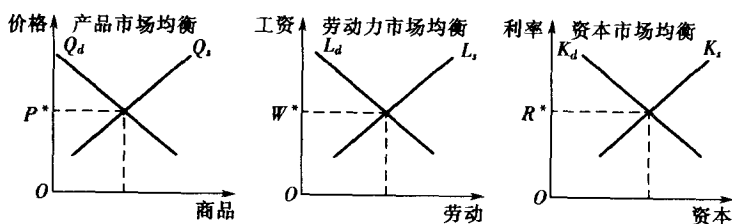
从空间上的关联看,要素市场与产品市场的关联表现为要素市场→产品市场。这里,市场体系的内在发展空序及其作用机理与其内在发展时序及其作用机理正好相反。要素市场特别是土地市场、资本市场等高

级市场反过来成为市场体系运行的基石。首先,从产品再生产流程看,要素的市场交易总是处在投入端,产品的市场交易则是处在产出端。其次,从产业的流程关系看,市场体系也依要素市场运行——产品市场运行的顺序。再次,从资源的循环流程看,形成自然资源市场与推进自然资源价格市场化,对于理顺要素价格与产品价格的关系,促进产品市场可持续发展具有重要作用。

当然,从时空角度动态地观察要素市场与产品市场的关联,在市场经济条件下,两者又是彼此制约和交互作用的;从时空角度现实地考察期货市场和区域市场的问题,要素市场与产品市场又会呈现一种更复杂的时空上的关联。当前,我国要素市场在时间上发育滞后,但在空间上又是产品市场的发展前提,因此,协调市场体系中要素市场与产品市场的关系,必须大力培育和发展要素市场。

第三节 市场体系一般均衡与非均衡

就市场体系而论,帕累托最优状态表现为产品市场均衡和要素市场均衡,即产品市场的需求等于供给,劳动力市场的需求等于供给,资本市场的需求等于供给,这就是所谓的一般均衡。经济学家瓦尔拉斯对此有透彻的研究,因此,在讨论一般均衡的时候,往往用瓦尔拉斯均衡来表述。这里,三个市场的均衡情况如图表 1—1 所示。



图表 1—1 市场体系的一般均衡

其中: Q_d 、 Q_s 代表商品需求曲线和供给曲线; L_d 、 L_s 代表劳动力需求曲线和供给曲线; K_d 、 K_s 代表资本需求曲线和供给曲线; P^* 表示产品市场均衡的价格水平; W^* 表示劳动力市场均衡的工资水平; R^* 表示资本市场

均衡的利率水平。在产品市场上,当价格为 P^* 时,商品的需求等于供给;在劳动力市场上,当工资为 W^* 时,劳动力的需求等于供给;在资本市场上,当利率为 R^* 时,资本的需求等于供给。当 W^* 、 R^* 既定时,产品市场以价格 P^* 实现均衡;当 P^* 、 R^* 既定时,劳动力市场以工资 W^* 实现均衡;当 P^* 、 W^* 既定时,资本市场以利率 R^* 实现均衡。这就是三个市场同时均衡的一般均衡情况。这里,市场体系的一般均衡情况可以用三组数学公式来描述:

$$Q_i(P, W, R) = Q_d(P, W, R)$$

$$L_i(P, W, R) = L_d(P, W, R)$$

$$K_i(P, W, R) = K_d(P, W, R)$$

因此,市场体系的一般均衡可以描述为三组方程构成的联立方程组的解,即:

$$Q_d = Q_i; L_d = L_i; K_d = K_i$$

然而,理想的往往并不现实。在现实经济生活中,并不存在如帕累托和瓦尔拉斯所描绘的那种最优状态或均衡状态。相反,是以差额保持在一定范围内的供大于求或供小于求的非均衡状态为常态。一般均衡分析追求整个经济体系各种变量的总体均衡,而实现一般均衡则既复杂又困难。由于经济系统中各种变量是不断变化的,并且市场竞争又具有不完全性(如外部性、不确定性、信息不对称性、市场力量或垄断等都足以引起市场竞争的不完全),因此,经济体系的一般均衡只是一种趋势。

于是,就要以供求运动过程的常态值为基础,确定供求运动的目标值,并以已确认的目标值作为参照系,调节实际供求运动对其目标值的偏离,使供求运动处于趋衡状态。对我们来说,非均衡理论的确富于启发性,它不仅正视只有供求非均衡才是一般现象,而且强调供求之间差额亦不可过大这一量限。

这里,在非均衡的市场体系中,考虑到产品市场、劳动力市场和资本市场之间的溢出效应关系(一个市场的过度需求或过度供给对另一市场上有效需求和有效供给的影响。溢出效应可以分为同期溢出效应和不同期溢出效应。)和各个市场的聚合交易量,三个市场的非均衡情况可以用数学模型来描述:

$$Q^d = \bar{Q}^d + r_{11}(L^d - L') + r_{12}(K^d - K')$$

$$Q^s = \tilde{Q}^s + r_{21}(L^d - L^s) + r_{22}(K^d - K^s)$$

$$L^d = \tilde{L}^d + r_{31}(Q^d - Q^s) + r_{32}(K^d - K^s)$$

$$L^s = \tilde{L}^s + r_{41}(Q^d - Q^s) + r_{42}(K^d - K^s)$$

$$K^d = \tilde{K}^d + r_{51}(L^d - L^s) + r_{52}(Q^d - Q^s)$$

$$K^s = \tilde{K}^s + r_{61}(L^d - L^s) + r_{62}(Q^d - Q^s)$$

其中： Q^d 、 Q^s 、 L^d 、 L^s 、 K^d 、 K^s 分别表示产品市场、劳动力市场和资本市场三个市场的有效需求和有效供给； $\tilde{Q}^d$ 、 $\tilde{Q}^s$ 、 $\tilde{L}^d$ 、 $\tilde{L}^s$ 、 $\tilde{K}^d$ 、 $\tilde{K}^s$ 分别表示产品市场、劳动力市场和资本市场三个市场的理想需求和理想供给； r_{11} 、 r_{12} 、 r_{21} 、 r_{22} 、 $\cdots$ 、 r_{61} 、 r_{62} 分别表示市场之间的溢出效应因子。

非均衡理论表明，在绝大多数微观市场上，由于价格不能实现完全弹性的调节，供给与需求达到均衡的可能性很小。由于一些微观市场供不应求，另一些微观市场供过于求，即使每个微观市场的交易量都能满足“短边规则”，在许多个微观市场聚合成宏观市场的过程中，也往往会抵消一部分过度需求或过度供给，从而导致聚合后的总交易量既小于总供给又小于总需求。

与一般均衡理论比较，非均衡理论拓宽了假设前提，因而更接近现实情形，更适合于实证分析。于是，有人得出一般均衡分析无用、均衡理论过时的结论。其实，对这一问题的认识不要绝对化而要辩证和深化。一般均衡是一种理想状态，这种状态正是经济运行要接近的目标。一般均衡分析指出了经济均衡所需具备的主要条件，这些条件为消除非均衡、走向均衡提供了理论基础，为制定有效的宏观市场政策提供了目标依据。当然，如何将理想的目标变成理想的现实，还需要不断针对不理想的现实（问题）采取阶段性的对策选择。显然，关于理想的目标模式的规范分析与关于现实的阶段选择的实证分析是同等重要的。在改革与发展的过程中，相信一般均衡理论与非均衡理论会得到进一步的深化和发展。

从市场体系的一般均衡分析，到市场体系的非均衡分析，对于认识市场体系的作用机理，无疑会引起更广泛、更相关和更深入的思考。在现实经济生活中，市场经济运行的状况是通过市场体系的运行表现出来。而市场体系作为一个开放的和复杂的巨系统，既包括横向结构系统和纵向结构系统，又发生宏观总量和微观个量及其结构的矛盾运动，同时还表现出主体、客体、时间、空间和发展的市场特征。因此，现实市场体系的运行