



经济知识丛书

市场知识浅谈

四川人民出版社

经济知识丛书

市场知识浅谈

詹宏松 祁炳坤 编著

四川人民出版社

一九八五年·成都

责任编辑：邓星盈

经济知识丛书
市场知识浅谈

詹宏松
祁炳坤 编著

四川人民出版社出版

(成都盐道街三号)

四川省新华书店发行

渡口新华印刷厂印刷

开本 787×1092 毫米 1/32 印张 5 字数 50 千

1985 年 4 月第一版

1985 年 4 月第一次印刷

印数：1—21,500 册

书号：4118·26

定价：0.42 元

编 者 的 话

自从党中央决定把全党工作的着重点转移到社会主义现代化建设上来以后,我国的经济工作已经取得巨大成绩。社会主义经济的发展对于建成具有中国特色的社会主义有决定的意义,因而理所当然地为全国人民所关注,为了在各自的岗位上对社会主义建设作出更大的贡献,现在除了从事经济理论研究和教学的同志外,越来越多的从事实际经济工作的同志、企业职工、机关干部、高校学生、社会青年等都要求学习经济科学知识。人们不但需要理论经济学,而且需要各种应用经济学;不但瞩目于我国经济生活的各种问题,而且也在关心着世界的经济形势。显然,经济科学知识的普及已经成为我们当代生活中一件大事。

《经济知识丛书》就是适应这样的形势编写出版的。它以具有中等文化水平的读者为对象,在写作中力求给读者以系统的知识,并力求做到深入浅出、文字通俗易懂。

这套丛书第一批计划出版一百种,书目涉及政治经济学基础理论,经济学说史,国内经济生活中人们普遍感兴趣的问题和经济科学中许多专门学科。我们希望丛书能够对广大读者掌握经济科学知识有一点帮助。丛书编写方面

的不足之处，敬希读者批评。

这套丛书的编纂工作由中国经济学团体联合会倡导和组织。从一开始就得到全国许多经济学团体和许多经济理论工作者、经济工作者的大力支持。它将由北京出版社、商务印书馆、四川人民出版社、上海学林出版社、天津人民出版社、经济科学出版社等合作出版。我们谨向所有为这套丛书的编写、出版、发行付出辛勤劳动的同志表示衷心的感谢。

《经济知识丛书》编辑部

前 言

列宁指出：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有‘市场’”^①。可见，市场是社会分工和商品生产的必然产物，人们通过市场交换商品和劳务，以解决物质生产和生活问题。随着商品生产的发展，市场就显得越来越重要。

当前，我国的国民经济正处于改革时期。中共中央《关于经济体制改革的决定》指出，国民经济计划“只能是通过计划的综合平衡和经济手段，做到大的方面管住管好，小的方面放开放活”，又说“社会主义经济必须自觉依据和运用价值规律。”^② 因此，为了更好地促进生产的发展和人民生活的改善，人们必须学点市场知识和研究市场问题。本书就是试图结合我国实际，科学地、通俗地介绍一些“市场”的基本知识，供广大读者参考。

为使理论与实践结合得更好，内容浅显、丰富，本书引用了有关报刊的典型资料，在此致以谢意。

^①列宁：《论所谓市场问题》，《列宁全集》第一卷第83页。

^②转引1984年10月21日《人民日报》第2版。

由于我们水平有限，加之时间仓促，书中难免出现缺
点和疏漏，望读者批评指正。

作 者

1983年12月4日

1985年2月16日修改

目 录

一 市场概论.....	1
(一)什么是市场.....	1
(二)我国市场的结构.....	2
(三)我国市场的特点.....	5
(四)计划与市场.....	9
(五)在国家计划指导下,很好地发挥市场的作用.....	10
二 市场竞争.....	14
(一)什么是竞争.....	14
(二)社会主义市场也存在竞争.....	16
(三)竞争促进市场的繁荣.....	21
(四)市场竞争的艺术.....	23
三 市场预测.....	28
(一)什么是市场预测.....	28
(二)社会主义也需要市场预测.....	31
(三)市场预测是企业经营活动的基础.....	32
(四)市场预测的种类.....	34
(五)市场预测的内容.....	35
(六)市场预测的程序.....	36
(七)市场预测的方法.....	38

(八) 市场预测实例简介·····	44
四 经营决策·····	52
(一) 什么是经营决策·····	52
(二) 经营决策的重要性·····	52
(三) 经营决策的种类·····	55
(四) 经营决策的原则·····	56
(五) 经营决策的步骤和主要方法·····	57
(六) 经营决策成功的实例简介·····	61
五 消费心理·····	64
(一) 消费心理一般活动过程·····	64
(二) 消费者心理需要的特征·····	66
(三) 市场消费心理的表现·····	67
(四) 研究市场消费心理的意义·····	68
(五) 研究市场消费心理的内容和方法·····	69
六 市场价格的形成·····	71
(一) 价值是市场价格形成的基础·····	71
(二) 市场价格制订的原则·····	73
(三) 市场价格心理·····	78
七 广告宣传·····	80
(一) 什么是广告·····	80
(二) 积极利用广告搞活市场·····	80
(三) 广告宣传的内容与形式·····	82
(四) 利用广告宣传成功的实例简介·····	83
结束语·····	87

一 市场概论

(一) 什么是市场

市场是和商品经济紧密相联系的，是随着社会分工和商品生产、商品交换的产生、发展而产生、发展的。

从市场形成的历史看，最初市场是指劳动产品交换的场所，后来发展成为泛指商品交换关系的总和。马克思指出：“生产劳动的分工，使它们各自的产品互相变成商品，互相成为等价物，使它们互相成为市场。”^①列宁进一步指出：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场。”^②这是因为，由于社会分工的发展和私有制的产生，出现了以交换为目的的商品生产，各个独立的生产者需要通过买卖的形式相互交换其产品。这种商品交换就形成了市场。在原始社会末期，随着生产和社会分工的发展，出现了物物交换，并逐步形成了共同的交换地点和时间，产生了原始的市场。在我国，古有“日中为市”的说法，就是指这种市场。后来，随着社会生产力的发展，物物交换不断增加，出现了以某种产品为媒介的一般等价物。经过第二次社会

①马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第718页。

②列宁：《论所谓市场问题》，《列宁全集》第1卷，第83页。

大分工，手工业和农业分离，商品生产和商品交换进一步扩大，便要求把一般等价物固定在某种商品上面，遂演变成货币。货币的出现，使商品交换有了一个方便、准确的尺度，从而解决了物物交换的困难，使商品交换进一步发展、范围不断扩大。到了资本主义社会，商品交换发展到无所不包，连劳动力也成了商品，可以在市场上自由买卖交换。市场经济成了资本主义社会的基本特征。到了社会主义，在生产资料公有制基础上，仍然存在商品生产，这就决定了仍然存在市场。

市场是多种多样的，按交易的场所区分，有集市、货栈、店铺、场等；从地理位置来看，有农村市场、城镇市场、国内市场、国际市场等等。但如果从更广泛的角度来看，市场的涵义就不同了。因为商品交换总是在不同所有之间进行的，因而市场必然反映着由各该社会形态中占主导地位的经济关系所决定的交换关系。市场是在社会分工的基础上，各个生产部门、各个地区、各个企业、各个生产者以及经营者相互间的商品交换关系的总和，也是供求、价格、成本、信贷、利润、税收等相互联系、相互制约、相互作用过程的综合体现。

（二）我国市场的结构

市场上的商品交换关系，是不同的生产资料所有者之间经济关系的体现。因此，在不同的社会经济制度下，由

于生产关系性质的不同，市场结构及其性质也有着根本的区别。

解放前，旧中国的市场是一个半殖民地、半封建性质的市场，受帝国主义、官僚买办和封建势力的控制和垄断，对中国社会经济的发展起着很大的破坏作用。全国解放后，人民政府没收了帝国主义在华资本和官僚资本，建立了社会主义国营经济，使国内市场发生了深刻的变化。但是，这时还没有形成社会主义的统一市场。因为在当时的市场中还存在着各种经济成份，除国营经济外，还有合作社经济、私人资本主义经济和个体经济，资本主义工商业占的比重仍很大。这时的国内市场既是社会主义经济活动的场所，也是资本主义经济活动的场所，具有社会主义和资本主义的两重性质。到了1956年，随着生产资料私有制的社会主义改造基本完成，社会经济结构发生了根本的变化，国内市场遂从过去的双重性质变成为统一的社会主义市场。

社会主义统一市场，是相对资本主义自由市场而言，其涵义是：（1）我国市场的性质是社会主义的，是国家计划指导下的统一市场，而不是资本主义的市场；（2）我国现阶段市场的结构，国家市场是主体，但附有国家领导下的一定范围的自由市场。这种自由市场是国家市场的补充，它从属、依附于国家市场，是服务于社会主义的。正如陈云同志所说：“在社会主义的统一市场里，国家市场是它的主体，但是附有一定范围内国家领导的自由市场。这种自

由市场，是在国家领导之下，作为国家市场的补充，因此它是社会主义统一市场的组成部分。”^①

在我国现阶段社会主义的统一市场内，既然存在着国家市场和在国家市场领导下的自由市场，就必然存在着多条商品流通渠道。

(1) 商业系统，包括国营商业和粮食系统，负责全国消费资料的收购和供应、主要农副产品的收购和供应与部分农业生产资料的供应。

(2) 物资总局系统，负责全国生产资料的收购与供应。

(3) 医药管理总局系统，负责全国药品和中药材的产、供、销业务经营与管理。

(4) 农林、交通运输、邮电、文化、轻工等部门负责木材、水产、食盐、书刊、旅游生活用品和食品等商品的供应业务。

(5) 全国各工厂企业和国营农场设立门市部自销本企业生产的计划外产品及商业部门选购后的剩余产品。也有国营农场办的农工商联合企业出售产品。

(6) 农民集资集体所有制的农村供销合作社。

(7) 集体商业。它是社会主义性质的集体所有制商业，是国营商业的助手，具有经营灵活，方便群众的优点，对于弥补国营商业网点不足有重要作用。集体商业现有多种组织形式，如合作商店、合作小组、农村代购代销

^①陈云：《社会主义改造基本完成以后的新问题》，《陈云同志文稿选编》，人民出版社1980年版，第15页。

店和城镇街道代购代销店等。

(8) 农村集市贸易和城市农副产品市场。它们是在国营经济的领导下，农民之间互通有无、调剂余缺的场所，也是农民、农村社队或城市个体劳动者和城市消费者之间产销直接见面的场所，是社会主义商业的必要补充形式。

(三) 我国市场的特点

我国市场的社会主义性质和结构，决定了我国市场的特点。研究和掌握这些特点，对于更好地安排组织商品流通具有重要意义。

1. 我国市场是独立自主的市场。

全国解放以后，我国建立了人民民主专政的国家制度和社会主义经济制度，实行了独立自主的对外政策和对外贸易的国家统制，使国内市场彻底摆脱了对帝国主义的依赖，成为一个独立自主的社会主义市场。市场商品主要是依靠本国工农业产品满足国家和人民的需要，过去旧中国那种“洋货”充斥市场的局面一去不复返了。发展社会主义独立自主的市场，对于防止帝国主义经济侵略，保证国家经济独立和政权的巩固，对于抵制资本主义经济危机的影响，保证国民经济的持续增长具有重要意义。当然，我们实行独立自主，自力更生的方针，坚持独立自主的社会主义市场，决不是闭关锁国，使自己孤立于世界之外。相反，

我们不但需要而且可能在平等互利的基础上，通过内外经济技术交流来繁荣市场，促进工农业生产的发展，为社会主义现代化服务。

2. 我国市场是有计划的市场。

我国是实行计划经济的国家，国民经济各部门和企业是一个有机的整体，社会生产和经营的目的都是为了满足人民群众日益增长的物质文化生活的需要，因此，国家按照社会需要，有计划按比例地发展社会主义经济，不仅是必要的而且是可能的。恩格斯指出：“一旦社会占有了生产资料，……社会生产内部的无政府状态将为有计划的自觉的组织所代替。”^① 国民经济有计划的发展，也要求商品流通有计划的进行，以促进社会生产和社会需要的平衡，这就形成了我国计划指导下的市场。我国市场的计划性主要表现在：在一定时期内，市场的商品供求比例，主要商品价格都是由国家计划统一规定的，国家通过计划来协调市场上企业间的经济活动，指导它们的经营方向；在国家计划指导下，自觉利用价值规律，利用税收、利率等经济杠杆，调节市场的经济活动。当然国家的计划指导并不排斥市场调节，我们要注意发挥市场调节的作用。

3. 我国市场是不断发展壮大的市场

解放以后，特别是1978年党的十一届三中全会以来，一方面工农业生产迅速发展，不断地为市场提供了日益丰富的产品，更好地满足了消费的需要；另一方面人民群众

①恩格斯：《反杜林论》，《马克思恩格斯选集》第3卷第323页。

经济收入不断增加，提高了购买力，增大了商品需求。两方面紧密联系，互相促进，从而使市场日益扩大。

第一，国内社会商品零售额逐年增长。

1952—1983年社会商品零售额增长情况 单位：亿元 表1.1

年 度 项 目	1952	1957	1965	1975	1979	1983
社会商品零售总额	276.8	474.2	670.3	1,271.1	1,800	2,849.4
其中：消费品零售额	262.7	441.6	590.1	1,046.4	1,476.0	2,426.1
农业生产资料零售额	14.1	32.6	80.2	224.7	324.0	423.3

资料来源：国家统计局编《光辉的三十五年》，中国统计出版社1984年版，第102页。

从上表看出，解放以来我国社会商品零售额的发展趋势是不断上升的。如以1952年为100，1957年则为171.3，1965年为242.6，1975年为459，1979年为650.2，1983年又增至1075.24。1952——1983年间平均年增长7.8%，象这样高的增长速度可以说在世界上还是不多见的。

第二，居民消费量增加，消费构成有所改变。

近年来，随着农业和轻纺工业的发展，为市场提供的商品数量和花色品种不断增多，现在除食糖、名酒、纯棉平纹布、纯毛织物、名牌自行车、名牌缝纫机、火柴等少数商品市场供应偏紧外，多数商品供应都比较充裕。再加

上农民自给性消费的粮、油、肉、糖等数量增多，城乡居民主要消费品的消费总量和人均消费水平都有提高。

1981年同1978年比较，主要消费品人均消费水平的变化情况是：

粮食由391斤增加到438.4斤，增加47.4斤；

食用植物油由3.2斤增加到6斤，增加2.8斤；

猪肉由15.4斤增加到22.2斤，增加6.8斤；

各种布（包括纯棉布和化纤布）由24.1尺增加到30.8尺，增加6.7尺；

火柴由18.7盒增加到23.8盒，增加5.1盒；

煤炭由210.3斤增加到265.9斤，增加55.6斤。

同时，城乡居民耐用消费品拥有量显著增加，电视机、录音机、洗衣机、电冰箱、电风扇等商品有80%多是最近三年购买的；自行车、缝纫机、手表、收音机、照相机等商品也有40%以上是近三年购买的。

伴随着消费量的增长，近年来居民消费构成也发生了初步的变化。1981年同1980年比较，城乡居民购买消费品的总金额中，穿的商品占的比重由23.1%上升为25%；用的商品由14.2%上升为15.2%；吃的商品由58.6%下降为56.6%；烧的商品由4.1%下降为3.2%。如扣除物价上涨因素，吃的商品所占比重下降的比例还要多一些。居民消费品构成的这种变化，表明城乡人民在吃的方面得到基本保障和逐步改善的情况下，开始把更多的购买力投向穿的和用的方面。（资料来源：《经济参考》1982年3月29日第115期。）