

工商管理专业自学丛书

# 市场监督 管理

段仁元



河海大学出版社

责任编辑 龚俊  
责任校对 王丽华  
市场监督管理  
段仁元

---

出版发行：河海大学出版社  
(南京西康路1号， 邮政编码：210098)  
经 销：江苏省新华书店  
印 刷：河海大学印刷厂  
(南京西康路1号， 邮政编码：210098)

---

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 14.625 字数 367 千字  
1997年4月第1版 1997年4月第1次印刷  
印数 1—6100 册

---

ISBN 7-5630-1101-3

---

F·167 定价：19.00 元

# 前 言

党的十四大确立了我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。随着市场经济体制的建立，市场体系的结构趋于完善，市场机制的调节作用日益增强，市场运行逐步占据社会经济生活的主导方面。一句话，市场经济意味着市场成为配置稀缺资源、引导企业行为、提高经济效率、实行宏观调控的基础性手段。然而，市场经济并不等于放任不管的自由经济，世界上从来没有离开国家干预的绝对自由的市场经济。这是因为，市场本身并不是尽善尽美的，存在着所谓的“市场缺陷”或“市场失败”。单纯的市场调节正如单纯的计划调节一样，具有某些自身难以克服的内在矛盾。尤其是我国尚处于市场经济体制的建立过程之中，市场主体还不成熟，市场体系还不健全，市场规则还不完善，整个市场经济的运行处于低层次状态。面对这一客观形势，如何加快市场体系的培育和建设，规范和引导各类市场主体的市场交易和竞争行为；如何建立和维护良好的市场经济秩序，保护合法经营，制止非法经营，实行公平交易、平等竞争；如何协调市场经济运行过程中各个利益主体相互之间的关系，保持经济的和谐有序发展等等，所有这些问题，都不是单纯依靠市场本身的力量能够解决的，需要借助于国家干预的外部力量，充分发挥国家管理经济的基本职能，从而实现计划与市场的有机统一，宏观调控与微观运行的内在结合。这是保证市场经济健康发展不可缺少的条件。

市场管理正是上述国家职能的具体体现。在社会主义市场经济条件下，市场管理是国家对经济运行进行必要的调控和监督，以

弥补市场缺陷、消除市场失败、规范市场行为、维护市场秩序的客观需要。从战后资本主义国家市场经济发展的实践看，国家对市场的调节和干预不断增强，在一定程度上减轻了资本主义市场的负面效应，暂时缓和了资本主义经济的矛盾，促进了战后资本主义经济的发展。这也从另一个侧面证明了市场经济条件下市场管理的重要性和必要性。

国家对市场管理的职能主要通过经济政策、经济法规、经济杠杆、计划指导以及必要的行政管理等多种调控和监督手段加以实现。在这一市场管理体系中，工商行政管理机关是国家主管市场监督管理和行政执法的职能部门，代表国家对市场主体、市场行为和市场体系实施监督管理的重要职能，是市场监督系统的重要组成部分。长期以来，工商行政管理机关通过加强市场管理，保护合法经营，制止非法经营，在培育和完善的市场经济体系、维护良好的市场秩序、促进市场有序运行等方面发挥了重大的积极作用。随着社会主义市场经济体制的建立，我国的市场管理进入了一个新的历史时期，工商行政管理机关面对改革开放和市场经济发展的新形势，肩负着极为重要的历史使命。为了更好地适应新的形势，工商行政管理机关必须转变思想观念和工作作风，强化监督管理职能，提高行政执法力度，切实为建立和维护市场经济秩序、促进社会主义市场经济健康发展服务。

由于传统的计划经济体制和市场管理体制的影响，在很长的一段时期内，工商行政管理机关一直把集贸市场的管理作为自己管理市场的重点内容，这在生产资料流通体制尚未建立、各种生产要素市场还没有形成的传统体制中是完全必要的。然而，随着我国经济体制改革的不断深化、社会主义市场经济体系的发育和完善，传统的市场观念和市场管理范围已远远不能适应市场经济发展的新形势、新要求。这就要求工商行政管理机关树立社会主义统一大市场的观念，拓宽市场监督管理范围，将工作重点从管理狭义

的小市场、集贸市场转移到监督管理社会主义统一大市场上来：既要管理消费品市场，又要管理生产资料市场；既要管理商品市场，又要管理要素市场；既要管理有形市场，又要管理无形市场；既要管理传统市场，又要管理现代市场；既要管理国内市场，又要管理涉外市场，使工商行政管理机关的市场监督管理职能覆盖到整个市场领域，进而实现对市场体系全方位的监督管理。这正是本书的基本出发点。

基于上述考虑，在本书编写过程中，我们试图以马克思主义基本原理、建设有中国特色社会主义理论和社会主义市场经济理论为指导，结合运用现代经济学、管理学、法学的有关理论和方法，对我国的市场管理职能进行系统的、全面的分析和阐述，力求科学揭示我国市场管理职能的客观运动规律。为此，本书在体系结构的设计和具体内容的安排上，坚持宏观与微观相结合、理论与实践相结合的原则，立足于国家市场管理的一般职能，侧重探讨市场体系运行与监督管理的理论和实务，以体现市场管理学科体系的系统性、完整性、科学性和应用性。

本书共分四篇十三章：

第一篇，市场管理原理。着重阐述市场体系运行与管理的基本理论，本篇包括第一章至第四章。

第二篇，商品市场管理。主要阐述国家对各类商品市场进行管理的主要职能和方法，本篇包括第五章至第七章。

第三篇，生产要素市场管理。主要阐述包括金融、劳动力、房地产、技术、信息等生产要素市场的运行和管理，本篇包括第八章至第十二章。

第四篇，期货市场管理。主要阐述期货市场运作与管理的基本理论和实践。本篇由第十三章组成。

上述内容从结构上看可以分为两大部分：第一篇为第一部分，属于市场管理总论，这是本书的基础原理部分，具有较强的理论

性、抽象性；第二篇至第四篇为第二部分，属于市场管理分论（分类市场管理），这是本书的管理实务部分，具有较强的实践性、应用性。在市场管理分论中，我们既阐述了各类市场发育和运行的基本特点，又着重探讨了对各类市场进行管理和监督的主要内容和方法。其中，商品市场监督管理的理论和政策相对比较成熟，而生产要素市场和期货市场由于起步晚、层次低，市场规则尚不健全，管理上也不够完善。特别是工商行政管理机关如何在搞好商品市场监督管理的同时，全面介入和参与生产要素市场和期货市场的监督管理，这是市场经济发展摆在我们面前的一项崭新的课题。本书就以上几个方面的内容进行了初步的探讨。这些内容相互联系、有机结合，构成了比较完整的市场管理学科体系。

# 目 录

<b>第一篇 市场管理原理</b> .....	(1)
<b>第一章 市场概述</b> .....	(2)
第一节 市场的概念及其历史沿革 .....	(2)
第二节 市场的构成要素 .....	(8)
第三节 市场体系的结构与功能 .....	(16)
第四节 市场机制 .....	(26)
第五节 我国市场体系的发育和完善 .....	(34)
<b>第二章 市场管理的概念、职能和体制</b> .....	(42)
第一节 市场管理的概念和必要性 .....	(42)
第二节 市场管理的职能 .....	(48)
第三节 市场管理体制 .....	(58)
<b>第三章 市场管理的目标、原则和方法</b> .....	(74)
第一节 市场管理的目标 .....	(74)
第二节 市场管理的原则 .....	(78)
第三节 市场管理的方法和手段 .....	(86)
<b>第四章 市场监督管理的任务和内容</b> .....	(98)
第一节 市场监督管理的任务 .....	(98)
第二节 市场监督管理的范围.....	(108)
第三节 市场监督管理的内容.....	(120)

<b>第二篇 商品市场管理</b> .....	(137)
<b>第五章 消费品市场管理</b> .....	(138)
第一节 消费品市场概述 .....	(138)
第二节 农副产品市场管理 .....	(145)
第三节 工业消费品市场管理 .....	(153)
<b>第六章 生产资料市场管理</b> .....	(168)
第一节 生产资料市场的概念和特征 .....	(168)
第二节 我国生产资料市场的形成和发育 .....	(174)
第三节 生产资料市场的管理 .....	(184)
<b>第七章 文化市场管理</b> .....	(201)
第一节 文化市场的涵义与功能 .....	(201)
第二节 文化市场管理的原则、任务和内容 .....	(209)
第三节 文化市场的分类管理 .....	(223)
<b>第三篇 生产要素市场管理</b> .....	(234)
<b>第八章 金融市场管理</b> .....	(235)
第一节 金融市场概述 .....	(235)
第二节 我国金融市场的形成和发育 .....	(244)
第三节 金融市场的宏观管理 .....	(250)
第四节 金融市场的监督管理 .....	(258)
<b>第九章 劳动力市场管理</b> .....	(272)
第一节 劳动力市场概述 .....	(272)
第二节 劳动力市场的宏观管理 .....	(282)
第三节 劳动力市场的监督管理 .....	(293)
<b>第十章 房地产市场管理</b> .....	(305)
第一节 房地产市场的概念、特征及其构成 .....	(305)
第二节 我国房地产市场的发育和完善 .....	(315)



第三节	房地产市场的管理	(324)
<b>第十一章</b>	<b>技术市场管理</b>	(342)
第一节	技术市场概述	(342)
第二节	技术市场的宏观管理	(355)
第三节	技术市场的监督管理	(363)
<b>第十二章</b>	<b>信息市场管理</b>	(376)
第一节	信息市场概述	(376)
第二节	信息市场的培育和管理	(387)
<b>第四篇</b>	<b>期货市场管理</b>	(402)
<b>第十三章</b>	<b>期货市场管理</b>	(403)
第一节	期货市场的产生及其功能	(403)
第二节	期货市场的运作	(415)
第三节	我国期货市场的建立和发展	(429)
第四节	期货市场的管理	(437)
<b>参考书目</b>		(455)
<b>后    记</b>		(457)

# 第一篇 市场管理原理

市场管理是国家为建立和维护良好的市场秩序，对商品交换活动和商品交换关系进行组织、协调、控制、监督等一系列管理活动的总称。研究市场管理，首先应该熟悉和掌握有关市场运行的基础理论。因此，在“市场管理原理”部分，我们以“市场概述”作为本书的开篇，主要阐述市场的概念及其历史沿革、市场的构成要素、市场结构、市场功能、市场机制以及我国市场体系的发育和完善。在此基础上，我们用了三章的篇幅，对市场管理的基本原理进行了具体阐述，探讨了市场管理的概念、职能、体制、原则、方法、手段、范围、任务、内容等若干主要问题。本篇阐述的一般原理，具有全书概论的性质，对以下各篇具有重要的统率作用。

# 第一章 市场概述

## 第一节 市场的概念及其历史沿革

### 一、市场的概念

市场是商品经济的范畴。哪里有商品，哪里就有市场。市场随着商品交换的出现而产生，随着商品交换的发展而发展，人们对市场的认识也随之而不断深化。由于所处的环境不同、考察的角度不同、研究的目的不同，人们对这一概念有着多种不同的理解。

#### （一）市场是商品交换的场所

“市场”一词，从字面上来看，“市”是买卖、交换的意思，“场”即场所，市场就是商品交换的场所。在这里市场被看作一个空间概念，如集贸市场、小商品市场等。这是人们对市场最基本、最直观的理解，也可以说是狭义的市场。它反映了简单商品经济条件下人们对市场的一般认识。在市场产生和发展的最初阶段，商品生产和商品交换都很不发达，人们相互之间的交换活动总要依托一定的空间场所，即市场载体。即使在现代商品经济条件下，市场的运行同样离不开一定数量、规模和形式的交换场所。交换场所的建设是培育社会主义市场经济体系的内容之一，也是衡量市场发展程度的重要标志。

#### （二）市场是商品交换活动的全过程，即商品流通过程

随着商品经济的发展，商品交换开始突破有形场所的限制，不再局限于一定的空间范围内完成，出现了跨越时间和空间的商品

交易活动，如远期合约交易、期货交易、跨地区交易、跨国界交易，交易过程和环节越来越复杂，交易行为发生的地点也具有了随机性和不固定性。从交易对象看，不仅有形物品，而且大量的无形物品也越来越多地进入流通过程，如劳动力、技术、信息等。这些无形商品的交易显然也不会完全局限于一定的空间场所。于是，市场的涵义大为拓展，不再囿于狭义的商品交换场所，而是指商品交换活动的全过程，即商品流通过程，也就是商品从生产者开始，经过若干中间环节，流向最终消费者的全部过程和环节。

(三) 市场是体现市场经济有机体内各个组成部分和环节之间相互联系、相互依存的制约关系，即市场机制

在市场经济体制中，市场一词常常作为市场机制的省略语来使用，如“市场调节”、“市场配置资源”、“市场引导企业”等，这里所说的市场，实际上指的是市场机制。市场机制是市场运行的灵魂。没有市场机制的市场不是真正意义上的市场，只是一个徒有虚名的空壳市场。因此，培育社会主义市场经济体系的核心内容在于高度重视和正确运用市场机制的调节作用，从而将市场发育引向深入。

(四) 市场是商品现实的和潜在的购买者的集合

这是市场营销理论对市场的定义。在营销者看来，商品交换包含了买卖双方，卖方构成供给一定商品的行业，买方则构成了卖方的市场。行业提供商品（或劳务），市场接受商品（或劳务）。市场规模的大小取决于那些具有某种需要并有能力通过交换来满足这种需要的人数的多少，它的基本公式是：

市场 = 人口 + 购买力 + 购买意向

研究市场规模必须把人口、购买力、购买意向三个因素结合起来进行考察，缺一不可。

(五) 市场是商品交换关系的总和

这是马克思从生产关系的角度对市场内涵所作的科学概括。

从现象上看，市场运行表现为商品与货币的相对运动，而从本质上看，市场不仅反映了物与物、商品与商品、商品与货币之间的交换关系，更重要的是反映了隐藏在商品、货币背后的商品所有者即人与人之间的关系。因为商品不会自己跑到市场上去同别的商品相交换，这种交换要靠具体的人来完成。在这里，市场作为一种经济现象，体现了不同商品所有者之间的相互联系及其错综复杂的经济利益关系，并由此折射出社会经济活动中多方面的矛盾，如社会总供给与总需求之间的矛盾，积累与消费之间的矛盾，国家、集体和个人三者利益的矛盾等。因此，广义的市场体现了商品生产者、经营者和消费者之间密切联系、相互依赖的制约关系及其多重经济利益矛盾，包含了“商品所有者的全部相互关系的总和”<sup>①</sup>。也就是说，市场是商品交换关系的总和。

上述对市场概念的不同表述既有内在的密切联系和一致性，又反映了不同场合下市场的特定适用范围。在理解这一概念时，要着重把握以下两个要点：

第一，市场是商品经济的范畴。

市场是社会分工的产物，它是与商品交换同时产生的。正如列宁指出：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场。”“商品经济出现时，国内市场就出现了；国内市场是由这些商品经济的发展造成的。”<sup>②</sup> 无论把市场理解为商品交换的场所、商品流通过程、购买者的集合，还是商品交换关系的总和，都离不开商品交换。商品交换是市场的核心内容。市场属于商品经济的范畴，以商品经济为依托，并随着商品经济的发展而发展。由此我们可以看出各种不同表述的内在一致性。

第二，市场又是一个历史的范畴。

---

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯全集》第23卷，第180页。

<sup>②</sup> 《列宁选集》第一卷，第189页。

市场的产生有其客观条件。在原始社会初期，没有社会分工，生产力水平极为低下，生产的物品只能勉强维持生活，没有剩余物品可供交换，当然也没有市场。到了原始社会后期、奴隶社会初期，随着生产力的发展，先后发生了三次社会大分工，出现了不同产品的交换，相应产生了市场。但这种市场是极为原始的，市场范围和规模非常狭窄，通常要依托于一定的空间场所来进行商品交换，于是人们把市场直观地理解为商品交换的场所。随着历史的发展，生产力水平逐步提高，特别是进入资本主义社会以后，商品经济高度发展，市场的规模和范围空前扩大，对市场的狭义理解已经不能概括其全部的丰富内容，因此人们逐渐拓宽了市场的涵义，把市场由一个狭窄的空间概念拓展为包括商品交换场所、商品交换活动及其所体现的全部商品交换关系的总和。可见，市场的涵义是同生产发展的一定历史阶段相联系的，人们对市场的认识随着商品经济的发展而不断深化。它反映了不同场合下市场这一概念所具有的特殊涵义。

综上所述，市场作为一个复杂的、广泛的和动态发展的社会经济现象，有着极为丰富的内涵。它是在一定生产关系基础上，以商品交换为核心内容，包含商品交换场所、商品交换活动及商品交换关系的集合体。准确把握市场内涵，对于更好地理解市场运行过程及有效地实施市场管理具有重要意义。

## 二、市场的形成和发展

市场作为商品经济的范畴有着悠久的历史，它是社会生产力发展到一定历史阶段的必然产物，是随着社会分工的出现和私有制的产生而逐步形成的。

人类社会的发展经历了一个由低级到高级的漫长历程。在原始社会相当长的时期内，由于生产力水平极为低下，为了维持人类的生存，人们相互之间结成一定的利益共同体，共同劳动，共

同消费，没有社会分工，没有私有制，也没有可供交换的剩余产品，因而不存在形成市场的物质基础。

随着社会生产力的不断进步，从原始社会中、后期到奴隶社会初期，人类先后经历了三次社会大分工，并为私有制的产生创造了条件，从而有力地推动了商品交换和商品生产的发展，促进了市场的形成。

第一次社会大分工发生在原始社会中期，它表现为农业与畜牧业的分离。这一分离提高了农业和畜牧业的劳动生产率，增加了产品数量，人们在满足自身生存需要的同时，出现了少量的剩余产品，从而导致了发生在农业部落和游牧部落之间偶而的交换活动，它标志着市场的最初萌芽。这种原始的市场没有固定的交易场所和交易时间，通常“是在共同体的尽头，在它们与别的共同体或其成员接触的地方”<sup>①</sup>，发生偶然的物物交换，交换的范围、数量极为有限。尽管如此，在市场发展史上，这种最初的物物交换仍然具有特别重要的意义，它促进了生产力的进一步发展，从而为市场的发育开辟了日益广阔的空间。

原始社会末期，发生了第二次社会大分工，即农业与手工业的分离。手工业的出现推动了直接以交换为目的的商品生产的产生和发展，因为他们的产品中相当一部分（如生产工具）不能直接满足自己的生活需要，而是满足别人的需求，必须通过交换才能获取自己所需的消费资料，因而“出现了直接以交换为目的的生产，即商品生产”<sup>②</sup>。同时，农业和畜牧业的发展也为交换活动提供了越来越多的剩余产品。可供交换的劳动产品日益增加，交换范围和规模不断扩大，于是出现了专门为进行商品交换活动而建立的特定空间，即人们相互交换剩余产品的集中场所，这就是

---

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，第106页。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，第159页。

市场的原始形态——集市。在这一阶段，作为一般等价物的货币开始出现，私有制逐渐萌芽和产生，商品交换日趋频繁，并由最初的物物交换发展成为以货币为媒介的简单商品交换。所有这些都促进了市场关系的进一步繁荣和发展。

随着商品生产和商品交换的日益发展，特别是由于货币的产生，社会上开始有一部分人专门充当商品生产者和消费者之间的媒介，专门从事商品交换活动。这就是发生在奴隶社会初期的第三次社会大分工，即商业的出现。商业是商品交换的发达形式，是专门从事商品交换的经济行业。商业创造了一个脱离物质生产劳动而只从事商品交换活动的特殊阶层——商人。商人专门从事商业，因而对市场提出了更高的要求。同时，商业的产生和私有制的出现大大刺激了生产和消费，推动了商品交换的进一步发展，集市的规模和范围继续扩大，并出现了原始的城市和固定的城市市场。

通过上述考察可知，市场的形成主要依赖于三大因素，即生产力的发展、社会分工的产生和私有制的出现。其中社会分工是形成市场的核心和关键，它促进了生产力的不断发展和私有制的出现，为商品生产和商品交换提供了物质基础，从而为市场的形成创造了必要的前提条件。

进入阶级社会后，市场的发展先后经历了奴隶社会、封建社会、资本主义社会和社会主义社会几个不同的历史阶段。由于奴隶社会和封建社会都是以自然经济为基础，因此作为商品经济范畴的市場的发展相当缓慢，从总体上看，市场规模狭小，市场范围有限，市场在社会经济生活中所起的作用不大。当然，相对于原始社会而言，市场的发展还是极其明显的。尤其是在封建社会后期，自然经济基础趋于瓦解，商品经济逐渐萌芽，因而市场的规模和范围进一步扩大，并为向资本主义市场的过渡创造了条件。

到了资本主义社会，由于社会分工和商品生产的高度发展，以



机器劳动为特征的社会化大生产代替了以手工劳动为特征的小生产，商品经济代替了自然经济，从而使商品交换活动冲破了过去的狭小领域，商品交换关系渗透到包括上层建筑在内的各个方面，一切都成了商品交换的对象，商品生产和商品交换占据了绝对的统治地位，市场的规模和范围空前扩大，在此基础上形成了无所不包的资本主义世界市场。

在社会主义条件下，建立了以生产资料公有制为基础的崭新的社会制度，为生产力的发展开辟了极其广阔的道路。然而，在漫长的社会主义初级阶段，由于生产力发展水平不高，还不具备实行产品经济的物质基础和条件，商品经济成为发展社会主义生产力的一个不可逾越的历史阶段，因而也必然存在着与之相适应的市场。特别是随着社会主义市场经济体制的建立和完善，市场不仅还需要继续存在，而且将会得到空前的发展，并形成与生产力发展要求相适应的健全的社会主义市场体系。

## 第二节 市场的构成要素

市场是商品交换关系的具体体现，因此市场的构成要素就是商品交换关系的构成要素。在不同的社会条件下，商品交换关系的性质和内容具有各自的特点，但从一般意义上来考察，任何商品交换关系的建立都离不开市场主体、市场客体、市场行为、市场秩序四大构成要素。

### 一、市场主体

市场主体是指拥有商品所有权、能够按照自己的意志从事商品交换活动以实现其经济利益的当事人。

从物质内容上看，市场的商品交换活动表现为商品与货币的相对运动。然而，这种运动不会自己完成，而是由人的意志和行