

市场管理学

贾王 祥道 章刚 编著

中国社会科学出版社

F313
3

前 言

有市场，就有市场管理。市场管理作为国家的一项职能，在我国已有几千年的历史，但作为一门学科，即研究、探讨国家对市场经济活动进行行政干预及其发展规律的问题，在我国时间还不长，仅仅是党的十一届三中全会以后的事情。

随着我国政治经济形势的变化，市场管理工作的重点转移到发展商品生产，促进商品流通，协调关系，方便群众生活上来。由于社会主义市场经济体系的迅速建立和培育，国家管理经济由直接控制为主转向间接为主的宏观经济调节，市场管理在国家经济生活中，地位愈来愈重要，管理任务愈来愈繁重。

为提高市场管理干部的素质，建设一支具有社会主义觉悟，有文化知识、专业知识和现代化管理技能的干部队伍，必须大力开办工商行政管理专业教育，创办正规化或非正规化的工商行政管理学校（系、或专业）、干训班。市场管理实践的经验教训，市场管理的理论、政策、法规，市场管理的规律，要归纳、综合、提炼，要上升为学科。市场管理活动实践中的问题，也需要从理论上进行探讨，予以说明。这本《市场管理学》就是在这种形势下，为适应工商行政管理专业教育、研究和实际工作的需要而编写的。

本书的编著者是两位多年从事教学和工商行政管理实际工作的老同志，有较好的理论基础，有丰富的实践经验。他

们从七十年代就从事工商行政管理学科的理论研究，并承担在职工工商行政管理干部的短期培训任务。自八十年代初，他们又专门从事工商行政管理专业课的教学、研究和教材编写工作。本书的初稿在1985年曾油印成册，作为试用教材，在全国部分工商行政管理专业学校使用。经过一段教学实践和在广泛征求意见的基础上，又加以修正和补充，于1986年铅印成书，内部发行。在1986年书稿的基础上作者又经过精心修改和补充后，现正式由中国展望出版社出版。

市场管理学是一门新学科，目前仍处于探讨创建阶段，学科体系和知识结构尚未形成定论。但该书经过多年教学实践和多次修正补充而成，在目前仍不失为一本较好的教科书，它的出版，对这门学科的研究与完善将会起到应有的促进作用。

该书今天能够出版，与我国老一辈的经济学家关怀分不开的。许涤新同志在作者编写该书过程中，始终给予了鼓励和支持，许诺为该书作序，但该书确定出版三个月以前，许老与世长辞了，这是我们始料不及的。今天我们把这本《市场管理学》奉献给广大读者，也作为献给许老灵前的一朵“小花”吧！

滕荣祥

1988年6月于济南

目 录

绪 论

第一章 市场概述

- 第一节 市场的形成和发展…………… (1)
- 第二节 市场的性质和作用…………… (6)
- 第三节 形成市场的基本要素…………… (11)
- 第四节 市场活动的基本内容…………… (13)
- 第五节 参与市场活动的当事人…………… (15)
- 第六节 我国社会主义统一市场的形成…………… (19)
- 第七节 我国社会主义统一市场的特征…………… (24)
- 第八节 建立和培育社会主义市场体系…………… (29)

第二章 市场管理的性质和任务

- 第一节 市场管理的概念及其特征…………… (33)
- 第二节 市场管理的性质和任务…………… (36)
- 第三节 市场管理的目的和范围…………… (39)
- 第四节 建国以来的市场管理…………… (47)
- 第五节 新形势下的市场管理…………… (60)

第三章 市场管理的基本原则和方法

- 第一节 市场管理的基本原则…………… (63)

第二节	市场管理的基本方法	(71)
-----	-----------	------

第四章 城乡集市贸易管理

第一节	集市贸易的由来和发展	(80)
第二节	社会主义条件下的集市贸易	(84)
第三节	集市贸易的性质和作用	(85)
第四节	集市贸易的新变化	(89)
第五节	城乡集市贸易管理	(93)

第五章 各类市场的管理

第一节	生产资料市场的管理	(104)
第二节	消费资料市场的管理	(108)
第三节	资金市场的管理	(113)
第四节	技术市场的管理	(118)
第五节	劳务市场的管理	(123)
第六节	信息市场的管理	(128)
第七节	房地产市场的管理	(132)

第六章 市场信息

第一节	市场信息的概念及其在市场管理工作中的作用	(136)
第二节	市场信息各环节的基本工作内容	(141)
第三节	市场管理对信息系统的基本要求	(144)
第四节	市场信息系统的现代化	(145)
第五节	建立合理的市场管理信息网络	(146)

第七章 市场管理统计

- 第一节 市场管理统计的任务、地位和作用.....(150)
- 第二节 市场管理统计的具体对象、指标体系和
分组.....(154)
- 第三节 市场管理统计调查.....(161)
- 第四节 市场管理统计分析.....(166)

第八章 市场管理的现代化

- 第一节 现代化的概念.....(177)
- 第二节 市场管理现代化的内容.....(180)

第九章 经济监督检查

- 第一节 经济监督检查的职能及其分类.....(186)
- 第二节 投机倒把的概念及特征.....(190)
- 第三节 投机倒把行为与破坏社会主义经济秩序罪
的关系.....(196)
- 第四节 投机倒把活动的规律.....(199)
- 第五节 投机倒把活动产生的原因和条件.....(205)
- 第六节 投机倒把活动的特点.....(209)
- 第七节 打击投机倒把是工商行政管理机关的一项
重要任务.....(215)
- 第八节 打击投机倒把工作的几个原则.....(218)
- 第九节 打击投机倒把工作中应划清的几个界限
.....(221)

第十节	工商行政管理机关查处投机倒把案件的 职权.....	(226)
-----	------------------------------	-------

第十章 办案程序

第一节	办案程序的概念及其意义.....	(230)
第二节	立案.....	(233)
第三节	管辖.....	(237)
第四节	检查和调查.....	(239)
第五节	审批和定案.....	(254)
第六节	复议.....	(260)
第七节	执行.....	(264)
第八节	结案存档及其办案纪律.....	(267)

附录一

城乡集市贸易管理办法.....	(269)
-----------------	-------

附录二

投机倒把行政处罚暂行条例.....	(277)
-------------------	-------

附录三

工商行政管理机关检查处理投机倒把违法违章案 件程序的规定.....	(281)
--------------------------------------	-------

第一章 市场概述

市场是与商品经济相联系的一个历史范畴。它随着人类社会的分工而产生，又随着商品交换范围的扩大而发展。市场从产生到现在已经有几千年的历史，经历了几个不同的发展阶段。社会主义统一市场的建立，标志着市场发展到一个崭新的历史时期。

研究市场的重点，应是我国的社会主义统一市场。

第一节 市场的形成和发展

一、市场的概念及其分类

（一）市场的概念。

市场，就狭义而言，是指商品交换的场所；就广义而言，是商品生产者、经营者和需求者，为了满足相互的需要，通过买卖方式实现其产品互相转让的商品交换关系的总和。市场是与商品生产和商品交换分不开的，有了商品就需要交换，也就需要市场。自从有商品生产和商品交换以来，就有了与之相适应的市场。列宁在《所谓市场问题》中指出：“市场不过是商品经济中社会分工的表现”，“那里有社会分工和商品生产，哪里就有市场”。因为在生产资料和

劳动产品归不同所有者占有的条件下，“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”，（《马克思恩格斯全集》第25卷第718页）商品的交换表示通过市场来实现的各个生产者之间的联系，它只有通过交换，才能实现其满足人们需要的目的。

市场，反映社会生产和社会需要之间、商品可供量和货币购买力形成的支付能力的需求之间、生产者和消费者之间、国民经济各部门之间的联系。社会主义市场所体现的经济关系是国家、集体、个人之间以及相互之间互助合作的商品交换关系，资本主义市场所体现的经济关系是资产阶级同劳动人民之间的剥削和被剥削的关系，以及资本家之间对剩余价值瓜分的关系。

市场规模的大小，取决于生产的商品性、商品生产的发展和社会分工。市场是与商品生产和社会分工紧密联系而不可分割的。市场是发展商品经济的必要条件。

（二）市场的分类。

我国社会主义市场作为一个整体，它的结构随着交换关系的复杂化也越来越复杂化了。从不同的角度进行分析，有多种多样的分类方法。

1. 从性质上看，可以有三种划分方法。一种是从社会再生产的角度，一般可分为生产性市场和消费性市场。生产性市场，主要包括农、林、牧、副、渔业以及手工业、轻工业和重工业市场。消费性市场，主要包括商业、饮食业、修理业以及旅游业、科技情报、咨询、保险等服务行业。生产性市场为消费性市场提供物质基础。消费性市场为生产性市场提供新的需求。并促使其发展。第二种是从所有制的角

度，有三种基本形式：一是全民所有制，包括国营商业、工业自销等；二是集体所有制；三是个体所有制，包括个体商贩、贩运专业户等。此外，还有合资形式，包括中外合资商业、饮食业、服务业和旅游业等；还有合营形式，包括多种经济形式之间联营、联购、联销等。第三种是从计划管理程度来划分，一般可分为计划市场和非计划市场。

2. 从市场经销商品的经济用途看，可以分两类，即生活资料市场和生产资料市场。生活资料市场包括的内容，除了消费品外，还有服务业。就是说，在生活资料市场中，还应包括以提供劳务性服务为主的饮食业、服务业的市场以及旅游业市场、劳务市场、技术市场和信息市场等。生产资料市场经营的商品是为了满足生产需要的，从社会再生产的整体来看，它是中间环节市场。

3. 从流通环节划分，可分为：采购市场、批发市场和零售市场。采购市场通常是指农民出售和商业企业经营农副产品的收购、批发、调拨、供应的集散市场。批发市场，也称中间市场，指工农业生产者出售和商业批发企业经营消费品进行批量交易的市场。零售市场，是以商品或劳务直接供应或服务于消费者的最终市场。在零售市场上，不仅有经营消费品的，还有以劳务、服务为主的饮食、服务业和旅游市场。

4. 从国界和流通区域划分，还可以分为：国际市场和国内市场。国际市场是国内市场的扩大和延伸，是各国之间进行商品交易的场所，反映各国之间的商品交换关系。国内市场又可分为城市市场和农村市场。我国城市市场是一个拥有两亿人口的市场，市场的潜力很大。农村市场在我国具有

特殊重要地位，八亿农民是我国国内市场的基础。

二、市场的形成和发展

市场的形成和发展是由生产力水平决定的，同时它又反作用于生产力。从原始社会末期产生市场，一直发展到社会主义统一市场，经历了一个由低级向高级发展的过程。

在人类社会的最初阶段，即原始社会的一个很长历史时期内，由于生产力水平极其低下，人们不得不共同劳动，平均分配产品，以维持最低限度的生活。那时候没有社会分工，没有商品生产，因而也就没有市场。到了原始社会末期，随着生产力的发展，相继出现了人类社会的三次大分工。第一次社会分工是畜牧业和农业的分工。人们在这个阶段里，懂得了驯养家畜，知道通过驯养家畜可以获得比打猎更多的收益。于是人们不再把捕来的野兽全部杀掉，而把它们驯养起来，让它们繁殖，随之产生了一个专门的行业——畜牧业。这时农业也发展起来了，人们不仅知道采集天然果实，也开始懂得种植，例如种粮食、瓜果，可以取得较多而又稳定的收获，于是农业也成了一种专门的行业。第二次社会大分工是农业和手工业的分工。一部分人从农业中分离出来，专门制造生产工具和生活用具，纺纱织布，脱离了农业生产，成了手工业者。这对改良工具、丰富生活用品起到了巨大的作用，有力的推动了生产力的发展。第三次社会大分工出现了商人阶层，即一部分人不再从事直接的物质生产活动，而是专门从事产品的交换活动。商品交换刺激了生产和消费，推动了生产力的发展。由于生产力的发展，人们可以生产出除满足自己生活需要之外的剩余产品，就为私有制和

剥削创造了条件，公有财产开始转化为私有财产，公有制开始瓦解了。伴随着原始公社制度的解体，代之而起的是生产资料私有制。适应这种情况，私有者个人间的交换就成了商品交换的唯一形式。

由于社会分工和私有制的产生，出现了商品生产。商品是为交换而生产的劳动产品，它只有通过市场交换，才能实现其满足人们需要的目的。所以，市场是商品经济中社会分工的表现，“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场。”

市场作为一个历史范畴，从它产生以来，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。市场，在资本主义以前的各个社会形态中，规模是狭小的，发展也是缓慢的，这是因为在这个时期，社会是由许多单一的彼此联系很少的经济单位组成的，生产力水平低。生产者除供自己消费外，没有更多的富余产品可以出卖，交换得不到发展。同时由于商品经济对自然经济起瓦解的作用，历代统治阶级为了巩固自己的统治基础，总是对商品交换进行种种限制。封建社会相互割据的组织结构，也极大的限制了商品经济的发展。但当时商品经济的发展代表着社会的进步，这个时期的市场对生产发展、经济交流起到了促进作用，推动着历史缓慢的发展。

到了资本主义社会，工业革命使劳动生产率空前提高，商品经济空前发展，商品交换成为“资产阶级社会（商品社会）里最简单、最普通、最基本、最常见、最平凡、碰到过亿万次的关系”。（《列宁选集》第二卷第712—713页）一切都成了商品，包括人的劳动也成了商品，商品生产成为资本主义社会的绝对统治形式，市场才以空前的规模扩大和发

展起来。资本主义市场在高度发展的同时，市场竞争也空前激烈起来，生产社会化和生产资料私人占有的基本矛盾，决定了资本主义市场越发展，社会经济矛盾越扩大，从而为资本主义制度创造了灭亡的条件。

社会主义市场是建立在生产资料公有制基础上的新型市场。市场交换活动的根本目的是为了**满足人民日益增长的物质和文化生活的需要**。参加市场交换活动的成员根本利益是一致的，因而社会主义市场比资本主义市场有无比的优越性。

第二节 市场的性质和作用

一、市场的性质

市场的性质，是由生产关系的性质决定的。市场作为商品交换的总和，不存在独立的属性，更不是资本主义生产方式所持有的东西。市场赖以存在的条件是商品经济，商品生产先于资本主义而存在，也存在于资本主义灭亡后的社会主义生产方式中。在不同的社会条件下，市场的社会属性受其所属的社会经济属性所制约。例如在旧中国，帝国主义、地主封建势力和官僚买办控制了社会经济，帝国主义、封建主义和官僚资本的私有制是市场的基础，这就决定了旧中国的市场必然是半封建、半殖民地性质的市场。

我们国家在相当长的一个时期，人们总把市场同资本主义经济的盲目性和自发性等同起来，把社会主义生产方式中的商品交换理解为大范围的自给自足，以为生产的目的是

满足自身的需要而不是用于交换。否认社会主义经济形态下商品交换关系的存在，也就否认了市场的存在。社会主义经济形态下之所以存在商品交换关系，存在市场，是由于社会主义阶段生产力发展水平和特有的物质利益决定的。由于生产力水平还很低，劳动还不是生活的第一需要，而仅仅是谋生的手段，人们的劳动能力不同，贡献有大小之分，因此人们的物质利益上的差别还存在。这种物质利益的差别就表现在个人、企业、独立核算的经济单位等等之间的经济关系必须采取等价补偿和等价交换原则上。社会主义社会在分工和生产的社会化前提下，人们的这种物质利益关系是商品交换关系存在的直接原因。反映商品交换关系客观存在的市场，是属于社会主义性质的，并有其自身的内容和作用。

二、市场的作用

市场和市场的作用是一种客观存在着的经济现象。只要有商品生产和商品交换，就有市场和市场的作用。随着商品经济的发展，市场在社会历史上起着日益重要的作用。市场的出现，促进了社会分工的发展；市场的进一步发展和扩大，瓦解了自给自足的自然经济，为资本主义生产方式的建立开拓了道路；而现在市场已把资本主义商品经济推向最高阶段，成为资本主义制度赖以生存的重要条件。社会主义社会还存在着商品生产和商品交换；就必然存在市场，市场也心然在经济活动过程中发挥作用。

所谓市场的作用，是指一定的市场，通过它的交换、供应、便利等基本功能，对社会再生产诸要素所起的作用。交换是社会再生产过程的重要环节，是连接生产与生产，生

产与消费的桥梁和纽带。在商品经济存在的条件下，商品交换是通过市场来完成的，正是市场把生产、分配和消费连接起来，沟通它们相互之间的关系。市场在再生产中的客观地位，决定了它对生产、分配和消费有着重大作用，主要表现在：

（一）促进生产。市场对生产的作用是多方面的。首先，市场是生产顺利进行的必要条件。任何商品生产都必须具备两个条件才能顺利进行：一是生产资料的供应必须有保证；二是生产出来的产品要有可靠的销路。生产资料是进行生产的物质要素，生产所需要的原料、材料、设备的供应中断，生产就成为“无米之炊”而停顿下来。同时生产部门必须把产品销出去，变成货币，使其物化劳动和活劳动的消耗得到实现，获得必要的资金积累，才有进行再生产和扩大再生产的可能。市场，正是实现上述两个条件的前提。市场通过它的交换功能，把商品转化为货币，从而实现它的价值；市场通过它的供应功能，向生产部门和生产者提供生产资料和生活资料，从而保证生产的顺利进行。生产的社会化程度越高，分工越细，生产对市场的依赖性也就越大。其次，市场上商品流通的速度，直接影响社会再生产的速度。社会再生产的总时间，包括生产时间和流通时间。因而流通的时间是延长还是加快，影响着再生产周期的拉长或缩短，如果生产方面的其他条件不变，单就市场商品流通速度的作用看，流通的时间越少，社会再生产的周期就越短，生产增长的速度也就越快。反之，如果市场商品流通的时间拖长了，就必然使再生产的周期延长，限制了生产增长的速度。因此扩大市场流通规模，增加流通渠道，减少流通环节，从而加快市

场商品流通的速度，对促进生产的发展有重大作用；最后市场能够及时检验生产的效果，对生产起着指导的作用。生产的目的是为了**满足消费**。对生产部门来说，及时掌握生产与销售、供应与需求的变化情况，从而了解社会的真实需要，这对指导自己的生产是十分重要的。市场还是反映社会需要的一面镜子，产品品种、规格是否对路，质量是否优良，价格是否合理，销售是否适时，都要通过市场来检验。生产部门根据市场的这些反映来安排组织生产，才能生产出适销对路的产品。而且市场还可以向生产部门提供消费需要发展趋势的信息，为生产部门的再生产和扩大再生产的方向提供依据，起到指导生产发展的作用。

（二）实现分配。在存在商品经济的社会里，社会成员个人消费品的分配主要是采取货币工资的形式。每个社会成员只有用他手中的货币，通过交换得到他所需要的消费品，

“领”到一定量的社会产品时，社会对他的分配才能具体地实现，因而市场也就成为实现社会分配的场所了。商品经济越发达，市场对实现社会分配的作用就越明显。在社会分配水平既定的条件下，分配的**实现程度**取决于市场的供应情况，如市场商品数量的多少，质量的优劣，价格的高低，以及供应网点的分布，供应时间的长短，供应方式的好坏等，都影响着分配实现的程度。

（三）满足消费。市场是满足消费需要的重要条件。消费需要的满足，固然首先决定于生产，生产创造了消费的物质内容，但在商品经济条件下，只有通过交换，才能使产品从生产领域转移到消费领域，使产品与广大消费者见面，满足消费的需要。交换必须依赖于市场，市场为交换提供了一

一切必要条件。诸如交换的时间与空间、商品的运输与贮存、商品的整理与加工、商品的分类与包装等等。同时市场的组织状况对消费也有着重大影响。市场组织得合理，有利于扩大消费，否则就会限制消费。

市场不仅为消费者提供消费品，而且还提供各种服务。随着社会的发展，不断扩大市场服务，增加服务内容，提高服务质量，对满足消费者的各种需要有重大作用。

由此可见，市场在社会再生产过程中对生产、分配和消费的作用，是客观存在着的经济过程。但是在不同的生产方式中，市场不仅在性质上有本质区别，而且在市场的目的、范围、方式、结果等方面也存在着很大差异。社会主义市场与资本主义市场的作用，主要有以下几方面的区别：

（一）目的不同。资本主义市场是由占有生产资料的资本家所把持，他们利用市场的目的是为了最大限度的攫取利润。社会主义市场是建立在生产资料公有制基础上，发展市场的目的是为了活跃物资交流，促进生产发展，满足人民不断增长的物质和文化生活的需要。

（二）范围不同。在资本主义市场上，不仅全部劳动产品是商品，而且劳动力本身也是商品，都在市场上进行交易。而在社会主义市场上，不仅劳动力不能成为商品，而且森林、矿山、河流、土地等都不能成为商品，不能在市场上交易。

（三）方式不同。资本主义的市场完全受价值规律的支配，价值规律通过市场的供求关系，自发地调节生产和消费，具有盲目性。社会主义市场受国家调控，由国家自觉地运用价值规律调节生产和消费，避免了盲目性。