

郭文轩 李恩贤 张立功 著

市场发育论

中国商业出版社

序

九十年代初始，我有幸看到这部中青年学者的力作——《市场发育论》，深感我国经济学界后继有人，可喜可贺。

由于我国长期否认商品经济，市场和市场理论问题也长期被冷落。改革开放以来，我国商品经济理论有了重大突破，市场理论的探讨成为人们关注的课题，出现了空前活跃的局面。可是，有关市场发育理论的专著尚属凤毛麟角。该书作者依据较为扎实的理论基础和实践经验，敢于对尚待开拓的我国市场发育理论进行专门探索和概括，实为可贵。通读全著，我感到思路宽宏，涉及面广，在继承前人成果的基础上，提出了诸多独到的见解，对市场发育问题的研究有相当高度，基本上构成了一个较为严谨的理论体系。市场的发育不是市场某一方面的发展，而是市场总体上全面的、综合的发展。因此，研究市场发育是一项十分艰巨复杂的事。而要进行我国市场发育的研究，理论先行是必要的。作者在这方面进行了大胆的但又是认真的探索，具有特殊的现实的意义。正是从总体上全面的、综合的发展出发，该书作为市场发育理论的基础理论，首先研究了市场与商品经济、宏观经济和微观经济的内在联系，市场上的流通规律和市场发育规律问题，着力弄清市场发育理论的基础部分，进而从国内市场的统一性、市场构成体系、运行机制、活动主体、流通渠道、购销方式等不同方面探讨了市场发育成熟的标志；然后进一步针对我国市场现状和问题，阐明了对市场发育、完善与计划管理的若干看法和对策。可以认为，《市场发育论》对我国市场的发育完善乃至整个经济的发展和改革，既展示了它的理论价值，又具有很强的实践意义。

众所周知，市场是交换的范畴。哪里有社会分工和商品生产，

哪里就有市场。但市场反过来又是商品经济发展的中心问题，因为商品经济是为交换、为市场而生产的经济。任何商品经济的发展都离不开市场的发育。哪里市场发育比较成熟，哪里市场机制作用就比较正常，哪里商品经济就会向更大规模、更高层次发展。这不仅适用于私有制社会，同样也适用于公有制为基础的社会主义社会。不过，不同的经济形态和国家的市场发育又有各自的特点和特有的过程。因此，市场发育理论的探索还必须研究从半封建半殖民地废墟上来建设社会主义中国的国情、历史和特点。当前，我国正在建立社会主义市场经济体制，可是有关市场经济运行模式和发育问题的理论观点，仍然众说纷纭。这是因为，人们对事物的认识总要受到一定主观条件的限制。一者，事物的发展及其充分表现要有一个过程。当其内部矛盾没有充分展开时，人们不可能把握其本质和变化规律；二者，社会物质生产和科学技术水平也限制着人们认识的广度和深度；三者，认识还常常受到人们自身的立场、观念、视野、思维方式等主观因素的制约。这都决定了对我国市场经济问题的认识，在短期内还难达到全面而深刻的程度。正如恩格斯说的：“我们只能在我们时代的条件下进行认识，而且这些条件达到什么程度，我们便认识到什么程度。”^①所以，必须清醒地看到，我们对于国内市场理论的认识和探索，还任重而道远。只要商品经济和市场处于不断地发展变化之中，新的矛盾和问题就会接踵而来，人们的认识过程也将不断地向前推移和发展，理论观点也将不断丰富和创新。总起来看，我国的市场发育遇到的难点很多。在理论上最大的问题有二：其一，是商品和市场范围的界定，即哪些产品可以完全进入市场；其二，是市场机制的健全和正常发挥作用。第一个问题的难点，如果说过去在于不承认市场经济，致使许多产品被排除在市场之外，那么，

① 《马克思恩格斯选集》第3卷第562页

当前则是在市场正常发育以外某些地方出现了市场交换的“暗化”和交换关系在市场外泛滥，以致某些商品出现灰色交易，交换关系渗入了伦理关系、人情关系、权钱关系。第二个问题的难点在于市场深层机制改造的复杂性。这实际上是与整个经济体制改革目标紧密相关的同一个问题，也就是对市场机制的利用到何种程度和多大范围的问题。

不论从哪个角度看，我国市场发育的任务都是相当艰巨的。它与我国传统工业化的实现，与经济的商品化、社会化和现代化的进程结合在一起。在经济体制改革总过程中，它与企业体制的改革和新的宏观经济运行模式的建立又是密不可分的。所以，促进我国市场的发育和完善，决不单单涉及流通部门，而是关系整个国民经济的大课题；决不仅是理论工作者的任务，更应看作是中华民族的历史使命。本书的作者勇于承担这种历史使命是值得钦佩的。他们已经付出了巨大的、艰苦的劳动，并且取得了可喜的、值得赞赏的成就。当然，这既是一本负有拓荒任务的书，就不可能也不应该要求它在一切方面都是成熟的、十分准确的。我希望《市场发育论》在实践考验中进一步丰富内容、完善体系，对我国市场发育起到应有的作用。同时，作为商经理论教学和研究领域的一名老兵，我也衷心期待有更多的探索者涌现，有更多的市场理论新著问世。

中国人民大学教授、博士生导师 林文益

目 录

序.....	(1)
第一章 商品经济与市场.....	(1)
第一节 市场的内涵及外延.....	(1)
第二节 简单商品经济下的市场.....	(4)
第三节 自由竞争商品经济下的市场.....	(8)
第四节 市场经济下的市场	(12)
第五节 商品经济对市场发育的启示	(16)
第二章 宏观经济与市场	(20)
第一节 宏观经济问题的实质	(20)
第二节 宏观经济不同基础中的市场	(23)
第三节 市场对宏观经济的作用和影响	(27)
第四节 市场发育与宏观经济调控	(33)
第三章 微观经济与市场	(39)
第一节 市场是微观经济活动的条件	(39)
第二节 企业的发展有赖于市场发育	(42)
第三节 市场发育与企业体制的制约关系	(47)
第四章 流通规律与市场	(52)
第一节 流通规律	(53)
第二节 流通规律与市场行为	(63)
第三节 流通规律与市场发育	(68)
第五章 国内统一市场的形成	(75)
第一节 经典作家有关统一市场的论见	(75)
第二节 统一市场形成的条件和标志	(77)
第三节 我国市场的统一程度	(80)
第四节 我国市场统一性较低的根源	(83)

第五节 传统观点批判	(88)
第六章 市场构成体系的完善	(92)
第一节 市场体系及其构成要素	(92)
第二节 国内市场体系发育的滞后	(96)
第三节 完善市场体系	(99)
第七章 市场运行机制的健全	(108)
第一节 市场运行机制的基本功能	(108)
第二节 国内市场运行机制评析	(112)
第三节 健全市场运行机制	(121)
第八章 市场主体的确立	(131)
第一节 市场主体及其有关界定	(131)
第二节 企业的市场主体地位	(136)
第三节 塑造市场主体	(143)
第九章 市场流通渠道的调整	(149)
第一节 多种流通渠道并存的客观必然性	(149)
第二节 流通渠道与流转环节	(155)
第三节 调整流通渠道关系	(159)
第十章 市场购销方式的转变	(164)
第一节 传统购销方式回顾	(164)
第二节 购销方式的实质及其类型	(173)
第三节 综合运用购销方式	(179)
第十一章 市场发育的基础和途径	(185)
第一节 我国市场发育的不成熟性	(185)
第二节 市场发育的基础	(188)
第三节 市场发育的途径	(193)
第十二章 市场的稳定与有序	(197)
第一节 我国市场的基本特征	(197)
第二节 市场经济与流通的计划性	(200)

第三节	稳定国内市场的目标和指导思想·····	(204)
第四节	国内市场的统一管理·····	(209)
第五节	国有企业在国内市场的主导地位·····	(211)
第六节	建立国内市场新秩序·····	(214)
第十三章	市场发育与政府行为·····	(223)
第一节	市场经济下的市场特征及其与企业的关联 ·····	(223)
第二节	市场经济下发育市场对政府的要求·····	(227)
第三节	市场经济下发育市场的政府行为·····	(231)

第一章 商品经济与市场

第一节 市场的内涵及外延

市场是商品生产和商品交换的产物。除纯粹的自然经济和产品经济状态中不存在市场外，人类社会的其他经济形式均与市场息息相关，只不过其内涵与外延不尽相同罢了。

市场的最初含义是商品交换的场所。马克思说：“商品交换过程最初不是在原始公社内部出现的，而是在它的尽头，在它的边界上，在它和其他公社接触的少数地点出现的。”^①这种边界上的市场，其商品交换范围仅是其周围原始公社中的剩余产品。人们“日中为市”，“致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所”。^②这是最初进行物物交换的原始市场。这种市场，在“交易而退”之后，仍为空荡无人的空地。有的“若朝聚井汲水，便将货物于井边货卖，故曰市井”。之后，随着生产力水平的提高和更多剩余产品的出现，促进了农业、畜牧业、手工业的分工，交换场所也发展了，不仅在部落边界上交换，而且深入到部落内部和跨过间隔部落进行远距离交易。舜曾“贩于顿丘，就时负复”。^③尧舜时期

① 《马克思恩格斯全集》第13卷，第39页

② 《易·系词传》

③ 《尚书·大传》

的交换场所，已能够“北用禺氏之玉，南贵江海之珠”，“散其邑粟与财物，以市虎豹之皮”。^① 商业的出现，货币的产生，使市场的场所从点发展到面，出现了固定的、并有附属设施的市，进一步则成为城的基本组成部分。

随着商品经济取代自然经济成为主要经济形式，市场的内涵也由一般的商品交换场所发展为交换关系的总和。企业按照市场消费需求进行商品生产和交换；生产者和消费者对市场有很大的依赖性；人们的经济利益也在各种市场要素的结合和运行中不断调整；经济的运转主要依靠市场机制自发地进行调节。

当商品经济进入较高发展阶段，货币对市场活动的支配作用越来越大，市场反映的社会财富占有、转移和分配的经济利益关系进一步突出，成为市场关系的核心关系，以货币的聚集、投入、输出、转移等构成了市场上各种交换活动的实质内容和出发点。

市场的外延也存在一个逻辑的历史的发展过程。从交换的内容看，在“日中为市”的市场中，主要是进行剩余的生活消费品交换，并且畜牧产品的调剂性互换是基本目的。人类社会的第一次分工，农产品与畜牧产品的交换占据了市场主要地位。手工业的独立，产生了农、牧、工产品的交换。商业的产生，承担了市场的媒介，市场交换内容从单一到多样化。其一，日用消费品市场，从农产品、手工业两大类市场又发展到许多专业市场，如棉花市场、粮食市场、医药市场、食品市场、棉布市场等。这些专业市场又随着农业结构的复杂化而不断细分，如粮食市场又分为小麦市场、大米市场、豆类市场等。其二，生产资料市场，从最初的畜牧业生产资料市场，发展到农业、工业、交通运输业、商业服务业等生产资料市场。当企业伴随资本主义生产关系诞生之后，围绕生产要素的市场交换发展起来。首先是劳动力进入市场。

^① 《管子·揆度》

劳动力作为生产力诸要素中最活跃的因素和剩余价值的源泉，成为商品进入市场以后，促进从有形市场向无形市场的开拓，市场交换从货币与实物的交换发展到货币与无形商品的交换，比如劳务市场、信息市场、技术市场等。商品经济越发达，按照市场交换内容划分的市场种类也越细。除了有形、无形商品市场外，具有价值和使用价值的精神产品也进入市场，比如娱乐市场。货币是媒介商品交换的特殊商品，具有价值尺度、流通手段、贮藏手段、支付手段等多重职能，因此金融市场就具有融通资金、交换商品、转移投资、让度财富、衡量供求关系等多重特点。金融市场从个人之间、个人与企业之间、企业与企业之间的直接资金交易，发展到能够进行资金和证券交易的资金市场、进行外汇买卖的外汇市场以及买卖黄金的黄金市场，成为货币融通体系。

市场的外延随着市场地域范围而发展。最初的市场区域范围是集、墟、场。集墟场从偶然商品交换的不固定交换场所，发展到“露水集”（清晨一两个小时有集，太阳升起时自动散集），“场所”就相对固定了。“庙会集”把祭祀、文化娱乐、商品交换融于一地，市场的范围扩大了。集贸市场的集日间隔逐渐缩短，有的发展到“每日集”、“昼夜集”，其市场半径更大。从“集市”到“城市”，从一般交换商品到通过市场组织社会再生产，组织社会经济生活，市场就和整个社会经济联系在一起了。但市场的范围，按照劳动地域规律的客观要求，还要向国外延伸。其延伸的规律是：第一步产生国内市场的对外窗口。转口市场、特区市场均属于此，第二步形成部分国际集团市场，从双边到多边，以制成品与原材料的交换及互通有无商品交换为主，以商品输出输入为主；第三步随着跨国公司、内外合资企业、国际金融组织的出现，由于其在各国经济交往中的作用越来越大，便形成了广泛性国际市场。

市场的深度发展，集中表现为交易形式的发展，不仅存于有

形市场，也产生于无形市场。在原始市场，以物易物是基本形式。货币的产生，给商品交换提供了方便。以币待购、以币易物，货币交换成为普遍的交流方式。商业的产生使市场购销复杂化、多样化。从购销市场看，存在有计划市场、无计划市场、灰色市场、黑色市场；购销方法有选购、预购、合同订购、专卖、委托代销；交货方式，有现货、期货、电话电报电视预约交货；售货方式有陈列售货、展览售货、邮递销售；付款形式有现款支付，也有汇兑以及按合同付款、销后付款、预收预付、托收承付、无托收承付，等等。与原始市场的交易活动相比，已不仅仅限于有形市场上了，餐桌上、办公室、旅社等都可以成为无形的市场。

从市场反映出来的信息和要求来看，市场最原始的功能是调剂余缺。当产业部门细分以后，市场成为社会分工下协作关系的产物；由于社会分工受到地域资源的限制，市场在地域资源配置中又发挥了巨大作用；市场的供求关系通过价值规律的作用反映出来，成为人们安排社会、经济、技术发展计划的基本依据。

综上所述，市场的内涵和外延是在商品经济发展中不断扩大的。首先，它是“商品交换场所”，反映着产品调剂、社会分工的客观要求。其次，市场“反映商品流通中各种交换关系”的总和，是国民经济发展状况的“显示器”。这是劳动地域分工条件下合理配置地域资源的客观要求。通过地域资源配置的显示，促进产业结构和产品结构的合理化，满足社会生产和生活不同层次、不同方位、不同特征的消费需求。再次，它是经济比例关系及发展方向的“航标”或“调节器”，可以强有力地引导社会再生产的良性循环，对资源的合理配置起基础性作用。

第二节 简单商品经济下的市场

商品经济作为人类发展过程中的一种经济形式，经历了一个

很长的历史过程。从原始社会末期的商品经济萌芽，到奴隶社会、封建社会、资本主义社会、社会主义社会的不同社会制度中，都存在和发展了商品生产和商品交换。因此，商品经济的研究，既要重视不同社会制度下商品经济的发展特点和规律，也要考察抽象掉各种社会制度的商品经济的一般规律，以便把商品经济的一般规律与不同的社会制度有机结合起来。

商品生产和商品交换的发展水平主要表现在：进行商品生产和商品交换的物质手段水平和市场容量；市场在社会经济生活的功能和影响程度；市场的主导因素；市场与整个经济的关系等。按照这些条件，抽象掉社会制度的差别，商品经济可以分为简单商品经济和自由竞争商品经济、市场经济三个大的阶段。

在简单商品经济阶段，生产手段比较落后，商品性生产和自给性生产并存，并从自给性生产为主向商品性生产为主过渡。这个阶段的生产方式以家庭经济为主体，包括家庭农业、家庭手工业以及互助合作性质的小规模合作生产组织、合作包工组织。自给性生产集中表现为农业生产中的“卖余粮”、“卖余棉”以及“喂猪攒过年钱、养鸡换油盐钱”，等等。在手工业生产中，生产的目的是用制作品换取养家糊口的生活资料。市场调剂消费、补充生产资料的功能，是简单商品经济条件下市场的主要特征。在自给性生产情况下，农民追求“自种自收、丰衣足食”，经济上“鸡犬之声相闻，老死不相往来”。粮菜自种自食，工具自制自用，连食用碱也用草木灰泡淋。这时手工业的发展，虽是社会分工的表现，但也为“自给自足经济”提供了方便。农民用“余粮”换取部分消费资料和生产资料，这就是市场功能的“调剂性”和“补充性”。简单商品经济在市场范围方面的特征是“居民区域性”。市场总是在一个或几个居民区的中间地带形成，以适应半自给半商品性的生产和交换。微型和小型集镇是其典型。市场的附属设施以地摊、临时售货棚、简易售货房为主。其交易活动中的

经济关系表现为偶然性、多变性。商品生产者、商品经营者之间是一种松散的、不固定的相互联系。市场竞争仅表现在一次一次的市面上，价格随价值上下波动，但波动幅差较小。由于上述特点，决定了政府对市场的行政干预比较少，市场规则大部分是在商品交换活动中形成的“行规”、“君子协定”。比如“买卖公平”、“童叟不欺”等。

简单商品经济对市场发育的要求甚低。因为：（1）人们的观念是“够吃够用”，对于自己所从事的生产，力求自身的满足，总想“万事不求人”。只有在产品丰裕的情况下才有出售意念。（2）由于居民区域性市场的限制和交通条件落后，先进地区的生产技术很难渗透进来。借贷资金的转移，也囿于抗灾度荒，或者维持简单再生产。因而很难摆脱家庭作坊和自种自收的生产方式，提供给市场的商品是有限的。（3）人们承担风险的能力小，赚取利润、尤其赚取大额风险利润的冲动不易产生。在“靠天吃饭”还是“靠市场发财”的选择上，人们更信赖前者。在我国的奴隶社会后期，虽然官商产生，并在商业和市场活动中居于特殊地位，但其经营目的是维持统治者的生活需要和“搜罗”满足其腐化享乐生活的奢侈品，主要的交易商品是奴隶、牛马、兵器、珍宝。直到周末和春秋时期，诸侯国之间的经商来往增多，经商盈利观念和市场活动才发展起来，“天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往”。^① 市场与人们的日常生活联系紧密了。

由于市场受物质生产力水平的制约，简单商品经济对市场的发育，只能产生如下要求：（1）打破“城堡”，招引客商。“城堡”不仅封锁了商品交换，更重要的封锁了生产技术的空间转移。四方客商“为利往来”，则把分散的小市场串联起来，使异地不同层次、不同方位的生产技术沟通了，为市场的发展基础——物质

^① （1）老子《道德经》

生产力水平的提高奠定了根基。(2) 发展制成品工业，提供稳定的消费资料来源。由于半自给半商品性生产对消费的供给受生产季节性的影响而存在着间歇性（不均衡性），加工贮藏食物和其他生活用品的问题被提出来了，还有些农产品只有经过加工才能使用，致使简单机械加工逐步发展起来。市场交换对象从初级产品发展到加工产品，能够使市场交换经常化、均衡化。(3) 松软性市场管理。简单商品经济条件下的市场，是被封闭的社会和经济条件束缚起来的“幼苗”，尚不需“修剪”，需要的是培育，使其顺应规律成长。这个阶段的市场管理以培育为主，主要包括五个方面：一是鼓励工业品的长足购销和农产品的长途贩运，引导市场沟通；二是由买卖双方自由议价，任其随供求关系涨落，通过价格刺激地方性的生产优势；三是轻税以招徕远客，以便刺激地产品的生产，引进先进的商品和商品生产技术；四是促成小集镇、集贸市场、庙会市场的形成；五是保护竞争，为市场环境创造商品购销方式、资金借贷渠道以及价格、税赋等方面的平等条件。

由于简单商品经济提供给市场的商品数量是人们生活、生产资料的补足部分，品种少、数量小、弹性大等特征比较突出，所以简单商品经济可能向发达商品经济、产品经济以及多种商品经济形式并存的形态转化。因此，简单商品经济的市场也会出现三种趋势：一是形成自由竞争商品经济的市场。企业充分利用市场供求关系的作用，进行分解组合，以适应全方位的市场需求。这种不断的企业分解组合，在政府的必要干预下，把产业结构推向合理化、再合理化。二是形成配给型市场。其形成的背景是“战时需要”和重要商品匮乏迫使政府采取行政手段建立起以商品分配为主要内容的各种配给性交换体制。在这种情况下，价值规律及商品的内在属性都已成为“空壳”。三是混合型的市场。又分为两种类型：简单商品经济与自由竞争商品经济的混合型市场；简单商品经济、自由竞争商品经济与产品经济的混合型市场。在前

一种类型中，对商品经济的“直线式”发展非常有利，“市场开放”则是其发展的基本力源。在第二种类型中，要使市场健康和顺利发育，只有同时解决产品商品化和简单市场发达化的问题。

第三节 自由竞争商品经济下的市场

从简单商品经济进入自由竞争商品经济阶段，社会生产力水平的飞跃是其内在动力和根本标志。马克思曾指出，在手工业（或手工制造业）时期之前，已经出现了代替人力的工具，诸如用牲畜、水力、风力带动的工具，并能转化为机器；蒸汽机在十七世纪末的手工业制造时期也出现了。但是这些均未引起产业革命。只因为有了工具机、蒸汽机的使用才发生了产业革命。工具机普遍使用，开始把简单商品经济推向了自由竞争商品经济。

自由竞争商品经济有如下特点：（1）企业的市场主体地位。企业是商品经济的产物。企业的市场主体地位表明：企业是具有法人资格的经济实体，企业能够独立于市场中与其他生产经营者建立各种经济关系，有决策本身经济活动计划，包括生产、销售、价格、资金、劳动力等企业要素和企业活动的自主权。（2）市场活动的直接目的是追逐利润。企业作为一种经济组织，承担着资产完整性、增值性的风险，有着支付劳动者工资的负担。因此以收抵支有盈余企业才能生存。企业利润是企业为社会提供商品服务所创造的价值，是劳动者为扩大企业再生产的投资。（3）生产价格规律为核心的市场机制和企业集团的经济实力制导市场活动。追逐利润的市场竞争效应，是企业的兼并和企业资产的转移，并形成产业部门之间的平均利润率，价值规律的调节机制就转化为生产价格规律的调节机制。生产价格规律机制的形成，依赖于资金转移机制。如果说简单商品经济条件下市场转移资金的机制是市场商品供求关系以及价格围绕价值上下波动的价值规律机制，

那么在自由竞争商品经济条件下，同行业之间竞争“比价”就延伸到了不同行业竞争“利润率”。因此，市场“航标”就从市场直接反映出来的“价格”转变为市场间接反映出来的“利润率”。（4）国内市场的网络化、统一性以及向国际市场的延伸。把简单商品经济条件下的“居民区域性市场”有机连接起来，形成网络型的统一市场，是以物质生产力水平提高、交通条件便利、打破疆界封锁和比较发达的商业为基础的。在我国，清朝前期是以地方性小市场为主的，鸦片战争之后，帝国主义国家的掠夺性贸易给中国市场带来了两个重大变化：一方面外国资本家控制了中国的外贸经营权、压制了我国民族工业的发展；另一方面，出现了买办性商人，他们开设行栈，按照合同为外商推销和收购商品，其触角从通商口岸到穷乡僻壤。这是中国的区域市场向网络化、统一化发展的一条线索。（5）以市场为中心的生产观念促成了维护消费者利益的争夺市场机制。在简单商品经济条件下，生产支配流通，生产支配市场的“生产第一观念”，在进入自由竞争商品经济以后，转变为市场第一，消费者第一的观念，过去那种“生产什么消费什么、生产多少消费多少”的生产和经营观念，变成了“市场和消费者需要什么就生产什么，需要多少就生产多少”。一些资本主义国家的厂商认为“消费者是皇帝”就是典型例证。消费者第一，围绕市场进行生产经营活动，使保护消费者利益的一些市场措施逐步完善起来。比如，建立保护消费者利益的组织机构，加强卫生防疫和度量衡器的检查，提高商品质量等。但另一方面，围绕市场消费需要来安排生产经营活动，也会因盲目使用社会资源和自然资源造成生态失衡。（6）市场规则陆续建立并日臻完善。市场的全方位竞争，包括商品数量、质量、价格，地域市场的相互渗透联系，企业的分化、改组、联合、公司化、集团化，市场的细分化、专业化、体系化等，都要求市场活动的有序、合理和规则性，因此自由竞争商品经济的市场提出了建立市场约

束机制的客观要求，其核心是有序化的竞争和生产经营活动。围绕建立经营生产秩序、价格秩序、渠道秩序、交易秩序，明确市场交易对象、程序以及建帐、交税、票据等方面的规定，使政府调控（干预）从以直接管理向间接管理过渡。

自由竞争商品经济可以把社会、经济、技术的发展纳入通过市场机制进行的调节。包括投资、国民收入分配、文化教育，社会福利、劳动力等。社会经济的全貌，通过市场来反映才是具体的、现实的。

自由竞争商品经济对市场发育提出了更高的客观要求：

一、建立有效的市场信息系统

依赖于市场信息进行自我行为的决策，是企业自主经营的需要，也是政府通过市场管理国民经济的条件。市场信息流通的阻滞、失真和失效，对企业和政府都无异于“瞎子摸象”、“盲人骑瞎马，夜半临深池”。一些发达资本主义国家的企业经理、厂长，能够每日一览国内和世界市场之状况，正是其成功的基本原因之一。正是世界进入信息时代的现实，已经展示了建立强大、有效信息系统的必然性。市场信息系统，一是政府的市场信息管理体系，以政府的统计机构和信息机构为中心，联接国民经济部门，定期和不定期提供市场态势资料；二是企业信息系统，以企业管理机构为中心，把各部门、各层次的信息资料汇集起来，为企业的决策服务；三是行业信息系统，通过提供同行业内部信息，为企业方向调整提供市场依据；四是地方市场的信息系统，以发展地方市场为宗旨，进行市场信息和市场指导。

二、建立生产经营的服务体系

服务体系是围绕企业自主经营的服务网络和设施，主要有物流服务、代理服务、技术服务、消费服务等。物流服务系统是由