

物资市场学

陈鹤泉 谭广魁 等著

中国财政经济出版社

物资市场学

陈鹤皋 谭广魁 陈训声 汪锦才 著

*

中国财政经济出版社 出版

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

四川新华印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开本14.25印张339,000字

1984年11月第1版 1984年11月成都第1次印刷

印数: 1 - 40,000

统一书号: 4166·543 定价: 2.20元

编 者 的 话

物资市场学是一门实践性很强的经济管理科学。尽管也探讨一些经济理论方面的问题，但更注重论述微观市场经营活动的方法和策略方面的问题。物资市场学的任务是通过对市场经营活动及其规律的研究，探索在计划经济为主、市场调节为辅方针指导下，如何正确抉择物资市场中的产品、价格和销售途径，如何以最少的劳动消耗完成物资交换过程，实现社会主义的生产和经营目的，以充分满足生产建设的物资需要。

物资市场学在我国尚是一门新的学科，目前还没有一本专门论述物资市场经营方面的书。为了促进当前物资管理体制改革的搞活物资流通，亦为了适应大专院校物资管理专业的需要，我们大胆尝试编了这本《物资市场学》，起个抛砖引玉的作用。

本书由国家物资局科教司和上海市物资局组织编写。它是全国物资系统的职工大专和中央电大物资经济管理专业的教学参考书，也是上海市物资局电大班教材。此外，还可供工交企业、物资（商业）企业广大经营管理干部和大专院校有关专业的师生参考。

本书共十四章。其中绪论、第一、七、十一、十二、十四章由陈鹤皋编写，第二、三章由谭广魁编写，第四、五、六章由陈

训声编写，第八、九章由汪锦才编写，第十章由陈训声、陈鹤皋合编，第十三章由谭广魁、陈鹤皋合编。全书由国家物资局综合计划司朱文淇同志审定。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中会有不少缺点和错误，敬请批评指正。

编 者

1984.1.

目 录

绪论	(1)
第一章 物资市场与市场营销	(8)
第一节 物资统一市场	(8)
第二节 物资市场与生活资料市场的区别和分类	(16)
第三节 物资市场供求	(22)
第四节 物资市场竞争	(28)
第五节 物资市场营销	(34)
第二章 市场调查	(51)
第一节 市场调查的重要性和内容	(51)
第二节 市场调查的方法	(55)
第三节 询问调查技术	(59)
第四节 市场调查的步骤和组织	(73)
第三章 市场预测	(79)
第一节 市场预测的意义和内容	(79)
第二节 市场预测的方法	(83)
第三节 市场预测方法的选择	(116)
第四章 市场营销决策	(123)
第一节 市场营销决策的一般过程	(123)
第二节 市场选择	(130)
第三节 市场占有率	(137)

第四节	盈亏转折分析·····	(145)
第五章	产品·····	(153)
第一节	产品生命周期·····	(154)
第二节	产品组合与整顿·····	(161)
第三节	新产品的发展·····	(168)
第四节	厂牌、商标与包装·····	(175)
第六章	销售途径·····	(184)
第一节	销售途径的类型·····	(184)
第二节	销售途径的选择·····	(193)
第三节	物资企业·····	(206)
第七章	定价·····	(215)
第一节	物资价格概述·····	(215)
第二节	物资价格与供求的关系·····	(221)
第三节	定价方法和定价策略·····	(235)
第八章	销售组织·····	(248)
第一节	购买行为分析·····	(249)
第二节	销售形式·····	(255)
第三节	销售网点·····	(261)
第四节	销售服务·····	(268)
第五节	广告·····	(277)
第六节	销售人员·····	(285)
第九章	实物流通·····	(295)
第一节	物资储存·····	(296)
第二节	物资运输·····	(306)
第三节	物资装卸·····	(314)
第十章	物资服务市场·····	(322)

第一节	物资信托服务·····	(323)
第二节	市场经营咨询服务·····	(332)
第三节	物资租赁服务·····	(340)
第四节	物资流通加工服务·····	(348)
第十一章	国际市场·····	(356)
第一节	我国对外贸易的意义和原则·····	(356)
第二节	国际市场分析·····	(360)
第三节	努力做好物资出口工作·····	(369)
第十二章	市场经营的经济效益·····	(382)
第一节	讲求市场经营经济效益的重要意义·····	(382)
第二节	市场经营经济效益的评价及指标体系·····	(385)
第三节	提高市场经营经济效益的途径·····	(393)
第十三章	物资市场的信息管理·····	(401)
第一节	市场信息的意义·····	(401)
第二节	市场信息工作的要求和程序·····	(407)
第三节	市场信息工作组织·····	(413)
第十四章	物资市场管理·····	(418)
第一节	物资市场管理的必要性和原则·····	(418)
第二节	物资市场管理的内容·····	(423)
第三节	物资市场管理的方法·····	(436)

绪 论

市场学是现代资本主义国家普遍研究和运用的一门新兴学科。但在我国只是最近几年才开始研究。市场学，实质上是商品经营学，即研究如何通过商品交换和提供劳务，把产品从生产者手中送到消费者手中的一门学问。由于社会总产品的物质形态分为生活资料和生产资料两大类，所以市场学研究的范围也可细分为生活资料经营和生产资料经营两部分。本书的重点，是研究生产资料的市场经营问题。它和以生活资料经营为主要研究对象的《市场学》不同，故称为《物资市场学》。

市场是社会分工和商品经济发展的产物。在人类社会的发展过程中，随着商品生产和商品交换的产生与发展，就同时出现了与其相适应的市场。列宁曾经指出：“商品经济出现时，国内市场就出现了；国内市场是由这种商品经济的发展造成的，社会分工的精细程度决定了它的发展水平。”^①“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有‘市场’。”^②这就是说，商品经济是产生市场的基础，市场是商品经济的必然产物。社会分工越精细，商品经济越发达，市场就越扩大。

市场不仅是交换商品的场所，也是商品交换过程中所有供应

① 《列宁全集》第3卷，第47页。

② 《列宁全集》第1卷，第83页。

与需求之间经济关系的总和。从这个意义上来说，市场学是研究商品交换过程中的经济关系的科学。市场学，在二十世纪初最先出现于美国，其后又在其他工业发达国家相继出现。这是由于当时资本主义发展到帝国主义阶段，一方面资本主义生产得到迅速发展，另一方面资本主义基本矛盾越来越尖锐、生产无政府状态加剧、商品过剩、经济危机越来越频繁。为了摆脱这种困境，资本垄断组织需要对这个难以驾驭的市场进行研究，于是市场学就应运而生了。不过当时的内容只限于销售术和广告术，还没有形成系统的理论体系。二次世界大战以后，随着资本主义市场的进一步扩大，商品供过于求，过去的卖方市场转向买方市场，竞争日益剧烈。特别是六十年代，为了延缓经济危机，缓和阶级矛盾，许多国家采取了所谓高工资、高消费的政策来刺激资本主义经济发展，居民手中可以任意支付的货币（购买力）开始增大。资本家为了争夺顾客手中的货币而获得利润，就从过去以生产为中心转变为以市场为中心，根据消费者需要来组织生产和流通。在这种情况下，市场学就越来越受到资本家的广泛重视，逐渐发展成为从理论到实践、从原则到方法都有一套完整体系的学科。到目前为止，它已经成为一门与经济学、社会学、心理学、统计学、计量经济学等各种学科相关联的边缘科学和应用科学。同时还不断出现许多分支，如市场调查与测预、消费心理学、广告学等等。

在高度商品化的资本主义社会里，商品充斥每个角落，国内外市场的需求，象神经中枢一样，牵动着整个社会经济，市场是主宰一切的。市场给了工商资本家发财致富的机会，同时它又极其严峻和冷酷无情。生产过剩了，同市场需要脱节了，商品找不到销路，企业就要大难临头，甚至关门垮台。在那里，市场既是人们虔诚膜拜的“老师”，又是令人畏惧的“魔鬼”，任何人都

不敢得罪它。这样，市场学的研究和运用被普遍重视，就是理所当然的了。

那么，建立在生产资料公有制基础上的社会主义经济，要不要重视研究和运用市场学呢？回答是肯定的。资本主义的商品经济需要广阔的市场，社会主义的商品经济同样要不断地去开发市场，需要建立社会主义的市场学。过去，由于长期受“左”的错误思想的影响，否定和限制商品生产和商品交换的存在和发展。重生产，轻流通，限制市场机制的发挥，片面强调商品分配和调拨，忽视经营。不考虑市场需求和消费者的需要，“官工”、“官商”作风严重，造成生产者与市场隔离，产销和供需脱节。一方面积压浪费，一方面供不应求，最终受到了市场的惩罚。党的十一届三中全会以后，通过批判“左”的错误思想，确立了社会主义时期要大力发展社会主义的商品生产和商品交换的方针。这就为市场学的研究和运用指明了方向。我国的社会主义经济是建立在公有制基础上的计划经济；是坚持以计划经济为主、市场调节为辅的原则来调节生产和流通的。它客观上要求在国家计划指导下，充分发挥和运用市场机制的作用，实行多种购销形式，并通过多渠道、少环节的开放式流通体系来实现商品交换。经济管理体制改革的深入进行，以及企业自主权的相对扩大，开展社会主义竞争势必成为企业发展的动力之一。通过市场学的研究，探索市场经营的指导思想、经营方向、最佳形式、最合理渠道、最科学的手段和方法，以达到社会主义生产目的；探索市场经营的理论、原则和策略，给予经营者以有力地指导，从而达到扩大市场、促进生产、引导生产、保障供应、繁荣经济的目的；探索市场经营的经济核算理论和方法，以提高经济效益，使国家、企业和个人三方面都得到更多的实惠。

总之，建立社会主义的市场学是社会主义经济规律的客观要求，是社会主义现代化建设的必然结果。

物资市场学，亦称生产资料市场学，是社会主义市场学的重要组成部分。它的研究对象是在马克思主义政治经济学理论的指导下，研究生产资料或劳务如何从经营者向消费者转移的购销关系及其规律性的科学。

目前，我国的物资计划管理是将生产资料流通划分为指令性计划、指导性计划和市场调节三种管理形式。尽管其经营的程度、规模以及方式方法等各有不同，但都存在一个如何进行市场经营的问题。属于指令性计划的生产资料，是关系国计民生的重要物资。为了搞好物资综合平衡，保证有计划按比例地发展国民经济，有效地满足整个生产、建设和人民生活的基本需要，国家必须下达带有强制性的指令性计划来直接调节生产和流通。同时，也要自觉地利用价值规律，通过价格、税收、信贷等经济杠杆，采取灵活多样的购销形式，严格经济核算和讲究经济效益；属于指导性计划的生产资料，国家只下达参考性计划指标，主要依靠经济杠杆的作用来实现计划规定的任务。其市场经营的范围较广，灵活性也较大，但并不完全排除运用行政手段；属于市场调节的生产资料，是指品种繁多、产值小、生产和供应的时间性、地域性一般很强的许多三类生产资料。对这类生产资料，国家不必要也不可能用计划把它们全部管起来，主要通过市场价格和供求变化灵活地自由进行产销，国家只通过政策法规和工商行政管理工作进行监督和协调。因此，本书研究的物资市场经营的范围是广泛的，不仅是指属于指导性计划和市场调节的那部分生产资料，还包括属于指令性计划的那部分生产资料。

物资市场学研究的目的是满足消费者的需求，这是由社会

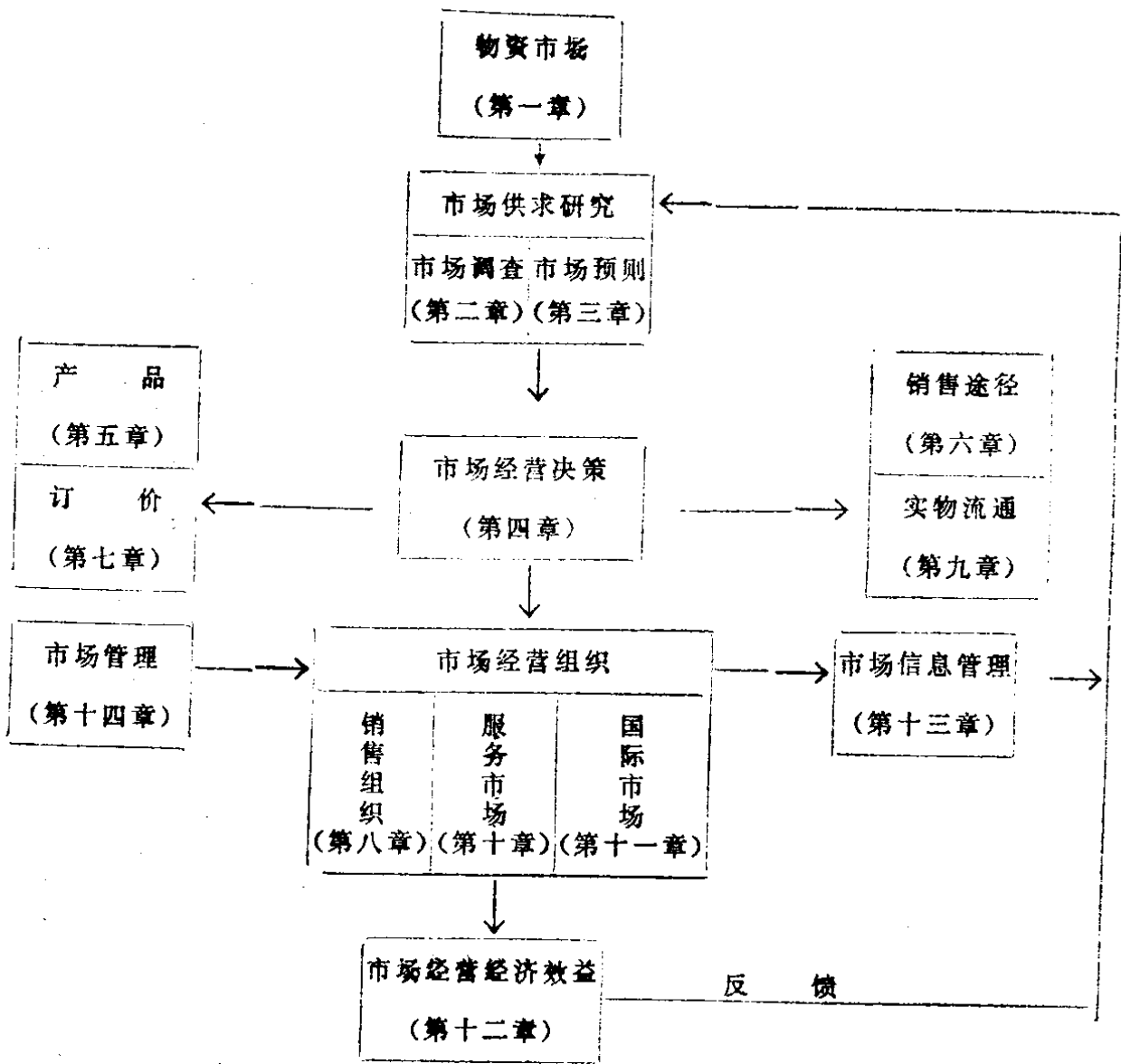
主义生产目的所决定的。因为消费者是市场的主人，失去用户，就失去了一切。物资市场学研究的消费者，虽然主要是生产消费者，但也研究生活消费者。这是由于，我国的物资市场是社会主义统一市场的组成部分。物资市场和消费资料市场一样，也是以生产资料公有制为基础的商品交换关系的总和。而且，它们之间有着千丝万缕的不可分割的联系。物资市场的需要，最终是由消费资料市场的需要引导而来的。正如列宁曾经说过的那样：“生产消费（生产资料的消费）归根到底都是和个人消费联系着，总是以个人消费为转移的。”^①也就是说，消费品生产不发展，生产资料生产的发展就会受到阻碍。因此，我们在研究物资市场时，要按照社会主义统一市场的客观要求，把出发点和归宿落到满足消费资料市场需要上来。只有这样，才能符合社会主义生产的目的，物资市场才能真正发挥作用。

研究消费者，不仅要研究现实的消费者，还要研究潜在的消费者。要研究消费者的欲望（需求）、购买能力、购买动机、购买行为（谁决策、谁购买、为谁买）、购买方式等等。消费者购买力的现实需求的实现，要求企业按照消费者的要求组织生产，需要多少，生产多少，这叫作按需生产、产需结合；产品生产出来以后还要通过合理的销售渠道、途径和方式送到消费者手中。这就是说，消费者需求的实现，不仅涉及到工业企业，而且涉及到物资企业。社会化大生产和商品生产本身，要求工、物企业的经营者都要重视市场的研究和开发。因此，物资市场学所研究的经营者，不仅是生产企业的经营者，也不仅是商业经营者，而是两者的统一。本书将从生产企业和物资企业的综合角度来加

^① 《列宁全集》第4卷，第44页。

以研究剖析。既阐述两者经营的共性，又阐述两者的分工和各自的职能，以及如何共同满足消费者的需求，为消费者服务。

物资市场学与物资经济学、物资计划管理、物资企业管理和工业企业供销管理等等学科，是既有联系又有区别的。各学科是从不同角度、不同侧面阐述物资流通过程中的各种经济关系和物流合理化的规律的。本书主要是从市场经营的角度来研究物资流通的。其内容和构成如下图所示：



图中表明：物资市场学研究市场经营，首先要阐明物资市场和
市场供求关系；由此引出市场供求研究——市场调查和市场预

测；在市场调查和预测的基础上作出科学的市场经营决策。经营决策包括产品、定价、销售途径和实物流通等主要内容；经营决策后需要组织实施和落实的主要是销售组织与促进、服务市场和国际贸易三个方面；最后获得预计的经营效益，即满足消费者需求的程度、合理的盈利、为国家提供积累；在整个市场经营过程中需要加强市场管理，以保证市场经营的正常进行；同时需要加强情报信息管理，并将各种信息反馈到市场供求研究，为实现市场经营过程的循环反复提供依据。以上各项内容和各个环节是互相联系、互相制约的关系，构成了物资市场学研究的完整体系。根据这个体系，本书将依次阐述。

第一章 物资市场与市场营销

第一节 物资统一市场

一、物资市场的作用

物资市场是物资交换关系的总和。“由于社会分工，这些商品的市场日益扩大；生产劳动的分工，使它们各自的产品互相变为商品，互相成为等价物，使它们互相成为市场。”^①就每次的具体交换行为来看，物资市场是产需双方依据各自的经济利益，采取不同的市场交易方式，使物资或劳务得以发生转移的场所。社会主义的物资市场，作为社会主义统一市场的重要组成部分，既是联系生产资料生产经营者与消费者之间的桥梁，又是买卖双方发生经济联系、实现物资使用价值和价值转移的必要条件。但是过去，由于受“左”的错误思想的影响，忽视市场，否定利用市场来为社会主义计划经济服务，给经济生活带来了巨大的损失。实践证明，在国家计划指导下，充分认识和利用市场的作用，对于切实改进物资流通工作，扩大和增加流通渠道，做到货畅其流，物尽其用，充分发挥物资经营在促进生产、引导生产、保障供应、

^①《马克思恩格斯全集》第25卷，第718页。

繁荣经济、促进社会主义四化建设中的作用，具有十分重要的意义。

市场作用的发挥，是通过市场机制诸因素相互作用的过程来实现的。所谓市场机制，就是指市场经济活动中的各因素之间客观的必然的自动联系过程或方式。这个过程或方式，概略地说，大致是：商品生产——→商品交换（从总体上看交换就是商品流通）——→商品进入市场——→供求规律使商品价值和价格背离——→商品生产者（单位）之间的竞争，使生产尽量符合社会需要，提高质量，降低成本，争取多得到一些利润——→为此就要加强核算，利用成本、工资、利润、利息等一系列经济手段——→安排下一期生产销售计划，涉及到产品的数量、质量、品种、规格、原材料、动力、能源、投资、新产品试制、新技术采用和市场调查与预测等——→商品再生产的实现，又开始新的循环。市场机制不是按某些人的主观意志行事的，而是按客观程序运转，反映一种客观的必然的自动联系。不论是社会主义制度还是资本主义制度，只要存在商品经济，就有市场机制。不过，在资本主义私有制的情况下，由于商品生产的高度发展，市场机制显得更为活跃。在社会主义条件下，正确运用市场机制，发挥物资市场在国民经济建设中的作用很多。其主要表现有以下几点：

（一）充分利用和扩大市场，可以促进社会主义再生产的顺利进行。市场既然是商品生产发展的产物，又是商品生产顺利发展的条件，那么，社会主义商品生产的不断发展，就需要一个不断扩大的、统一的社会主义市场。市场的不断扩大，除表现为数量上的交易场所的范围扩大外，还表现为质量上的供销渠道的宽广、货源的充足、供销方式的灵活多样、服务态度的改善等方面。所有这些，都是促进生产发展的条件。狭窄的、封闭的市

场，必定阻碍生产的发展。正如马克思所指出的：“生产决定市场，市场决定生产。”^①对于工业生产来说，市场的不断扩大是其生存、发展的必要条件；对于商业（物资企业）来说，没有市场就没有其存在的必要。

（二）充分利用市场衔接产供销，可以更好地解决生产与需要的矛盾，使计划更加切合实际，并满足社会需要。市场是联系生产和消费的纽带。产需、供需在市场上直接见面，可以改变那种单靠自上而下的统一分配办法所产生的供产销脱节的状况。把生产和流通的计划置于各企业之间的产需、供需结合的基础之上，有利于克服盲目生产、盲目经营，搞好供需衔接。

（三）充分利用市场，可以及时地检验和校正计划，保证计划的顺利实现。生产和经营如果脱离市场，势必耳目不灵，反应迟钝，无法及时发现和改变计划偏离实际的情况，造成不必要的损失。市场犹如一面镜子，它能够灵敏地反映生产和需要之间在数量及构成方面的矛盾和变化。如什么产品供过于求造成积压，什么产品供不应求造成脱销，什么产品价廉物美适合需要，什么产品质次价高货不对路等等，市场都能及时地、正确地反映出来。这就为及时地调整生产和流通计划提供了可靠依据，保证计划的顺利实现。

（四）充分利用市场，可以促使企业之间展开社会主义竞争。各企业之间通过市场进行竞争，对于改进生产技术、改善经营管理、降低物资消耗、提高产品质量、增加产品品种以及克服“官工”、“官商”习气，改善经营作风和服务态度，都起着积极的作用。这种竞争使企业的经营成果得到市场的检验，直接受到

^①《马克思恩格斯全集》第21卷，第213页。