

现代市场经济专题丛书

总主编 纪宝成

社会主义 市场经济体制精要

纪宝成 晏维龙 编著

3.9



高等教育出版社

现代市场经济专题丛书

总主编 纪宝成

社会主义市场 经济体制精要

纪宝成 晏维龙 编著

高等教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

社会主义市场经济体制精要/纪宝成,晏维龙编著.
—北京:高等教育出版社,2001

(现代市场经济专题丛书/纪宝成主编)

ISBN 7-04-009817-2

I. 社… II. ①纪…②晏… III. 社会主义经
济:市场经济—经济体制—中国 IV. F121

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 01017 号

社会主义市场经济体制精要
纪宝成 晏维龙 编著

出版发行	高等教育出版社
社 址	北京市东城区沙滩后街 55 号
电 话	010-64054588
网 址	http://www.hep.edu.cn http://www.hep.com.cn
邮政编码	100009
传 真	010-64014048
经 销	新华书店北京发行所
排 版	高等教育出版社照排中心
印 刷	北京人卫印刷厂
开 本	787×960 1/32
印 张	4
字 数	70 000
版 次	2001 年 4 月第 1 版
印 次	2001 年 4 月第 1 次印刷
定 价	8.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

序

本丛书旨在简明扼要地介绍现代市场经济特别是社会主义市场经济知识,主要供非专业人士阅读。

既是普及性读物,又是研究性成果;去芜杂,存精华,求新意;中国国情,国际视野,学术前沿,时代气息——这些,就是本丛书作者们的共同追求。

我们期望,对于那些试图花最少的时间较为系统地了解市场经济某一方面或若干方面基本理论、基本知识和前沿问题的人来说,按其所需,有所选择地阅读这套丛书,将会对他们拓展理论视野、增加有关知识有所助益。

恳切地期待着读者们的批评与指正。

纪宝成

2000年2月28日

于中国人民大学宜园1楼

目 录

一、市场经济与社会主义市场经济	1
(一) 市场	1
(二) 市场机制	5
(三) 市场经济	12
(四) 社会主义市场经济	20
二、社会主义市场经济的微观主体	33
(一) 企业	33
(二) 企业的组织形式	42
(三) 国有企业改革	49
(四) 居民	53
(五) 农户	57
三、社会主义市场经济的市场体系	61
(一) 市场体系的客体构成	62
(二) 市场体系的空间构成	72
(三) 市场体系的时间构成	78
(四) 市场态势	83
(五) 市场结构	85
四、社会主义市场经济的宏观调控	89
(一) 市场经济与宏观调控	89

(二) 宏观调控的原因与作用	92
(三) 宏观调控的目标	98
(四) 宏观调控的基本模式	101
(五) 宏观调控的主要内容	107
参考书目	116

一、市场经济与 社会主义市场经济

(一) 市场

1. 市场的概念

市场是与交换相联系的范畴。由于人们的认识角度不同,而使得市场成为一个具有多重含义的概念。

(1) 市场是商品交换的场所

这是市场最原始、最基本的概念。在古代,市场并没有固定的地点。有了经常性交换以后,市场一般在人们经常接触、经常交往、经常聚集的地方形成。城乡分离后,首先是城与市的结合形成城市。其后在农村也逐步形成了固定的交换场所,如江淮的“市”,北方的“集”,西南的“场”,两广的“墟”。在集市的基础上,又出现作为交换场所的集镇。

(2) 市场是交换的组织

市场的发展是一个逐步组织化的过程,早先的市场只是人们自发聚集在一起进行交换的场所。国家产生后,统治者对城市中的市作出了一些规定,市

场成为有组织的市场。市场作为交换的组织。它还指专门为交换服务的流通服务组织,即为分散的、没有固定购销关系的生产者和消费者、卖者和买者提供直接见面或受委托进行集散买卖的场所和其他为交易服务的条件。正是从这个意义上,马克思有时也把商人的店铺、栈房叫做市场。

(3) 市场是供求关系交互作用的地区

市场,“一般是指买卖商品的地方;现在,市场已扩大到指卖者相互竞争招徕顾客的整个地区。”^①马克思曾明确指出:“市场有一个外部的地理界限”。形成这种地理界限,既可能是由于消费需求的不同,也可能是由于交换距离和费用的限制,还可能是由于政权的干涉。

(4) 市场是某一产品的所有现实和潜在买主的总和

市场对交换者来说,最重要的是市场上存在买主。不存在买主的市场是没有意义的。将顾客作为市场,是从市场供给者(销售者)的角度提出来的。

(5) 市场是买主、卖主力量的结合,是商品供求双方的力量相互作用的总和

市场上的买者和卖者都不是一个人,而是表现为作为集合的供求双方。马克思指出,在市场上,“互相对立的只是两个范畴:买者和卖者、需求和供给”。市场作为商品经济范畴,所反映的商品经济关

^① 《简明不列颠百科全书》第7卷,中国大百科全书出版社,1984年版,第321页。

系,实质上是商品的供求关系以及购买者和出卖者之间的关系。因此,市场是“商品交换关系的总和”。

(6) 市场是商品流通领域,反映的是商品流通的全局

这是一个“社会整体市场”的概念。商品流通是以货币为媒介的商品交换过程,是商品交换过程连续进行的整体。以货币为媒介的商品交换包含着两个互相对立、互为补充的商品形式变化:商品—货币(卖)是第一形态变化,货币—商品(买)是第二形态变化。在商品流通中,一切商品都经历着由这两个相反的形态变化所组成的循环:首先是商品形式,然后由商品形式转化为货币形式,最后又复归为商品形式。而一种商品的形态变化,又和别种商品的形态变化交织在一起:每一种商品的第一形态变化或者第二形态变化,就是另一种商品相反方向的形态变化。这在现实经济生活中的表现,就是这个人的买(或卖)是和另一个人的卖(或买)联系在一起的。这样,许许多多商品的形态变化组成的循环不可分割地交错联结在一起,就形成了许多并行发生的和彼此联结的商品交换过程,形成商品流通全局。由此,各种产品的市场也就不可分割地联结在一起了,形成了有机的整体市场。

2. 市场的功能

市场在商品经济中具有下列主要功能:

(1) 经济结合功能

市场实现着不同商品生产者之间的经济联系和经济结合,这是市场的基本功能。分工使生产者相

互分开,市场则使生产者相互结合。正是由于这种结合,商品经济条件下的社会经济才得以正常运转。所以,生产的社会分工愈细,市场在经济生活中的地位就愈重要;商品经济愈是向前发展,市场也就愈益成为社会经济生活的枢纽。

(2) 劳动比较功能

由于每个商品生产经营者在生产技术、劳动熟练程度、生产资料的规模和效果、经营管理水平等方面的不同,生产、经营同一种商品所耗费的劳动时间就会不同,因而商品的个别价值也就不同。但是,同一种商品一旦进入市场就只能有一种价值,就是说,不同的个别价值会在市场上通过市场竞争平均化为一个社会价值,即市场价值。商品就是根据这个社会价值进行交换的。如果商品的个别价值能够低于市场价值,这部分商品的生产者就可以获得额外收益,并能提高其产品的市场占有率;反之,就会有一部分商品的价值不能实现,生产者的收益水平就会因此而低于社会平均水平,甚至发生亏损。可见,唯有通过市场,才能比较个别生产经营者的劳动耗费。

(3) 价值实现功能

在商品经济条件下,不仅消费需求有赖于市场交换才能实现,而且任何个别劳动或私人劳动也只有通过市场上商品的出售才能获得社会的承认,实现商品的价值。在此以前所投入的劳动,即使是有计划分配的劳动,也只能是预定的而不是现实的作为社会必要的有效劳动。每一种商品在多大程度上实现它的价值,这取决于当时的市场状况。商品的

出售,“是商品的惊险的跳跃”,“这个跳跃如果不成功,摔坏的不是商品,但一定是商品所有者”。

(4) 产销导向功能

生产是为了满足消费的需要,因而就生产的物质内容和数量界限来说,消费的需要决定着生产。这在商品经济中,首先反映为市场需求结构制约市场上产品的生产结构。一切产品只有符合反映在市场上的消费需要,才能作为商品销售出去而实现自身的价值,否则,生产中所耗费的劳动就会因为产品卖不出去而成为无效劳动,造成人力、物力、财力的浪费,再生产过程就会难以为继。市场通过交易活动或其他联系的形式和手段,把市场的供求变化、价格变动以及买方或卖方的生产、经营和消费有关情况这些信息传导给生产者、经营者和消费者,使他们能够依据这些信息来研究和判断,作出决策的选择,实现对产销的导向。

(5) 产品实现(利益实现)功能

所谓产品实现,就是指产品进入了消费(包括生活、生产消费);而在商品经济条件下,产品只有通过市场才能进入消费,并实现其价值和使用价值。只是在这时,生产经营者取得了货币,其经济利益得以实现;消费者取得了使用价值,消费成为可能;同时,国家也取得了税收。没有市场,一切经济利益都是难以实现的。

(二) 市场机制

机制一词本意是指机器的构造和动作原理。经

济机制是指一定经济机体内各构成要素之间相互联系和相互作用的制约关系及其功能。

市场机制是经济机制的一种,它是同市场相联系的概念。所谓市场机制是指,在价格机制、供求机制、竞争机制、风险机制的共同作用下,市场具有使得供求大致均衡、价格大致稳定的一种制约关系及其功能。

通过市场机制实现对经济的调节就是市场调节,市场调节集中表现为市场价格机制的调节。在一般情况下,市场供求关系的变化,会引起市场价格的涨落,而价格的涨落,会调节生产的增减以及需求按相反方向的减增。市场调节的本意就是通过这种方式去调节企业和社会的生产规模、生产结构以及个人和企业的消费规模、消费结构,进而调节资源,实现社会资源的优化配置。市场机制越健全,市场体系越完善,市场机制的调节功能就越强。

市场机制的构成要素包括价格机制、供求机制、竞争机制、风险机制等。上述要素构成市场机制的有机整体。

1. 价格机制

(1) 价格机制

价格机制是在市场竞争过程中,价格变动与供求变动之间相互制约的联系和作用。供求对比变化,引起价格波动,价格的波动,又引起供求变化,如此循环往复,连续运动。在运动中,供求趋向平衡,价格与价值趋向一致。在市场经济中,没有价格的变动,供求就不会趋向一致,价格也不会与价值趋向

一致,自然也谈不上价值规律的作用及其要求得到实现的问题。因此,价格机制实际上是价值规律发挥作用的一个重要机制。

(2) 广义价格机制

在市场经济条件下,商品的概念已十分广泛,资本、劳动力均成为商品。广义的商品所形成的广义价格机制,不仅指一般的商品价格机制,还包括利息机制、工资机制等。利息机制是在市场竞争过程中,利息率变动与信贷资本供求变动之间的相互制约的联系和作用。工资机制是在竞争过程中,工资变动与劳动力供求之间相互制约的联系和作用。

(3) 价格机制的功能

① 传递信息。价格的变动反映了商品供求关系的变化,价格变动的信息引导着生产经营者的决策、资源配置的方向、生产规模和效率,也影响着消费者的消费选择。

② 提供激励。当某一商品价格上涨了,生产者基于自身的利益会自愿地对这个涨价信息作出扩大生产的反应;当某种生产要素的价格上涨了,则会增加这种要素的供给;同时,基于成本—收益之间的比较,会激励人们不断地去选择最先进的技术,最有效率的生产方式,以实现用最低成本获取最大的利润。

③ 决定和调节收入分配。在市场经济中,生产经营者的收益相当程度上取决于市场上商品的价格水平。个人的实际收入也会受到消费品价格变动的强烈影响。商品价格(包括生产要素价格等)的变化会引起企业、个人收入水平的变动。

2. 供求机制

(1) 供给与需求

市场中的供给与需求,是构成市场的两大对立力量。市场供给是指一定时期内社会所提供的各种商品和要素的总和。市场需求是指一定时期内全社会用于购买各种商品及各种要素的货币支付能力。

(2) 供求关系

供求关系是供给与需求之间互相联系、互相制约的对立统一关系。其对立性表现在供求双方在利益上相互冲突,在行为上截然相反。需求一方总是希望以最低的价格获取最好的商品,供给一方总是希望以最高的卖价来供给商品,一方所得必为另一方所失。但供求双方都不可能使自己的对立面消除,任何一方离开了自己的对立面都将变得毫无意义。因此,供求双方只能共处于市场这个统一体中。市场供求矛盾是市场交换关系中的基本矛盾,这个矛盾是推动市场发展的动力。

(3) 供求机制作用

① 供求关系的变化与价格的变化互为因果。严格地说,供求机制与价格机制密不可分。对多数商品来说,供过于求,价格下降;供不应求,价格上升;供求平衡,价格不变。价格上升会同时形成供给上升、需求下降,商品的供求关系向供大于求方向发展;价格下降则会同时形成供给下降、需求上升,商品的供求关系向供小于求方向发展。

② 对不同的商品来说,供求的变动对其价格变动的影响程度不同,反之亦然。描述价格变动引起

供给与需求变动幅度大小的概念,称为供给价格弹性或需求价格弹性。从供给方面来说,有些商品受价格的影响大(弹性大),另外一些商品受价格的影响小甚至不变(弹性小);从需求方面来说,也是有些商品受价格的影响大(弹性大),另外一些商品受价格的影响小甚至不变(弹性小)。这样一来,有些商品供求的变动可迅速稳定其价格,如日用商品;有的虽能稳定其价格但所需时间较长,如能源;有的却难以稳定价格,如农产品。不同商品的供求关系变化受价格变化的影响不一致,是对不同商品采用不同调节机制的理论基础。

③ 供求机制使得社会经济在不平衡与平衡的反复变化中向着平衡的方向发展。

3. 竞争机制

(1) 竞争机制

所谓竞争是指卖方之间、买方之间、买卖双方之间为了争取有利的生产和销售条件,围绕商品价格和数量而进行的较量。竞争机制反映的是供求、价格的变动与商品、要素流向之间的相互关系。“竞争”一词源于《庄子·齐物论》:“有竞有争”。西晋哲学家郭象对此解释为:“并逐曰竞,对辩曰争”。因而,市场竞争包括商品供给者之间、商品需求者之间以及供给者与需求者之间的竞争。买者与卖者之间为了自身的利益,必然要“争”,更多的买者与卖者的介入称为“竞”,则有利于买者、卖者的选择比较。

(2) 竞争机制的作用

① 部门内部的竞争。在同种商品的生产者中,

当率先进行“技术创新”或“制度创新”的企业因其个别成本低于社会成本而获得超额利润时,其他企业也不甘落后,竞相模仿。这种对创新的普遍模仿和改进过程,也就是创新的扩散过程。结果往往是率先创新企业的相对优势减弱甚至消失,使社会平均成本和一般市场价格下降。对新的超额利润的追求,又将导致新一轮的创新,尔后是创新的进一步扩散和一般价格的进一步下降。同一部门内竞争机制的这种作用,必然会淘汰那些落后技术、落后企业,由此推动劳动生产效率的提高和社会进步。

② 不同部门代用品之间的竞争。当不同生产部门的不同产品可以满足同类需要时,部门间贴近的代用品之间的竞争就产生了。这种代用品之间的竞争,有利于社会摆脱原有的某些部门的供给限制,拓宽生产和消费的选择余地,并且往往导致经济部门结构的变化。这种变化可能要淘汰某些技术、某种产品和某些企业,也可能波及更大范围,包括那些盛极而衰的部门。这里正是竞争的机制促进了资源的充分使用、技术的不断提高,以及社会经济结构的不断优化。

③ 不同部门之间争夺要素的竞争。生产要素在不同部门之间的转移,使社会所需要的各部门的利润率大体接近,要素的供给和需求在总量和结构上都达到均衡。竞争机制借助资源的转移,促进了旧产业的衰落和新兴产业的成长,促进了资源的合理配置,从而使社会生产和社会需要不仅在总量上,而且在结构上相适应。

4. 风险机制

(1) 风险机制

风险机制是经济主体的利益与竞争、供求、价格之间的相互关系。风险机制是以利益的诱力和破产的压力作用于企业,迫使企业经营者进行企业的产品创新、服务创新、技术创新、管理创新。市场风险主要来自于市场竞争及市场波动。

(2) 风险机制的作用

① 有助于生产要素的合理配置。各企业在市场中,权衡自己行为的机会和风险,从而减少投资决策的盲目性,缓和微观组织之间的冲突,避免经济波动,使资源配置在企业内部相对合理化。

② 促进企业的创新。市场经济中的风险是无法避免的,没有风险等于没有盈利,承担的风险越大,面临的盈利机会也越多,风险性与盈利性构成正比关系。因而,风险机制对新技术、高技术产业的形成有巨大的推动作用。

③ 促进宏观经济的均衡发展。由于众多微观企业利用风险机制保持行为合理化,使得宏观运行有可能避免大起大落的震荡。

④ 有利于社会经济的宏观调控。由于风险机制的约束,企业决策遵从相同原则,并向宏观经济提供相同的信号,这样就有利于宏观经济的调控。

5. 市场机制的内在联系

上述各种机制共同构成市场机制的整体,它们具有以下共同特性:

(1) 相互关联性