

刘佐太 著

市场竞争论

环境、市场、对策

经济管理出版社

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

市 场 竞 争 论

——环境、市场、对策

刘佐太 著

经济管理出版社

责任编辑 培 华 洪 林
技术编辑 晓 成
责任校对 平 实

图书在版编目 (CIP) 数据

市场竞争论：环境、市场、对策/刘佐太著. —北京：经济管理出版社，2002

ISBN 7-80162-414-9

I. 市... II. 刘... III. 市场竞争-研究 IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 032252 号

市场竞争论

——环境、市场、对策

刘佐太 著

出版：经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编：100035)

发行：经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷：北京银祥印刷厂

850×1168 毫米 1/32 14 印张 360 千字

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月北京第 1 次印刷

印数：1—3000 册

ISBN7-80162-414-9/F·398

定价：28.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社发行部负责调换。

通讯地址：北京阜外月坛北小街 2 号 邮编：100836

联系电话：(010) 68022974

序 言

摆在读者面前的是一本从中国国情出发、借鉴历史和国外的经验、理论和实践相结合对中国的市场竞争问题进行全方位分析和探讨的专著。

对于中国市场竞争问题的研究，具有重大意义。首先，中国目前正处于社会主义市场经济体系建设的关键时刻，而市场竞争问题是中国能否最终建立起现代市场经济体系的重要环节，也是决定中国改革进程的一个重要因素。市场竞争机制是市场经济的核心部分，只有通过市场竞争活动促进各市场主体的效率不断提高，才能使整个市场经济制度得以一步步地完善起来，最终使中国的国情与市场经济的一般规律结合起来，形成有中国特色的社会主义市场经济。

其次，完善市场竞争环境，将有利于中国宏观经济环境的改善，从而有利于中国的渐进式改革能够保持一个良性的运行模式。西方比较完善的市场经济体系中，无论是政府还是社会各层面都努力使市场主体做出行为选择的环境不会被扭曲，这包括政府政策环境、法律环境等许多方面，也就是为了实现经济主体行为选择的理性化。从这个意义上说，市场竞争环境实际上与整个宏观经济环境有高度的一致性。

再次，市场竞争归根结底是要由各种各样的经济主体来进行，从广义上说也包括非盈利性的主体，例如政府和某些既得利益集团就可以看做是以特殊方式参与到市场竞争中的主体。由

此，一方面可以把国有企业改革、民营企业发展等改革中遇到的最为棘手的问题联系起来研究，从不同的角度探讨如何在中国建立真正的现代企业制度；另一方面也可以把众多非经济因素联系起来进行研究，包括政府机构改革在内的社会、政治等其他方面的问题。这两方面的研究应当说都是具有启发性的。

此外，市场竞争行为是在激烈的竞争活动中表现为市场竞争主体的各种生产、销售、管理和资本运作的行为。这些具体行为构成了微观主体的基本行为方式。为了在市场竞争中取得优势地位，各种微观经济主体自然要考虑具体行为的机会成本。由此来看，对于市场竞争相关问题的研究，有利于企业管理和资本运营效率的提高。

最后，在提高市场竞争效率的基础上，很多转型经济中的矛盾和问题都能在一定程度上得到解决。例如当前面临的体制改革和制度变迁问题、国内经济近几年的有效需求不足问题、关系到整体经济质量提高的经济结构调整问题，以及未来所面临的知识经济挑战的问题等。在中国目前极其复杂的环境下，改革和发展双重目标的矛盾和冲突往往体现在各种层面上，而以市场竞争效率提高为目标来进行长远规划，将能在一定程度上缓解目标多重化的困境，尽可能地减少中国现代化过程所带来的额外成本。

本书正是从市场竞争的视野来对中国经济中的重大现实问题展开全方位分析的。

本书在一些方面颇有新意，最为主要的是通过系统的研究，对于市场这一概念从外延和内涵上作了深刻的定位和分析。我们知道，从经济学的角度看，竞争是市场经济的必然产物，是各经济主体在市场上为争夺经济利益而进行的较量和斗争。竞争包括生产者和生产者、生产者和经营者、经营者和购买者以及购买者和消费者之间的竞争。竞争是商品生产社会普遍的经济现象，只要存在商品生产和商品交换，就必然存在竞争。市场经济越发

达，商品生产越广泛，竞争就越激烈。竞争是商品经济充分发展的动力，是保持企业活力的重要手段。大浪淘沙、优胜劣汰是市场的客观规律，那些生产技术条件好、成本消耗低、产品质量高的生产者，在市场竞争中必然占据优势地位；反之，技术落后、成本高、质量差的企业在市场竞争中必然处于劣势。竞争中，企业为了避免被兼并、被淘汰的命运，必须不断提高生产技术水平，改进经营管理方式，降低各种生产费用，提高企业的盈利能力。因此，竞争能够促进企业效率的提高，从而推动生产力的迅速发展和社会的进步。

中国转型时期的竞争是多方面、全方位、多形式进行的，竞争贯穿企业生产经营的全过程。从企业产品的设计、产品定价、原料供应、产品质量、技术进步、设备改造、新产品开发、人才管理到产品销售、售后服务、企业信誉各环节都存在竞争，它构成一个统一的竞争整体。每一竞争环节相互联系，相互促进，一个环节竞争能力的提高，会促进企业其他环节竞争能力的改善和提高。为了获取竞争优势，企业依靠巧妙地利用时间，准确的空间选择，灵活的经营手段，在技术、产品、价格、人才、管理等方面充分展现各自的优势，竞争方式和手段也可谓多种多样，应有尽有。

市场竞争是市场经济运行和发展的伴随物，只要存在市场，竞争就一定会存在。中国转型时期的市场竞争首先具有市场竞争的一般性特点，即：(1) 利益驱动性。竞争是建立在利益基础之上的，不同的竞争主体都是为了自身的利益而进行博弈和较量。(2) 行为的排他性。竞争的利益目标必然产生排他性行为，企业在市场竞争中总是努力加强自己在本行业的领先和支配地位，并力图把竞争对手挤出市场。(3) 过程的强制性。由于市场竞争是因为利益矛盾引起，因此竞争的过程就表现为不以人的主观意志为转移的强制性特征，一切市场主体都必须通过市场竞争行为才

有可能继续生存下去。(4) 目标风险性。竞争机制的本质在于优胜劣汰，参与竞争的主体当然希望实现一定的经济目标，但同时也承受了可能被淘汰的风险。而正是由于风险的存在，市场竞争主体才能更加积极地把握市场行情，关注竞争对手的情况，从而努力降低自己所面临的风险。(5) 过程的自发性。现代市场经济要求参与市场竞争的主体必须具有独立的地位，而正是这种独立的地位使得企业必须为自己的命运负责，从而自发地从事诸如新产品、新技术的开发研制和促销等活动，以生产出和经营适销对路的商品，在市场竞争中占据有利的地位。

此外，中国转型时期的市场竞争还有一些自身的特点。具体表现为：(1) 竞争目标的一致性。社会主义市场经济的目标是为了促进生产，以满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。各竞争对手之间的竞争目的虽然是为了各自的利益，但要以不损害全局利益为前提。(2) 竞争范围的有限性。转型时期的社会主义市场竞争是在国家宏观调控下展开的，因此于深度和广度上都在一定程度上削弱了竞争的激烈程度。(3) 竞争秩序的非隐性。转型时期的市场竞争明显地表现出秩序的混乱性，其中既有政府职能越位所造成的不平等竞争，也有企业主体由于缺乏必要的外部限制而有意识地破坏正常市场竞争秩序的行为。(4) 竞争环境的不完善性。市场竞争需要一定的外部环境作为运行的基础，但中国转型过程中的市场竞争外部环境显然还非常不完善，尤其表现在金融市场和劳动力市场等方面。(5) 竞争规则的不明确性。中国虽然已经有了 20 多年的改革经历，但仍然没有建立起有效的竞争规则，尤其是没有明确竞争过程的组织、竞争的限度、方式及违规所要承担的后果以及市场进入和退出的基本规定。

从另外一个角度来看，中国转型时期的市场竞争，必须以提高经济效益为其根本目的。具体来看：(1) 提高经济效益是缓解我国人口众多而资源短缺矛盾的需要。我国人口多和资源相对不

足，其根本原因就在于我国经济增长的质量和效益不高，劳动生产率低下。因此，必须将浪费资源的粗放型生产转变为节约资源的集约型生产，才能使有限的资源发挥出更大作用，缓解资源短缺的压力。(2) 提高经济效益是适应社会需求结构变化和实现社会主义生产目的的需要。改革开放以来，我国人民生活水平和生活质量有了很大提高，需求结构逐步升级。同时，经济增长质量和效益的提高，既可以使现有的一定量的社会总劳动生产出更多的符合人民需要的产品，更好地满足社会需要，又可以使劳动者用于生产方面的劳动时间大为缩短，自由支配时间相应增加，从而有利于劳动者智力和体力的全面发展，保证社会主义生产目的的全面实现。(3) 提高经济效益是搞活国有企业的需要。在国民经济发展过程中，如果单纯热衷于新建和扩建，忽视对企业的技术改造和设备更新，则国有企业效益低下、亏损面大的状况难以改变。必须通过市场竞争的压力，加强国有企业的更新改造，提高企业增长质量和经济效益，增强企业活力。(4) 提高经济效益是避免经济大幅度波动和实现可持续发展的需要。不重视经济效益的无效竞争，也会忽视经济建设与资源、环境、结构、效益的相互协调，容易导致一时的快速增长，但难以持续，往往被迫进行经济大调整，发展速度随之下降，造成经济增长大幅度波动。只有通过有效的市场竞争机制，形成经济增长与资源利用、环境保护、产业结构、经济效益之间互相协调，才能促进经济的稳定快速增长，实现可持续发展。(5) 提高经济效益是参与国际经济竞争、缩小我国与发达国家经济差距的需要。当代国际竞争，主要是综合国力的竞争。增强综合国力的关键在于科技进步和提高劳动者的素质，国际市场竞争主要是科技、质量、管理、人才、效益的较量，这些都有赖于经济体系中的效益真正得到提高。

本书是作者在研究了大量市场竞争相关理论和实践的基础上，并经过缜密的思考才完成的。可能由于写作时间和数据资料

方面的限制，有的问题没有涉及到，有的也不够深入。例如对于市场竞争问题的一些实证的模型分析，就由于技术水平和数据方面的限制而没有进一步展开。此外，对于市场竞争主体的微观理论方面、尤其是企业管理理论方面也没有进行更加细致的讨论。这是本书的不足之处。

总的来说，本书是一本系统而完整地研究中国市场竞争问题的著作。希望作者能够在此基础上写出更多相关的、具有理论突破性的著作，为中国市场竞争问题的研究做出更大贡献。

张卓元

2002年2月15日

引 言

讨论中国的市场竞争，首先要明确的是必须从中国的经济社会实践出发。中国经济的运作目前仍然处于经济转型的过程中，转型经济的特殊性，使得中国的市场竞争问题在具有市场经济一般特征的同时，也产生了许多基于中国特定历史背景下的新问题。市场经济的重要机制之一就是竞争机制，或者说，竞争机制是市场经济得以维持和运转的不可缺少的重要因素。市场经济的资源配置和利益分配功能都是在竞争中实现的，没有竞争就没有真正意义的市场经济。

关于竞争，应当关注的主要是两方面问题：一是市场经济体制本身如何尽可能发挥市场竞争的效率；二是政府如何弥补市场竞争的负面效应，增进竞争的效率。其中后者往往是更值得重视的，尤其是对中国这样本来市场经济还远远不够完善的转型国家。我们知道，完全的“自由资本主义”市场竞争实际上是并不存在的，一般的经济体系都是市场经济与一定程度的国家干预相结合的混合型经济，只是这种结合的程度与内容在不同国家之间有较大的差异。有的国家干预侧重于搞“国有企业”，有的侧重于“宏观经济调节”，有的则侧重于“收入分配调节”。从国家干预经济的不同角度入手，结合中国市场经济的发展路径及特点，找出中国的市场竞争理论与实践的基本思路，将是本书研究的基本方法和目的。

中国的转型过程是一个复杂的、系统的、逐渐演进的过程，决不能一蹴而就。从严格意义上讲，中国的转型过程是具有独特定义的，它与前东欧和前苏联的转型是截然不同的，前者是同中

国渐进式的改革思路和方针联系在一起的，是内力和外力共同作用下的一种稳定的变迁，而后者则体现出突发性、波动性的特点，是跳跃性的转型，具有一定的破坏性，如果说这种转型方式在某些较小的经济体系获得成功的话，那么对于中国这样面临改革与发展双重任务的大国来说，肯定会有更多、更深远的负面影响。

竞争，不仅是人类社会特有的现象，而且是一切生物所共有的特征。竞争的根源在于资源的稀缺性，事实上，可以认为竞争是内生于经济学理论本身的，因为经济学最基础的假设前提就是经济人理性，即每个人都是在追求自己的效用最大化，而由于人类所能占有的大部分经济资源都具有排他性的特点，因此所有个体同时进行的这种追求过程必然会产生利益冲突，这也是最原始意义上的竞争。进一步来看，市场竞争则有更加严格的定义，它是与市场机制的概念密切联系在一起的。市场机制是市场经济体系运行的实现机制，市场机制是否有效，对于市场经济的发展具有重要的作用。一般认为市场机制由价格机制、供求机制、竞争机制、风险机制的共同作用所形成，而在某种意义上说，竞争机制决定了其他机制的有效程度，尤其是影响到价格机制能否真正成为市场经济运作的“无形之手”，从这一点来看，市场竞争的确是市场经济有效运行的动力之源。

渐进式转型经济的特点使得中国的市场竞争问题无论在宏观还是微观层面都具有自己的特色，尤其是目前中国的改革已经接触到体制的核心，诸多深层次的问题已经凸现，应当说“摸着石头过河”的阶段已结束。此外，中国经济也历史性地从“资源约束型”的卖方经济转向了“市场约束型”的买方经济，虽然这种买方经济下的市场表现出明显的低水平和结构性特征，但终究可以说现代市场经济的特征，无论是优点还是缺点，都已经开始在中国出现。在这样的情况下，从理论到实践的各个方面对中国经

~ 2 ~

济中的市场竞争问题进行全方位的研究，不仅对于促使中国最终能够在体制改革和经济发展这一对矛盾之间找到最优的均衡点具有重大意义，而且也能够对市场经济理论本身进行相应的补充和完善。尤其是对于如何更好地处理现代经济体系中政府政策与市场机制之间的关系这样的问题，相信会在一般意义上对市场经济国家有所裨益。

正是有鉴于此，本书试图由建设有中国特色的社会主义市场经济体系出发，结合中国经济转型的现实，把市场竞争的理论、模式、环境、主体等多层面问题结合起来分析，使读者能够对中国的市场竞争问题有一个全面而清晰的认识，并努力为中国的现代化进程提供一点有益的贡献。

作者简介

刘佐太教授，男，1960年7月出生于陕西省武功县，1982年6月毕业于陕西财经学院，获经济学学士学位。1985年9月考入中国社会科学院研究生院，攻读硕士、博士，1990年11月获经济学博士学位。大学毕业后，一直在高校从事经济学的教学与研究工作，现任广东商学院教务处处长。

平面设计 classic design · 伍毓泉

目 录

引 言	(1)
第一章 转型经济与社会主义市场经济体系	(1)
第一节 转型经济体系的运作及特点	(1)
第二节 转型经济过程中的体制摩擦	(9)
第三节 社会主义市场经济体系的基本框架	(13)
第四节 从转型经济到社会主义市场经济	(21)
第五节 中国转型时期市场竞争的定位	(29)
第二章 西方市场竞争理论与实践的比较分析	(37)
第一节 亚当·斯密之前的市场竞争思想	(37)
第二节 亚当·斯密之后西方古典经济学的竞争思想	(42)
第三节 凯恩斯以后当代西方经济理论中的竞争思想	(50)
第四节 主要西方发达国家的市场竞争实践	(56)
第五节 亚洲新兴工业国家和地区的市场竞争实践	(64)
第三章 中国经济中的市场竞争理论	(73)
第一节 中国经济的非均衡理论	(74)
第二节 中国经济的资源配置理论	(82)
第三节 中国经济的市场体系理论	(86)

第四章 中国经济中的市场竞争模式	(94)
第一节 中国经济的非完全竞争模式	(95)
第二节 中国经济的低市场集中度竞争模式	(103)
第三节 转型经济中的外向型竞争模式	(109)
第四节 中国经济的歧视性竞争模式	(115)
第五节 中国经济的规模竞争模式	(122)
第五章 中国转型过程中的市场竞争环境	(132)
第一节 转型过程中市场竞争的政策环境	(133)
第二节 转型过程中市场竞争的法制环境	(142)
第三节 转型过程中市场竞争的区域环境	(149)
第四节 转型过程中市场竞争的国际环境	(158)
第五节 转型过程中市场竞争的金融环境	(162)
第六章 中国转型过程中的市场竞争主体	(171)
第一节 转型过程中的国有企业	(173)
第二节 转型过程中的民营企业	(183)
第三节 转型过程中的外资企业	(192)
第四节 转型过程中的政府部门	(199)
第五节 转型过程中的利益集团	(208)
第七章 转型过程中的市场竞争与制度演进	(214)
第一节 市场竞争的制度基础	(215)
第二节 市场竞争的社会基础	(222)
第三节 市场竞争的文化心理基础	(229)
第四节 市场竞争的企业家行为基础	(236)
第五节 市场竞争的组织基础	(242)

第八章 转型过程中的市场竞争与经济增长	(248)
第一节 市场竞争是经济增长的来源.....	(248)
第二节 市场竞争与金融深化.....	(257)
第三节 市场竞争与财政改革.....	(264)
第四节 市场竞争与知识经济.....	(275)
第五节 市场竞争与结构调整.....	(283)
第九章 中国市场竞争中的资本运营理论与实践	(293)
第一节 市场竞争中的企业并购.....	(294)
第二节 市场竞争中的融资方式.....	(305)
第三节 市场竞争中的风险投资.....	(314)
第四节 市场竞争中的资本市场.....	(319)
第五节 市场竞争中的金融产品.....	(327)
第十章 中国市场竞争中的企业管理理论与实践	(335)
第一节 市场竞争中的企业财务管理.....	(336)
第二节 市场竞争中的企业市场营销.....	(343)
第三节 市场竞争中的企业定价实践.....	(351)
第四节 市场竞争中的企业人力资源管理.....	(359)
第五节 市场竞争中的企业内部控制系统.....	(367)
第十一章 对中国市场竞争的实证考察	(376)
第一节 中国市场竞争的行业分析.....	(376)
第二节 中国市场竞争的产品分析.....	(385)
第三节 中国市场竞争的消费者分析.....	(394)
第四节 中国市场竞争的劳动力分析.....	(401)
第五节 中国企业的国际竞争力分析.....	(411)

结 语.....	(421)
参考文献.....	(425)
致谢.....	(427)