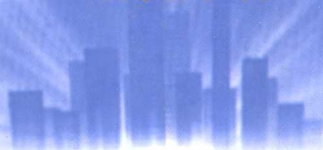


市场球论

——市场竞争规律浅识

万典武 著



中国商业出版社

市场球论

——市场竞争规律浅识

万典武 著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

市场球场论:市场竞争规律浅识/万典武著. —北京:
中国商业出版社, 2000.3

ISBN 7-5044-4024-8

I. 市… II. 万… III. 市场竞争-研究 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 15446 号

责任编辑:蓝垂华

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京北商印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 11.375 印张 2 插页 280 千字

2000 年 3 月第 1 版 2000 年 3 月第 1 次印刷

定价:28.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)



1992年10月作者重游武汉黄鹤楼

作者小传：1921年12月生，武汉市人。1945年武汉大学经济系毕业，1947年同校研究生毕业。1947—1949年任中央研究院助理研究员。1949—1979年先后在西南贸易部、中央商业部、中共中央东北局、北京市委任职。1979年参与筹建商业部经济研究所，任副所长、研究员。历任中国社会科学院财贸研究所学术委员、国务院农村经济发展研究中心评议委员、国务院体改办流通组办公室负责人、全国工商联顾问、北京市政府顾问、中国商业经济学会副会长等职。近二十年共发表专著4本、同人合著6本、

300篇论文和内部研究报告、主编10余部书。对商品流通体制改革提出了许多重要观点和对策建议，不少被国务院主管部门采纳和受到经济学界重视。主要是：1979年从剖析国营饮食服务业的弊端入手，否定流通领域独家经营，力主多种所有制共同发展；国有商业企业改革的要害是产权改革，大中型企业要搞股份制，小型企业要“卖”给职工实行股份合作制；提出了“间接宏观调控下的商品自由流通”的改革模式，1986年曾亲自向国务院总理汇报；1979年以来坚持市场取向的改革，提出“市场球场论”，倡导市场竞争，优胜劣汰，政企分开。1991年首批被评为有突出贡献享受国务院特殊津贴的专家，被誉为国内著名经济学家、资深的商业专家。



1993年6月作者应
韩国市场营销学会
邀请讲学



1995年12月作者受委
托在中国商业经济学
会第四届常务理事
会上作会议小结



1996年马洪(左二)、姜习(左一)、董辅弼(左三)等为
作者主持的《宁波城隍庙实业公司五年规划建议》作
论证



1997年10月作者在海南岛同黎
族儿童合影



1999年5月作者在广州参加研讨会后在风景区观光



1994年10月作者偕夫人参观联合国总部(美国纽约)时在草坪上所摄



1994年作者及夫人在女儿住宅前。本书收入的一批文章系在此写成



1994年作者在美国加州塔斯廷市仓储市场(Pric club)前。曾多次在此购物



1996 年作者 (左四) 偕夫人 (左二) 及外孙 (左三) 逛美国南加州—“跳蚤市场”



1994 年 8 月作者偕夫人逛美国南加州“南海岸广场”摩尔 (MALL) 购物中心



1994 年作者仔细考察在美国加州住地附近的小店铺



1994 年 11 月参观衰退的美国洛杉矶市百老汇大街 (著名的商业繁华街)

序

对立统一规律,是宇宙的基本规律。矛盾同样贯穿于人类社会的一切方面和始终。市场作为人类社会的经济现象也充满着矛盾,如商品供求、买方卖方、投入产出、物价升降、经济契约甲方乙方……。人类经过长期观察和研究,发现了体现这些矛盾的诸多规律如价值规律、供求规律、竞争规律、平衡规律等,从而建立了经济学的科学体系。

广义地说,竞争规律是生物和人类社会的共同规律,达尔文发现它,得出“物竞天择,适者生存”的科学论断。狭义地就市场说,竞争也充满于商品生产、交换、流通、消费各个领域,表现为生产者、经营者、消费者之间以及生产者、经营者、消费者各自之间在经济利益等方面的比较、较量、抗衡、制约、争夺、消长、转化。市场竞争有极大的激励作用,催人上进,但也是残酷无情的,充满失败的风险。竞争机制是市场机制的重要组成部分。竞争规律是市场的重要规律之一。

本书以《市场球场论》作书名,总的说,就是特别强调市场和市场经济中的竞争机制和竞争规律。我作为一个经济学者同时作为一个体育爱好者,深感市场竞争和体育比赛极为相似,它们十分重要的一个共性就是竞争。球场上突出一个“赛”字,市场上突出一个“争”字,市场如球场,你追我赶,竞争激烈,此消彼长,优胜劣汰。

本书的第一部分,以市场比球场,对市场机制、市场竞争、市场建设、市场法规、市场上的商人和商业企业、市场的行政管理者、市场的顾客等方面,作了对比阐述,有利于更形象、更深刻地认识市场的竞争规律。

本书的第二部分是1994年以后写的一部分内部报告和公开发表的文章,是在1992年我国确定社会主义市场经济这一改革目标后,对商品流通领域或有关方面提出的一些看法或建议。特别是其中不少是为国有商业改革所提的建议,促进其在多种所有制商业的竞争不断改革以求得生存与发展。

本书的第三部分是近几年为地方政府和商业企业做的咨询和策划的实例,也是帮助他们制定发展战略和策略,在市场竞争中争取更大的成绩和胜利。

本书的第四部分是1994年和1997年我两度赴美探亲时对美国商业的见闻和思考。“他山之石,可以攻玉”,看看人家成熟的市场经济国家的商业,对照比较,从经济学的角度加以分析,判明什么可资借鉴,什么不能照搬。其实,这也是一种竞争。世界经济逐步一体化,地球渐渐成了“地球村”。在中国加入世界贸易组织(WTO)后这种国际竞争将日趋尖锐。我国坚持改革和对外开放,我国的商业的深化改革,不断推进现代化,在激烈的世界市场竞争中一定会发展壮大和取得越来越大的胜利。

另外,我还要就《市场球场论》这一书名未免粗浅表白几句。1979年我重操经济研究旧业以来,比较注意运用经济理论,简明形象地来解释市场和商业上的一些现象。我提不出高深的理论,只求学以致用,把一孔之见用浅显的说法予以表达。这或许难免粗浅、不尽确切,务请读者鉴谅。除“市场球场论”外,我还提出过“两金论”、“四梁八柱论”、“四名论”……等说法。“两金论”是80年代中期提出的,指的是“金窠子”(指繁华商业区的级差地租),“金招牌”(指老店、名店的声誉等无形资产),主要用以解释股份制中大店名店评估无形资产的根据。“四梁八柱论”是1986年研究商品流通体制改革目标模式时,把商品、商人(企业和个人)、商品市场、宏观调控作为“四梁”;把价值规律、供求规律、竞争规律……等作为“八柱”。用这种方法论来考察和阐述商业现象,自觉还比

较提纲挈领(见本书第 152 页《20 年商品流通体制改革目标模式的探索》)。“四名论”是 1996 年针对假冒伪劣横行等社会经济现象,特别强调名品、名店、名街、名城而提出的(见本书第 69 页《以“四名”抵制假冒伪劣》,第 50 页《开发名店,扩大流通,发展经济》)。1996 年为浙江绍兴“中国轻纺城”作咨询策划时,该城领导及成千商号对我这“四名论”极感兴趣,并在实践中予以运用,颇有成效。

基于以上情况,我把这本书的书名称为《市场球场论》,主要就是想方设法来宣传市场和市场经济中的竞争规律,提高人们的竞争意识,把我国的经济搞上去。

万典武

1999 年 12 月 20 日
欣逢澳门回归祖国

目 录

序	(1)
第一部分 市场球场论	(1)
一 引言	(3)
二 体育比赛和市场竞争	(5)
三 球场和市场的物质设施	(13)
四 球场规则和市场法规	(18)
五 球场上的球队和市场的商人及商业企业 ...	(22)
六 球场的裁判和市场的行政管理者	(28)
七 球场的观众和市场的顾客	(32)
第二部分 九十年代的部分论述(1994—1999)	(37)
商业利用外资几个问题的思考	(39)
《新发展经济学》简介	(46)
开发名店,扩大流通,发展经济	(50)
建议创立《死亡经济学》	(54)
山东之行想到的三件事	(59)
连锁经营防止走入三个误区	(61)
在中国商经学会四届二次常务理事扩大会议上的 总结讲话	(63)
以“四名”抵制假冒伪劣	(69)
商业企业要高度重视集约型经营	(71)

盲目新建大商场,同经济增长方式的转变背道

而驰	(82)
摆正自救和“等、靠、要”的关系	(84)
市场经济也是信誉经济	(87)
新中国商业道德的实践	(91)
香港回归后深圳和香港商贸合作的设想	(96)
全国华联商厦必须实行资产联合	(98)
商业“大连现象”的启示	(102)
应当积极推销精品	(105)
国有商业企业要背水一战,切实改变“国有”的 实现形式	(108)
买方市场已成为经商的最大实际	(112)
解决失业和下岗问题要十分注意一、二、三产业 的合理比例	(115)
关于大城市商委的机构、职能的一点看法	(117)
这个大商场确实管理得好	(120)

——武汉广场8天见闻

从粮食棉布等票证的兴废看改革	(125)
流通何种格局,市场进行选择	(127)
对我国饮食消费和饮食业的再认识	(129)
武汉中百集团是老国有大型商店焕发青春的 好例证	(132)
四川南充探亲散记	(135)
武汉市商委的地位、作用及其功能转换问题	(140)
建议编写出版高水平的理论性的《改革经济学》 ..	(145)

重视集镇建设,发挥集镇流通功能	(149)
20年商品流通体制改革目标模式的探索	(152)
中国人民不可欺	(160)
1956年全行业公私合营高潮是错误的	(162)
商业五十年,旧貌换新颜	(167)
关于内外贸易行政管理合一的建议	(172)
国有商业企业“退”“卖”“赛”的选择	(175)
第三部分 咨询策划实例	(179)
深圳“中华商业城”商贸区的经营模式问题	(181)
“中国轻纺城”现状剖析和发展对策的研究	(189)
对宁波城隍庙实业股份有限公司制定五年发展 规划的若干建议	(195)
对青岛利群股份有限公司制定五年(1997—2001) 发展规划的若干建议	(202)
全国华联商厦重组改制“搞实搞大”初步方案 (要点)	(211)
深圳万佳百货股份有限公司中长期发展规划 建议	(217)
深圳市商业发展规划研究	(227)
上海商务中心家电城现状和发展趋势研究	(246)
武汉中百集团近期发展若干问题的对策建议 ...	(252)
武汉市商业七年(1999—2005)发展规划若干 问题的研究	(259)

第四部分 美国商业的见闻和思考	(271)
美国南加州零售业纪实	(273)
美国居民生活同市场的密切关系	(293)
美国东部部分城市商业一瞥	(307)
美国塔斯廷市普通居民区的商业网点	(312)
在美国目击广告有感	(317)
美国商业见闻和思考	(320)
一、南加州的节日旺季市场	(323)
二、夏威夷市场拾零	(325)
三、独具魅力的“仓库商场”	(328)
四、新旧结合的“跳蚤市场”	(331)
五、新兴的“摩尔商业城”(MALL)	(333)
六、闲散求实的“草坪抛售”	(335)
七、各具特色的专业商店	(338)
八、中国菜肴在美国飘香	(341)
九、美国旧金山商业掠影	(344)
十、铺天盖地的美国商业广告	(347)
学美国商业经验要防止三种偏向	(349)

第一部分

市场球场论

一、引言

我读小学、中学时爱踢足球，一直是校队队员。也爱玩篮球、乒乓球、羽毛球、网球、游泳、太极拳、气功等。一生坚持体育锻炼，算是半个球迷。在议论和研究商业问题时，觉得体育和商业之间有许多共性的东西，有时行文特别是讲话每每即兴加以比拟。

1979年写了一篇长文《充分重视“市场调节”的作用》（收入《万典武选集》125页，山西经济出版社，1994）中曾写道：“市场好比球场，竞争激烈，优胜劣汰。市场鞭策着一切企业和竞争者，只有不断采用新的技术，改善经营管理，降低成本，提高质量，增加花色品种，从而使自己的产品以物美价廉的姿态出现在市场上，才能取胜；只有兢兢业业，精打细算，甚至不惜挖空心思，费尽心机，才能避免无情淘汰。”

1984年，商业部党组委托我主持研究工业品贸易中心问题，《研究报告》提交给全国商业厅局长会议作为参阅文件。当任的刘毅部长要我在这次大会上就此问题发言，当我讲到贸易中心功能的“服务性”时，我曾打比方说：“贸易中心好比球场，参加交易的企业好比球队。”随后两三年中关于“贸易中心”的功能有两种不同的看法，“服务型”和“经营型”争论不已，有的同志就把我主张的“服务型”的观点称之为“球场论”。

1987年，胡平同志新接任商业部长后同我谈话，我谈到商业部的职能时，曾说：“您是从福建省长刚调任商业部长，商业部长这个角色不太好当，因为商业部既直接领导国营商业和供销社，又是国务院指导全社会商业活动的职能部门，打个比方说，它既是国家队的队长，又是裁判，因此要坚持政企分开的改革方向。”胡部长随