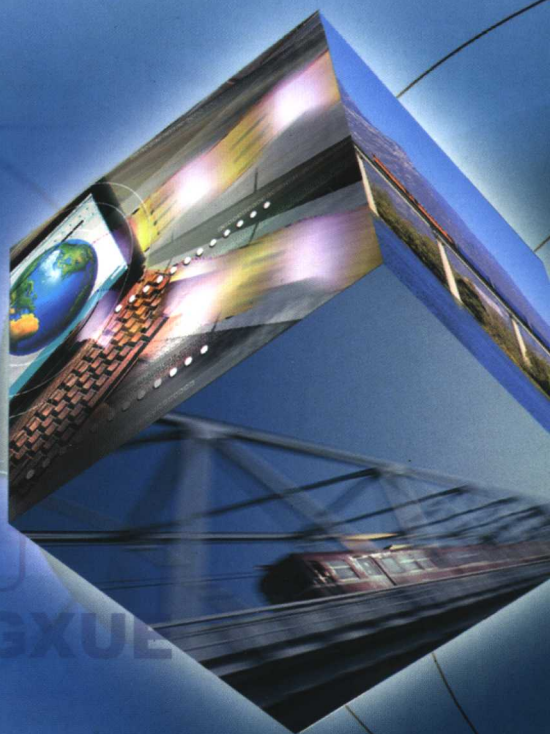


◎ 欧国立

运输市场学



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

运输市场学

欧国立

中国铁道出版社

2006年·北京

内 容 简 介

本书适应了我国宏观经济体制改革和市场经济发展的需要。其内容包括:运输、市场、运输市场,运输市场的历史演进与变迁,运输市场营销概论,运输市场营销管理过程,运输市场购买行为分析,运输服务质量,运输市场需求分析,运输市场细分,运输产品,运输产品定价,运输市场营销渠道,运输产品促销,运输、物流与供应链管理,公路运输经济分析,铁路客货运输市场战略探索与实践,航空运输市场战略探索与实践等。

本书可供高等院校教学与研究参考、运输企业职工及各级管理者工作参考。

图书在版编目(CIP)数据

运输市场学/欧国立. —北京:中国铁道出版社,
2004.12 (2006.8 重印)
ISBN 7-113-06098-6

I. 运… II. 欧… III. 运输市场—研究—中国
IV. F512.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 117687 号

书 名:运输市场学

作 者:欧国立

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市宣武区右安门西街8号)

责任编辑:吴 军

特邀编辑:冯 兢

封面设计:蔡 涛

印 刷:三河市国英印务有限公司

开 本:880×1230 1/32 印张:11.875 字数:356 千

版 本:2005 年 1 月第 1 版 2006 年 8 月第 2 次印刷

印 数:3001~5000 册

书 号:ISBN 7-113-06098-6/F·395

定 价:22.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

编辑部电话:(010)51873094 发行部电话:(010)51873124

前言

经过20多年的改革,中国宏观经济体制及其运行模式已经有了十分明显的变化。市场经济的发展推动了包括基础产业在内的各个领域的市场化改革进程。交通运输作为国民经济发展的一个重要基础产业,改革也在逐步走向深入。

改革开放以来,中国运输业走过了一条“市场怀疑——市场辅助——市场主导”的道路,从完全的计划经济到逐步建立并完善运输市场,进而实现了不同运输方式间较为充分的市场竞争。作为国民经济的基础产业,市场经济的运行规律在交通运输领域同样得以体现,运输市场的发育和完善使这一领域具有了更多的活力,一些传统的观念和做法已经或正在被新的理念和规则所替代,运输市场以及与此相关的政策和战略等成为政府和企业高度重视的理论和实践问题。

中国交通运输业的发展诠释了运输业市场化改革的绩效和成果。实践的发展需要理论的指导与支撑,对于交通运输业的市场化改革以及运输市场本身的发展与变化显然需要在理论上进行深入研究,探索其内在的规律性。理论需要实践检验,反过来又用于指导实践。近些年来,本书作者一直在运输经济理论与政策等方面进行潜心探索,出版了一些教材和专著,同时发表了一些相关方面的文章,在运输市场的研究方面有了一定积累,特别是关于运输市场变迁理论、运输管制和运输业改革与发展方面的研究,受到有关方面的关注和重视。本书的出版希望能够在运输市场理论和实证研究方面有所突破,有所贡献。

21世纪的交通运输是世界各国高度关注的经济社会发展领域之一。欧美国家的交通运输体系已经相对完善,开始向着智能化方向发展,注重提升交通运输体系的整体科技含量。21世纪的中国交通运输能否健康、稳步地发展在很大程度上决定这个世纪中国经济和社会的发展规模和发展速度。比较而言,中国目前的交通运输相对滞后,现有的运输网络和运输资源还不能满足经济和社会发展的需要,不能满足旅客运输和货物运

输的需要,能够有效整合和充分利用各种运输资源的、完善的综合运输体系尚未形成,因此,发展是未来十几年、甚至几十年中国交通运输的主旋律。中国的交通运输企业需要在发展中磨砺、提升,练就深厚的功力。希望 21 世纪的中国运输业在更高的层面上展示于世。

本书各部分的完成者为:欧国立,第一、二、三、四、五、六、七、八、九、十、十一(第一、二节)、十二、十四、十五章;刘延平、任英,第十一章(第三、四节);高宇,第十三章;张勇,第十六章。

感谢北京交通大学经济管理学院和基础产业中心为学术研究提供的良好环境和氛围,也感谢铁道出版社领导、编辑和相关人员在出版工作中付出的辛勤劳动。

欧国立

2004 年 11 月于北京交通大学

目 录

第一章 运输、市场、运输市场	1
第一节 运输的意义与作用	1
第二节 著名经济学家关于市场的论述	5
第三节 运输与市场	11
第四节 运输市场的要义、特征与结构	18
第二章 运输市场的历史演进与变迁	34
第一节 市场的产生与发展	34
第二节 运输市场的历史演进	40
第三节 技术变迁与运输市场结构演变	62
第四节 运输管制及其变迁	77
第五节 中国运输市场发展的历史沿革	106
第三章 运输市场营销概论	110
第一节 市场营销	110
第二节 运输市场营销的含义与特征	112
第三节 运输服务与运输企业营销	117
第四节 运输市场营销观念	122
第五节 运输市场营销环境	126
第六节 服务营销	130
第四章 运输市场营销管理过程	133
第一节 运输市场营销过程	133
第二节 运输业营销规划	138
第三节 运输市场营销组合	140
第五章 运输市场购买行为分析	144
第一节 影响运输消费者购买行为的因素	144
第二节 运输消费者购买行为模式及购买决策过程	148
第六章 运输服务质量	153

第一节	运输企业的顾客价值	153
第二节	运输服务质量管理	155
第三节	留住顾客与扩大市场份额	164
第四节	运输企业的 CS 战略	165
第七章	运输市场需求分析	168
第一节	运输需求的含义和特征	168
第二节	运输需求的影响因素	170
第三节	运输需求测量与运量预测	172
第八章	运输市场细分	186
第一节	市场细分的含义和作用	186
第二节	运输市场细分	188
第三节	旅客运输市场细分	191
第四节	货物运输市场细分	197
第九章	运输产品	202
第一节	运输产品性质论	202
第二节	运输产品的整体概念	206
第三节	运输产品效用	210
第四节	运输产品组合	211
第五节	运输产品品牌模式	213
第六节	运输产品类型与产品生命周期	215
第七节	新产品开发	218
第十章	运输产品定价	220
第一节	运价的概念和意义	220
第二节	运价制定的一般原理	223
第三节	运价的结构与形式	228
第四节	运价体制改革与运输企业定价	232
第五节	中国铁路运价体制的演进与变迁	236
第十一章	运输市场营销渠道	244
第一节	市场营销渠道的概念和特征	244
第二节	市场营销渠道的一般类型	245
第三节	代理与代理制	248

第四节	运输代理制·····	256
第十二章	运输产品促销·····	264
第一节	促销的意义和目标·····	264
第二节	运输企业促销活动形式·····	266
第三节	运输服务的有形展示·····	273
第四节	运输企业 CI 战略 ·····	276
第十三章	运输、物流与供应链管理 ·····	280
第一节	物流的概念·····	280
第二节	供应链的特征与管理·····	281
第三节	基于供应链的第三方物流·····	290
第十四章	公路运输经济分析·····	294
第一节	公路运输发展现状·····	294
第二节	道路拥挤收费模型及其福利效应分析·····	300
第三节	公路运输投资建设与管理·····	307
第十五章	铁路客货运输市场战略探索与实践·····	311
第一节	铁路客货运输现状分析·····	311
第二节	铁路运输市场竞争面临的形势与问题·····	313
第三节	提高铁路市场竞争力的方法与途径·····	317
第四节	铁路市场经营战略的重要实践——铁路第 5 次 大提速和实施新的列车运行图·····	323
第十六章	航空运输市场战略探索与实践·····	329
第一节	中国民航发展概况·····	329
第二节	中国航空运输市场现状分析·····	330
第三节	航空运输企业面临的形势·····	336
第四节	航空运输市场经营战略构想·····	338
第五节	航空公司经营战略案例·····	344
运输市场学主要英汉词汇对照·····		351
参考文献·····		368



第一章·运输、市场、运输市场

第一节 运输的意义与作用

运输是人类社会的基本活动之一,它是我们每个人生活中的重要组成部分,同时,也是现代社会经济活动中不可缺少的重要内容。人类社会由散乱走向有序,由落后迈向文明,交通运输发挥了不可估量的重要作用。作为一个行业和领域,交通运输不能有片刻的停歇,更不能出现丝毫的问题,否则,社会将陷于瘫痪。今天,大到一个国家,小到我们每一个人,都已与运输紧紧相连,密不可分。运输已经渗透到人类社会生活的方方面面,并且成为最受关注的社会经济活动。

当我们把眼光投向历史时,就会惊奇地发现,人类社会发展过程中的每一个重要进程或重要事件,几乎都与运输有关。古埃及的强大与尼罗河息息相关,是尼罗河把整个埃及连在一起,为它在商品运输、信息交流、文化传播方面提供了极大方便。世界奇观金字塔的修建,离开了运输是不可想像的。中国古老、灿烂的文化与黄河、长江密切相连,水上运输为黄河、长江两岸的经济发展和文化传播奠定了最重要的物质基础。丝绸之路是古老的中国走向世界的一条漫漫长路,作为一条重要的纽带,它传播了不同国家和地区的商品及文化,加强了他们之间的沟通、交流与发展。然而,“路漫漫其修远兮”,虽然这条“路”促进了中国与世界文化的交流,促进了经济发展,却也映衬了原始运输方式的艰辛与落后。

机械运输业的出现,对经济发展和社会进步产生了更大的影响。汽轮船的采用提高了海上运输速度、能力与平均运输距离;铁路及公路的使用与发展使得人类在陆路上克服空间障碍的能力大大提高;航空运输的发展导致交通运输在速度方面产生了质的飞跃,从而使整个世界为之变小。“地球村”是人们对当今世界的另一种称谓,使原本广阔无比的地球变为“村”的,恰恰是发达的现代交通运输体系。

现代交通运输的意义与作用往往超出人们对它的认识和理解。其实这并不奇怪,因为发达的交通运输体系已经成为现代社会经济正常运转的重要物质基础。在正常情况下人们很难充分认识它的存在与重要作用,除非这个系统中某一部分出了问题。

运输的意义可以从以下几方面阐释和理解。

一、运输的经济意义

1. 运输是经济发展的基本物质保证

在影响经济发展的诸多因素中,运输的作用是十分明显的。一个完善的交通运输体系是维系和支持经济运行和发展不可缺少的。马克思充分肯定了运输业的物质生产性,他说:“除了开采业、农业和加工制造业,还有第四个物质生产部门……这就是运输业。”(《马克思恩格斯全集》第26卷1分册,第444页)交通运输业的物质生产性,为经济的发展提供了物质保证。世界各国的经济发展史向我们诠释了交通运输在经济发展中的作用。仅以铁路为例,19世纪中叶大规模的筑路高潮,极大地推动了西方国家工业化进程和经济发展。著名经济学家W·W·罗斯托认为:美国起飞主要是铁路化的工业结果而不是农业结果。环视当今世界各国不难发现,经济愈是发达的国家,其交通运输系统愈是完备。应当说,完备的交通运输体系为经济发展提供了基本的支持。正如美国运输经济学家罗依·桑普森在其《运输经济——实践、理论与政策》中所述:“经过多少年艰苦努力,美国今天有幸拥有一个世界上最为发达的运输系统。这个系统……帮助我们为经济增长打下了基础。”而在另外一些国家,由于运输发展的滞后而影响和阻碍经济发展的事实同样十分鲜明。

2. 运输是社会生产过程的重要组成部分

运输最基本的效用就是改变物体的地点或位置。古典经济学家把运输能够通过改变物体位置而创造价值的特性称为运输的空间效用。从整个社会生产过程来看,除非把原料、材料及其他生产要素运到需要的地方,否则它们毫无价值。因此,运输是生产过程的重要组成部分。从这个意义上讲,运输可分为4种类型:(1)厂内运输。它所完成的,是“在每一个生产过程中,劳动对象的位置变化”。如,汽车零件由生产车间运往组装车间。(2)产品从一个生产场所被运到另一个相隔很远的生产场所。

这时的运输已经不再是内部运输,而是生产过程中的“流通运输”,是脱离生产过程而独立存在的商品交换的经济活动。(3)产品从生产领域运到消费领域。这种运输将使产品进入消费领域,“产品只有完成这个活动,才是现成的消费品”。(《资本论》第二卷,第168页)(4)产品从消费领域运到生产领域。这一点是被多数人忽视的,然而,在现代市场经济条件下,这类运输却大量存在。其主要原因,或者是产品不能满足消费者需要,出现质量方面的问题;或者是交易、政策方面的问题,促使产品重新加工、生产。

不难看出,由于运输的存在,才使社会生产和消费得以正常进行。运输使得不同商品的使用价值得以充分体现,所以,运输劳动像一般生产领域的劳动一样,能够增加商品的价值。马克思认为,运输业“是商品生产过程在生产领域本身之外即在流通领域的延长”,是“生产过程在流通领域内的继续”。(《资本论》第二卷,第167~170页)

运输在参与社会生产活动中,还以其本身具有的“时间效用”创造价值。由于运输,生产要素能够顺利送达生产地,保证生产不间断进行;由于运输,各种商品可以在不同地区自由交换,实现其价值。很明显,运输对生产和消费在时间方面所起的正面效用能够创造价值。

从社会生产过程来看,运输另外一个重要作用就是促进劳动分工和地区专业化。由于不同地区在自然资源、环境、资本、劳动力、气候、文化等方面具有不同特点,所以每个地区的生产力、生产特点都会有别于其他地区。如果有运输做保证,各地区就会生产自己有优势、对自己有利的产品,从而形成不同地区的劳动分工和生产专业化。运输在大规模生产和地区分工方面的作用,也决定了它在社会生产力布局方面具有不可替代的影响。

3. 运输是产品销售的必要条件

生产是为了消费,大规模的社会化生产,必须配备行之有效的销售体系。在市场经济条件下,产品如果卖不出去,生产就不再有意义。实现产品顺利销售的必备条件之一是充足完善的运输系统。运输能够把不同商品运到需要的地方,实现商品本身的价值。运输也能“开拓市场”,创造更大的市场范围和社会需求。

4. 运输能够平衡和降低社会物价水平

运输使得货物从一地运往另一地变得简单,因此,也就能够平衡不同地区的物价。如前所述,不同地区有其各自的生产特点和产品特征。如果没有运输,每个市场就只能依靠本地产品供应。多数产品的生产在一年中是不均衡的,农产品尤其是如此。在地区封闭或运输不足的情况下,这些产品在收获期价格会很低,而收获期一过,价格就变得高起来。而运输可以使其他地区产品参加该市场竞争。在当地货源不足的情况下,外地货源可以通过运输满足该市场需要,而本地产品相对过剩时,亦可以运往其他市场销售。由此,在运输行为的作用下,不同地区的商品价格会保持相对平衡。

除此之外,运输系统的存在能够允许更多的产品生产者参与市场竞争。通常,产品生产成本最低的地区以其产品成本加上相关运输费用作为商品的售价,市场上其他同类产品的出售者也要参照进行定价,否则可能会失去应有的市场份额。所以,地区专业化的结果,使得产品的市场价格可能是由远方的供应者所决定。没有运输,市场上就没有那么多竞争者,商品价格就会升高。因此,运输有利于降低商品价格。

运输在平衡和降低商品价格的同时,能够使土地价值发生变化。完善的运输可以使土地获得多种用途,从而使它和它周围的资源变得有用甚至是必需。运输条件的改善能使附近地区和得到运输服务的地区的地价增值,并促进该地区的社会经济发展。交通便利了,土地的使用价值和价值自然就高了。

二、运输的政治意义

运输的政治意义是非常重要的。很多情况下,运输系统的建设和维护要靠政府。一个国家在交通运输建设上,包括线路(铁路、公路)设计、港口建设等,都需要政府参与。从历史和现实情况看,有效的运输使广阔地理区域上的政治统一成为可能。美国政府批准并支持修筑的第一条横贯铁路,在很大程度上促成了国内战争时期加利福尼亚留在联邦内部;澳大利亚在澳洲大陆上修建穿越沙漠地区的铁路,保证了国家在政治上的统一。当然,也有为政治目的而故意增加交通运输难度的案例。例如,有的国家将铁路定为宽轨,旧中国山西军阀阎锡山将山西境内铁路建成窄轨等。这些都从另外一个角度说明了交通运输的政治意义。

运输的政治意义还与它在国防中的重要作用紧密相连,历史上很多交通运输设施和道路的建设都是出于军事目的。对于运输在政治、军事上的作用,丘吉尔曾一语中的:“如果胜利是美丽、鲜艳的花朵,那么运输就是花梗,没有它,就开不了花。”今天,很大一部分运输设施仍是出于政治和军事需要。运输政策的制定不仅仅是体现经济上的要求,运输系统带来的利益也超出经济范畴。

三、运输的社会意义

社会和文化的发展在很大程度上依赖于充足和完善的运输。运输在实现不同地区产品交换的同时,也促进了区域间的社会文化交流。随着运输体系的不断发展和完善,城际间、国际间的客货运输量不断增加。运输打破了地区间的隔绝状态,减少了孤立封闭的倾向,不同的社会文化相互渗透,共同发展。

第二节 著名经济学家关于市场的论述

在20世纪20年代以前的近200年时间里,市场经济以完全自由放任为主要特征,政府基本上远离市场。市场经济的确立对于调动微观经济单位的活力和效率,促进社会资源的有效配置,推动经济发展发挥了巨大作用。然而,自由放任的市场经济体制同样存在诸多问题,如:盲目性、外在性、波动性、生产的无政府性等。

在资本主义初期,几乎所有的国家都程度不同地实行了重商主义政策。重商主义的一个重要思想是强调国家对经济的干预,重商主义者认为,国家干预是经济发展的重要保证,因此他们要求建立统一的国家市场,并极力主张国家采取各种措施干预经济。国家对经济的干预虽然稳定了市场秩序,但也在相当大程度上束缚和影响了市场的发育和发展。因而,17世纪后期,反对国家干预、要求增加市场自由竞争的呼声不断高涨。

1776年,英国杰出的经济学家亚当·斯密(1723~1790年)完成了他的名著《国民财富的性质和原因的研究》,从而使经济自由主义的理论得以完成,并使经济自由主义政策得以广泛推行。

亚当·斯密在他的著作中，阐明了经济自由主义的实质，建立了一套市场经济的理论体系。亚当·斯密关于市场经济的理论基础是自由主义，在他的理论体系中，资产者的理论化身是“经济人”，在他看来，经济人的本性是利己主义，追逐利润是决定经济人投资行为的惟一目的和动力。亚当·斯密认为，实行充分的经济自由和完全的自由竞争是保证个人利益和社会公共利益实现的惟一途径。“在这场合，像在其他许多场合一样，他受着一只看不见的手的指导，去尽力达到一个并非他本意要达到的目的”，“他追求自己的利益，往往使他能比在真正出于本意的情况下更有效地促进社会的利益”。

亚当·斯密认为，市场上“看不见的手”是市场运行的核心机制，这是政府或政治家所无法代劳的。他认为，商品经济中的市场力量和价值规律，只有在充分的自由竞争中才能真正体现。竞争越是充分，价值规律的作用越是明显，而限制竞争，保护独占，势必使国民财富的增长和社会福利的增加受到阻碍。

亚当·斯密认为，“独占乃是良好经营的大敌”，良好的经营是来自“自由和普遍的竞争”，因为，“自由和普遍的竞争，势必驱使个人为了自卫而采用良好的经营方法”。

为了减少或取消可能影响经济自由发展的种种因素，亚当·斯密提出了4个方面的举措：（1）通过废除原规章制度与居位法，实行选择职业的自由；（2）通过废除嗣继承法、长子继承法以及限制土地自由转移的规定，实行土地买卖自由；（3）废除地方关税及其他一些税收，实行国内贸易自由；（4）废除关税、对商业的禁令以及政府特许的商业垄断，实行对外贸易自由。

亚当·斯密的经济自由主义理论，构成了早期的市场经济理论，同时也成为那个时期市场运行的基本原则。这个学说在欧美以后1个多世纪的市场运行与经济发展中起着主要指导作用。

继亚当·斯密之后，还有一些著名的经济学家在理论上支持了经济自由化的学说。大卫·李嘉图（1772～1823年）是英国金融界著名人士，古典经济学的完成者。他在代表作《政治经济学及赋税原理》一书中表达了一个基本思想，那就是寻找最佳途径，提高劳动生产率，发展资本主义，增加资产阶级的财富。为达到这一目的，应以经济自由主义

原则作为理论、政策的出发点，反对国家干预。他认为，市场经济是商业完全自由的经济制度，如果没有外在干预的影响，它会自然地、有序地发展下去。他说：“在没有政府的干预时，农业、商业和制造业最为繁荣。”国家需要“做的全部事情，就是避免一切干预，既不要鼓励生产的一个源泉，也不要抑制另一个源泉”。

德国经济学家让·巴蒂斯特·萨伊（1767～1832年）在1803年出版了他的代表作《政治经济学概论》。在这本书中，他提出了著名的萨伊定律。萨伊认为，供给能自动创造需求，“生产给产品创造需求”，在完全自由的市场经济条件下，总供给与总需求必定相等。根据萨伊定律，市场在竞争机制的调节下，供求能自动达到均衡，不可能出现生产过剩的危机，除非政府当局愚昧无知或贪得无厌，否则一种产品供给不足而另一种产品充斥过剩的现象，不会永远存在。因此，政府没有必要介入和干预正常的经济生活，而应听任市场机制的自由调节。萨伊还认为，政府干预的最大危害，不是偶然违反了既定准则，而是由于对自然规律不正确的看法，以及以这些错误看法为基础制定的错误政策。他说：“如果不让个人利害关系起相互制约的作用，个人利害关系便不再成为可靠的标准。如果某个人……能得到政府的帮助阻止别人的竞争，他就取得了特殊权利，而以整个社会为牺牲，使整个社会遭受损失。”萨伊在反对国家对经济活动干预的同时，强调政府的职责应主要体现在保证经济活动的自由进行。

在一些经济学家极力推崇自由市场经济的时候，另外一些经济学家则对完全自由的市场制度提出了怀疑。最早涉及这一问题的是让·沙尔·列奥纳尔·西蒙·德·西斯蒙第（1773～1842年）。西斯蒙第是李嘉图的同时代人，然而他的经济理论和观点却是和李嘉图相对立的。在李嘉图等人继承了斯密的观点，大力提倡自由市场经济的时候，西斯蒙第却对市场制度提出了怀疑。实际上，西斯蒙第最初曾是亚当·斯密学说的拥护者，在1803年出版的《商业财富论》中，他详尽介绍斯密的经济观点，并主张自由竞争和贸易自由。然而，在1819年出版的《政治经济学新原理》中，其理论观点发生了根本性变化，在这本书中，西斯蒙第提到自由市场制度似乎存在两方面问题。

1. 分配不均

西斯蒙第认为工具的进步可能导致产生人类不平等现象的趋势，一个国家在技术和工业方面愈先进，劳动者命运的不协调现象就愈严重。前者受苦愈多，后者愈可以任意挥霍，除非国家通过一些好像和增加财富的纯经济目的相反的制度，否则，富人更加奢华，而穷人必然更穷。

2. 孕育着生产过剩的危机

西斯蒙第认为，当生产超过了收入，也即生产超过了消费，生产和消费之间的矛盾就必然导致经济危机。他说：“如果年收入不能购买全部年生产，那么一部分产品就要卖不出去，不得不堆在生产者的仓库里，积压生产者的资本，甚至使生产陷于停顿。”在他看来，生产与消费，供给与需求之间的比例失调是市场行为的盲目性所带来的，因此，市场制度本身无法解决。他把解决由于市场竞争而引发的种种后果寄希望于政府。他说：“立法者还必须使穷人得到某种不受普遍竞争影响的保障……当财富逐渐地均衡地增加时，当它的任何部分都不是过分迅速地发展时，这种增加才能造成普遍的福利……从各方面看，每个人的行动都企图加快机器的运动。也许政府的职责就是延缓这种运动，调节这种运动。”为此，西斯蒙第明确地反对斯密的完全自由市场竞争论点。

继西斯蒙第之后，英国经济学家马尔萨斯（1766～1834年）对自由市场制度同样提出了怀疑。马尔萨斯不仅在人口理论方面为世人瞩目，他的经济学观点和理论同样对后来的经济学发展产生了重大影响。他的著作除《人口原理》以外，还有《价值尺度》、《地租的性质与发展的研究》以及《政治经济学原理》等，不过他的主要观点集中在《政治经济学原理》（1820年）一书中。马尔萨斯认为，资本主义社会存在一般商品生产过剩的可能性的主要原因是有效需求不足，他认为商品的生产与消费之间应有一定的比例关系，他担心市场力量是否能使他们之间保持一个适当的比例关系，所以他坚持认为国家应制定政策，对各种比例关系加以引导，“使全国人民辛勤劳动的成果获得最大的交换价值，从而促进财富的增长”。

事实上，一直到19世纪中叶，在经济理论的辩论当中，虽然个别经济学家对自由市场制度提出过怀疑和担心，但总的来说，以市场机制调节经济运行被人们广泛接受，人们相信市场的力量和它的效率。在19世纪中叶后，经济学家开始对天赋的、自由放任的竞争性市场制度

提出更多的质疑。约翰·斯图亚特·穆尔（1806~1873年）、纳马蚤·威廉·西尼尔（1790~1864年）等人都对加强政府对市场的干预提出过具体设想和建议。然而，直到20世纪初，情况并未发生根本性转变。

在20世纪初以前的西方资本主义发展中，市场在各国经济中一直扮演着最重要的角色。除第一次世界大战期间欧洲各国实行战时生产管制，政府对生产和有关经济活动直接干预外，“看不见的手”一直在主导着各项经济活动。市场虽然为繁荣经济起到了重要促进作用，然而，它的缺陷也渐渐显露出来。1929年，爆发了资本主义历史上前所未有的、最严重的一次经济危机。危机从美国开始，继而扩展到德国、日本、英国和法国，几乎波及了整个资本主义世界，时间长达5年之久。经济危机期间，各国工业生产急剧下降，大量企业破产倒闭，失业人数剧增，商品大量积压，市场陷于瘫痪。

这场经济危机对经济发展的破坏性是空前的，它使得整个资本主义世界的工业生产下降了37%，国际贸易数量减少了2/3，西方国家1933年失业人数总和达3000万人之多。危机也破坏了西方国家的货币信用制度，导致了货币信用制度的危机。

这场世界性的经济危机使得自由放任、国家不干预经济生活的理论和“市场万能”的观点受到了前所未有的冲击。由于市场的自行调节功能在一段时间内已经“失灵”，所以资本主义各国纷纷采取国家干预手段，力图摆脱经济困境。从20世纪30年代起，美国推行“新政”，政府加大了对经济的干预和调节力度，通过贷款、补贴、减税、订货、兴办公共事业来刺激经济发展。例如，美国成立了复兴金融公司、国家工业复兴局、进出口银行、住宅贷款公司等机构，以调节和刺激经济发展。在英国和法国，政府干预经济的手段是加强卡特化并扶植一些大型企业和组织。德、意、日等国则借助于国家力量把经济发展引向了战争轨道，企图通过战争转嫁危机，寻找出路。

经济危机的爆发导致了近代凯恩斯主义的诞生。约翰·梅纳德·凯恩斯（1883~1946年）是英国经济学家，其毕生写有大量著作，最重要的，也是最有影响的是发表于1936年的《就业、利息和货币通论》，他的主要经济理论和观点都出自于这本书。与以往的经济理论不同的是，凯恩斯经济理论突出强调了国家干预经济的重要性和必要性，这是与亚