

社会主义市场经济学 概论

主 编

张儒珍 杨 建 苏林成

河南人民出版社

社会主义市场经济概论

主 编

张儒珍 杨 建 苏林成

河南人民出版社

社会主义市场学概论

主 编

张儒珍 杨 健 苏林成



河南人民出版社出版

河南省委党校印刷厂印刷



787×1092毫米 32开本 6.25印张 131千字

1991年4月第1版 1991年4月第1次印刷

印数1—11,000册

ISBN 7—215—01439—8/F·305

定价,2.80元

目 录

绪论	(1)
一、市场学的产生和发展	(1)
二、市场学研究的对象和内容	(3)
三、市场学的研究方法	(5)
四、研究市场学的意义	(6)
第一章 我国社会主义市场的特点、作用和经营思想	(9)
第一节 市场的涵义	(9)
第二节 我国市场的特点和作用	(14)
第三节 市场经营思想	(20)
第二章 市场分析	(25)
第一节 市场基本情况分析	(25)
第二节 消费品市场和生产资料市场	(31)
第三节 市场细分和目标市场	(41)
第三章 市场调查和预测	(50)
第一节 市场调查和预测的意义	(50)
第二节 市场调查	(52)
第三节 市场预测	(61)

第四章 市场经营决策..... (72)

第一节 市场经营决策的作用、内容和分类..... (72)

第二节 市场经营决策的原则和程序..... (78)

第三节 市场经营决策方法..... (81)

第五章 产品策略..... (95)

第一节 产品和产品生命周期..... (95)

第二节 新产品开发..... (102)

第三节 产品组合策略..... (106)

第四节 产品的商标策略..... (108)

第五节 产品的包装策略..... (111)

第六章 价格策略..... (115)

第一节 价格策略与价格..... (115)

第二节 价格的制定..... (118)

第三节 价格策略..... (123)

第七章 销售渠道策略..... (128)

第一节 销售渠道的类型..... (128)

第二节 销售渠道的选择..... (133)

第三节 销售渠道的管理和发展..... (141)

第八章 促销策略..... (145)

第一节 促销的作用和原则..... (145)

第二节 人员推销..... (147)

第三节	广告宣传策略·····	(153)
第四节	其它推销策略·····	(157)
第九章	市场竞争·····	(163)
第一节	社会主义市场竞争的特点·····	(163)
第二节	社会主义市场竞争的形式和内容·····	(169)
第三节	社会主义市场竞争的条件和要求·····	(173)
第四节	竞争策略·····	(176)
第十章	市场管理·····	(179)
第一节	市场管理的必要性·····	(179)
第二节	市场管理的任务和原则·····	(182)
第三节	市场管理的内容·····	(186)
第四节	市场管理的组织·····	(190)

后记

绪 论

一、市场学的产生和发展

市场学是适应商品经济发展和现代市场经营活动而创立的新兴的经营管理科学。

自从市场出现以来，人们对市场的认识随着市场的发展而不断加深。但总结人们的认识而形成市场学这门科学，还只有几十年的历史。

市场学最早产生于美国20世纪初。当时资本主义正由自由资本主义向帝国主义阶段过渡，随着资本主义商品经济高度发展，社会生产能力迅速增长，而劳动者有支付能力的需求却相对缩小，导致经济危机频频发生，资本主义基本矛盾日益尖锐。在这种情况下，一些资本家和学者为了摆脱“生产过剩”的困境，促进产品销售，开始对市场问题进行认真的研究，这就产生了市场学。

从20世纪初到20世纪20年代，是市场学的创立阶段。1902—1903年，美国密执安、加州和伊利诺斯三所大学的经济系开始开设市场学的课程，1912年，哈佛大学的赫杰特齐写出了第一本《市场学》教课书，以后，许多大学都相继开设了这门课程。这个时期市场学的概念、原理和现代市场学都有许多不同，而且主要是研究广告和推销方法，还没有形成完整的体系，研究工作也主要是在大学里进行的。

从20年代到第二次世界大战结束，是市场学的发展推广

时期。这一时期市场学有了较大发展，已有许多此类教科书问世，初步形成了市场学的理论体系，并陆续成立了“全美市场学和广告学教员协会”、“美国销售协会”等组织，专门从事市场学的研究和推广活动。许多企业开始按照市场学的原理进行经营活动，市场学也开始传播到世界其它国家。但这时市场学的研究范围仍然只是商品流通领域，主要研究如何推销已经生产出来的大量产品。

第二次世界大战以后到60年代，是市场学的重大变革时期。这个时期，由于大量军事工业转向民用产品生产，并且由于第三次科学技术革命进一步推动生产力的发展，资本主义生产无限扩大和劳动者相对需求不足的矛盾更加尖锐，原有的市场学理论已经不能适应新形势的要求，迫切需要提出新的理论来指导企业的生产经营活动。在这种情况下，美国学者奥尔德逊和科克斯对市场学理论提出了创新性的变革，认为市场学要研究的是消费者的潜在的要求和欲望，从而使市场学从研究满足生产者的要求转到满足消费者的要求上来，从研究推销产品转到按消费需求组织产品的生产上来，改变了把市场作为生产过程终点的观点，而提出要把市场作为生产过程的起点来认识。这一系列观念的变革，在市场学理论界引起了强烈的震动，被西方称之为市场学的一次“革命”，从而初步确定了现代市场学的基础。

70年代以后，市场学的发展更加成熟。它吸取了经济学、管理学、社会学、心理学等学科的知识，形成了一门综合性的边缘科学，并且更加接近实践，已成为各类经济院校和工商企业必须研究的重要内容。

我国对市场学的研究起步较晚，虽然解放前也有一些商

科院校讲授过市场学，但由于商品经济不发达，对市场学的研究并不重视。解放后，由于“左”的思想的束缚，否认社会主义经济是商品经济，否定价值规律对社会生产的调节作用，把市场的作用同资本主义联系起来而加以否定，使社会主义市场学迟迟未能建立。直到党的十一届三中全会以后，随着有计划商品经济理论的确立和发展，社会主义市场学才得以创立和发展起来。目前，市场学正在迅速地普及和发展，日益受到各方面的重视，并开始在社会主义的经济建设中得到广泛的应用。

二、市场学研究的对象和内容

每一门学科都有自己特定的研究领域。市场学是适应市场经营活动的发展而发展起来的一门应用科学，主要是从企业经营的角度对市场问题进行研究。所以，市场学的研究对象是市场经营活动的规律性，即如何为适应消费者需要而开展经营活动的规律性。它主要是作为卖方研究买方的需求，并研究根据这种需求应提供何种产品和劳务，以及通过何种策略手段战胜竞争者，促进交易活动的实现等。

在我国社会主义条件下，开展市场学的研究，就是要通过对我国市场供求活动中各种经济关系的矛盾运动的研究，揭示其发展变化的规律性，从而寻找出市场经营活动的最佳途径、策略和方法，增强企业活力，提高市场经营活动的经济效益。

市场学研究的内容，是由市场学研究对象的特定领域的矛盾运动所决定的。它主要包括以下几个方面：

（一）关于市场学的基本理论

市场学的基本理论包括市场学的研究对象、内容和方法；市场的形成和发展；我国市场的性质、特点、作用和社会主义企业的市场经营思想；我国社会主义的市场体系；以及市场细分和目标市场选择等基本知识。

（二）关于消费者的研究

市场学的研究是以消费者的需求为中心的，因而消费者研究是市场学的一个重要内容。它包括研究消费需求的总量，消费需求构成，需求特点，影响消费需求的因素，消费者购买动机和购买行为，消费需求发展趋势等方面。企业经营就是通过消费者研究，了解购买者的需求，掌握市场需求发展的情况，从而作出正确的市场经营决策。

（三）关于市场经营策略和研究

市场经营策略是市场学研究的重点，它主要包括产品策略、价格策略、销售渠道策略和促销策略，还包括目标市场策略、竞争策略等内容。这些策略之间存在着密切的有机联系，它们既相互补充，相互促进，又各自具有独立的体系，最终都集中于、服务于有效地完成市场经营活动这个目标。这部分内容是市场学中基本经营业务的主要组成部分。

（四）关于组织引导市场经营活动的研究

社会主义市场和经营活动，必须服从国家的宏观经济调节。因此，社会主义市场学还要研究如何在国家计划的指导下，组织和引导企业的市场经营活动，有效地管理市场；如何维护国家的全局利益，保护消费者和生产经营者的合法权益，确立公平竞争的市场环境，建立和维护社会主义的商品经济新秩序。这部分内容的研究，也是社会主义市场学的一个重要特点。

三、市场学的研究方法

市场学是一门综合性、应用性很强的管理学科，它以马克思主义政治经济学理论为基础，与工业经济管理、农业经济管理、商业经济管理、企业经济管理等学科有着密切的联系和科学的分工。它研究的范围主要是在流通领域，同时也扩展到生产领域和消费领域。因此，市场学的研究是一种综合性的研究，不仅需要运用经济科学、社会学、行为科学等方面的知识，还要掌握一定的科学的研究方法。

具体来说，市场学的研究方法主要有以下几种：

（一）实事求是、一切从实际出发的方法

实践是检验真理的唯一标准。从实践中来，到实践中去，这是马克思主义认识客观世界的一个基本方法。研究市场学必须运用这个方法，从实际出发，认真调查研究，客观而真实地反映市场经营活动的本来面目，掌握经济发展的动态，实事求是地分析国内外市场的各种经济现象，认真总结我国市场经济活动的经验和教训，从中找出规律性的东西，再经过实践的检验，上升为理论，以丰富和发展社会主义市场经济。用这样的科学方法研究出来的市场学理论，既来源于实践，又高于实践，用于指导企业的市场经营活动，就能够取得更大的经济效益。

（二）系统分析与动态分析的方法

所谓系统，是指由相互作用和相互制约的若干要素组成的具有特定功能的有机整体。所谓动态，是指不断发展、不断变化的运动过程。系统分析和动态分析的方法，实际上就是用全面的发展的观点来看问题。市场是一个多要素、多层

次组合的系统，研究市场问题，就既要看到经营环境的多种影响，又要研究经营要素、经营策略的组合；既要分析商品的供求关系，又要考虑生产、流通、分配相互之间的有机联系；而且这些各个方面都在不同的条件下不断地发展变化。运用系统分析和动态分析的方法研究市场学，就可以使经营者视野开阔，了解市场的全局状况和发展趋势，从而正确地制定企业的整体经营发展战略，作出正确的经营决策。

（三）定性分析与定量分析相结合的方法

市场经营活动是质与量的统一。在研究市场学时，不仅要运用定性分析的方法研究问题的性质，而且还要运用定量分析的方法，注意数量关系的研究。把定性分析和定量分析结合起来，这是经济科学日益发展和技术现代化的客观要求。只有这样，才能在市场学的研究中，不仅能准确地确定问题和性质，而且能对其数量关系给予精确地表述，从而全面、正确地分析和认识市场有关问题，得出合乎实际的结论。

（四）宏观分析和微观分析相结合的方法

市场状况是国民经济的综合反映。因此，在研究市场理论及市场经营活动时，不仅要从企业的角度研究市场经营活动的特点和规律性，而且还必须从全局上对宏观经济活动有所研究，了解整个国民经济的发展方向和重点，分析宏观经济活动对市场经营活动的影响，从而正确地确定企业的微观经济活动。所以，宏观分析与微观分析相结合，也是市场学研究的一种重要方法。

四、研究市场学的意义

社会主义市场学的建立和发展，是进一步发展社会主义

商品经济、繁荣社会主义市场和实现社会主义再生产的客观要求。加强市场学的研究，无论是在理论上还是在现实中，都具有十分重要的意义。

（一）研究市场学，有利于社会主义市场学的发育与完善

建设社会主义的统一市场，需要有正确的市场理论作指导。过去，由于“左”的思想影响，否定商品经济、市场和价值规律，社会主义市场发育不全，市场理论也十分落后和混乱。党的十一届三中全会以来，党中央认真总结了建国以来经济建设中的经验教训，纠正了指导思想上“左”的错误，奠定了社会主义有计划商品经济的理论，充分肯定了市场的地位和作用，社会主义市场得到迅速的发展。因此，迫切需要加强社会主义市场学的研究，掌握市场活动的内在规律，研究社会主义市场不断出现的新情况、新问题，总结和完善新的经验，新的理论，以保证社会主义市场的健康发展。

（二）研究市场学，有利于按照社会需求组织生产和经营，更好地实现社会主义的生产目的

社会主义生产和经营的目的都是为了满足人民不断增长的物质和文化生活需要，如果市场上的商品在数量上、质量上或花色品种上，不能满足人民的需要，社会主义生产的目的就不能真正实现。市场学研究的中心任务，就是通过市场活动规律的研究，建立正确的理论和方法，指导企业以需定产，保证对社会需求的合理供应。所以，市场学的研究，能够更好地促进社会主义生产目的的实现。

（三）研究市场学，有利于企业在市场经营活动中取得

成功和发展。

随着社会主义商品经济的迅速发展，市场供求情况发生了急剧的变化，已由过去的长期供不应求、消费者持币抢购的“卖方市场”，向消费者持币待购和选购的“买方市场”转化。这种市场状况对生产企业的要求更严、更高，市场竞争也更加激烈。为了保证企业在竞争中立于不败之地，就要认真研究市场学，树立正确的经营思想，调整 and 了解消费者的需求，学习和掌握市场经营的各种策略和方法，把握市场变化的规律性，这样才能生产出适销对路的商品，提供优质的服务，保证企业获得良好的经济效益，才能驾驭市场，在激烈的市场竞争中求得生存和发展。

第一章 我国社会主义市场的特点、作用和经营思想

市场是生产力在一定发展阶段上的产物。了解市场产生、发展的过程，认识社会主义市场的特点和作用，以及树立正确的市场经营观点，对于正确认识社会主义市场和顺利开展市场经营活动，具有十分重要的意义。

第一节 市场的涵义

一、市场的概念

市场的概念有狭义和广义之分。从狭义来说，市场是买卖商品的地方，即在一定时间、一定条件下进行商品交换的场所。这种表述指出了市场活动的内容、时间和空间，但还仅仅是人们对市场表面现象的认识。

从广义来说，市场是进行商品交换的全部活动以及其中所反映的经济关系的总和。这是因为，从一方面看，在现代商品经济条件下，商品交换活动并不仅仅是在某一时间和某一地点进行，而是在时间上和空间上大大扩展了，涉及到商品从生产到消费的整个过程，市场不仅包括某一具体时空条件下的商品交换活动，而且包括流通领域的全部交换活动。

从另一方面看，“流通是商品所有者全部相互关系的总和”，^①商品交换活动中的各种经济关系，如社会生产与社会需求之间的关系，生产者与消费者之间的关系，买方与卖方的关系，国民经济各部门、各地区、各单位之间的关系等等，都在市场上集中地表现出来。所以，我们说，市场是全部商品交换活动以及其中所表现出来的相互关系的总和。这种广义的市场概念既有质的规定性，又有量的规定性；既包括经济活动，又包括经济关系，反映了人们对市场本质的认识。在市场学的研究中，就是指的广义的市场。

二、市场的产生和发展

市场是社会分工和商品生产的产物，它的发展与商品经济的发展密切相关。正如列宁所说：“市场这一概念和社会分工——即马克思所说的‘任何商品生产的共同基础’——这一概念是完全分不开的。哪里有社会分工和商品生产，哪里就有‘市场’。市场量和社会劳动专业化程度有不可分割的联系。”^②

在人类历史上，市场在原始社会后期就开始出现了。随着社会生产力的发展，原始社会后期出现了两次社会大分工，私有制开始萌芽，原始部落之间，畜牧业生产者、农业生产者和手工业生产者之间开始出现产品交换，并逐渐形成直接以交换为目的的生产即商品生产。由于商品交换活动日益频繁，就产生了市场，形成了具有一定地点和时间的集

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，第188页。

② 《列宁全集》第1卷，第83页。

市，以适应商品交换活动发展的需要。《周易》上就有“日中为市、致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所”^①的记载，反映了古代市场的基本状况。

随着社会生产力的进一步发展，交换的深度和范围也进一步发展，从物物交换发展到以货币为媒介的商品交换，形成了许多固定的商业城镇，逐渐出现了专门从事买卖活动的商人。经过了奴隶社会和封建社会，已经形成了一定规模的全国性的市场体系。但由于自然经济占着统治地位，商品经济的发展受到很大的限制，市场的发育十分缓慢。资本主义社会的到来，使市场有了空前的发展。随着资本主义战胜封建主义，商品经济摆脱了自然经济的束缚，高速地发展起来。商品生产的规模日益扩大，社会分工更加精细，商品形式渗透到社会经济生活的每一个角落，商品交易方式也大大简化，社会生活对市场的依赖程度大大增强。这一切，使资本主义市场空前繁荣，形成了无所不包的世界市场体系。

社会主义商品生产的发展，为市场的发展开辟了广阔的前景。我国的社会主义经济是建立在社会主义公有制基础上的有计划的商品经济。尽管因为历史的原因，我国的商品经济还很不发达，市场体系的发育还不够完善，但是，由于商品经济是社会发展的不可逾越的阶段，努力发展商品经济是我国社会主义建设时期的历史任务；同时，随着社会生产力的发展，社会分工也将进一步发展，专业化程度必将越来越高。因此，在社会主义经济建设和经济体制改革的进程中，我国的市场不仅必然要存在下去，而且还将进一步发展和扩大。

^① 《周易》系辞下传，上海古籍出版社出版，第64页。