

SHI CHANG JING JI GAI LUN

主编: 王振岳 张凯文 聂 鸣



市场经济概论

.5

哈尔滨船舶工程学院出版社

(黑)新登字第9号

市场经济概论

主编 王振岳 张凯文 聂鸣

哈尔滨船舶工程学院出版社出版发行

黑龙江省莲江口印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张9 字数206千字
1993年5月第1版 1993年5月第1次印刷

印数：1—2000册

ISBN 7-81007-329-1/X·F·46

定价：5.00元

前 言

当代的世界经济，是以市场为导向的市场经济。中国要实现现代化，就必须变传统的计划经济为现代的市场经济，这是一个不可逾越的经济发展阶段，是不以人们的主观意志为转移的客观必然趋势。为了适应这一伟大的历史潮流的要求，我们编著了这部《市场经济概论》，作为对我国改革开放事业的一份贡献。

本专著共分10章。其中，第一章是全书的总论，阐述市场经济的基本理论和基本概念。第二章至第六章是全书的核心内容，分别阐述了我国各类市场的基本理论和实践。第七章和第八章，是从中观角度研究各部门、各地区市场经济的基本特点。第九章，是从微观角度研究市场经济中的经营策略。第十章，是从宏观角度研究市场经济的调控理论和方法。本书在著述内容和方法上，既吸收和借鉴了国内外经济研究的最新成果，也在许多方面进行了大胆的创新。诸如对劳动力市场、教育市场、产权市场、软件市场、地域市场、部门市场、市场调控等问题的研究中，本书提出了许多独创性的新观点和新见解。其中，有些领域是未曾探讨过的，有些问题则是有争议的。本书遵循解放思想和实事求是的原则，对这些理论问题和实践问题进行了大胆的探索，目的在于对我国经济理论界有关市场经济的大讨论起到抛砖引玉的作用。

本书的主编是：王振岳、张凯文、聂鸣。

本书的副主编是：刘玉、李森、王兴泉、薛坤、盖锐。

本书的编者是：陈昌珠、张亚雄、李新军、陈兰、冯波、王雨琴、刘雅莉、李玉娟、姜大臣、邹同军、冉令柱、施文成、聂艳波、王艳、王志国、王凤贤、邓忠耀、陈延凯、王玉华、盖锐、薛坤、王兴泉、李森、刘玉、聂鸣、张凯文、王振岳。

本书在编著过程中，得到国内经济界和科学界许多专家名流的支持和帮助，在此表示深切的感谢！

编 著 者

1993年4月6日

目 录

第一章 市场经济	(1)
一、市场.....	(1)
二、市场经济.....	(8)
三、社会主义市场经济.....	(15)
第二章 生活资料市场	(29)
一、生活资料市场.....	(29)
二、生活资料供求关系.....	(34)
三、消费者购买行为.....	(43)
第三章 生产要素市场	(52)
一、劳动力市场.....	(52)
二、劳动资料市场.....	(64)
三、劳动对象市场.....	(72)
第四章 软件市场	(82)
一、技术市场.....	(82)
二、信息市场.....	(96)
三、教育市场.....	(105)
第五章 金融市场	(114)
一、金融和金融市场.....	(114)

二、 有价证券交易·····	(118)
三、 信贷资金的供给与需求·····	(133)
四、 银行、信用、保险·····	(138)
第六章 产权市场·····	(149)
一、 土地产权市场·····	(149)
二、 房屋产权市场·····	(161)
三、 企业产权市场·····	(166)
第七章 部门市场·····	(176)
一、 部门经济·····	(176)
二、 农业市场·····	(186)
三、 工业市场·····	(195)
四、 建筑业市场·····	(200)
五、 交通运输市场·····	(207)
第八章 地域市场·····	(213)
一、 地区市场·····	(213)
二、 城市市场·····	(218)
三、 农村市场·····	(226)
四、 涉外市场·····	(230)
第九章 市场策略·····	(240)
一、 产品策略·····	(240)
二、 价格策略·····	(246)
三、 促销策略·····	(250)

第十章 市场调控.....	(260)
一、市场信息.....	(260)
二、市场调查.....	(264)
三、市场预测.....	(272)
四、市场控制.....	(279)

第一章 市场经济

市场经济是以市场为基础进行社会资源配置的一种经济运行方式和管理体制。在当代世界，大多数国家都实行市场经济体制，世界经济从总体来说可称之为市场经济。我国在改革开放之前，实行的是计划经济。经过近十几年改革开放实践的探索，我国终于将市场经济作为经济体制改革的目标模式，并将这一探索的成果正式写进了党的十四大报告。从此，我国社会主义经济的运行时序便告别了计划经济的旧时代，开始了市场经济的新时代。

一、市 场

（一）市场的含义

市场的含义有狭义和广义之分。狭义的市场是指商品交换的场所和领域，如各类日用品商店、物资交易中心、商品采购供应站等，都是市场。广义的市场是指商品生产者、经营者、消费者之间的交换关系，是国家调节国民经济运行的一种机制和手段。

众所周知，商品是用来交换的劳动产品。在人类社会经济生活中，交换劳动产品的前提是社会分工和产品的不同所有。不同的产品所有者之间要进行商品交换，就需要有一定的区域空间，就会发生一定的经济关系。所以，市场不仅是商品交换的场所和领域，而且是从事商品交换的人们之间的一种经济关系和制约国民经济运行的机制和手段。

（二）市场的作用

市场在商品经济条件下的作用主要有以下几方面：

1. 市场是社会产品得以实现的基本条件。社会产品的实现问题，即在价值上得到补偿和实物上得到替换的问题，是社会再生产的核心问题，而市场则是社会产品实现过程中必不可少的基本条件。在商品经济条件下，产品是作为商品来生产的，商品生产出来以后必须拿到市场上去出卖，才能实现其价值。如果商品卖不出去，其价值实现不了，就没有办法重新购买生产要素进行再生产。如果没有市场的存在和发展，要卖的卖不出去，要买的买不进来，社会产品的价值补偿和物质替换就无法实现，社会再生产就无法维持。因此，从一定意义上说，市场问题是商品经济条件下社会产品再生产的核心问题。

2. 市场是联系商品生产者、经营者和消费者的主要纽带。一般来说，商品生产者的生产活动是在一定的时间和空间条件下独自封闭地进行的，各商品生产者之间在生产过程方面是很少来往的，商品生产者和消费者之间也往往是隔离的。但是，商品生产是社会化生产，要求商品生产者之间以及与商品经营者和消费者之间加强密切的联系，而这种联系的主要纽带便是市场。没有市场的存在和发展，商品生产者与商品生产者，商品生产者与商品经营和消费者就难以接触并达成交易。因此，要加强商品生产者、经营者、消费者的联系，就要建立和完善商品市场。

3. 市场是反映国民经济运行状况的一面镜子。市场具有对各种经济信号反映灵敏的特点，它像一面镜子，能把国民经济各部门、各地区和各个环节的运行状况及时地反映出来。例如，在价值规律作用下出现的价格围绕价值上下波动

现象，在竞争规律作用下出现的企业此起彼落优胜劣汰现象，在供求规律作用下出现的抢购或者滞销等现象，都会在市场这面镜子里面得到充分的表现。因此，要切实把握国民经济运行状况，就必须对市场进行认真考察。

（三）市场的类型

市场的类型是多种多样的，按照各种不同的标准划分，市场有如下多种类型：

1. 按市场供求状况，可分为买方市场和卖方市场。

（1）买方市场，是指价格及其交易条件主要决定于买方的市场。在某种商品或整个社会产品由于生产过剩或其他原因而出现供过于求的情况下，商品的买者在交易中处于有利地位，竭力将价格压低；而卖者在交易中处于不利地位，为了摆脱商品积压滞销的困境，不得不接受较低的价格，廉价出售自己的商品。

（2）卖方市场，是指价格及其他交易条件主要决定于卖方的市场。在某种商品或整个社会产品由于生产不足或其他原因而出现供不应求的情况下，商品的卖者在交易中处于有利地位，竭力将价格抬高；而买者在交易中处于不利地位，为了得到自己所需的商品，买者之间进行激烈竞争，不得不接受卖者要求的较高的价格。

2. 按市场竞争程度，可分为完全竞争市场、完全垄断市场和不完全竞争市场。

（1）完全竞争市场，是指完全由价值规律自发调节的市场。其特点是：商品的所有者和购买者在市场上进行自由交易；排除政府、部门或任何外来的经济干预；商品价格的涨落完全由价值规律自发调节。此类市场，多见于各国的农产品或小商品市场。

(2) 完全垄断市场，是指不存在价值规律调节作用和竞争机制的市场。其特点是：某种产品的市场上只有一家卖主或买主，没有其他的卖者或买者与之竞争；存在垄断高价或垄断低价；价值规律不起调节作用。此类市场，多见于各国的航空、电力、邮电等少数部门。

(3) 不完全竞争市场，是指半竞争半垄断的市场，是介于完全竞争市场和完全垄断市场之间的市场。其特点是：同种商品的市场存在两家以上的买主和卖主；其中少数买主和卖主拥有较强实力和条件，处于优势地位，可以对商品交换起较大影响作用；买卖各方参加市场交换活动，都受到一定的经济的或行政的限制；价值规律被人们自觉地运用，发挥其积极作用，克服其消极作用。此类市场，是当代发达资本主义国家工农业部门普遍存在的市场类型。

3. 按商品流通环节，可分为批发市场和零售市场。

(1) 批发市场，是指批发商购买生产者的商品或向别的商业单位调进商品，专门供应零售商品售卖或供应生产单位用于生产的市场形式。其特点是：它处于流通过程中间阶段，是连接生产与消费、生产与零售的桥梁，是保障市场商品供应的蓄水池。

(2) 零售市场，是指零售商店从生产者或批发商业购进商品，直接销售给消费者个人或单位的市场形式。其特点是：它是商品流通过程的最后环节，是最终完成商品流转任务的商业单位。

4. 按商品流通区域，可分为国内市场和国际市场。

(1) 国内市场，是指在一国范围内商品交换的场所和商品交换关系的总和。国内市场又可分为城市市场和农村市场，沿海市场和内陆市场等。

(2) 国际市场，是指国家与国家之间所发生的商品交换的总和。国际市场又可分为边贸市场、海外市场、跨国市场等。

市场类型除上述几种之外，还可以按其他特性划分为若干类。例如，按交易场所，可分为商场、集市、店铺等类；按交易品种，可分为粮食市场、日用品市场、家俱市场、交电市场等；按所有制，可分为国有商业、集体商业、个体商业、私营商业等。

(四) 市场体系

市场体系有广义和狭义之分。广义的市场体系，是指按各种不同的标准划分的各种类型市场所构成的有机统一整体。狭义的市场体系，则是单指按市场内容不同划分的各类市场所构成的有机统一整体。我们此处所论及的是这种狭义的市场体系。下面，我们对这种市场体系中的各类市场略加分析：

1. 消费资料市场。消费资料市场是指用来满足城乡居民和社会团体物质和文化生活需要的生活用品市场。这类市场主要包括百货市场、日杂市场、农贸市场、文化市场等。消费资料市场是各国的传统基础市场，是同人民生活密切相关的市场，它的存亡兴衰，直接关系人们的吃穿住用和喜怒哀乐，直接关系社会的进退和国家的治乱。因此，必须对消费资料市场予以高度关注和认真对待。

2. 生产资料市场。生产资料市场是指用来满足城乡生产单位所需的劳动资料和劳动对象的生产用品市场。这类市场包括机电市场、建材市场、能源市场等。生产资料市场是我国建立时间不久、发育不够健全的市场。在过去计划经济体制下，生产资料长期以来实行统一分配、统一调拨、统一管理的制度，在生产资料流通方面排斥价值规律的调节作

用，甚至否定生产资料的商品性。改革开放以后，生产资料逐步由集中统一管理转变为分散灵活管理，并向全面放开的方向迈进。因此，必须抓住有利时机，逐步完善我国生产资料市场，使其为社会主义现代化建设事业发挥更大作用。

3. 金融市场。金融市场是指包括各种债券和股票的有价证券市场。发展金融市场，是大力发展商品经济的需要，是引导资金合理流动和配置的需要，是增强企业活力的需要。改革之前，我国金融活动高度集中，过分单一，金融市场是封闭的市场。近些年来，随着改革的不断深入，各类有价证券不断出现，金融市场开始发育，并起到越来越重要的作用。因此，为了加快我国经济建设，必须尽快完善各类金融市场。

4. 劳动力市场。劳动力市场就是对社会再生产所需劳动力进行挑选和招收的市场。劳动力是指人的劳动能力。劳动力不等于人，也不等于劳动者，也不等于劳动，也不等于劳务。人和劳动者不是商品，不存在人市场和劳动者市场；劳动和劳务也不是商品，不应当叫劳动市场或劳务市场；在商品经济条件下，劳动力的所有权归劳动者个人，劳动力的使用权归国有企业、集体企业或私营企业（个体企业除外），因此，劳动力是商品，具有价值和价格，劳动力市场是客观存在的现实。长期以来，我国劳动力的使用采取高度集中的计划管理体制，否认劳动力市场的客观性和必然性，把劳动力等同于劳动、劳务，等同于人和人民，用人民当家作主的理论，否定劳动力商品和劳动力市场理论。其结果，使我国在劳动、人事、工资等方面积累的问题长期得不到解决，成为目前经济体制改革的严重障碍。因此，要建立社会主义市场经济体制，就必须建立和完善劳动力市场。

5. 技术市场。技术市场就是有偿转让各种工艺操作方

法和技能的市场。科学技术是生产力，而且是第一生产力。现代科学技术是提高劳动生产率的重要因素。只有承认技术是商品，发展技术市场，才能使科学技术尽快地转化为现实生产力，进而提高劳动生产率。我国目前的技术市场还处于萌芽状态，需要大力培育和扶持，使之发挥更大效用。

6. 信息市场，信息市场就是有偿转让各种消息和情报的市场。过去，我们受传统经济体制的制约，没有把信息这种生产要素当作商品来看待，没有发挥其应有的作用，因而造成盲目生产和低效生产等问题。因此，只有建立和发展信息市场，才能使国民经济得到有效的调节和控制，才能使人力、物力、财力得到有效的节约和利用。目前，我国的信息市场刚刚起步，必须予以热情关怀和培育，使其迅速发展和完善起来。

7. 房地产市场。房地产市场就是有偿转让房屋和土地的所有权或者使用权的市场。过去，我国对土地和房屋的转让是有严格规定的。一般来说，城市土地归国家所有，农村土地归集体所有。企业和事业征用土地，只要经过政府审批，便可以无偿占用或廉价使用。城市居民住房，除少数私有外，大都是福利性地分配公房。长期以来，我国理论界和实业界都不承认土地和房屋是商品，否定房地产市场存在和发展的必要性，因而造成我国土地的大量减少和房屋的严重短缺，从而严重影响工农业生产和人民生活的改善。改革以来，我国逐步实行了房屋商品化和提高住房租金等管理制度，有效地阻止了多占住房和抢住大房的浪费现象及不正之风的蔓延。在土地使用权方面，随着改革开放的不断深入和扩展，随着中外合资经营企业、中外合作经营企业和外商独资企业日益增多，首先在经济特区和对外开放城市实行了某些松动政

策,向外国商人和本国企业有偿转让土地使用权。于是,房地产作为一种要素,开始在市场上进行有限制的交易。目前,我国房地产市场只是刚刚发育,还很不健全。因此,应当高度重视房地产市场的开发和建设,完善房地产管理的各项制度。

8. 企业市场。企业市场就是有偿转让企业产权的市场。党的十三大报告指出:“一些小型全民所有制企业的产权,可以有偿转让给集体或个人。”党的十四大报告又重申:“国有小型企业,有些可以出租或出售给集体或个人经营。”同时规定:“鼓励有条件的企业联合、兼并,合理组建企业集团。”这些都是对我国过去传统经济体制和传统思想观念的重大突破。为了鼓励企业间开展竞争,实现优胜劣汰,为了促进企业组织结构优化,为了从总体上进一步增强企业活力,我们必须尽快地建立和完善我国的企业兼并市场、企业租赁市场和企业买卖市场,

以上所述八个方面的市场,构成了我国统一的开放的市场体系。为了使这个市场体系尽快发育和健全起来,必须加强市场制度和法规建设,打破条条块块的分割、封锁和垄断,促进和保护公平竞争。同时,必须加快价格改革步伐,积极理顺价格关系,建立起以市场价格为主的价格机制。

二、市场经济

(一) 市场经济的一般特征

所谓市场经济,就是资源配置以市场为基础和导向的经济。其一般特征主要有:

1. 经济活动遵循价值规律的要求,适应供求关系的变化。价值规律是当今市场经济的基本经济规律,它要求商品

的价值量由生产商品的社会必要劳动时间决定，商品按价值量的大小等价交换。商品的价值是用价格来表现的，价格是价值的货币表现。价值规律所要求的等价交换，也就是要求商品的价格应当和价值相等。但是，在实际的商品交换过程中，价格和价值相一致只是一种偶然的情况，而它们之间的不一致是经常的现象。价值规律作用的表现形式，是通过价格围绕价值上下波动表现出来的。在市场经济中，商品生产者所生产出来的商品的多少，必然会影响流通中商品供求的比例。当商品供过于求时，价格就会低于其价值；当商品供不应求时，价格就会高于其价值。由于商品供求关系经常处于不平衡状态，因而商品价格总是围绕价值上下波动。不过，这种波动是有一定限度的，总是以价值为基础的，是不能背离价值太远的。因此，从长期看，同一商品的价格上涨和下落是可以互相抵消的，其平均价格是与价值大体相等的。

2. 在价格杠杆和竞争机制的作用下，社会资源向经济效益较好的环节流动，给企业以动力和压力，实现优胜劣汰。在市场经济中，社会资源的配置不以计划为基础和导向，而以市场为基础和导向。凡是经济效益较好的部门、地区和企业，对人力、物力、财力等社会资源的吸引力都较强；而凡是经济效益较差的部门、地区和企业，对人力、物力、财力等社会资源的吸引力都较弱。经济效益是企业经济活动的内在动力，而社会竞争是企业经济活动的外在压力。企业为了实现较高的经济效益，便千方百计提高技术水平和劳动生产率，增加积累和不断扩大再生产；企业为了在竞争中求生存争发展，便千方百计提高产品质量和服务质量，降低成本价格和销售价格。通过市场经济中的公平竞争，一部分企业因经营不善被淘汰，而大部分企业则在竞争中不断发展壮大起来。从而使

整个国民经济实力不断增强，社会经济效益不断提高。

3. 运用市场对各种经济信号反应比较灵敏的优点，促进生产和需求的及时协调。在市场经济条件下，市场对社会再生产中的各种信号反应比较灵敏，能起到“测量器”和“指示器”的作用。商品是为社会而生产的，而商品生产者却是彼此相互独立的，每个商品生产者既不可能全面准确地了解市场需要什么和需要多少，也不可能全面准确地了解社会能生产些什么和生产多少。商品生产者大都是通过市场供求状况和价格涨落去获得信息。如果商品能卖出去，就说明社会对此商品有需求；如果商品卖的比较顺利、供不应求，价格上涨，就说明生产不能满足社会需求；如果商品卖不出去，库存积压，价格下降，就说明供过于求，产大于销，一部分产品不被社会所承认。由于市场具有对经济信号反应灵敏的优点，因此，它能够促进生产和需求的协调，即对商品的生产和消费、供给和需求起到促进或限制作用。在市场商品交换过程中，如果商品供过于求，价格就会下跌，生产就会缩减，而需求就会增大，商品的生产和消费、供给和需求就会趋向平衡；相反，如果商品供不应求，价格就会上涨，生产和供给就会增加而需求则会缩减，商品的生产和消费、供给和需求也会趋向平衡。市场就是这样通过价格围绕价值上下波动，来调节商品的生产和消费、供给和需求，使之不断地按照“不平衡-平衡-不平衡”的形式循环运动。因此，从一定意义上来说，市场又是社会再生产过程的调节器和控制器。

4. 针对市场自身的特点和消极方面，必须加强和改善国家对经济的宏观调控。我们在肯定市场的优越性和积极方面的同时，也必须认识市场自身存在的盲目性和自发性等弱点和消极方面。这就是说，市场调节有两种可能的结果：如果