

全国中专教育物资类专业统编教材

物资市场学

陈鹤皋 主编

2.2

中国物资出版社

全国中专教育物资类专业统编教材

物 资 市 场 学

陈鹤皋 主编

※

中国物资出版社出版发行

全国各地新华书店经销

北京第二新华印刷厂排版

北京北方印刷厂印刷

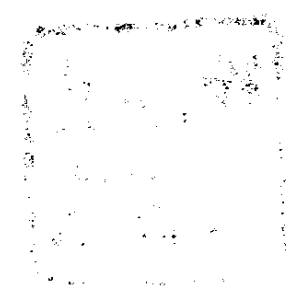
开本: 787×1092 1/32 印张: 8.25 字数: 190千字

1991年8月第一版 1991年8月第一次印刷

印数: 1—6000 册

书号: ISBN 7-5047-0095-9/F·0038

定 价: 3.70 元



编写说明

为了更好地贯彻国家教育委员会关于大力提高教材质量,积极扩大教材种类,努力搞活教材建设的方针,全国中专教育物资类专业教材编审委员会在认真总结前十年教材建设经验的基础上,制定了1989—1995年教材建设规划。凡列入规划的教材,均由教材编审委员会采取招标或特约方式组稿,教材内容尽可能充实十年改革的实践经验和理论研究成果,反映现代科学技术和管理水平,体现物资专业特点,适应各学科教学需要。

《物资市场学》是列入教材建设规划、由教材编审委员会采用特约方式组织编写的。内容包括物资市场调查和预测、经营决策方法、定价原则等,适用于全国中等物资学校、物资职工中专学校组织教学,亦可作为物资部门、物资企业组织干部职工培训、函授和自学的参考书。

参加本书编写的有:上海市物资局干部学校陈鹤皋(导言、第一、九、十章),黑龙江省物资学校张文彬(第二、五章),上海市物资局干部学校孙德荣(第三、六章),辽宁省物资学校杜悦桓(第四、七、八章)。由陈鹤皋同志主编,物资部政策研究司章慎义同志主审,“物资经济与管理”编审组审定。

因受组织经验和编写水平的限制,书中难免有不妥之处,欢迎大家批评指正。

全国中专教育物资类专业教材编审委员会

1991年3月9日

导 言

市场的出现,在人类社会经济活动中已有几千年的历史,但把市场作为一门独立的经济学科来进行研究,在发达国家也只是近百年来做的事情,在我国,则更是一门新兴的学科。

市场学,实质上是商品经营学,是研究如何通过商品交换和提供劳务,把产品从生产者手中送到消费者手中的一门学问。由于社会总产品的物质形态分为生活资料和生产资料两大类,所以市场学研究的对象也分为生活资料经营和生产资料经营两部分。本书主要研究生产资料经营问题。在我国经济生活中,生产资料统称为物资,这是一个约定俗成的概念,故称本书为《物资市场学》。

在高度商品化的资本主义社会里,商品充斥每个角落,国内外市场的需求,象神经中枢一样牵动着整个社会经济,市场主宰一切。市场给工商资本家发财致富的机会,同时它又极其严峻和冷酷无情,迫使企业陷入衰败、甚至倒闭垮台的境地。在那里,市场既是人们虔诚膜拜的“上帝”,又是令人畏惧的“魔鬼”,任何人都不敢得罪它。因此,市场学的研究和运用被普遍重视就是理所当然的了。

社会主义社会要不要重视研究和运用市场学?回答是肯定的。社会主义经济同样要开拓市场、利用市场,需要研究、建立和运用社会主义的市场学。建国以来,我国的商品经济从总体上看有较大的发展,市场也是繁荣稳定的。但是,由于客观上受苏联 50 年代经济理论与实践的影响,经济管理体制

高度集中,统得过多、过死,加上多年来在“左”的思想指导下,否认生产资料的商品属性,把市场、竞争等经济机制与资本主义划等号,这就使得我国的社会主义市场,特别是物资市场,在理论上没有得到正确的认识和研究;在实践上,人为地限制市场的发展,排斥市场机制作用的发挥,从而受到了市场的无情惩罚。党的十一届三中全会以后,特别是十二届三中全会确定了我国社会主义经济是有计划的商品经济,批判了经济领域中“左”的错误思想,肯定了生产资料的商品属性,这就为物资市场学的研究和运用指明了方向和依据;同时,通过改革开放方针的贯彻,国民经济体制和物资体制改革的逐步深入,企业经营自主权的日益扩大,生产资料市场有了一定的发展,这就为建立物资市场学提供了客观条件。

物资市场学的研究对象,是以消费者为中心的生产资料市场经营关系、市场经营规律及市场经营策略。经营者(包括生产企业和流通企业)通过对生产资料市场经营的理论、原则、任务、策略和方法的研究,通过对生产资料市场经营的指导思想、经营方向、经营形式、经营渠道和经营手段等的探索,达到扩大市场、促进生产、引导生产、保障供应、繁荣市场的目的,加速四化建设的进程。物资市场学研究的目的是满足消费者的需求。因为消费者是市场的主人,失去用户,就失去一切。这里所说的消费者,主要是指生产消费者,即工矿生产企业、建设单位、农林牧等生产性消费者。当然,也不能排斥生活消费者,即生活消费的需求。因为生产消费和生活消费之间有着千丝万缕的不可分割的联系。物资市场上生产消费的需要,最终是由生活消费的需要引导而来的。也就是说,生活消费品的生产不发展,生产资料生产的发展就会受到阻碍。

因此,我们在研究物资市场消费者时,要贯彻从生产出发、为生产服务的方针,千方百计地满足生产建设的需要,引导和促进社会生产的发展,但其出发点和归宿要落到满足生活消费市场需要上去,为不断提高人民物质生活水平和精神生活水平作出贡献。只有这样,才能符合社会主义生产目的的要求,物资市场学的研究才具有积极意义和生命力。

物资市场学与物资经济学、物资计划管理、物资企业管管、物资企业经营以及工矿企业物资供销管理等等学科,既有联系又有区别。各学科是从不同角度、不同侧面阐述物资流通过程中的各种经济关系及其规律的。物资市场学是从社会角度研究市场经营规律和经营策略的。它所研究的物资经营者,不仅指工矿企业经营者,还包括商业(物资企业)经营者,除阐述两者经营的共性外,还指出两者的分工和各自的职能,研究两者如何共同满足消费者的需求,更好地为消费者服务。物资市场学研究市场经营,首先是阐明物资市场和物资供求关系;其次通过市场调查和市场预测,进行市场供求研究;第三,阐述经营决策,包括产品、定价、销售途径、销售促进等决策;第四,分析市场经营效益;第五,研究市场经营过程的管理工作。上述内容主要是针对国内市场而言,在改革开放的今天,应增强国际市场开发的研究。为使物资市场学既保持完整的结构、体系,又避免与其他学科之间过多的不必要的交叉重复。

这里特别需要指出,由于我国物资市场学是一门十分年轻的学科,当今又正值深化和完善经济体制改革之时,生产资料市场体系还很不成熟,市场交易行为还很不规范,市场运行的新秩序尚未建立,因此说,我国物资市场学无论从理论上、

方法上,还是从内容、结构、体系上看,都还处在完善、发展之中,有许多新情况、新经验、新问题有待于我们去探索、去研究。我们在学习、研究物资市场学时,一定要注意以下几个方面:在理论上,首先,要坚持四项基本原则是立国之本和改革开放是强国之路这个基本点。搞社会主义建设,不改革开放不行,改革开放不坚持社会主义方向也不行。其次,正确认识和贯彻计划经济与市场调节相结合的原则,在计划指导下搞活和发展市场经营。第三,牢固树立为生产建设和人民生活服务的指导思想,全心全意为消费者服务是一切经营活动的出发点和归宿。在实践上,要坚持国民经济持续、稳定、协调发展的方针,为实现我国 2000 年国民生产总值翻两番的战略目标作出贡献。在方法上,要学会和运用马克思主义的唯物辩证法。要运用理论联系实际、理论来源于实践又指导实践的原则,从我国物资市场实际情况出发,在总结历史经验特别是总结改革十年来的经验教训的基础上进行探索;要运用现象与本质矛盾和统一的辩证原理,来揭示市场各种现象的本质;要运用一切事物都是相互联系、相互制约的原理,掌握“交换、比较、反复”认识问题的方法,来观察物资市场活动的变化规律。总之,只要我们科学地下苦功夫去探索、去研究,我国的物资市场学一定会逐步地完善和发展,一定会在指导物资市场经营方面发挥应有的作用。

目 录

导 言

第一章 概述

第一节	物资市场是社会主义市场体系的重要组成部分.....	(1)
第二节	我国物资市场的运行机制.....	(9)
第三节	物资市场供求.....	(17)
第四节	物资市场经营.....	(20)
第五节	物资市场竞争.....	(31)

第二章 物资市场调查和预测

第一节	物资市场调查.....	(37)
第二节	物资市场预测.....	(54)

第三章 市场经营决策

第一节	市场经营决策概述.....	(65)
第二节	经营决策过程.....	(72)
第三节	经营决策方法.....	(76)

第四章 目标市场

第一节	生产资料购买行为分析.....	(89)
第二节	市场细分.....	(94)
第三节	市场占有率.....	(99)

第四节	目标市场的确定.....	(104)
-----	--------------	-------

第五章 产品

第一节	产品和产品策略.....	(109)
第二节	产品生命周期.....	(112)
第三节	产品组合与整顿.....	(118)
第四节	新产品.....	(125)
第五节	厂牌、商标和包装.....	(129)

第六章 定价

第一节	定价的理论依据.....	(137)
第二节	价格与供求关系.....	(146)
第三节	定价的方法和策略.....	(154)

第七章 销售途径

第一节	物资销售途径的类型.....	(167)
第二节	物资销售途径的选择.....	(170)

第八章 促销

第一节	促销概述.....	(181)
第二节	促销机构与人员.....	(186)
第三节	销售网点.....	(193)
第四节	广告.....	(196)
第五节	公共关系.....	(201)
第六节	销售服务.....	(206)

第九章 国际市场开发

- 第一节 我国对外贸易概述..... (212)
- 第二节 国际市场分析..... (221)
- 第三节 积极扩大出口贸易..... (228)

第十章 物资市场管理

- 第一节 物资市场管理的必要性和原则..... (237)
- 第二节 物资市场管理的内容..... (241)
- 第三节 物资市场管理的办法..... (248)

第一章 概述

第一节 物资市场是社会主义市场经济的重要组成部分

一、物资市场的形成和发展

市场是商品交换关系的总和。也就是说，市场不仅是交换商品的场所，也是商品交换过程中经济关系的体现。市场是社会分工和商品经济发展的产物。在原始社会后期，发生畜牧业和农业分离的第一次社会大分工以后，出现了交换的需要，商品交换的原始形式——物物交换产生，也就相应地出现了交换的场所；到原始社会末期，发生了手工业和农业分离的第二次社会大分工，私有制产生了，出现了以交换为目的的商品生产者，它为市场发展提供了物质基础，物物交换便逐步以货币为媒介的商品交换所取代；人类社会进入奴隶社会以后，发生了社会第三次大分工，产生了一个专门从事商品买卖的商人，使市场的扩大和发展有了组织条件。在漫长的奴隶社会和封建社会中，是自给自足的自然经济占主要地位，基本上是简单的商品经济。随着社会生产力的发展和社会制度的变革，随着货币交换的深入，社会分工的专业化，商品生产、商品交换的不断发展，市场范围不断扩大，简单商品经济逐渐转化成发达的商品经济，即资本主义商品经济。这时，不仅形成了十分发达和完备的商品市场（包括技术、信息、服务市场），

同时形成了各种不同层次和形式的劳动力市场。商品市场和劳动力市场的发展,又推动了资本市场的形成。由此,这时的市场,已不只是狭义的商品交换的场所,它已成为商品流通领域,反映着商品交换关系的总和。

由于我国长期处于封建社会,自给自足的自然经济占统治地位,商品经济很不发达,市场也就得不到应有的发展,商品交换是有限的,市场范围是狭小的。国民党统治的旧中国,是一个半殖民地、半封建社会,经济极端落后,市场为帝国主义、官僚资本和封建势力所把持和操纵,是一个依附帝国主义、封建割据、划地为牢的狭小的落后市场。1949年解放以后,我国的商品经济从总体上看有较大的发展,市场也是繁荣稳定的。但是,由于长期受“左”的错误思想影响,把计划经济与商品经济对立起来,把市场、竞争等经济活动与资本主义等同起来,加上经济管理体制的不合理和政策上的失误,人为地限制了市场的发展。特别是不承认生产资料是商品,把生产资料交换排斥在市场之外,大大地缩小了商品市场的范围。在这样的环境下,资金市场、劳务市场、技术市场、信息市场等都未能得到应有的发展。

党的十一届三中全会以来,全党全国工作重点转到现代化建设上来,以经济建设为中心,坚持四项基本原则,坚持改革开放,各方面都取得了巨大成就,国家经济实力显著增强,城乡人民生活明显改善,经济生活和经济工作都步入全面发展的新时期。社会主义市场经济体系开始逐步建立起来,在社会主义现代化建设中发挥着越来越重要的作用。在生产资料流通领域,由于突破了生产资料不是商品因而不能进入市场交换的传统观念,逐步着手改革高度集中的以行政分配调拨为

主体的物资体制,在理论、政策和实践方面为物资市场的建立奠定了基础,促使物资市场发生了较大的变化。主要表现在:

(一) 传统的靠行政隶属关系层层申请、层层分配调拨物资的做法已有很大改变,正在形成多种经济成分、多条渠道、多种购销形式并存的市场格局

也就是从过去的少渠道,多环节、封闭式的流通向多渠道、少环节、开放式的流通转化。据 1988 年末统计,全国物资系统共有生产资料经营网点 3.4 万余个,比 1981 年增长 44.7%;全国省和地方以上不同规模生产资料贸易中心近 400 家,各种专业市场,如钢材市场、木材市场、机电市场、化工市场、汽车市场、废金属市场、租赁市场、技术与信息市场等相继出现,以中心城市为依托的城乡一体的流通网络也开始建立起来。这些经营网点除执行计划内供应任务外,各种计划外的购销形式有了很大的发展,其购销量占购销总量的 70% 以上。

(二) 市场主体——生产企业和流通企业扩大了经营自主权,调动了企业组织生产和流通的积极性

无论是生产企业还是流通企业,正在逐步摆脱行政机构的附属地位和政企职责不分的局面,成为自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者。企业有了经营管理权力,可以独立自主地进行经济活动,这使企业增强了活力,能够灵活、多样地适应市场的需要,使市场也活起来了。

(三) 许多生产资料,包括一些重要生产资料作为商品相继进入市场,市场物资流通总量逐年扩大

1980 年以来,我国有计划有步骤地减少指令性计划物资种类,到 1988 年,国家指令性计划物资已由 1979 年的 256 种

减少为 27 种，由中央各部门作为指令性计划分配的物资由 581 种减少为 45 种。指令性计划物资中由国家分配的比重也逐年下降。如钢材，国家分配的比重由 1977 年的 77.1% 降为 1988 年的 46.8%；木材由 1979 年的 85% 降为 1988 年的 25.9%；煤炭由 1979 年的 58.9% 降为 1988 年的 43.5%；水泥由 1979 年的 35.7% 降为 1988 年的 13.6%。由于国家分配物资种类和比重减少，发生了需用单位从过去基本上依靠国家分配调拨转向依靠市场采购，生产单位从产品基本上靠国家统购包销转到面向市场和用户。这种变化推动了物资市场的建立和发展，市场流通量逐年扩大。

（四）生产资料价格由国家统一定价为主转为国家定价、指导性价格和市场调节价格并存

过去，国家指令性计划、指导性计划和不纳入计划的生产资料价格基本上都实行统一的国家计划价格，生产企业和物资企业是无权自行定价的。改革后，除计划内物资必须严格执行国家定价外，在国家统一管理下允许地方制定临时价、地区价、协作物资价，对部分机电产品规定了浮动价。对企业在完成国家计划后的超产产品，一般可在不高于国家定价 20% 的幅度内自行定价。对计划外生产资料价格放开，实行市场调节，企业可以根据市场供求行情自行定价。这样，价格机制在市场经济活动的调节作用明显加强和发挥，对发展生产和流通，搞好搞活市场起着重要作用。

（五）横向经济联合蓬勃发展

十年多来，以物资协作为主要形式的横向经济联合在内容、形式、范围和规模上、都有了很大的发展。它从单一的物资协作，发展到物资与资金、技术、人才、信息等生产要素的互

通有无、优化组合;从物资协作部门独家搞协作,发展到各行各业搞协作;从流通领域发展到生产、科研、金融、外贸、航运、文教等广泛领域;从一次性的短期协作,发展到比较长期、固定的协作关系;从松散型的协作,发展到半紧密型、紧密型的协作。据统计,1981年全国协作物资金额为32亿元,到1988年达724亿元,平均每年递增55.5%,1989年在社会需求有较大压缩的情况下,仍达724亿元,比1988年增长了7%。多层次、多内容、多形式的横向经济联合的发展,有力地冲击着条块分割的旧体制和地区、部门之间的互相封锁,对建立全国统一的物资市场起到了重要作用。

(六) 确立了物资市场上社会主义竞争关系

过去,由于不承认生产资料是商品,加上条块分割、划地为牢,根本谈不上什么竞争。承认商品经济、承认生产资料是商品、承认市场调节、承认企业的自主经营权,就必然要承认市场经济活动中的竞争。早在1980年国务院颁发了《关于开展和保护社会主义竞争的暂行规定》,由此,物资市场上各部门、各地区、各层次的经营单位之间形成了竞争的局面,各经营单位在品种、质量、价格、服务等方面下功夫,去吸引用户,争夺市场。物资市场上正当竞争关系的确立,调动了物资经营单位的主动性、积极性,扬长避短,发挥优势,促使经营管理水平和服务质量的提高,给市场灌注了新的生机,搞活了市场,满足了生产建设的需要。

总之,经过十年改革,我国物资流通领域有了不小的变化,有领导、有组织的统一的物资市场已初步形成,在现代化建设中发挥着愈来愈重要的作用。但是,由于我国物资市场经历的时间较短,又是在短缺经济基础上发展起来的,从市场

体系上看,发育还很不成熟,交易行为还很不规范,缺乏一套有效的管理制度,社会主义物资市场的新秩序尚未建立,流通混乱的现象还比较突出,同日益发展的有计划商品经济的要求很不适应。物资企业作为物资流通的主渠道,由于缺乏宽松的物资供应环境和良好的商品经济秩序,对平抑物价、调节供求、引导生产、合理配置资源等方面的作用,显得力不从心、软弱无力。这些都需要在治理整顿和深化改革过程中,采用行政的、经济的和法律的各種手段,予以整治和解决,以使物资市场不断发展和完善,真正建立起社会主义的物资市场体系和运行机制。

二、生产资料市场与社会主义市场体系

社会主义市场是一个完整的有机体系,它由商品、资金、技术、信息、劳务等市场要素组成,各要素市场之间互相影响、互相制约。社会主义市场体系的形成和完善,有赖于各要素市场的形成和完善。

商品市场是市场体系的起点和物质基础。前面在市场的形成和发展中已讲到,有了社会分工,有了商品生产和商品交换后,才有商品市场,进而相继出现了劳务市场和资金市场等。历史实践告诉我们,只有社会生产力的不断发展,投入市场的商品不断增加,社会总供给和总需求的规模不断扩大,才能为推动市场体系向深度和广度发展,提供物质基础。也就是说,资金、劳务等要素市场是由商品市场衍生而来的。

商品市场包括消费品市场和生产资料市场。这是由社会物质产品分为消费资料和生产资料两大部类所决定的。消费品市场与生产资料市场的关系,间接地反映着物质产品两大部类的关系。消费品市场是最基本的市场,也是市场体系形

成的起始点。消费品的生产和交换是直接为了满足人们生活的需要。这就是说,获得消费品是社会生产的最终目的,而制造生产资料则是获得生活资料的手段。因为,人们生活水平的不断提高需要不断扩大消费品生产,需要有丰富多采的发达的消费品市场。消费品生产的扩大,就要求能够经常从市场上得到更多的生产资料,包括原材料、燃料、工具、设备等,这就需要有生产资料市场。通过生产资料市场向消费品市场的生产者(供给者)提供他们进行生产所需要的各种生产资料。

生产资料市场对于资金、技术、信息等要素市场的形成和发展,也有直接或间接的影响。如生产资料交易量的增加会促进生产资料生产规模的扩大,企业要进行大规模的生产资料生产和交换,就需要占用一定量的货币资金,而企业自身所拥有的资金是有限的,往往不能满足发展生产的需要,便要求从社会上取得一些资金。与此同时,也有些企业存在闲置资金,需要贷放(目前主要通过银行)出去发挥作用。于是,作为资金融通场所和融通关系总和的资金市场便应运而生。又如,技术市场上的技术商品,可分为“硬件”和“软件”,而作为生产资料重要内容的技术设备,就属于“硬件”技术商品。至于生产资料市场的商品信息、供求信息、价格信息等,其本身就是信息商品的一种。因而,发展生产资料市场对于推动技术市场和信息市场的发展也有一定作用。当然,资金市场、技术市场和信息市场等的形成和发展,又反过来推动生产资料市场的发展和完善,这是不言而喻的。

三、物资市场在国民经济中的重要作用

前面我们已经说过,发展我国有计划商品经济和加速社