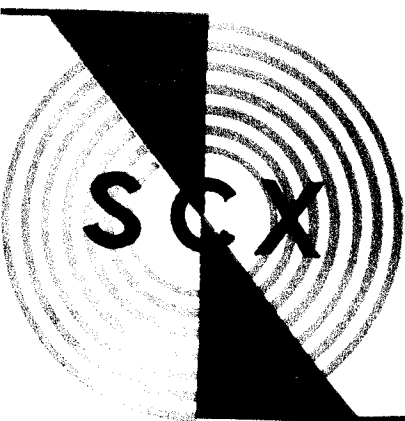


主编 厉瑞云 夏蔚苑



社会主义 市场学

吉林人民出版社

高等院校文科教材

社会主义市场学

(第二版)

励瑞云 夏蔚蕓 主编

*

吉林人民出版社出版发行

长春市南关区全安印刷厂印刷

*

850×1168毫米32开本 14印张 插页2 307,000字

1988年5月第1版 1988年5月第1次印刷

印数: 1—10,190册

ISBN 7-206-00178-5

F·37

定价: 3.70

再 版 前 言

再版的《社会主义市场学》，在初版后五年多的今天，终于又与读者们见面了。

本书于1982年初版。出版后，受到了各界读者的重视，曾先后被十余种公开出版的市场学、专著引用。1985年，被国家教育委员会列入《1985——1990年高等学校文科教材编选计划》，要求该书修订后再次出版。现在，在有关各方面的热情关怀和大力支持下，经过几年的努力，我们能有机会把再版的《社会主义市场学》奉献给读者，内心充满了感激之情。我们深知，本书初版以来，市场学界前辈、同行师友及各界读者所给予我们的爱护、支持、鼓励与鞭策，是我们得以克服修订过程中种种困难的力量源泉所在。饮水思源，乘再版问世之际，在此表达我们深切的谢意。

市场学这门现代经济管理的应用学科，从党的十一届三中全会至今，不到十年时间，在我国有了迅速的发展。现在，它不仅在综合大学、财经院校、工科大学以及各类成人教育院校的有关专业被列为必修课程，而且在全国和各个地区纷纷建立了市场学会，市场学的专著和各种形式的科研成果纷纷出版，市场学的原理、策略和方法越来越引起中国企业界的重视。凡此种种，显示着市场学这门现代经济管理的应用学科在我国社会主义大地上已经生根、发芽、生机蓬勃。随着社会主义初级阶段理论和党的基本路线的深入人

心，随着人们商品经济意识的增强和商品经济实践的发展，它必将日益显示出其旺盛的生命力和光辉灿烂的前景。这本《社会主义市场学》也正是沐浴着社会主义商品经济发展和经济体制改革深入的春风而得以修订并再次出版。

本书修订过程中，本着既要注意吸取现代市场学的有用知识，又要认真总结我国的实践经验出发，力图体现宏观与微观相结合、借鉴与开拓相结合，理论与实践相结合的特点，从体系结构到具体内容作了很大的修改和增补，但远不能说已经完善了。中国商品经济正在发展，社会主义市场体系正在发育，我们要继续在实践中探索，力求跟上社会主义经济发展的步伐，在适当时机再作修订。

参加本书再版本编写的有：辽宁大学夏蔚莼（第一章、第二章）、南开大学袁步英（第三章）、黑龙江大学华光彦（第四章、第五章、第八章第四节）、兰州大学杜漪（第六章）、复旦大学章伯虎（第七章）、厦门大学林开展（第八章）、吉林大学励瑞云（第九章、第十三章）、辽宁大学王建升（第十章）、北京大学杨岳全（第六章第四节、第七章第四节、第十一章、第十二章）。

本书再版过程中，华光彦、杨岳全两同志参加了全书的修订、编纂工作，励瑞云、夏蔚莼负责总纂和定稿。

本书编写中参考了大量书刊和资料，在此谨向这些作者们致谢。

由于我们水平所限，而且社会主义市场学又是一门新兴的发展中学科，书中缺点甚至错误在所难免，热切期望广大读者批评指正。

编 者

1987年12月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 建立社会主义市场经济的必要性	2
第二节 研究社会主义市场经济必须具备的基本 观念	5
第三节 社会主义市场经济的研究对象和主要内容	7
第四节 社会主义市场经济的研究方法	13
第二章 我国现阶段国内市场的基本特征及其 发展方向	17
第一节 社会主义初级阶段国内市场的基本特征	17
第二节 我国国内市场商品供求比例关系的发展 方向	29
第三节 建立和完善社会主义市场经济体系	41
第三章 消费需求与购买者行为研究	50
第一节 研究消费需求与购买者行为的意义	50
第二节 消费资料需求与购买者行为研究	55
第三节 生产资料需求与购买者行为研究	87
第四节 劳务需求研究	96
第四章 市场调查	100
第一节 市场调查的意义和内容	100
第二节 市场调查的组织和计划	105
第三节 市场调查的方法	108
第四节 市场调查的技术	115

第五节	市场信息	123
第五章	市场预测和决策	134
第一节	市场预测的意义和内容	134
第二节	市场预测的方法（一）	140
第三节	市场预测的方法（二）	147
第四节	市场决策	154
第六章	市场细分与目标市场选择	166
第一节	市场细分的意义	167
第二节	市场细分的方法	174
第三节	目标市场选择	183
第四节	目标市场选择的宏观指导	190
第七章	产品策略	194
第一节	产品策略的制定原则和构成	194
第二节	产品市场寿命周期	204
第三节	新产品的开发	216
第四节	产品开发的宏观指导与区域产品策略	231
第八章	商品价格	244
第一节	价格理论	244
第二节	市场商品价格弹性	252
第三节	订价策略与方法	261
第四节	宏观价格调控策略	270
第九章	商品销售渠道	284
第一节	商品销售渠道的概念和作用	284
第二节	商品销售渠道的模式和配置	288
第三节	商品销售渠道的选择策略	297
第四节	商品实体流通	304
第十章	市场促销策略	313
第一节	包装与包装策略	315
第二节	商标与商标策略	319

第三节	广告与广告策略	326
第四节	公众关系与营业推广	333
第五节	人员推销	344
第六节	市场综合服务策略	346
第十一章	企业销售计划与组织	351
第一节	企业销售计划	351
第二节	企业销售组织	361
第十二章	社会主义市场管理	378
第一节	市场管理的意义和原则	378
第二节	主场管理的主要内容	387
第三节	市场管理的主要方法	395
第四节	发挥消费者对市场活动的监督作用	406
第十三章	国际市场营销	413
第一节	坚持对外开放, 开发国际市场	413
第二节	国际市场环境分析	418
第三节	开拓国际市场的策略与方式	425
第四节	国际市场营销策略	430

第一章 绪 论

市场学作为一门学科，是生产社会化和商品经济大发展的产物。它在19世纪末最先出现于美国，其后又在其他工业发达国家相继出现。近一个世纪以来，资本主义国家的市场学经历了几个发展阶段，学科的内容、体系和结构不断更新和发展，如今它与经济学、心理学、社会学以及经济计量学等紧密结合，已成为一门研究内容日益广泛、若干分支逐渐形成的重要学科。市场学对指导社会经济生活和工商企业的经营活动，起了并正在起着不容忽视的重大作用。因此，各个工业发达国家的经济学家和工商企业经营者都十分重视市场学的研究和运用，市场学也理所当然地成为高等院校培养高级经济管理人员的必修课程。

那末，在以生产资料公有制为基础的社会主义经济制度下，为什么要研究市场学？怎样建立和发展具有中国特色的社会主义市场学以及社会主义市场学的研究对象、内容和方法应该是个什么样子？在我国，深入探讨这些问题不仅具有重大的理论意义，而且具有迫切的实践意义。近几年来，我国学术界的有关专家、学者围绕上述问题进行了热烈的讨论和探索。在“双百”方针指引下，各抒己见，相互交锋。现在，人们普遍认识到市场学在有计划商品经济条件下的学科地位是不容忽视的；在引进国外市场学的过程中，必须坚持介绍与评价、引进与消化、借鉴与创新相结合的原则，切忌脱离中国实际，照抄照搬；社会主义市场学的科学体系只有

在实践中，经过长期艰苦的探索，才能逐步建立和完善。

第一节 建立社会主义市场学 的必要性

社会主义市场学的诞生，不是人们臆想的产物，而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生产目的的客观需要；它是社会主义商品经济的一个方面的理论表现。

多年来，市场学在我国社会主义经济学科领域中，是没有一席之地的。究其原因很多，但最根本的原因是：长期以来，在我们的经济理论与经济实践中，人们往往把社会主义制度同商品经济对立起来，视“商品”、“货币”、“市场”等经济范畴为“异端”，甚至把社会主义商品经济与资本主义划上等号；因而对它采取了鄙视、排斥与限制的方针。正是这种否定商品经济的理论思想和经济实践，使社会主义市场学在一个相当长的时期内，失去它发芽、生根、成长的必要条件和土壤。其次，社会主义国内市场长期存在的某些商品供不应求的状况，以及为这种现象辩解的在经济理论界流行多年的“商品供不应求优越论”，也是阻碍人们建立和研究市场学的一个重要原因。

党的十一届三中全会以后，人们解放思想，大胆探索，在认真总结国内外社会主义建设正反两方面经验的基础上，确认社会主义经济是有计划的商品经济，商品经济的充分发展是社会经济发展不可逾越的阶段。理论上的拨乱反正，正本清源，为社会主义市场学的建立和发展开辟了道路；按照商品经济原则正在深入进行的经济体制改革和对外开放，也

在强烈地呼唤人们认真研究市场问题，加速社会主义市场学学科建设的步伐。

建立社会主义市场学之所以必要，主要因为：

第一，社会主义社会是以生产资料公有制为主体、多种所有制形式并存的商品经济社会。在国家计划指导下，大力发展商品经济，是社会主义经济兴旺发达的必由之路。我国原来是一个半殖民地、半封建的社会，自然经济占居统治地位，生产力发展水平极为低下。建国后，社会主义经济建设取得重大成就，但由于受传统理论观念和产品经济体制模式的束缚，商品经济的发展受到极大限制，生产力发展水平和生产社会化程度还远远落后于发达的资本主义国家。要从根本上改变这种状态，彻底摆脱贫穷和落后，就必须经过长期努力，使商品经济得到充分和高度的发展。社会主义商品经济的长期发展，客观上要求所有工商企业和经济工作者都要牢固地树立商品经济观念，时刻关心市场、了解市场商品供求状况，掌握市场商品产销运动的规律，搞好经营与管理。对于数以百万计的工、商、服务企业来说，必须学会在国家计划指导和政策监督下，按照市场需求灵活地进行经营活动；对于国民经济主管部门来说，在作出主观决策时，也要充分研究和考虑市场形势，自觉依据和运用价值规律对国民经济进行有效的控制和管理。所有这些，都需要有市场学的理论和方法作为指导。社会主义市场学的原理和方法，将给那些从事社会主义经济事业的人们以有力的指导。这就是说，建立和发展社会主义市场学正是适应我国商品经济长期发展和生产社会化程度不断提高的客观需要。

第二，社会主义制度的一个本质特征及其巨大优越性在于，它的生产目的是最大限度地满足人民的物质与文化生活的需要。在社会主义商品经济条件下，人们的需求，主要表现为市场需求。这种需求能否得到满足，社会主义生产目的

能否实现，关键在于社会主义工商企业能否在正确的经济发展战略指引下，以消费者为中心，组织商品的生产和供应，促进市场供需关系的协调发展。社会主义市场学的一项基本任务恰恰在于，在阐明现代市场营销观念的基础上，进一步探求衔接供需，实现社会主义生产目的的最佳形式、最优渠道和最合理的手段。从这个意义上说，社会主义市场学的建立是实现社会主义生产目的的客观要求。

第三，提高生产、建设、流通等各个领域的经济效益是我国经济工作的一个核心问题。从一定意义上说，市场学就是“效益经济学”。经济效益是一个内涵较广的概念，在不同制度下，其社会性质和经济实质不同。在以生产资料私有制为基础的资本主义社会，经济效益表现为资本的效果和资本家对剩余价值的无限追求。而在以生产资料公有制为基础的社会主义条件下，讲求经济效益，就是要以尽可能少的劳动消耗和劳动占用，生产或提供尽可能多的符合社会需要的产品。深入探索提高生产领域和流通领域经济效益的理论和办法，正是社会主义市场学研究的一个核心问题。这种理论和办法，不仅有利于企业提高经营管理水平，增强企业的应变能力和自我发展能力；而且有利于国民经济主管部门增强宏观决策的科学性和有效性。因此，建立社会主义市场学，是“真正从我国实际情况出发，走出一条速度比较实在、经济效益比较好、人民可能得到更多实惠的新路子”^①的客观需要。

此外，社会主义市场学在我国社会政治生活和精神文明建设方面，也将起到不容忽视的重要作用。

总之，国家计划指导下的社会主义商品经济，历史地提出了建立和发展以研究市场活动规律为己任的新兴科学——

① 赵紫阳：《当前的经济形势和今后经济建设的方针》。

社会主义市场学的客观要求。社会主义市场学既然在欣欣向荣的社会主义商品经济中应运而生，它亦将随着社会主义商品经济的日益发达和国民经济的渐趋网络化而茁壮成长、开花结果，为社会主义现代化事业做出它的贡献。

第二节 研究社会主义市场学 必须具备的基本观念

市场，是同商品生产和商品交换相联系的经济范畴。列宁说：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场。”^②市场学面对的市场是一个广义的客观经济范畴。它不是人们日常生活中的用语——狭义的商品交易场所或场地，例如北京的“东风市场”或天津的“劝业场”等等。广义的市场是指商品流通过程以及人们在流通过程中的经济联系和经济关系。社会再生产过程是生产过程和流通过程的统一。市场是实现生产与生产、生产与消费之间联系的桥梁和纽带。为了促进社会主义生产、分配、交换、消费的协调发展，保证社会产品的顺利实现和社会再生产的顺利进行，社会主义市场营销活动应包括除产品加工制造过程以外的社会再生产过程中的一系列环节，如：准备投入市场的商品的设计、生产计划的确定、产品的作价、通过各种渠道使商品进入消费领域，直至在消费过程中为保证商品品质、维护社会主义企业信誉所进行的必要修理与服务等等。那种把市场活动仅仅看成将产品从生产者手中转入到消费者手中，即单纯“买卖”的传统观念是十分陈旧的。

^② 《列宁全集》第1卷，第83页。

多年来，在按照否定和限制商品经济的理论思想所建立的经济体制下，各个生产单位之间横向联系的削弱和自给自足倾向的加深，妨碍了社会主义统一市场的形成和发展。工业企业生产出来的产品，属于生产资料，概由上级行政主管部门统配统拨；属于消费资料则由商业部门统购包销。生产者与市场处于隔离状态，生产企业实质上成为单纯的加工制造者。至于生产什么、生产多少和为什么而生产，企业本身是很少思考，也无权决定的。作为专门从事市场商品交易活动的商业部门，在相当长的一个时期内，它的经营原则基本上是“以产定销”，即“以生产为中心”，生产什么收购什么，生产多少收购多少。商业部门虽身居市场，但缺少市场观念。结果造成了人民需要的东西往往无人生产或很少生产，而人民不需要或不喜欢的东西则大量生产的不正常现象。显然，在这种情况下，社会主义生产目的是难以实现的。

近几年来，我国理论界和经济界对社会主义商品经济等重大理论问题，在认识上取得了突破性进展。那种流传已久的鄙视商品经济的旧观念和排斥市场机制的传统做法正在被逐步清除。社会主义经济是有计划的商品经济这一科学论断已成为我国经济体制改革的理论基础。但也不能不看到，由于我国的社会主义脱胎于半殖民地半封建社会，人们头脑中各种陈旧观念往往一时难以根除，所以，自觉地更新观念，革旧鼎新，是进一步深化改革的客观需要，也是建立社会主义市场经济学的重要前提。

研究社会主义市场经济学必须具备以下几个基本观念：

第一，我国尚处于社会主义初级阶段，商品经济和国内市场很不发达，大力发展商品经济，将是我国现阶段和今后一个相当长历史时期内的战略任务。

第二，社会主义国家要实现商品经济的充分发展，就必

须建立和完善社会主义市场体系。除应进一步完善消费品市场外，还应逐步开放生产资料市场、资金市场、技术市场、劳务市场、信息市场等。这既是促进商品经济高度发展的客观要求，也是商品经济进一步发展的必然趋势。

第三，市场经营活动离不开流通领域，但又不仅仅局限于流通领域，它已直接涉及到生产领域、科技领域、人才开发领域等等，因为，在商品经济条件下，国民经济各个部门和基层组织都必须高度重视市场问题，面向市场，以满足市场需求为出发点和归宿。

第四，市场手段，包括产品决策、产品价格、经营方式、购销渠道、广告宣传以及人员促销等等是市场活动的标准手段。在综合采取各种市场手段时，必须在国家的计划指导和遵守国家政策、法令的前提下进行，这是计划指导下的商品经济的客观要求，也是社会主义市场学理论必须具备的一个基本原则。

第五，宏观市场与微观市场的统一是社会主义市场观的重要内容。研究社会主义市场学必须具有综合平衡观念，即既要从微观的角度，又要从宏观的角度，以实现社会主义生产目的和提高社会与企业的经济效益为目标，探索市场活动规律。

第三节 社会主义市场学的研究 对象和主要内容

社会主义市场学的研究对象是什么？这是近几年来学术界的一个中心议题。由于社会主义市场学尚处于初创阶段，各种不同见解的出现，是一种正常的现象。它反映了学科研

究的活跃与兴旺；它有助于我国市场学的学科建设、发展和完善。

社会主义市场学是从宏观经济管理和企业经营者的角度出发，以消费者为中心，以市场供求状况及其变化趋势为依据，研究如何在市场活动中通过有效的途径、手段和方法，促进社会生产与社会需求的协调发展和社会与企业经济效益的全面提高，并进而揭示市场活动发展规律的一门专门学科。

社会主义市场学的学科性质及其研究对象，决定了它所研究的主要内容大致如下：

第一，社会主义市场的供求关系。对社会主义市场供求关系及其运动规律进行客观的科学研究，这是社会主义市场学的一项重要任务。市场供应和市场需求是市场存在的两个基本条件。换句话说，离开了“供”和“求”，也就无所谓市场问题。这两种经济现象，在市场上相互对立，又密切联系，构成了矛盾的统一体。由于供求矛盾是市场上的主要矛盾，所以，与市场有关的一切社会经济活动都必须以市场供求状况为依据；忽视市场供求关系及其发展趋势，就不会有科学的决策，宏观经济管理和企业经营的目标也将难以实现。

要真正理解供求关系在社会主义市场学研究中的地位，就必须把握以下两点：一是社会主义市场学研究供求关系不仅仅是回答一般性的理论问题和探寻实现供求总量平衡的途径；而且要研究多层次的供求关系问题，包括企业所面临的特定市场的供求关系，研究如何实现供求在结构、地区、时间以及花色、品种、规格等方面的平衡问题。企业以适销对路的产品满足目标市场的需要，实际上正是正确处理社会主义市场供求关系的一个十分重要的内容。那种把供求关系仅仅理解为是一般性的理论问题，从而否定其研究的必要性，乃是一种片面性的表现，是不可取的。只有完整地理解供求

关系的含义，才能在社会主义市场学研究中，把对供求关系的研究放在应有的地位。二是社会主义市场学强调以消费者为中心，其实质是要求人们在处理市场供求关系时，必须把立足点放在最大限度地满足和有效地引导消费者的需求上，绝不能把以消费者为中心理解为可以脱离供求矛盾的一方——供给，孤立地就需求论需求。只有对供求矛盾双方的对立统一运动过程进行全面考察，才能真正了解需求、掌握需求、引导需求和适应需求。

供求矛盾是社会主义市场的主要矛盾，它的发展变化对市场上出现的其他各种矛盾，如各条商品流通渠道之间的矛盾，地区之间、城乡之间的矛盾，商品质价之间的矛盾等等，都有着制约和决定作用。所以，探索社会主义商品供求矛盾运动规律和寻求市场商品供求平衡的途径具有十分重要的理论意义与实践意义。

社会主义市场的供求平衡建立在国民经济综合平衡的基础上。有两项平衡是确保商品供求平衡的直接前提和条件：一是积累与消费的平衡，一是国民收入生产额与使用额的平衡。只有国民经济的综合平衡，才能保证社会主义再生产运动的正常运转和国民经济的稳步增长，才能创建一个供求协调，有利于促进生产发展和有利于消费者的社会主义市场。

与资本主义社会的市场学不同，社会主义市场学既从微观市场角度研究商品供求规律，尤其要研究宏观市场的平衡——从国民经济整体出发研究商品的供求规律，而且把后者作为前者的基础和前提。只有宏观市场的平衡，才能使微观市场活跃与繁荣，使消费者得以对商品进行选择，对生产者与经销者进行公正的评价。这是社会主义公民的一项重要权利，是扫除“官工”、“官商”作风的物质力量，也是促进社会主义经济事业健康发展的重要因素。

第二，商品产销的客观依据。社会主义生产目的是满足

人民的需要——包括生产性需要和个人消费的需求。实现这个崇高的目的意味着：生产企业生产什么、生产多少，商业企业购销什么、购销多少，要以市场的需求为客观依据。无论宏观经济决策或微观产销计划，都应充分考察市场需求。这是社会化大生产和社会主义经济网络化的客观要求，是社会主义公有制经济本质所客观决定的必然趋势。

在社会主义条件下，商品市场包括生产资料市场和消费品市场两个基本构成部分。但是市场商品需求最终表现为消费品需求。满足人民的生活消费是社会主义生产的出发点和归宿点，也是社会主义流通的起点和终点。马克思说：“产品在消费中才得到最后完成。……没有生产，就没有消费，但是，没有消费，也就没有生产，因为如果这样，生产就没有目的。”又说：“只是在消费中产品才成为现实的产品，例如，一件衣服由于穿的行为才现实地成为衣服，一间房屋无人居住，事实上就不成其为现实的房屋；因此产品不同于单纯的自然现象，它在消费中才证实自己是产品，才成为产品。”^①就这个意义说，市场的需求，就是人民的需求，以市场为中心，就是以人民的需要与爱好为中心。

如何以市场为中心，以满足人民的需求为目标，调整产业结构，並在这个前提之下制定产品经营策略、产销计划以及采取相应的产销方式和经营手段，是社会主义市场学的重要研究内容。

社会主义市场学研究消费者需求，不仅要从经济学的角度，掌握消费者购买商品的货币支付能力和社会购买力的投向，而且要从社会学、心理学的角度综合考察消费者的购买动机、购买行为和购买习惯，为更好地满足消费者需要和指导消费提供科学依据。

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年版，第94页。