

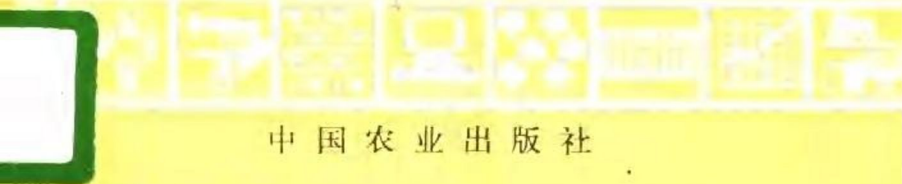


全国中等农业学校教材

市场经济基础

农经、经贸、营销、企管等专业用

江苏省句容农业学校 主编



中国农业出版社

全国中等农业学校教材

市场经济基础

江苏省句容农业学校 主编

农经、经贸、营销、企管等专业用

中国农业出版社

全国中等农业学校教材
市 场 经 济 基 础
江苏省句容农业学校 主编

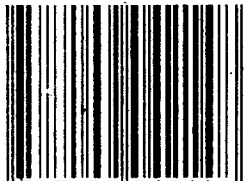
责任编辑 马光霞
出版 中国农业出版社
(北京市朝阳区农展馆北路2号)
发行 新华书店北京发行所
印刷 中国农业出版社印刷厂

* * *

开本 787×1092mm32 开本
印张 9.25 字数 202千字
版、印次 1996年10月第1版
1996年10月北京第1次印刷
印数 1—4,500册 定价 7.35元

书号 ISBN 7-109-04214-6/F·481

ISBN 7-109-04214-6



9 787109 042148 >

前 言

为适应建立社会主义市场经济体制的需要,增加学生市场经济的基础知识和基本技能,依据农业部教育司关于在全国中等农业学校经济贸易类专业教学计划中增开《市场经济基础》课程的精神以及所制订的本课程教学大纲,编写了本教材,供农业经济管理、乡镇企业管理、经济贸易、财务会计和市场营销等专业教学之用,也可作为成人教学和自学之用书。

本教材与《市场学》相配套,共同作为经济贸易类专业的必修课。在教学中要坚持理论联系实际,总结我国市场交易实践,汲取国际贸易的成功经验,做到学以致用,以不断充实和丰富教材内容。

本教材以社会主义市场经济体制理论为指导,按照世界贸易的通用交易方式和惯例,系统叙述市场交易的基础理论,重点介绍商品、劳动力等具体市场的交易特点和内容,既有系统的理论性,又有较强的实用性。

本教材由钱东伟、陆瑞端、胡宝琮、何学连共同编写,由南京农业大学经贸学院李岳云教授和孙杭生副教授审定。

在我国确定建立社会主义市场经济体制的初期编写本教材,加之编者水平有限,书中不妥之处,敬请读者和同行批评指正。

编 者

1995年8月

目 录

绪 论	1
第一节 市场经济的特征	1
第二节 市场经济的运行机制	4
第三节 建立社会主义市场经济体制	10

上 篇 市场交易总论

第一章 市场交易的职能	19
第一节 交易职能	19
第二节 实体职能	25
第三节 辅助职能	34
第二章 市场交易基础	45
第一节 商品的交易基础	45
第二节 劳动力的交易基础	51
第三章 市场交易条件	55
第一节 市场交易的基本准则条件	55
第二节 市场交易的主要条件	58
第三节 市场交易的一般条件	68
第四章 市场交易程序	76
第一节 交易程序	76
第二节 交货方法	84
第五章 市场交易方式	89

第一节 现货交易与期货交易	89
第二节 批发与零售	96
第三节 包销、代理、寄售、拍卖	99
第四节 协定贸易、补偿贸易	107
第六章 市场交易法规	114
第一节 市场交易规则的组成	114
第二节 国际商法	116
第三节 我国涉外经济法规	135

下 篇 市场交易各论

第七章 商品市场	145
第一节 消费品市场	145
第二节 农产品市场	153
第三节 生产资料市场	157
第八章 劳动力市场	162
第一节 劳动力市场的特点	162
第二节 劳务交易	168
第九章 金融市场	175
第一节 金融市场的构成要素	175
第二节 资金融通	185
第十章 证券市场	205
第一节 证券交易的规则与程序	205
第二节 股票交易	216
第三节 证券市场的管理	221
第十一章 房地产市场	228
第一节 房地产交易的特点	228
第二节 土地市场管理	236
第十二章 技术市场与信息市场	252
第一节 技术市场	252

第二节	信息市场	261
第十三章	世界市场	272
第一节	世界市场的组成	272
第二节	世界市场的开发	279

绪 论

市场经济是指市场机制在社会经济的运行中占统治地位，社会资源配置主要由市场机制进行调节的经济。它是社会化大生产、商品经济高度发展阶段，由市场作为资源配置的基础性方式和主要手段的经济。

第一节 市场经济的特征

市场经济是一种社会经济形态。

经济形态是在一定生产力条件下，生产者在物质资料生产总过程中所建立的相互间经济联系的形式和交往方式。

一、社会经济形态的分类 随着社会生产力的发展，人类社会的经济形态的演变过程大致如下：自然经济→商品经济（市场经济）→产品经济。

（一）自然经济，即自给自足经济 自然经济的特点是：劳动产品是为了满足自身的需要，不是为了交换；期间所存在着的商品生产和商品交换，处于从属地位，属于简单再生产。原始社会末期、奴隶社会和封建社会，均采取自然经济形态。

（二）商品经济（市场经济） 商品经济的特点是：劳动产品不是为了满足自身的需要，而是为了交换；期间所存在

着的自然经济，处于从属地位。资本主义经济制度和社会主义经济制度，均采用商品经济（市场经济）形态。

（三）产品经济 产品经济是指社会生产力高度发达，生产资料公有化和按需分配的共产主义社会的经济形态。到目前为止，产品经济仅是对社会经济形态发展、演进的揭示。

当今世界各国，不论社会制度如何，都必须经历商品经济（市场经济）的发展阶段。世界少数国家，超越社会生产力的发展水平，强行推进产品经济的尝试，都是不成功的或失败的。商品经济是人类社会不可逾越的发展阶段。

市场经济与商品经济，两者相联系，有其内在的一致性，但又有区别。商品经济是一种经济形态，是相对于自然经济和产品经济而言的。商品经济是市场经济存在和发展的前提和基础。市场经济是一种运行机制，是相对于计划经济而言的。市场经济是商品经济存在和发展的客观要求，是商品经济发展到一定阶段的产物，是商品经济的现代形态和发达形态，是市场化、社会化、货币化和开放式的商品经济。当一切社会经济活动都通过市场，市场机制成为资源配置的基础性方式和主要手段时，商品经济就表现为市场经济，即市场经济成为商品经济的必然的自我表现形式。

二、市场经济的特征 市场经济有其一般共性，即不依存于社会制度的性质。市场经济有其特殊性，即由社会制度所决定的性质，如社会主义制度便有社会主义市场经济的特征。

（一）市场经济的一般共性 市场经济与其他社会经济形态相比，有以下基本共性：

1. 自主性。市场经济的主体是企业。社会经济活动中的企业，是按自主要求建立的，实行自主经营，独立核算和自

负盈亏的制度，与政府完全脱钩。

2. 开放性。市场经济向不同所有的企业开放，向所有的经营者和消费者开放，向国内和国外开放；市场经济重视自由选择，平等竞争，无地位、等级差别。

3. 竞争性。在市场经济条件下，企业之间的关系是相互竞争的关系，且非常激烈。通过竞争，使资源得到有效的配置和利用；通过竞争，以决定商品价格。公平竞争下的价格，能真实反映社会的评价，即产品的稀缺程度和供求状况。为此，企业依据市场的价格信息，从市场取得经营要素，向市场提供经济成果，按等价交换的原则，在市场优胜劣汰的竞争机制中，形成对自身的压力和动力，促进生产要素的合理流动，实现产业结构和产品结构的优化，使资源得到合理配置，并求得生存和发展。

4. 有利性。在市场经济条件下，各种产品、服务、货币以及包括资本、劳动等在内的生产要素，能依据价格、成本的有利性自由流动；其供给与需求自由适应，形成均衡价格，推进效率的提高。

5. 自发性。市场机制对供求的调节和对资源的配置作用是自发进行的，即市场调节具有自发性。同时，市场机制对社会供求的调节是否合理，对生产资源的配置是否合理，是事后才发现的，即市场调节具有后发性（滞后性）。再则，市场竞争的必然结果是优胜劣汰，特别表现在收入差别的拉开，会引起两极分化，出现社会的不公。由上可知，市场经济难以避免自发性、后发性和两极分化所出现的问题，如周期性经济危机等。为了维持社会经济的长期稳定，保护生态环境和社会资源等，现代市场经济需要有政府的宏观调控。

（二）社会主义市场经济的特征 社会主义制度的基本

特点，决定了社会主义市场经济的特征。

1. 我国的社会主义政治制度，以为人民服务为宗旨。发展社会主义市场经济，其目的是为广大人民大众谋利益。

2. 我国以公有制经济为主体，以个体、私营、外资等经济为补充，并使不同所有制经济组合经营，一道进入市场，平等竞争，共同发展。

3. 我国的分配制度以按劳分配为主，其他分配形式为补充，兼顾效率与公平，运用市场机制合理拉开差距，刺激效率；运用多种调节手段，防止两极分化，逐步实现共同富裕。

社会主义政治制度，公有制经济为主体，按劳分配形式为主和共同富裕，这有利于市场经济处理好如下关系：整体与局部的关系；微观放活与宏观协调的关系；刺激效率与实现社会公平等关系，以体现社会主义制度的优越性，促进市场经济的发展。

第二节 市场经济的运行机制

市场机制是指市场总体内部各方面在市场交换中所建立的相互制约、相互促进的内在的有机联系形式，即市场主体在市场上进行相互联系和相互作用的经济活动所形成的价格、利率、竞争、供求、风险等方面的联系和制约方式。

市场机制的基本功能是在市场机制下自发地配置生产资源，解决资源短缺与需求无限之间的矛盾。

市场机制是由价值规律、供求规律和竞争规律共同作用而形成的机制。

一、价格机制 商品价值由其社会必要劳动时间决定；商品价值是其价格的基础；商品价格是其价值的货币表现形

式；商品价格随其资源稀缺程度、供求变化和竞争状况而上下升降，出现价格与其价值的背离，进而自发地配置社会资源、自发地调节社会再生产过程及其生产、流通、分配和消费诸环节。

在市场经济条件下，价格是指通过自由竞争形成的能够反映资源和产品的稀缺程度及其供求状况的价格。这种价格信号，是对某种资源和产品的社会评价。生产经营者耗用了多少，创造了多少，就要按照这个价格来评价，评价你能否实现商品的价值，评价你对社会贡献的大小。这种评价，能引导企业按社会的需求来进行商品的生产和经销。

价格机制对生产资源的配置，对社会再生产过程及其诸环节的调节，以及对商品供求的调节，是通过价格信号，在社会价值与个别价值、商品价值与商品价格的比较、计算下自发地产生作用的。

（一）个别价值与社会价值的比较 当生产某商品（服务）的个别价值小于其社会价值时，生产经营者不但能实现商品（服务）的价值，并能获得额外纯收入。当生产某商品（服务）的个别价值大于其社会价值时，生产经营者就不能实现商品（服务）的价值，甚至要亏本。当生产某商品（服务）的个别价值与其社会价值相等时，生产经营者能实现其商品（服务）的价值，从中获得合理的利润。

（二）商品价格与其价值的背离 商品价格与其价值的相背离是绝对的，相一致是相对的。当商品价格大于其价值时，生产经营者能实现商品的价值并获得额外纯收入。当商品价格小于其价值时，生产经营者不能实现商品价值，甚至要亏本。当商品价格与其价值相一致时，生产经营者能实现商品价值，从中获得合理的利润。

(三) 商品价格随供求变化而升降 商品供求一般与其价格成反比。

当供 $>$ 求时，商品价格一般低于其价值。

当供 $<$ 求时，商品价格一般高于其价值。

当供 $\approx$ 求时，商品价格一般与其价值相近似。

(四) 商品价格随资源稀缺程度而波动 在一般情况下，资源丰足富裕，其商品（服务）价格低廉，价格小于其价值。资源匮乏稀缺，其商品价格昂贵，价格大于其价值。

(五) 商品价格随竞争程度而上下波动 市场竞争激烈，商品价格一般低于其价值。市场竞争一般，商品价格大致与其价值相符。市场无竞争或实行专卖，商品价格一般高于其价值。降价，是企业竞争的一种手段。只有降价，将价格降至包本，能取得微利（低于商品价值中的合理利润），企业才能维持生存和发展。

价格机制是市场机制的重要组成部分。市场经济是价格机制充分发挥作用的经济。

二、供求规律 商品供给与需求，是市场上两股基本力量，两者之间是一种相互联系，相互依存，相互制约的关系。需求，需依靠供给来满足；供给，需由需求来实现。两者之间不适应，则产生供求矛盾；两者之间相适应，则为供求平衡。

(一) 商品供求矛盾的表现

1. 一定时期内社会商品可供量与市场商品购买力之间的矛盾，即商品供求总量上的矛盾。此矛盾使价格上下波动。

2. 市场供应的商品与市场需求的商品在品种、规格、款式、质量等方面的矛盾，即商品供求构成上的矛盾。此矛盾形成价格差异。

3. 市场商品供给与市场对商品需求在时间、季节上发生脱节等矛盾，即商品供求时间上的矛盾。此矛盾形成商品季节价格差异。

4. 市场商品供给地（商品生产地、收购地）与商品需求地之间的矛盾，即商品供求地区上的矛盾。此矛盾形成商品地区价格差异。

（二）商品供求运动的形式 商品供求运动形式有以下三种：

1. 供给大于需求，即市场商品供给量大于需求量，市场商品出现积压，商品价格下降。

2. 供给小于需求，即市场商品供给量小于需求量，社会需求得不到充分满足，商品价格上涨。

3. 供给与需求相等，即市场商品供给量与需求量大体相等，商品价格平稳。

（三）商品供求受价格的影响 价格变动会引起供求的变动，在一般情况下，若市场商品价格上涨，则商品供给增加，需求减少。若市场商品价格下跌，则商品供给减少，需求增加。价格涨落，影响供求；反之，供求增减，也影响价格涨落。两者互相联系，互相制约，成反比例关系。

商品供求矛盾及其运动，可以得出如下结论：①商品供求的变动决定着价格的变动，若商品供不应求，则价格上涨；若商品供过于求，则价格下跌。②价格的变动，会引起商品供求的变动，如价格上涨，则供给增加，需求减少；若价格下跌，则供给减少，需求增加。③商品供求的变动，决定商品价格以其价值为轴心发生上下波动，这种波动的总趋势是向着商品供求平衡的方向发展。

三、竞争机制 竞争是一种有效的动力机制，是推动社

会经济发展的重要力量。

市场竞争是指商品生产者之间、经营者之间、生产者与经营者之间、消费者之间，为实现自身的经济利益而进行的争夺。

市场竞争是商品经济发展的必然产物，是不以人们意志转移的客观规律。

首先，在商品经济条件下，卖方让渡商品使用价值而获取商品价值，并使之越多越快越好。买方让渡价值而获取使用价值，并使之以最少价值的让渡获取较多的使用价值。为此，买卖双方必然展开为彼此经济利益的争夺，其商品价值在竞争中得以实现。

其次，市场供求的变化，使供不应求的商品价高利大，从而吸引投资者的竞相加入；使供过于求的商品价低利微，从而使原有的生产经营者退去。市场竞争使社会资源得到了合理配置，使社会投入每种商品的劳动量与社会的需求量相适应。

第三，价值规律作用下，市场商品供不应求时，买方彼此争购商品，则卖者竞相抬价，使商品价格高于其价值。反之，当市场商品供过于求时，买者压价，卖者降价抛售，使商品价格低于其价值。由上可知，市场供求规律作用是通过竞争机制实现的。

市场竞争是市场机制的重要组成部分，是价值规律和供求规律得以发挥作用的必要条件。价值规律、供求规律和竞争规律的共同作用，形成市场机制。其中价值规律是产生市场竞争的内因，充满商品交换的市场存在是产生市场竞争的外因，商品供求变动是市场竞争发展的条件，这就是商品经济运行的市场机制。

(一) 市场竞争的形式 市场竞争主要有以下三种形式：

1. 卖者之间的竞争。卖者之间争夺有利于自己的市场地位，争夺更多的消费者，其核心是争夺顾客。

2. 买者之间的竞争。买者之间争夺原料、争夺货源、争购商品，其竞争的焦点是用快速、廉价的竞争手段购到所需的商品。

3. 买卖双方之间的竞争。买方与卖方在贱买贵卖问题上展开竞争，买方希望以低廉的价格，买到质地优良的商品；卖方希望在最短时间内以最高价格将商品推销出去，双方为各自的经济利益进行争夺。

(二) 市场竞争的内容 市场竞争的内容很广泛，主要有以下几个方面：

1. 同行业厂商之间的竞争。同行业厂商之间争夺市场的竞争，是市场竞争的主要内容之一。同行业厂商彼此生产、销售同一种产品，为早日、完全实现自己商品的价值，必然展开相互竞争。如同行业厂商的产品供过于求，则相互之间的竞争日趋激烈。同行业厂商的竞争抗衡，常采用价格战、广告战、营业推广，开展售后服务等竞争策略。

2. 同类产品之间的竞争。同类产品之间竞争，一般围绕产品的规格、款式、质量、价格、包装等方面展开竞争，其目的是使自己的同类产品争取有利的销售条件，并获得较多利润。

3. 互代产品之间的竞争。互代产品具有相同或相近的使用价值，同样能使消费者得到满足。开发替代品，以在市场中取得有利地位并获利，是企业之间竞争的重要内容。

4. 争夺消费者。消费者是企业的“上帝”。因此市场竞争的核心是对消费者的竞争。谁能赢得顾客，争得越来越多的

政府宏观调控

定价	信贷	利率	计划	税收	财政	参与竞争	经济立	政策	其他
限价					扶持	吞吐商品	法、司法	引导	措施

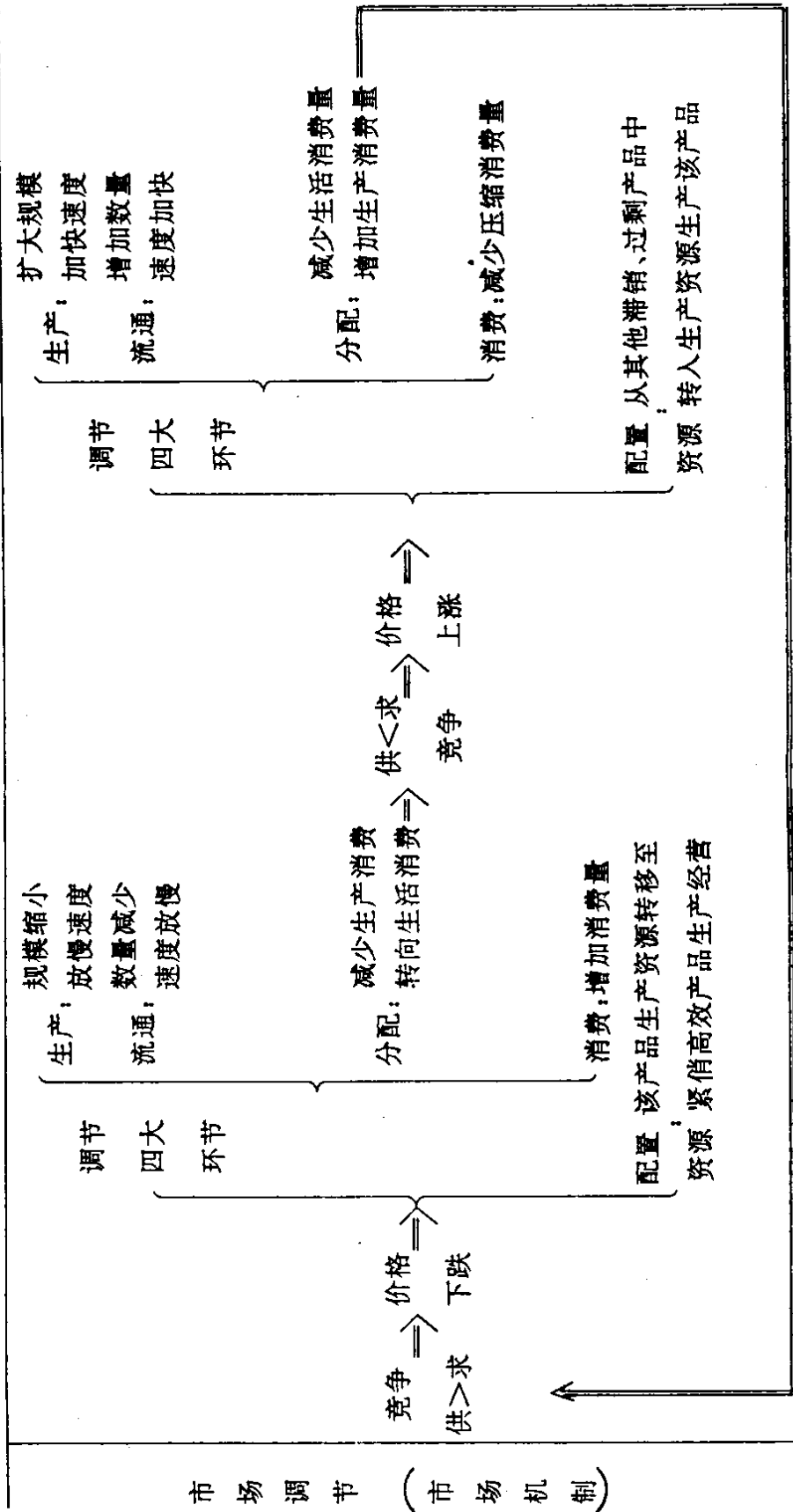


图1 市场机制与宏观调控示意图