

市场管理

工商行政管理
中等专业教材编审委员会

3.5

经济管理出版社

编 审 说 明

全日制工商行政管理中等专业学校专业系列教材,已经工商行政管理中等专业教材编审委员会审定,决定从1991年秋季起,在全系统招收的四年制中等专业学校中试用。其他不同学制的相同专业或成人中专,也可作为参考。

全日制工商行政管理专业系列教材共分八册,包括:《工商行政管理概论》、《市场管理》、《企业法人登记管理》、《经济合同管理》、《个体与私营经济管理》、《商标管理》、《广告管理》、《经济检查》。

本教材在编写时,力求坚持理论联系实际的原则,研究和吸取以往工商行政管理中专教材的长处,反映工商行政管理最新发展动态,力求从工商行政管理的实际出发,逐步建立一套符合我国国情、适应工商行政管理事业发展需要、具有工商行政管理特色的教材新体系。

由于我们对编审这类教材还缺乏经验,加之工商行政管理作为一门学科还在形成和发展之中,许多理论问题、政策问题、制度问题尚有待探索和完善,希望广大教师和同学在教学实践中不断提出修改意见。

工商行政管理中等专业教材编审委员会

1991年4月

目 录

第一章 市场概述	(1)
第一节 市场的形成和发展.....	(1)
第二节 市场的基本要素及其活动.....	(7)
第三节 市场的性质和作用	(17)
第四节 我国社会主义初级阶段的市场	(22)
第五节 建立和培育社会主义市场体系	(31)
第二章 市场管理的性质和任务	(35)
第一节 市场管理的概念及特征	(35)
第二节 市场管理的性质和任务	(40)
第三节 市场管理的基本内容	(43)
第四节 市场管理的职能	(51)
第三章 我国市场管理的发展	(56)
第一节 国民经济恢复时期的市场管理	(56)
第二节 过渡时期的市场管理	(66)
第三节 十年建设时期的市场管理	(72)
第四节 “十年动乱”时期的市场管理	(77)
第五节 新时期的市场管理	(80)
第四章 市场管理的原则和方法	(83)
第一节 市场管理的基本原则	(83)
第二节 市场管理的基本方法	(91)
第五章 市场管理的法制建设	(98)

第一节	市场管理法规	(98)
第二节	市场管理法规的制定和实施	(102)
第六章	城乡集市贸易管理	(106)
第一节	集市贸易的形式	(106)
第二节	集市贸易的性质和作用	(107)
第三节	城乡集市贸易管理的内容	(113)
第四节	农副产品批发市场管理	(122)
第五节	小商品市场管理	(126)
第六节	旧货市场管理	(130)
第七节	边远地区市场管理	(134)
第八节	集贸市场文明管理和规范化管理	(137)
第七章	各类市场的管理	(146)
第一节	生产资料市场管理	(146)
第二节	消费资料市场管理	(151)
第三节	资金市场管理	(156)
第四节	技术市场管理	(159)
第五节	劳务市场管理	(163)
第六节	信息市场管理	(167)
第七节	房地产市场管理	(170)
第八章	市场管理信息	(176)
第一节	市场管理信息	(176)
第二节	市场管理信息处理	(179)
第九章	市场管理统计	(186)
第一节	市场管理统计的任务、地位和作用	(186)
第二节	市场管理统计指标体系	(189)
第三节	市场管理统计调查	(192)
第四节	市场管理统计分析	(196)

第十章 市场管理效率	(204)
第一节 市场管理效率的概念及表现形式.....	(204)
第二节 市场管理效率的测定.....	(205)
第三节 提高市场管理效率.....	(207)
第四节 市场管理的现代化.....	(221)
编写说明	(215)

第一章 市场概述

市场属于商品经济范畴。市场的历史极其悠久，它是伴随着人类社会分工的出现而产生，并随着社会分工的不断深化和商品经济的发展而发展的。至今，它已有几千年的历史，经历了几个不同的社会发展阶段。特别是社会主义统一市场的形成和建立，标志着市场已发展到一个崭新的高度，进入一个新的历史时期。

本书讲解的重点，是我国社会主义初级阶段的市场管理。

第一节 市场的形成和发展

一、市场的概念

市场属于商品经济的范畴。在人类历史上，自从有了商品生产和商品交换，客观上就有了市场。马克思曾说过：“商品经济出现时，国内市场就出现了；国内市场是由这种商品经济发展而造成的。”（《列宁选集》第一卷，第189页）“市场”一词，从字义上理解，“市”是买卖的意思，“场”是指场所。因此，就狭义的概念而言，市场就是商品交换的场所，即指在一定时间、地点进行商品买卖的地方。在商品生产的条件下，商品生产者的生产目的不是为了自身的消费，而是为了他人的需要，是为了进行交换。而市场在这一过程中所担任的角色，就是提供交易的场所。因此，狭义的市场只是场所和空间的概念。

从商品生产者和经营者的角度看,市场是商品销售的场所,代表着人们对商品的需求。从这种意义上,人们时常把市场作为商品销路的同义词来使用。例如我们常说“农村是广阔的市场”,实际就是指我国农村存在着对商品的广泛现实需求和潜在需求。从消费者的角度看,市场是购买商品的场所,代表着对消费者的有效供应;即什么地方有市场,什么地方就存在对消费者所需商品的供应。

就广义的市场概念而言,它是指商品交换关系的总和,即商品生产者、经营者和需求者,为满足相互的需要,通过买卖方式实现产品的互相让渡的商品交换关系的总和。

随着生产和社会分工的发展,商品交换日益频繁,人类的生活和生产活动对交换的依赖程度日益加深,对市场的认识也逐步深入。人们开始认识到,在市场活动中,既有生产者出卖商品的活动和消费者购买商品的活动,也有商品经营者既买又卖的活动。在交换活动中,人们都希望能够达到满足自身需要的经济目的,因而使交换活动反映着错综复杂的经济利益关系。这种复杂的经济利益关系,具体表现为商品的买卖方式。因此,市场反映着不同生产者通过买卖方式实现产品互相让渡的商品交换关系的总和。正如马克思所说:“由于社会分工,这些商品的市场日益扩大;生产劳动的分工,使它们各自的产品互相变为商品,互相成为等价物,使它们成为市场。”(《资本论》第三卷,第718页)市场是由于商品互相成为等价物,建立起商品交换关系而形成的。商品的交换,表示通过市场来实现的各个生产者之间的联系。只有通过交换,才能实现商品满足人们需要的目的。

市场的概念表明:市场作为商品交换的场所,在本质上是通过商品交换关系体现着复杂的社会关系。市场活动能反映

出多种复杂的社会关系,反映出社会生产和社会需要之间、商品可供量和货币购买力形成的有支付能力的需求之间、生产者和消费者之间、国民经济各部门之间的联系。在社会主义制度下,各种商品交换行为都应该体现出社会主义制度的特征,各种交换活动都应该以巩固和发展社会主义的经济基础为目的。社会主义的市场所体现的经济关系,是国家、集体、个人之间互助合作的商品交换关系,商品交换应该遵循价值规律,实行自愿交换,等价让渡。

市场规模的大小,受人口的数量、商品的需求量、商品的可供量以及商品生产的发展程度和社会分工情况等因素的制约。在社会主义初级阶段,各种自然因素和社会因素都迫切要求我们培育和建立社会主义市场体系,扩大市场规模,发展社会主义有计划的商品经济,以满足广大消费者对各种商品的需求,促进社会的发展和人类的进步,缩短我国同其他发达国家的距离。市场与商品生产和社会分工的密切联系,使市场成为发展商品经济的必要条件。

二、市场的形成和发展

(一)市场形成和发展的简要回顾

在原始社会漫长的历史时期内,生产力水平极为低下,人们只能从事共同的劳动,没有社会分工存在。人们通过共同劳动而得到的所有物品,只能平均分配给每一个人,以维持最低限度的生活。当时,由于没有多余的产品,没有进行交换的可能,当然不存在商品生产,因而也就没有市场。到了原始社会末期,随着生产力的发展,相继出现了人类社会的三次大分工。第一次社会大分工,是畜牧业和农业的分工。人们在这个阶段,懂得了驯养家畜,知道了通过驯养家畜可以获得比打猎更多的收益。于是,人们不再把捕来的野兽全部杀掉,而把它

们养起来，让它们繁殖，由此便产生了一个专门的行业——畜牧业。这时，农业也发展起来了，人们不仅知道采集天然果实，也开始懂得种植。例如，种植粮食、瓜果，可以取得多而稳定的收获，于是，农业也成为一种专门的行业。第二次社会大分工，是农业和手工业的分离。一部分人从农业中分离出来，专门制造生产工具和生活用具，纺纱织布，脱离了农业生产，成了手工业者。这次分工对改良工具、丰富生活用品起到了巨大的作用，有力地推动了社会生产力的发展。第三次社会大分工出现了商人阶层，即一部分人不再从事直接的物质生产活动，而是专门从事产品的交换活动。商品交换刺激了生产和消费，推动了生产力的发展。由于社会生产力水平的提高，人们可以生产出除满足自己生活需要之外的剩余产品，从而为私有制和剥削创造了条件，公有财产开始转化为私有财产，公有制开始瓦解。伴随着原始社会公有制的解体，代之而起的是生产资料私有制。适应这种情况，私有者个人之间的交换就成了商品交换的唯一形式。社会分工和私有制的产生，出现了商品生产，商品只有通过市场交换，才能实现其满足人们需要的目的。“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有‘市场’”。（《列宁全集》第1卷，第79页）。

从原始社会末期出现市场开始，到资本主义社会以前的这段时期里，市场的规模是狭小的，发展是缓慢的。这是因为，在这个时期里，社会是由许多单一的彼此联系很少的经济单位组成的，生产力水平很低。生产者的产品除供自己消费外，没有更多富余的产品可以出卖，交换得不到发展。同时，由于商品经济对自然经济起着瓦解作用，历代统治阶级为了巩固自己的统治地位，也极力限制商品经济的发展。但在当时，商品经济的发展代表着社会的进步，这个时期的市场对生产发

展、经济繁荣起到了促进作用，推动着历史缓慢的发展。

资本主义的工业革命，使劳动生产率得到空前提高，社会化大生产代替了以手工操作为特征的小生产。商品经济和社会分工高度发展，促使不同的经济部门相继建立，交换关系深入到各个经济领域，商品经济完全取代了自然经济。市场范围也空前扩大，一方面人们生产出来的社会产品几乎全部拿到市场上出卖；另一方面人们所需要的一切东西，也几乎全部到市场上去购买；不仅生产资料 and 消费资料成为商品，甚至劳动力也成了商品，商品交换成为“资产阶级社会里最简单、最普通、最基本、最平凡、最常见、碰到过亿万次的关系”。（《列宁选集》第二卷第712页～713页）

生产力的发展，促成市场规模的扩大；市场的急速膨胀，又反作用于生产力的发展，商品交换成为社会经济生活不可缺少的重要环节。因此，这一时期的市场是高速发展的，但由于它所依赖的经济基础的性质以及资本主义社会本身所固有的社会矛盾，使市场竞争不受控制地空前激烈，生产的社会化和生产资料私人占有的矛盾日益突出，从而为资本主义制度的灭亡创造了条件。在社会主义社会里，生产力水平还不够高，劳动依然是一种谋生的手段。由于人们的劳动能力不同，贡献不同，因而在个人与个人之间、企业与企业之间，在利益上存在着差别。社会主义社会在分工和生产社会化的前提下，独立核算的经济单位之间的经济关系，必须采取等价补偿和等价交换的原则。但在社会主义时期，市场活动的根本目的是为了满足不同的人们日益增长的物质和文化生活需要，参加市场交换活动的成员的根本利益是一致的。因此，社会主义制度下的市场比资本主义的市场具有明显的优越性。

（二）市场的形成和发展

分析人类社会几千年的发展过程,可以比较清楚地看出,市场作为与商品经济紧密联系的历史范畴,其存在必须具备两个条件:一是社会分工,二是商品经济。

社会分工是产生商品交换的前提条件。社会分工是指物质资料生产和再生产过程中不同部门之间和各部门内部的分工,它是随着生产力的发展而产生和发展的。由于社会分工的不断深化,产品的数量越来越多、越来越丰富。任何一个劳动者、一个生产单位、一个社会生产部门,只能是整个社会再生产过程中的一个环节,是社会生产有机整体的一个部分,不可能出现不依赖他人而独立存在于社会的个人、组织和团体。他们参与社会活动,生产出来的产品也是社会总产品当中的一部分。他们只能用自己生产出的产品,向其他单位或个人换取自己所需要的产品。如果不存在社会分工,所有的生产者就会从事同一种生产活动,生产出同一种产品,当然也就没有必要进行商品的交换。毫无疑问,只要存在社会分工,就势必出现不同产品所有者之间的产品交换;这些用来交换的劳动产品,我们称之为商品。从事用来交换的产品的生产活动,是为了其他人的;这种不是为生产者自己消费而是为交换而进行的产品生产,我们称之为商品生产。

市场为不同的劳动者交换产品提供了场所,同时也为实现产品自身的价值提供了必要的条件。所以,市场是社会分工和商品经济的产物。市场是随着社会分工和商品经济的产生而产生的,它也将随着社会分工的深化、商品经济的发展而发展。当然,到了人类最美好的理想社会——共产主义社会到来的时候,由于不存在商品经济了,市场也就失去了存在的基础,市场这个与商品经济紧密相关的概念亦将失去现实意义,而退出历史舞台。

第二节 市场的基本要素及其活动

一、市场的基本要素

市场是进行商品交换的场所,是各种商品交换关系的总和。市场的形成必须具备以下几个基本要素:

1. 能够满足消费者需要的一定量的商品,即商品的供给,是形成市场的物质基础

商品生产者生产商品的目的,不是为了取得商品的使用价值,而是为了取得价值。而且,商品一经生产出来,只有通过与其他人的商品进行交换,把商品的使用价值让渡给别人,才能实现这一商品的价值。所以,商品的价值和使用价值是矛盾的,是对立的统一体。这是形成商品交换的内在动力。同时,在社会分工的条件下,任何生产者决不可能仅仅依靠自己的力量就能生产出自己的生产和生活所需要的各种商品。商品对于生产者来说,没有直接的使用价值,而对于商品的需求者来说,才具有直接的使用价值。商品生产者利用使用价值进行商品交换,商品需求者则通过交换得到商品的使用价值。正如马克思所指出的:“商品的物质区别是交换的物质动机。”(《马克思恩格斯全集》第23卷第182页)因此,我们不难得出这样的结论:市场中交换双方所发生的经济联系,是以不同使用价值相交换为内容的。要想进行商品交换,必须先由商品的卖方向市场提供一定量的可供交换的商品。

提供给市场的用来进行交换的商品,是形成市场的物质基础,是形成市场、促成商品交换的首要条件。但是,这些商品必须满足这样的条件,即商品必须是能满足消费者某种需要的使用价值,这对于能否进行交换起着至关重要的作用。因为

商品交换是以不同的使用价值为内容的，商品生产者和需求者分别都是为了出让和取得使用价值而进行经济联系的。如果商品生产者不问需求者是否想得到某种使用价值，只是一味地生产某种商品，那么，尽管这种产品的数量再多，质量再好，服务再周到，最后也会因为无人想得到这种使用价值，而得不到社会的承认。所以，为社会提供的商品，必须具有符合市场需要的一定的使用价值，才能真正构成市场的物质基础。

2. 一定量的货币购买力所形成的有支付能力的需求，是形成市场的另一个基本要素

商品交换关系的最终形成，是商品生产者把自己生产出来的使用价值让渡给需求者。与此同时，需要这种使用价值的需求者必须在得到商品时付出一定的报酬，帮助提供商品的生产者实现商品的价值。

从商品流通的发展过程看，最初的交换形式，是直接的物物交换，即商品与商品的交换($W-W$)。随着社会的进步，交换关系进一步完善，伴随着特殊的商品——货币这一等价物的出现，形成了简单的商品流通形式，即商品—货币—商品($W-G-W$)，以及扩大的商品流通形式，即货币—商品—货币($G-W-G$)。后两种流通形式虽然不同，但都体现了在以货币为媒介的交换条件下，每次商品交换中商品与货币的对立。这种商品与货币的对立，反映了商品内在的价值与使用价值的对立，同时也反映了提供商品者和需要商品者之间的对立。因此，我们可以得出这样的结论：在商品经济日益发达的条件下，即使社会上已经有了大量的商品供给，形成了市场的物质基础，但如果没有足够用来购买商品的一定量的货币与之相对立，商品的价值依然无法实现，商品交换过程依然无法完成。

所以,相对于一定量的商品而存在的货币购买力所代表的商品需求的最终形成,是形成真正市场的另一个极其重要的因素。

由于货币作为一般等价物,可以同任何商品直接交换,在市场活动中起着交换媒介的作用,因此,市场活动中一定量的货币,代表着一定量的需求。需求的总量将制约着提供商品的总量,即形成市场的规模;需求的构成将影响提供的商品构成,即形成市场的结构和布局;同时,社会的商品需求,在空间和时间上也将对不同类型市场的形成起着制约作用。这是我们在建立新型的社会主义市场时必须考虑的一个重要方面。要从社会的需要和提供商品的可能这两个方面来考虑市场的建立,以促进社会主义经济的发展,推动人类社会的进步。

3. 商品供给方和商品需求方所能共同接受的交易条件,也是形成市场的基本要素之一

在市场活动中,有了一定量的商品供给,又有了货币支付能力所代表的需求,还不能形成真正的市场。因为商品供给和商品需求的对立,仅仅为形成商品交换提供了可能;要想把这种可能变成现实,还需要具备交换双方所能共同接受的交易条件。只有当商品提供者认为在某种条件下进行交换自己的利益能得到保证,而商品需求者也感到在这种条件下进行交换自己的利益没有受到损失的情况下,才可能形成真正的商品交换。这是形成市场的另一个极其重要的因素。不具备这个条件,商品供给和商品需求这两个基本因素就只能以各自孤立的形式存在,而不能建立有机的联系。

商品交易的条件,主要表现在商品价格上;交换双方的利益要求,也集中表现在交易价格上。马克思主义政治经济学认为,商品的价格不是可以由随便什么人任意确定的。决定商品

价格的内在根据,是商品的价值,亦即凝结在商品中的社会必要劳动时间。这是由生产过程所决定的,它受着当时的社会生产力水平的制约。决定商品价格的外在原因,是商品供给量和商品需求量这两个基本因素的数量对比关系。这种关系受着社会条件和自然条件的影响,是经常变化的。

因此,无论是从形成商品交易价格的内在因素看,还是从影响价格形成的外部原因看,这些因素都是在不断变化的。这种变化无疑将引起价格在价值的基础上上下波动。而且,这种波动不依供给和需求任何一方的主观意志而转移。表现在具体的交易过程中,交换中的一方提出的条件,必须得到另一方的认可。所以,价格的最终形成并不是一帆风顺的。

虽然商品交易的主要条件是价格,但除此以外,还有围绕双方经济利益而产生的其他条件,如交易的具体时间、地点、批量、商品质量、规格等。不管怎样,一方只有符合另一方的意志,交易双方只有在相互一致的意志行为基础上,才能形成商品交换关系。

总之,商品供给、商品需求以及双方都能接受的交易条件,是形成市场的三个基本要素,是市场存在的必要条件。缺少其中任何一个要素,市场活动都无法进行。其中,商品供给和商品需求是主导要素;这两个要素所构成的供求矛盾,是市场活动的主要内容,制约着市场规模,决定着市场的发展趋势,同时也制约着市场活动双方所能接受的交易条件。

二、市场活动

市场是一切商品交换关系的总和。所谓交换关系,其实就是商品的供求关系。商品生产者生产出来的产品,经过一定渠道到达消费者手中的活动,就是市场活动。这种活动的根本目的,是解决商品价值和使用价值的矛盾,实现商品的价值和使

用价值。要想全面完整地认识市场活动可以从以下两个方面理解：

(一)从市场的构成要素看,市场活动是商品供求矛盾运动的过程和结果。商品供给和商品需求作为市场矛盾运动的两个对立方面,既互相依存,又互相矛盾。

在社会经济生活中,商品供给和商品需求的关系是:商品需求引起供给,又依存于供给;商品供给适应需求,又制约着需求。有了对某种商品的需求后,才有可能出现为满足这种需求而进行的生产。当满足了一种需求后,消费者又会出现另外一种需求,这就需要生产者时刻想着消费者,不断适应他们的需求,以使自己的产品得到社会的承认。

因此,市场活动表现为既相互对立、又相互适应的两部分活动。一部分属于商品供给方的活动,其主要内容包括:商品生产者的市场调查预测,产品设计,选择合适的产品流通路线,进行商品的集中和分散、运输和保管,制定合理的商品价格,扩大商品推销,以及提供售后服务等;另一部分属于商品需求方的活动,其主要内容包括:选择购买对象、时间、地点和选择购买商品的方式、方法等。

整个市场活动的过程和结果,就是商品供给和商品需求两方面相互对立、相互适应、相互配合的活动过程和结果。

(二)从市场活动的物质形式看,市场活动是指商品、货币和信息的流动

1. 商品的流动。这是指由生产者、经营者向市场提供的商品所形成的一种“物流”。一般地说,商品所有权的转移,将引起商品空间位置的转移。只要商品的使用价值和价值没有实现,商品就会处于流动或准备流动状态。商品流动的动力,是商品本身价值和使用价值的矛盾;商品流动的方向,是由商品

供给一方流向有货币支付能力的需求一方。但是，“没有商品的物理运动，商品也可以流通；没有商品流通，甚至没有直接的产品交换，产品也可以流通。A 卖给 B 的房屋是做为商品流通的，但是它并没有移动。棉花、生铁之类可以移动的商品价值，经过许多流通过程，由投机者反复买卖，但还是留在原来的货栈内。这里实际运动的，是物品的所有权证书，而不是物品本身。”（《马克思恩格斯全集》第 24 卷第 167～168 页）此外，批发商经营商品时，为减少商品迂回运输而采取的直线调拨，商品所有权的转移也可以不引起相应的商品空间位置的转移。

2. 货币的流动。这是指由经营者、消费者向市场提供的货币所形成的一种流动形式。这种流动是由于商品所有权转移而引起的货币所有权的相应转移。货币的形成，是商品生产发展的结果；商品流通与货币本身的流通，有着不可分割的内在联系。货币作为充当一般等价物的特殊商品，也具有商品的属性。货币流动的动力，是这种特殊商品的价值和使用价值的矛盾。货币作为流通手段和价值尺度，总是随着商品的流动做逆向流动，流动方向是从有支付能力的需求一方流向商品供给一方。

在市场活动中，商品流动决定着货币流动。货币流动是商品流动的反映，是商品流动的反面。但货币流动并非只是消极地适应商品流动，它有着自己的相对独立性，有着自身的特点和特有的运动规律。因此，货币流动对商品流动有着强烈的反作用。市场活动是商品流动和货币流动的统一，反映着商品和货币的关系。

3. 信息流动。这是指由于商品流动、货币流动而随之产生的大量数据、资料、指标、报表、计划等有关商品、货币运动情