

余家驹 孙全泰 唐海滨 主编

# 市场 经营与 销售

春秋出版社

# 市场营销与销售

余家驹 孙全泰 唐海滨主编

春秋出版社

1988年·北京

F713.5

Y74

## 市 场 经 营 与 销 售

余家驹 孙全泰 唐海滨主编

春秋出版社出版发行

北京百善印刷厂印刷

850×1168毫米 32开 11.125印张 290千字

1988年7月北京第1版 1988年7月第1次印刷

印数18300册

ISBN 7-5069-0051-3/F·3

定价：3.00元

## 《市场营销与销售》编委名单

主 编：余家驹 孙全泰 唐海滨

副主编：王星琪 栗世勤 白 野

主 审：赵宝甫

编 委（按姓氏笔划为序）：

王春生 王忠伟 刘士福

刘士波 吕金秋 关立夫

张秀清 谷茂歧 尚 巍

洪 琪 赵德贵

# 目 录

<b>第一章 社会主义市场概述</b> .....	( 1 )
第一节 社会主义市场的基本概念.....	( 1 )
第二节 社会主义市场结构.....	( 9 )
第三节 社会主义市场机制.....	( 16 )
第四节 社会主义市场观念.....	( 23 )
<b>第二章 社会主义市场体系</b> .....	( 30 )
第一节 社会主义市场体系的建立.....	( 30 )
第二节 社会主义商品市场.....	( 36 )
第三节 社会主义生产要素市场.....	( 42 )
第四节 建立和培育社会主义市场体系的途径.....	( 48 )
<b>第三章 社会主义市场机制的运行及控制</b> .....	( 53 )
第一节 社会主义市场机制的运行.....	( 53 )
第二节 社会主义市场控制.....	( 65 )
<b>第四章 市场分析</b> .....	( 78 )
第一节 市场分析的意义.....	( 78 )
第二节 影响市场活动的因素.....	( 79 )
第三节 市场消费需求分析.....	( 84 )
第四节 消费行为分析.....	( 92 )
<b>第五章 市场营销策略</b> .....	( 101 )
第一节 市场经营思想.....	( 101 )
第二节 市场营销系统.....	( 104 )
第三节 市场细分化策略.....	( 108 )

第四节	市场发展策略	(122)
第五节	市场营销组合策略和定时策略	(126)
第六节	市场营销策略的制订	(127)
<b>第六章</b>	<b>市场调查与预测技术</b>	<b>(130)</b>
第一节	市场调查概述	(130)
第二节	市场调查的方法	(135)
第三节	市场预测	(142)
第四节	市场预测方法	(144)
<b>第七章</b>	<b>市场营销决策技术</b>	<b>(153)</b>
第一节	市场营销决策概述	(153)
第二节	决策技术与方法	(159)
<b>第八章</b>	<b>产品策略</b>	<b>(180)</b>
第一节	产品及其组合	(180)
第二节	产品开发	(189)
第三节	产品的生命周期	(198)
第四节	产品包装与商标策略	(204)
<b>第九章</b>	<b>市场营销价格</b>	<b>(212)</b>
第一节	营销价格形成原理	(212)
第二节	订价策略	(221)
第三节	订价程序和方法	(226)
<b>第十章</b>	<b>市场销售渠道</b>	<b>(234)</b>
第一节	市场销售渠道结构	(234)
第二节	中间商的类型与功能	(241)
第三节	销售渠道的策略	(248)
第四节	商品运输与储存	(253)
<b>第十一章</b>	<b>销售促进</b>	<b>(263)</b>
第一节	销售促进的涵义与分类	(263)
第二节	人员推销	(265)
第三节	公共关系与广告	(270)

<b>第四节</b>	<b>固定门市和销售网点的设置及其     销售服务</b> .....	( 276 )
<b>第十二章</b>	<b>国际市场营销原理</b> .....	( 282 )
<b>第一节</b>	<b>国际市场概述</b> .....	( 282 )
<b>第二节</b>	<b>国际市场经营环境与选择</b> .....	( 293 )
<b>第三节</b>	<b>国际市场营销策略</b> .....	( 301 )
<b>第十三章</b>	<b>企业市场情报系统</b> .....	( 314 )
<b>第一节</b>	<b>市场情报概述</b> .....	( 314 )
<b>第二节</b>	<b>市场情报的搜集</b> .....	( 321 )
<b>第三节</b>	<b>市场情报处理</b> .....	( 331 )
<b>第四节</b>	<b>企业市场情报系统</b> .....	( 338 )
	<b>主要参考书目</b> .....	( 344 )
	<b>后 记</b> .....	( 345 )

# 第一章 社会主义市场概述

市场是商品经济的内在属性和机制。社会主义市场理论是有计划商品经济理论的重要组成部分。本章通过对市场发育的一般规律、社会主义市场的建立、分类、结构和功能的分析,阐明建立和培育社会主义市场体系对发展有计划商品经济的重要性。并通过对社会主义市场机制和社会主义市场观念的考察,强调了社会主义市场的经营者正确认识市场机制、自觉接受国家指导和树立正确的市场观念的必要性。

## 第一节 社会主义市场的基本概念

### 一、市场发展的一般规律

市场是商品流转与价格运动的载体,是一定场所或领域内商品交换关系及商品交换活动的总和,是由相应的物质设施和服务机构、价格机制和管理手段组成的一个完整的体系,是维系商品经济社会正常运转的一种“机制”。

市场与商品经济紧密相联。从历史上看,市场是伴随着商品交换而出现的。随着商品交换的扩大,市场也相应得到发展。市场的发展,又为商品经济的产生创造了必要条件。

列宁认为,“市场是商品经济的范畴。”<sup>①</sup>因为处在社会分工中的每一个专业部门,都只能生产社会需要的某种产品,它同时又需要其他部门提供更多产品,以满足多方面的需要。这就产生了

<sup>①</sup> 《列宁选集》第1卷,第181页。



在人们之间相互转让其劳动产品的必要性,结果既产生了市场,同时也就有了商品经济。马克思指出:“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成商品,互相成为等价物,使它们互相成为市场。”<sup>①</sup>列宁进一步指出:“哪里有分工和商品生产,哪里就有市场。”<sup>②</sup>市场和商品经济,几乎是一对同义语。没有市场的商品经济,和没有商品经济的市场,都是不可思议的。

商品交换产生于人类的原始社会末期,市场也是在那时同时出现的。市场由简单的交换场所到发展成为一个覆盖全社会的有机体系,经历了漫长的历史发展过程。在这个长期过程中,由于社会经济条件的不同,市场的发育成长也呈现出一定的阶段性,在进行历史考察的基础上,根据不同阶段中市场发育的基本特点,市场的成长可以划分为五个阶段:

#### (一) 产品交换阶段。

在生产力获得一定发展,人们的劳动产品在自己消费基础上有了一些剩余之后,为了互通有无,就产生了交换的要求与可能。开始只是偶然的、个别的交换,后来逐步发展为经常的交换。随着以货币为媒介的产品交换的发展,社会生产有了进一步的分工,商品经济的基础初步得到建立,市场发育的基本条件——统一的币制和度量衡制、一定规模的、定期不定期的商品集散地和交易场所等等也初步建立和逐渐形成,这就是所谓的产品交换阶段。

#### (二) 市场发育阶段。

社会的分工使生产者相互分离,发育中的市场又将彼此独立的商品生产者联结起来。为了使杂乱无章的市场活动变为有序的运动,为使生产稳定发展,保证消费者和生产者的正当利益,对市场的管理也由初步的经验上升为原则,约束生产者、经营者和消费

---

① 《资本论》第3卷,第718页。

② 《列宁全集》第1卷,第83页。

者行为的一些重要的市场交易原则逐步被提出,并在市场活动中得到确认。这些原则就是公平买卖、协议定价、质量标准以及合宜的商标广告等。后来这些原则又被制度化,并相应出现了专门维护市场秩序的合法组织。市场的发育反过来又促进了生产的发展和分工,商品经济开始向以发达的社会化大生产为基础的社会化商品经济时期迈进。

### (三) 市场形成阶段。

社会化大生产是在分工的基础上形成的,它反过来又促进了分工的发展,而分工的深化与运输工具的完善,大大地扩充了市场量。一方面是劳动力市场的形成,以及生产资料市场和资金市场的建立;另一方面是商品价格的确定和平均利润率得到社会承认,价值规律作为商品经济的基本规律通过市场表现出来,对社会的生产、流通、分配和消费都发挥着普遍的调节作用。

### (四) 有组织的市场或不完全的市场阶段。

在资本主义商品经济阶段,市场的范围、规模和作用都得到了充分的发展,一般以国为界发展为全国统一市场,市场机制对全社会经济运行发挥着决定性的作用。但是,人们不久就发现,任凭市场机制调节经济运行,会使经济发展发生较大波动,为消除完全的市场导向对经济生活的影响,政府担当起对经济运行进行宏观控制的职能,这就产生了有组织的市场,或不完全的市场。社会主义商品经济条件下的国内市场,在经历了计划调节占主导地位的阶段后,虽然会发挥市场机制的普遍决定的作用,但国家也会在使用计划更具科学性的基础上,发挥对国民经济活动的积极控制作用。因而,社会主义商品经济中的市场,也只能是有组织的市场,或不完全的市场。

### (五) 垄断性市场阶段。

在政府调节市场的基础上,目前西方发达资本主义国家进入了垄断性市场阶段。社会化大生产的高度发展,资本的集中与积聚的结果,使一些技术先进、经营有方的大型企业集团,具有了左

右市场活动的实力。他们为了大力推销自己的优质产品,往往利用垄断地位,发挥对市场的“操纵”作用;国家为了让经营者买到理想的消费品,也会对这种垄断予以默认,同时对垄断企业的行为施加一定约束,使市场垄断保持在合理的范围内。可以说,这是一种由私人与政府共同发挥控制作用的市场类型。

综上所述,市场作为商品经济发展的产物,其发展一方面受社会生产形式的决定,另一方面也受到生产力发展水平的制约。随着分工和生产效率的提高,市场规模越来越大,市场功能日益突出,市场结构逐步复杂化,市场管理也越来越严密了。作为市场发展的这种一般趋势和规律,它不会因生产社会形式的改变而取消,所改变的,只是它的发展中的特定形式。

## 二、社会主义市场

### (一) 社会主义市场的涵义。

社会主义市场,是相对于资本主义市场而言的,它是社会主义再生产体系不可缺少的重要组成部分。社会主义市场的涵义是:它一方面是社会主义国家中的市场;另一方面又是社会主义经济成分在国民经济中占主体地位,社会主义公有制商业组织和集体组织、合作组织成为流通主渠道条件下的市场。从理论上说,由于社会主义是在资本主义高度发展,资本主义外壳已经不能再给生产力发展提供余地的情况下脱胎而出的社会,因而社会主义市场理应对比资本主义市场结构更为完善,功能更为齐全,流通手段更为先进,组织管理更为严密。但实际上,由于社会主义社会在一系列生产力并不十分发达,经济上相对落后的国家相继建立,出现了远比纯理论推论更为复杂的情况。我国的市场就是其中之一。

### (二) 我国社会主义市场的形成及其问题。

解放前,旧中国的市场是一个半殖民地、半封建性质的市场,因受帝国主义、官僚买办资产阶级和封建势力的控制和垄断,对中国社会经济的发展起着很大的消极作用。全国解放后,人民政府

没收了帝国主义的在华资本和官僚资本,建立起社会主义的国营经济,国内市场发生了深刻变化,社会主义国营经济占支配地位。1956年社会主义改造基本完成之后,国营经济得到了进一步的巩固,并按照城乡分开的构想,分别建立了支配城市市场的国营商业组织和指导农村市场的供销合作社组织。从此,我国市场上流通的商品,就主要是由国营经济和集体经济提供的产品,个体经济组织提供的产品,虽也有一些,但比重是很小的。这种在国家计划统一领导下,以计划调节为主要形式的市场,在长时期中发挥作用,对促进工农业生产的发展,加快社会主义建设,满足城乡人民物质文化生活需要,虽也起到了积极作用,但越来越不适应社会主义现代化建设的需要,成为当今社会主义经济体制改革的重要内容。其主要弊端是:

(1) 市场规模狭小,极不完整。

马克思说:“市场有一个外部的地理界限。”<sup>①</sup>因而有区域市场与全国市场、全国市场与国际市场之分。我国50年代虽已提出建立全国统一市场的口号,但事实上并没有形成全国规模的全国统一市场。因为全国统一市场的最起码的要求是商品的自由运销和资金的国内核算。由于财政上“分灶吃饭”、条块分割、划地为牢、人为封锁和不合理垄断,就连生活消费品的全国统一市场,也不能说已经形成,更不用说其他市场了。

(2) 进入市场的交换对象相当单调,市场结构严重畸形。

在只承认消费品是商品而拒绝承认生产资料、技术、资金也是商品的情况下,只存在消费品市场。市场体系中本来应当具有的生产资料市场、技术市场、资金市场受到人为限制而不能发育。

(3) 市场结构严重畸形,造成功能发育不全。

在社会化大生产条件下,市场不单单是进行商品交换的场所,作为社会再生产的一个重要部分,它还应具有实行生产要素优化

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯全集》第26卷Ⅰ,第599页。

组合、资源合理配置、调整利益结构,引导合理经济行为的功能。由于否认价值规律对生产的调节作用,把国家计划与市场机制对立起来,市场的这些积极作用都没有得到有效发挥。

(4) 市场管理违背经济运行规律,市场活动缺乏效率。

这方面最典型的例子是按照行政区划设置商业批发组织,造成商品的相向运输、迂回运输和往返运输,造成巨大的物力、财力浪费,影响经济活动的效率。

(5) 闭关锁国,自我封闭,人为割裂与国际市场的联系。

充分发挥国内优势,积极参与国际市场的交往,不仅是商品经济的内在要求,而且对加快社会主义经济发展,也是必不可少的。可是,我们过去怕肥水外流,作茧自缚,不敢大胆参与国际市场的买卖活动,形成了基本上是封闭的国内市场。

我国市场发育中的这些偏颇,主要是由于建设社会主义的经验不足和受到“左”的思想影响,以及自然经济观念和战争年代形成的供给制传统造成的。领导经济工作的干部缺乏领导社会化大生产的经验,缺少现代科学知识,也是重要原因之一。

我国历史上商品经济本来就很不发达,解放后又人为限制商品经济的发展,致使市场发育很不健全。为着适应有计划商品经济发展的需要,必须加快建立和培育社会主义市场体系,尽早完善社会主义市场结构和市场机制,但任务相当艰巨。对此,下面将分章论述。

### 三、社会主义市场在国民经济运行中的作用

市场是商品经济的一个特有范畴,它是社会分工与商品生产发展的产物。随着社会化大生产的形成,市场的地位越来越重要。它的交换产品、分配收入、配置资源的功能,在资本主义条件下,得到了充分的发挥。社会主义经济既然是商品经济,同时又是社会化大生产的高级形态,没有市场,社会再生产的机制是不可能健全的。实践证明,充分发展市场交换关系,在国家指导下贯彻市场机

制,对于满足人民生活,促进经济发展,加快现代化建设,都会有极其重要的意义。

(一)利用市场的系统功能,可以促进社会主义商品经济的发展。

市场是商品经济的产物,同时又是商品经济发展的条件。有了市场,就会加快自给自足经济的瓦解,产生面向市场的生产。而面向市场,单为交换进行的生产,必然促进专业化生产的发展。这对提高生产效率,发展专门技术,具有极大的意义。一个个专业化生产组织形成和发展起来,形成互相制约、彼此依赖的经济网络,整个社会的生产面貌,就会在根本上得到改善,整个国民经济素质,就会显著地得到提高。需要特别指出的是,商品经济发达状态下的市场,是成体系的,成体系的市场,有着一系列联动式的复杂功能,这些功能的自动调节,又会推动社会经济运行的高级化。例如,商品市场的均衡运转依赖于要素市场的均衡供给,商品市场的经济效益依赖要素市场对资源的有效分配。而同时,商品市场的变动又通过价格、利润等价值信号传达给要素市场,使其价值信号系统发生变化,调节要素市场的供给和需求;商品市场、要素市场的扩张和收缩会同时受国民经济总量状态的制约,随着国民经济总量的变化,各自作出结构性反应。社会主义生产是在高度发达的技术基础上不断发展和完善的,现代社会的科学技术日新月异,信息之争、技术之争,将成为现代市场的重要内容,在竞争中加快技术进步,以尽可能少的个别劳动,经过市场交换转化为尽可能多的社会劳动,将是推动企业前进的有力杠杆。由市场激发出的经济细胞活力,将是持久的、均衡的国民经济发展的推进器,通过市场力量带动社会主义商品经济的发展,不仅是历史的要求,也符合社会主义经济规律的要求。

(二)利用市场系统功能,可以大大加快横向经济联合的进程。

所谓横向经济联合,就是生产、流通、科技、信息、金融等各个

领域,打破条块关系的分割、封锁和人为割裂,实现相互开放,在社会分工的基础上,通过企业、部门、地区之间的协商、联合、签约,建立互惠互利、互通有无、彼此帮助、相互支持的经济技术关系,最终达到生产要素优化组合、资源合理配置的目的。无疑,要做到这一点,只有经过市场接触、平等交易,才会实现。它把种种不必要的繁文缛节、公文旅行、踢球扯皮、相互掣肘,统统抛在脑后,在利益与效率面前使当事者作出抉择,会大大提高办事效率。

(三)充分利用市场的系统功能,逐步引导企业行为合理化。

在企业作为行政机关附属物的情况下,企业不具有独立的经济利益,不承担盈亏责任,缺乏经营思想和市场竞争观念,没有行为合理化的制约机制,当然不可能合理化。把企业从行政的束缚下解脱出来,单独面对市场进行生产经营,在市场一系列信号的引导下活动,企业行为就会逐步趋向合理。例如,市场的一大功能就是分配收入,它是通过企业产品的实现达到的。社会的需求结构最终制约着同类产品企业收入的构成。在市场信号面前,企业可以灵活、及时地调整生产方向。确定生产规模和结构,提高产品的质量,以适应社会的需求状况。再如,市场的另一功能是比较商品的劳动耗费和评价企业的经营成果。企业由于技术、管理、决策等等不同条件,会形成很不相等的耗费水平,同样的产品,不同的企业生产,会用去不同的劳动时间,因而形成不同的个别商品价值。但在市场评价面前,这些不同的个别价值,只能转化为同一的市场价值。这样,就产生了个别劳动的时间和社会必要劳动时间的矛盾,那些实际上用低于社会必要劳动时间生产商品的企业就会获得额外的收入,扩大产品的市场占有率,相反,那些以高于社会必要劳动的时间生产商品的企业,就会损失自己的劳动。而减少个别劳动时间的最有效的手段,就是及时运用新技术,改善经营管理,提高劳动效率,这也就是符合社会长期发展要求的合理行为。市场的作用,会通过自身机制,使企业自觉做到这一点。

(四) 利用市场机制,实现国家对国民经济运行的科学合理的控制。

商品经济发展到社会化大生产阶段,国家在宏观上实现有效的控制和调节,这对经济的正常运行是必不可少的。实践证明,离开市场机制,依靠行政手段直接控制国民经济运行,效果也是不理想的,只有把二者结合起来,才会达到活而不乱的理想效果。国家宏观控制的目标是保持总供给与总需求的基本平衡,使整个国民经济稳定协调地发展。而为使总供给与总需求平衡,必须将一定时期的社会劳动量按照社会需要进行分配,但社会劳动与社会需要是以非常复杂的形式存在的,而且时有涨落,变动不居,国家还没有能力对二者进行精确地估量和把握。在这种情况下,只有借助市场机制,才能使二者得到合理的衔接。同时,总供给与总需求的平衡还有赖于国家宏观决策的科学化,而科学的决策又只能建立在准确及时的信息之上,在没有市场或市场不健全、不完备的条件下,以纵向为主的信息传递既易失真又不及时,只有通过市场反馈,才会提高信息的真实度,保证决策的科学性和合理性。由此可见,国家的宏观控制对于市场来说,确定是必不可少的。

## 第二节 社会主义市场结构

### 一、供求结构

#### (一) 市场结构的涵义。

市场是商品经济运行的载体,为了适应发展有计划商品经济的需要,在经济运行中必须纳入市场的调节功能。市场功能是由市场结构决定的。功能健全、反应灵活、具有强大辐射力与吸引力的市场,不能不是结构配套齐全的市场体系。

市场结构,是指构成市场各要素的组合方式。从不同的角度进行分析,有多种多样的市场结构的划分方法。例如,按商品性程



度划分,可以把市场划分为一般商品市场、特殊商品市场、虚拟商品市场;按地域范围划分,有城市市场和农村市场;按经济用途划分,有生活资料市场和生产资料市场。这里想着重解剖一下社会主义市场的供求结构、客体结构、主体结构和运行结构。

## (二) 市场供求结构的涵义。

供应与需求是市场的一对基本矛盾,由于若干复杂因素的影响,整个市场或某种商品和劳务的供给量或需求量经常发生变化,从一定时间来看,就形成不同的市场供求态势和格局,我们把这种态势和格局概括为市场的供求结构。

## (三) 市场供求结构的分类。

市场供求结构的长期特征可以显现出市场的特有性质。例如,供给长时间的大于需求,在这种情况下,买者处于有利地位,卖者之间存在激烈的竞争,这种市场的供求结构,我们称之为买方市场;如果需求长期明显地大于供给,这时,卖者处于有利地位,消费者之间存在激烈竞争,这种市场的供求结构,我们称之为卖方市场;如果供给与需求处于某种均衡状态,买者或卖者都不可能居于支配市场的有利地位,这种型式的市场供求结构,我们称之为均衡市场。我国市场的社会主义性质和在经济运行中引入市场机制的改革目标,都要求建立一个总供给与总需求及其结构大体平衡,供略大于求的买方市场。同时,这也符合商品经济发展的本性。因为在供给大于需求的买方市场中,商品生产者与经营者为了能尽快地卖出产品,占领市场和扩大市场,就得努力改进生产技术,改善经营管理,提高产品质量,增加适合消费者需要的花色、规格、品种,提高服务质量,保障消费者主权,这就必然带来技术进步和社会生产力水平的提高。这符合于社会主义的生产目的。我国长期来卖方市场的状况,也证明我们应当通过努力建立一个供略大于求的买方市场的必要性。我国的过于集中的经济管理体制和长期居高不下投资追求,是卖方市场存在的主要原因。在卖方市场条件下,竞争主要在消费者之间展开,商品生产者与经营者的商品是