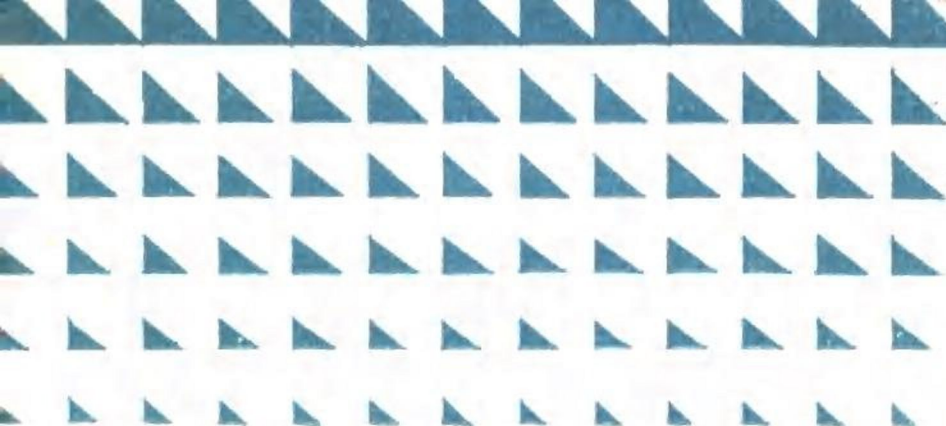
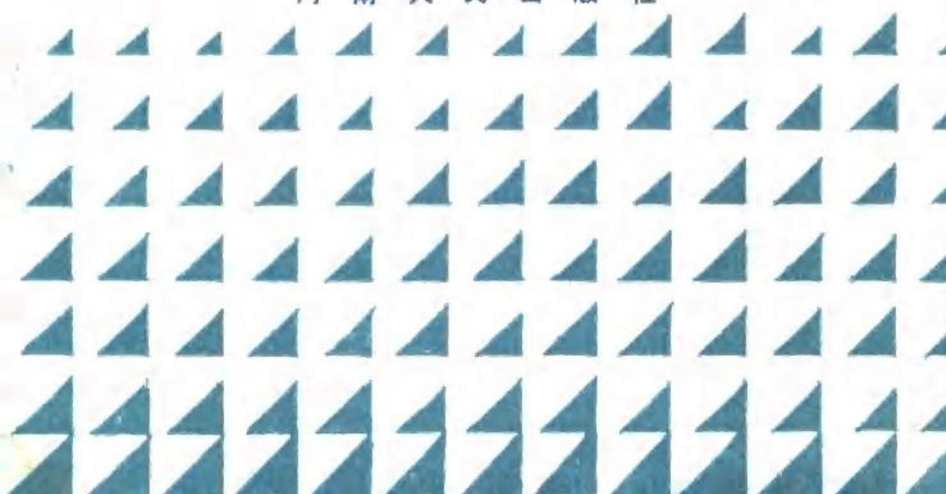




胡 乐 真

技术市场 及经营知识

河 南 人 民 出 版 社



技术市场及经营知识

胡 乐 真

河南人民出版社

内 容 提 要

本书简明扼要地介绍了技术市场的有关知识，探讨了技术市场的理论与实践问题。本书的特点是简明、通俗、实用，可供广大科技工作者、企业和研究开发机构管理人员、大专院校师生阅读。

技 术 市 场 及 经 营 知 识

胡 乐 真

责任编辑 辛发林

河南人民出版社出版

河南省确山县印刷厂印刷

河南省新华书店发行

787×1092毫米 32开本 4.875印张 70千字

1985年11月第1版 1985年11月第1次印刷

印数：1—2,800册

统一书号4105·41 定价0.70元

前 言

本书由机械工业部机械科学 研究院 胡乐真同志撰写，有关报社的编辑同志对此稿进行了修改加工。

作者根据《中共中央关于科学技术体制改革的决定》精神，比较系统地阐述了技术市场的基本知识，探讨了技术市场的经营之道。内容新鲜实在，叙述条理分明，适用性较强，可供广大科技工作者、企业和研究开发机构管理人员、大专院校师生、理论工作者阅读参考。也可作为培训技术市场管理人员的辅助教材。

开放技术市场，实行技术成果商品化，在我国是一个新课题，有许多的理论与实践问题需要我们去研究解决，以促进技术市场的繁荣。作者正是出于这个目的，对技术市场的一些理论与实践问题作了探讨，并愿同大家共同讨论。我们相信，随着我国经济体制

改革和科技体制改革的深入展开，必将使技术市场这一新生事物不断地丰富与发展。因此，希望这本书起到抛砖引玉的作用，使更多有卓见的论著相继问世，那将是我们的莫大欣慰。

编者

一九八五年六月

目 录

前言	(1)
第一章 什么是技术市场	(1)
一、市场的一般概念	(1)
二、技术市场的形成过程及其特点	(3)
三、技术市场的形成条件	(6)
四、技术市场的地位和作用	(7)
第二章 技术成果商品化	(12)
一、技术成果的商品性质	(12)
二、技术成果商品化的必要性	(14)
三、技术商品的本质和特点	(17)
四、技术成果商品化的范围	(19)
五、技术成果商品化的意义	(21)
第三章 技术商品的交换方式	(24)
一、技术商品交换方式的分类	(24)
二、技术商品交换的特点	(30)
第四章 技术市场的结构	(35)
一、技术市场的划分	(35)

二、我国技术市场的经济结构·····	(41)
三、技术市场的存在形式·····	(46)
第五章 技术成果的价格 ·····	(49)
一、技术成果价格问题的重要性·····	(49)
二、技术成果价格问题的复杂性·····	(50)
三、影响技术成果价格的因素·····	(52)
四、决定技术成果价格的原则·····	(55)
五、拟定技术成果价格的方法·····	(58)
六、技术劳务费用·····	(65)
七、技术商品交易中的支付方式·····	(66)
第六章 技术市场的竞争 ·····	(68)
一、产品的竞争和技术的竞争·····	(68)
二、技术市场竞争的形式和内容·····	(71)
三、正确对待技术市场的竞争·····	(78)
第七章 研究开发机构的经营之道 ·····	(81)
一、研究开发机构必须重视经营·····	(81)
二、研究开发机构的经营目标·····	(83)
三、研究开发机构的经营策略·····	(86)
四、改善研究开发机构经营的措施·····	(93)
第八章 技术市场与企业经营 ·····	(96)
一、企业经营对技术市场的影响·····	(96)
二、技术市场对企业经营的影响·····	(100)
三、企业如何利用技术市场·····	(102)
四、企业如何选购技术成果·····	(107)

第九章 技术市场与科技体制改革	(112)
一、技术市场与科技体制改革的关系	(112)
二、对研究机构拨款制度的改革	(115)
三、科技计划体制的改革	(117)
四、扩大研究开发机构的自主权	(120)
五、科技人才管理体制的改革	(122)
六、研究开发体系的完善和改造	(126)
第十章 繁荣技术市场的政策和措施	(131)
一、扶植技术商品生产者	(131)
二、激发企业对技术商品的需求	(135)
三、加强科技立法，健全法制	(138)
四、鼓励技术市场的竞争	(143)
五、改革技术成果奖励制度	(146)

第一章 什么是技术市场

为了使读者对技术市场问题有一个概括的认识，本章谈以下四个问题：

一、市场的一般概念

市场是人们所熟知的，它与人们的生产和生活有着千丝万缕的联系。但是，“熟知非真知”（黑格尔语），不少人对于市场的认识是感性的，要从理性的高度去掌握市场的变化规律不是一件容易的事情。现代管理科学就有一门专门的学科——市场学。用马克思主义的观点来说，市场学是研究商品生产、商品流通和商品竞争的科学。下面，我们根据市场学原理，介绍一些最主要的基本概念。

市场是商品生产的产物。自从人类社会出现了分工，就开始有了商品生产，即使是在商品生产不发达

的自然经济条件下，也必须要有与之相适应的市场。到了资本主义阶段，自给自足的自然经济解体了，商品生产开始在社会生产中占主导地位，形成了商品经济，市场变得空前活跃和发达。因此，商品生产越是发达，市场的作用就越是重要。

市场是商品交换的场所。作为商品生产者，所持有的商品必须售卖；作为消费者，必须购买所需的商品。这种交换活动必须在一定的地点和时间进行，这就是市场。

市场的分类可以有多种方法，例如，按社会属性，可以分为资本主义市场和社会主义市场；按流动范围，可以分为国际市场和国内市场，其中国内市场又可分为全国市场和地区市场；按交易内容，可以分为实物交易、证券交易、技术贸易等；按商品用途，可以分为工业品市场和消费品市场，等等。

市场的作用。市场首先是沟通商品生产者和消费者的桥梁。在商品经济条件下，市场的存在是保证人们正常生活和社会再生产赖以持续进行的必不可少的条件。其次，商品价值规律，只有通过市场才能发挥作用，商品的价值和使用价值，只有通过市场才能得以实现。按照马克思主义的劳动价值论，社会财富是生产过程创造的，流通过程即商品的储运和交换并不

产生价值增殖。但是商品只有通过一系列流通环节特别是市场交换这一环节，才能以它的使用价值满足消费者的需求，才能实现价值增殖，给商品生产者创造利润。

对于供需双方，特别是对于商品生产者来说，市场的重要性在于：它总是最直接、最敏锐、最迅速地反映供求关系的变化；它总是精确检验各种商品的余缺、质量优劣、价格高低、销路好坏的地方；它总是影响或决定着生产和消费规模的大小；它总是决定商品能否得到社会承认，实现等价交换，取得劳动消耗的补偿，并获得相应的利润。

总之，市场的作用是十分重要的。即使在社会主义制度下，市场的作用也不容低估。我国的社会主义经济是有计划的商品经济，我们必须注意发挥市场对于发展国民经济的积极作用。

二、技术市场的形成过程及其特点

技术市场和产品市场一样，都是社会分工的产物。不同的是：产品市场是一般社会分工（如农业、畜牧业、手工业等）的产物；技术市场是社会分工进一步发展，科学技术作为生产的特殊方式，技术成果

作为特殊商品的产物。

技术市场的形成过程大致情况是：当产业革命兴起时，开始在生产过程中自觉地注意应用科学技术成果。马克思曾经指出：“劳动资料取得机器这种物质存在形式，要求以自然力代替人力，以自觉应用自然科学来代替从经验中得出的成规”（《资本论》第一卷第423页）。正因为如此，不仅使当时的生产技术水平发生了质的飞跃，而且大大地刺激了社会生产对于科学技术的需求。

技术成果有一个从无偿转移到有偿转让的过程。在资本主义发展的早期阶段，科学家的创造发明是无偿提供社会使用的，企业之间对于产品结构和工艺技术也可以相互抄袭仿制。后来由于商品市场的竞争日益激化，各国才相继制定专利法规并实行技术成果有偿转让的制度。

到了近代，科学研究与技术开发从生产过程分离出来，形成了独立的知识产业。1876年爱迪生在美国新泽西州的孟洛花园兴建了世界上第一个工业研究实验室。之后，工业研究所和实验室犹如雨后春笋般地发展起来，特别是第二次世界大战以来，科学研究和技术开发的组织和协作已经发展到国际规模，计算机、软件和信息等新兴的知识产业相继出现，使得技

术市场的规模和活动范围都空前地扩大了。

由此，我们可以下这样的结论：技术市场是商品经济和科学技术发展的必然产物。

技术市场是一种特殊的市场，它与产品市场相比，有以下三个特点：

1、就交换的内容来说，产品市场上交换的是实物商品，而技术市场上交换的是新技术或体现某种新技术的新产品。即使用户买到的是体现某种新技术的新产品，他们的目的并不是想直接消费，而是想从中得到新技术。

2、就交换当事人来说，产品市场一方是生产者，另一方是消费者（包括生产性消费和生活性消费）；而技术市场一般来说，一方是研究开发机构，另一方是生产建设企业。

3、技术商品的流向总是按照“梯度规律”进行的，即由技术水平较高的国家和地区向技术水平较低的国家和地区流动。因此，国际技术贸易的主流总是发达国家为技术输出国，发展中国家为技术引进国。从我国的情况来看，总的技术流向是：军事工业部门向民用工业部门转让，沿海地区向内地和边远地区转让，研究院所和大专院校的技术向企业转让。

三、技术市场的形成条件

产品市场的形成必须具备以下三个条件：一是必须要有消费者，即消费集团和个人；二是这些消费者要有相应的购买力，即他们手头持有足够的货币；三是商品必须符合消费者的要求，能引起他们的购买欲望。

形成技术市场的条件要比产品市场更复杂一些。这就是：

1、必须把技术成果作为商品。技术成果如果不作为商品，技术转移或多或少也能进行，但技术市场就无法形成。建国以后相当长的时期内，由于强调研究院所和大专院校无偿为企业提供技术成果，所以技术市场迟迟不能形成。

2、要形成具有一定规模和一定技术特长的专业队伍，才能比较广泛的专业技术领域内经常不断地大量地提供技术商品。

3、各类生产企业要对本单位的技术进步有迫切的要求，技术进步要成为企业在产品市场上进行竞争的重要手段，这样才能对技术市场提出较多的需求。

4、企业要有一定的积累，即具备购买和应用技术成果的财力。企业购买技术成果固然要花钱，但应用技术成果往往要花更多的钱。因此，企业在购买成果前，必须同时考虑上述两方面的因素。

5、国家实行专利制度，保护研究开发机构和企业的利益。也就是说，国家对已经公开的和尚未公开的技术成果一律实行保护；而一切侵占和窃取他人技术成果的行为，不仅应受到公众舆论的谴责，而且还应受到法律的制裁。这是在开放技术市场时所必须采取的法律手段。

对于上述条件，我国已基本具备，开放技术市场的条件均已成熟。我们相信，技术市场的开放和繁荣，将会有力地推动我国的四化建设事业。

四、技术市场的地位和作用

技术市场在我国社会主义市场中究竟应当占有什么样的地位？对于这个问题，我们不能机械地根据技术市场的成交额在整个社会主义市场销售总额中所占的比例大小来评价。因为技术市场的成交额总是有限的，即使是科学技术发达的国家，技术市场成交额在市场销售总额中所占的比例也还是比较小的。因此，

必须根据技术市场与产品市场的相互关系以及技术市场本身的发展前景来评价：

1、有形商品（即产品）的价值构成正在起变化，产品价值中智力劳动的消耗比重不断增长。其中部分是企业内部研究开发工作量的增加，部分则必须由企业将他人的技术成果作为生产要素购入。

$$G-W \begin{matrix} \swarrow A \\ \leftarrow P_m \dots P \dots W' \\ \searrow T \end{matrix} G'$$

上式是产业资本中货币资本的循环。G表示货币资本。 $W \begin{matrix} \swarrow A \\ \leftarrow P_m \\ \searrow T \end{matrix}$ 表示资本家为了生产所购买的各种生产要素，其中A表示劳动力， P_m 表示生产资料，如机器、原材料等，T表示从技术市场买来的技术商品。P表示生产资本，两边的“...”表示流通过程的中断（即正在进行生产）。 W' 表示生产过程完成后正待销售的以商品形式呈现的资本。 G' 不仅表示商品出售后回复到货币资本的形态，而且是增殖了的货币资本。

这个资本循环公式，从企业经营的角度看，也适用于社会主义企业。如果企业在生产经营中不重视技术进步，即自己没有能力研究开发，也不购买他人的技术成果，则必然会出现两种后果：一是产品售价较

低，生产过程的价值增殖即企业的利润将会大大降低；二是产品的售卖过程发生障碍，也就是说它所生产的商品卖不出去。由此可见，技术市场和产品市场并不是各自孤立的，技术市场的存在是产品市场繁荣的必要条件之一。

2、知识产业已经成为独立的产业，而且发展非常迅猛。例如计算机软件，最近十年国外从事该项工作的队伍迅速扩大；从事软科学研究的各种智囊机构，也多得不可胜数，它们为政府机构和企业界出谋划策，所起的作用越来越大。知识产业的发展是技术市场不断繁荣的重要标志。

3、当前世界范围内正酝酿新技术革命的高潮。新技术革命使得许多新的产业不断兴起，许多传统工业发展停滞以至日趋没落；在未来社会的物质生产和文化生活中，科学技术将起着越来越重要的作用。因此，技术市场将是最有发展前途的市场。

技术市场的作用，从总体上说，主要在于推动国民经济各部门、各地区和各个企业的技术进步，提高经济效益，加速建设步伐。具体地说，它的作用表现为以下几方面：

1、技术市场是沟通科研和生产的桥梁。通过技术市场，使已有的技术成果在生产中得到推广应用。