

现代市场经济

何绿野

崔建华 / 著



经济科学出版社

现代市场经济

何绿野 崔建华 著



中央财经大学图书馆藏书

登录号

446336

分类号

F014.3/64

经济科学出版社

一九九六年·北京

责任编辑:李宪魁

责任校对:段健瑛

封面设计:王 坦

版式设计:代小卫

技术编辑:舒天安

现代市场经济

何绿野 崔建华 著

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

北京印刷三厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 10.5 印张 270000 字

1996 年 9 月第一版 1996 年 9 月第一次印刷

印数: 0001—6000 册

ISBN 7-5058-0983-0/F·742 定价:17.00 元

图书在版编目(CIP)数据

现代市场经济/何绿野,崔建华著. —北京:经济科学出版社,
1996.9

ISBN 7-5058-0983-0

I. 现… II. ①何…②崔… III. 市场经济-概论 IV. F014.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 12923 号

前 言

自 1992 年春邓小平同志南巡谈话以来,市场经济的大潮正在席卷着中国大地,改变着人们的思维观念。中国从计划经济体制向市场经济体制转型进程中,出现的大量经济问题,需要我们用现代市场经济的基本原理去加以解释;市场经济中的客观规律需要我们用科学的态度去认识;市场经济的运作和管理,需要我们去参与;如何走具有中国特色的社会主义市场经济的道路,需要我们去探索和实践。总之,提高现代市场经济的理论知识,是我们将这本书奉献给广大读者的宗旨。

本书共十章,以现代市场经济为主线,划分为紧密联系着的三大部分:第 1—3 章,阐述在发达商品经济下现代市场和市场经济的理论;第 4—6 章,阐明现代市场经济下的微观、宏观经济制度和经济运行,以及市场经济国际化的运行;第 7—10 章,介绍主要西方国家和东亚国家、地区的市场经济模式,以及几位著名经济学家关于社会主义经济体制变革的思想。以此为借鉴,进而指出中国选择市场经济的目标模式。

本书的特点:第一,理论性强,经得住实践的检验。书中运用西方经济学有价值的研究成果,以通俗易懂的语言,系统、准确地论述了现代市场经济的基本原理、基础知识和运行规律。第二,理论与实际紧密结合。市场经济已经走过了它 300 年的历程,书中介绍了十个发达的市场经济国家和地区的市场经济模式,是它们几十年甚至几百年实践、探索的结果。书中还介绍了关于社会主义经济体制变革的思想。这些宝贵的财富和成功的经验,对中国人走何种捷径,选择何种市场经济模式这个难点问题,具有很强的借鉴和指

导意义。书中最后指出,中国人必须根据国情走自己的路,探索出具有中国特色的社会主义市场经济模式,这是本世纪中国最具有历史意义的一项伟大试验。第三,图式、材料和论述相结合。本书资料丰富,尽量采用最新数据来论证我们的观点。此外,本书还是我们的教学总结和研究成果,并得到学生们的肯定。

本书既是著作也是教材。可供高等院校经济类师生、经济类函授生、成人高等教育学生以及广大主管经济工作的干部、实际工作者和自学者作为教科书和参考书。

本书在写作过程中,参考了国内外有关文献、著作、论文和资料,吸取了不少学者的研究成果,在此诚挚地表示感谢。

本书在出版过程中,承蒙经济科学出版社领导、编审李宪魁和其他有关工作人员的大力支持和帮助,在此向他们致以最衷心的感谢。

由于我们水平有限,写作匆忙,书中存在的缺点敬请读者批评赐教。

作 者

1996年5月12日于北京大学

目 录

第一章 市场经济是发达的商品经济.....	(1)
第一节 市场的概念、形成、功能和结构	(1)
第二节 市场价格	(9)
第三节 市场经济是发达的商品经济	(18)
第四节 市场经济的发展阶段和一般特征	(26)
第五节 树立现代市场经济观念	(30)
第二章 市场供求与市场机制.....	(34)
第一节 市场供给	(34)
第二节 市场需求	(39)
第三节 市场经济中的消费者	(51)
第四节 市场机制的特征与功能	(58)
第五节 价格机制	(60)
第六节 工资、利率机制	(65)
第七节 竞争、风险和供求机制	(67)
第三章 市场类型与市场体系.....	(70)
第一节 市场类型	(70)
第二节 商品市场	(77)
第三节 金融市场	(84)
第四节 劳动力市场	(90)
第五节 房地产市场	(94)
第六节 技术和信息市场	(98)
第四章 产权与现代企业制度.....	(101)
第一节 产权理论	(101)

第二节	产权在市场经济中的作用	(106)
第三节	现代企业制度的特征	(110)
第四节	现代企业的类型	(113)
第五节	公司的四种形式	(118)
第六节	现代企业的管理制度与发展趋势	(124)
第五章	市场失灵与宏观调控	(130)
第一节	市场经济宏观调控的必要性	(130)
第二节	宏观调控的目标	(141)
第三节	宏观调控的手段	(147)
第四节	宏观调控的内容	(155)
第六章	市场经济的国际化	(161)
第一节	市场经济国际化的趋势	(161)
第二节	现代世界市场经济的运行	(174)
第七章	东亚国家和地区的市场经济模式	(195)
第一节	日本的市场经济模式	(195)
第二节	韩国的市场经济模式	(204)
第三节	台湾的市场经济模式	(211)
第四节	香港的市场经济模式	(220)
第五节	新加坡的市场经济模式	(227)
第八章	西方国家的市场经济模式	(236)
第一节	美国的市场经济模式	(236)
第二节	德国的市场经济模式	(241)
第三节	英法的市场经济模式	(249)
第四节	瑞典的市场经济模式	(254)
第九章	社会主义经济体制变革的理论	(261)
第一节	兰格模式	(261)
第二节	布鲁斯关于集权与分权经济模式的理论	(266)
第三节	锡克的经济理论	(272)
第四节	考斯塔论社会主义经济体制	(277)

第五节 诺夫论可行的社会主义经济 (282)

第十章 迈向市场经济的中国 (287)

第一节 中国经济体制改革的目标模式 (287)

第二节 建立中国现代企业制度 (296)

第三节 建立健全中国宏观经济调控体系 (305)

第四节 中国市场经济的国际化 (315)

第五节 二十一世纪的中国 (324)

第一章 市场经济是发达的商品经济

市场经济是商品经济的发达形态。它作为当代两种社会制度下共同存在的经济形式,是当今世界上最基本、最一般的经济形式。本章着重研究市场和市场经济概念的内涵;市场的功能和结构;市场价格;市场经济与商品经济的关系;市场经济与计划经济的区别;以及市场经济的地位和一般特征。通过本章的分析,将作为以下各章的理论前提。

第一节 市场的概念、形成、功能和结构

一、市场的概念

市场是人们日常经济生活中接触到的一个极为普通的概念。那么,市场到底是什么?市场作为一个经济理论范畴,可以从以下几个方面来理解:

第一,市场是商品流通的领域或场所。社会分工和各经济行为主体具有不同的经济利益,是商品经济产生和存在的两个基本条件,也是市场形成和发展的基础。这两个条件决定了商品生产者必须彼此交换产品以满足各自的需要,市场则是各种产品相互交换,从而使产品成为商品的必不可少的领域或场所。作为商品交换的领域或场所的市场,有广义和狭义之分。狭义的市场是指有形市场,即商品交换的场所。在这种市场上,商品价格是公开标明的,买卖双方固定的场所进行交易,如百货商店、集市贸易等都属于此类。广义的市场包括有形市场和无形市场。所谓无形市场,是指没

有固定交易场所,靠广告、中间商以及其他交易形式,寻找货源或买主,沟通买卖双方,促进成交,如某些技术市场、房地产市场、用计算机联网来实现股票交易的场外交易市场等都属于此类。这是市场的最普遍的概念。

第二,市场是商品生产者全部交换关系的总和。商品生产是为满足他人需要而进行的生产,也是只有依赖他人才能进行的生产,从而使得商品生产者之间具有密切的经济联系。这种经济联系只有通过市场才能实现。离开市场,商品生产者既得不到自己所需要的生产要素,也无法使自己产品的价值得以实现。所以,商品生产者之间的全部经济关系都在市场上体现出来,市场是商品交换关系的总和,是商品经济条件下各种经济关系的集结点。

第三,市场是一种经济调节机制和运行方式。在商品经济中,市场是调节人们经济活动的制约机制,商品生产者在市场上能否卖出商品,卖出的价格如何,决定着商品生产者的命运。而这种状况取决于市场上的供求关系。所以,生产者必须根据市场上供求关系的变化所形成的价格信号,安排自己的生产经营活动。商品经济就是在这种市场机制的作用下运行的。不过,在商品经济发展的不同阶段,市场机制的作用程度和作用范围是不相同的。

第四,市场是商品经济,特别是市场经济中社会再生产的中心环节。在商品经济,尤其是市场经济中,生产是为满足市场需求才进行的生产,交换是只有在市场上才能进行的交换,分配是必须借助市场才能实现的分配,消费是在完成市场购买行为后才能进行的消费。市场是社会经济活动的中心,商品经济就是由市场联结起来运转的经济。

总之,市场的概念,是指一定空间上商品和劳务交换关系的总和,是商品经济的运行方式和中间环节。

二、买方市场和卖方市场

买方市场和卖方市场是按市场供求状况的不同而划分的两种

类型。

1. 买方市场。买方市场是指交易由买方左右的市场,即市场是在具有压倒优势的买方力量的控制下运行的。买方市场在发达市场经济国家较普遍。近年来,我国某些商品也已出现某种程度的买方市场。它的基本表现形式是:市场上商品丰裕,供应量超过了需求量,买方有着更大的挑选商品余地和更多的购买商品机会,而卖方则处于次要地位并要为促进商品的销售而彼此间展开竞争。在买方市场上,买者被称为“上帝”。

2. 卖方市场。卖方市场是指交易由卖方左右的市场,即市场是在具有压倒优势的卖方力量的控制下运行的。卖方市场的基本表现形式是:市场上商品短缺,供不应求,商品价格有上升倾向,商品交易条件有利于卖方而不利于买方。所以,在卖方市场上,卖方总是扬眉吐气,所售的商品是“皇帝的女儿不愁嫁”。而买者则处于从属地位,常常要为购买商品而展开竞争。我国在计划经济体制下的市场就处于这种情况。

在现实市场活动中,人们通常把买方市场和卖方市场划分为三个层次:一是总体的买方市场和卖方市场。这是根据市场上商品的总供应量和总需求量的关系来表现和衡量的;二是局部的买方市场和卖方市场,这是根据部分商品的供求来表现和衡量的;三是单个商品的买方市场和卖方市场,这是根据单个商品的供求状况来表现和衡量的。上述三个层次的买方市场和卖方市场都是可以互相转化的。在现代市场经济中,一般都把形成有限的买方市场(即供给略大于需求)作为市场发育和运行的目标,这种买方市场不同于生产严重过剩的买方市场,市场机制在这种市场状态下能充分地发挥其促进社会经济发展的积极作用。

三、市场的形成和发展

市场是与商品生产和商品交换相伴而生,并随着商品生产和商品交换的发展而发展的,商品经济的发展水平决定着市场的范

围、规模和完善程度。按照商品经济的发达程度来划分,市场的发展大体经历了三个历史阶段,即原始萌芽状态的市场、不发达的市场和发达的市场。

原始萌芽状态的市场是与原始社会末期简单的偶然的交换行为相适应的市场。其主要特征是:交换场所不固定,交换方式是直接物物交换,交换活动具有偶发性。这时的市场尚处于萌芽状态。

不发达的市场是简单商品经济阶段的市场。由于简单商品经济只是自然经济的一种补充或附庸,这时的市场处于不发达状态。其主要特征是:市场主体是以个体手工劳动为特征的小商品生产者,市场交换的对象主要是劳动产品,交换的目的在于换取自己需要的使用价值,交换的地域范围十分狭窄,而且各个地方都有自己的货币、规章和法律,甚至采用不同的度量衡,地区之间关卡林立,税收繁多。例如中世纪的德国巴登地区就有 112 种不同的长度标准,92 种面积标准,62 种干量标准,123 种液量标准,80 余种重量标准。又如从瑞士北端的巴塞尔到德国的科隆的路上,商人往往要交纳 31 种税,平均每 6 公里有一个税卡。可见,当时市场发育受到法权制度的极大限制,商品很难在地区之间流动,市场机制的作用相当微弱。这时的市场是极不完整的市场。

发达的市场是伴随着资本主义生产方式的产生而出现,并随着资本主义生产方式的发展而完善的。尤其是现代,市场发育已达到了相当成熟的程度。其主要特征是:(1)市场主体是以大机器生产为基础,以协作劳动为特征的自主经营的企业,它们以获取最大限度的利润为目的,从而为市场发展注入了强大的经济动力。(2)市场范围空前扩大,不但形成了统一的全国性市场,而且形成了统一的世界市场。(3)市场交换对象无所不包,既包括一切物质产品,也包括一切精神产品;既包括一切形态的劳动产品,也包括一切形态的生产要素,甚至还包括了人的名誉、良心、地位和人体器官等。(4)市场机制的作用空前加强,成为社会经济活动的全面调节者和社会经济资源的主要配置者。(5)市场体系高度完善和健全。不但

有高度发达的商品市场,还有相当完善的劳动力、信息、技术、资金、房地产等生产要素市场和产权市场,形成了一套比较完善的市场法规,有力地维护着市场秩序。所以,现代的资本主义市场已发展到相当成熟的程度。至于现代的社会主义市场,尤其是我国的市场,还正处在由不发达向发达市场的过渡阶段。但随着社会主义市场经济体制的建立,既具有发达市场特征,又体现社会主义性质的新型社会主义市场,必将逐步形成和日臻完善。

四、市场的功能

市场的功能,就是指市场在商品经济运行中的作用。早在 200 多年前,古典经济学家亚当·斯密就已看到了市场的功能作用。他把市场功能比喻一只“看不见的手”,在这只手的指引下,商品生产者自发地朝着一个共同的方向和目标,通过等价交换的原则,通过价格体系的作用和人们对自身利益的无限追求,实现社会福利的最大化,从而不断促进商品经济的迅猛发展。市场的功能具体是:

1. 价值实现功能

商品生产是为交换而进行的生产,作为商品的任何产品都必须进入市场,接受市场的检验。商品只有在市场上卖出去,转化为货币,才能完成它的“惊险的跳跃”,使商品的内在价值得到实现。正如马克思所说:“每一种商品都只能在流通过程中实现它的价值;它是否实现它的价值,在多大程度上实现它的价值,这取决于当时市场的状况”。^①所以,市场是商品价值得以实现的场所,市场状况决定着价值实现的程度。而价值实现问题则是商品经济运行的根本问题。

2. 经济联系功能

商品经济是社会分工的产物。在商品经济条件下,尤其是在发

^① 《马克思恩格斯全集》第 25 卷,第 720 页。

达商品经济条件下,社会分工越来越细,生产专业化程度日益提高,整个国民经济成为由众多的经济部门、行业、企业互相依赖的有机整体。这些部门、行业、企业之间的有机联系,只能依赖于市场。市场是商品经济尤其是发达商品经济条件下,生产与消费、宏观与微观、企业与企业经济活动的基本纽带。

3. 利益协调功能

市场是交换关系的总和,因而是各种类型的社会成员经济利益的集结点和实现地。商品生产者、经营者和消费者都要通过市场活动实现各自的经济利益,并由市场通过价格的涨落对买卖双方的经济利益进行调节,从而协调着社会经济生活。

4. 信息传导功能

市场信息特别是市场供求关系和市场价格情况,在现代社会已经成为生产者、经营者乃至消费者的一种无形的重要资源和财富。迅速掌握和很好利用市场信息,既有利于生产经营者正确认识市场形势,把握市场变幻的风云,作出科学的生产经营决策,根据社会需要来安排生产,从而使社会经济各部门能够合乎比例地发展;也有利于消费者作出正确的购买决策,以少量的货币支出获得较多的满足自己消费需要的使用价值,提高消费效益。可见,市场通过信息传导而对生产和消费从而对整个商品经济活动发挥着指示器作用。

5. 优劣评判功能

在商品经济条件下,一切商品生产者、经营者都是市场大舞台上的演员,他们凭借各自的经济技术实力参加市场竞争,谁优谁劣,都由市场来判定,并由市场来执行优胜劣汰的原则。市场评判是一种最公开、最公正、最准确的评判。

五、市场的结构

市场结构是构成市场的各因素之间的相互关系。按构成市场的基本要素划分,市场结构具体可分为市场主体结构、市场客体结

构、市场空间结构和市场时间结构。

1. 市场主体结构

市场主体是在市场上从事交易活动的组织或个人,它既包括自然人,也包括以一定组织形式出现的法人;既包括赢利性机构,也包括非赢利性机构。在通常情况下,市场主体包括企业、居民、政府和其他非赢利性机构。企业是最重要的市场主体。此外,市场主体也包括一些中介机构,如律师事务所、会计师事务所等。在现代市场经济中,上述中介机构的作用越来越重要。除中介机构外,根据各市场主体在交易活动中所处的地位,市场主体结构可分为市场买者结构和市场卖者结构。市场卖者结构是指市场上商品、劳务提供者的构成组合状况,一般从企业规模结构进行分析。企业规模是指生产要素在企业里的集中程度。大中小型企业市场运行中具有不同的作用。确定合理的企业规模结构有利于市场的平衡发展。市场买者结构一般表现为买者的职业结构。人们从事的职业不同,会形成不同的文化基础、价值观念、社会层次和生活内容,从而具有不同的消费需求和购买行为。研究市场买者结构,有利于企业在市场营销中发现市场机会,选择目标市场。同时也有利于社会在宏观上把握市场发展变化的趋势。

2. 市场客体结构

市场客体是指提供到市场上的各种商品和劳务。因而,市场客体结构就包括市场商品结构和市场劳务结构。提供到市场上的商品可以分为生产资料 and 消费资料。其中,生产资料又可以分为生产生产资料的生产资料和生产消费资料的生产资料;消费资料按满足人们消费需要的序列和层次,又可以分为生存资料、发展资料、享受资料;按消费品的用途,还可以分为吃、穿、住、用、行等。合理的市场商品结构既要有利于生产的发展,又要适应消费需求的变化。市场劳务结构包括生产性劳务结构和消费性劳务结构。生产性劳务是直接为生产过程提供服务的劳务,消费性劳务是直接服务于居民生活的劳务,它们都可以细分为不同特点的若干分类。这

些不同特点的劳务也需要有一个协调发展的比例关系,从而形成劳务结构。研究劳务结构的特点及其变化趋势,有利于促进社会分工和生产专业化的发展。

3. 市场空间结构

市场空间结构是按市场空间扩散和吸收作用的大小划分的市场结构。它可以分为区域性市场、全国性市场和世界性市场。区域性市场是商品交换以地区为活动空间的市场。它是根据各经济区域的自然、经济和社会条件,随着商品经济的发展而自然形成的。它一般以若干个大中型企业为中枢,以交通枢纽、大商品集散地为中心,进行区域辐射;全国性市场是商品交换以全国为活动空间的市场。全国性市场由若干个互相联系、互相辐射的区域性市场所构成,是区域性市场相互联系的一体化表现。全国性市场的形成是商品经济进入发达阶段的标志;世界性市场是商品交换以全世界为活动空间的市场。世界市场是国际分工的产物,是世界范围内各国之间通过对外贸易联结而成的市场总体,是国内市场的扩大和延伸。世界市场是由若干个国际区域性市场所构成的。

4. 市场时间结构

市场时间结构是按市场交易活动所经历的时间长短和交易方式而划分的市场结构。一般由现货交易、期货交易和信用交易构成。现货交易是“当面成交、银货两清”,买和卖在时间上具有同步性。现货交易对经济活动具有灵活的调节作用,但它主要适应于小额消费品和劳务交易。期货交易是在商品交易所内先达成交易契约,然后在将来某个时期进行银货授受的交易,“成交在先,交割在后”的期货交易是一种较为复杂的交易方式,一般具有三个特点:义务性、远期性、投机性。期货交易具有保值和分散风险的功能,有利于促进生产的发展和市场的稳定。信用交易即贷款交易,主要有两种基本形式:一是延期付款,即先拿货,后付款;二是预付款交易,即先付款,后取货。二者的共同点都在于交换当事人和交换对象的活动有时间上的分离性。信用交易有利于协调供求关系,但也