

● 主编 彭志强 侯勇 姚伟波

社会主义 市场经济 简明教程

SOCIALIST MARKET-DIRECTED ECONOMY

经济日报出版社 ●

社会主义



中财 B0023048

市场经济简明教程

●主编 彭志强 侯 勇 姚伟波

●副主编 万 孚 陈美泉

龚模林 龙根深

中央财经大学图书馆藏书章

总号

422236

书号

7cK5.5/28

经济日报出版社

(京)新登字 102 号

责任编辑: 赵润庭

责任校对: 简本国

社会主义市场经济简明教程

SHEHUIZHUYI SHICHANG JINGJI JIANMING JIAOCHENG

主编 彭志强 侯 勇 姚伟波

经济日报出版社出版

(北京崇文区体育馆路龙潭西里 54 号)

新华书店总店科技发行所发行

岳阳市八达排版印刷中心排版

湖南省汨罗市印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/32 15.5 印张 360 千字

1993 年 9 月第 1 版 1993 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—10000 册

ISBN 7-80036-745-2/F·353 定价 8.80 元

岳阳市党校系统教材编审委员会

顾问 罗传根 欧阳辉 张云英 李观政

主任 吴钢良

副主任 孙水云 闵俏禹 汪金安 汤石觉 樊模林

侯勇 杨丛林

委员 (按姓氏笔划为序)

万孚 万文彬 方云 邓立武 王德华

许卫国 龙根深 卢从羽 田辉明 李玉洲

汤正光 刘明智 陈兴华 陈绍忠 余枝仙

汪河清 吴福安 吴耀华 周必球 周莲玉

徐永胜 黄小年 黄军强 彭志强

目 录

导 言	(1)
一、市场经济及其主要功能	(1)
二、社会主义市场经济体制的理论框架	(6)
三、建立社会主义市场经济体制的改革举措	(10)
第一篇 市场主体	
第一章 国有企业	(21)
第一节 企业的设立、变更和终止	(21)
第二节 企业的权利和义务	(28)
第三节 企业经营管理体制	(34)
第四节 企业内部管理制度	(40)
第二章 集体企业	(45)
第一节 城镇集体企业	(45)
第二节 乡村集体企业	(53)
第三章 个体私营企业	(58)
第一节 个体工商户	(58)
第二节 私营企业	(65)

第四章 外商投资企业	(73)
第一节 中外合资经营企业	(73)
第二节 中外合作经营企业	(83)
第三节 外资企业	(88)
第五章 股份企业	(93)
第一节 股份有限公司	(93)
第二节 有限责任公司	(104)
第三节 股份合作企业	(110)
第六章 企业集团	(118)
第一节 企业集团的组建	(118)
第二节 企业集团的权利和义务	(126)
第三节 企业集团的内部管理	(128)
第二篇 市场体系	
第七章 商品市场	(137)
第一节 生产资料市场和消费资料市场	(137)
第二节 批发市场和零售市场	(139)
第三节 现货市场和期货市场	(144)
第八章 金融市场	(153)
第一节 资金市场	(153)
第二节 资本市场	(156)
第九章 劳动力市场	(174)
第一节 劳动力市场的特点及其分类	(174)
第二节 劳务市场	(178)
第三节 人才市场	(184)
第十章 房地产市场	(191)
第一节 房地产市场及其综合开发	(191)

第二节	地产市场的开发与经营	(197)
第三节	房产市场的开发与经营	(202)
第十一章	产权市场	(207)
第一节	产权市场概述	(207)
第二节	企业产权制度及其改革	(210)
第三节	产权拍卖市场	(213)
第十二章	信息市场	(224)
第一节	信息市场及其作用	(224)
第二节	信息市场的经营组织	(228)
第三节	信息商品流通	(232)
第十三章	技术市场	(240)
第一节	技术市场的特征和作用	(240)
第二节	技术市场的经营形式	(245)
第三节	技术贸易	(249)
第十四章	国际市场	(257)
第一节	国际贸易	(257)
第二节	国际经济合作	(273)
第三节	国际金融市场	(286)

第三篇 市场机制

第十五章	价格机制	(295)
第一节	价格形成的基础	(295)
第二节	价格机制的职能	(301)
第三节	价格机制的调节作用	(304)
第十六章	供求机制	(310)
第一节	供求规律	(310)
第二节	供求弹性	(313)

第三节	供求机制的作用	(316)
第十七章	竞争机制	(320)
第一节	竞争机制的特点	(320)
第二节	市场竞争的基本形式	(323)
第三节	竞争机制的作用及发挥作用的条件	(327)
第四节	增强企业竞争能力的途径	(332)
第十八章	风险机制	(336)
第一节	风险概述	(336)
第二节	企业风险分析	(339)
第三节	树立风险观念,健全风险机制,发展风险企业	(348)

第四篇 市场策略

第十九章	市场细分与目标市场策略	(355)
第一节	市场细分策略	(355)
第二节	目标市场策略	(361)
第二十章	产品策略	(368)
第一节	产品及其寿命周期	(368)
第二节	新产品的开发	(373)
第三节	产品组合	(379)
第二十一章	定价策略	(384)
第一节	定价目标和程序	(384)
第二节	定价策略	(390)
第二十二章	销售渠道策略	(399)
第一节	销售渠道的基本类型	(399)
第二节	销售渠道的中间商	(405)
第三节	市场销售渠道策略	(408)

第二十三章 市场促销策略	(414)
第一节 人员推销	(414)
第二节 营业推广	(419)
第三节 广 告	(422)
第四节 公共关系	(426)
第五节 促销组合	(433)

第五篇 市场调控

第二十四章 市场管理	(439)
第一节 市场管理的职能和原则	(439)
第二节 市场管理的主要内容	(444)
第三节 市场管理的主要方法	(453)
第二十五章 宏观调控	(458)
第一节 宏观调控的必要性、环节和职能	(458)
第二节 宏观调控的方式和手段	(462)
第三节 宏观调控的目标和机制	(467)
附: 关贸总协定简介	(475)
一、关贸总协定概况	(475)
二、关贸总协定的主要内容	(476)
三、关贸总协定组织的多边贸易谈判	(480)
四、中国与关贸总协定的历史渊源	(482)
后记	(485)

导 言

中共十四次全国代表大会总结了我国改革开放以来的理论和实践,提出了建立社会主义市场经济新体制的改革目标。要建立社会主义市场经济体制,发展社会主义市场经济,首先必须弄清楚什么是市场经济及其体制。

一、市场经济及其主要功能

市场经济是适应商品经济的发展水平,以市场调节为基础和主导的一种经济运行形态。它的本质是运用价格、供求、竞争等市场机制,对社会经济活动的各个方面、各种要素进行基础性调节,对物质资源进行合理配置,着力于调动每个商品生产经营者的积极性。与此同时,政府为市场运行制定规则,修正市场行为,从而实现国民经济和社会的稳定协调发展。

(一)市场经济的产生与发展

1. 市场经济的萌芽:物物交换阶段。在人类社会开始的漫长岁月里,人们过的是一种原始的共产主义生活。在那时,没有社会分工,没有私有制,自然也就没有市场,没有商品生产和商品交换行为的发生。

当人类进入到原始社会的中后期阶段,由于生产力的发展,特别是两次社会大分工的出现,使人的劳动能够生产出超过劳动力生存所必需的剩余产品,人们都需要获得在本部落地区不生产的产品,这就引起了彼此之间进行物物交换的可能与必要。于是直接以交换为目的的生产即商品生产开始出现。如果说,处于这一时期的偶然的交换活动是市场产生的萌芽的话,那么发生在原始共同体之间的经常性的商品交换,便可以视作市场形成的雏型。当然,由于这时自然经济是社会经济的基本形式,人类在物质生产过程中的生产联系还没有达到广泛的沟通,从而市场经济关系只能处在萌芽状态之中。

2. 市场经济的形成:货币交换阶段。随着生产的发展,社会分工的加强,以及交换范围的扩大,使金、银等贵金属开始执行货币的职能,并逐渐成为占优势的普遍的货币商品,货币应运而生了。在货币出现以后,生产者之间的直接的物物交换,就变成了以货币为媒介的商品交换。货币交换关系的确立,使得真正的市场经济关系开始从萌芽阶段走向产生。这时,各种具有不同使用价值的商品通过货币的媒介作用,实现全面的互相交换。

社会第三次大分工出现后,商人作为一个独立的阶级存在了。商人不从事生产劳动,他们以手中握有的货币专门从事商品交换活动,成为生产者和消费者的中介人。商人和商人资本的出现,加速了商品的流通,扩大了商品的交换的范围,使生产必须同社会需要相联系,因而市场经济关系开始逐渐成为人们经济生活中占统治地位的经济关系。市场逐渐开始引导生产,成为引导社会资源配置的导向塔。

3. 市场经济的发展:信用交换阶段。市场经济的发展,必然引起流通的扩大,黄金作为货币已愈来愈不能适应流通的需

要。逐渐出现了各种形式的信用货币，如期票、汇票、银行券、支票等。同时，纸币也大规模出现了，并且逐渐割断了与黄金的联系，成为一种独立的货币形态。

信用交换关系的发展，使市场作为社会资源配置导向塔的作用更为增强了。这主要表现在：第一它可以加速利润率的平均化过程，促进社会生产的发展。第二，信用制度和银行制度加速了商品流通，减少了流通中占用的货币资本（金），节省了流通费用，从而可以更大程度地利用社会资源。第三，信用和银行加速了资本积累和资本集中，从而促进了股份资本的形成和股份公司的成立。第四，国际信用制度的发展，使得对外贸易能迅速向世界的各个角落扩展，从而迅速开拓出巨大的世界市场，使社会资源配置开始在国际的范围内进行。

（二）市场经济的基本特征

市场经济的基本特征是指任何社会条件下的市场经济都具有的共同属性。它集中表现在构成市场经济的框架并使之得以正常运行的基本要素上。

1. 经济关系市场化。在市场经济条件下，一切经济关系都市场化、货币化了，所有经济活动主体都通过市场发生联系，一切经济行为都直接或间接处于市场关系化之中，全部生产要素都成为商品进入市场，而市场机制是推动生产要素流动和促进资源优化配置的基本运行机制。

2. 利益取向最大化。在市场经济中，各个微观经济主体有着独立的经济利益和决策权力，这就使各个微观经济主体得以从自身利益最大化的目标出发决定做什么和不做什么。经济主体的这种趋利避害的“理性行为”是微观经济效益的基础，同时也是市场调节赖以发生效力的基础。实际上，市场调节就是受利益驱使的各个微观主体在追求自身利益时，自发地将行动调

节到符合社会需要的方向。

3. 企业行为自主化。所有企业,包括那些必须由国家掌握的企业,都具有作为商品生产经营者应拥有的全部权力及实现这些权力的高度自主性。企业有自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的责权和机制。企业有权根据自身的个别劳动在社会劳动中所占的份额,根据自身的经营情况,获得相应的物质利益。企业之间的经济关系,完全遵循等价交换的原则,这种自主性能够使企业自觉面向市场,追踪市场信号特别是价格信号,开展生产经营活动。

4. 经济决策分散化。在市场经济条件下,经济决策权掌握在各个微观经济主体手中,可以说,有多少微观经济主体就有多少个决策中心。这些决策中心按决策的性质区分为两类,一类是投资决策中心;另一类是消费决策中心。投资中心所作决策实际是直接决定资源配置,因此投资中心也就是资源投向的直接决策者。由于商品经济的本质特征是为交换而生产,所以投资中心作出的决策必须考虑由各个消费决策中心分散作出的消费选择所形成的市场需求。

5. 经济交换开放化。市场经济作为充分发展的商品经济,其发展的重要条件是社会分工和协作。有社会分工和协作,就有交换;有交换,就要求开放,所以从一定意义上说,市场经济又是一种开放型经济。这种经济是没有地位、部门界限的,它冲破了一切人为的障碍,以不可阻挡的强大力量,打破了小生产狭隘界限,创造了无比巨大的生产力,把世界经济推进到了一个崭新的发展阶段——国际分工阶段。

6. 宏观控制间接化。在现代市场经济中,宏观控制并不是通过行政命令的形式直接干预企业生产经营的具体事务,而是通过非指令性的计划,以及税收、利率等经济杠杆为主体的各类

经济技术、产业和行为政策,按既定的社会目标,引导、调节和规范企业经营活动,并矫正市场缺陷,保证市场的健康运行。

7. 经营管理法制化。市场经济是一种法制经济,政府对经济活动的干预,无论是宏观导向,还是微观监控,一概通过法律手续进行。管理部门按照相关的法律法规评价、控制与处理各类经济活动,整个经济运转有一个健全而科学的法规环境。

• (三)现代市场经济的主要功能

市场经济的功能,是由市场经济机体内在属性产生的客观职能。现代市场经济功能主要表现在以下五个方面。

1. 合理配置资源。从宏观方面看,社会生产和社会需求是在不断变化的,市场经济能够根据地区和行业生产要素的分布、经营情况,改善资源存量和增量的配置组合,较充分、较合理地发挥各种资源的作用,减少和避免资源的浪费。特别是在社会专业化生产的条件下,资源存量、现有生产能力的调整和重组,更需要运用市场机制。从微观方面看,市场经济要求每个生产单位都要以最少的劳动耗费取得最大的劳动成果,实现利润最大化。为了达到这个目的,企业就必须充分利用各种资源,节约物化劳动和活劳动,提高劳动生产率和工作效率。

2. 自动调节供求。在商品经济条件下,一定时期内社会供给与社会需求在总量上不可能完全平衡,在结构上也不可能完全协调。而且,无论总量和结构,都处在不断的变化之中。市场调节通过价格信号,较准确、及时地反映市场供求状况的变动;通过价格变动,自发地引导生产、引导消费,对社会供求关系进行双向调节,使社会供给和社会需求在总量和结构上大致协调。

3. 客观评估价值。评价一种商品的价值,评价一个企业管理水平的高低,以至评价一个产业的前途,最公正、最准确的就

是市场。一种产品如果适销对路、价廉物美,就会成为抢手货,生产这种商品的厂家获得的经济效益就会一目了然。与行政估价不同,市场估价不是静态评估而是动态评估。这种动态评估有助于宏观管理部门、企业管理人员和社会公众对企业作出正确的判断。

4. 强制奖优罚劣。存在着竞争规律的市场经济,迫使每个商品当事人面临成功与失败的双重选择。这里不讲情面,不讲关系,没有保护伞。优胜劣汰作为一种强制手段,迫使每个生产者必须采用先进技术、降低产品成本、提高产品质量、改善服务态度,按照市场需求组织生产。在竞争中,那些技术先进、设备精良、产销对路、管理水平较高的企业在竞争中获得优胜;那些技术陈旧、产品老化、管理不善、严重亏损的企业在竞争中被淘汰。

现代市场经济在以上方面显示出来的强大功能,表明人类的经济活动、文化活动乃至政治活动,都已经离不开它。市场经济的这些功能是通过参与市场经济活动的企业的经济行为来实现的,是相互联系、相互促进的。

二、社会主义市场经济体制的理论框架

(一)建立社会主义市场经济体制的必要性

1. 建立市场经济体制是实现社会主义根本任务的需要。社会主义建立在商品经济不发达、经济文化落后的基础上,大力发展生产力是其根本任务。只有充分发挥计划和市场两种手段的作用,才能做到合理配置资源,使多种生产要素形成最佳组合,避免和减少浪费,不断提高经济效益。市场机制这只“看不见的手”的作用是计划机制和行政手段所不能替代的。它通过市场供求关系的变化和价格的涨落,引导生产和消费,调节社会

资源的流向,把有限的资源配置到最需要的地方和效率最高的企业,促进社会生产力不断发展。

2. 建立市场经济体制是坚持公有制主体地位的需要。在社会主义初级阶段,以公有制为主体多种经济成分长期并存,共同发展。企业自身独立的经济利益,是通过市场主体之间的交换实现的。这就要求企业与企业之间的交换,都必须遵循等价交换的原则。同时也要求企业生产什么,生产多少,如何生产都要根据市场信号来决定。坚持公有制主体地位,重点是要搞活大中型国有企业。现在的情况是,国有企业 1/3 明亏,1/3 暗亏。根本的原因是它们的重大经济活动仍然由各级行政部门直接控制,手脚是捆着的。要搞活国有企业,关键不在于给了多少优惠政策,而在于进一步放开企业手脚,把它们推向市场。

3. 建立市场经济体制是实行按劳分配原则的需要。在社会主义阶段,劳动是人们谋生的主要手段,人们只有从事生产经营活动才能实现一定的物质利益。一方面运用市场机制使劳动者能找到最大限度发挥个人技术,从而获得较高收入的企业,同时企业也能找到达到最好经济效益所必需的劳动者。另一方面社会对劳动者个人物质利益分配必须遵循等量劳动相交换的原则,而等量劳动交换在商品经济条件下,只有运用市场机制才能实现。首先企业劳动产品拿到市场进行交换实现其价值变成货币形式,然后把这些货币与企业职工的劳动产品挂钩,已实现的货币是社会承认的劳动量,个人劳动产品数量是企业内部承认的劳动量,把市场上实现的货币量再按企业内部已生产出来劳动产品的总量分配,就实现了等量劳动相交换,其实质是依据在市场上形成的表现为价格的社会必要劳动尺度来衡量劳动产品的价值,已实现的劳动产品价值再与劳动者的劳动产品数量挂钩,从而体现了多劳多得、等量劳动与等价交换的相互

统一。

4. 建立市场经济体制是社会主义国家走向世界, 发展外向型经济的需要。社会主义要发展, 需要吸收人类的文明成果。市场经济作为人类的共同的文明财富已被实践所证明, 它确实具有促进经济发展, 提高经济效益的功能。中国要走向世界, 要参与国际分工和国际竞争, 如果还是两种体制、两个轨道运行, 国际上搞市场经济, 中国还搞高度集中的计划经济, 这样中国很难占领国际市场, 或成为国际竞争的优胜者。随着开放的进一步扩大, 我国要大踏步地走向国际市场, 这就要求我们的体制和世界的体制有一致性, 只有建立社会主义的市场经济体制, 才能较好地 and 以市场经济运行为基础的世界经济接轨。

(二) 社会主义市场经济体制的主要内容

社会主义市场经济体制是以公有制为主体, 以企业法人(自然人)自主经营为前提, 以市场关系为基础, 由市场力量决定社会经济资源配置的经济体制。我们要建立的社会主义市场经济体制, 其内容与要求主要有以下几个方面:

1. 市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础作用, 使经济活动遵循价值规律的要求, 适应供求关系的变化。任何生产, 总离不开两个公理性的假说, 即资源的稀缺性和目标函数的最大化。根据一定时期的技术条件和经济发展水平, 在各种可能的用途之间最有效地配置稀缺资源, 是在可用资源的约束条件下生产尽可能多的产品以便最大限度地满足需求的关键。在社会性、协作性的生产中, 资源可以通过两种方法和手段来配置, 一种是行政命令, 另一种是市场力量。所谓计划经济或市场经济, 就其实质而言, 就是依靠行政命令或市场力量实现资源配置的经济。因此, 通过市场配置资源, 使经济活动遵循价值规律的要求, 适应供求关系的变化, 便成为社会主义市场经济体