

消费品市场研究

郭冬乐 房汉廷 田春苗 著

中國改革研究叢書
薄一波題

重 庆 出 版 社

消费品市场研究

郭冬乐 房汉廷 田春苗 著

Jm81/22

重庆出版社

1990年·重庆

责任编辑 赵文林
封面设计 王庆伦
技术设计 刘黎东

郭冬乐 房汉廷 田春苗著

消费品市场研究

重庆出版社出版、发行(重庆长江二路205号)
新华书店经销 达县新华印刷厂印刷

*

开本 787×1092 1/32 印张 3.375 插页 2 字数 69 千
1990年8月第一版 1990年8月第一版第一次印刷

印数: 1—1,250

*

ISBN 7-5366-1007-4/F·44

定价: 1.45元

《中国改革研究丛书》编委会名单

主 编 童大林

副主编 宋廷明 郑新立 李松晨 陈佳贵

编 委 (按姓氏笔画排序)

孙祥剑 刘溶沧 刘福垣 吕 政 宋廷明

陈佳贵 李松晨 郑海航 郑新立 高铁生

童大林 董京泉

常务副主编 陈佳贵

让理论之树常青

(代 序)

童大林

有一句名言：生活之树常青，而理论是灰色的。这是针对那种理论脱离实际、理论发展落后于实践进展的状况而言的。我国近十年城乡改革的历程，展现在人们面前的则是另一番绚丽多彩的图景：不仅实践繁花似锦、争奇斗艳，而且理论之光璀璨夺目，熠熠照人，无限丰富的改革实践为科学正确的改革理论提供了肥沃的土壤和良好的气候条件，理论上的新思想、新观点破土而出，生机勃勃，联翩涌现。在这改革的年代，不仅实践之林根深叶茂，理论之树也四季常青。

伟大的社会变革必然产生出无愧于时代的先进理论。近十年来，在我们中国这个既古老而又年轻的国度里所进行的这场伟大变革，犹如大海的波涛，猛烈地冲破了旧体制的堤坝，摆脱了旧观念的束缚，荡涤了“左”的僵化思想的积习，使整个国家的面貌发生了巨大而深刻的变化，给我国理论界注入了新的生机与活力。党的十一届三中全会关于实事求是、实践是检验真理的唯一标准理论，为我们党制定一系列马克思主义路线奠定了基石。关于社会主义社会的根本任务是发展生产力的理论，为全党胜利实现工作重点转移、集中全力搞好改革和建设，确立了行动的准则；关于我国还处在社会主义初级阶段的理论，为我们进行这场震惊世界的改革，提

供了根本依据；关于大力发展社会主义商品经济的理论，为在城乡进行经济体制改革，指明了总的方向；关于国营经济必须实行所有权与经营权分离、使企业成为独立的商品生产者和经营者的原则，为增强企业活力，广泛推行承包、租赁经营责任制，提供了依据；关于培育和发展社会主义市场体系的观点，为搞活城乡经济，开辟了无限广阔的天地；关于以公有制为主体发展多种所有制经济的设想，为调动各方面的积极因素，繁荣社会主义经济，创造了良好的条件；关于以按劳分配为主体实行多种分配方式的理论，为实行正确的分配政策和建立新的社会保障制度，找到了正确的途径；关于广泛开展社会主义竞争的理论，为增强企业在国内外市场上的应变能力和使各种人才脱颖而出，提供了新的机会；关于充分发挥中心城市功能的方针，为发展各种横向经济联合和建立以中心城市为依托的各种经济区，找到了科学的根据；关于政府要由直接管理为主向间接控制为主过渡的设想，为宏观经济管理体制和政府机构的改革，指出了奋斗的目标；关于社会主义国家必须实行对内对外开放的政策，为打破旧体制格局和建立开放型的新体制模式，提供了有力的论据；关于实行党政分开、建立社会主义民主政治和法制的构想，为进行政治体制改革，勾画出了宏伟的蓝图；关于经济发展必须依靠科学技术进步，科学技术必须与经济建设相结合，教育要面向现代化、面向世界和面向未来的观点，为进行科技、教育等体制的改革，确立了指导方针；关于要进一步解放思想、更新观念的观点，为上层建筑和意识形态领域的改革，建设社会主义精神文明，打下了思想基础；等等。所有这些新的理论、新的思想、新的观念，将构成指导我们今天这

场伟大变革的改革理论体系和框架。不断丰富、完善和发展改革的理论体系，正是摆在我们广大理论工作者、实际工作者和千千万万改革者面前的一项光荣而艰巨的任务。

近十年来如此丰富的城乡改革实践，为我们全面系统地研究改革的理论，提供了非常宝贵的矿石和原料。当前，迫切需要理论工作者按照党的十三大精神，进一步解放思想，大胆探索，紧密结合中国改革的实际，对十年改革的实践经验，从理论上加以概括和总结，进行一番去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里的精炼和加工，使认识发生飞跃，概念得到升华，由经验上升为理论，由思想的火花变成指路的灯塔，把零星的观点提炼成系统的理论，逐步形成一个完整的具有中国特色的改革理论体系。这无疑是一个宏大的社会系统工程，需要理论工作者和实际工作者，老的理论工作者和中青年理论工作者、专业理论工作者和业余理论工作者、社会科学工作者和自然科学工作者等各方面专家、学者的密切协作和共同努力。改革越深化，理论的指导作用越显得重要。应该说，脱离了改革实践的理论是空洞的理论，没有正确理论指导的改革实践是盲目的实践。现在需要我们更好地把理论与实践有机地结合起来，不断把各项事业推向前进。

党的十三大向全国人民提出的中心任务是加快和深化全面改革。改革的实践造就了一大批改革人才。近年来，许多颇有建树的中青年理论工作者在改革的实践中崭露头角，给理论界带来了一股清新的空气。他们在改革的大潮中搏浪前进，采撷浪花，探索规律，提出了很多新的观点和见解，已经引起了理论界和国内外的普遍重视。这次，重庆出版社捷足先行，特地将这些同志的一批最新研究成果汇集在一起，准备

陆续出版一套“中国改革研究丛书。”这套丛书的出版，对于加强改革的理论研究和舆论宣传，对于加快和深化政治、经济、科技、教育等体制的全面改革，无疑是一个很大的推动和促进。当然，任何理论都要经受历史和实践的检验。这套丛书中的许多理论观点，也需要在实践中不断充实、发展和完善。但是，这毕竟是一个良好的开端。我们希望，这套丛书中的许多一家之言和一得之见，能够迎来改革理论研究百花齐放、百家争鸣的新局面。

一花引来万花开。又一个姹紫嫣红、百花争艳的春天到了。1988年，这是中国大地上第十个改革的春天，让我们张开双臂欢迎她！愿灿烂的实践之花，在这大好的春天里结出丰硕的理论之果。

1988年春，于北京

目 录

第一章	经济体制转换中的消费品市场	(1)
一	集中计划体制下消费品市场的缺陷.....	(1)
二	经济体制改革中消费品市场的发展.....	(6)
三	1988年前我国消费品市场存在的主要问题....	(9)
第二章	选择正确的消费政策	(17)
一	传统体制下的消费政策及其市场映射.....	(17)
二	超前消费政策误区与消费品市场运行的再度 变异.....	(21)
三	正确的选择.....	(26)
第三章	理顺价格机制	(31)
一	消费品市场价格机制的扭曲和失灵.....	(31)
二	消费品市场机制局部失灵的原因分析.....	(35)
三	理顺价格机制的对策性建议.....	(41)
第四章	建立和健全有效的市场规则	(45)
一	1988年前的：无序运行.....	(45)
二	1988年前的：建立制度性和运行性的市场 规则体系.....	(52)
第五章	流通组织的再造	(57)
一	深化商业企业改革，重构企业行为机制.....	(57)
二	发展经营内容、经营形式各不相同的专业化 流通企业.....	(63)

三	强化流通企业间的有机联系，发挥流通的整 体效益和网络力量·····	(66)
第六章	发展消费品市场的目标和手段·····	(69)
一	发展目标·····	(69)
二	增加供给·····	(74)
三	改善供给·····	(78)
附录	开拓广阔的住宅市场·····	(88)
一	非市场化的社会福利型住房制度的五大弊端 ·····	(88)
二	住宅商品化、市场化是满足居民对住宅需求 的根本途径·····	(92)
三	逐步实现城市住宅商品化、市场化的基本构想 ·····	(93)

第一章 经济体制转换中的 消费品市场

市场总是同一定的社会经济体制相联系的。商品经济条件下的市场不同于产品经济体制下的市场。而在商品经济条件下，不同的经济运行的利益机制、决策机制和调节机制同样会形成不同的市场。我国的经济体制改革过程，也就是经济利益关系、权力关系和经济运行调节关系的调整过程，是市场的发展和完善以及市场机制逐步发生作用的过程，因而它必然会给消费品市场带来深刻的变化。

一 集中计划体制下消费品市场的缺陷

传统的高度集中计划体制是从根本上排斥市场机制作用的，它试图以一个无所不包的直接经济计划来代替社会经济生活中的市场交换联系。计划不但调节和约束社会经济中的各个生产经营企业，而且也调节和约束社会经济中的各个消费者行为——即以货币交换的形式分配社会消费品。因为人们相信，在以公有制为基础的社会主义社会里，每个人的消费需要是可以直接表现出来的，人们可以通过简单的四则运算来计算出整个社会的消费需要量，并以纵向的直接计划分配下达给每个企业来生产和经营，然后再以某种形式（一般是采

取货币形式)分配给各个消费者,直接以经济计划代替“著名的‘价值’”。这种不顾社会主义经济客观现实的僵化教条,不仅是社会主义的“直接分配式”的消费品市场的理论根源,也构成了社会主义高度集中的计划经济体制的理论基础。

同时,社会主义经济实践中的某些客观事实强化了社会主义高度集中计划体制下消费品市场的特点:(1)社会主义各国在革命胜利初期都程度不同、形式不同地经历过“战时共产主义”的阶段,分配式的个人消费根深蒂固;(2)社会主义各国都受了苏联这个第一个社会主义国家的“仅有经验”的影响,仿效苏联而形成了分配式的消费品市场;(3)资本主义各国在经济发展的过程中经历了多次程度不同的经济危机,人们在与资本主义经济的比较中错误地得出了社会主义的分配式消费品市场优于资本主义市场的结论;(4)社会主义各国普遍存在着的短缺强化了计划直接分配功能,消费品市场中的“凭票供应”便往往是短缺的直接结果。

理论与实践的双重根源,造成了社会主义的消费品市场的不可避免的缺陷。

第一,决策权高度集中于政府各部门,企业成为行政的附属物,缺乏灵活的经营决策权,从而扼制了消费品市场主体的活力。生产企业严格依据国家统一下达的生产指标生产,产品由国家统购统销,生产资料由国家统一供货,生产企业实质上是国家的加工厂,其唯一职能在于生产,基本上与市场本身隔绝。商业基本上由国家垄断,企业间实行严格的供销关系,固定进货区域、固定供应进货对象、固定作价方法;商品流通严格按照规定的渠道与环节进行;国营商业企业依据国家的计划指标承担主导市场、调节市场的职能。因而商

业企业与其说是流通企业，不如说是国家分配个人消费品的分配系统。同时，各种企业的资金来源与运用、利润分配、劳动工资、内部组织管理等各方面都由国家的统一政策所规定。这种高度集中的决策机制，使得企业变成了市场活动中的被动的主体，限制了企业的能动性和创造力，无法适应不断变化着的消费品市场，从而也就限制了市场机制的作用。

第二，企业的利益分配关系由国家统一确定，缺乏独立的、与经营效益相联系的经济利益，也就缺乏进行市场活动的内在冲动。企业利润上缴国家，亏损由国家负担，所需资金由国家无偿拨给，内部分配由国家统一规定的总体分配模式，必然造就作为市场主体的企业的落后经营：（1）无论是国家对企业，还是企业对职工都盛行平均主义，干好干坏一个样；（2）由于国家以利润增长幅度指标考察企业经营，但由于利润增长与职工利润没有挂钩，企业不但不追求利润的增长，甚至有意地扼制利润增长幅度，以防被“鞭打快牛”；（3）企业存在的软预算约束，使企业之间不是在市场形成竞争关系，而是在取得投资中形成竞争关系，从而导致全社会的投资膨胀。

第三，由于市场主体的状况决定了市场机制作用必然受到阻碍，这就产生出：（1）市场信号的扭曲性。由于市场价格由国家集中控制，统一制定，长期不变，既不反映价值又不反映供求关系，因而就扼杀了价格作为利益机制和作为信息机制的作用，使价格成为市场状况的错误反映，从而无法成为国家与企业据以调节生产和经营的信息。相反，在市场中起调节作用的往往代之以某些特殊的信号，如消费者排队购买、凭票供应商品等等。市场机制的作用不是以其自身

的固有的方式，而是以某种扭曲了的方式表现出来。（2）作用过程的间接性。由于企业的生产经营活动只依据国家的直接指令性经济计划来进行，因而市场对企业的作用往往是间接的：即国家在制定经济计划时在一定程度上考虑市场供求状况，在经济计划中予以反映，进而以计划调节企业行为。同时，上述市场信号的扭曲性也表明，市场机制的作用是间接的，即通过间接的信号来实现其作用。（3）作用力度的微弱性。由于生产经营企业都没有与市场相联系的独立的经济利益，因而市场商品的供求、价格状况对企业的调节作用是极为有限的，企业往往是为了完成国家的指令计划指标（如利润指标）才考虑市场状况的。不但如此，市场作用信号的扭曲性、作用方式的间接性也加剧了市场作用力度的微弱性。（4）作用方式的单一性。市场机制包括价格机制、竞争机制、风险机制等。在传统的集中计划体制下，由于企业主体利益与权力的非独立性，因而扼杀了市场竞争，更扼杀了进行市场活动的风险。总之，高度集中计划的经济体制，必然扼制消费品市场的调节功能和促进功能（或压力功能），从而进一步削弱企业的能动性和创造力，强化政府的指令性计划功能，而在市场信号扭曲、间接作用的条件下，政府计划从一开始就包含着脱离实际、比例失调的可能性。

第四，由于政府高度集中的经济计划严格地固定了购销关系，地区间商品调拨只有严格地按照国家统一的指令性计划才能进行。国内各地区实行自给半自给性质的经济政策，因而国内的统一市场长期以来没有形成，各地区市场相互分割、封锁。同时，在对外经济关系上，国家长期实行封闭政策，限制对外贸易的发展，限制对外经济技术的交流，从而人为

地把国内市场独立于国际市场体系之外，把国内经济独立于国际经济体系之外，阻碍了经济技术的发展，阻碍了商品市场的扩大和消费品市场的繁荣。

第五，传统的高度集中计划体制束缚了市场主体和市场机制的作用，因而必然给消费品市场带来一系列严重后果。主要是如下几方面：（1）消费品市场供求关系不平衡，总的状况是长期的严重短缺，但同时又存在着大量的库存积压。市场所需要的产品生产不足与市场过剩的产品不停地大量生产的状况并存。（2）企业生产经营活动与市场脱节，形成总体上的卖方市场，使企业产品成为“皇帝的女儿”不愁销售，企业缺乏提高产品质量、降低成本、更新品种花色的内在动力，导致市场上商品质次价高，“几十年一贯制”以及“官商”作风等弊端。（3）消费品市场结构不健全，城市居民住房始终未纳入市场轨道，对其它消费品市场构成了严重的影响。（4）消费者个人在消费品市场中享有很小的自由。他们不得不凭票、排队购买商品；不得不购买单一厂家生产的多年一贯制的产品；不得不接受僵死不变的价格。全社会消费水平提高缓慢，消费领域狭窄。

社会主义各国经济发展的经验教训表明，要发展社会主义经济，繁荣消费品市场，必须恢复消费品市场的本来面目，实现市场在国家计划指导下的自我调节。那种限制消费品市场机制，由一个统一的、高度集中的宏观经济计划来处理消费品市场的复杂的经济关系的企图是不合实际的。国家作为一个宏观经济单位，接收微观消费品市场的千千万万个瞬息万变的信息，并转化为经济计划指数，必然会存在大量的反映不全面、不及时等现象。从而影响计划的科学性和准确性。

而国家扼制价格的变动，迫使市场信息表现方式扭曲，也往往带来表现内容的扭曲，带来信息迟滞、传递减缓。总之，国家用高度集中的指令性计划直接控制消费品市场，削弱了市场机制的作用，扼杀了市场主体——企业的活力，必然导致市场供求关系脱节、商品单一、质次价差等弊端长期难以克服。消费品市场的繁荣有待于经济体制的改革。

二 经济体制改革中消费品市场的发展

我国的经济体制改革，是以政府行为改革、市场变革和企业改革为主线进行的。改革的这几个方面相互联系、相互渗透，在总体上决定并反映着消费品市场的发展和问题。我国消费品市场的改革和发展主要表现在以下几个方面：

（一） 形成多元化的市场主体构造

单一的国有企业对消费品市场的垄断是集中计划体制对消费品市场影响的突出表现。所以在经济改革的初始阶段就大规模地进行了市场主体的所有制结构调整和改革。如恢复农村供销社集体所有制性质、发展集体、个体以及其他形式的生产企业和商业企业等。试考察全社会商品零售总额的所有制构成，1987年与1978年相比，全民所有制所占比重从90.5%降到38.6%，集体所有制所占的比重从7.4%增至35.7%，个体所占的比重从2.1%增至23.7%。所有制结构的改革，使得市场主体实现了多元化，活跃了市场，推动了市场竞争。

（二） 改革市场商品购销体制

随着整个经济体制改革而发生的商品购销体制的改革，必须反映市场的发展和变化。消费品购销体制的改革是以国家对消费品流通的直接控制的松动为起点的。农副产品取消了统购派购，代之以合同订购和市场收购相结合；工业品取消了统购包销，代之以计划订购、选购、代批、代销、经销、工业自销、工商联销等多种形式；国营商业已经基本上突破了固定供应区域、固定作价、固定供应对象的僵化模式；工业企业也突破了原来的购销体系，允许在市场中自由购销商品。由于这些改革，市场机制不但在商业领域，而且在国民经济的各个部门、各个过程开始发挥作用。消费品购销体制的改革把长期以来依国家计划运行的企业推入了市场，开始作为一个真正的商品生产经营者来经受市场的考验，促进了企业所有制和政府宏观控制等一系列更为实质化的改革。

（三） 调整、改革价格体系和价格管理体制

价格改革包括两个既相互联系又相互区别的内容：一是价格体系的调整；二是价格管理体制的改革。一般说来，市场价格体系是一个自我调整、自我完善的有机体、不可能通过人为的调整而使之完全合理化，所以，价格管理体制的改革是价格改革的根本内容；而在价格体系极不合理的条件下，价格的人为调整又是价格体制改革的前提。因此，我国的价格改革大致可分为两阶段，一是1985年以前以价格调整为基本线索的改革阶段，主要内容是：大幅度地提高粮、棉、油、糖等农副产品收购价格，同时提高了猪肉、牛肉、羊肉、鸡蛋、蔬菜副食品及其相关副食品的零售价，调整了纺织品价格，降低了化纤品价格，提高了棉纺品和烟酒等商品