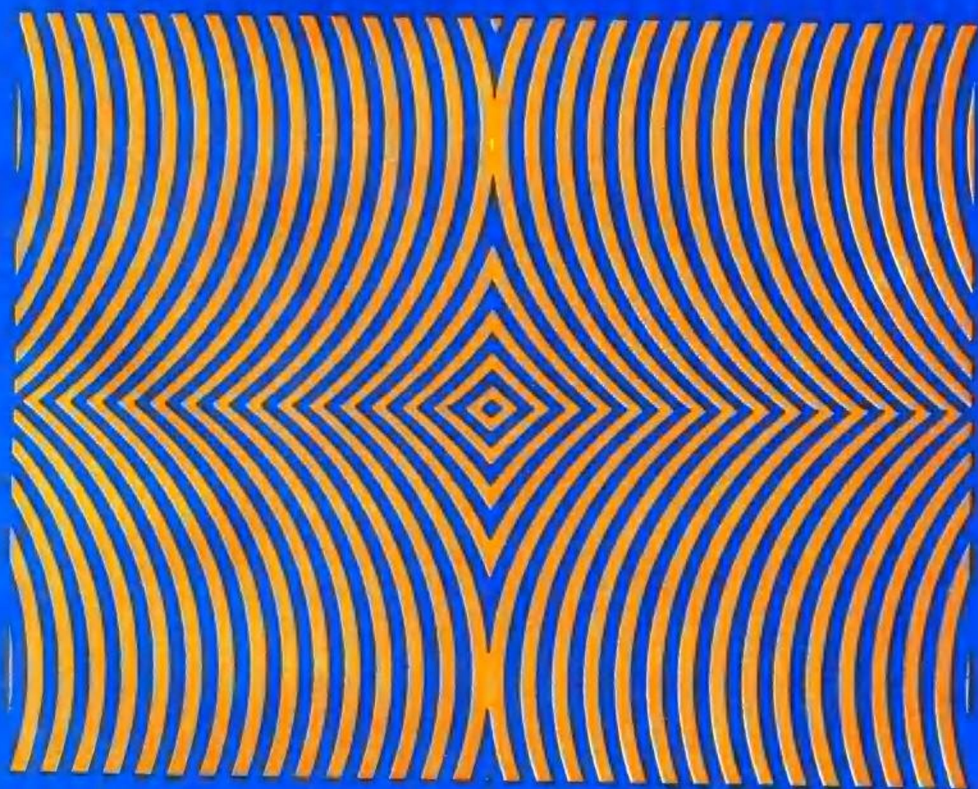


主编
副主编

高旭升
赵存厚
邢满红
高迎春
张书坡

SHICHANG
JINGJI
GAILUN

市场经济概论



气象出版社

市场经济概论

主 编：高旭升

副主编：赵存厚 邢满红

高迎春 张书坡

气象出版社

350186

京)新登字 046 $\frac{F713}{G27}$

市场经济概论

高旭升 等编著

*

气象出版社出版 (北京西郊白石桥路 46 号)

山西省美术印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 全国各地新华书店经销

*

开本:大 32 开 印张:13.125 字数:320 千字

1993 年 5 月第一版 1993 年 5 月第一次印刷

印数:1—13000 册 定价:9.80 元

*

ISBN 7—5029—1274—6/F·0015

JX107/05

市场经济概论

主 编：高旭升

副主编：赵存厚 邢满红 高迎春 张书坡

编 委：郎 煜 李玉禄 翟跃文 徐天贵

张转芳 韩 杰 罗友杰 赵琪初

张建友 樊 华 郑 瑾 张秀颖

原永中 李 晓 乔力田 马平衡

撰稿人：季宏本 全晓刚 李鹏飞 张书坡

张春生 吴国江 王衍行 吴玉萍

李德光 姜 峰 高迎春 赵喜明

史忠诚 石平洋

气象出版社

序

在党的十四大之前，尤其是在传统体制下，市场经济在我国命运是极为悲惨的，它一直被看作为资本主义的代名词，作为资本主义的范畴而受到批判。因此，在过去的传统体制下，市场经济可以说是一个谁也不能而且也不敢涉及的理论禁区。在某种意义上说，主张搞市场经济的观点是同反社会主义言论划等号的，是一个极为严重的政治问题。

经济体制改革开始以后，随着改革实践和思想解放的深入发展，在80年代初，我国经济学界的一些同志明确提出了我国必须建立市场经济体制的主张。但是这些同志的这个主张不仅没有受到重视，而且还被作为资产阶级自由化的严重情况来看待。甚至近年来，这些同志的主张在全国性大报上遭到严厉的批判。批判者甚至将市场经济与搞自由化等同起来，把主张搞市场经济与和平演变联系在一起。因此，中国必须搞市场经济的呼声一度曾被强行压制。

主张中国必须搞市场经济的观点虽然一再受到严厉的批判，并且受到很强的政治压力，但是那些从中华民族前途及社会主义历史命运着想的有识之士，一直在以各种方式发表着中国必须搞市场经济的主张。近年来，在对市场经济严厉的声讨声中，有的经济学家仍然发表文章，甚至直接上书中央，陈述我国搞市场经济的必要性和必然性，要求把建立社会主义市场经济体制作为我国经济体制改革的目标。

主张中国必须搞市场经济的观点，在邓小平同志的南巡讲话

中得到首肯。党的十四大根据小平同志的南巡讲话，明确提出了我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济，这标志着我们对市场经济的认识已经科学化，使市场经济在社会主义经济中的历史命运得到应有的评价。

市场经济虽然已成为我们的目标，但是市场经济体制的建立还有许多问题需要讨论，需要研究。由高旭升等同志编著的这本书，就是正适应了这种需要。这本书对于市场经济实际操作及运行，进行了系统的分析。可以说，这是一本很好的有关市场经济的著作，它对于推动我国市场经济的发展，肯定是有意义的。

魏 杰

1993年4月于北京海淀知春里13号楼810号

目 录

第一章 市场经济的一般性质	(1)
第一节 市场的概念及构成要素	(1)
第二节 市场与市场经济	(5)
第三节 市场的功能与地位	(8)
第四节 市场经济的基本特征	(12)
第五节 市场机制	(15)
第二章 市场需求与供给	(19)
第一节 市场需求与市场供给	(19)
第二节 市场需求的形成——消费者主体	(23)
第三节 市场供给的形成——生产者主体	(26)
第四节 影响市场需求与供给的因素	(30)
第五节 调节市场需求与供给的机制	(34)
第三章 市场的类型与经济效率	(38)
第一节 完全竞争市场	(38)
第二节 完全垄断市场	(43)
第三节 垄断竞争市场	(45)
第四节 寡头市场	(50)
第五节 几种市场结构经济效率的比较	(54)
第四章 市场体系	(57)
第一节 市场体系概述	(57)
第二节 消费品市场	(58)
第三节 生产资料市场	(62)

第四节	资金市场	(66)
第五节	技术市场	(71)
第六节	劳动力市场	(75)
第七节	房地产市场	(82)
第五章	市场价格与竞争	(88)
第一节	价值与市场价格	(88)
第二节	供求与价格	(91)
第三节	价格构成与价值构成	(95)
第四节	价格机制	(99)
第五节	双轨制价格	(104)
第六节	积极推进价格改革	(111)
第七节	市场竞争及其调节机制	(118)
第六章	市场均衡	(124)
第一节	市场均衡的内涵	(124)
第二节	市场价格调节形成的市场均衡	(125)
第三节	供求关系调节形成的市场均衡	(131)
第四节	市场均衡对市场机制的制约作用	(135)
第五节	卖方市场的均衡	(140)
第六节	买方市场的均衡	(145)
第七节	均势市场的均衡	(154)
第七章	市场中的微观经济运行环节	(162)
第一节	微观经济及其依存性	(162)
第二节	微观经济的市场约束	(167)
第三节	市场约束下的企业生产决策	(170)
第四节	市场约束下的企业资金循环	(173)
第五节	市场约束下的企业功能转化	(176)
第八章	市场中的微观经济运行过程	(179)
第一节	供给—资源约束的实质	(179)

第二节	供给—资源约束下的生产资金循环·····	(182)
第三节	需求—销售约束的实质·····	(188)
第四节	需求—销售约束下的商品资金循环·····	(190)
第五节	市场约束与企业资金的价值增殖·····	(193)
第六节	市场约束下的企业资金总循环·····	(196)
第九章	市场中的宏观经济调节·····	(201)
第一节	市场对宏观经济的依存性·····	(202)
第二节	市场的地位和作用·····	(205)
第三节	宏观经济调节的实质·····	(206)
第四节	宏观经济的平衡机制·····	(210)
第五节	社会总供给与总需求对生产和消费的制约·····	(212)
第六节	社会总供给与总需求平衡的基本标志·····	(215)
第七节	实现社会总供给与总需求平衡的途径·····	(219)
第十章	市场经济中的宏观控制·····	(226)
第一节	宏观控制的总目标·····	(226)
第二节	货币政策控制·····	(228)
第三节	财政政策控制·····	(233)
第四节	工资政策控制·····	(240)
第五节	价格政策控制·····	(244)
第六节	宏观控制下的市场机制运转·····	(248)
第十一章	社会主义市场经济理论的产生、发展与意义	
	·····	(252)
第一节	经典作家的市场理论·····	(252)
第二节	社会主义市场经济理论的最早阐述·····	(255)
第三节	前苏联、东欧国家社会主义市场理论的兴起	
	·····	(259)
第四节	中国社会主义市场经济理论的形成·····	(265)
第五节	社会主义市场经济理论的意义·····	(278)

第十二章	经济体制改革——社会主义市场经济的实践探索	
		(287)
第一节	社会主义自身的发展—经济体制改革.....	(287)
第二节	经济体制改革的战略选择.....	(291)
第三节	经济体制改革的成功实践.....	(298)
第四节	经济体制改革与市场发育.....	(307)
第十三章	社会主义市场经济的运行与运行机制	(313)
第一节	市场经济的运行与运行机制.....	(313)
第二节	经济运行的微观基础.....	(320)
第三节	经济运行的宏观层次.....	(328)
第四节	经济运行中的市场调节与供需平衡.....	(335)
第五节	经济运行中的政府干预.....	(339)
第十四章	社会主义市场体系的建设与运行机制的完善	
		(342)
第一节	市场体系的含义与结构.....	(342)
第二节	我国市场体系的发展及特点.....	(348)
第三节	市场发育中存在的问题.....	(351)
第四节	建立与健全市场体系.....	(362)
第五节	改革国有制确立企业的市场主体地位.....	(372)
第六节	完善市场机制,建立统一的竞争性市场.....	(377)
第十五章	比较、借鉴与启迪	(382)
第一节	美国的市场经济制度.....	(382)
第二节	德国的社会市场经济制度.....	(387)
第三节	日本的混合经济制度.....	(392)
第四节	发展中国家新加坡的宏观经济管理.....	(397)
第五节	比较、借鉴与启迪.....	(402)
主要参考文献		(406)

第一章 市场经济的一般性质

第一节 市场的概念及构成要素

一、市场的概念

人类对物质产品和劳务服务的消费，是保证人类生存的最基本的条件。人们日常生活中的消费，大多数消费的是不属于自己生产的物质产品和别人提供的劳务服务。商品经济越发达，劳动产品中的商品化程度越高，这种趋势就更加明显。人们消费物质产品和劳务服务总是要借助一定的形式来实现消费的目的，比如到出售商品的汇集地——商店去购买，或者到集市去购买。这就涉及到市场经济中的最基本的问题之一，即市场的概念问题。本章的目的就是通过介绍和探讨市场的概念，及其紧密相关的几个问题，为科学地阐述以后各章的市场理论提供必要的基础和前提。关于市场的概念，无论是西方经济学家，还是社会主义经济学家，都进行了深入的探讨，取得了一些研究成果。但经济学家们所使用的市场概念并不是完全一致的，有的甚至有较大的差异，概括起来主要有以下几种涵义：

1、指人们从事商品交换活动的场所或地点。如商店、集市、商场、批发站、商品交易所等，这是市场的最一般、最容易为人们理解的概念。这个概念还可理解为商品交换的运行方式，即商

品借助于集市、商店等场所完成商品的交换。如著名的英国经济学家阿尔弗雷德·马歇尔认为：一个市场就是一个区域，在这里买者和卖者彼此交往非常密切，市场的价格在本区域内趋于一致。前民主德国的米塔格认为：商品流通的具体场所是市场。这种观点具有一定的代表性，反映了与市场有关的一些经济现象，但它并未反映市场概念的全部内容。

2、是商品交换与货币交换的统一。这种观点认为，在商品交换中，甲卖出商品，乙购买商品，二者是一个矛盾的两个方面。只有甲愿意卖，乙也愿意买，商品所有权才会从甲手中转移到乙手中，归乙所有和使用。与此同时乙取得商品所有权是以付出一定的货币为代价的。这里商品交换和货币交换同时进行，方向相反，反映了商品交换与货币交换的统一性。这种观点是从市场所反映的内容进行考察的，它便于考察市场的范围、体系以及市场在经济中的地位与市场运行方式的调节与手段等，但就整体来看，这一概念反映的仍是市场涵义的局部内容，属于狭义的概念。

3、是市场价值、价格、供给和需求，市场竞争的统一体。市场的商品交换是有价值、价格的，商品的供应量与消费者需求量是有密切联系的，市场运行中最有效的机制之一——竞争也会发生作用。因此，此种概念也有一定的道理，它主要是从市场上商品交换的价值形态出发考察的，便于考察市场结构和市场的总体功能等，但只从价值客观过程考察难以全面反映市场内涵。如科尔奈在《反均衡》一书中提出市场涵义就是指价格形成过程。

4、商品交换领域。前苏联的科兹洛夫和彼尔乌森认为市场就是商品交换的领域。前苏联的勃·拉基茨基也认为：市场（交换领域）只是许多经济领域中的一个领域。

如何把握市场的科学涵义？我们认为前苏联经济学家的提法是正确的，即市场是商品交换的领域。其理由：一是如果仅把市场理解为商品交换的场所是不够的，因为商品交换有借助于一定

场所进行的，也有不需要固定场所完成的。随着科技的发展，通讯手段越来越先进，借助于电话、电传、电脑等先进手段完成商品交易的速度快，操作方便，太有发展前途。又如人们通常把市场也看作是对某些物品的需要和买卖，如钢材市场、旅游服务市场、房地产市场、信息市场等，这些市场不再是一个地点，而是反映了一种商品需求与买卖即交换的领域。二是把市场理解为商品交换与货币交换的统一也是不准确的。因为在存在钱货两清的情况下，交易的完成包含着商品与货币同时对等转移的统一，这反映了商品交换的最基本的形式。但商品交换有各种不同的复杂形式，如期货交易，又分为即期与远期等，即在商品交换时，购货人暂不付钱，以其他的方式如赊销等先取得商品所有权，此时商品交换与货币交换不是同时对等交换，无法统一。随着经济的发展、信用形式的增多，这种方式越来越多。因此，仅把市场理解为商品交换与货币交换的统一是不够全面的。三是把市场理解为市场价值、价格、供给与需求、市场竞争的统一，也有些偏面。价格、供给、需求、竞争是市场的构成要素，这些要素在市场中相互作用、相互影响的运动过程及功能称为市场机制。这种观点把市场等同于市场机制，可市场机制是以价格，供求等的存在为前提的，因此，此种观点的市场概念并不能概括市场的全貌。把市场理解为商品交换领域，就可避免以上观点的不足，也更能反映市场的全貌。因为商品有一定固定交换场所的市场，可以称为有形市场，如商店、商场、集市等，也可以是无固定场所的市场，如信息交流、电讯交易等，可称之为无形市场。还可包括商品交换与其他因素的关系，如价格供求、竞争、货币与信用等，这些关系都包括在商品交换领域内。因此我们认为，市场就是商品交换领域的观点是比较科学的概念。

二、市场的构成要素

市场是由基本要素构成的。所谓市场的构成要素是指构成市

场内容并发挥各自作用的因素。一般来说，市场有五个方面的构成要素：

1、市场主体。指参与商品交换领域的人和机构，它一般包括三种人：商品生产者、消费者和为买卖服务的中介人。商品生产者生产的商品是商品交换的前提，只有生产者生产了商品，才有可能进行商品交换；消费者购买商品用于消费，也是市场的主体，只有消费者购买商品，才能使生产者的商品能够实现交换，因而消费者是商品交换的实现条件。由于生产者和消费者的时空差异，所以还缺少不了中介人，中介人在商品交换中起着非常重要的作用。中介人可以利用自己的仓库储备商品、可以利用自己的网点销售商品，解决生产者与消费者的时空差异，从而使商品交换能够顺利进行，使分布于各地的市场能够联系和统一。从社会经营组织的角度看，市场主体又可分为企业、家庭与政府。企业作为商品生产者和中介人，即生产企业与商业企业；家庭作为消费者，并以向市场提供劳动获得收入用来消费；政府作为国有企业的所有者和经济运行的调节者，也参与市场交换活动并产生影响。

2、市场客体。指市场主体之间交易的对象。如果没有交换的客体，也不存在市场关系，如果客体不具有商品性，即不进入交换，市场就无法形成。在商品经济占主导地位的社会，商品货币关系是最基本的经济关系。因此，市场客体有四种基本形态：（1）硬件，即以实物形态出现的生活用品与生产资料；（2）软件，即以非实物形态提供的信息，技术产品等；（3）劳动力商品；（4）资金商品。这四种客体的形态，既形成不同的专业市场，又为市场体系的形态奠定基础。

3、价值与价格。市场价值是市场的核心要素，实际上市场关系就是价值关系，其基本的内容就是价值的决定和价值的实现。市场价值是由商品生产的平均劳动时间决定的，它通过价格而实现。但市场价值与价格不是完全一致的，市场价格背离价值是供求关

系的变化引起的。当供大于求时，市场价格会低于市场价值，当供小于求时，市场价格会高于市场价值，供求相等时，二者才趋于一致。市场价格是市场的晴雨表，它的高与低，反映了供求关系的变化。当价格提高时，可刺激生产者增加生产，反之则减少生产，因此，它对市场供求关系有调节作用。

4、市场的供给与需求。市场的供给是指一定时期内向市场提供的商品数量，需求则指一定时期内消费者需要消费的商品数量，需求都是具有一定支付能力的需求。供给和需求是商品经济条件下生产者与消费者相互联系的一种形式。商品的供求在市场上往往不一致，通常会出现三种形式：供大于求，出现买方市场；供小于求，出现卖方市场；供求相等，出现均衡市场。

5、市场竞争。竞争是商品经济的产物，只要有商品生产和商品交换就会有竞争。竞争是价值规律发挥作用的一种形式，没有竞争，就不会有价格围绕价值的波动，也不会使市场价格趋于市场价值。因此，竞争也是构成市场的重要内容。

第二节 市场与市场经济

一、市场经济的概念

日常生活中，人们常常把市场与市场经济混为一谈，认为市场就等于市场经济。实际上，市场与市场经济是经济学中十分重要、而又有区别的两个概念。如上节所述，市场是商品交换的领域，而市场经济则是一种经济的组织形式，它是指按照经济规律，优化组合生产要素，进行资源配置的一种经济组织方式或经济体制，是商品经济的高级阶段或现代形态。一般经济学家认为，迄今为止的经济组织方式或经济体制，有三种类型，即自然经济、计划经济与市场经济。自然经济是指社会生产的产品只能维持社会的一般需求，没有什么剩余产品，属于自给自足的经济。它反映

于生产力水平比较低下时所采用的一种经济组织形式。计划经济是指高度集中的、统一的经济组织形式，产生并发展于前苏联十月革命后的社会主义国家。企业的生产组织，如原料供应、设备配置、人事和产品销售等各环节，都由国家计划加以安排，企业只是完成国家计划，而不面对市场和消费者。其他环节如流通、分配、消费等都由国家高度计划。这种经济组织形式起初曾体现出一些优越性，但随着经济的发展，这种特定时期所采用的经济模式被加以推广和固定化，越来越暴露出更多的缺点，所以从60年代左右，一些社会主义国家便开始对这种经济体制进行改革，80年代末期，改革计划经济模式更广泛地在社会主义国家中展开，如我国的经济体制改革已取得明显的成效。市场经济组织形式，这是产生于西方的一种经济组织形式。18世纪时，作为商品交换的领域，市场在决定社会资源的分配和运用时，有其神秘之处：当经济决策由千百万个参与买卖交换活动的个人按其个人意愿分步做出时，靠什么来保证分配的合理与经济的效率呢？这是18世纪以来西方经济学研究的主要课题。传统的西方经济学从构成市场的要素入手，重点研究各种要素以及市场如何运行以促进资源的合理分配和经济效率的提高，其中特别重要的是研究价格机制和竞争机制。20世纪30年代，凯恩斯创立了经济学的另一重要分支即宏观经济学的基础，重点研究市场要素及其关系的经济学，后被称为微观经济学，有时也称为市场经济，即研究单个厂商和单个家庭在单一市场上的经济决定，这是狭义的市场经济概念。实际上，市场经济从理论上还包括宏观经济学，因为，在作微观经济分析时，必须把可能影响到宏观经济变量的微观经济各个变量的变化考虑进去，反之也一样。因此，微观经济和宏观经济两个方面才构成完整的市场经济。实际经济生活中，三种经济组织并不是截然分开的，而是相互交叉，甚至是三种类型的混合。

二、市场与市场经济区别

市场与市场经济虽然都是经济学中两个重要的概念，但二者是不同的，主要区别有以下几个方面：

1、市场，在国家之间、地区之间或者不同的商品之间是不一样的，如有欧洲市场、亚洲市场之分，在不同的商品之间有家电市场、体育用品市场等的区别，也就是说，市场有空间结构和分布。而市场经济作为一种经济制度，属于上层建筑范畴，有自然经济、计划经济、市场经济的区别，没有空间上的不同。

2、市场，作为商品交换的领域，是以静态角度对商品交换的范围所作的判断。无论是古代社会还是现代社会，不管商品交换的范围是大还是小，凡是商品交换领域就称为市场，尽管商品交换的范围随生产与交换的发展而扩展，但作为商品交换的领域已经包含在市场的内涵之中，它是商品交换领域的总称。市场经济作为经济的组织形式，属于上层建筑范畴，它是继自然经济、计划经济两种类型之外的又一种经济组织形式，是与生产力发展要求相适应的、能够更好地合理配置资源，实现经济运行效率与公平的社会经济组织形式，因此它不存在空间上的容纳性。

三、市场经济与商品经济

自人类社会产生以来，经历了自然经济、产品经济和商品经济三种经济形态。与之相对应，人类经济发展也经历了三种经济组织形式，即自然经济、计划经济和市场经济组织形式。在这里，商品经济和市场经济是相互对应的。人类经过这三种经济形态经历了漫长的历程，既是人类经济发展史，也是人类文明发展史的概括。自原始社会末期只是简单的商品交换和与此相联系的交换场所，随着交换规模和范围的扩大，随着市场的扩大和市场机制作用的形成，市场日趋规范，作为经济组织形式的市场经济被广泛推广和运用。当商品经济发展到现代，市场已经作为一个体系而存在，其机制已经在支配着社会各种资源的调节与分配。尽管如此市场经济与商品经济的本质规定性仍然是一致的：（1）经济