

湖南出版社

中国商品市场 发育研究

社会主义
市场经济理论
研究丛书 ●

柳思维 等著

社会主义市场经济理论研究丛书

柳思维 等著

中	国	商	品
市	场	发	育
		研	究

湖南出版社

[湘]新登字 001 号

责任编辑:曾赛丰

装帧设计:贺 旭

中国商品市场发育研究

柳思维 等著

*

湖南出版社出版、发行

(长沙市河西银盆南路 67 号)

湖南省新华书店经销 望城湘江印刷厂印刷

1996 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:10.875

字数:268000

ISBN7—5438—1388—2

F·217 定价:19.20 元

导 言

《中国商品市场发育研究》是由我主持承担的湖南省“八·五”社会科学研究课题的最终研究成果，本书的编著组织始于1992年底。当时拟定的研究内容是关于社会主义市场经济的若干问题，即在邓小平同志1992年视察南方重要谈话的精神指引下，集中研究我国社会主义市场经济发展中的一些重大理论与实际问题，对涉及市场经济发展的一些热点进行探索。但这一年为了尽快适应高等院校教学的需要，我相继主编并公开出版了《市场经济概论》（警官教育出版社1993年版）和《市场经济》（人民出版社1993年12月出版），这两本书均集中、系统地对我国社会主义市场经济发展中的一系列重大问题进行了探讨，并对市场经济的基本理论知识进行了研究和介绍。为便于教学，这两本书均以教材体例展开，比较注意各章节之间文字结构比例的协调及内容的互相衔接，以及行文的规范和统一。很显然，我主持的课题不能再简单重复这两本书的内容及体例。为此，我们根据形势发展的需要，将课题研究的重点定位在市场经济下的商品市场方面，并于1993年下半年重新修改了原定的课题研究报告，调整了课题组成员。

市场经济是以市场机制配置资源占主导的一种经济形式。市场经济的运行涉及到社会经济的各个领域、各个环节、各个行业，因此，要想在一个课题研究中对社会主义市场经济的方方面面都涉及到，也是十分困难的。而且，涉及的越面面俱到，就越难有深入的研究，只能是一般性的泛泛而谈。况且这种普及性的知识

读物也比较多，我们选择商品市场发育作为本书研究重点，也是根据科学研究规律的要求所作的一种正确选择。

在中国市场化的改革进程中，商品市场是率先进行改革的阵地。在邓小平建设有中国特色社会主义理论的指导下，我国在整个改革进程中就一直十分注重商品市场的发展。商品市场，特别是消费品市场与每个公民、每个家庭的日常生活及切身利益紧紧连在一起。随着商品市场领域各种改革措施的稳定实施，商品市场的供应不断改善，商品市场日益繁荣，为中国老百姓带来了实惠，使中国经济改革从一开始就获得了最广泛的群众支持。尽管经济改革中利益调整的幅度有时大、有时小，也尽管在新旧体制的转换中出现了许多前所未有的新问题，中国共产党和中国政府始终把维护人民群众的利益放在第一位，并从实际出发一次又一次解决了商品市场上所出现的种种动荡与摩擦，保持了改革中商品市场的繁荣、兴旺与持续稳定。这也是我国经济改革在整体上能渐进式地平稳推进、不断深化的一个重要条件。中国商品市场改革和发育的成功，是中国经济改革明显区别于前苏联、东欧各国改革的一个重要标志，也是中国改革进程中避免出现大的社会震荡和动乱的成功经验。因此，商品市场发育也不单单是一个经济问题，也是一个政治问题。这说明，商品市场发育作为我国社会主义市场经济发展中亟待研究的一个重要课题，是具有十分重要的现实意义的。

从目前我国社会主义市场体系的发育程度来看，商品市场的发育水平明显高于其他子系统市场。十一届三中全会以来，我国商品市场的历史性变化也是举世公认的。无论是消费品市场，还是生产资料市场；无论是中国农村商品市场，还是城市商品市场，其交换广度、交换深度、运行机制、发育环境等都出现了前所未有的变化。商品流通领域的扩张和变革也为其他市场的发育提供了可资借鉴的经验与启示。因此，研究中国商品市场的发育对于

完善整个社会主义市场体系、加快社会主义市场经济体制的建立都是十分必要的。

同时，加强对我国商品市场发育的研究也是改变我国商品流通理论研究滞后的需要。长期以来，商品市场的研究在我国一直存在某种滞后状况。原因是多方面的。改革以前由于传统计划经济体制的制约以及“左”的思想干扰，忽视和否定商品流通的存在，商品市场的正常流通被行政性的分配、调拨机制所替代，经济学界也不可能对商品市场予以更多的关注与研究。党的十一届三中全会以来，理论界与实际工作部门对商品市场的研究才开始起步，并有了巨大的进展，研究的领域和视野不断拓宽，研究的成果也十分丰富。但由于新旧体制转换过程中的种种特殊机理的作用，以及各种新出现的社会、经济、文化因素对商品市场的制约和影响，我国商品市场在发展中又出现了许多新问题，有些问题也是原先估计不到的，但这些新情况、新问题又极有研究价值。因此，我们选择研究中国商品市场的发育，对于丰富和弥补我国商品流通的研究成果，推进商品市场的研究是十分必要的。

对于中国商品市场发育的研究，我们一开始就明确其宗旨是在邓小平有中国特色的社会主义理论指导下，以党的十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》为依据，紧密联系我国改革以来商品市场发育的实际，突出研究我国商品市场的深层次的理论问题，并对一系列难点、热点、焦点问题进行集中研究，重点在探讨体制转换过程中我国商品市场发展的某些规律性上下功夫，使本课题研究能在融理论性、学术性、创新性、实践性于一体上有所突破。

在确定本书的研究宗旨后，我们认为作为一部专门研究商品市场的专著，不必追求全书各部分在文字篇幅、体系结构上的陈规俗套，为此，我们选择了商品市场上一些较为敏感的问题，如

中国农村商品市场、中国城市商品市场、中国名牌商品市场、中国假冒伪劣商品市场、中国商品市场及价格问题、中国商品市场的供求格局、中国商品市场的宏观调控进行研究，力求研究成果有一定深度和一定力度，这样做也便于将研究的视野适当收敛和集中，不泛泛而谈商品市场的基本常识、概念和定义，因为商品市场也是一个十分庞大而复杂的体系。如果按商品的使用价值分类，可分为若干大类市场，如食品市场、纺织品市场、日用工业品市场以及生产资料市场等。而每一类市场还可细分为若干子系统市场。每一大类市场或某一子系统市场均可写出一本专门性的理论与实务相结合的知识性普及读物。但我们的研究不可能穷及每一种每一类具体市场，而只能是把研究的重点摆在商品市场的现实体制与实际运行中的一些重大理论与实践问题上，并按专题展开，这也是我们构思本书的初衷。

全书的撰写成功，有赖于各位参与者的密切配合。参与本书撰写的有刘茂松、曹承杰、陈升平、唐末兵、聂贤彬、刘平量、徐飞雄、刘天祥、陈先枢以及我本人。陈先枢同志还协助我重写了部分章节。本书在撰写、出版过程中得到了湖南省委宣传部、湖南省社科联、湖南省社科规划办、湖南商学院贸易经济研究所等单位有关领导的重视、支持，湖南出版社曾赛丰同志为此书的出版付出了辛勤的劳动，在此一齐深表谢意。

需要指出的是，本书完稿之际，正是我国第八个五年计划顺利完成、第九个五年计划启动之时。在新的一个五年计划中，我国商品市场发育必将进入一个新的历史阶段。商品市场还有许多新问题值得我们去探索、去研究。因此，本书的研究成果仅仅是一个开始。我们将在商品市场理论这块绿洲中继续耕耘、探索，以期有更大的收获。

柳思维于湖南商学院南院

1995年10月

目 录

导言	(1)
第一章 中国商品市场发展概述	(1)
一、商品市场发育的历史考察	(1)
二、改革以来中国商品市场的发育	(10)
三、世纪之交中国商品市场发育的趋势	(18)
第二章 中国生产资料市场发展研究	(28)
一、生产资料市场发育的理论基础	(28)
二、生产资料市场发育的基本轨迹	(37)
三、生产资料市场发育的目标模式	(45)
第三章 中国消费品市场发展研究	(55)
一、消费品市场的若干特点	(56)
二、消费品市场发育的实证分析	(60)
三、消费品市场发育的目标模式	(68)
四、加快消费品市场发育的途径	(74)
第四章 中国农村商品市场发展研究	(81)
一、农村商品市场的结构与特点	(81)
二、农村商品市场发展与社会主义市场经济建设的 关系	(86)
三、农村商品市场发展历程与现状	(91)
四、农村商品市场发育中存在的问题和障碍	(95)

五、促进农村商品市场发育的对策	(101)
第五章 中国城市商品市场发育研究	(110)
一、城市商品市场的结构和特点	(110)
二、改革以来中国城市商品市场的历史性变化	(118)
三、城市商品市场的作用及其发育目标	(123)
四、城市商品市场发育的对策	(130)
第六章 中国商品市场网络体系研究	(137)
一、商品市场网络体系建设的新进展	(138)
二、商品市场网络体系发展中的问题及其原因	(147)
三、加快商品市场网络体系建设的基本途径	(154)
第七章 中国商品市场供求格局	(161)
一、改革前商品市场的供求局势	(161)
二、改革以来商品市场发育中的供求变化	(167)
三、商品市场发育供求机理分析	(174)
四、增加农产品供给，保持商品市场供求平衡	(182)
第八章 中国商品市场的价格波动与通胀陷阱	(188)
一、商品市场价格波动与通货膨胀的基本情况	(188)
二、从体制变动看历次通货膨胀的产生原因	(192)
三、通货膨胀的效应分析	(201)
四、通货膨胀的变动趋势与特点	(205)
五、正确认识我国的通货膨胀	(214)
六、注重对非理性通货膨胀的治理	(224)
第九章 假冒伪劣商品市场剖析	(227)
一、假冒伪劣商品泛滥的表现	(227)
二、假冒伪劣商品市场形成的原因	(237)
三、清除假冒伪劣商品的对策	(254)
第十章 中国名牌商品市场研究	(260)

一、名牌商品的内涵	(260)
二、名牌的形成过程和名牌的作用	(263)
三、名牌商品市场的供求特点和运行机制	(267)
四、名牌商品市场在整个商品市场中的地位	(272)
五、中西名牌意识的差异和中国名牌商品市场 存在的问题	(276)
六、发展中国名牌商品市场的对策	(281)
第十一章 中国商品市场的国际化	(286)
一、中国商品市场国际化的内涵与标准	(286)
二、中国商品市场国际化的客观必然性	(290)
三、中国商品市场的国际化进程与存在的问题	(296)
四、中国商品市场国际化的对策	(302)
第十二章 中国商品市场的宏观调控	(314)
一、商品市场宏观调控的必然性和必要性	(314)
二、市场经济条件下商品市场宏观调控的模式 和特点	(319)
三、商品市场宏观调控的任务、手段和目标	(326)

第一章 商品市场发展概述

一、商品市场发育的历史考察

马克思指出：“交换有它自己的历史，它经过各个不同的阶段。”^① 商品市场有一个不断发展、不断完善的发育过程，经历过各个不同的发展阶段。因此，商品市场的发育历史也是十分悠久的。

（一）前资本主义时期商品市场的发育

原始社会末期是商品市场的萌芽阶段。当原始社会末期由于原始生产力进步而出现第一次社会大分工，即畜牧业从农业生产中单独分离出来后，原始部落之间便出现了直接的物物交换，真正意义上的商品市场开始萌芽。“生产劳动的分工使它们各自的产品互相成为商品，互相成为等价物，使它们互相成为市场。”^② 其后，随着原始社会末期产生了第二次社会大分工，即手工业与农业的分离，商品市场流通的商品品种和数量也较前增加，商品市场的容量和范围也开始扩大。但就整体而言，原始社会末期的商品市场只能是一种萌芽状态，因为那时尚未有固定的商品交换场

① 《马克思恩格斯全集》第4卷第79页。

② 《马克思恩格斯全集》第25卷第718页。

所，交换形态也是以为买而卖的简单商品流通为主，进入流通领域的商品也极少，也不可能形成市场网络。

奴隶社会是商品市场的形成阶段。一方面是奴隶社会初期发生了第三次社会大分工，商业劳动从生产劳动中单独分离出来，专门从事商品买卖活动的特殊阶层——商人产生了，商人的买卖活动一刻也不能离开商品市场，这就需要有固定的经常性商品交换场所，于是最早的城市市场形成，即在奴隶主贵族统治者的活动中心——城堡中专门设立供商人和其他人进行商品买卖的场所，例如中国在夏代就有了初具规模的城市商品市场，在商代城市商品市场已很兴盛。另一方面由于商人从事的商品流通形式是为卖而买的发达商品流通，因而市场上的商品流通形式也多样化了，并出现了批发贸易、零售贸易、贩运贸易等的分工，因此商品市场的形式也多样化，开始出现商品批发市场、商品零售市场的雏型。总之，奴隶社会初级形态的商品市场开始形成。当然，这个时候的商品市场是极不充分和完备的，只是一种最初的简单市场。

(1) 商品市场的买主和卖主主要是奴隶主、贵族和少量自由民、自由商人。(2) 商品市场主要设立于奴隶主贵族集中居住的城堡中，尚未出现农村商品市场。(3) 进入商品市场交换的商品品种也很少，主要是供奴隶主、贵族享乐的奇珍异宝、奢侈品、牲畜及部分生产资料 and 食品等。(4) 奴隶社会的商品市场一个明显的时代特征是奴隶作为交换对象可以像牲畜一样在市场上买卖。据《周礼·地官》记载，有“质人”一职掌管贩卖人口、牲畜等交易事项。“质人掌城市之货贿、人民、牛马、兵器、珍异，凡买卖者，质剂焉。”^① 这里指的“人民”即指奴隶，排在商品市场交易对象的首位，而且价格便宜。

封建社会是商品市场的缓慢发展时期。封建社会的商品经济

^① 郭沫若著《奴隶制时代》，人民出版社 1972 年版。

只是作为自然经济的附属物，商品交换的深度和广度受到封建生产方式与小生产自给性模式的压抑而动荡不定，很难大发展。正如恩格斯指出的：在封建社会“以交换为目的的生产，即商品生产，还只是在形成中。因此，交换是有限的，市场是狭小的。”^①当然，封建社会由于小商品生产的发展以及生产力的进步，商品市场还是有所发展的。一方面是形成了城市商品市场与农村商品市场的市场层次，例如中国南北朝开始，农村商品市场就陆续形成，各种农村墟场、集市广泛分布于各个城市周围，并出现了区域性、地方性商品市场。另一方面进入商品市场的商品品种及数量都较以前大有增加。此外，农民进入商品市场从事商品流通的增多，商品市场的规模也有所扩大。特别到了封建社会末期，商品市场的交换深度和交换广度都发展到一定水平。但在整个封建社会、商品市场在总体上还是处于一个缓慢发展的阶段。主要表现在：（1）封建社会的商品市场基本上是一种交换规模受到限制的以分散、分割的地方小市场为主，尚未形成全国性市场；（2）是一种呈封闭、半封闭状态的发展极其缓慢的市场；（3）受周期性封建社会政治、经济危机的影响，商品市场也处于一种周期性的恶性循环中；（4）商品市场的流通对象极其有限，商品品种主要是农业生产及手工业产品；（5）商品市场的交换是以近地交换为主，整个商品市场尚处于生产过程的末端，对整个社会经济不起决定性作用。

（二）资本主义时期商品市场的发育

资本主义社会是商品市场发育成熟和充分发展的阶段。进入资本主义社会，商品经济的充分发展以及对自然经济的彻底瓦解，使商品生产、商品交换的发展进入了一个全新的阶段。年轻的资

^① 《马克思恩格斯全集》第20卷第297页。

产阶级一步一步地跨入了市场领地，商品市场的发展进入了一个全新的时代。“为了使商品生产完全获得胜利，资产阶级必须夺得国内市场。”^① 随着资本主义生产关系占据统治地位和生产力的迅速发展，商品市场以空前的规模和速度发展起来，主要表现在以下几个方面：

1. 进入市场买卖的商品品种、数量空前增多。工业革命的作用使商品生产完全社会化、专业化、工厂化，大量的商品，包括各种消费资料、生产资料在大机器生产的条件下成千上万地涌入商品市场，这是前资本主义社会中的手工劳动无法比拟的。而且随着科学技术的进步，新的商品不断在市场竞争中出现，新商品、新花色、新规格层出不穷。整个商品市场的商品就像一个变化中的万花筒。

2. 出现了新的商品市场主体。参与商品市场经营活动的不再是单个的商人或商人家庭，而是以组织化程度更高的商业公司为主。从16世纪中叶贸易公司在英国、荷兰等地产生后，商业公司这种商品市场的主体迅速扩展到全球各地，不断促进商品市场经营组织的专业化，一大批巨型流通组织——大型商业公司在各国涌现，辛迪加、卡特尔、托拉斯等组织形式在商品市场中十分活跃。这是自然经济占统治地位时期个体经营所无法比拟的。

3. 商品市场体系及结构的日趋成熟。到了资本主义社会商品市场体系日趋完善，各类商品市场适应生产和消费的发展而细分。如生活资料市场分为食品、纺织品、日用工业品等市场、食品市场又分为粮食、肉食、蔬菜、副食、佐料、饮料等商品市场。生产资料市场则分为原材料市场、燃料市场、机电产品市场、建筑材料市场等。就是各类商品市场还可按每个商品细分。如钢材市场、汽车市场、煤炭市场等。此外，同一种同一类商品市场按交

^① 《列宁全集》第20卷第580页。

易对象分有现货市场和期货市场，按时间分有即期交易市场和远期交易市场；按地点分有产地市场、中转地市场和销地市场；按环节分有批发市场和零售市场。此外，还有各种特殊的商品市场，如商品租赁市场、拍卖市场、旧货市场、典当市场等。

4. 商品市场的流通保证条件日趋完备。一、二次产业革命的结果不仅扩大了商品市场的广度和深度，而且为促进商品市场的流通顺利发展提供了完备的人才、物力及其他的条件。一方面是商业教育的产生改变了过去单一靠经验教育和学徒制度培养商人的办法。19 世纪末美国的商品教育十分发达，一批又一批有文化、有知识的商品人才与从实践中涌现出来的商品人才有机结合、相得益彰，文明经商由此逐步代替了原来的野蛮经商，重视商品流通中的科学管理，讲求效率和效果、投入成果及产出效益以及市场竞争的策略。另一方面是随着蒸汽化、机械化、电气化的发展，商品市场流通的物质技术手段不断改善和更新，特别是铁路、汽车、轮船、飞机以及大型仓库、机械化装卸以及科学保养、养护手段的普及，使商品市场的现代化装备水平不断提高。此外，为商品市场服务的电话、电报、邮政事业及商品广告产业的崛起以及现代建筑业的发达，使商品市场的功能日趋完备。

5. 商品市场领域迅速扩大，国内统一市场和世界市场形成。资本主义社会商品市场发育成熟的一个重要特征是过去那种分散的、分割的、封闭的地方小市场被统一的、开放的国内大商品市场所取代。正如马克思指出的“大工业通过它的不断更新的生产革命，使商品生产费用越降越低，并且无情地排挤掉以往的一切生产方式，它还由此最终地为资本主义征服了国内市场。”^① 国内统一市场的形成，使商品能在更广阔的范围内自由流通、自由迁徙、冲破了关卡林立、分割封闭的地方小市场的限制，使商品市

① 马克思：《资本论》第 3 卷第 1027 页。

场辐射的空间范围迅速扩大。资产阶级在建立和开拓国内统一市场的过程中同时向海外开拓市场。“很明显，当资产阶级的生产达到很高的发展程度时，它就不可能局限于全国的范围。竞争迫使资本家不断扩大生产并为自己找寻大量推销产品的国外市场。”^①从18世纪末到20世纪初，主要资本主义国家先后进行和完成了第一次与第二次产业革命，建立了大机器工业生产，促进了国际分工的发展，同时运输工具的不断改善和人类对海洋的征服及通讯手段的变革，迅速打破了全国闭关自守的状态，各个国家的生产和交换日益国际化，从而形成了超越民族、国别界限的世界商品市场，使商品市场的发育进入了一个新的历史阶段。

6. 商品市场的交易组织与管理制度日趋成熟。到了资本主义产业革命时代，商品经济演变为市场经济。在市场经济条件下，发达的商品流通与发达的货币流通互相渗透和相互作用，并在发达货币流通基础上确立和发展了信用制度。信用制度又促进了商品市场的组织化、秩序化、规范化，并要求商品市场竞争的公平、公正、公开。这表现在：（1）各个商品市场中的经营主体——商业公司的设立、发展、破产有规范的章程和规则，并有严密的自律和他律相结合的约束机制；（2）各企业之间的经济关系有严密的合同制度和其他契约关系，有严格的法律约束；（3）商品市场有完备的组织章程和规范的交易制度，包括进入市场的资格、交易程序、保证条件、结算制度、行为管理等等；（4）国家对商品市场实行有效的宏观调控，包括政策指导和法规约束；（5）商品市场中的各种经营主体有自治性组织，如商会、同业工会、协会之类，解决内部矛盾，统一协调对外利益关系，充当政府与市场主体之间的中介。同时，商品市场的社会监督体系健全，除了政府、社会、舆论的监督外，消费者组织的监督也是十分普遍。

^① 《列宁全集》第1卷第85页。

以上说明，到了资本主义社会商品市场的发育进入了一个新的日臻成熟与完善的阶段。同时，商品市场的发育是一系列社会经济政治因素作用于商品流通的结果。市场的发育既表现在市场数量的扩张上，更表现为市场质的全面变化。因此那种单纯只看市场销量的变化并以此作为判断市场发育的标志是不可取的。同时，还要看到资本主义时期的商品市场是以资本主义私有制为基础的，资本主义制度的内在矛盾也使商品市场的运行很不稳定，周期性的市场危机形成一种恶性循环。

（三）第二次大战后商品市场发育的新进展

第二次世界大战后至 20 世纪末，垄断资本主义有了新进展。由于生产力的进步和第三次科技革命的影响，作为市场经济基础的商品市场又在不断发育中，并进入了一个新的发展阶段——当代商品市场阶段。这一阶段商品市场发展的主要特征是：

1. 商品市场的科技含量明显提高，商品市场结构发生了重大变化。第二次世界大战后出现了第三次科技革命，即以电子计算机技术、激光技术、生物工程、宇航工程、新材料、新能源、海洋工程等为代表的新的一代科技革命，促进了生产力的巨大发展，使大批高科技含量的商品涌入了市场，使商品市场的结构发生了巨大变化。以电子计算机技术为例，从 1946 年以来先后经历了电子管、晶体管、集成电路、大规模和超大规模集成电路的技术进步过程，电子技术产品大量涌现，特点是家用电器形成了日益庞大的系列商品群，在消费品市场中所占比重不断上升。至于在其他耐用消费品和建筑材料、装饰材料、机电产品中，高科技商品在市场交易中的份额不断扩大，食品、饮料中“绿色革命”及生态农业产品也不断涌现。由于科学技术的进步，第二次大战后出现了一批新的“朝阳”产业群，如计算机工业、机器人制造业、信息处理及软件服务业，新型产业群向市场提供的也都是高科技商