



市场管理学

王桂德 主编

江苏科学技术出版社

《工商管理系列丛书》

市 场 管 理 学

王桂德 主编

江苏科学技术出版社

《工商行政管理系列丛书》

编审委员会

主任：曹顺霖

副主任：庄林 刘传桂

委员：（按姓氏笔画排列）

王 鸣	王桂德	叶 锋	庄 林	刘传桂
宋孟尝	杨家栋	张香琴	张振康	陈建清
顾小华	顾永兴	徐云飞	曹文彬	曹顺霖
程茂凡	戴 涛			

《工商行政管理系列丛书》

市场管理学

王桂德 主编

出版、发行：江苏科学技术出版社

经 销：江苏省新华书店

印 刷：扬州友誼彩印厂

开本787×1092毫米1/32印张11 字数238,000

1989年5月第1版 1989年5月第1次印刷

印数1—6,400册

ISBN 7-5345-635-2

F·58

定价：3.35元

稿
好
經
濟
監
督
加
強
工
商
行
政
管
理

陳嘉庚

一九二九年九月

廿三日

传授之商行政管理
知识，指导企业依法经营，
加强行政监督管理，是建
立社会主义商品经济新秩
序的一项重要任务！

曹顺霖

1988.10.24.

编写说明

改革十年来，我国的经济建设和各项事业获得了巨大发展。长期以来的封闭状况结束了。新体制的框架正在形成，人们的精神面貌发生了深刻的变化，社会主义的有计划的商品经济的新秩序正在建立。改革开放给我们国家带来了勃勃生机。

经济的发展离不开必要的外部条件。影响和制约经济发展的主要的外部条件构成发展的经济环境。经济改革要进一步深化，就必须有相适应的经济环境，也就是要有相适应的经济体制、社会总需求与总供给的平衡状况、社会通货水平和经济秩序。因此，治理经济环境、整顿经济秩序、全面深化改革是我们今后一段时期的工作重点和需要长期注意的问题。

工商行政管理机关是国家对社会经济活动进行监督管理的政府机关。它根据国家赋予的职能，执行有关政策法规，运用行政手段，保护合法经营，制止非法活动，维护社会经济秩序，促进社会生产力的发展。因此，工商行政管理是发展社会主义商品经济必不可少的经济监督手段，它在治理经济环境、整顿经济秩序、全面深化改革中必将发挥重要作用。

为了适应改革、开放的形势，肩负起维护社会经济秩序的重任，工商行政管理机关必须进一步加强队伍建设，提高人员素质，提高工商行政管理水平。正是基于这一目的，我们组织编写了《工商行政管理系列丛书》。这套丛书共分《工商行政管理概论》、《市场管理学》、《企业登记管理学》、《商标管理基础》、《广告管理概论》、《经济合同管理》、《个体经济管理》、《经济监督检查》、《中外合资企业管理概论》等九册。丛书力求从我国经济改革实际出发，总结工商行政管理工作的经验，并使之上升为理论，更好地指导工商行政管理实践活动。

本丛书可作为高等院校工商行政管理专业和经济管理类专业有关课程教科书和教学参考书，也可作为广大工商行政管理干部和生产、流通等部门业务人员的培训教材和自学参考书。

囿于水平和时间，本丛书疏漏之处在所难免，恳请广大读者斧正。

《工商行政管理系列丛书》

编 审 委 员 会

1988年9月

前 言

党的十一届三中全会以后，我国市场有了一个很大的发展和变化，国家调节市场，市场引导企业的新的经济运行机制正在发挥作用。就国民经济的运行而言，市场既是全社会分配劳动产品的基本环节，又是产生市场机制的一种经济过程。市场机制与计划机制结合在一起，共同对国民经济的运行进行调节，使社会再生产进行良性的循环，这种对市场机制和市场功能的重新认识，对于发挥市场在发展商品经济中的作用有着重要的现实意义。

社会主义初级阶段市场运行的规律和特征就表现在市场主体结构的多元化和市场行为的复杂化；市场上有国营、集体、私营经济、个体、外商投资企业等多种经济成分，对搞活市场起到了很大作用。由于市场主体成分的多样化，这种由主体而带来的市场行为也就变得复杂化，因而，对市场的管理就其管理的范围、内容等方面比过去更为复杂而艰巨。如何调节市场各主体之间的经济关系，使之在国民经济运行过程中、在市场活动中形成一个良好的经济运行秩序，使市场处于相对平等的竞争环境之中，充分发挥市场主体结构多种机制的作用，这是在培育和发展社会主义市场体系过程中需要重新认真思考的一个理论问题和实际问题。

社会主义市场体系的逐步建立和发展，是在国家计划指导下建立的生产资料所有制为主体的，既有分工，又有联合，计划机制与市场机制相互配套，由多元化、多样化，多

种层次、多种规模、多种对象所组成的，互相结合、互相渗透、互相补充的社会主义统一市场。作为商品交换关系总和的市场所包含的内容，传统上的生产资料市场、消费资料市场、集贸市场等已不适应商品经济市场发展的需要。因此，生产要素市场，诸如资金市场、技术市场、劳务市场、信息市场、文化市场等应运而生。这些生产要素市场是在培育和发展社会主义市场体系过程中而出现的。

随着市场调节功能的增强，市场机制的作用日益明显，从而提高了商品流通的自由度，为扩大市场调节创造了条件。在商品流通过程中，市场导向的作用开始发挥，从而拓宽了市场的界限，使市场的体系和空间结构趋向协调，地区、部门之间，工农业产品由单向的城乡沟通逐步向双向的沟通演变，初步形成了以城市为中心，集镇为依托，按照经济区域组织商品流通的市场空间体系。

采用“国家调节市场、市场引导企业”新的经济运行机制后，国家不再直接干预企业的经济活动，而是对市场进行宏观经济的间接控制。以独立的商品生产者和经营者为运行主体的市场，在宏观控制下，企业有自我发展和完善的权利，使社会主义商品市场真正形成以自主的企业为运行主体的充满生机和活力的市场。

我国社会主义初级阶段市场运行机制的这种变化，使我国市场管理进入了一个新的历史时期，为工商行政管理机关和有关主管部门提出了新的任务，并赋予了新的历史使命，把市场管理工作摆到国家管理经济的重要位置上来。市场管理当前所面临的形势是改革、开放、搞活。因此要求作为国家授予职责权限的工商行政管理机关，通过市场管理为整个

国家经济服务，在整个社会主义统一市场经济体制运行过程中，保护合法经营，制止非法经营，建立正常的社会主义市场秩序，保证各种经济活动沿着健康的轨道运行。

但是在市场管理过程中，由于历史上的原因和我国传统市场管理体制上的种种弊端，以及经济发展水平的诸因素，多年来把市场管理的重点仅限在集贸市场上，这在其他生产要素市场还没有形成之前是十分必要的。然而，随着国家经济体制改革的深化及社会主义市场体系的逐步建立与完善，传统的市场观念及市场管理范畴已不适应经济体制改革的需要和市场结构变化的需要。因此，应当把市场管理的范畴扩大到全社会商品市场上来，使生产要素市场在社会主义统一市场中也能发挥作用，使社会主义市场经济运行机制正常地运转。这正是我们编写《市场管理学》的出发点。

《市场管理学》是一门新兴的宏观经济管理学科。它与商业经济学、市场营销学、经济管理学、法学、信息学、社会学等学科有着密切的关系，是一门应用性经济管理科学。本书在编写过程中，试图运用马克思政治经济学的原理和管理科学、市场学以及法学的基本理论，并结合工商行政管理的实际，打破传统市场管理的局限性，立足于宏观社会商品市场。因此，市场管理研究的内容和范畴是十分广泛的。但是，我们所讲的范畴的广泛性是相对而言的，这是由于国家对市场管理是由许多部门行使职责权限的。本书的任务不在于对国家所有机关对市场的管理进行一一概述，它的重点研究对象是，代表国家机关的工商行政管理机关对市场经济活动所进行的管理，它与有关部门密切配合，在国家规定的管理范围内，依据国家有关市场管理的政策、法规，运用行政

手段、法律手段、经济手段等对市场活动进行监督和协调。

工商行政管理机关所进行的市场管理，相对国家对市场所进行的管理职能只能理解为是狭义上的市场管理，而不是广义上的市场管理，这主要由于：

第一，工商行政管理机关所进行的市场管理职能是有限的。因为国家对市场上的管理职能是多方面的，是通过有效的计划、组织、指挥、监督、调节等职能取得最佳的社会效益和经济效益。而工商行政管理进行的市场管理所行使的职能只能是监督和协调，它本身不具备涉及经济活动内部事务的职能，内部事务活动的管理，由各主管部门去履行。市场所包括的主体和客体以及构成市场活动的当事人（生产者、消费者、经营者）及市场活动的要素、商品、货币、价格等时间、空间的变换等诸方面。工商行政管理所发挥的监督和协调职能只涉及这些要素的一部分，而不是它的全部，因而，工商行政管理所进行的市场管理职能是有限的。

第二，工商行政管理所进行的市场管理范围有限。工商行政管理是对国家规定范围内的商品交换活动所进行的管理，而不是对整个社会全部商品交换活动内容的管理。例如，基本建设项目事实上已经是具有价值和使用价值的商品了，它是由各级计经委进行管理的，工商行政管理机关没有管理这类商品交换活动的职责。而且，这类商品涉及到许多专门知识和生产过程，因而，至少在现阶段还不属于工商行政管理的范畴。

随着商品经济的发展，市场范围空前地扩大，原来传统观念中被排除在商品范畴之外的某些经济事务，重现了不同程度的商品属性，例如技术市场、资金市场、劳务市场、信

息市场、文化市场等生产要素市场，工商行政管理机关应适应这种不断扩大的商品市场的需要，积极主动地开展对多种生产要素市场的管理。

正是基于上述考虑，我们在编写本书的时候，把作为社会主义统一市场结构体系的有关内容一一进行了概述，从而突破了传统观念上市场管理的局限性，重新设计了市场管理的框架结构，使《市场管理学》这本书从理论到实际既符合建立和完善社会主义统一市场的需要，又符合工商行政管理机关的实际情况。其中，对生产要素市场进行的管理，由于这些市场目前尚处于萌芽阶段，有的刚刚建立起来，许多重大的理论问题和实际问题还需要进一步探索，因而，反映在市场管理上只能看作是开端、摸索阶段，还没有形成一套比较完整的市场管理体系以及管理法规和政策。尽管如此，也不能把生产要素市场排斥在社会主义商品市场之外，而不加研究和讨论，那只能导致市场管理的片面性和局限性，更不利于培育和完善社会主义统一市场体系的完成。

本书在结构上分为两部分：

第一部分从第一章至第五章，是市场与市场管理的原理部分，它是本书的基础理论，主要研究社会主义市场的形成及其沿革、作用与特征、类型与性质、原则与任务及国家调节市场、市场引导企业新的经济运行机制与市场的关系等有关内容。这部分内容侧重对市场及市场管理的一般原理进行理论上的抽象，因此有较强的理论性。

第二部分从第六章至第十四章，系市场管理的基础管理部分，主要研究集市贸易市场、日用工业品市场、生产资料市场、劳务市场、资金市场、文化市场、信息市场、技术市

场及市场管理现代化等，这部分内容有较强的实用性。

这两部分内容比较系统、全面地探讨了我国社会主义统一市场体系中诸要素市场及其管理的一般理论与实践，结合目前我国工商行政管理的现状，它有一定的针对性与可行性。因此，这两部分内容有机地联系在一起，相辅相成，成为市场管理学这门学科的一个完整的管理体系。

参加本书编写的有江苏商业专科学校的部分副教授、讲师，王桂德同志编写了前言、第一、十章，陈保国同志编写了第二、六、七章，徐彩国同志编写了第三章，张春华同志编写了第四、五、十二章，朱李明同志编写了第八、九、十一章，杭忠东同志编写了第十三、十四章。

本书由王桂德副教授任主编，负责全书的总纂、定稿，由江苏省工商行政管理局市场处副处长叶锋同志审阅，江苏省工商行政管理局副局长庄林同志审定。本书在编写过程中参阅了近几年来国内外专家的有关专著和理论界研究的一些成果，在此出版之际表示衷心的感谢。

《市场管理学》一书是国内首次推出的第一本研究市场管理方面的论著，许多重大的理论问题和实践问题尚需进一步研究和探讨，编写此书，是我们的一次探索，只能起到一个抛砖引玉的作用，因此，书中错误和缺点在所难免，望广大读者给予指正。

王 桂 德

1988年8月于扬州

目 录

前 言	1
第一章 我国的社会主义市场	1
第一节 市场的概念及其历史沿革	1
第二节 市场的作用与特征	11
第三节 市场的类型与活动的基本内容	23
第二章 市场机制	34
第一节 市场机制概念及特点	34
第二节 竞争机制	39
第三节 供求机制	43
第四节 价格机制	49
第三章 新经济运行机制与市场秩序	56
第一节 新经济运行机制的理论依据	56
第二节 新经济运行机制的主要内容	62
第三节 建立社会主义市场新秩序，形成良好的 市场环境	69
第四章 市场管理的性质与职能	77
第一节 市场管理的客观必然性	77
第二节 社会主义市场管理的性质	82
第三节 市场管理的职能	86
第五章 市场管理的任务、原则和方法	98
第一节 市场管理的任务和目的	98

第二节	市场管理的原则·····	107
第三节	市场管理的范围·····	110
第四节	市场管理的方法·····	115
第六章	集市贸易市场管理·····	122
第一节	我国集市贸易的产生与发展·····	122
第二节	集市贸易市场的特点和作用·····	129
第三节	集市贸易市场管理的原则·····	134
第四节	集市贸易市场管理的内容·····	137
第七章	日用工业品市场管理·····	147
第一节	日用工业品市场管理的意义和特点·····	147
第二节	日用工业品市场管理的有关规定·····	153
第三节	日用工业品质量的监督管理·····	164
第八章	生产资料市场管理·····	171
第一节	生产资料市场产生的客观背景·····	171
第二节	生产资料市场的特点和分类·····	177
第三节	生产资料市场的管理·····	182
第九章	劳务市场管理·····	193
第一节	劳务市场是商品经济的必然产物·····	193
第二节	狭义劳务市场的管理·····	203
第三节	广义劳务市场的管理·····	201
第十章	资金市场管理·····	214
第一节	建立我国资金市场的客观性和可能性·····	214
第二节	我国资金市场的形式和特点·····	221
第三节	我国资金市场的功能与作用·····	229
第四节	资金市场的管理·····	236
第十一章	文化市场管理·····	242

第一节	文化市场的构成与功能·····	242
第二节	文化市场管理的意义·····	251
第三节	文化市场管理的内容·····	256
第十二章	信息市场管理·····	261
第一节	信息的概念与作用·····	261
第二节	经济信息及其商品化·····	267
第三节	信息商品化和信息市场·····	272
第四节	信息市场的管理·····	277
第十三章	技术市场管理·····	284
第一节	技术市场的基本概念·····	284
第二节	我国技术市场的结构与特点·····	291
第三节	技术商品贸易的形式·····	298
第四节	技术市场的管理·····	303
第十四章	市场管理现代化·····	313
第一节	市场管理现代化的必要性·····	313
第二节	市场管理现代化的内容·····	317
第三节	提高市场管理现代化的途径·····	327

第一章 我国的社会主义市场

第一节 市场的概念及其历史沿革

一、市场的概念

“市场是商品经济的范畴”^{*}，是社会分工和商品经济发展的必然产物，它以商品生产和商品交换的存在和发展为前提，在人类社会商品生产、交换的过程中应运而生。正如列宁所指出：“商品经济出现时，国内市场就出现了；国内市场是由这种商品经济的发展造成的”^{**}，这就是说，商品经济是市场形成的基础；市场是商品经济发展的必然产物。

市场是商品交换的场所，而交换的产生和前提是生产的社会分工。由于社会分工，不同的生产者分别从事不同产品的生产，他们都为别人需要、为社会需要而生产，彼此互相联系，互相依存。随着社会分工的发展和私有制的出现，劳动产品已不是为了满足生产者自身的需要，而是为了交换的目的来生产。马克思指出：“……由于社会分工，这些商品的市场日益扩大；生产劳动的分工，使它们各自的产品互相变成商品，互相成为等价物，使它们互相成为市场”。^{***}

市场是以社会分工和商品经济的存在为条件的，同时又进一步促进社会分工和商品经济的发展。

从人类社会简单的商品交换形式发展到发达的商品交换

-
- 《列宁选集》第1卷，第161页。
 - • 《列宁选集》第1卷，第189页。
 - • • 《马克思恩格斯全集》第25卷，第718页。