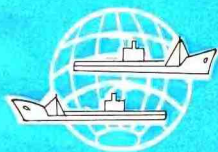


市场经济学

黄焕山 著



武汉工业大学出版社

市 场 经 济 学

黄焕山 著

武汉工业大学出版社

鄂新登字 13 号

市场经济学

·黄焕山 著

*

武汉工业大学出版社出版发行

(武昌马房山 邮政编码 430070)

各地新华书店经销

武汉商报印刷厂印刷

开本: 787×1092mm 1/32 印张: 7.5 字数: 165千字

1993年2月第1版 1993年2月第1次印刷

印数 1—1500册

ISBN 7-5629-0717-X / F · 141

定价: 4.60元

内 容 提 要

该书是一本论述《市场经济学》的专著。《市场经济学》在我国是一门新兴的边缘学科。该书系统地阐述了市场经济学研究的内容、市场经济与商品经济的联系和区别、市场经济的模式与类型、市场经济的一般属性、社会主义市场经济的特殊性、市场经济与经济计划的联系与区别、市场经济体制的构架、市场经济的核心、市场经济的主体与功能、市场经济的基本规律、市场经济的运行机制、国际市场的现实特点，以及企业如何进入国内与国际市场。

该书对市场经济学的体系提出了创造性的构想，对有关市场经济方面的问题进行了理论性探讨，是一本值得一读的著作。

目 录

第一章 市场经济学的研究内容	(1)
第一节 市场经济学的研究对象	(1)
一、市场经济学是一门应用性学科	(1)
二、市场经济学是一门综合性学科	(3)
三、市场经济学与相关学科的关系	(5)
第二节 市场经济学的研究方法	(8)
一、唯物观察法	(8)
二、辩证思考法	(10)
三、系统分析法	(12)
四、创造思维法	(13)
第三节 市场经济学的研究意义	(14)
一、研究市场经济学是市场转变的需要	(15)
二、研究市场经济学是转换机制的需要	(16)
三、研究市场经济学是对外开放的需要	(18)
第二章 市场经济与商品经济	(21)
第一节 市场经济与商品经济的联系	(21)
一、市场是商品经济的轴心	(21)
二、市场经济也是商品经济	(24)
第二节 市场经济与商品经济的区别	(27)
一、市场经济是发达的商品经济	(28)
二、市场经济是动态的商品经济	(30)

第三章 社会主义与市场经济	(36)
第一节 市场经济的一般属性	(36)
一、市场经济是分散决策的经济	(37)
二、市场经济是竞争拍卖的经济	(38)
三、市场经济是分配不均的经济	(39)
四、市场经济是法制管理的经济	(40)
第二节 社会主义市场经济的必要性	(41)
一、社会主义市场经济的客观性	(42)
二、社会主义市场经济的特殊性	(45)
第三节 市场经济与经济计划的关系	(48)
一、市场经济并不排斥计划	(48)
二、经济计划并不排斥市场	(51)
三、市场经济与计划经济的区别	(54)
第四章 市场经济体制的构架	(58)
第一节 市场经济体制构建的基础	(58)
一、市场经济新体制的基本元素	(58)
二、市场经济体制要素间的关系	(60)
第二节 市场经济体制的基本构架	(63)
一、明确企业产权制度	(64)
二、建立健全市场体系	(66)
三、健全宏观调控体系	(69)
四、完善市场经济规则	(71)
五、建立社会保障制度	(73)
第五章 市场经济的主要内容	(77)
第一节 市场经济的核心	(77)
一、竞争是市场经济的核心	(77)

二、市场经济中竞争的特征	(79)
第二节 市场经济的主体	(81)
一、市场经济中的企业	(82)
二、市场经济中的居民	(84)
三、市场经济中的政府	(87)
第三节 市场经济的功能	(89)
一、资源配置功能	(89)
二、利益驱动功能	(92)
第六章 市场经济的基本规律	(94)
第一节 市场经济中的一般规律	(94)
一、商品价值规律	(94)
二、供给需求规律	(95)
三、货币流通规律	(98)
四、市场竞争规律	(99)
第二节 竞争中的优胜劣汰规律	(101)
一、优胜劣汰规律的表现	(101)
二、优胜劣汰规律的作用	(104)
第三节 竞争中的产业吸引规律	(106)
一、产业吸引规律的表现	(107)
二、产业吸引规律的作用	(109)
第七章 市场经济的运行机制	(112)
第一节 市场经济的价格机制	(112)
一、商品的价格	(112)
二、商品的供求	(115)
第二节 市场经济的利率机制	(119)
一、资金的利率	(119)

二、资金的供求	(122)
第三节 市场经济的工资机制	(124)
一、劳动的工资	(124)
二、劳动的供求	(126)
第八章 市场类型与市场模式	(129)
第一节 国外市场类型	(129)
一、完全竞争市场	(129)
二、完全垄断市场	(130)
三、寡头垄断市场	(132)
四、垄断竞争市场	(133)
第二节 国外市场模式	(135)
一、德国的市场模式	(136)
二、日本的市场模式	(138)
三、美国的市场模式	(139)
四、印度的市场模式	(141)
第九章 企业进入市场的关键	(144)
第一节 企业进入市场的前提	(144)
一、企业经营资产的运用	(144)
二、企业领导才能的发挥	(148)
三、市场信息的灵敏传递	(155)
第二节 企业进入市场的内容	(158)
一、企业经营的商品与服务	(159)
二、企业经营的资金与人才	(167)
第十章 企业进入市场的诀窍	(175)
第一节 攻势经营与防御经营	(175)
一、攻势经营策略	(175)

二、防御经营策略	(181)
第二节 当机立断与出奇制胜	(187)
一、当机立断	(187)
二、出奇制胜	(189)
第三节 扬长避短与发挥优势	(193)
一、发挥优势, 占领市场	(194)
二、寻求企业竞争的优势	(196)
第十一章 国际市场的现实特点	(200)
第一节 世界经贸的区域化	(200)
一、世界经济的新格局	(200)
二、区域化市场的形成	(201)
三、面对区域化的抉择	(202)
第二节 政府干预国际经济	(204)
一、保护主义的表现	(204)
二、GATT 的现实意义	(206)
三、国际惯例的遵守	(208)
第三节 国际经济竞争加剧	(209)
一、国际经济竞争加剧的基础	(209)
二、国际经济竞争加剧的因素	(211)
三、面临国际经济竞争的挑战	(214)
第十二章 进入国际市场的策略	(216)
第一节 开拓国际市场的途径	(216)
一、消化引进技术, 控制国内市场	(216)
二、借助港澳市场, 寻找海外跳板	(217)
三、瞄准欧美市场, 开辟周边市场	(218)
第二节 进入国际市场的方法	(220)

一、国内生产出口的方法	(221)
二、海外直接投资的方法	(223)
三、对等贸易的方法	(225)
后 记	(230)

第一章 市场经济学的研究内容

第一节 市场经济学的研究对象

市场经济学是研究市场经济的运行规律及其基本规律的科学。市场经济的运行与发展，有它自身的规律性，在市场经济的运行规律中，必有一个基本的规律。只有研究市场经济运行的规律及其基本规律，才能顺应市场经济的发展，并发挥市场经济的功能作用，促进我国经济的发展，并使企业在国际国内市场经济的舞台上立于不败之地。

一、市场经济学是一门应用性学科

社会主义市场经济学是适应我国建立市场经济的需要而产生的，它是市场经济的客观反映，所以，它一开始就具有强烈的应用性。

在高度集中的计划经济体制下，生产经营的主体严格按照国家和主管部门下达的计划进行生产，然后由国家和主管部门统一分配产品，直接满足社会需要。国家既不顾及生产经营者的利益，也不考虑消费者的需求，给企业安排什么计划，企业就必须排除万难去生产什么，生产什么就上交什么，由国家供应给消费者，短线产品就凭票供应，长线产品由商业、物资部门库存。出于种种原因，国家不惜保护落后产业，挽救经营性亏损企业。在这种情况下，既不需要市

场，也不需要市场经济，更不会有竞争，市场经济成了资本主义的代名词，竞争成了资本主义的同义语，社会主义市场经济失去了产生的温床与植根的土地。

改革开放给中国引入了市场机制，整个经济已有 $2/3$ 由市场调节，在广东有 90% 的日用工业品由市场调节、80% 的纯农业产值由市场调节、90% 以上的劳力通过市场机制获得，随着全民所有制企业经营机制的转换，社会主义市场经济的发展已成为大势所趋，揭示市场经济的运行规律及其基本规律是社会主义市场经济实践的反映，市场经济学是时代的产物，是市场经济的产物。

市场经济学除研究必要的基本理论以外，着重于揭示市场经济的运行规律，着重于用理论指导经营者、决策者驾驭市场经济，自觉地运用市场经济的客观规律，在市场经济的激烈竞争中制胜，并为企业在市场经济中获得成功提供有效的战略与策略。

市场经济学不象基础科学那样侧重于公式或理论的推导，它是科学与艺术的结合。市场经济学首先是一门研究市场经济的运行规律及其基本规律的科学，它的科学性明显地表现出一种可行性，即市场经济学的研究内容来自市场经济的实践；市场经济学的理论来自国际、国内市场经济实践的总结与提高；市场经济学的理论指导市场经济的实践，并接受实践的检验。市场经济学作为一门艺术，它要求企业、居民、政府敢于创造、敢于创新、敢于思索，去迎接千变万化的市场的挑战；市场经济的核心是竞争，市场竞争正是一种创造性的活动，它要求企业、居民、政府具有适应市场竞争的素质与才能；市场经济学作为一门艺术，它要求企业、居

民、政府在市场经济中根据实际情况运用市场经济学的系统理论，按照市场经济的运行规律，特别是基本规律，进行创造性的工作。

市场经济学可以认为是四分科学、六分艺术。市场经济学作为一门科学，它反映事物发展的客观规律，反映市场经济中竞争的客观规律性，它要求企业、居民、政府去严格遵守；市场经济学作为一门艺术，它要求企业、居民、政府具有独特的风格，在市场经济中各显神通，但创造性的发挥，不能超越客观规律的要求，因为卓有成效的艺术总是以对它所依托的科学理论为基础。市场经济学正是要求企业、居民、政府运用系统化的市场经济理论，并根据客观实际情况加以运用，以获得预期的效果。

二、市场经济学是一门综合性学科

经济生活中的基本经济问题，国外的学者概括为十二个字，即生产什么，如何生产，为谁生产，生产什么取决于消费者的货币投向与企业成本和供给上的决策，即生产什么必须考虑市场需求与企业盈利两个方面，缺一不可；如何生产取决于生产者之间的竞争，取决于追求利润的企业之间的竞争；为谁生产取决于生产要素市场的供给，究竟用什么方式解决这些基本经济问题呢？不同的经济制度有不同的答案：自然经济的条件下以习惯支配一切行为，原始社会最为典型；市场经济的条件下主要以市场支配一切行为；计划经济的条件下主要以计划支配一切行为。市场经济学则以市场经济为对象，研究市场怎样支配生产什么、如何生产、为谁生产，这就涉及市场学的内容。市场学以满足市场需要为核心，研究实现消费的供求活动及其发展的规律性，市场经济

学与市场学一样，建立在市场经济的基础上，市场经济学也要研究供求规律，研究市场需求，市场经济学研究市场经济的基本规律即竞争规律，竞争规律的研究是竞争学研究的对象。企业通过竞争学的研究，使企业认识到竞争规律在人类社会以至社会主义市场经济建立中起何等重要的作用；企业通过竞争学的研究，使企业认清竞争是市场经济的大趋势，企业及企业家要建立竞争意识、竞争思维、竞争视野，使企业从提高市场竞争力着手从事各项工作。因此，研究市场经济学离不开竞争学、企业竞争学、市场竞争学的知识。

在国际、国内市场上，在商品市场、生产要素市场上进行经济竞争，不仅要掌握市场经济的规律，而且要进行大量的、繁杂的定性、定向和定量分析；不仅要掌握市场经济运行的大量信息，而且要具备各门学科的丰富知识；不仅要运用系统工程等科学方法来总结、研究市场经济中竞争的实践，而且要运用市场经济的理论去指导竞争实践；不仅要掌握国内各学科的知识，而且要借鉴国外各学科之长，为我所用。在国际、国内市场经济的条件下，大凡在经济竞争史上留下光辉一页的，多是创造奇迹的企业名家，多是积累了独到的科学资料，或是比别人积累了更多的科学资料。“和洋民用新技术研究所”就是靠丰富的知识为企业出谋划策，使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。长沙某军工企业，想制作一种礼品灯具投放国际市场，找了许多设计单位未能解决问题。“和洋”认为海湾战争刚结束，可设计一种象征胜利，模拟爱国者导弹外形的多用台灯。厂方把这一设计方案在香港国际礼品博览会上介绍，就引来了数不清的订单，厂方一次付给“和洋”的主意费为6万元（《文摘》1992年8

月 19 日)。市场竞争是技术之争，是知识之争，更是人才之争。

市场经济学是一门以市场经济的运行规律及其基本规律为研究对象的学科，市场经济的基本规律是竞争规律，这就使它涉及许多学科和领域，使市场经济学成为一门边缘性的新学科。因此，市场经济学的研究内容必然是综合性的多元学科，它与市场学、市场竞争学、企业竞争学、心理学、行为科学、工商企业管理学、工业经济学、世界经济、国际贸易、预测学、决策学等多种学科都有密切的联系，它是多门科学知识的集合，是多门学科相互渗透、相互作用的结晶，是多门学科“杂交”的产物。市场经济学吸收了众多相关学科的研究成果，是一门综合性的新学科。

三、市场经济学与相关学科的关系

市场经济学与政治经济学的关系。政治经济学是研究生产关系及其发展规律的科学。它从物质资料的生产开始，研究的范围包括社会生产的生产、分配、交换和消费整个再生产过程。市场经济学主要以市场经济中的各种经济活动为对象，以市场经济的运行规律及其基本规律为内容，因此，它是政治经济学在市场领域、在市场经济领域的延伸，是以政治经济学为理论基础的一门应用科学。政治经济学中所阐明的商品、货币、价值、利润、利率、工资、价格、价值规律、竞争规律、供求规律、货币流通规律等理论，就是市场经济学最基本的理论基础，对研究市场经济学能起指导作用。不过，政治经济学强调鲜明的阶级性，它是阶级性与科学性的统一，而市场经济学侧重于“公平性”，市场经济的参与者接受市场的检验，公平竞争，它是科学性与艺术性的统

一、

市场经济学与心理学的关系。心理学以人们在社会活动中所发生的心理现象为研究对象。列宁说过，人的心理现象是物质世界的复写、摄影、模写、镜像。人们在市场经济的活动过程中，市场经济的发展变化反映到人们的头脑之中，必然会有不同的心理活动。如买涨不买跌的心理，抢购或惜售心理，在投资活动中有冒险心理、跟风心理、稳健心理。1992年6月27日晚，上海一工人触电自杀身亡。何故？他涉足上海股市没几天，就亏了4000多元，他难以承受经济损失带来的打击，把生的希望寄托在“抓阄”上，6月27日晚，他做了“富”、“穷”、“生”、“死”四张纸条，而后放入口袋用手摸，以决定命运。岂知命运又同他开了个大玩笑：他摸到“死”的字条，结束了自己39岁的生命。一般人认为他为4000多元钱去死不值得，较为深思的学者在分析这一现象时，就会考虑4000多元损失造成的心理状态。所以，心理医生忠告世人，心理素质差者不宜玩股票（《文萃》1992年8月20日）。所以，市场经济学还必须借助心理学的知识来研究心理因素对市场经济的影响。

市场经济学与统计学的关系。统计学如社会经济统计，数理统计等为市场经济学的研究提供了工具和数据资料。市场经济学对市场经济不仅要作质的研究，如市场经济与商品经济的区别与联系，社会主义与市场经济的关系等，而且要对市场经济作量的分析，如商品的可供量和需求量，资金的可供量和需求量，劳动的可供量和需求量，经营的规模经济与规模不经济等，市场经济学离不开政府和企业公布的大量的数据资料，离不开量的分析。通过数量方面的分析说明市

场经济的发展变化，因为市场经济中的经济现象大多都是通过数量关系表现出来的。所以，市场经济学需要统计学的知识。

市场经济学与数学的关系。一些有关经济学方面入门的教科书，都少不了一些几何图形，但是，较深的经济理论需要数学知识，逻辑推理是掌握市场经济学基本原理的钥匙。研究市场经济学少不了运用数学知识，离不开数学这一基本工具。

市场经济学与市场学的关系。市场学是专门研究市场问题的一门学科。市场学以满足市场需要为核心，研究实现消费的供求活动及其发展的规律性。市场经济学也要研究市场，研究供求活动及其发展的规律性，但是，市场经济学研究的领域更广阔。市场学研究的市场基本上是商品和劳务市场，研究的是消费品市场、生产资料市场与劳务市场，因此，它侧重于商品的研究，即商品的寿命周期、产品的开发、商品的包装、装潢、厂牌策略、商标、商品的价格和订价策略、商品的销售渠道、促销手段等。总之，市场学围绕商品市场做文章，在商品市场的研究上向纵深发展。而市场经济学相对于市场学的研究对象而言，则是宏观的经济科学，市场经济学不仅要研究商品、劳务市场，而且要向更开阔的地带拓宽，向生产要素市场延伸。从严格意义上讲，市场学只能是商品经济学，是市场经济学的前奏，商品经济学再向前迈进一步，随商品经济向市场经济的转变，就需要建立市场经济学，研究市场经济学。

市场经济学与商业经济学的关系。商业经济学是从商业中介人的立场出发，研究以商业为媒介的商品流通。而市场