

21世纪经济学系列教材

现代市场经济学

王毅武 康星华 编著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

高等院校经管类专业核心课程

现代市场经济学

王毅武 康星华 编著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代市场经济学/王毅武, 康星华编著. —北京:
经济管理出版社, 2009.8

高等院校经济类管理类专业核心课程

ISBN 978-7-5096-0730-5

I. 现… II. ①王…②康… III. 市场经济学—高
等学校—教材 IV. F014.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 146213 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 王光艳

责任编辑: 王光艳 宋娜

技术编辑: 黄铄

责任校对: 超凡

720mm×1000mm/16

18.75 印张 378 千字

2009 年 8 月第 1 版

2009 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

定价: 36.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-0730-5

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

市场经济是人类现代文明的基本形式，也是世界各国资源配置的主流方式。

现代市场经济学是近现代以来人类思想文化的共同财富，也是马克思主义经济学说在新时代的新成果。

从传统计划经济体制向市场经济体制转轨是中国改革开放 30 年来的伟大实践与创新，也是中国人民追求与实现现代化的必由之路。

社会主义市场经济理论是邓小平理论在新时期新阶段的新发展，也是马克思主义中国化的新形式。

科学的理论是社会实践的行动指南，理论的科学是社会实践的思想升华。没有理论错误而实践不出问题的，也没有实践出了问题而理论不错误的。坚持理论与实践相统一，一切从实际出发，实事求是，通过市场经济之路胜利地走向中华民族百年来梦寐以求的经济、政治、文化与社会现代化，已是不远的将来和不争的事实！

成功的事业，需从科学的理论开始；对于现代市场经济理论的认识和把握，就从这里开始……

目 录

第一章 导 论	1
第一节 商品与商品经济	1
一、商品	1
二、商品经济	6
第二节 市场与市场经济	7
一、市场是商品经济发展的产物	7
二、商品经济与市场经济的关系	8
第三节 市场经济学的对象、任务与方法	9
一、市场经济学的研究对象	10
二、市场经济学的基本任务	10
三、市场经济学的研究方法	11
第四节 学习市场经济学的意义	13
一、国际共产主义运动史上的伟大创举，社会主义经济理论的重大突破 ...	13
二、社会主义初级阶段的基本经济形式，现代化建设的强大思想武器	14
三、民主与法制建设的强大推动力，和平统一祖国的合适路径	15
第二章 市场经济的形成	17
第一节 市场经济的起源与发展	17
一、市场经济的起源	17
二、市场经济的发展	18
第二节 市场经济的基本特征与要求	18
一、市场经济的基本特征	19
二、中国特色社会主义市场经济的特点	21
第三节 市场经济的模式	23
一、美国的市场经济模式	23
二、日本的市场经济模式	24
三、德国的市场经济模式	27



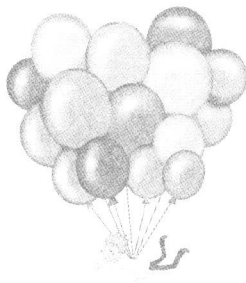
四、中国的市场经济模式	29
第三章 市场经济的产权	31
第一节 市场经济与产权关系	31
一、产权概念的形成及内涵	31
二、产权制度与产权功能	32
第二节 产权形式与交易	34
一、产权形式	34
二、产权交易	36
第三节 产权的管理与趋势	40
一、国有产权的管理	40
二、产权的发展趋势	44
第四章 市场经济的主体	47
第一节 市场经济的利益主体及其关系	47
一、个人	47
二、企业	48
三、政府	49
第二节 市场经济与消费者	50
一、消费在市场经济中的地位与作用	51
二、消费者行为、消费者主权及消费者利益	52
三、消费者收入来源与分配形式	54
四、个人收入的使用与收支调节	58
第三节 市场经济与企业	64
一、企业在市场经济中的地位	64
二、企业的运行与约束	70
三、建立现代企业制度	81
第四节 市场经济与国家	83
一、国家在市场经济中的地位与作用	84
二、市场经济条件下政府的基本经济职能	85
三、政府职能与社会保障	85
四、市场经济的法律秩序	93
第五章 市场经济的利益	97
第一节 市场经济的利益关系	97
一、市场经济利益关系的性质与特征	97

二、市场经济的利益主体及其体系	100
第二节 市场经济的利益分配	105
一、利益的初次分配与再分配	105
二、利益的分配形式	106
三、经济利益分配的基本原则	110
第三节 市场经济的利益协调	111
一、利益协调的目的与意义	111
二、利益协调的基本原则	112
三、利益协调的制度安排	113
第六章 市场经济的体系	115
第一节 现代市场的结构与类型	115
一、现代市场的结构	115
二、现代市场的类型	116
第二节 要素市场及其体系	117
一、市场体系的内部机制与功能	118
二、要素市场及其地位	120
第三节 市场体系的培育与要求	122
一、市场体系培育的必要性	122
二、培育市场体系的条件与要求	123
第七章 市场经济的体制	125
第一节 市场体制与市场经济体制	125
一、市场体制	125
二、市场经济体制	128
第二节 市场经济体制的条件与要件	129
一、西方市场经济体制的形成	129
二、市场经济体制的条件与要件	130
第三节 现代市场经济体制的框架与模式	131
一、现代市场经济体制的基本框架	131
二、现代市场经济体制的模式	133
三、现代市场经济的运行模式与发展战略	137
第八章 市场经济的机制	139
第一节 市场机制的特征及其实现形式	139
一、市场机制的特征	139

二、市场机制的实现形式	140
第二节 市场经济与价格机制	144
一、价格与价格类型	144
二、市场价格与生产价格	146
三、价格波动及其类型	148
四、价格管理与价格管制	155
第三节 市场经济与竞争机制	159
一、竞争是商品经济的必然产物	159
二、竞争的功能	160
三、竞争的类型	163
四、竞争与企业活力	167
第四节 市场经济与供求机制	169
一、市场需求	170
二、市场供给	178
三、市场均衡	184
第九章 市场经济的运行	191
第一节 市场经济的运行与功能	191
一、市场经济的基本功能	191
二、市场经济的社会强化效应	193
三、市场经济功能的完善	195
第二节 市场经济的局限性与周期性	195
一、市场经济的局限与失灵	195
二、市场波动与运行周期	200
第三节 市场经济运行的规律与作用	202
一、价值规律的内涵	202
二、价值规律的主要作用	203
第四节 市场经济条件下的计划性	205
一、计划与市场都是经济调节手段	205
二、市场经济条件下的计划	209
三、市场经济的修复、补充与完善	212
四、市场经济的发展趋势	212
第十章 市场经济的调控	215
第一节 市场经济的宏观运行	215
一、市场经济的宏观运行目标	215

二、宏观运行目标值的确定	216
三、市场经济的宏观调控模式	217
第二节 资源配置的层次性与第三配置方式	218
一、资源配置的内涵与特征	218
二、资源配置的层次性	220
三、资源配置类型与第三配置方式	220
四、第三配置方式的基本原则	223
第三节 国家宏观调控的职能与政策	225
一、国家宏观调控的必要性	225
二、国家宏观调控的职能	227
三、国家宏观调控的手段与政策	228
四、国家宏观调控的基本原则	234
第十一章 市场经济的环境	235
第一节 市场经济环境及国际市场	235
一、市场经济的国内环境和国际环境	235
二、国内市场和国际市场	236
第二节 市场经济与对外开放	239
一、市场经济的开放性	240
二、中国特色社会主义的对外开放	241
第三节 国际贸易秩序与 WTO	242
一、国际贸易	242
二、GATT 与 WTO	243
三、中国与 WTO	246
第十二章 市场经济在中国	249
第一节 市场经济是中国特色社会主义的必然选择	249
一、资本主义社会经济关系自我调整的历史结果与经验借鉴	249
二、国际共产主义运动的客观现实与商品经济的再认识	250
三、我国改革开放基本经验与教训的总结	250
四、市场经济是人类文明发展的新形式	251
第二节 中国特色市场经济理论的形成与发展	252
一、中国特色的市场经济理论的确立，是我们党在现代化建设的 曲折前进中对社会经济规律的认识不断深化的结果	252
二、邓小平在创立中国特色的市场经济理论过程中发挥了 历史性的作用	255

三、中国特色社会主义市场经济理论的发展及其科学体系	256
第三节 中国特色社会主义市场经济的特殊性	260
一、中国特色社会主义市场经济的特殊性	260
二、把握建立市场经济体制的核心	263
三、完善向市场经济转轨的内外部条件	265
四、转轨过程中的经济发展战略选择	268
第四节 市场经济在中国的发展与战略	271
一、科学发展观的理论支点与基本要点	272
二、科学发展观的理论创新与重要贡献	275
三、把握新阶段，推进再改革	281
参考文献	287
后记	289



第一章 导 论

商品是市场经济的细胞，体现并联结着市场经济条件下各种复杂的经济关系，包含着现代经济社会一切矛盾的胚芽。认识、理解和把握市场经济的内涵与特征、条件与过程、发展与趋势等一系列市场经济学的基本问题，必须先从认识商品开始。

第一节 商品与商品经济

商品，是商品经济的基本要素。没有商品，就没有商品经济。商品，我们几乎天天看、天天用，然而其中包含着的复杂关系与矛盾却不是每个人都了解、都能说清楚的。

一、商品

商品，是用来交换的劳动产品。

商品最本质的因素是价值，它是抽象劳动的凝结，体现着商品生产者之间的经济关系。商品价值量的确定，必须以社会必要劳动时间为依据，并同劳动复杂程度和劳动生产率有密切关系。这是理解商品内在特性的两个要点。

1. 商品的二因素

商品是为交换而生产的劳动产品，它具有使用价值和价值两种属性。

(1) 使用价值。所谓使用价值，是指物品的有用性或效用，也就是物品能够满足人们某种需要的属性。使用价值是商品的自然属性，它是由商品的物理、化学、生物等自然特征决定的。例如，同样是帽子，由于物理结构不同，草帽遮阳、棉帽御寒、柳条帽则用于安全保护等。使用价值在一切社会都存在，它是构成社会财富的物质内容，是人类社会赖以生存和发展的物质基础，本身不反映任何社会关系。使用价值是千差万别的，不同物品具有不同的使用价值，同一物品又可以有多种使用价值。例如，钢铁可以用来制造菜刀、笔尖等生活资料，满足



人们生活上的需要；又可以用来制造机器、钢管等生产资料，满足人们生产上的需要。随着生产和科学技术的发展，人们在实践中积累的经验越丰富，就越能发现同一物品更多的使用价值。

使用价值是商品必须具备的要素。只有对人们有用的物品才有可能成为商品，对人们毫无用处的东西绝对不可能成为商品。但这并不意味着一切有使用价值的物品都是商品。有使用价值的物品要成为商品，还必须进入交换，具备交换价值。同时具备使用价值和价值的物品则成为商品。

(2) 交换价值和价值。交换价值就是一种商品可以和其他商品相交换的属性，它首先表现为一种商品同另一种商品相交换的量的比例关系。例如，1 担米和 10 尺布相交换，10 尺布就是 1 担米的交换价值，或者说，1 担米值 10 尺布；如果 1 担米同 5 双皮靴相交换，5 双皮靴就是 1 担米的交换价值。

一种商品同另一种商品相交换，在不同的地点、不同的时间可以有不同的交换比例。这容易使人们产生一种错觉，似乎交换价值是偶然决定的。其实不然，在商品交换价值的偶然性背后存在着必然性，商品交换价值的偶然性不过是必然性的表现。不同商品可以按一定的比例相交换，表现它们之间存在着某种质上相同，因而可以进行量的比较的东西，这个质上相同的东西是什么呢？就是所有商品都是劳动产品，都耗费了商品生产者的劳动。这种劳动是无差别的一般劳动，即人们的脑力和体力的支出。无差别的一般人类劳动在商品中的凝结，就是商品的价值。各种商品的价值在质上是一样的，只有量的差别，因而可以互相比较和交换。可见，价值是交换价值的基础，它决定了商品交换价值的大小。

价值作为凝结在商品中的一般人类劳动是看不见、摸不着的。它的数量的大小只有通过商品之间的交换关系，以交换价值的形式表现出来。因而，交换价值是价值的表现形式。价值是商品的社会属性，体现着商品生产者之间相互比较和交换劳动的社会经济关系。

(3) 使用价值和价值的关系。商品是使用价值和价值的矛盾统一体。其统一性表现为：使用价值和价值共存于商品体中，相互依赖不可分割。价值的存在要以使用价值的存在为前提，使用价值是价值的物质承担者，价值存在于使用价值中，没有使用价值的物品就没有价值，不能成为商品。有些物品虽然具有使用价值，但由于它不是劳动产品，没有价值，因而也不是商品。有些物品既是劳动产品又有使用价值，但是不通过交换供社会消费，没有交换价值，也不属于商品。商品必须同时具有使用价值和价值两种要素，缺一不可。

商品的使用价值和价值是矛盾的，其矛盾性表现为：使用价值和价值互相排斥，不为一主所共有。一切商品对于商品生产者来说，是为了获得价值，而不是为了获得使用价值；对于消费者来说，是为了获得使用价值，而不是为了获得价值。商品生产者为了取得价值，就必须向消费者让渡使用价值。生产者和消费者都不能既占有商品的价值，又占有使用价值。因此，使用价值和价值互相排斥，

通过交换过程而分离。只有通过成功的交换，生产者实现了价值，消费者获得了使用价值，才能使商品的内在矛盾得到解决。

2. 生产商品的劳动二重性

商品具有的使用价值和价值两因素，是由生产商品的劳动二重性决定的。生产商品的劳动，一方面是具体劳动，另一方面是抽象劳动。

(1) 具体劳动和抽象劳动。人们生产商品，总是在一定的具体形式下进行的。例如，菜刀是铁匠用锻造工具对钢铁进行加工生产出来的；衣服是裁缝用剪刀和缝纫机对布料进行加工生产出来的。市场上各式各样的商品都是分别由不同的商品生产者、运用不同的劳动资料、按不同的操作方法、对不同的原材料进行加工的结果。生产每一种商品，其劳动的目的、方法、手段、对象和结果都是各不相同的。这种在一定具体形式下进行的劳动，就叫做具体劳动。每一种具体形式的劳动，都能够生产出某种特定的产品。每一种产品都能满足人们特定的需要，因而具有特殊的使用价值。千差万别的具体劳动，创造出各不相同的使用价值。具体劳动与特定的社会生产关系无关，它反映的是人与自然之间的关系。

生产各种商品的劳动，在具体形式上没有可比性，但其产品可以互相比拟和交换。这表明，在各种不同的具体劳动背后，一定隐藏着某种质上相同的东西。这个质上相同的东西是什么呢？如果撇开劳动的具体形式就不难看出，不管铁匠锻造菜刀，还是裁缝缝制衣服都得消耗劳动力，即消耗体力和脑力。这种撇开各种具体形式的一般人类劳动，就是抽象劳动；抽象劳动形成商品的价值。任何社会的生产劳动都要消耗劳动力，但并非这种消耗都是抽象劳动，从而形成价值。只有在商品经济条件下，为实现不同商品之间的交换，才有必要将各种具体劳动转化为同质的抽象劳动加以比较。所以，抽象劳动是商品生产所特有的历史范畴，它体现着商品生产者之间的经济关系。

(2) 具体劳动和抽象劳动的关系。具体劳动和抽象劳动是统一的。商品生产者在从事具体劳动的同时，也就付出了抽象劳动，它们不是独立存在的两种劳动或两次劳动。无论在时间上还是空间上，具体劳动和抽象劳动都是不可分割的，是生产商品的同一劳动过程的两个方面——没有具体劳动，也就没有抽象劳动，抽象劳动寓于具体劳动之中；抽象劳动又是各种具体劳动彼此联系与同化的表现，也是商品生产者借以相互联系的纽带与桥梁。

3. 商品的价值量

商品的价值有两种规定性，即质的规定性和量的规定性。价值的质的规定性，即价值属于无差别的一般人类劳动的凝结；价值的量的规定性，即价值的大小及其变化规律。

(1) 个别劳动时间和社会必要劳动时间。商品的价值是由什么决定的呢？价值既然是一般人类劳动的凝结，那么价值量就应该由生产商品所耗费的劳动量来决定。衡量劳动量大小的自然尺度是劳动时间，因此商品的价值量也就由生产商

品所耗费的劳动时间来计量。生产一种商品所耗费的劳动时间越长，则凝结在商品中的劳动量就越多，价值量也就越大；反之，商品的价值量就越小。如此说来，是不是一个商品生产者的生产条件越差，劳动越不熟练，越懒惰，劳动生产率越低，生产商品所花费的劳动时间越长，他生产的商品的价值量就越大呢？当然不是，因为商品价值量的确定，还涉及以何种劳动时间为依据的问题。

每一种商品的生产都是由许多生产者进行的，由于他们的生产条件有好有坏，劳动熟练程度和技术水平高低不等，因而他们生产同种商品所耗费的劳动时间也就有多有少。例如，生产1匹布，有的耗费8小时，有的耗费10小时，还有的耗费12小时。商品生产者实际耗费在某种商品上的劳动时间，叫做个别劳动时间。对于同一种商品，社会只承认同一的社会价值。所以，商品的价值量不可能由互不相同的个别劳动时间来决定，而只能由社会必要劳动时间来决定。

什么是社会必要劳动时间呢？马克思说：“社会必要劳动时间是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下创造某种使用价值所需要的劳动时间。”^①这就表明，社会必要劳动时间至少要由两个标准条件决定：第一，由生产的客观标准条件，即现有的社会正常生产条件所决定。这是指现时某一生产部门中大多数生产者已达到的生产条件，其中最主要的是生产工具。第二，由生产的主观标准条件，即社会平均的劳动熟练程度和劳动强度所决定。在社会正常的生产条件下，由于生产者的劳动熟练程度和劳动强度不同，生产同种等量商品所耗费的劳动时间是不相同的。在这种情况下，社会必要劳动时间就是他们平均的劳动熟练程度和劳动强度所花费的劳动时间。

社会必要劳动时间的客观规定，对于每个商品生产者来说都具有十分重要的意义。如果生产者生产单位商品的个别劳动时间低于社会必要劳动时间，商品按社会必要劳动时间决定的价值量销售，他就可以获得较多的盈利，并在竞争中处于有利地位；反之，如果生产者生产单位商品的个别劳动时间高于社会必要劳动时间，他的商品也只能按社会必要劳动时间决定的价值量出售，其耗费的劳动就有一部分得不到补偿，从而出现亏损，在竞争中处于不利地位，甚至可能导致破产。

(2) 简单劳动和复杂劳动。商品价值量的确定，同劳动的复杂程度有密切的关系。各个商品生产者的劳动，根据其复杂程度不同，可区分为简单劳动和复杂劳动。简单劳动是指不需要专门训练和培养的一般劳动者都能胜任的劳动。复杂劳动则需要经过专门训练和培养，具有一定知识和技能的高级劳动者才能从事的劳动。例如，樵夫或拉人力车的劳动就是简单劳动；钟表匠或教师的劳动则属于复杂劳动。简单劳动和复杂劳动区分的标准，主要是根据科技发展水平及其在生产中的应用程度确定的，因而这种区分具有相对性，即在不同国家或同一国家

^① 马克思恩格斯全集·第23卷 [M]. 北京：人民出版社，1972. 52

的不同时代，具有不同的区分标准。某一时期、某个国家的复杂劳动，对另一时期、另一国家来说，可能视为简单劳动。但从一定时期、一定国家来看，这种区分又是确定的。

决定商品价值量的社会必要劳动时间是以简单劳动为尺度的，那么复杂程度不同的劳动所生产的各类商品的价值量又是怎样确定的呢？马克思指出：这是通过“各种劳动化为当作它们的计量单位的简单劳动的不同比例”^①来实现的。就是说，是通过把一定量的复杂劳动化为多倍的简单劳动来实现的。少量复杂劳动等于多倍的简单劳动；少量复杂劳动创造的价值等于倍加的简单劳动创造的价值。因而，复杂程度不同的劳动所生产的商品，可以按照一定的比例相交换。例如：1个U盘可以同3袋精制面粉相交换。这种少量复杂劳动的产品同多量简单劳动的产品相交换的比例，不是商品生产者自行计算出来的，而是在长期反复的交换实践中自发形成的。

(3) 劳动生产率和价值量的关系。社会必要劳动时间不是固定的，它会随着劳动生产率的变化而变化。劳动生产率是指劳动者生产某种使用价值的能力或效率，可以有两种表示方法：一是单位时间内生产的产品数量；二是生产单位产品所耗费的劳动时间。劳动生产率的高低受多种因素制约，如劳动者的平均技术熟练程度、科学技术的发展水平及其应用程度、生产过程的社会结合（分工协作、劳动组织、生产管理等）形式、生产资料的质量和效能、自然条件的优劣等，这些因素的可变性决定着劳动生产率的变化。

随着劳动生产率的变化，商品价值量发生相应的变化。从部门平均劳动生产率和单位商品价值量的关系看，部门劳动生产率越高，一定时间内生产的商品就越多，从而凝结在单位商品中的劳动量就越少，单位商品的价值量也就越少；反之，部门劳动生产率越低，单位商品的价值量就越大，从而凝结在单位商品中的劳动量就越多。所以，单位商品的价值量同生产该商品的部门平均劳动生产率成反比，而与体现在该商品中的社会必要劳动量成正比。但是，无论部门平均劳动生产率怎样变化，它在同一时间内所创造的价值总量总是不变的。商品价值量的变动，还同个别企业劳动生产率的变化有密切的关系。如果部门平均劳动生产率不变，而个别企业的劳动生产率发生变化，则单位商品的价值量不变。其原因在于，决定商品价值量的社会必要劳动时间不是取决于个别企业的劳动生产率，而是取决于部门平均劳动生产率。因此，仅仅个别企业的劳动生产率发生变化，绝不可能引起单位商品价值量的变化，但它在同一时间内所创造的社会价值总量会发生变化。

^① 马克思恩格斯全集，第23卷 [M]，北京：人民出版社，1972，58

二、商品经济

商品经济是商品的生产与交换关系的总和。它是自然经济发展的结果，也是市场经济的基础。

商品经济是人类社会发展到一定历史阶段的产物。它的产生必须具备两个条件：第一是社会分工。它是商品经济产生的基础。因为社会分工，才提出了进行交换的要求，也才有了进行交换的可能。社会分工的特征表现为每一个劳动者只从事某种局部的、单方面的劳动，只生产某些甚至某种单一的产品。而人们的需要或需求则是多方面的。为了满足多方面的需求，生产者便必然要相互用自己生产的产品去交换自己不生产而又需要的产品。这种商品生产和商品交换就是商品经济。第二是所有权不同。它是商品经济产生的前提。因为生产资料和劳动产品属于不同的所有者，才发生了交换行为。可见，商品经济最初既是社会分工的产物，又是私有制的产物。在私有制条件下，产品交换的双方是独立的利益主体，互相交换产品也就是交换各自的劳动，双方实际上是经济利益的对应面。这就决定了双方的交换不能是“不等式”的，而只能是“等式”的，即商品经济中的等价交换原则。劳动产品的交换既然是等价的商品交换，那么生产者的生产过程就成为以直接交换为目的的商品生产过程。

在原始社会末期，随着社会生产力的发展出现了偶然的交换；当发生了畜牧业和农业的分工时，商品交换逐渐扩大；后来发生了手工业和农业的分工，从而出现了直接以交换为目的的商品生产；商品生产的产生使商品交换经常化，进而产生了货币，出现并形成了商品经济。

商品经济是在自然经济的缝隙中生长的，主要产生于奴隶社会和封建社会，只是到了资本主义社会，随着商品经济的不断发展，商品之间的交换主要由市场调配，这时的商品经济才取代自然经济成为市场经济，并成为一种普遍的经济形式。

商品经济的产生和发展是以一定的经济条件为前提的。这些经济条件主要有：

1. 社会分工

人们为了获取不同的物质资料，就要从事各种不同质的有用的具体劳动。这种不同质的有用的具体劳动一旦各自独立，发展成为一个由属、种、亚种、变种分类的多支体系，就表现为社会分工。在社会分工体系中，每个生产者固定地从事某一具体劳动，劳动具有单一性和独立性；各自不同的具体劳动，创造出各自不同的产品。同时，每个生产者的需求又是多样化的。为了满足生产者各自的需要，彼此之间用自己的产品交换对方的产品，由此就产生了生产者之间相互交换各自劳动产品的必要性。

2. 生产资料和劳动产品归于不同的所有者

不同的生产资料和劳动产品的所有者不能无偿地占有对方的产品，彼此要取得对方的产品必须通过等价交换，即把各自的产品作为商品来交换。在生产资料私有制经济中，生产产品的劳动是私人劳动，生产的产品是私人劳动的产品。这种独立的互不依赖的私人劳动的产品，是作为商品互相对立的。在生产资料公有制经济中，生产资料和劳动产品归于不同的所有者，是由以生产资料公有制为主体，各种经济成分并存的所有制结构的性质决定的。各种不同的所有制形式是各种具有独立经济利益的不同经济实体，它们之间也必须按照等价交换的原则发生商品交换关系，实现各自的经济利益。商品经济产生和发展的主要经济条件，决定了劳动产品必然成为不同生产者之间相互交换其劳动的物质承担者，决定了商品生产和商品交换必然成为不同生产者之间经济交往关系的实现形式。



第二节 市场与市场经济

商品经济的运行，总是以市场为载体的。市场经济是商品经济发展的必然。

一、市场是商品经济发展的产物

所谓市场，从字义上解释，市就是交易，场就是场所，人们通常习惯于把商品交易的场所称为市场。经济学意义上的市场，是指整个商品流通领域或商品交换关系的总和。它是同商品、货币、价值、价格等相联系的经济范畴，是社会分工和商品经济发展的产物，列宁指出：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场。”^① 社会分工和商品经济越发达，市场的规模和范围也就越大，作用与意义也就越重要。在前资本主义社会，由于社会分工比较简单，商品生产和商品交换始终处于自然经济的缝隙之中，因而市场的空间范围极其狭窄，经济容量也非常有限，市场十分原始，完整的市场体系远未形成，是一种处于萌芽期的、不成熟的市场。

到了资本主义社会，随着社会分工和商品经济的高度发展，狭小的地方市场联结成统一的国内市场，并且逐步形成了超越国界的世界市场。资本主义商品经济中的市场具有无所不包的性质，进入市场的商品数量、品种、范围与日俱增。不仅一切物质产品都纳入了市场之中，而且科学、文教活动、艺术、体育活动等都以商品形式进入了市场流通。市场交换工具和各种交换机构（商业、金融业）

① 列宁全集，第1卷 [M]. 北京：人民出版社，1955. 83