

第一篇市场经济的实质

当前 从国内理论界和舆论界 我们听到和看到对市场经济的实质的解说和界定 不外是 市场经济 就是法制经济 就是规范经济 就是信息经济 就是信誉经济 就是信用经济 就是竞争经济；就是损益经济 就是能人经济 就是高文化经济 就是大众化经济；就是群众性经济；甚或说是，市场经济就是公平经济；就是公正经济；就是公开性经济。等等说法，不一一列举了。我们以为，以上对市场经济的各种各样的解说和界定都是表面的，未能抓住其要害 而且漏洞甚多，以偏概全 甚至变成同义反复 循环表述 陷入自相矛盾。

我们想 既然我们要大胆吸收、利用和借鉴西方经济学中的有益成分和发达国家的经济管理的先进经验，我们就应睁大眼睛，看看他们是怎样分析论证市场经济问题的。

第一章 市场含义及其作用

第一节 什么是市场

首先，从市场这个概念说起。什么是市场？在西方经济学中，“市场”这一术语是在很特定意义上使用的：^①

(a) 市场不是只涉及固定的地点，也非必然含有交换的有形过程。

(b) 市场是由存在的条件和关系、以及在买者与卖者互相保持有效联系的时间和地点而产生的交易所构成的。

(c) 因此 需要使市场产生的首要因素是一群潜在卖者和潜在买者 他们无需在同一住房带或同一地区。

(d) 由此 市场可以是物质上同一的 如伦敦谷物交易市场，或者只是很一般地相同的 如谈到“劳动市场”或“男人服装市场”的时候。

(e) 市场的范围是依据商品性质、潜在买卖者的数目、交通运输的方便和费用而变化的。所以，某些市场是世界范围的，某些市场是小型的和地方化的。

以上是就一般经济知识入门而解释市场含义的。下面我们进一步介绍国外一些著名经济学家对市场概念所作出的解释：

美国经济学家,1970年诺贝尔经济学奖金获得者保罗·萨缪尔森(Paul A. Samuelson, 1915—)指出:“原始意义上,市场就是买卖物品的地方。中世纪经济史记载销售货摊(摆满着黄油厚片、乳酪角锥、未加工鱼肉和大堆蔬菜)形成了乡镇的商业中心。当代,重要市场包括进行石油、小麦和其他商品交易的芝加哥商会和买卖美国最大企业所有权凭证的纽约股票交易所。”

萨缪尔森认为:“更一般地说来,市场就是买方和卖方相会合以交换东西所利用的一种机制。市场可能是集中化的(就股票、债券和小麦说来)或是分散化的(就住宅或旧汽车说来)甚至也可能是电子市场(如对于许多金融资产和服务所出现的这样市场)。市场的关键特性是,它使买方和卖方一起确定价格和数量。”简言之,“市场就是一种商品的买者和卖者相互影响以决定其价格和数量所利用的一种机制。”^①

奥地利经济学家,1974年诺贝尔经济学奖金获得者弗里德里希·冯·哈耶克(Friedrich A. von Hayek, 1889—1992)说道:“我们刚刚开始理解,发挥先进的工业社会的作用,要依据一个何等微妙的通讯系统。这个通讯系统,我们叫做市场,它是一种整理分散信息的机制,比人们精心设计的任何机制都更为有效。”^②

总之,西方经济学者明确断言,“在实践中,市场必须用总量产品来定义,这些产品在供给或需求方面是比较接近的替代品。”市场这一概念意味着“由独立工商企业(国营的、私营的和其他的)的决策来决定生产和分配”。他们认为:“竞争的市场是很有益的,因为这些市场提供经济上合理决策的动力,刺激成本降低,使生产适

萨缪尔森等著:《经济学》,1992年英文版第14版,第36—37页。

《现代国外经济学论文选》第2辑,商务印书馆,1981年,第80—81页。

应于需求 并有创新 ”。①

在西方经济学者看来 市场体系中的一切东西都有价格 即用货币表现的该东西的价值。价格是表现人民和厂商自愿交换各种不同商品所依据的条件。另外，价格对生产者和消费者还充当信号。价格在市场上协调生产者和消费者的决策。较高价格势必降低消费者购买而激励生产。较低价格则激励消费而阻抑生产。所以，“价格 是市场机制的摆轮 ”。②

但是，市场并不是资本主义经济的本质特征。这已是国外经济学者的共识。他们认为：“不能把市场同资本主义混同起来 市场是同商品经济共生的，而商品经济早在古代奴隶社会就已经出现了。资本主义是商品关系和市场最发达的社会。因而‘资本主义把一切都变为商品，其中最重要的是劳动力成为商品。雇佣劳动制度才是资本主义经济的本质特征 ’。③

第二节 市场的作用

市场的作用是什么？据西方经济学家的意见，一般而言，市场提供导致交换的适当的交易条件，即在其条件范围内，适当价格可以被决定 市场可以被‘出清 ’。④

更确切地说来，市场如何起作用，即市场机制如何运作，以决定价格、工资和产量这三个基本经济问题。萨缪尔森将这三个基

① 约翰·伊特韦尔 John Eatwell 筹编：《新帕尔格雷夫经济学大辞典》第 2 卷，经济科学出版社 1992 年 第 868 页。以及彼得·诺兰 Peter Nolan 主编：《社会主义经济学再思考》，1986 年英文版 第 69 页。

萨缪尔森等：《经济学》，1992 年英文版第 14 版 第 37 页。

见 保尔·博卡拉：《市场、资本主义和今日社会主义》，载法 [《思想》1991 年第 3—4 期 转引自《国外理论动态》，1992 年第 34 期，中共中央编译局）。

丘尔宗编：《经济学入门》第 76 页。

本问题概括为通过市场解决生产什么 (what) 如何生产 (how) 和为谁 (for whom) 生产的问题。

1. 将生产什么东西 即在可供选择的物品和劳务中 生产什么和生产多少? 何时生产? 这些都决定于消费者的货币投票, 即他们的日常购买决定。反过来, 企业受到最大利润期望的驱动, 它们被高利润吸引到生产那些需求很大的商品; 而由于同样原因, 企业则放弃不赚钱的生产领域。

相对成本也影响各国的生产和贸易。日本生产和输出消费者电子产品并输入食品, 而美国则输入消费者电子产品和输出食品。这些情况都是受着价格体系的决定。

2. 如何生产诸种东西, 即由哪些人, 使用哪种资源, 利用哪种技术生产物品, 这些都决定于不同的生产者之间的竞争。生产者要对付价格竞争和把利润增加到最大限度的最好方法, 就是采用效率最高的生产方法, 使成本达到最低限度。因为生产者受着利润吸引力的冲动, 廉价的生产方法就会取代更高价的生产方法。从历史上看来, 有效率的技术如何取代花费更高的技术的事例比比皆是。

3. 生产出来东西为了谁, 即社会产品如何分配给不同的人和家庭? 这决定于生产要素市场的供求。要素市场决定工资率, 地租, 利息率和利润 (这样的价格称为要素价格)。通过加总所有要素的收益, 我们就能计算出人民的收入。因此, 全体居民之间的收入分配决定于拥有的要素数量 (人时 亩 等等) 和要素价格 (工资率 地租 等等)。

然而, 收入分配也还受着市场以外的许多因素的影响。人民的收入重要地取决于财产所有权 (如土地或股票), 取决于学到的或遗传的才能, 取决于运气, 取决于种族和性别歧视的程度。当然, 萨缪尔森在这里所指出的是着重于发达资本主义

国家。^①

以上三个基本问题，在萨缪尔森看来，是一切经济制度所共有的，但不同的经济制度却以不同的方式来解决这些问题。

谁支配市场 西方经济学中有所谓“消费者主权说”，“生产者主权说”或“垄断企业操纵说”等。萨缪尔森认为，全部经济的资源同可得到有效利用的科学和技术一起，限制着消费者可能把他们的货币投票放到的位置。

“换言之，消费者不可能独自命令应生产什么商品。消费者需求必须与企业的商品供给相吻合。所以，企业成本和供给决策同消费者需求一起促进来决定生产什么”。而市场便在其中起着使消费者嗜好与技术限度相协调的作用。

在市场体系中，经济当事人，或者所谓“市场主体”，一般包括企业、居民户和政府。这是当代西方经济学者的共识。因为“今天，没有一个市场经济不受到国家和政府机构的带有或多或少强制性的指导；况且，当今任何国家政府也是重要消费支出者，同时还不同程度地参与投资行为。诚如英国《经济学家》1993年9月10日这期文章所指出的：“资本主义国家里的政府，往往是以买主或卖主的身分，或者以调节者的身分大规模参与市场。”此外，有的学者还把金融机构作为单独的经济当事人，这是因为金融在全部经济中居于枢纽地位，它起着参与经济活动决策的特殊作用，没有它，市场经济运转是不可能顺利实现的。至于企业和居民户之所以成为市场主体，正如萨缪尔森解说的：“居民户购买商品和出卖生产要素；企业出卖商品和购买生产要素。居民户用他们出卖劳动和其他投入所取得的收入来购买企业生产的商品；企业把他们的商

见萨缪尔森等：《经济学》，1992年英文版第14版，第38页。
同上书，第38页。

品价格确定在劳动和财产的费用的基础上。商品市场的价格使消费者需求与企业供给实现平衡，要素市场的价格使居民户供给与企业需求实现平衡”。^①

附带说几句。西方经济学中所谓“消费者主权说”实际上早已过时，现今西方经济者宣传此说的人已寥寥无几了。可是，奇怪的是，一段时期我国舆论宣传却大讲特讲“顾客就是上帝”以为这样一讲就是真正在搞市场经济了。然而，现实生活与消费者上帝的感受则是南辕北辙，谁个消费者敢梦想成上帝来统治市场？他们只要自己不受侵害、不上当受骗、能真正得到消费者应有的权益和好的服务态度，就算是心满意足了！为要转换全民所有制企业经营机制，它们必须进入市场，成为市场主体，这是毫无疑义的。但我们的宣传思想不要忘记市场主体本是多元的，切勿误以为市场主体唯一地就是企业。否则，不仅将陷入片面性，而且在吸取国外市场经济的有益经验中会弄得四不像。还有理论界和舆论界曾宣传搞市场经济必须完全排除政府的经济作用，不需要国家宏观调控，积极提倡国家政府只充当亚当·斯密所谓的“守夜人”要使市场经济还原为自由放任经济，即返回到 18、19 世纪亚当·斯密时代。显然，这是行不通的。当今世界上任何国家或地区，即使包括美国在内，也没有完全实行市场经济，都不同程度地存在着国家干预，进行着不同形式的国家宏观调控，因为无国家支持和参与，市场经济是难以达到预期目的的。

第三节 市场结构

由上可知 市场在配置资源和分配收入方面都起着关键作用。

见萨缪尔森等：《经济学》，1992 年英文版第 14 版 第 40 页。

但市场如何运行得良好，部分地取决于市场的结构。

西方经济学者认为，“现代市场理论阐述的实际问题集中在两个方面：市场的地理范围应该有多大？应当包括哪些产品？”

在地理范围方面，西方经济学者断定，“如果市场为了包含更多的供应商而扩大地域，其半径越大，这些供应商为运输产品所必须承担的运输成本（包括运输途中产品损耗的成本）也就越高（供应商也许会把这些成本转嫁给买主）（就大多数个人劳务来说，市场不仅受到把产品运往消费者那儿去的成本制约，而且受到消费者到供应者那里去的旅行成本和时间成本的制约。）”¹⁹¹“价格抬得越高，可实现的市场范围半径就越大。因此市场范围取决于价格上涨到人们在说‘足够了’之前愿意接受的程度。”

在对相关的‘产品市场’界定时，西方经济学者认定，这涉及到产品之间的替代性问题，还有“在消费者大量转购一些似乎不大相关的替代品之前，卖方可以使价格提高多少”的问题。因此，“这里也必须就涨价多少才‘足够’这一点作出判断。同样，拥有定价权力的理智的卖方（或卖方集团）会提高其产品价格，直到需求具有相当大的弹性，以便最大限度地获得利润，也就是说，卖方只把物价涨到某一较高的水平为止，如果进一步涨价，实际上就会引起更多的替代品的出现，反而有损于自己。”

西方经济学者认为，市场结构的形成在世界各国都必然有某种共同的基本变量。这些变量是：

1. 大规模生产经营的经济效益程度。他们指出：“大量证据表明，规模经济效益并不存在于无限大产出之中。在超过某种规模时，规模经济效益反而会‘逐渐消失’，而长期单位成本的作用则会阻止其减少。这种规模叫做‘最低有效规模’。最低有效规模与市场中接近于最低单位成本的价格所需求的产出越是有关系，市场就可能越集中。当产出以近似于单位成本的价格完全满足市场需

求、长期单位成本曲线仍然向下倾斜时，就可认为市场是处于‘自然垄断’之中。接着就极有可能出现高度垄断”。而“在单个工厂中，规模经济关系主要依赖 3 个变量 技术、产品品种和管理组织”。

2. 相关技术和消费偏好的成熟与稳定性。他们指出：“不断的技术进步使最富有创新的公司保持领先地位，并在成本、营销及法律（如专利）方面可能获得长期的优势，形成并维持集中的市场结构。在有利于连续不断的技术突破或拥有反复无常、崇尚时髦的消费者的市场中 更复杂的力量在起作用”。

3. 其他不大有规则的影响力量。他们指出：“最重要的一个影响是企业兼并，特别是原来相互竞争的公司间横向兼并”。

约瑟夫·熊彼特 (Joseph Schumpeter, 1883—1950) 坚持认为，物质福利的一般水平较少依赖于价格体系在任何时刻及时分配资源的有效性，而依赖于技术创新的不断发展。他进一步认为，创新在垄断市场结构中比在经济学家偏爱的竞争性结构中更加蓬勃发展，这是因为存在着（垄断市场结构的）定价趋势和静态配置效率。

美国经济学家贝恩 (J. S. Bain, 1912—) 认为 市场结构的关键因素有 4 个 即卖方集中的程度 买方集中的程度 产品特异性的的重要性；进入市场的条件。卖方集中将有利于非竞争性行为；买方集中会使非竞争性行为难以维持；产品特异性将使卖主的各自行动彼此隔开，并使对手的注意力由价格竞争转向非价格竞争。进入市场的障碍，其根源则在于：(1) 规模经济巨大可能使潜在的进入者由于担心价格下降到成本以下而不愿以有效的规模进入。(2) 原有企业因掌握专有的生产工艺或制作方法而可能比潜在进

入者具有成本优势。(3) 原有企业可能比潜在进入者拥有需求方面或产品特异性方面的优势(也许因为属于专利产品或买主不愿更换商标而去买别的企业的同类产品)。(4) 当需要大量的创业投资时, 资本市场的不完全性却会阻碍外来者进入市场。

有些美国经济学者如凯夫斯(R. E. Caves, 1931—)波特(M. E. Porter 等还认为 进入市场的障碍的概念必须包括流动性壁垒, 后者阻止进入到具有同等能力和战略目标的卖方战略集团中。他们坚决认定, 行业内部战略集团的结构确实能够对经营管理行为产生深远影响。又如鲍莫尔(W. J. Baumol, 1922—)等都强调沉没成本的影响 即指为打入市场所必需的, 但若以后放弃了这一市场就不能收回的成本。沉没成本越重要, 进入市场的风险就越大, 同时作为进入障碍之一的规模经济就越显得重要。再如施蒂格勒(G. J. Stigler, 1911—)指出, 卖方对其相互间行为的信息掌握得越充分, 维持非竞争性行为的可能性也就越大。而且, 买方对价格和品种的信息的了解程度在卖方决定营销和分销安排、以及竞争对手的行为的形式和强度方面都扮演了一个重要角色。例如, 若买方必须要花费时间弄清竞争性卖方的各自价格(买方一时还不了解相同产品存在不同价格)那么 即使有许多厂商销售完全相同的产品 每个卖者仍有某些垄断力量 卖方能利用价格信息尚未完善化而占有部分垄断势力)。^①

由上所述可见 市场运行和进入市场含有复杂性问题 不宜简单化看待。我们必须对具体情况和问题进行具体分析, 怎能抽象地空喊企业要走向市场 进入市场。况且 当前我国市场的不完全性和市场发育的畸形化是较为突出的。例如 地区、部门或行业之间出现彼此封锁; 权力关系的竞争在相当程度上取代了机会均等

以上论述, 见《新帕尔格雷夫经济学大辞典》, 第 2 卷, 第 868—869 页。

的公平竞争 借“回扣”之名而推广行贿、受贿之实的情况已普遍蔓延；假冒伪劣商品充斥市场；市场在很多情况下是靠人际关系的平衡，而不是通过经济规律作用的供求关系的平衡；更有甚者，过去一段时期的炒股票热、炒开发区热、炒房地产热大力冲击了真正发展生产力、创造真实财富的社会经济秩序，其后遗症迄今仍未根本消除 等等。所以 我们要真正建立起统一的、开放的、竞争的、有序的社会主义市场体系 确实是“任重而道远”诚如江泽民同志在党的十四大的报告中指出的，“建立和完善社会主义市场经济体制，是一个长期发展的过程，是一项艰巨复杂的社会系统工程。既要做持久的努力 又要有紧迫感 既要坚定方向 又要从实际出发，区别不同情况 积极推进”。

第二章 市场是万能的吗

现代西方经济学者对如下两种经济极端论断都表示异议：

1. 纯粹的自由放任或原始的弗里德曼主义 即断定：“市场能够解决我们的一切问题。”

2. 传统马克思主义的假定 即假定“市场可以而且必须由联合生产者为社会需要而用有意识的计划去取代之。”

据此 他们认为 计划与市场原则上不是不相容的 而“许多社会主义者却未能懂得市场经济的逻辑，很少理解指令性计划所产生的问题。”^① 所以 西方许多经济学者现在都肯定 在资本主义经济运行中，计划与市场可以而且必须共存；他们指出，就社会主义经济问题而论，“计划和市场一直被教条的社会主义者和教条的反社会主义者看作是两个不可调和的对立物。然而，完全有理由宣称 任何现代社会都以两者的混合为基础。”^②

尽管完全自由放任主义者一再鼓吹“靠市场机制可以很好解决所有的经济问题”，可是西方绝大多数经济学者一直对市场万能论的宏观基础和微观失误进行了批评。本章分别介绍他们对这些问题的评论观点。

见彼得·诺兰（Peter Nolan）等主编：《社会主义经济学再思考》，1986年英文版第70、72页。

见《新帕尔格雷夫经济学大辞典》，第3卷第946页。

第一节 市场机制作用下的宏观基础

西方经济学中的所谓“市场万能论”其渊源是出自亚当·斯密的“看不见的手”学说。即断定千百万人在市场上自愿行动，结果通过价格体系的调整作用，便能使社会经济得到最好的配合。后来，由西方福利经济学进一步加以明确表达，有效率的资源配置的判断通常应采用“帕累托准则”或“帕累托最优状态”，即是经济中的资源和产量（投入-产出）的分配已达到这样状况，除了牺牲经济中的个别的单位之外，不可能重新分配资源，以便某个人（或生产过程）能得到更大满足（或更大产出量）。然而，在当今世界各国里，无论亚当·斯密的“看不见的手”学说，还是帕累托“最优状态”，已成为不现实的假设了。

因此，就宏观基础而论，西方经济学者认为，资本主义市场经济并非必然自行恢复平衡，市场并未自动出清，但这并不是仅仅由于“市场不完全性”所造成。没有理由假定，单纯的市场过程将会指导国民经济沿着吸引人向往的经济增长路线发展，经济增长深受制度因素的影响，这些因素是随时间和各个国家而不相同的。在任何市场经济中，必定存在如下基本弱点：失业威胁、导致投资失误的不确定性、过度的收入差距、周期性经济波动和危机、贪得无厌精神的刺激等等。

实际情况正是：“在自由市场经济的鼓吹者认为的鼎盛时期（即 80 年代）受到打击最严重的是占美英人口 20% 的下层人民，其中许多人被搞得倾家荡产，一贫如洗。在美国，无家可归者达

200 万人。估计在英国也有同样数量的无家可归者，占成年人的 5%。^①

事实上，自第二次世界大战以后，西方各主要资本主义国家的学术界和舆论界一直就广泛地不断提出如下意见：

1. 政府至少应插手对物品和劳务的总需求进行管理，从而使社会不再经历一度出现的有效需求不足那样的时期。

2. 普遍地认为，完全自由放任的市场调节所导致的收入和财富的两极分化是极不合理的。

3. 众多人都认识到，靠市场机制的竞争作用不一定消除居民、企业的利益与国家、社会的利益之间的矛盾。其所产生的一些浪费更导致在经济生活中的个人利益和社会利益的背离；毫无计划地沿干道发展的一系列建筑物和郊区的无计划发展的丑陋；大量竞争性广告造成的浪费，与其说是使消费者得到信息，不如说是消费者受到愚弄和欺骗。

4. 垄断企业因处于强有力地位而操纵市场，谋取私利，对消费者和工人进行严重剥削。

除此而外，有的西方经济学者还指出，从宏观角度来看，市场本身具有如下几个方面的局限性：

1. 市场的政治界限。尽管政治民主可以保护和促进市场经济的发展，但是市场与民主并没有直接的联系。希特勒和皮诺切特都积极实行市场经济，但他们在政治上却是独裁者，他们的失败并非由于经济上的失败。另外，虽然市场经济与资本的所有制形式无关，但是任何资本主义国家都不会让外国资本完全控制对国民经济具有重大意义的部门，这正是由国家政治来确定的市场界限。

^① 《参考消息》1991 年 5 月 12 日转载美国《民族》周刊 1991 年 2 月 25 日文章。
米德 (J. Meade)：《计划与价格机制》，1948 年英文版 第 1 章。

2. 市场在分配问题上的界限。市场本身并不能保证公平分配，因为它不能阻止纯租金的出现。例如国家或集体因开发基础设施而给私人带来的土地收入的增加，这种收入是与财产所有者的经营活动无关的。又如市场的不确定性和不稳定性所产生的纯租金（股票价格暴涨或通货膨胀使某些人发大财），再如垄断条件下产生的纯租金。

3. 市场的社会化界限。企业关心的是短期的经济变动，它们对长期的经济发展不感兴趣。因此，凡投资大、利润少和风险大的长期发展项目（如重大的基础设施和公共设施以及基础科学研究等）就必需由国家来承担或组织。

4. 市场的伦理界限。市场经济的发展需要并创造了日益完善的社会保障制度，但这种制度并不是市场机制的产物。例如，医疗保险制体现着健康人为病人支付医疗卫生费用，这是互助的原则，而不是市场的原则在起作用。与此同时，社会伦理要求限制和取消某些市场，如近些年来有的国家兴起的精子市场、卵子市场、子宫市场等，因这些买卖引起了复杂的道德问题和法律问题。此外，社会舆论还要求保护儿童免受色情市场的危害。

5. 市场的生态界限。人类的生产活动必须与土壤、植物区系、动物区系、大气等保持平衡，这种平衡（生态平衡）必须受到国家的监督和保护，在这方面必须坚持生态原则高于市场原则。

6. 市场自发的消极和破坏因素。市场会自发地产生一些消极和破坏因素，如垄断的倾向、无效竞争、投机、舞弊以及同市场有直接联系的社会犯罪。这些消极和破坏因素必须依靠国家的力量来克服。

由此可见，市场有其自身的局限性，所以市场的运行和效益的发挥必须借助于国家干预。市场经济不是“倾向于在宏观上自由放任”，不是“必须要求减少行政管理”，而是要求实行不同的行政管

理”：没有国家管理的市场将导致二元的、甚至四分五裂的社会，它不仅会埋葬市场经济，使市场成为万恶之源，而且还会使自由遭到毁灭”。^①

第二节 市场失灵

美国经济学家萨缪尔·鲍尔斯 (Samuel Bowles) 断言：“市场不仅配置资源和分配收入，而且市场还形成我们的文化，促进或阻挠人文发展的想望方式，支持一个令人满意的权力结构。市场同样是政治的、文化的制度，其程度跟市场是经济的制度一样。由于这个原因，标准的效率分析就不足以告诉我们，市场应在何时何地配置物品和劳务，以及其他制度在哪里应被利用”。“即使市场配置的确产生帕累托最优效果，以及即使所产生的收入分配被认为是公平的，但如果它支持一种非民主的权力结构，或者如果因它奖赏而促进了贪婪，机会主义，政治被动性和对其他方面的冷淡，那么市场也仍会失败”。所以，萨缪尔·鲍尔斯认为，我们对市场的评价以及由此引出的市场失灵概念，必须加以扩大，包括市场对权力结构和人文发展进程这两方面的影响。^②

现在，我们先就市场在配置资源和分配收入方面所产生的失灵进行论述，然后再说到政治的、文化的制度方面的影响问题。

就微观失误而言，西方经济学者指出，至少在资源配置理论中，典型说来，所谓市场失灵，其意是指“维持‘合乎需要’的活动或停止‘不合需要’的活动”（活动包含消费和生产）的价格—市场制度

以上论述见罗奈·勒努阿：《没有国家的市场？》[法]《政治学》杂志，1992年第1期，转引自《国外理论动态》，1992年第41期（中共中央编译局）。

萨缪尔·鲍尔斯：《市场能够和不能够充当什么》[美]《挑战》，1991年7—8月号，第11页。

大约理想化系统的失灵。简言之，当市场在资源配置方面是低效率的时候，就出现了市场失灵，即是有许多因素阻碍着市场按照理想化方式运行，其中主要是：

1. 不完全竞争。现实世界里，广泛存在垄断和其它形式的市场结构，这些市场结构容许厂商具有对价格决定的权力。（因为他们是不完全竞争者或单独垄断者）这样一来，就导致价格超过边际成本，其结果是帕累托最优状态的消失，出现太高价格和太低产量的格局，即不存在经济上有效率的配置。

2. 外部效应。所谓外部效应意指一个人或一个厂商的活动对其他人或其他厂商的外部影响，或称溢出效应 (spillover effect)。这种效应是在有关各方不发生交换的意义上，价格体系受到影响是外来的。或者说，存在没有经济报偿的经济交易。例如，某人住在一所被遗弃的住宅隔壁。当他的邻居决定修复这所住宅时，他的房地产的价格就会上升，但当他的邻居作出是否修复这所住宅的决策时，却并未考虑到对他的这种影响，这就是有益于其他人的正外部效应。负外部效应的通常例子，包括：厂商在它们的生产活动中所引起的空气和水的污染和在公共场所不吸烟者必定呼吸香烟烟尘。又如，某人从大声地放唱片中得到好处，但是住在隔壁的人为减少噪音以求得安静，则宁可付给邻居报酬。采取这样一种市场交易的解决办法似乎可使双方的处境都得到好转，在经济效率方面会带来明显改善。这是根据科斯定理（在交易成本为零并对产权明确化的条件下，外部效应不会引起不恰当的资源配置）可使外部效应内在化，通过与外部效应有关的双方进行讨价还价以实现互惠互利的交易。然而，事实上，为保持宁静而去行贿某人的这种观念和行为都是异乎寻常，并非普遍的。再如，一个火力发电厂不仅生产电力，而且也产生大量酸雨，降回大地。不幸的是，酸雨的降回并不限于电厂范围内，或有选择地只降落到消耗电