

Jiaotong Yunshu Shichang Gailun

交通运输市场概论

王成钢 著

人民交通出版社

内 容 提 要

本书主要内容有两部分。第一部分讲述交通运输市场运行的基本原理，包括交通运输市场的特点，交通运输市场体系，交通运输市场机制和交通运输宏观调整。第二部分讲述交通运输市场形成的基本理论，包括独立的交通运输市场主体，平等的交通运输市场竞争环境，交通运输市场法制建设与国家交通运输管理职能转变等。

本书可作为高校交通运输专业的选修课教材，也可供从事交通运输市场研究的人员参考。

目 录

绪 论.....	1
第一章 交通运输市场的特点.....	8
第一节 交通运输市场的涵义.....	8
第二节 交通运输市场的一般特点.....	9
第三节 交通运输市场的行业特点.....	16
第四节 各类交通运输市场的竞争特点.....	21
第二章 交通运输市场体系.....	25
第一节 交通运输市场体系的构成.....	25
第二节 交通运输主导市场.....	27
第三节 交通运输市场体系的外部联系.....	32
第四节 交通运输市场体系的内部联系.....	36
第三章 交通运输市场机制.....	45
第一节 交通运输市场机制的构成要素.....	45
第二节 交通运输市场机制的总体表现.....	50
第三节 交通运输市场机制的具体表现.....	53
第四节 培育交通运输市场机制需要解决的几个 关键问题.....	66
第四章 交通运输市场宏观调控.....	77
第一节 交通运输市场宏观调控的意义.....	77
第二节 交通运输市场宏观调控机制.....	82
第三节 交通运输市场宏观调控的主体与客体系 统.....	89
第四节 交通运输市场宏观调控的方式与手段系 统.....	99
第五节 交通运输市场宏观调控的信息传导与	

动力系统.....	113
第五章 形成独立的交通运输市场主体.....	118
第一节 独立的交通运输市场主体的涵义.....	118
第二节 我国交通运输企业独立性差的表现.....	122
第三节 交通运输企业现代企业制度.....	126
第四节 交通运输企业实行现代企业制度的途径.....	148
第六章 创造平等的交通运输市场竞争环境.....	160
第一节 平等的交通运输市场竞争环境的涵义与作用.....	160
第二节 统一国家宏观调控政策，按国家整体市场要求，实行宏观调控.....	164
第三节 彻底打破地区、部门的保护与封锁，实行全方位行业管理.....	177
第四节 严厉打击贿赂营销，依法惩治非法竞争.....	191
第七章 加强交通运输市场法制建设.....	198
第一节 交通运输市场法制建设的意义.....	198
第二节 交通运输市场法律法规的内容.....	207
第三节 交通运输市场法制建设的任务.....	215
第四节 交通运输市场法制建设的途径.....	230
第八章 规范政府交通运输市场管理职能.....	238
第一节 政府交通运输管理职能转变的意义.....	238
第二节 政府交通运输市场管理职能.....	244
第三节 规范政府交通运输市场管理职能的途径.....	262

绪 论

一、研究对象

本书的研究对象是在进一步研究市场经济一般原理的前提下，探索交通运输市场形成与运行规律的基本理论。

人类社会的物质资料生产活动（即经济活动）的基本形式有三种，即自然经济、商品经济与产品经济。同经济活动形式相适应，经济运行的方式也有三种，为自足经济、市场经济与计划经济。同商品经济形式相适应的是市场经济方式。所谓市场经济，就是让商品经济的发展依赖于市场自身运行。市场自身是如何运行的呢？任何事物自身的运动、变化与发展都存在着两方面的原因，即内因和外因。内因是变化的根据，外因是变化的条件，并且外因通过内因起作用。市场自身运行当然也不例外。一方面，它依靠市场机制的推动，这是根本动力；另一方面，它需要国家宏观调控机制引导，这是不可缺少的重要力量。国家宏观调控机制是通过对市场机制的作用而发挥作用的，不能脱离市场机制而另行作为。也就是说，让市场机制在资源配置中起基础性作用，而宏观调控只是为了克服市场机制的消极作用与不足之处，促使市场正常运行与健康发展才采用的。市场机制的推动以及国家宏观调控，就是市场运行的基本规律，亦即市场经济的一般原理。

交通运输市场是国家整体市场中的一部分，它与整体市

场的关系是整体与局部、一般与个别的关系。整体市场的运行规律也是交通运输市场的运行规律，交通运输市场同样也受市场机制的推动与国家的宏观调控作用。但是，交通运输市场是一种特殊的商品交易市场，它既不同于工农业产品市场，也不同于建筑业与其它各类生产生活服务市场，其构成具有自身的不同体系，其运行具有自身的特有规律。《交通运输市场概论》就是在研究市场的形成与运行一般规律的前提下，着重探索交通运输市场形成与运行的特殊规律。

二、在交通运输管理中的作用

交通运输管理按其管理主体可分为两个大的层次。第一层次是交通运输政府管理，它是以国家为主体的对整个交通运输的管理，包括中央政府及其交通运输主管部门和地方各级政府及其交通运输主管部门实行的交通运输管理。第二层次是交通运输企业管理，它是以交通运输企业为主体的对本企业交通运输的管理。在实行计划经济体制向市场经济体制转变之后，无论是交通运输政府管理还是企业管理，其管理对象均发生了变化。政府管理对象由原来的交通运输企业或具体单位变成现在的交通运输市场；企业管理对象由原来的交通运输生产变成现在的交通运输经营。经营需要以市场为导向，适应市场需求。因此，无论是交通运输政府管理还是企业管理，都必须遵循交通运输市场运行规律，否则，管理工作就会管而无理、管而背理，徒劳无益、适得其反。从这个意义上说，它为交通运输管理提供了基础理论指导。

三、主要内容

本书的主要内容分为两大部分。

第一部分主要内容主要讲述交通运输市场运行的基本理论。包括交通运输市场特点、交通运输市场体系、交通运输市场机制与交通运输市场宏观调控。

任何事物的外观形象都是其内在本质的表现。交通运输市场机制是交通运输市场的内在本质，它的特点与体系就是由这一内在本质决定的。在市场机制中，供求机制是主体，价格机制是关键，竞争机制是手段或工具。风险机制蕴含其中，是市场机制运行的原动力。交通运输市场机制在这些方面都有其自身的特殊性。由于交通运输市场交易的是一种特殊的产品——交通运输服务，它与工农业产品存在的形态上的不同，形成了交通运输市场特殊的供给与需求的变化规律，并由此引导出价格机制与竞争机制的个性。而这些特性又体现在主要由不同的运输方式所构成的交通运输市场体系内部的相互联系、相互作用之中。因此，我们要从分析交通运输市场特点与体系入手，去深入探索与认识交通运输市场机制。交通运输市场宏观调控是为了充分发挥市场机制的积极作用，克服消极作用，弥补市场不足而实行的宏观管理，它必须充分认识交通运输市场机制，遵循交通运输市场运行的客观规律，发挥能动作用。因此，在交通运输市场运行的基本理论中，交通运输市场机制是核心内容。认识交通运输市场特点与体系，是为把握交通运输市场机制与国家宏观调控机制服务的，而国家宏观调控机制又必须遵循市场运行机制。如果把市场机制看成客观机制，那么宏观调控机制就是主观能动机制。

交通运输市场特点、交通运输市场体系、交通运输市场机制与交通运输市场宏观调控四项内容，构成了交通运输市场运行理论的基本框架。

第二部分主要内容主要讲述交通运输市场形成的基本理论。

包括独立的交通运输市场主体，平等的交通运输市场竞争环境，交通运输市场法制建设与国家交通运输管理职能转变等。

我国已确立了建立社会主义市场经济的改革目标，但作为规范化的市场，即具有完善的有效的市场机制的市场还远远没有建成，交通运输市场也是如此。国家对交通运输的管理与宏观调控，当前的首要任务是建立交通运输市场，形成交通运输市场机制。交通运输市场机制是交通运输市场平衡、稳定与变化、发展的机制，供求机制是市场平衡与发展的内容，价格机制是市场平衡与发展的动力，竞争机制是市场平衡与发展的手段。通过竞争，以价格的涨落调节供求关系，是市场机制的基本涵义。价格的涨落能否调节供求，是市场机制是否存在的第一个衡量标准。它取决于市场主体特别是交通运输企业是否具有独立的利益主体与独立自主的经营权力。因此，要形成与完善交通运输市场机制，第一是要形成独立的交通运输市场主体。竞争能否影响价格与供求，是市场机制是否存在的第二个衡量标准。它不仅取决于是否存在竞争，而且还取决于竞争是否有效，因此，要形成与完善交通运输市场机制，必须要形成平等的交通运输市场竞争环境。而独立的交通运输市场主体与平等的交通运输市场竞争环境的形成都依赖于交通运输市场法制建设与国家交通运输管理职能的合理转变。交通运输市场只有法制化了，才能阻止来自国家与企业两方面对交通运输市场机制形成与运行的人为破坏。国家交通运输管理职能转变，由直接管理到间接管理，并明确其应有的管理职责，才能真正建立起有效的国家宏观调控机制，促成交通运输市场机制的形成与完善，保证交通运输市场机制的正常运行。

形成独立的交通运输市场主体，创造平等的交通运输市场竞争环境，加强交通运输市场法制建设，实现国家交通运

输管理职能转变等内容，构成了交通运输市场形成理论的基本框架。

四、现阶段的研究任务

交通运输市场理论的研究，是交通运输市场实践的需要，它随着实践的产生而产生，也必然随着实践的发展而发展。撰写此书，只是这种理论研究的开始，希望起到抛砖引玉的作用。要将交通运输市场研究开展起来并继续下去，必须明确现阶段的研究方向和任务。从实践上说，只有交通运输市场形成后才有交通运输市场运行。在我国，交通运输市场正处在孕育与形成时期，因此，交通运输市场形成研究，应是我们当前研究的重点。

发达国家的交通运输市场，是逐步形成的。我们所说的交通运输市场，是以多种现代运输方式投入营运为标志的。从第一艘轮船下水到20世纪50年代综合运输时代的开始和凯恩斯主义的出现，经历了几千年的漫长岁月。我国的现代交通运输起步较晚，到最近，才把交通运输市场建设同国家的整个市场建设一起纳入国家的议事日程。但是，我们已经有了现代交通运输的基础，又可借鉴发达国家孕育交通运输市场的成功经验，毫无疑问，交通运输市场的形成过程要比发达国家快速得多。研究交通运输市场形成理论，就是要快速实现建立交通运输市场的目标。

要研究交通运输市场形成理论，必须从下面几个方面入手：

（1）探讨交通运输市场机制运行规律。交通运输市场的形成也就是交通运输市场机制的形成。市场机制运行规律，就是市场机制各构成要素之间相互联系、相互作用的规律。所

以，要形成交通运输市场机制，就需要把握其构成要素及它们之间的相互联系与相互作用。这种研究，既要以发达国家已有的实际经验为参考，又要紧密结合我国自身的实际。

（2）学习发达国家的交通运输市场形成经验。发达国家交通运输市场的形成，为我们提供了参考。这种学习，一要学习它们在交通运输市场自然形成中的政府不为，二要学习它们的政府所为，即学习它们是如何通过间接的国家宏观调控而促使交通运输市场形成与发展的。这里，主要是学习它们对交通运输市场的法制建设和国家对交通运输市场的管理职能。当然，这种学习同样要结合我国实际，是洋为中用，而不是全盘西化。

（3）分析国家整体市场与交通运输市场的联系与区别。交通运输市场是国家整体市场体系中的一部分，它不能脱离国家整体市场而单独存在。交通运输市场的总需求是由国家整体市场特别是工农业产品市场决定的，其总供给也与国家整体市场特别是工农业产品市场密切相关，国家整体市场的状况直接决定着交通运输市场状况。因此，国家整体市场的形成与交通运输市场的形成互相依存。要依据国家整体市场的形成与发展状况来探讨交通运输市场形成的过程，如我国工业化的道路同发达国家不尽相同，乡镇企业的掘起使工、农业产品市场交易出现特殊性，由此引起交通网络的区别而出现交通运输市场差异。然而，交通运输市场又有它自身的特殊性，如部分交通运输分市场竞争的垄断性质，价格宏观调控的重要性，供求调控的缓慢性等。因此，要加速交通运输市场的形成，还要研究交通运输市场与国家整体市场的区别。

（4）研究我国综合运输市场的结构与运行。人类的交通运输已经历了四个发展阶段，即水上运输阶段，铁路运输阶段，公路、铁路、水路、航空与管道运输共同发展阶段，综

合运输阶段。各个运输阶段是以何种运输方式占主导地位并影响和决定经济发展为标志划分的。现代交通运输市场是综合运输市场。我国当前尚处在铁路运输与公路、水路、航空、管道运输共同发展阶段。铁路干线的建设还没有完成，“三纵两横”与“七纵五横”的规划正在实施。公路网建设、航道开辟、管道建设还有许多新任务，特别是高等级公路里程短、比例小、建设任务艰巨。待交通线路设施的建设任务基本完成之后，才能着手交通网络的调整，形成以不同的主导运输方式为特征的综合运输市场。于是，要建立我国的交通运输市场，还必须探求我国综合运输市场的结构与运行方式。这种研究的关键是要依据国家整体市场发展变化的规律，确定与调整客货的集散中心及其辐射的方向，由此调整交通网络。否则，就无法形成交通运输市场有效的供求机制、价格机制与竞争机制。

第一章 交通运输市场的特点

第一节 交通运输市场的涵义

市场概念有三种涵义：一是指商品交易的场所，这是狭义的市场概念；二是指商品供销的区域，这是一般意义的市场概念；三是指商品供求关系的总和，包括供求关系，影响供求关系的价格关系、竞争关系，买卖双方的自我调节关系与国家的宏观调控关系等，这是广义的市场概念。市场经济的市场概念，乃是指商品供求关系的总和，包含着市场的狭义和一般意义的市场。

市场经济中的市场概念有三个层次。一是具体的商品市场，指某一种商品的供求关系，如食品、服装、房地产、劳动力、资金、技术、生产资料、信息市场等，这是最低层次。二是部类商品市场，指消费品供求关系与生产要素供求关系，包括消费品市场与生产要素市场（称最终产品市场与中间产品市场），这是第二层次。三是整体市场，指整个社会经济的全部供求关系，这是最高层次。我们所要建立与培育的社会主义市场，乃是国家的整体市场，它包含着市场的最低层次与中间层次。

市场按交易商品的形态又可分为两大部分。一是商品市场，包括农、工、建商品市场、金融市场、劳动力市场等。商品市场交易的是先形商品，即在交易前就已生产出来的商品，

表现为商品实体，其生产过程先于消费过程。二是服务市场，包括交通运输市场，安装维修市场，饮食住宿及其它各种劳动服务市场。服务市场交易的是后形商品，即在交易后才生产出来的商品，不表现为商品实体，其生产过程与消费过程在时间上是同一的。在服务市场中，交通运输市场居于首位，规模最大。

市场按交易方式也可以分为两大部分。一是有形市场，指有固定的交易场所，买卖双方已经确定情况下的交易，如商店、集市等属于有形市场。二是无形市场，指没有固定的交易场所，买者或卖者尚未确定，要通过广告、中间商以及其它形式寻找货源或用户（顾客），沟通买卖双方，促进成交的形式，如信息市场，某些人才市场、技术市场。房地产市场等，一个完整的市场，是有形市场与无形市场的结合。有形市场是市场的基本形式，但单纯的有形市场，是市场不发达的表现。

从以上几方面的分析可知：交通运输市场是交通运输服务供求关系的总和。它是整体市场中的一部分，既与消费品市场相联系，又与生产要素市场相联系，主要是由工农建产品市场决定，为工农建产品市场服务的首要的服务市场，体现着出卖与购买交通运输服务的各种经济关系，是交通运输有形市场与无形市场的结合。

第二节 交通运输市场的一般特点

交通运输市场与一般商品市场具有以下共同特点：

一、统一性

市场的统一性指市场是一个有机的统一整体。市场可以

分为三个层次。一是国家整体市场，即国家市场体系，这是最高层次。二是生产要素市场与消费品市场，即部类市场体系，这是中间层次。三是具体商品市场，即具体市场体系，这是最低层次。没有整体市场，即没有国家的社会主义大市场，就不可能在全国范围内由市场来调节资源配置，就没有社会主义市场经济。整体性、统一性是系统的本质特征，也是市场系统的本质特征。

市场运行的基本内容是供求，市场的统一性首先由供求来体现。消费品市场与生产要素市场，以及它们内部各个具体商品市场之间都是互相依存、互相制约的供求关系，各类市场的供求关系分层次构成一个有机整体。如果它们相互之间比例不协调，任何市场都不可能顺利地运行与发展。我国生产要素市场，特别是金融市场、劳动力市场、房地产市场、技术市场与信息市场发展相对滞后，因此，我们建立社会主义市场体系，要着重发展这些市场。近几年来，国家采取了一系列措施，大力发展这些市场，使得其中某些市场（如金融、劳动力、房地产市场）发展较快，这就为建立形成国家整体市场打下了一定基础。

市场运行的基本动力是价格，市场的统一性通过价格充分表现出来。

（1）同一商品价格一致。规范化的市场，交易不受任何阻碍，价值规律能够自发地调节供求。在这样的市场上，如果同一商品出现不同价格，顾客就会选择价格，而使价格趋于一致。因地理因素、心理因素、信息因素等而使同一商品价格产生差别，虽然是常有的、不可避免的，但在规范化的完全市场上，这些因素对价格的作用是有限的、局部的，由于企业间的竞争，市场信息的充分沟通，顾客多次地反复比较选择，会把这些因素的影响或差价限制在最小的程度与范

围内。

(2) 不同商品的价格相互影响。首先是连带效应。各类商品(物资产品)按其加工程度与用途,可分为原料、材料和成品,它们的价格一涨俱涨,一跌俱跌。生产要素商品与消费商品,一般商品与服务商品,有形商品与无形商品,物资、金融、劳动力、技术、信息商品,其价格都具有同样的连带效应,工农建产品与交通运输服务的价格也是如此。其次是替代效应。相同用途的商品可以互相替代,如大米与小麦,肥皂与洗衣粉,汽车运输与火车运输服务等。一种商品的价格连续上升,会促使顾客转向购买替代商品,使替代商品的价格也相应上升。一种商品的价格回落,替代商品的价格也会相应下降。也就是说,不同商品之间具有合理比价。

合理比价与差价的出现,不仅依赖于供求关系的协调,而且依赖于市场主体的进一步独立与自主,依赖于国家宏观调控的力度与合理性,尤其是通过法制规范市场行为。

二、开放性

开放性是系统的本性之一,任何系统,都必须不断地与外界环境进行物质、能量与信息交流,才能得以生存和发展。

“封闭即死亡”的观点,是系统客观规律的真实反映。市场作为一个社会经济系统,也具有相同的客观规律。

1. 国家开放

作为国家整体市场,是向国际市场开放,与国际市场进行产品、劳动力、资金、技术(包括生产技术与管理技术、硬技术与软技术)以及各类商品交流的大市场。各国因地理、气候条件不同,拥有的物资资源种类、数量不同;因政治、经济、文化发展状况不同,拥有的人才,资金、技术等数量、质量、种类不同;因民族物质与文化生活习惯不同,富裕程度

不同，对不同物质需求不同。这些因素，使国家整体市场开放，与国际市场进行物质、能量与信息交流具备必要性与必然性。现在，开放已成为我国的既定国策，改革开放20年来，成绩斐然，为我国建立开放的市场提供了有利的政策条件。当然，国际社会对我国的某些不公正待遇，使我国进一步扩大开放尚存在一定困难，如某一时期所谓的“经济制裁”和“入关”时的受阻等，都曾影响我国对外开放的进程。但我们相信，坚冰已经凿开，航道一定能够开通。

2. 地区开放

国内各地区市场的开放，既是国家统一整体市场形成的标志，又是市场开放的表现。我国地域辽阔，人口众多，地理、气候、资源、技术、资金以及风俗习惯等，具有地区差异性大的特点。因此，各个地区市场的发展，离不开地区的开放，离不开国家的整体市场。目前，尚存在着某些地方保护主义的现象，人为地设置了一道贸易壁垒，如不许某一产品进入本地区或在工商、税务方面予以刁难。这种贸易保护主义和地区的分割与封锁，维护了本地区的眼前利益，但从长远利益看，实际上是保护了落后，制约了本地区经济的发展，也阻碍了全国统一市场的形成。当前，地区间资金与技术的交流已出现了喜人的现象，但人才的倒流，劳动力的盲流，却令人担忧。要进一步鼓励到边远落后地区投资，对于落后地区的生产经营条件与工资待遇，国家可适当加大财政调控力度，给予必要的扶持。

3. 部门开放

各部门是行业管理的主体，它们之间本来是一种相互促进、相互制约的关系，其开放是不言而喻的。任何部门、任何行业离开了对本部门、本行业的开放与交流、都不可能维持下去，也没有自己生存的价值。但由于几十年来，我国逐

渐形成在计划经济体制下条块分割的局面，于是就出现了至今仍然存在的部门保护主义现象。机械部并不管理所有机械制造，冶金部有冶金机械制造企业，煤炭部有煤炭机械企业，化工部有化工机械企业，农业部有农业机械企业……，交通部也不是管理所有的水路与公路运输，各大中型企事业单位一般都拥有自己的车队或车辆，公路管理分属交通、公安、城建部门，如此等等。这种体制，使市场竞争无法进行。物美价廉的产品不能畅销，隶属于不同部门的企业税收与各种社会负担又不一致，同类企业没有同等的待遇，市场竞争没有公正的条件，既没有同一起跑线，又没有公正的裁判。因此，不打破部门保护主义，实行部门开放，就不可能形成市场机制。为此，必须深化以下三方面的改革：（1）任何企业都必须与主管部门在经营上彻底脱钩，不仅是产品、销售、供应、生产、财务管理脱钩，而且产权、人事、组织形式等方面均不受主管部门制约。主管部门代表国家通过政策（包括规划、制度等）对所有生产经营同类产品或服务的企业与个人实行宏观调控。（2）企业实行专业化生产与经营，逐步地彻底地打破“大而全”、“小而全”现象，将交通、金融、教育、生活服务 etc 推向市场，参与市场公平竞争。（3）不分部门、行业、企业所有制性质与规模大小，一律纳入国家财政、信贷、税收、工商等手段的调控范围，公平税收与各类收费标准，实行优胜劣汰，并加快社会保障体系的建设，促使企业平等竞争。打破部门保护主义，实行部门开放，是建立国家统一整体市场的关键，属于国家深层次的全面的改革内容，工程复杂浩大。

三、竞 争 性

价值规律是商品经济的基本规律，也是市场运行的基本