

[粤版]

全国地方交通行政干部培训教材

社会主义市场经济  
与交通运输经济

交通部科技教育司组织编写

《全国地方交通行政干部培训教材》编审委员会审定

主编唐才进

主审张培林 杨炳林

人民交通出版社

## 《全国地方交通行政干部培训教材》

### 摇摇摇编审委员会成员名单

主摇任 :任茂东

副摇主任 :周摇伟摇刘功臣摇陈毕伍  
俞宏生摇杜摇颖

委摇员 :(按姓氏笔画为序)

王明志摇申少君摇曲长志  
任为民摇李兆良摇李宏印  
李英杰摇闫东坡摇何春生  
张安富摇张培林摇郭摇莘  
翁摇垒摇魏摇东

## 《社会主义市场经济与交通运输经济》

### 摇摇摇摇摇编写成员名单

主摇编 :唐才进

成摇员 :张立华摇郑邓杰摇高雅娟摇傅新平

## 内 容 提 要

本书是《全国地方交通行政干部培训教材》丛书之一。全书共七章,介绍了社会主义市场经济的有关基础知识,并结合我国国情,对在社会主义市场经济条件下的有关交通运输经济问题进行了阐述。

本书既是全国地方交通行政干部培训教材,也是地方交通行政管理 人员了解社会主义市场经济和交通运输经济基础知识的参考读物。

全国地方交通行政干部培训教材

社会主义市场经济与交通运输经济

交通部科技教育司组织编写

《全国地方交通行政干部培训教材》编审委员会审定

主编 唐才进

主审 张培林 杨炳林

正文设计 责任校对 刘芹 责任印制:

人民交通出版社出版发行

(北京和平里东街 10 号)

各地新华书店经销

印刷厂印刷

开本 大 16 开 印张 插页 1 张 字数 100 千字

1993 年 1 月第 1 版

1993 年 1 月第 1 版第 1 次印刷 总第 1 次印刷

印数 1000 册 定价 1.50 元

ISBN 7-114-00100-0

# 前摇言

摇

摇

交通部

再

摇摇为进一步加强全国地方交通行政干部队伍建设,全面提高地方交通行政干部的职业道德、专业素质和管理水平,按照交通部办公厅《关于印发十五全国地方交通行政干部教育培训实施意见的通知》(厅科教字[~~国~~源苑号)的要求,结合地方交通行政干部队伍现状和实际需要,交通部科技教育司组织有关专家编写了《全国地方交通行政干部培训教材》丛书(《交通运输管理概论》、《社会主义市场经济与交通运输经济》、《现代交通新科技》和《交通法律法规》共源本)。本丛书在编写过程中,注重适应社会主义市场经济体制下干部教育培训工作的新特点,坚持“三新”原则:新形式(图文并茂、装帧新颖)、新视角(由原来的计划经济向社会主义市场经济转变)、新内容(尤其是注重我国加入宰裁以后,政府职能转变,企业成为市场的真正主体,地方交通行政干部应该如何启迪新思路和新观念),以利于切实提高全国地方交通行政干部教育培训工作的质量。

~~国~~年 员月,交通部科技教育司在北京召开了《全国地方交通行政干部培训教材》编写大纲审定会,之后《全国地方交通行政干部培训教材》编审委员会又组织专家对

员

此源本教材进行了审定。专家们认为:《全国地方交通行政干部培训教材》的编写,做到了处理好知识体系与培训实际的需要、传统与现代、基础与专业、源本教材之间的纵向与横向几个关系,确保了所编写的教材适用于培训,具有“针对性、实用性、科学性和先进性”。

《社会主义市场经济与交通运输经济》是《全国地方交通行政干部培训教材》丛书之一。本书共七章,介绍了社会主义市场经济的有关基础知识,并结合我国国情,对在社会主义市场经济条件下有关交通运输经济问题进行了阐述。编写中力图注重理论性、政策性和实用性,使地方交通行政干部通过培训和学习,了解市场的功能、特征,市场主体和市场体系的构成,市场机制及市场经济的运行与管理;了解、熟悉交通运输业的性质、特征,交通运输业的功能,交通运输市场,交通运输价格和交通运输投资、融资等方面的知识,拓宽工作思路。本书既是全国地方交通行政干部培训教材,也是地方交通行政管理人员了解社会主义市场经济和交通运输经济基础知识的参考读物。

本书由武汉理工大学唐才进编写第一、二章,长沙全国公路管理干部培训基地张立华编写第三章,郑邓杰编写第四章,武汉理工大学高雅娟编写第五、六章,湖北省交通厅傅新平编写第七章。主编唐才进,主审武汉理工大学张培林、杨炳林。

由于编写水平、时间和所阅资料有限,书中难免存在疏漏和不妥之处,为使该教材不断完善,恳求读者批评指正。

《全国地方交通行政干部培训教材》编审委员会

二〇〇三年三月

# 目 录

摇摇

摇摇

蕴哉

第一章 市场经济概述.....	员
第一节 市场经济的一般性质.....	员
第二节 市场主体.....	愿
第三节 市场体系 .....	缘
第四节 市场机制 .....	猿
第二章 市场经济的运行与管理 .....	源
第一节 市场的有效性 .....	源
第二节 市场的缺陷 .....	缘
第三节 市场的管理 .....	缘
第四节 政府干预经济的方式 .....	苑
第三章 交通运输经济概论 .....	苑
第一节 运输消费行为的产生和交通 运输业的发展 .....	苑
第二节 交通运输业的性质及经济特征 .....	愿
第三节 交通运输业的功能 .....	怨
第四章 交通运输市场.....	员

摇第一节摇交通运输市场概述.....	员怨
摇第二节摇交通运输需求.....	员园
摇第三节摇交通运输供给.....	员
摇第四节摇交通运输市场的管理.....	员猿
第五章摇交通运输价格.....	员怨
摇第一节摇交通运输价格概述.....	员怨
摇第二节摇交通运输价格的制定.....	员猿
摇第三节摇交通运输价格的管理.....	员缘
第六章摇交通运输投资与融资.....	员源
摇第一节摇交通运输投资概述.....	员源
摇第二节摇交通运输投资的经济评价.....	员怨
摇第三节摇交通运输基础设施建设的融资 .....	园
摇第四节摇交通运输基础设施(公路)	
经营权的有偿转让.....	园怨
第七章摇经济全球化与 宰裁韵 .....	园原
摇第一节摇经济全球化概述.....	园原
摇第二节摇宰裁韵及其与我国的关系 .....	园
摇第三节摇我国交通运输业入世的机遇、	
挑战与对策.....	园缘
参考文献.....	园

## 摇 第一章

---

### 摇摇摇摇摇摇 **摇摇 市场经济概述** 摇

---

#### 第一节摇市场经济的一般性质

##### 一、市场与市场经济

###### 员市场的含义

市场有狭义和广义之分。狭义的市场是指商品交换的场所,广义的市场是指一切商品交换关系的总和。

有交换活动,有买卖双方参与的交易行为,就有市场。现实中有各种各样的市场,就交易对象而言,有商品和服务、货币和资本、生产资料和消费资料、技术和信息市场等;就交易的时间而言,有现货、期货和隔夜拆借市场等;就交易空间而言,有国内和国际、城市和农村市场等;就交易方式而言,有直销、电视和电脑网上市场等。

## 圆市场经济

所谓市场经济,是指以市场为导向,通过市场机制配置社会资源,把市场作为调节经济运行的主要手段的经济形式。

市场经济是商品经济发展的高级阶段,是同属于一种类型的经济体制。但是,由于商品经济概念和内涵的扩散,市场经济和商品经济的概念又有很大的区别。商品经济是根据产品通过交换进入消费这种外部特征来界定经济体制,而市场经济则是从社会资源配置方式这种内在的特征来界定经济体制的。

## 猿社会主义市场经济

社会主义市场经济是同社会主义基本制度结合在一起的市场经济,是市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用的经济运行方式。它使经济活动遵循价值规律的要求,适应供求关系的变化,通过价格杠杆和竞争机制的功能,把资源配置到效益较好的环节中去,并给企业以压力和动力,实行优胜劣汰,运用市场对各种经济信号反应比较灵敏的优点,促进生产和需求的及时协调。传统的观念认为:市场经济,作为一种在价值规律作用下由市场机制调节资源配置的经济运行方式,只能同以私有制为基础的资本主义制度相结合,同以公有制为基础的社会主义制度是不相容的。邓小平打破了这一传统观念,在中共十一届三中全会后多次指出:“社会主义也可以搞市场经济。”“把计划经济和市场经济结合起来,就更能解放生产力,加速经济发展。”“计划经济不等于社会主义,资本主义也有计划,市场经济不等于资本主

圆

义,社会主义也有市场。计划和市场都是经济手段。”中共十四大正式提出,要把建立社会主义市场经济体制作为我国经济体制改革的目标。

## 二、市场构成要素

市场是由基本要素构成的。所谓市场的构成要素是指构成市场内容并发挥各自作用的因素。一般来说,市场有五个方面的构成要素:

### 1. 市场主体

市场主体指参与商品交换领域的人和机构,它一般包括三种人:商品生产者、消费者和为买卖服务的中介人。商品生产者生产的商品是商品交换的前提,只有生产者生产了商品,才有可能进行商品交换;消费者购买商品用于消费,也是市场的主体,只有消费者购买商品,才能使生产者的商品能够实现交换,因而消费者是商品交换的实现条件。由于生产者和消费者的时空差异,所以还缺少不了中介人,中介人在商品交换中起着非常重要的作用。中介人可以利用自己的仓库储备商品、利用自己的网点销售商品,解决生产者与消费者的时空差异,从而使商品交换能够顺利进行,使分布于各地的市场能够联系和统一。

从社会经营组织的角度看,市场主体又可分为企业、家庭与政府。企业作为商品生产者和中介人,即生产企业与商业企业;家庭作为消费者,并以向市场提供劳动获得收入用来消费;政府作为国有企业的所有者和经济运行的调节者,也参与并影响市场交换活动。

## 市场客体

市场客体指市场主体之间交易的对象。如果没有交换的客体,也不存在市场关系;如果客体不具有商品性,即不进入交换,市场就无法形成。

市场客体有四种基本形态:

- ①硬件,即以实物形态出现的生活用品与生产资料;
- ②软件,即以非实物形态提供的信息、技术产品等;
- ③劳动力商品;
- ④资金商品。

这四种客体的形态,既形成不同的专业市场,又为市场体系的形成奠定基础。

## 价值与价格

市场价值是市场的核心要素。实际上市场关系就是价值关系,其基本内容就是价值的决定和价值的实现。市场价值是由商品生产的平均劳动时间决定的,它通过价格而实现。但市场价值与价格不是完全一致的,市场价格背离价值是供求关系的变化引起的。当供大于求时,市场价格会低于市场价值;当供小于求时,市场价格会高于市场价值;供求相等时,二者才趋于一致。市场价格是市场的晴雨表,它的高与低,反映了供求关系的变化。当价格提高时,可刺激生产者增加生产,反之则减少生产,因此,它对市场供求关系有调节作用。

## 市场的供给与需求

市场的供给是指一定时期内向市场提供的商品数量,需求则是指一定时期内消费者需要消费的商品数量,需求都是具有一定支付能力的需求。供给和需求是商品

源

此为试读,需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

经济条件下生产者与消费者相互联系的一种形式。商品的供求在市场上往往不一致,通常会出现三种形式:供大于求,出现买方市场;供小于求,出现卖方市场;供求相等,出现均衡市场。

### 缘市场竞争

竞争是商品经济的产物,只要有商品生产和商品交换就会有竞争。竞争是价值规律发挥作用的一种形式,没有竞争,就不会有价格围绕价值的波动,也不会使市场价格趋于市场价值。因此,竞争也是构成市场的重要内容。

## 三、市场经济的主要特征

市场经济是以价值规律为基本规律的经济体系,它具有下列几个特征:

### 缘开放性

市场经济应是全方位开放的经济形式。市场向所有的商品生产者、经营者、购买者开放,向不同所有制的企业开放,向外地开放,向国外开放。开放性是商品经济的要求,也是社会分工和协作的要求。

### 缘平等性

平等、公平是市场竞争的重要原则。因为,作为市场经济的基本规律的价值规律,它的本质要求社会必要劳动时间决定商品的价值量,按等价交换原则交换商品。交换双方不关心对方的身份,只关心交换双方是否等价进行,这就强化了市场经济的平等特征。

### 自主性

市场经济的自主性是指企业是自主经营、自负盈亏、自我发展和自我约束的有独立经济利益的经济实体。企业的生产和经营自主决定,其活力要靠自己在市场竞争中通过优胜劣汰体现出来。市场经济的自主性,要求企业利益的独立性、追求自身价值的实现。市场又是瞬息万变的,没有独立自主的经营,难于适应市场变化的要求。

### 竞争性

竞争是市场经济的天然特性。市场经济应该说就是竞争经济,其机制就是竞争。通过市场竞争可以使企业争取个别劳动时间低于社会必要劳动时间而获得利润,使企业形成经常的动力、压力,从而力争降低成本、革新技术、追求新工艺,以提高劳动生产率,这是市场经济竞争性的突出表现。

### 法治性

必须有市场法规来保证市场活动的顺利进行。管理部门都要按照相关的法规来评价、控制与协调各类经济活动,使整个经济活动运行有一个健全而科学的法规基础。

### 分化性

自由竞争市场制度的根本原则是优胜劣汰,适者生存。根据这个原则,在自由市场上,成功与失败、暴富与破产并存。在市场竞争中,竞争各方的实力越来越不平衡、不平等,相差越来越悬殊,竞争就显得越来越激烈、残酷,就有越来越多的生产者陷入困境。竞争的结果是有远

的企业发展了,有的企业破产倒闭了。这种结果,使企业两极分化,这就是市场经济的分化性。

#### 四、市场经济的主要功能

任何经济形式都有其功能,市场经济也不例外。市场经济的主要功能有:

##### 1. 合理有效配置资源

市场经济配置资源是以市场机制为基础的,是以有利性为导向的。这就决定了市场经济具有合理配置资源的功能,实现生产要素最佳的组合。这是因为:

①在市场机制作用下,企业具有主动性、创新性,能够根据市场的变化决定生产与经营,决定自己的发展战略;

②市场机制运行灵活,政府和企业可以根据市场反馈信号调整国家的经济发展战略和企业生产经营决策,可使产业结构合理和使产品最大限度满足社会需要;

③在利益驱动下,企业会千方百计地以最小的投入获取最大的产出、节约成本、减少浪费;

④市场竞争可以最大限度地避免投资重复浪费等。

##### 2. 自动调节供求关系

在市场经济条件下,供给与需求的关系是由价格的涨落来调整的。当市场上某种商品价格上涨时,一般说这种商品供不应求,就应马上组织生产或从外地购进;相反,当某种商品价格下跌时,就说明这种商品供过于求,应削减其产量或停止生产。这就是说,市场价格信号会及时准确地反映市场的供求状况,从而引导生产和消费,

保证供需在总量和结构上大致平衡。

客观地进行价值评估

在市场经济条件下,评判企业或产品的好坏标准是效益。因为,在市场竞争中,企业间的优胜劣汰最终决定于效益。从一定意义上讲,竞争是手段而不是目的,目的是尽可能获得高的效益,而企业的效益是通过市场的价值评估集中地反映出来的。

市场经济具有优胜劣汰的功能

优胜劣汰的竞争机制是市场经济新陈代谢、永远存在活力的内在机制。它激励企业充满生机与活力向前发展,对处于劣势的企业不讲情面。因此,优胜劣汰的功能会促进商品生产者不断创新、采用先进技术和方法,降低成本、提高产品质量、改进服务,始终按社会需求组织生产,否则就被淘汰。

## 第二节 市场主体

### 一、市场主体的含义

从一般意义上讲,市场主体是指运行于市场,具有自我组织、自我调节、自我控制的有机体。也可以说,市场主体就是在市场上从事各种交易活动的当事人,可以是个人或实体。

市场主体具有能动性,才能在市场上具有生命力。市场主体有权选择自己的组织形式,有商品生产经营的决策权,市场主体还必须实现自我调控、对其经济活动的愿

后果承担全部风险。

市场主体是市场力量的决定者,它既是市场需求者的集合,也是市场供给者的集合。市场主体行为决定着市场的发展规模、发展速度和发展方向。

与市场主体相对应的是市场客体。市场客体是市场主体在市场活动中的交易对象,体现着市场交换中的经济关系,是各种经济利益关系的物质承担者,它包括商品、劳务、工资、技术、信息、资金等。市场主体与市场客体是构成市场运行的两大系统。

## 二、市场主体的构成

前已述及,从社会经营组织的角度看,市场主体又由政府、企业和消费者(家庭)构成。

参与市场活动是政府的经济职能之一。作为市场主体的政府与一般的生产经营者一样,参与商品的直接生产和经营,以满足贯彻国家产业政策和政府宏观管理的需要。政府这一市场主体主要是指为以上目的进行投资的各级政府所属的投资公司和其他管理部门。在传统的计划经济体制下,政府直接以行政手段调控着本应是市场主体的企业的微观经济活动。在社会主义市场经济中,政府直接经营的产品主要是公共产品;主要是通过产业政策和宏观管理对重大经济活动进行调控;政府作为国有资产所有者,对企业经营进行干预,以克服企业的短期行为,保证国有资产的保值和增值。

作为市场主体的企业是能为自身生存和发展而投资,具有独立法人地位,产权关系明确,能够自主经营,自怨

负盈亏的各种企业,它包括国有企业、集体企业、个体企业、私营企业和外资企业等。在市场经济中,企业是市场上最经常、最大量的商品需求者和供应者,是最重要的市场主体。

作为市场主体的消费者是指广大城乡居民。他们既是物质产品和劳务的需求者,也是投资者。前者表现为个人对消费品和劳务的购买,即通过个人支出满足个人生活需要;后者表现为个人把收入投向某一生产经营单位(物质产品生产部门或生产性劳务部门),以此取得收入,或者参加社会集资活动,包括购买债券、股票等有价证券,以利息或股息形式取得收入。

### 三、市场主体的功能

作为市场主体的企业的基本功能是投入与产出的转换功能,其目标是利润最大化;作为市场主体的消费者是商品和劳务的最终使用者,其追求的目标是效用的最大化;作为市场主体的政府直接参与经济活动,其调控职能最终保证整个经济的协调、稳定增长。

#### 1. 市场主体的转换功能

投入与产出的转换功能是企业固有的基本功能。企业一方面通过优化资源配置、消费各种生产要素;另一方面提供出可供消费的商品或服务,并在投入与产出的转换中,实现自身经济利益。在现代市场经济条件下,企业的投入与产出转换最终应当实现企业追求利润最大化的目标。因此,企业不仅仅是完成投入与产出的“机器”,而且,必须以市场需求为导向,正确决策投入和产出的内