

## 第一章

# 市场经济概述

---

### 第一节 市场经济的一般性质

#### 一、市场与市场经济

##### 1. 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。

## 2. 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。

## 3. 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

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。

## 2. 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：

硬件，即以实物形态出现的生活用品与生产资料；

软件，即以非实物形态提供的信息、技术产品等；

劳动力商品；

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。

## 3. 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。

## 4. 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

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。

### 5. 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：

### 1. 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。

### 2. 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。

### 3. 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。

### 4. 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。

### 5. 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。

### 6. 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

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:

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;

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;

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;

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。

### 3. 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。

### 4. 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

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

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

容使企业的产品接受市场检验 在竞争中完成使用价值与价值的转换。

## 2. 市场主体的消费功能

消费者是商品和服务的最终使用者。市场主体的消费功能表现为消费者追求目标效用最大化。消费者无论是单个自然人 还是可以作出消费决策的经济实体 无论是进行生活消费 还是进行生产消费 都要面对可供选择的商品或劳务市场。如果缺乏可供自由选择的商品或劳务 自然无所谓“效用最大”。因此 消费者需求的多样化 迫使企业提供高质量、品种多样化的商品。

## 3. 市场主体的调控功能

在市场经济中，政府作为买者和卖者在市场上从事经济活动越来越普遍，其影响力也在不断扩大。政府还是维持市场正常秩序、发挥市场机制作用最有效的保证，具有强有力的调控功能。

政府在商品的购买和卖出中，一方面追求自身效用最大化 即购买其所需要的商品和劳务 以最小的投入换取最大的效用 另一方面 政府谋求市场的平衡或引导投资方向，调整产业结构。政府对商品的购进和卖出应当是从市场供求格局及其变动趋势来考虑的，主要针对一些有关国计民生或影响国民经济全局的少数品种，通过买卖活动对市场进行调控。

## 四、市场主体的经济关系

改善企业经营环境，处理好社会主义市场经济中企业与政府、企业与消费者之间的关系 培育和发展市场体

系是企业作为市场主体、进行市场活动、在市场竞争中求得生存和发展的客观条件，是企业经营机制合理运行的保证。

## 1. 企业与政府的关系

### (1) 计划经济体制下的政企关系

在传统的计划经济体制下，政府的行政管理职能和直接参与生产经营的职能难以分开，政府对企业行政干预过多，企业成了政府各级行政机构的附属物。政企不分，国有企业没有市场主体的权利，政府作为“总管”把企业的人、财、物和供、产、销管得过死。政府和企业之间的“婆媳”关系，使得政府对该管的没管好，宏观调控不力，不该管的管得多，微观干预过多，束缚企业手脚，造成经济环境恶化。

### (2) 社会主义市场经济下的政企关系

社会主义市场经济体制下的新型的政企关系应当是政府统筹规划，制定政策，组织协调，提供服务和检查监督，企业依法行使自己的权利，自主经营，自负盈亏，以市场主体的身份进行经济活动。

## 2. 企业与消费者的关系

企业生产的目的就是不断满足消费者的物质和精神需要。

在传统的计划经济体制下，企业生产什么，消费者就使用什么，生产远离消费者，企业和消费者关系本末倒置。

在社会主义市场经济条件下，企业要面向市场，更确切地说，企业要面向消费者，因为市场需求就是由无数个

消费者组成的集合 企业生产什么、如何生产和为谁生产的问题都应根据市场需求状况决定。

消费者需求是企业生产的起点和终点，消费者是企业生产经营的最高评价者。企业和企业产品的优劣由市场竞争来评价，企业经营者的业绩也要由市场来考核。企业经营好坏、利益实现以及行为决策 都取决于企业在市场中的状况和地位。企业要以消费者需求为中心，根据市场信息 判断市场变化趋势 努力提供新型产品 积极引导市场方向。

## 五、企业的经济运行机制

在社会主义市场经济中，以市场机制为基础的资源配置方式把企业与市场紧密联系起来，企业要想在激烈的市场竞争中求得生存和发展，需要有坚实的微观基础，即建立和健全科学合理的企业经营机制。

企业经营机制，是指决定企业经营行为的各种内在因素及其相互关系的总称。主要是指企业商品生产、商品交换活动赖以存在的社会关系 即动力、决策、协调和控制方式。

### 1. 动力机制

动力机制 也称激励机制 是指微观经济单位的动力源泉或内在的经济动因。动力机制的作用在于要最大限度地激发企业生产经营者的积极性、创造性 以推动企业的发展。主要的激励因素包括物质利益和精神利益。物质利益包括：财产关系的物质利益——拥有财产和实际支配财产，非财产关系的物质利益——工资、奖金、福利

等精神利益包括各种荣誉、称号、地位、事业的成就感等。

激励因素既可用于正面刺激，也可用于反面刺激。换言之，动力机制要求企业的生产经营者既分享经营的利益，也分担经营的风险。

## 2. 决策机制

决策机制是指企业对经营目标、发展规划和运行措施等做出抉择的机制，包括决策主体、决策程序等。在社会主义市场经济中，企业要从各级政府的‘附属’地位中独立出来，成为决策主体。企业自主决策，从而也对决策带来的全部后果承担责任。

## 3. 自我调节机制

自我调节机制是指企业内部组织结构的调节、生产调节、销售和服务的调节以及公共关系的调节等。

企业内部组织机构的调节是企业根据自身需要，设置各类部门和配备适当人员，使其相互协调，处于最佳组合状况。企业生产调节是企业按照市场需求和自身生产能力，合理安排生产经营活动。企业销售服务调节是企业确定‘以销定产’，‘顾客至上’的经营方针。企业的公共关系调节是企业应当与其相关部门建立合作、和谐的关系。企业的自身调节机制使企业能够主动地、经常地理顺企业的内、外部关系，实现企业运行的高效率。

## 4. 自我约束机制

自我约束机制是指企业根据外部环境和消费行为，在目标实现过程中受到各种内部条件和外部环境牵制的机制。企业自我约束机制的作用是从反面刺激企业高

效、合理地执行自己的职能。其实质就是自负盈亏 体现的是国家、企业和个人三者利益关系。自我约束机制要求企业建立相应的分配约束机制。

### 第三节 市场体系

#### 一、商品市场

这里讲的商品市场是指具有价值和使用价值的实物形态的商品的市场，它是社会主义市场体系的基础。

社会商品从其经济用途上分为消费资料和生产资料，相应的商品市场也分为消费资料市场和生产资料市场。

##### 1. 消费资料市场

消费品是直接满足人们消费需要的商品，也就是一般所说的消费资料，亦称最终产品。它不需要经过生产部门再生产和加工，可直接供人们生活消费。消费资料市场是消费品运行的场所 是提供最后的、直接的、满足人们消费需要的消费品市场。消费品作为商品，只有通过市场才能最终进入消费 使商品价值得以最终实现 使消费者获得某种使用价值，满足其需要。

消费资料市场处在生产与消费的中介地位，它的起点虽然直接同生产联系，但终点则直接联结着消费。当消费资料离开生产领域进入消费品市场后，则与生产完全脱离而实现最后的消费。在这个市场上所交换的消费资料，涉及到广大人民群众的物质生活和文化生活的需求的满足程度，是保证劳动力再生产和扩大再生产的重

要条件，直接关系到社会生产力的发展。

## 2. 生产资料市场

生产资料是人们在生产过程中所使用的劳动资料和劳动对象的总称。生产资料属于社会生产的中间产品，人们购买生产资料的目的是为了为了满足其生产上的需要。生产资料市场就是生产资料运行的场所，是提供生产消费的商品、用于满足生产需要的市场。生产资料市场的发展程度制约着物质资料生产的进行，进而制约着生产的发展速度及生产的经济效益。生产资料市场能否正常运行是实现再生产和扩大再生产的重要条件。

## 3. 消费资料市场与生产资料市场的区别

消费资料市场与生产资料市场的基本属性和规律都是一样的。消费资料和生产资料都是商品，都是为交换而生产，都要受到市场机制的制约。但是二者又有重大区别。首先，市场参与者不同。前者由生产者和消费者构成；后者是单纯的生产部门。第二，市场交易方式不同。前者一般是小宗买卖、现货交易；后者是大宗交易、定货交易。第三，市场选择的强度不同。前者因生活资料花色品种多，有较大的替代性而选择性强；后者因生产资料具有特定的使用方向，转移性较差而选择性弱。第四，市场技术性要求不同。前者的商品购买技术性要求相对低一些；后者的商品具有高度技术性，要求购买者具备专门的商品知识。

## 二、金融市场

金融即资金的融通，是指与货币流通和信用有关的

各种金融活动的总称。金融市场，是社会经济主体间相互融通资金的场所和相互关系的总和。在市场经济条件下，金融市场实际上是整个市场体系的核心部分。因此，市场体系的完善，在很大程度上取决于金融市场的完善。

### 1. 货币流通与资金融通

货币流通，主要是指由商品流通引起的货币运动。这种货币运动发生在商品买卖者之间，表现为与商品流通相反的方向，即商品流通是商品从卖者手中转到买者手中，而货币流通则是货币从商品的买者手中转到卖者手中。

在社会主义市场经济中，货币流通主要有银行转账结算和现金流通两种形式。银行转账结算，是通过银行将款项从付款单位的账户转到收款单位的账户上去的非现金结算。社会主义国家机关、企业、事业单位之间的资金融通，主要采取银行转账结算这种方式。

现金流通，则指直接用现款进行收付的资金运动方式。在当前的经济生活中，与居民个人收支有关的资金运动，一般都采取现金流通的形式。这是由居民个人收支行为比较频繁和分散的特点决定的。企业、事业单位的差旅费、小额商品购置也采用现金支付。现金流通也是以银行为中心的。

在社会主义市场经济中，资金的融通作为资金的特殊运动形式，主要有两种方式：一是资金的借贷，二是有价证券如股票和债券的发行与转让。

资金融通（除股票外）实际上是一种金融信用活动。