

导论 社会主义现代市场 体系研究的方法论探讨

研究市场体系的培育与发展要解决相互联系、相互衔接的四个问题：(1)社会主义要不要培育与发展市场体系；(2)社会主义要培育与发展什么样的市场体系；(3)社会主义怎样培育与发展现代市场体系；(4)社会主义市场体系的中国特色是什么。这是我们研究社会主义市场体系的四大任务。学术界围绕这四大任务，既要研究和探讨市场体系的基本理论，又要联系实际研究现实问题；既要为决策部门提供方案 and 对策，也要为提高全民族的市场体系理论素养做普及、宣传、培训工作。在这里，我们就与此有关的问题谈点看法，作为《中国现代市场体系研究》一书的导论。

一、我国学术界对社会主义市场体系研究的现状

培育与发展市场体系的问题，既是一个重大的理论问题，又是我国经济体制改革的一个实践问题。党的十四大以后，我国学术界对这一问题展开了热烈讨论，一些学者发表了不少好的看法，在有些方面取得了重大的进展。在这个时期，出版了一批有质量的证券市场、股票市场、房地产市场、期货市场等方面的专著，编写了大量教材和普及读物。同时，学术界发表了大量的理

论研究文章和调查报告。有些高等院校还开设了房地产、期货、证券等专业，培养市场管理的专门人才；各地陆续举办了一些培训班、研讨班、研讨会。这些研究、教育和普及工作在一定程度上繁荣了社会主义市场体系理论，促进了一大批专业研究人员的成长，培养了一大批专业人才和市场管理人员，也增加了人们关于市场体系方面的知识，从而推动了我国市场体系的培育与发展。

但从总体上看，我国学术界对这一领域的探索才刚刚开始，同改革开放的实践对理论研究的要求相比，还存在着很大差距，尤其对于一些深层次的问题研究得不够。在社会主义市场体系问题上，只是解决了社会主义条件下要不要培育与发展市场体系的问题，还没有来得及解决要培育与发展什么样的市场体系和怎样培育与发展市场体系以及市场体系的“中国特色”等问题。因此，以往的研究存在着一些亟待改进的问题。

第一，以往基本上是对市场体系“发育”的研究，很少从“培育”的角度进行研究。“发育”的研究是对市场体系“自我发展”过程的研究，侧重于探讨它的发展规律以及顺应规律；而“培育”的研究是人们对市场体系的扶持，是研究怎样促使它发展。这是侧重点不同的两个问题。但以往人们很少去探讨怎样发挥人的主观能动性，采取积极措施，有计划有步骤地去“培育”市场体系，从而促进市场体系的发育与发展。

第二，以往大多是对一些具体“市场”的研究，而很少去探讨它的“体系”。例如，以往人们过多地去研究如何培育与发展房地产市场、如何培育与发展劳动力市场、如何振兴我国的建材市场、发挥旅游市场的作用等。而对市场的整体研究很不够，特别是很少运用现代科学手段，把一个个具体市场作为一个整体来

考察。可以说,以往研究的只是一个个具体的‘市场’,而不是把它们作为一个整体来研究‘市场体系’,没有把‘体系’放在一定的地位,花一定的力气去研究。以往即使有研究市场体系的文章,也只是对市场体系的概念、构成要素进行研究,很少研究构成要素之间的内在联系,探讨市场体系的内在规律。特别是没有从联系的角度,把各种市场看成是一个有机整体,从而研究它们之间互相联系、互相促进的方面。

第三,以往大都侧重于市场体系的‘一般’研究,而忽视对它的‘特殊’进行研究。特别是侧重于探讨市场体系的一般规律,而对它的‘现代特征’、‘中国特色’,很少进行研究。甚至还没有确立“现代市场体系”、“中国现代市场体系”这样的概念,也没有确立“我们应当培育与发展中国特色的社会主义现代市场体系”的命题。

第四,以往侧重于对市场体系运行的操作研究,而忽视基础理论的研究。例如,这个时期出版的“房地产经营决策与技巧”、“期货市场务实”、“股票经营技巧”、“市场发财术”之类的书籍明显多于这方面的理论书籍,对于培育与发展社会主义市场体系的理论依据研究则很不够。即使操作技巧、发财术一类的书籍,也既没有理论上的论证,更没有在中国的运用研究,对中国特色的运行机制、操作技巧很少研究。

上述四方面研究的不足,妨碍了理论与实践的进一步发展。就理论而言,在一定程度上影响了我们对中国特色的社会主义现代市场体系的深入研究;就实践而言,影响了我们对社会主义市场体系的培育与发展。

二、深入研究社会主义市场体系的新角度

为了走出理论研究的困境,深入社会主义市场体系的研究,

我们要站在新的角度来看问题。就当前来说,要进行相互联系、前后衔接的五个方面的转换。

首先,由研究市场的‘发育’转向研究市场的‘培育’。

市场和市场体系的发育过程主要是依靠市场经济的内在机制自我培育和演化的。其发育过程是一个客观的自然过程,明显地呈现出不可抗拒性。但这并不意味着人们在市场发育过程中无能为力,毫无办法。实际上,人们不但能对它进行‘培育’,而且有必要对它进行培育。尤其对经济欠发达的国家而言,仅仅依靠市场体系的自然发育必然是一个漫长的过程。因此,有必要在充分认识市场体系发育规律的条件下,发挥人们的主观能动性,积极创造各种有利条件,促进市场体系尽快形成。这就是说,不能坐等市场体系的自然‘发育’;而必须采取措施积极‘培育’。

市场体系的‘培育’与‘发育’是不同的。其区别在于:(1)‘发育’是自我发展,它是一个自然过程,是市场体系在竞争中自发发展起来。而‘培育’是人们对它的培养、促进,是一个自觉的过程。(2)‘发育’强调市场体系发展的客观性,要求人们去适应它;而“培育”强调人们在认识客观规律的基础上积极发挥主观能动性,去加快它的发展。(3)‘发育’是自由竞争市场经济的产物。而“培育”是宏观调控的现代市场经济的产物。(4)‘发育’是采取国家不干预的态度。而‘培育’要求国家宏观调控。

因此,我们要由坐等市场体系的发育转变为积极采取措施对它进行培育。这就要求我们从新的角度进行研究。

其次,由研究‘市场’的培育与发展转向研究‘市场体系’的培育与发展。

市场体系是各种不同市场之间的内在联系所构成的有机统一体,其中每个市场作为市场体系中的一个要素,同其他市场相

互作用、相互影响。

与此相适应，市场体系的培育与发展也是一个有机统一体，其中每一个市场的发展都离不开其他市场对它的促进作用。因此，我们不能孤立地研究某一市场的培育与发展，必须把它与其他市场联系起来，把每一个市场的发展放在市场体系的总体布局之中考虑，让它们互相影响、互相促进。例如，服务市场的发展，首先同实物市场(农产品市场、工业品市场)、金融市场、劳动力市场、旅游市场、文化市场、知识产权市场、技术市场、信息市场等有着直接的联系，在发展中直接依存，它们的运动交织在一起，不可分割。其次，服务市场的发展也同其他所有市场的发展互相联系，不可分割。因此，我们在研究服务市场的培育与发展时，不仅要研究它同金融、旅游等市场的相互促进关系，而且要研究它和整个市场体系的相互作用关系。也就是说，把服务市场放在整个市场体系中来研究，研究中国现代市场体系的发育与发展。这就要求我们由研究孤立的市場转向研究市场体系的培育与发展。

再次，由研究“一般”市场体系的培育与发展转向研究“现代”市场体系的培育与发展。

市场经济的发展经历了三个阶段：建立在手工生产力基础上的原始市场经济、建立在机器生产力基础上的古典市场经济和建立在电子化为特征的生产力基础上的现代市场经济^①。在原始市场经济阶段，只存在着个别的市场，市场只是偶然的交换场所，而没有形成市场体系。只是到了古典市场经济阶段，由于

^① 关于市场经济发展的三个阶段，请参看本书第三章第一部分：“市场经济的涵义及其发展阶段”。

劳动力市场、金融市场、文化市场等的出现,才形成了市场体系。但那时的市场体系是低级的、不完善的市场体系。在现代市场经济条件下,随着现代国际市场、科技市场、知识产权市场等的出现以及国家宏观调控的实施,市场体系完善、市场机制健全,才形成现代市场体系。可见,市场体系本身是一个一般的概念,随着生产力的发展经历了古典市场体系与现代市场体系两个阶段。

现代市场经济的发展要求我们培育和发展的只能是现代市场体系,而不能是古典市场体系。因为现代市场经济具有“现代性质”,它既不同于古典市场经济,也不同于原始市场经济,它是一种具有完善的市场体系的市场经济。它不仅有有形商品市场,而且有无形商品市场;不仅有消费资料市场、生产资料市场,而且有生产要素市场;不仅有工业品市场、农产品市场这些一般市场,而且有知识产权市场、信息产品市场这些特殊市场。在现代市场经济条件下,市场机制健全、时空结构完善,而且同国际市场不可分割、密切联系。与此相适应,现代市场体系也具有“现代性质”。这表现在:(1)它的主体是现代企业,一般实行规范的现代公司制;(2)它的客体是现代商品,不仅种类繁多,而且充分利用现代科学技术;(3)它的中介组织健全,功能完善,实行现代管理;(4)它的调控体系充分利用了信息论、系统论、控制论;(5)它同世界市场体系不可分割,按照国际惯例进行管理;(6)市场管理秩序化、规范化、科学化、法律化,市场秩序良好,运行规范。因此,我们必须培育与发展现代市场体系,而不能盲目培育与发展其他市场体系。

这就要求社会主义市场体系的理论工作者搞清古典市场体系与现代市场体系的区别,探讨现代市场体系的特征,去宣传与

普及现代市场体系的知识，以便告诫人们谨防发展古典市场体系。为完成这一任务，我们必须转换研究角度，由研究一般市场体系转向研究现代市场体系。

更次，由研究“社会主义”现代市场体系转向研究“中国特色”的社会主义现代市场体系。

理论界不少同志在研究市场体系中已经注意到了市场体系的社会主义性质，并且探讨了它的特征。但是这还不够。由于我国特殊的历史条件、现实状况和生产力等方面的原因，决定了现代市场体系同其他社会主义国家的市场体系不同，因此我们还要研究社会主义现代市场体系的“中国特色”。

同其他社会主义国家的市场体系相比，我国市场体系明显存在着以下特征：

其一，发展不平衡。不同地区、不同部门、不同所有制企业之间劳动产品的商品化、市场化程度不同，从而市场的发育、市场机制的运行、市场体系的完善程度都不同，存在着极大的差异，因而其运行规律、操作方法也不同。

其二，运行不规范。由于我国市场经济发展不是一个未间断的自然历史过程，而是在国家政策的干预下人为地时而让它发展，时而又禁止它的发展，在建国后的几十年中时断时续，因而它的优良传统没有被保持下来。这就决定了我国的市场体系不规范，市场运行机制不健全，约束机制不完善，致使市场秩序混乱。这表现在：一是竞争的非规范性 竞争不公平、不公开、不公正 二是市场交换的非规范性 欺行霸市、“官倒”强买强卖盛行 三是交易设施的非规范性 交易手段落后、信息不灵、渠道不畅、物流缓慢；四是市场主体的非规范性：占国民经济大多数的国营企业尚未成为产权关系清晰、责权利分明的市场主体。

其三，外部环境不协调。正常市场体系所需要的宏观调控体系不完善、社会保障制度不健全、社会化服务程度低、法律法规不健全、行政体制办事效率低。这些不协调的环境制约了市场体系的运行效果，也决定了对它管理、操作的特殊性。

市场体系的中国特色决定了我们不能盲目地照抄照搬其他社会主义国家培育与发展市场体系的办法，要从中国实际出发，扎扎实实地研究现代市场体系的“中国特色”，以及培育与发展方案、操作方法、管理方法的“中国特色”。这就要求我们转换角度，由研究一般社会主义市场体系转向研究中国特色的社会主义市场经济现代市场体系。

最后，由单纯研究培育与发展市场体系的对策方案和操作方案转向在研究基础理论的同时不放松对方案的研究。

同其他研究领域一样，在社会主义市场经济体系问题的研究方面也存在着急功近利，只研究操作方法、方案对策，而忽视对基础理论研究的倾向。目前急需加强对基础理论的研究工作，这包括两方面的内容：一是认真研究和探讨培育市场体系的理论依据，即市场理论、市场经济理论、市场机制理论等；二是研究市场体系自身的理论以及每个具体市场（如期货市场、文化市场）的理论、基本知识等。理论工作者既要做普及基本知识、培训操作人员的工作，又要做理论研究工作，他们有责任提高全民的理论水平，让人们懂得市场体系发展中的前因后果、内在联系，不仅要使人们知道怎样干、操作方法是什么，而且要知道为什么那样干、那样操作。在某种意义上说，“为什么”的问题比“怎样”和“是什么”的问题更为重要，它是关系到一个民族的理论素养以及长治久安的大事。

要完成这样的任务，我们就必须改变目前的状况，由单纯研

究方案对策、操作方法转向在研究基础理论的同时不放松方案对策的研究。

三、中国特色的社会主义现代市场体系的理论框架

我们认为有必要建立中国特色的社会主义现代市场体系学,从它的研究对象、任务、方法到主线、结构、基本内容等各个方面进行全面研究,建立完整的理论体系。这样,既可以提高全民族在这方面的理论素养,也有利于克服我们在这个问题上的短期行为。《中国现代市场体系研究》就是为了这一目的。当然,建立理论体系不是一件容易的事,有待于时间与实践的发展。此书只是对这一理论体系构建的一个尝试,它的主要特点是:

首先,把培育与发展社会主义现代市场体系理论依据的研究放在重要的位置。为此专门用一篇(第一篇)的篇幅对培育与发展中国现代市场体系的理论依据进行了全面研究。其中包括:“现代市场理论”、“现代市场机制理论”、“现代市场经济理论”和“现代市场体系理论”,这四大理论就构成了第一篇四章的内容。通过这样的安排,以构建社会主义现代市场体系学的基础理论。

其次,市场体系是各个市场互相联系、互相依存所组成的一个有机统一体。因此,本书重视对市场体系结构的合理性划分,把市场体系中的各个市场划分为以下两大部分:一是现代(一般)商品市场体系;二是现代生产要素市场体系。把前者专设为第二篇,包括“积极完善和发展现代商品市场”、“积极培育与发展现代服务市场”、“积极培育与发展现代文化市场”以及“优化现代市场的空间结构”、“完善现代市场的时间结构”等五章。把后者专设为第三篇,其中包括“完善现代金融市场”、“培育与发展现代劳动力市场”、“培育现代房地产市场”、“培育现代产权市场”、“培育现代技术市场”、“培育现代信息市场”等六章。

再次，重视对培育与发展现代市场体系宏观对策的研究。在第二、三篇分别研究培育与发展各种市场的具体对策的基础上，在第四篇从综合的角度，在整体上研究培育与发展现代市场体系的宏观对策。这一篇包括‘积极培育现代市场主体’、‘尽快完善现代市场宏观调控体系’、‘建立健全市场法律体系’、‘建立和完善社会保障制度’、‘积极推进行政体制改革’等五章。在这里分别就适应市场体系培育与发展的市场主体、宏观调控、法律体系、社会保障制度、行政体制的现状、存在问题进行了分析，并提出了完善的具体措施。

最后，从理论与实际相统一的原则出发，分别对每一具体市场进行研究。既对每一市场的涵义、特征、结构等基本理论进行探讨，又对其发育的现状、发育中存在的问题及其加快发育的对策进行分析研究。因此，在此书中每一种市场理论都具有相对独立性，既有它的理论基础，又有进一步发展的方案、对策。

第一篇 培育与发展现代市场 体系的理论依据

培育与发展市场体系是经济体制改革的一个重大实践问题，同时又是一个急需解决的理论问题。因为理论上的模糊不清，必然会导致实践中的偏差。因此，对市场体系有关基础理论的研究，就自然而然地构成了培育与发展现代市场体系研究的一个重要内容。本篇分别就培育与发展现代市场体系的四大理论依据，即市场、市场机制、市场经济、市场体系理论进行研究和探讨。在这里首先从市场这一基本问题出发，对它的涵义、构成、功能进行考察，并论证它与计划的关系；进而研究与市场体系不可分割的市场机制问题，探讨其涵义、特征及其构成；然后研究现代市场经济理论，探讨它的涵义、特征以及它与商品经济的关系等问题。最后研究市场体系的涵义、特征、结构及其发育、形成过程，并分析我国市场体系发育的现状、存在问题以及进行培育

的对策。通过对这些问题的研究和探讨，试图为全书提供理论基石。

第一章 现代市场理论

要研究培育与发展中国现代市场体系问题,就必须首先研究和探讨现代市场的一般理论,确定全书的理论基础。正是从这一思路出发,在本章中研究现代市场的有关问题。其主要内容是现代市场的涵义、现代市场观念的特点和内容、现代市场的结构划分、现代市场功能的考察以及现代市场与计划的关系。通过对这些问题的研究,比较系统地阐发我们对现代市场问题的看法,为培育和发展中国现代市场体系提供一个重要的理论依据。

一、现代市场涵义新探

人们通常把市场定义为商品交换的场所,这是很不够的。从字面上来看,市就是交换,场就是场所,市场就是人们进行商品交换的场所。但实际上,市场和商品生产者是分不开的,它反映了商品生产者之间的经济关系。市场也是指一种行为与状态,即买卖双方的活动及其活动的状态。市场是随着社会分工与商品生产的产生而产生的,是市场经济发展的客观要求。市场的涵义也是随着市场经济的发展而不断充实的。因此,现代市场的涵义是多层次的。一般来说,它有以下几层涵义。

首先,市场是商品交换的场所。市场作为商品交换的场所,

是随着市场经济的发展而发展的,社会分工和商品生产是它形成的基础。当人类社会处于原始社会初中期的时候,由于生产力水平低下,劳动产品尚无剩余,也没有社会分工,因此不可能有商品生产与商品交换,也不可能有市场存在。人类社会进入原始社会末期,出现了以部落与部落之间的群体交换为特征的物物交换,这时的交换没有固定的时间和地点,只是偶然的交换,也没有场所。但这种交换总是在一定的地点进行的,所以说它是市场的雏形,即原始市场。人类社会进入奴隶社会以后,交换次数增多,出现了固定的场所,甚至修建了一定的设施,市场与最早的原始城镇相联系。经过封建社会的发展,市场的地点进一步固定,规模有所扩大。由原始市场经济发展为古典市场经济,市场进一步成熟,资本主义国家高度重视市场的作用,专门制定了法律法规,并由专门的人来管理。这时,市场以空前的规模扩大,并成为组织社会经济运行的基本形式,但这只是近代市场。到了本世纪,随着古典市场经济发展为现代市场经济,现代市场终于形成。这时人们进行交换的场所及其建筑物、设施漂亮而豪华。

其次,市场是进行商品交换的组织与机构。原始市场不可能有组织、有机构,但到了近代市场阶段,由于交换主体增多,为了维护市场的正常运行便出现了与此相适应的机构和组织,到了现代市场阶段这种组织和机构已极为完善和健全。从组织方面来看,既有全国性的商业组织,也有区域性的商会和地方性的市场管理组织,甚至每一个市场都有维护其正常运行的组织机构及其管理人员。可以说,现代市场就是一种商品交换的组织形式。从机构看,各种机构健全,既有公司形式的机构,也有商店形式和交易行会形式的机构。不仅如此,各种机构的设施也很健全,物质条件保证了交易的顺利进行。以零售商业为例,既有除

售机构，也有直接销售机构；既有自动售货机构，也有顾客自选售货机构；而且现代化设施齐全。这些机构及其设施不能不包含在市场的范畴之内。

再次，市场是交换关系的总和。市场最初是作为商品交换的场所出现的，但随着货币的出现，人们的单个交换组成了一连串的交流行为，打破了物物交换在时空上的限制，发展成为以货币为媒介的商品流通。商业出现以后，商品交换由各自相互独立的状况发展为互相依存的交换活动体系。这种交换关系从表面看是商品与货币的交换，但在物与物的背后掩盖着交换双方当事人的经济利益关系，因此商品交换反映的是人与人的关系。这种交换关系也包涵在市场的范畴之中。

第四，市场是人们交换行为的状态。在现代市场经济条件下，人们在市面上的交换行为呈现出各种状态：一种是购买者的行为多于销售者的行为，商品供不应求，在西方经济学中称为卖方市场；一种是购买者的行为少于销售者的行为，商品供过于求，在西方经济学中称为买方市场；还有一种情况是买卖双方的行为均衡，供给与需求基本相适应，可称为均衡市场。

第五，市场是一种有购买力的需求。我们通常所说的某一商品有市场，而另一商品没有市场，其实就是指有没有购买需求。在现代市场中，对这种需求进行分析，是市场运行和管理中的一个重要内容，不能不包括在市场范畴中。

第六，经济学上所说的市场，也是指人们之间或经济单位之间进行商品或劳务买卖活动的总称。这种活动可能是有形的，也可能是无形的；可能是在固定的场所进行的，也可能是在固定的场所外面进行的。因此，从广义上说，人们的一切活动都可能是交换活动，市场存在于人们生活的一切领域。如舞会上可能谈成

一笔生意,饭桌上可能签订合同。因此,我们应该用现代意识来理解市场,不要把它局限在“固定的场所”。

第七,市场这个术语也是一个抽象的用语。它的内容丰富多彩,并随着市场经济的发展不断充实新内容,我们不能僵化地理解它。例如,说到市场我们不能忘记它的丰富内容。这些内容是:按交易品的属性划分,有生产资料市场与消费资料市场;按交易对象划分,有粮食市场、蔬菜市场、机电市场、石油市场、木材市场等;按交易范围划分,有产品市场、服务市场、旅游市场等;按交易时间划分,有现货市场、远货交易市场、期货市场;按交易空间划分,有国内市场、国际市场等;按流通环节划分,有批发市场、零售市场;按消费者的类型划分,有老年市场、青年市场、妇女儿童市场;按交易地区划分,有农村市场、城镇市场;按交易场地划分,有集贸市场、物资交流会、交易所;按调节方式划分,有计划市场、自由市场;按竞争方式划分,有垄断市场、竞争市场、垄断竞争市场等。这些市场随着生产力和社会经济条件的发展变化而不断变化。市场是一个动态的概念,必须把握住这一点。

最后,市场的概念中还包括着市场主体的涵义。如我们说“开发市场”、“这种产品将会很有市场”等。这些意思是指有商品的潜在购买者或接受者,也就是指有市场主体。

以上八个层次的市场涵义互相联系、互相依存,有机结合在一起就形成了广义市场。我们研究市场的概念,一定要从广义上研究它。只有如此,才能了解现代市场丰富多彩的内容,准确把握现代市场的本质、功能及其作用,从而充分发挥市场对社会主

义经济的促进作用,加快经济建设与改革的步伐。

二、现代市场观念研究

现代市场观念是与现代市场经济相适应的市场观念,它是

现代企业经营活动的一种指导思想。具体说,就是指以市场为中心,以满足消费者消费需求为导向的企业经营思想,它是现代市场经济文明化特征在企业生产经营中的反映和具体表现。^① 现代市场观念是近代市场观念的进一步发展,是企业由‘生产者为中心’转向以‘消费者为导向’的市场观念。

本世纪以来,特别是二战以后,随着资本主义现代市场经济的发展,市场供给非常充裕,社会需求也很强烈,但供给与需求不一致成为严重的社会问题,明显地出现供给过剩问题。在这种情况下,企业界人士逐渐认识到,仅仅对已生产出来的产品进行推销还是一种以生产者为中心的保守的经营指导思想。这种经营指导思想,以生产为中心,被动地去推销产品,不能主动适应市场的需要;在科学技术革命的推动下社会生活的各个方面发生了变化,社会需求经常处于不断变化之中,而以生产为中心的经营指导思想忽视了这一点;以生产为中心的经营思想忽视了对消费者的研究和了解,便失去了生产目标,销售也难以保证。于是,在生产经营中,企业的经营思想开始发生变化,逐渐由以生产为中心的传统经营思想转变为以消费者为导向的现代生产经营观念。至此,现代市场观念形成。

传统经营思想与现代经营思想的主要区别在于:

传统经营思想观念的特点是:(1)以产品为出发点,以卖方为中心,要求消费者去适应生产者;(2)在生产与销售的关系上,以生产为中心,销售为生产服务,生产是主动的,销售是被动的;(3)忽视对消费者及其消费趋势的研究,而把注意力放在广告宣

^① 现代市场经济文明化特征的具体论述,请参见本书第三章中‘现代市场经济的特征’部分。