

市场体系与市场机制

知识目标

通过本章教学,使同学们对市场体系的构成、市场机制的构造、市场运行成本有一个初步的了解。

技能要求

要求同学们能自行进一步探索各类市场的功能、特征和运作方式,透彻理解市场机制的构造和配置资源的机理,用市场运行成本(微观上即交易成本)概念分析人们的市场经济行为。

引言导图

这一章里,市场不再是一个笼统模糊的研究对象,市场的微观构造和宏观体系将清晰地呈现在你的眼前。你可能会诧异:一个国家,那么大的市场经济体为什么能够运行得井井有条?市场机制会告诉你其中的秘密。市场经济同样会发生运行成本。本章引言导图如图 3-1 所示。

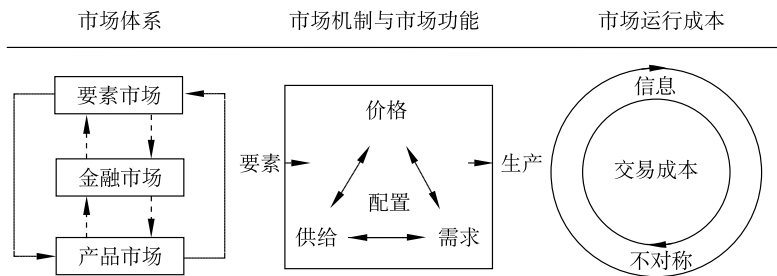


图 3-1 本章引言导图

3.1 市场体系

3.1.1 市场体系的基本含义

市场体系是指相互联系各类市场的有机统一体。

市场体系是一个很大的经济范畴,需要从多角度、多层次来观察才能获得较完整的认识。

(1) 从在市场中流通的商品的属性来看,横向上有生产品、消费品两大类商品^①;纵向上这两大类商品可逐层向下细分至成千上万种不同的商品。这些商品的交易市场汇集在一起,形成一个错综复杂的市场体系。

(2) 从不同商品之间的连锁关系来看,所有商品市场都是联动的。就生产品来说,原材料市场影响半成品市场、半成品市场影响产成品市场,反过来也是一样。就消费品来说,人们温饱之后就会追求鲜衣美食,进而添置香车宝马等。人们从一个档次的消费迁移到另一个更高级档次的消费,其背后是各类相关消费品市场的不断调整。生产消费品的生产品的生产活动则把生产品市场和消费品市场连接在一起。

(3) 从商品流通的交易场所来看,可以分为实体交易场所的市场和虚拟交易场所的市场,前者如人们经常光顾的各类超市、商店、饮食服务店等,后者如淘宝、亚马逊等电子商场。这两类市场各有其特定功能,无法完全互相替代,既有竞争的一面,又有互补的一面,形成一个虚实交融的交易场所体系。

(4) 从产品市场和货币市场的关系来看,在现实经济生活中,伴随着物质产品、精神产品的市场供求的变动,各种货币和各种金融产品市场的供求也跟着发生相应的变动。市场经济条件下,使用价值的运动总是引发出价值的运动,而价值运动又有着相对独立性。实体经济中的各种商品市场与虚拟经济的各种金融产品市场相互依存、相互作用,融为一体。

(5) 从商品的价格和销量的决定来看,任何一个商品的价格和销量的决定都不可能是孤立的,总是在其他商品的价格和销量同时决定的条件下而被决定的。这种关系是由上述第2点所揭示的商品间的连锁关系所决定的,由于商品间连锁关系的远近紧密程度不同,其影响力也不同。

总而言之,市场体系具有整体性、关联性、依存性、互动性、虚实性、结构性。

3.1.2 市场体系的结构

对于市场体系的结构,可以从不同角度去观察。下面主要从商品种类和市场竞争度来观察。

从商品种类角度看,成千上万的商品相互间存在着某种数量比例关系,既有使用价值量的比例关系,也有价值量的比例关系,体现在这些商品的市场之间,这就是市场体系的结构。

假定有一个小地方,在外在的大经济背景条件下,短时间内社会经济发生迅速的变化,从产业结构的变化很容易看出与其相联系的市场体系结构的变化来。深圳就是这样一个例子。改革开放以来的短短三十年时间里,深圳从一个主要从事渔业生产活动的小渔村,演变为如今以高端加工业、商贸金融服务业为主的现代化大都市。深圳的产业结构变化如图3-2所示。

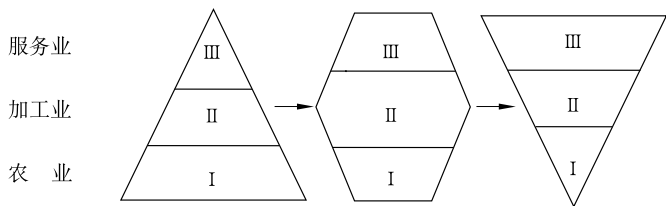


图 3-2 深圳产业结构的变化

^① 商品是指为交易而生产的产品,包括生产品(生产要素)和消费品。但在经济学教科书中有时指消费品,有时还专指消费品中物质产品,和消费品中的服务(或称劳务)相区别。读者须注意不同语境下“商品”的范围。

若以价值指标来反映,从图中可以看出深圳各产业创造的价值在总价值量中的比重,而这些价值都是在相应的商品市场上来实现的。

从市场竞争度来看,可以用产量或销量的集中度来反映一个行业的市场竞争状态。经济学上通常用消费者、企业的数量多少以及规模的大小、产品的同异性、进出行业的难易程度、要素的流动性大小、市场信息的对称性程度等市场结构变量来测定某一行业的竞争程度。理论上,从完全竞争到垄断竞争,到寡头垄断,再到完全垄断,有四种市场结构类型。^①在统一的大市场体系中,成千上万的商品市场分别归类于上述市场结构连续体中,从而形成一个从市场集中度划分的市场体系结构。一般来说,各种各样的农产品和生活日用品的市场竞争程度比较大,而自来水、城市供电、电信服务、石油产品、天然气等商品的市场垄断程度较大,其余商品的市场竞争程度介于前述二者之间。

3.1.3 市场体系的基本特征

市场体系的基本特征是统一性、开放性、竞争性和有序性。

(1) 统一性。市场体系的统一性是指市场体系无论是从构成上,还是空间上均是完整统一的。从构成上看,它不仅包括一般商品市场,而且包括生产要素市场;不仅包括现货市场,而且包括期货市场;不仅包括批发市场,而且包括零售市场;不仅包括城市市场,还包括农村市场等。从空间上看,各种类型的市场在国内地域间是一个整体,不应存在行政分割与封闭状态。部门或地区对市场的分割,会缩小市场的规模,限制资源自由流动,从而大大降低市场的效率。

(2) 开放性。市场体系的开放性是指各类市场不仅要国内开放,而且要对国外开放,把国内市场与国外市场联系起来,尽可能地参与国际分工和国际竞争,并按国际市场提供的价格信号来配置资源,决定资本流动的方向,以达到更合理地配置国内资源和利用国际资源的目的。反之,封闭的市场体系不仅会限制市场的发育,还会影响对外开放和对国际资源的利用。

(3) 竞争性。市场体系的竞争性是指它鼓励和保护各种经济主体的平等竞争。公平竞争创造一个良好的市场环境,以促进生产要素的合理流动和优化配置,提高经济效益。而一切行政封闭、行业垄断、不正当竞争都有损市场效率。

(4) 有序性。市场体系的有序性是指市场经济作为发达的商品经济,其市场必须形成健全的网络、合理的结构,各类市场都必须在国家法令和政策规范要求下有序、规范地运行。市场无序、规则紊乱是市场经济正常运行的严重障碍,它会损害整个社会经济运行的效率,容易导致社会经济发展的无政府状态。

知识链接 3-1

市场体制运转的故事：《我，铅笔》

铅笔,看起来是一件非常简单的产品,但事实上,它的生产要求分布在世界各地许多不同的人进行协调一致的活动,它牵动着世界各个角落各种各样的市场。经济学家莱昂纳

^① 详细见本书第8章。

德·里德写了一篇关于加利福尼亚州埃伯哈特·费伯铅笔公司出售的一支铅笔的“自传”，以此说明市场是如何实现这一协调的。这是有关市场体制如何运转的最为著名的说明之一。

我的家谱开始于生长在北加利福尼亚州或俄勒冈州的一棵雪松。现在想象一下所有那些锯子、卡车，还有用于砍伐雪松木材并把它们用手推车运到铁路边的无数其他工具……

这些木材被运到了位于加利福尼亚州圣莱安德罗的一家工厂，雪松被裁割成短短的、铅笔长度的板条，厚度小于四分之一英尺。到了铅笔厂，由一台复杂的机器给每根板条开八道槽，然后由另一台机器每隔一根板条灌铅。

我的“铅”本身(它根本就不含铅)是很复杂的。石墨开采自锡兰，然后与来自密西西比的黏土混合，而在黏土的提纯过程中又使用了氢氧化铵，为了提高它们的强度和光滑度，随后对铅又进行了处理，加进了灼热的混合物，其中包括来自墨西哥的提纯蜡、固体石蜡，还有经过氢化处理的自然脂肪。

我的雪松外壳涂上了六层漆。你知不知道漆的所有成分？谁会想到蓖麻子的种植者和蓖麻油的提炼者都参与其中？但他们确实参与了。

我的那点金属(金属箍)是黄铜。想想所有那些开采锌和铜的人，还有那些有本领从这些自然的产物中制做出光闪闪的铜片的人。

然后是我光辉的顶点，人们用来擦去他们用我写下的错误的部分。它是一个像橡皮的产品，通过来自荷兰东印度群岛的菜籽油和氯化硫进行化学反应制作而成。然后，还有无数的硫化剂和促染剂。浮石来自意大利，而给橡皮擦上色的颜料是硫化镉。

数以百万计的人参与了我的创造，他们当中甚至没有一个人认得大多数其他人。这几百万人当中，任何一个人，包括铅笔公司的总裁，所贡献出来的技术诀窍都是极小的、微不足道的……

还有一个更让人瞠目结舌的事实：没有一个主脑，没有任何人规定或强令这些无数让我得以形成的行为，找不到存在这样一个人的痕迹。反之，我们看到了“看不见的手”在起作用。^①

3.2 市场机制

3.2.1 市场机制的概念

1. 市场机制的含义

市场机制是指市场内部各要素互相适应、互相制约、共同发挥作用形成的市场自组织、自调节的运行机理与综合机能。其动力源于市场主体对其个体利益的追求，在价值规律、供求规律以及竞争规律支配下，通过供给、需求、价格、竞争、风险等市场要素之间互相联系及作用，在价格、工资、利率、汇率等市场信号导引下，调节全社会的商品生产与商品交换。市场机制是市场运行的实现机制。

市场机制有一般和特殊之分。一般市场机制是指在任何市场都存在并发生作用的市场

^① R. 格伦·哈伯德，安东尼·P. 奥布莱恩：《经济学(宏观)》[M]。北京：机械工业出版社，2007。

机制,主要包括供求机制、价格机制、竞争机制和风险机制,其中,价格机制是核心机制。特殊市场机制是指各类市场上特定的并起独特作用的市场机制,主要包括商品市场上的价格机制、劳动力市场上的工资机制、金融市场上的利率机制、外汇市场上的汇率机制等。

2. 市场机制体系

市场机制是一个有机的整体,它由价格机制、供求机制、竞争机制和风险机制等构成。

(1) 价格机制是指在市场竞争过程中,市场上某种商品市场价格的变动与市场上该商品供求关系变动之间的有机联系的运动。它通过市场价格信息来反映供求关系,并通过这种市场价格信息来调节生产和流通,从而达到资源的合理配置。另外,价格机制还可以促进竞争和激励,决定和调节收入分配等。

(2) 供求机制是指通过商品、劳务和各种社会资源的供给和需求的矛盾运动来影响各种生产要素组合的一种机制。它通过供给与需求之间在不平衡状态时形成的各种商品的市场价格,并通过价格、市场供给量和需求量等市场信号来调节社会生产和需求,最终实现供求之间的基本平衡。供求机制在竞争性市场和垄断性市场中发挥作用的方式是不同的。

(3) 竞争机制是指在市场经济中,各个经济行为主体之间为着自身的利益而相互展开竞争,由此形成的经济内部必然的联系和影响。它通过价格竞争或非价格竞争,按照优胜劣汰的法则来调节市场运行。它能够形成企业的活力和发展的动力,促进生产,使消费者获得更大的实惠。

(4) 风险机制是指市场活动同企业盈利、亏损和破产之间相互联系和作用的机制。在产权清晰的条件下,风险机制对经济发展发挥着至关重要的作用。

这四种机制是嵌套在一起的,你中有我,我中有你,互为条件,互相依存,互相作用,互相制约,相辅相成,共同构造一个完整的市场机制。

3. 市场机制的属性

(1) 市场机制是一个完整的有机统一体,价格机制在市场机制体系中处于核心地位。价格机制具有信息传递功能、合理配置资源功能、提供生产动力和促使企业竞争功能、影响或决定收入分配和收入水平功能。价格机制在市场机制体系中的作用最为突出、明显。当然,市场机制离不开供求这个基本要素。但供求不可能孤立地存在,其运动态势和双方的变化直接受市场价格及市场竞争状况的制约。因此,构成市场机制运动的三大基本要素是价格、供求、竞争,不论市场性质、规模、范围如何,这三大基本要素均不会变。这三大要素的组合及交互运动正是商品经济的基本规律,即价值规律、供求规律、竞争规律、平均利润率规律、货币流通规律等共同作用于市场的结果。

(2) 市场机制运转循环的原动力只能是市场活动参与者的经济利益。市场是商品交换关系的总和,商品供求的后面是经济利益关系。微观主体的市场行为之所以在价格、供求、竞争的制约下进行变化,根源来自这种机制组合的原动力——市场经济人的利益。

(3) 市场机制是一种开放型的受多因素影响和制约的社会经济机制。市场机制绝不是一个纯自然的封闭机制,而是一种开放的社会经济机制。这是因为,市场本质就是开放的,它作为社会分工发展和商品生产及商品交换扩大的必然产物,集中反映了社会经济活动中各种复杂的经济关系。

3.2.2 市场规律

1. 价值规律

价值规律的基本内容:商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的;商品交换以价值量为基础,实行等价交换。价值规律表现形式:价格受供求关系影响,价格围绕价值上下波动。价值规律的表现形式也称价值规律的实现形式和发生作用的形式。

价值规律的作用:①调节生产资料和劳动力在社会生产各部门的分配;②刺激商品生产者改进技术、改善经营管理,提高劳动生产率;③导致商品生产者优胜劣汰。

总之,价值规律的作用,就是竞争机制和价格机制的作用,归结为一点就是资源优化配置和提高经济效益。

2. 竞争规律

竞争规律的内容:在价值规律发挥作用的过程中所显示出来的互相争夺经济利益的客观必然性,称为竞争规律。

竞争的主要功能:使市场机制的功能得以发挥。有利于市场信号的形成与传递,使市场信号能及时、迅速传递到各利益主体;有利于形成经济运行秩序,增强企业活力、激发个人进取心。

竞争通过各利益主体追求自身经济利益的内在要求转化为一种外在的强制或外部的压力,制约着每个经济主体。

竞争包括供给方内部竞争、需求方内部竞争和供给方与需求方的竞争。

3.2.3 市场机制的功能

市场机制具有以下主要功能。

(1) 市场价格的形成功能。商品的价值是在生产过程中形成的,但商品价值要通过交换才能实现,要通过供求机制和竞争机制转化商品价格,最终形成一般价格水平。

(2) 资源配置的优化功能。市场机制以价格水平的变化,灵敏、高效地向市场中的各个主体提供信息,作为他们决策的依据,同时也为国家提供宏观调控的基本参数。各市场主体出于对自身利益的考虑,将不断地重组和改变资源配置状况,政府也将根据市场价格的变动调整各项宏观政策,从而影响生产要素在社会各部门和企业的投放比例,由此灵活地引导资源在各部门各行业之间的自由流动,使全社会的资源配置不断地趋于优化,实现资源配置的效率。

(3) 供求关系的平衡功能。由于信息的不对称等原因,个别商品的供给与需求、社会总供给与总需求在总量上和结构上经常会发生不平衡。在市场经济条件下,供求与价格相互作用,调节着供给和需求,推动经济总量在动态中实现平衡。

(4) 提高效率的激励功能。市场的竞争机制可以使商品生产的个别劳动时间低于社会必要劳动时间的企业获得超额的利润,从而在竞争中处于优势地位,又会使商品生产的个别劳动时间高于社会必要劳动时间的企业产生亏损,从而形成被淘汰的压力。这种作用会使企业基于对经济利益的追求,不断采用新技术,加强管理,拓展市场,以提高劳动生产率,降低生产成本,优化产品结构。

(5) 经济利益的实现功能。在市场经济中,商品生产者、经营者都是从自身的经济利益出发,从事生产、经营活动的。而经济利益的实现,不仅取决于生产者本身的生产努力程度,还取决于市场状况和生产者在市场竞争中的实力。市场机制客观上起着经济利益的实现和调节功能。

(6) 经济效益的评价功能。市场经济中经济主体经济活动的效果如何,不取决于这些主体的主观评价,而取决于他们生产的产品在市场上实现的程度。只有经过市场机制的检验、在市场上实现了的产品才被证明是社会所承认的,才是有效益的。这样,市场就成为社会各种经济活动效益的客观评价者。

但是,市场机制并不是万能的。它所具有的功能的发挥是有条件的。价格是市场机制的核心。只有在那些可以用价格度量的领域内,市场机制才能充分有效地发挥作用。由于市场价格随着供求状况的变化进行波动,具有短期性和滞后性的特点,因此,市场机制的调节作用往往会造成企业视野的短期性和市场反应的滞后性。此外,市场机制还存在盲目性的弊端。盲目性是相对于计划性而言的,主要是指社会经济不是按照某种预定的统一计划协调发展,因而会发生经济波动和资源浪费。

知识链接 3-2

你不仅在为商品付费——交易费用

“郑人买履”的寓言在中国家喻户晓,意在讽刺那些固执己见、死守教条、不知变通、不懂得根据客观实际采取灵活对策的人。单从“郑人”买鞋的结果来看,他在集市与家之间往返两趟,浪费了大量时间和精力,最终还是没有买到鞋子。用经济学的话来说,他的交易费用实在是太高了。

交易费用又称交易成本,最早由美国经济学家罗纳德·科斯在《企业的性质》一文中指出,交易成本是通过价格机制组织产生的、最明显的成本,就是所有发现相对价格的成本,市场上发生的每一笔交易的谈判和签约的费用,以及利用价格机制存在的其他方面的成本。

学术界一般将交易费用分为广义交易费用和狭义交易费用两种。广义交易费用即为了冲破一切阻碍,达成交易所需要的有形及无形的成本。狭义交易费用是指市场交易费用,即外生交易费用,包括搜索费用、谈判费用以及履约费用。

在生活中,每个人为了实现自己的交易行为,都要以不同的形式支付交易成本。对于每个不同的人来说,其自身的交易成本是不同的。在菜市场上可以看到不少老太太与小商贩讨价还价。这是因为,老太太用来讨价还价的时间并不能另作他用,如果能买到便宜的蔬菜,就是降低了自己的生活成本。但是如果放到年轻人身上,贵几毛钱就贵几毛钱吧,有讨价还价的时间还不如抓紧时间多挣钱。

交易成本经济学认为,市场运行及资源配置有效与否,关键取决于两个因素:一是交易自由度的大小;二是交易成本的高低。^①

^① 静涛,黑岛. 哈佛教授讲述的300个经济学故事[M]. 上海:立信会计出版社,2011.

3.3 市场运行成本

3.3.1 交易成本的含义

市场运行并不是无须代价的,交易成本(又称交易费用)就是市场运行的代价,它是指在一定的社会关系中,人们自愿交往、彼此合作达成交易所支付的成本,也即人—人关系成本。它与一般的生产成本(人—自然界关系成本)是对应的概念。从本质上说,有人类交往互换活动,就会有交易成本,它是人类社会生活中一个不可分割的组成部分。

由于经济体系中企业的专业分工与市场价格机制的运作,产生了专业分工的现象;但是,使用市场的价格机制的成本相对偏高,而形成企业机制,它是人类追求经济效率所形成的组织体。由于交易成本泛指所有为促成交易发生而形成的成本,因此很难进行明确的界定与列举,不同的交易往往涉及不同种类的交易成本。

在市场经济中交易成本的发生是普遍的,在市场经济体系尚不完备的转型期,显得尤其突出。例如,学校或教育主管部门为了获取学生真实的学习水平的信息,在中考或高考期间动用了比以往更多的监考人员、设备、财政支出和宝贵时间来防止作弊现象的发生。与之相对,学生方面,某些实施作弊者,则要花费大量心思、花钱购置作弊装备、承受被查出的巨大风险和道德堕落的人格代价,等等。这两方面发生的成本都是交易成本。再如,现在大学毕业生就业压力增大,毕业生们往往要向多个单位投送简历,以增加录用概率,有的甚至动用整容等手段。与此相对,每个用人单位都要求应聘者提供指定医院的体检报告。这些也都是交易成本。

3.3.2 交易成本的分类

1. 简单分类

总体而言,简单分类可将交易成本区分为以下几项:①搜寻成本,商品信息与交易对象信息的搜集成本;②信息成本,取得交易对象信息与和交易对象进行信息交换所需的成本;③议价成本,针对契约、价格、品质讨价还价的成本;④决策成本,进行相关决策与签订契约所需的内部成本;⑤监督交易进行的成本,监督交易对象是否依照契约内容进行交易的成本,例如追踪产品、监督、验货等;⑥违约成本,违约时所需付出的事后处理成本。

2. 按事前事后分类

1985年威廉姆森进一步将交易成本加以整理,区分为事前与事后两大类:①事前的交易成本,包括签约、谈判、保障契约等成本;②事后的交易成本,包括契约不能适应所导致的成本、讨价还价的成本(即两方调整适应不良的谈判成本)、建构及营运的成本、为解决双方的纠纷与争执而必须设置的相关成本、约束成本(即为取信于对方所需之成本)等。

3. 按内容分类

1979年,Dahlman则将交易活动的内容加以类别化处理,认为交易成本包含:搜寻信息的成本、协商与决策成本、契约成本、监督成本、执行成本与转换成本。简而言之,是当交易行为发生时,所随同产生的信息搜寻、条件谈判与交易实施等的各项成本。

3.3.3 交易成本发生的原因

(1) 有限理性。有限理性是指进行交易的参与者,因为身心、智能、情绪等限制,在追求效益最大化时所产生的限制约束。

(2) 投机主义。投机主义是指参与交易进行的各方,为寻求自我利益而采取的欺诈手法,同时增加彼此不信任与怀疑,因而导致交易过程监督成本的增加而降低经济效率。

(3) 不确定性与复杂性。由于环境因素中充满不可预期性和各种变化,交易双方均将未来的不确定性及复杂性纳入契约中,使得交易过程增加不少订契约时的议价成本,并使交易困难度上升。

(4) 少数交易。因为某些交易过程的过于专属性,或因为异质性信息与资源无法流通,使得交易对象减少及造成市场被少数人把持,使得市场运作失灵。

(5) 信息不对称。因为环境的不确定性和自利行为产生的机会主义,交易双方往往持有不同程度的信息,使得市场的先占者拥有较多的有利信息而获益,并形成少数交易。

(6) 气氛。气氛是指交易双方若互不信任,且又处于对立立场,无法营造一个令人满意的交易关系,将使得交易过程过于重视形式,徒增不必要的交易困难及成本。

3.3.4 交易成本的特征

上述交易成本的发生原因,进一步追根究底可发现源于交易本身的交易商品或资产的专属性、交易不确定性、交易的频率三项特征。这三项特征从三个方面影响交易成本的高低。

(1) 交易商品或资产的专属性。交易商品或资产的专属性是指交易所投资的资产本身不具市场流通性,或者契约一旦终止,投资于资产上的成本难以回收或转换使用用途。

(2) 交易不确定性。交易不确定性是指交易过程中各种风险的发生概率。由于人类有限理性的限制使得面对未来的情况时,人们无法完全事先预测,加上交易过程买卖双方常发生交易信息不对称的情形,交易双方因此通过契约来保障自身的利益。因此,交易不确定性的升高会伴随着监督成本、议价成本的提升,使交易成本增加。

(3) 交易的频率。交易的频率越高,相对的管理成本与议价成本也升高。交易频率的升高使得企业会将该交易的经济活动内部化,以节省企业的交易成本。

学用小品

淘宝购物的疯狂与中国电商市场的狂飙

2014年9月,秋高气爽,一则电视广告在中国大小电视台各档节目间隙反复插播“一秒钟332件化妆品被抢购,一分钟4537件家电被售出,一小时433万件服装被选购,一天超过1亿人在淘宝购物。海量商品等你淘,要购物上淘宝。”与此同时,另一则消息成为世界新闻的头条,撩拨着国人的心,美国时间9月19日,“阿里巴巴在美国证券交易所上市,上市首日开盘价报每股92.7美元,融资规模达218亿美元,成为美国史上融资额最大的IPO。在第一个交易日收盘时,阿里巴巴的市场价值达到2310亿美元。超过了美国两家龙头电子商务

公司——亚马逊和 eBay 总市值之和。50 岁的马云及其家族以 1500 亿元人民币的财富首次登顶中国首富。”正是阿里巴巴运行着中国最大的电子商务终端——淘宝,以及最大的网络零售平台——天猫。

每天超过一亿人在淘宝上购物这已经是难以想象的了,但是超过人们想象的是自 2009 年起自造的“双十一光棍节”更加疯狂。2009 年 11 月 11 日发起“品牌商品五折”活动,当天销售额 1 亿元;2010 年同一天,销售额为 9.36 亿元;2011 年的“双十一”,成交额飙升至 52 亿元;2012 年这一天突破 200 亿元成交额;2013 年“光棍节”,成交额超过 350 亿元。以上是纵向画面,以下且看单幅细节。2012 年报道有网民同时使用三台计算机参与网购,开始的第一分钟,共有 1000 万人涌入天猫商城;十分钟后,支付宝的交易金额突破 2.5 亿元;第 37 分钟,支付宝总交易额超 10 亿元,半天突破 100 亿元交易额,交易额每秒过千万元,产生逾 5000 件快递包裹,从凌晨开始,淘宝的支付系统就出了状况,招商银行、建设银行、中国银行、交通银行等多家银行的网上支付先后瘫痪,引得不少熬夜扫货的消费者在网上“吐槽”。^①阿里集团公布的数据显示,2013 年 11 月 11 日零时,天猫、淘宝“网购狂欢节”开场,55 秒后,活动通过支付宝交易额便突破 1 亿元;6 分 7 秒,交易额突破 10 亿元,超过香港 9 月份日均社会零售总额;13 分 22 秒,交易额超 20 亿元;38 分钟后,交易额达到 50 亿元;凌晨 5 点 49 分,交易额突破 100 亿元;13 点 04 分,交易额突破 191 亿元,超越 2012 年;13 点 39 分,交易额突破 200 亿元;21 点 19 分,交易额突破 300 亿元;24 点,交易额达到 350.19 亿元。数据还显示,截至当天 20 点 30 分,有 14 个店铺交易额破亿元。^②

这种全民疯狂若在 15 年前是不可思议的,阿里巴巴、淘宝、天猫 15 年前还名不见经传,甚至有的还不知在哪里,同样,15 年前电商市场在国人的脑子里还没有什么概念。如今回头来看,这变化也太大了,中国电商市场的发展简直是在狂飙。相关数据如下^③。

(1) 电子商务进入规模发展阶段。中国电子商务研究中心数据显示(见图 3-3),截至 2012 年年底,中国电子商务市场交易规模达 7.85 万亿元,同比增长 30.83%。其中,B2B 电子商务交易额达 6.25 万亿元,同比增长 27%。而 2011 年全年,中国电子商务市场交易额达 6 万亿元,同比增长 33%,占 GDP 比重上升到 13%;2012 年,电子商务占 GDP 的比重已经高达 15%。预计 2013 年我国电子商务规模将突破 10 万亿元大关。

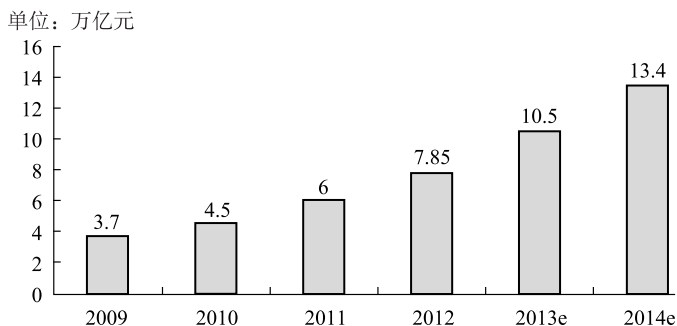


图 3-3 2009—2014 年中国电子商务市场交易规模

① http://news.xinhuanet.com/fortune/2012-11/12/c_113661101.htm.

② http://finance.ifeng.com/a/20131115/11094491_0.shtml.

③ <http://www.askci.com/news/201308/27/2716335933361.shtml>.

(2) 网络零售市场交易依然高速增长。中国电子商务研究中心数据显示(见图 3-4),截至 2012 年年底,中国网络零售市场(包括 B2C 和 C2C)交易规模突破 1 万亿元大关,达 13205 亿元,同比增长 64.7%,占社会消费品零售总额的 6.3%。而 2011 年全年,网络零售市场交易额达 8019 亿元人民币,同比增长 55.98%,占社会消费品零售总额的 4.4%。

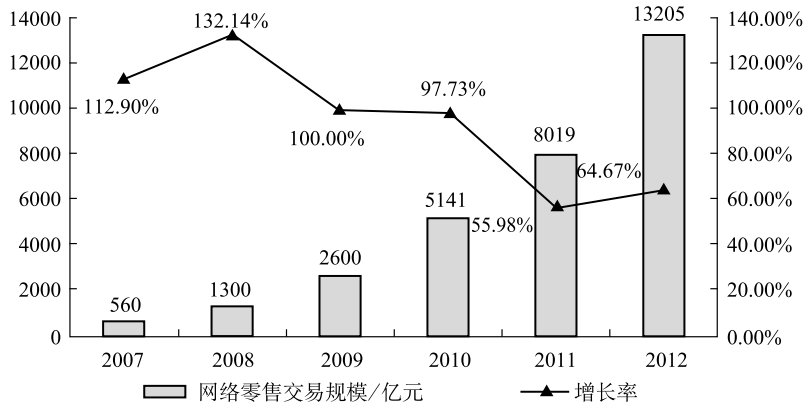


图 3-4 中国网络零售市场规模

(3) 移动终端网络购物爆发性增长。随着智能手机在中国的日渐普及,移动电子商务在中国将进入快速发展期。2013 年第 1 季度,移动网购交易额(见图 3-5)再创新高,达到 266.6 亿元,同比增长 250.3%。占互联网购物比例从 2011 年第 1 季度的 0.7% 提升至 2013 年第 1 季度的 7.6%,两年时间提升 10 倍。其爆发性的增长催生出的市场空间可能不亚于现有的基于 PC 端的网购市场。

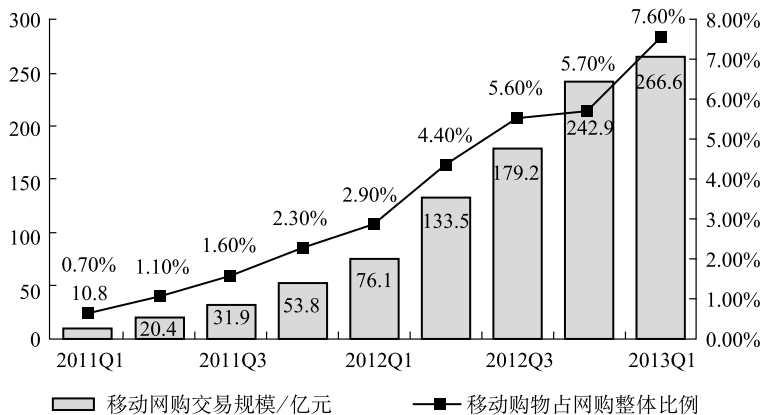


图 3-5 移动网购交易规模

中国电商市场的崛起,极大地改变了中国市场体系和市场格局。

本章小结

1. 商品和劳务作为交易对象,在形形色色的市场中被交换。各种各样的市场可以从不同的角度进行分类,但它们都不是孤立的,而是相互依存、相互制约,在动态中相互影响,它

们构成一个有机的市场体系。

2. 市场体系结构可以从不同角度去观察。从商品种类角度看,成千上万的商品相互间存在着某种数量比例关系,既有使用价值量上的比例关系,也有价值量上的比例关系,体现在这些商品的市场之间,这就是所谓的市场体系结构。一个国家或地区,一定时期里,有其市场体系结构。从市场竞争度来看,在统一的大市场体系中,成千上万的商品市场分别归类于上述市场结构连续体中,从而形成一个从市场集中度划分的市场体系结构。

3. 市场机制是市场体内各要素互相适应、互相制约、共同发挥作用形成的市场自组织、自调节的运行机理与综合机能,是市场经济的活力构造,是市场经济的灵魂。市场机制体系包含价格机制、供求机制、竞争机制、风险机制等。

4. 市场机制的功能主要有:①市场价格的形成功能;②资源配置的优化功能;③供求关系的平衡功能;④提高效率的激励功能;⑤经济利益的实现功能;⑥经济效益的评价功能。但是,市场机制并不是万能的。它所具有的功能的发挥是有条件的。

5. 市场经济的运行不是免费的,也要付出成本——交易成本。交易成本包含:搜寻信息的成本、协商与决策成本、契约成本、监督成本、执行成本与转换成本。导致交易成本发生的原因有:有限理性、投机主义、信息不对称等。交易成本常常被人们忽略。

基本概念

市场机制	市场体系	价格机制	供求竞争	竞争机制	风险机制
价值规律	竞争规律	交易成本	有限理性	投机主义	

复习实训

一、单选题

- 处于市场机制核心地位的是()。
 - 供求机制
 - 价格机制
 - 竞争机制
 - 风险机制
- 市场经济运行的动力来源于()。
 - 供求竞争
 - 政府干预
 - 经济利益
 - 货币发行量增多
- 下面各项中不属于交易成本的是()。
 - 搜寻成本
 - 生产成本
 - 议价成本
 - 决策成本
- 不属于交易成本发生的原因的是()。
 - 有限理性
 - 投机主义
 - 企业管理开支
 - 信息不对称
- 市场机制的功能包括()。

- A. 配置资源 B. 实现价值
C. 调节供求关系 D. 利益再分配
6. 下面各项中不属于市场体系的基本特征的是()。
- A. 统一性 B. 开放性 C. 计划性 D. 竞争性

二、判断题

1. 市场机制是一种自组织、自调节的经济机制。()
2. 价值规律与市场机制没有关系。()
3. 竞争是指买卖双方之间的讨价还价,买者卖者内部是不存在竞争的。()
4. 因诚信道德下降导致重复公证,此类费用应计入生产成本。()
5. 从根本上说,货币流通引起了商品流通。()
6. 在整个市场体系中,货币市场是决定和影响其他市场的主体和基础。()

三、问答题

1. 应当从哪几个视角来全面理解市场经济?
2. 市场机制体系包含哪些机制? 它们的关系是什么?

应用训练

一、单项训练

1. 画出“私家车为中心的市场体系”“商品房为中心的市场体系”“旅游为中心的市场体系”“交通枢纽为中心的市场体系”,等等。
2. 分别对以上市场体系展开分析,建立体系最后各个主要经济变量之间的逻辑关系式,就其相互影响的方式进行解释说明。

二、综合应用

1. 组员研究:首先确定一个小组的研究对象,如本地经济或其他地区经济,可以是学生街、城市或郊区,分头考察其市场体系中的各个市场。
2. 小组研究:将对各个市场的分析综合起来,通过对市场规模比例、物价结构、供求关系等的分析,准确反映该地区经济的经济特征和发展程度。