

社会主义初级阶段理论是研究市场学 在我国应用的指南

甘 碧 群

(一)

党的十三大在理论上的一个突出贡献,是阐述了社会主义初级阶段理论。这是建国38年来特别是改革开放9年来实践经验的理论概括和总结。它是我们今后进一步解放思想,继续对社会主义再认识的新起点,是我们建立有中国特色的社会主义的出发点与立足点。也是指导我们建立具有中国特色市场学的理论基础及指导我们应用市场学理论的指南。

关于社会主义初级阶段的基本经济特征,经济学界展开了讨论,存在一些不同的看法。我认为,社会主义初级阶段的基本经济特征是:

其一,从生产力方面看,我国解放以来,生产力有了很大的发展。在经济领域中已初步建立起社会主义的物质技术基础,即国民经济各部门程度不同地有了相当规模的现代经济,建立起了独立的比较完整的工业体系和国民经济体系。

但从总体看,我国生产力水平低,呈现出多层次及不平衡性,具体表现为第一代生产力(手工生产力或农业生产力)同第二代生产力(机器生产力或工业生产力)平分秋色,第三代生产力(信息生产力)十分微弱的“低二元结构”的生产力特征。这是决定现阶段是社会主义初级阶段的根本原因。

其次,社会主义公有制在社会经济体系中确立了其统治地位,成为主体的经济成份。据统计,1986年全民所有制的工业总产值已占全国工农业总产值40%,而在全国工业总产值中约占70%,如果加上集体所有制的工业产值,已占97.9%。这是我国已经进入社会主义初级阶段的决定性的标志。

但由于社会主义生产关系本身的不成熟、不完善,还存在着以公有制为主的多种所有制形式同时并存的格局,其中包括全民所有制、合作或集体所有制、社会主义联合所有制、国家资本主义经济、个体和其它私有制经济。这一特征与我国现存多层次的比较落后的生产力相适应。

其三,社会主义按劳分配方式占居统治地位。但与多种经济成分并存相适应,还存在着以按劳分配为主的,多种分配形式并存。即除按劳分配外,还存在按能力分配、按价值分配、按占有生产资料状况分配,还存在剥削收入。即使按劳分配,本身也是不统一、不完全和不充分的。

其四,整个国民经济实行有计划按比例发展。但由于我国商品经济不发达,自然经济还占相当比重,表现在生产社会化程度不高,市场体系与市场机制不健全和不完善。因而,计

划经济缺乏充分的现代化物质基础与经济基础，故社会主义计划经济只能是低水平的、粗线条的。

社会主义初级阶段的基本经济特征，成为我们研究市场学在我国应用的理论依据。

(二)

社会主义初级阶段是很长的历史时期，从我国三大改造基本结束到下世纪中叶是初级阶段的特定时期。正如邓小平同志在《目前形势与任务》中所指出：“我们要经常记住，我们国家大，人口多，底子薄只有长期奋斗才能赶上发达的国家水平。后来又指出，到本世纪末我国国民生产总值人均将达到800—1000美元，达到小康水平，再过50年翻两番国民生产总值人均将达到4000美元，但我国在世界上仍在几十名以下”。可见，我国社会主义初级阶段的长期性及完成这一历史任务的艰巨性。在这漫长的历史岁月中，其经济特征并非一成不变，而是经历着一个从量变到质变的过程，大致可以划分为两个阶段。因而，我们也应当根据这两个阶段的特点来研究市场学应用的特点。

第一阶段是从现在到本世纪末，这一阶段的主要特点是：(1) 从生产力方面看，从目前较低水平向较高水平发展。但在这一历史时期内，我国生产力远远落后于发达的资本主义国家，也落后于中等程度的资本主义国家。工业化程度不高，还是农业人口占多数的以手工劳动为基础的农业国。人均国民生产总值仍居世界后列；(2) 就市场趋势而言，是从卖方市场逐步向买方市场过渡，即从目前总供给小于总需求的卖方市场向供求平衡或供过于求的买方市场过渡；(3) 市场体系与市场机制从不健全、不完善向逐步健全、完善过渡；(4) 宏观控制从直接控制向间接控制过渡，但长期内，两种控制方式并存，并且直接控制方式仍居主要地位；(5) 企业经营机制处于改革中，从不健全、不完善向健全、完善过渡，从目前多种经营机制并存向以公有制为主的股份制过渡；(6) 我国居民消费水平，将从目前人均国民生产总值300美元，逐步向小康水平过渡。

上述特点，对我国企业的市场营销发生深刻的影响。首先，由于生产力水平较低，决定了短缺经济与卖方市场格局。一方面要求国家通过宏观控制来调节社会总供给与总需要的平衡，如通过支持企业发展短缺产品，或通过计划供应、或提高产品价格来抑制消费者的需求，特别是压缩集团购买力，以实现社会总供求的平衡；另一方面，各企业必须根据国家的宏观调节政策、或扩大、或保持、或缩减其产品生产及营销活动。其次，市场体系与市场机制的不健全及不完善，使企业营销活动缺乏良好的市场环境。因为，如果没有健全和完善的消费品市场、生产资料市场、资金市场及劳动力市场，便不能充分保证企业对生产资料、资金和劳动力的需求，并影响企业的销售活动的正常进行。如果以价格为核心的市场机制不健全和不完善，企业的营销活动便不能由价格信号来调节。再次，从宏观调节机制看，从直接控制为主转向间接控制为主，逐步缩小指令性计划，扩大指导性计划与市场调节范围。逐步从主要采取直接行政干预转向采取经济手段、法律手段，辅之以行政手段为主。但在长期内仍然是两种宏观控制方式并存，而且直接控制占据重要地位，这势必会制约着企业营销自主权的扩大，减弱企业与市场的联系。最后，企业经营机制不完善，企业难以成为相对独立的商品生产者，因而无内在动力来自觉地树立市场营销观念，发展企业营销活动。

社会主义初级阶段的第二阶段是从本世纪末到二十一世纪中叶。那时，社会经济的主要特征表现为：(1) 社会生产力达到较高的水平，我国经济将赶上或接近发达国家水平，产品

日益丰富，买方市场占统治地位；(2) 商品运行机制完全确立，市场体系与市场机制更加健全和善；(3) 在宏观调节机制方面，国家完全实行间接控制，即通过法律手段、经济手段、辅以行政手段来调控市场，由市场来引导企业；(4) 企业经营机制改革完成，企业成为真正独立的商品经营者；(5) 广大居民的收入与购买力将有更大的提高。

上述经济特点给企业营销活动会带来什么影响呢？首先，使企业营销活动完全建立在买方市场基础上，客观上要求企业必须树立以顾客为中心和出发点的市场营销观念。国家不再采取抑制消费者需求的政策，而是鼓励企业使用整体营销策略来满足消费者的需求，并创造新的需求。其次，市场体系与市场机制的健全和完善，为企业营销活动创造了良好的市场环境。那时，企业不仅可以获得充分的生产资料、资金与劳力方面的供应，而且可以自由选择生产资料供应者、贷款者以及选择高质量的合乎需要的劳动力。以价格为中心的市场机制的完善，使价格真正发挥其调节企业营销活动的信号。再次，宏观调节机制由直接向间接转变，使企业具有完全的营销自主权。产品、订价、分销及促销成为企业完全可以控制的策略，企业的经营完全与市场不可分割了。再次，企业经营机制改革的完成，使企业成为真正独立的商品经营者，并逐步完善企业行为。这时，企业既有内在动力，也有外部压力，自觉地树立市场观念及竞争观念，不断地发展营销活动。此外，广大居民收入与购买力的提高，对产品的数量及花色品种的需求扩大，对产品的选择更挑剔，从而进一步促进企业营销的发展。

(三)

研究社会主义初级阶段第一阶段市场学应用的特点，同研究社会主义初级阶段理论一样，不能笼统地进行。研究社会主义初级阶段理论，一是从国情、省情、市情、县情出发；二是从各领域如经济、政治、文化、党的建设、统一战线及民族工作等具体情况出发。例如文化方面，我国目前文盲半文盲约占全国总人口的1/4，有几千万知识分子……。人们在思想道德和文化科学素养上很不平衡，这对认识社会主义初级阶段精神文明建设的任务、特点和规律是重要的。

同样，由于我国社会主义初级阶段的第一阶段，生产力水平较低，呈现出生产力多层次、生产关系多层次、经济发展不平衡的格局，加之，经济体制改革发展的不平衡，使市场学在不同地区、不同部门及不同企业的应用程度不同，并具有不同的特点。

首先，从地区看，由于我国历史条件及自然条件所决定，我国经济分布客观上存在着东、中、西三大地带，并且在经济发展上呈现出由东向西的梯形推进的势态。无论是工农业总产值、商品周转量，人均社会商品零售量，东部比西部地区高数倍至十几倍。东部农民人均收入也比中、西部高。据统计，中国西部11个省居住着3亿人，但工农业总产值仅占全国的17%，人均水平为东部水平的39%。而东部10个省市居住3.6亿人却生产着全国53%的工农业总产值，人均水平比全国高42%。中部居住约4亿人口，生产着全国30%的工农业总产值。农民人均收入东部最高，西部最低。如1986年农民人均收入东部为495.63元，中部为399.24元，西部为327.9元。东部比中部高24.1%，比西部高51%，比全国农民人均高8.5%。东部1千元以上的小康户占6.9%，中部占1.8%，西部仅占0.8%。各地区经济发展不平衡，引起各地区商品经济发展程度不同，从而使市场发育程度就不同。东部的商品经济较发达，市场发育程度相对较高，今后主要是不断完善市场体系。西部地区商品经济较落后，闭关自守的状况

较严重，今后主要是建立初级市场。中部地区商品经济程度介于东、西部之间，市场发育程度低于东部，高于西部。商品经济、市场发育的不平衡，使市场学在东部地区应用范围更广，应用程度更高。尤其东部特区基本上实行市场经济，市场学更获得充分地应用。中部地区应用市场学比东部地区范围要窄、程度要低，但比西部强。西部地区对市场学的应用则差得多。

其次，从部门看，由于各部门的劳动生产率，商品率高低不同以及进行经济体制改革速度快慢不同，使市场学在各部门间应用的范围与程度不同。工业部门多半建立在大机器生产基础上，劳动生产率及商品率较高。经济体制改革较商业、银行、旅游部门深入。与工业部门相比，农业显得较落后。尽管在农业部门实行经济承包责任制的体制改革较早，但大部分农业生产仍建立在原始的手工劳动的基础上，劳动生产率很低。它还未完全摆脱自给自足的小农经济状态，加之，交通运输不便，信息闭塞，农村市场刚开始萌生。与工业相比，商业、银行业、旅游业的劳动生产率较低。加之，它们进行经济体制改革步伐稍慢，特别是银行业及旅游业还未真正实现企业化、管理体制仍较集中，经营自主权较小。因此，市场学在工业部门，特别在消费品部门应用的范围与程度比其它部门要广和高。

再次，从不同企业看，由于企业所有制、经营机制、经营管理方式不同，企业经营自主权的大小存在差异。又由于各企业生产的产品处于市场趋势不同，即卖方市场或买方市场，影响市场学的应用。如实行指令性计划管理方式的国营企业，其所有权与经营权未分离，由国家下达产品指标，价格由国家决定，产品由主管部门计划分配，无营销自主权。它们缺乏市场营销观念，市场学很少被应用于这类企业。实行指导性计划管理及多种经营机制（如经济承包责任制、租赁制、股份制）的国营企业和集体企业，其经营活动与市场紧密相联，具有较大的营销自主权，市场营销的四大策略基本上成为可控制的因素。产品类别由国家规定，产品花色品种则可根据市场供求状况决定。产品价格或由国家规定基准价及浮动幅度，企业根据市场状况决定具体价格点。或由企业自由订价。企业可自由选择分销渠道与促进销售方式。市场学的许多原理被应用于这些企业。实行市场调节的集体企业与私人企业、外资企业、中外合资企业等，具有完全的经营自主权，市场营销四大策略成为完全可控的因素。它们可依据市场需求及自身条件，决定产品类别、品种。根据市场状况及消费者的要求，决定产品价格及选择分销渠道和促销方式。市场学可较充分地应用于这类企业。

总之，由于我国目前生产力还很落后；各地区、各部门之间经济发展不平衡；经济体制改革正在进行；旧制度、旧思想及旧观念仍严重地束缚着人们，使市场学在我国社会主义初级阶段的第一阶段的应用受到很大的限制，并反映出生产力不发达与两种体制交织并存，旧体制仍起着主要作用的特点。但我们决不能因为第一阶段还未具备充分应用市场学的客观条件而消极等待。应当努力去创造条件，坚持不懈地开展经济体制改革，目前则要坚决贯彻中共中央十三届三中全会提出的治理经济环境、整顿经济新秩序、全面深化改革的方针。同时必须积极开展政治体制改革，破除人们的旧思想、旧观念，反腐败思想和行为，树立市场观念和竞争观念。积极改革企业经营机制，进一步发展生产力，逐步改变短缺经济格局，使市场趋势从卖方市场向买方市场过渡，为市场学在我国的应用，创造更坚实的客观基础。