

中国市场经济建设全书

THE COMPLETE WORKS OF CHINA'S
MARKET ECONOMY CONSTRUCTION

第二十五卷

商品市场

第二十六卷

旅游市场

山西人民出版社



国防大学 2 062 1212 3

中国 市场经济 建设全书

第二十五卷 商品市场

主编

杨名伦

北京商学院院长、教授

吴炜 北京每日商情集团公司总经理

中国 市场经济 建设全书

第二十六卷 旅游市场

主编 冯宗苏 国家旅游局政策法规司司长

张纪南 海南五洲旅游股份有限公司董事长

本卷编写人员

卢西琴	叶杰刚	任兴洲	刘俊瑞
孙潭镇	李冬	李殿平	张文玲
张宏	张善良	邵建革	陈树章
郑红	林娜	徐亚平	徐展鹏
郭秀兰	常清	葛宁	温桂方
廖英敏	缪晓敏		

本卷编写人员

句 华	孙 钢	卢西琴	李 冬
李任芷	刘俊瑞	张湛彬	张文玲
陈树章	邱毅勇	林 乾	林南枝
林 娜	郑 红	郭 萍	郭秀兰
高劲松	陶汉军	徐展鹏	惠连江
傅东升	鲁青山	葛 宁	谭 燕
缪晓敏			

第一篇 商品市场概述

一、商品市场的发育与发展	(3)
(一)改革以来商品市场发育的基本过程	(3)
(二)商品市场发育和发展的现状与作用	(7)
(三)商品市场发育中的主要问题及其成因	(13)
(四)进一步发展商品市场的对策建议	(15)
(五)商品市场发展的态势及措施	(18)
二、农产品市场	(21)
(一)农产品市场概述	(21)
(二)农产品市场销售	(25)
三、消费品市场	(28)
(一)消费品市场概述	(28)
(二)消费者行为的研究	(32)
(三)中国的消费品市场	(38)
四、生产资料市场	(42)
(一)生产资料市场发育的基本过程	(42)
(二)生产资料市场流通规模的扩大和市场格局的变化	(48)
(三)生产资料市场发展需要研究和解决的几个问题	(51)

第二篇 商品市场实务

一、市场介绍	(55)
(一)生产资料类	(55)
(二)生活资料类	(68)
(三)集贸市场类	(75)
二、生产资料流通实证分析	(103)
(一)煤炭流通实证分析	(103)
(二)金属流通实证分析	(106)
(三)木材流通实证分析	(113)
(四)水泥流通实证分析	(116)
(五)石油流通实证分析	(117)
(六)化工产品流通实证分析	(123)
(七)中药材流通实证分析	(128)
(八)中国物资贸易中心的产生和现状	(134)

第三篇 消费商品指南

一、食品	(141)
(一) 罐头	(141)
(二) 乳制品	(144)
(三) 食糖	(146)
(四) 食盐	(150)
(五) 味精	(151)
(六) 其他食品	(152)
二、饮料	(155)
(一) 酒精饮料	(155)
(二) 非酒精饮料	(167)
三、卷烟	(168)
四、家用电器	(172)
(一) 电冰箱	(172)
(二) 洗衣机	(173)
(三) 电扇	(174)
(四) 家用电子产品	(176)
(五) 其它家用电器	(182)
五、日用机械	(184)
(一) 自行车	(184)
(二) 缝纫机	(187)
(三) 钟表	(188)
六、日用化学制品	(191)
(一) 化妆品	(191)
(二) 洗涤用品	(195)
(三) 牙膏	(197)
(四) 火柴	(198)
(五) 干电池	(199)
七、日用硅酸盐	(201)
(一) 日用陶瓷器皿	(201)
(二) 搪瓷制品	(203)
八、日用五金	(204)
(一) 家用燃气热水器	(204)
(二) 排油烟机	(204)
(三) 厨房用具	(205)
(四) 日用手工具	(208)

(五)其他日用五金	(209)
九、皮革用品	(212)
(一)鞋类	(212)
(二)箱包	(216)
十、家具	(217)
十一、文教用品	(220)
十二、其他轻工产品	(223)
(一)纸制品	(223)
(二)灯具	(224)
(三)塑料制品	(225)
(四)衡器	(226)
(五)乐器	(227)
(六)眼镜	(228)

第四篇 政策法规

一、中共中央国务院关于加快发展第三产业的决定	(231)
二、国务院关于整顿商品交易秩序严格结算纪律的通知	(234)
三、中华人民共和国价格管理条例	(235)
四、国务院关于进一步搞好农产品流通的有关规定	(239)
五、国务院关于加强粮食购销工作的决定	(244)
六、国务院关于建立国家专项粮食储备制度的决定	(248)
七、国务院关于调整粮食购销政策有关问题的通知	(249)
八、中华人民共和国烟草专卖法	(253)
九、国务院关于整顿医药市场的通知	(257)
十、中医药管理局关于整顿中药流通市场的秩序的通知	(259)
十一、中华人民共和国消费者权益保护法	(262)
十二、国家经贸委、外经贸部、内贸部关于赋予商业、物资企业进出口经营权 试点意见的通知	(268)
十三、国务院关于加强“菜篮子”和粮棉油工作的通知(摘要)	(270)
十四、国务院关于切实做好1994年度棉花购销工作的通知	(273)
十五、国务院办公厅关于加强粮食市场管理保持市场稳定的通知	(277)
十六、国务院关于加快粮食流通体制改革的通知	(279)

第五篇 数据资料

一、中国主要商品市场名录	(285)
(一)肉、禽、蛋、水产类	(285)
(二)糖、茶、烟、酒、副食类	(285)

(三) 纺织、服装、鞋帽类·····	(286)
(四) 百货类·····	(287)
(五) 旅游、饮食、服务类·····	(291)
二、中国商品名都、名乡和“老字号” ·····	(293)
(一) 商品名都·····	(293)
(二) 商品名乡·····	(294)
(三) “老字号”·····	(297)
三、主要参考和部分征引论著索引 ·····	(303)
(一) 论文·····	(303)
(二) 著作·····	(310)

第一篇 旅游概述

一、旅游经济	(317)
(一)旅游经济的产生和发展	(317)
(二)旅游业的性质和特点	(322)
(三)旅游经济结构	(327)
二、旅游产品	(334)
(一)旅游产品的概念与构成	(334)
(二)旅游产品的特点	(339)
(三)旅游商品	(342)
三、旅游市场	(347)
(一)旅游市场的特点和分类	(347)
(二)旅游市场竞争	(351)
(三)旅游市场开拓	(356)
四、旅游价格	(361)
(一)旅游价格构成与特点	(364)
(二)旅游价格制定原理与影响因素	(366)
(三)旅游定价目标与策略	(374)
五、旅游消费	(374)
(一)旅游消费的性质和特点	(374)
(二)旅游消费结构	(378)
(三)旅游者消费的最大满足	(381)
六、旅游投资	(383)
(一)旅游投资与旅游基本建设项目	(383)
(二)旅游基本建设项目的可行性研究	(386)
(三)旅游投资决策	(388)
(四)旅游投资不确定分析	(392)
七、旅游经济发展战略	(394)
(一)旅游经济发展战略	(394)
(二)旅游经济发展战略规划	(400)
八、中国旅游业发展现状	(403)
(一)中国旅游业发展历程	(403)
(二)中国旅游经济的市场培育和管理	(406)
(三)中国旅游业的发展目标与主要政策措施	(407)

(四)中国旅游业与利用外资.....	(408)
--------------------	-------

九、市场经济与旅游业	(410)
-------------------------	-------

(一)中国旅游业成绩瞩目.....	(410)
-------------------	-------

(二)旅游业已成为世界上最大的产业.....	(413)
------------------------	-------

(三)大力发展我国旅游业的客观条件和必要性.....	(415)
----------------------------	-------

十、世界旅游业和重要旅游国家	(419)
-----------------------------	-------

(一)现代旅游业的兴起.....	(419)
------------------	-------

(二)国际旅游业的现状和前景.....	(420)
---------------------	-------

(三)世界六大旅游区.....	(421)
-----------------	-------

(四)欧洲旅游区.....	(421)
---------------	-------

(五)美洲旅游区.....	(433)
---------------	-------

(六)亚太旅游区.....	(437)
---------------	-------

第二篇

一、业务概述	(447)
---------------------	-------

(一)旅行社的基本业务.....	(447)
------------------	-------

(二)不同类别旅行社的业务.....	(448)
--------------------	-------

二、外联业务	(449)
---------------------	-------

(一)外联业务概述.....	(449)
----------------	-------

(二)外联的销售工作.....	(450)
-----------------	-------

(三)销售渠道.....	(456)
--------------	-------

(四)旅游产品的制作.....	(462)
-----------------	-------

(五)旅游团种类.....	(470)
---------------	-------

(六)旅游价格.....	(474)
--------------	-------

(七)计价结算.....	(477)
--------------	-------

三、地联业务	(480)
---------------------	-------

(一)地联业务概述.....	(480)
----------------	-------

(二)地联业务的内容和工作程序.....	(482)
----------------------	-------

(三)与地联业务相关的几项工作.....	(484)
----------------------	-------

四、计调业务	(485)
---------------------	-------

(一)计调业务概述.....	(485)
----------------	-------

(二)对外合作的具体业务.....	(490)
-------------------	-------

(三)对内交接的具体业务.....	(497)
-------------------	-------

五、导游业务	(502)
---------------------	-------

(一)导游业务概述.....	(502)
----------------	-------

(二)导游工作细则.....	(504)
----------------	-------

(三)特殊问题的处理.....	(519)
-----------------	-------

第三篇

一、当前世界旅游业竞争的几个焦点	(537)
二、“乌拉圭回合”与发展中国家的旅游服务贸易	(538)
三、日本大型旅行社开拓出国旅游市场新举措	(540)
四、韩国的国际旅游业	(542)
五、迅速发展的马尔代夫旅游业	(546)
六、泰国开发旅游市场的新举措	(547)
七、蓬勃发展的以色列旅游业	(551)
八、马来西亚、印度尼西亚旅游业	(553)
九、香港奖励旅游市场的新趋势	(555)
十、欧洲旅游面临质量的挑战	(556)
十一、美国蜜月旅游业方兴未艾	(558)
十二、芬兰的旅游业	(559)
十三、正在起动的阿尔巴尼亚旅游业	(563)
十四、捷克和斯洛伐克旅游业	(565)
十五、南非旅游业和南非旅游	(566)
十六、世界游船业蓬勃发展	(567)
十七、保健旅游的悄然来临	(569)
十八、林区旅游业的展望	(572)

第四篇

一、旅行社管理暂行条例实施办法	(577)
二、旅游对外招徕管理的若干规定	(581)
三、关于试行涉外旅游业务经济合同制度的通知	(582)
四、关于导游人员实行合同管理的通知	(585)
五、关于严格禁止在旅游业务中私自收授回扣和收取小费的规定	(587)
六、导游人员管理暂行规定	(588)
七、关于颁发中华人民共和国导游证书的暂行办法	(590)
八、关于颁发和管理导游员证书的通知	(591)
九、旅行社旅客旅游意外保险条款	(592)
十、旅行社旅客旅游意外保险实施细则	(594)
十一、对国外旅行社费用结算的暂行办法	(597)
十二、旅游外汇管理暂行办法	(598)
十三、旅游行业对客人服务的基本标准	(600)
十四、旅游投诉暂行规定	(604)
十五、中国旅游业统计公报	(607)

第五篇 资料名录

一、中国的旅游城市、路线及风景名胜区	(615)
二、中国的民俗和民间传统节日	(624)
三、重要的国际旅游组织和世界旅游日	(635)
四、外国人的礼仪、习俗和禁忌	(636)
五、1978—1994 年来华旅游入境人数	(639)
六、1978—1994 年全国旅游外汇收入	(640)
七、1994 年全国各地区星级饭店数	(641)
八、1994 年全国国内旅游基本情况	(642)
九、1993 年—1994 年全国旅行社单位数	(643)
十、1993 年—1994 年全国旅游企业基本情况	(644)
十一、主要参考和部分征引论著索引	(645)

第一篇

商品市场概述

一、商品市场的发育与发展

1949年,中华人民共和国成立以后,党和政府采取了一系列恢复和发展经济的政策,使国民经济迅速得到恢复和发展,商品市场也逐渐走向复苏和繁荣。但由于长期对于计划与市场关系的错误认识,认为计划是社会主义的根本特征,而市场则是资本主义的专利,因此从第一个五年计划开始,实行了高度统一的计划经济体制。这种体制排斥市场、市场调节和市场机制,否定商品生产和商品交换,对商品经济、市场经济更视之为洪水猛兽,尤其是,使市场成为一个禁区。加上阶级斗争、政治运动、“文革”动乱,使国民经济濒临崩溃边缘,商品市场长期处于萧条状态,商品市场的发育几乎停滞不前。

1978年,中共十一届三中全会以后,全党工作重点转移到了社会主义经济建设上来,从此拉开了中国经济体制改革和对外开放的帷幕,中国商品市场也从此进入了一个空前发展的新时代。

(一)改革以来商品市场发育的基本过程

改革以来,中国商品市场是伴随着改革开放不断深化而不断发育和发展的。改革开放的过程,同时也是商品市场发育的过程。改革十多年来,中国商品市场发育的基本过程,大致可以分为三个阶段。

1. 恢复发展阶段(1979年~1984年)

从1978年12月中共十一届三中全会开始,中国经济体制改革由农村起步,逐步向城市推开,与此同时,商品市场也开始进入恢复发展时期。这一阶段,在恢复和发展商品市场方面,主要采取了以下改革措施。

(1)在培育商品市场主体方面

一是扩大商品流通企业自主权,推行经营责任制。二是对小型国营零售商业、饮食服务企业实行“改、转、租”(一部分企业改为国家所有、集体经营、照章纳税、自负盈亏,一部分企业直接转为集体所有制,一部分企业租赁给经营者个人经营)。三是对大中型国营零售、饮食服务企业实行经营承包责任制。四是对粮食部门实行由管理型向经营型转变。五是对供销社实行全民所有制改为集体所有制、“官办”改“民办”,恢复其为农民群众集体所有的合作商业性质。具体措施是恢复“三性”(组织上的群众性、管理上的民主性、经营上的灵活性),实行“五突破”(农民入股、经营服务范围、劳动

制度、按劳分配、价格管理)。

(2)在优化商品市场主体结构方面

主要是调整商业结构,在发展国营商业和饮食服务业、国营粮食商业、供销社商业的同时,恢复和发展集体和个体商业、饮食服务业以及集体和个体粮食商业。

(3)在扩大商品市场客体范围方面

主要是缩减计划商品种类,扩大市场调节范围。1978年由原商业部管理的计划商品为274种,1981年减少到150种,1982年减少到115种,1984年减少到60种。

(4)在改革商品购销政策方面

一是取消日用工业品统购包销制度,实行统购统销、计划收购、订购和选购四种购销形式。二是恢复农副产品议购议销政策,在农副产品购销中推行合同制度,实行粮食征购、销售、调拨包干一定三年的管理办法,允许集体和个体商业经营粮油制品。

(5)在改革市场商品流通体制方面

一是改革日用工业品流通按城乡分工的体制为商品分工、城乡通开的新体制。二是打破日用工业品批发的“三固定”模式,即取消各级批发商业企业之间的固定行政供应区域、固定供应对象、固定倒扣作价率,实行跨区经营、多层次挂钩经营、协商倒扣作价率和顺加作价的办法。三是除指令性计划外,允许一、二、三级批发企业和国营零售企业直接同工业生产企业协商订货、进货或代销联营。四是允许零售企业兼营批发业务,批发企业兼营零售业务。五是允许工业部门自销。

(6)在改革商品市场信号方面

主要是调整不合理的比价和差价体系,一是大幅度提高农副产品收购价格。二是提高部分副食品及有关制成品销售价格。三是几次调整日用工业品销售价格。四是逐步放开小商品价格。

(7)在培育商品市场体系方面

一是加强了零售商业和饮食服务业网点的建设。二是恢复了城乡集贸市场。三是恢复了贸易货栈。四是建立了小商品批发市场。五是开始建立贸易中心。

(8)在加强商品市场宏观调控管理方面

撤销商业部、粮食部、中华全国供销合作总社,组建新的商业部,主要负责组织全国商品流通,统一领导和安排城乡市场,协调各种经济成分的商业活动。

2. 全面发展阶段(1985年~1991年)

从1984年10月中共十二届三中全会开始,中国经济体制改革进入了以城市为重点的全面改革阶段,1987年党的十三大报告明确提出“加强建立和培育社会主义市场体系”,市场取向的改革逐渐深化,商品市场进入了全面发展的阶段。1992年至1993年,发育商品市场的改革,主要采取了以下措施。

(1)在培育商品市场主体方面

一是实行政企职责分开,原商业部首先将内部原与专业管理局合一的各工业品总公司的牌子摘掉,把17个一级工业品采购供应站全部下放到所在城市,大部分省、自治区所属日用工业品二级批发站也下放到所在城市,地区级公司与所在的市、县公司合并,归市、县领导,市、县公司普遍实行了由管理型向经营管理型过渡,撤销省、地一级行政性公司。二是发展横向经济联合,商业、粮食、供销社系统的企业都发展了各种各样的横向经济联合,如工商、农商、农工商、商商等联合,发展各种贸易联合体,实行产供销一体化联合,组建和发展商业企业集团。三是供销社继续深化改革,健全社章社法,完善经营责任制,试行一县一社体制,强化县联社的领导、组织、协调、服务功能,加强综合服