

西人民出版社

主编 梁积汉
唐咸仪
席亮文

市场经济知识入门

ru men

zhi shi

jing ji

shi chang





2 020 6225 8

市场经济知识入门

主编 梁积汉
唐咸仅
席亮文



广西人民出版社

(桂)新登字01号

责任编辑 温六零

责任校对 程 真

市场经济知识入门

梁积汉

主编 唐咸仅

席亮文

出版 广西人民出版社

(邮政编码: 530021

南宁市河堤路14号)

发行 广西新华书店

印刷 广西大学印刷厂

开本 787毫米×1092毫米 1/32

印张 8

字数 168 千字

版次 1993年5月 第1版

印次 1993年7月 第2次印刷

印数 8001—16000册

书号 ISBN 7-219-02410-X/F·210

定价 3.80元

GD66/15

前 言

党的“十四”大明确提出，我国经济体制改革的目标是建立和完善社会主义市场经济体制。这一目标的提出，冲破了长期束缚我国经济发展的理论和实践误区，确立了市场经济的重要地位。它表明中国特色的社会主义建设将进入一个崭新的时期。

市场经济在资本主义社会里已经存在了几百年，但在我国还是个新事物，许多人对它了解不多或了解不深。为顺利地建立社会主义市场经济新体制，实现从计划经济体制到市场经济体制的转型，首要的任务是要让人们尽快了解和掌握市场经济的有关基本理论和基本知识，以便在实际工作中自觉地按市场经济规则办事，减少差错，少走弯路。为了这个目的，我们应广西人民出版社之约，组织编写了这本题为《市场经济知识入门》的册子，作为广大机关干部、职工、企业厂长经理和大中专院校师生学习市场经济理论的普及性读物。

全书以条目解答的形式，对市场经济的基本理论、基本概念进行了全面、系统的介绍，回答了当今人们普遍关心的热点问题，力求知识性和可读性相结合。同时，本书从理论与实践相结合的原则出发，集中介绍了市场营销、谈判方略、广告制作、产品定价、合同签订、市场竞争要诀等技

巧，力求实用性与操作性相结合，以便读者在学习市场经济知识的同时，掌握在市场经济海洋中“游泳”的本领。

本书由唐咸仅、席亮文、白志繁、李桂模、刘俊、周明耀、张子学、邓柏男、李烈荣、袁珈玲、莫小莎等同志编写，由梁积汉、唐咸仅、席亮文、刘俊、周明耀等同志编辑，梁积汉、唐咸仅、席亮文同志还承担了全书的统改工作。白志繁、张子学等同志为编写本书做了许多的准备工作，搜集了大量的资料。

本书由于写作的时间十分仓促，加上我们水平不高，错漏之处在所难免，我们衷心希望广大读者批评指正。

本书在编写过程中参考并吸收了国内许多论著中的研究成果，在此谨向这些成果的提出者表示谢意。

本书得以及时问世，也得益于广西人民出版社的温六零同志，他为本书的编写及出版做了大量工作，在此一并表示感谢。

编 者

1993年4月

目 录

一、市场经济概述

1—1	市场经济.....	(1)
1—2	国际上几种典型的市场经济模式.....	(1)
1—3	资源配置.....	(2)
1—4	市场经济的作用.....	(3)
1—5	市场经济的基本特点.....	(4)
1—6	市场经济和商品经济.....	(5)
1—7	市场经济与所有制.....	(6)
1—8	市场经济与计划经济.....	(7)
1—9	社会主义市场经济.....	(7)
1—10	社会主义市场经济与有计划的商品经济.....	(9)
1—11	社会主义市场经济与解放和发展生产力.....	(9)
1—12	社会主义市场经济中的计划调控.....	(10)
1—13	社会主义市场经济的必备条件.....	(11)
1—14	社会主义市场经济与贫富两极分化.....	(12)
1—15	计划经济向市场经济转型的措施.....	(13)
1—16	确立社会主义市场经济的意义.....	(14)

二、市场体系

2—1	市场.....	(15)
-----	---------	--------

2—2	市场的构成要素·····	(15)
2—3	市场的类型·····	(16)
2—4	市场体系·····	(16)
2—5	市场体系的特点·····	(17)
2—6	商品市场·····	(17)
2—7	消费品市场·····	(18)
2—8	超级市场·····	(18)
2—9	生产资料市场·····	(18)
2—10	商品交易所·····	(19)
2—11	商品期货市场和商品现货市场·····	(19)
2—12	商品期货市场的作用·····	(20)
2—13	旅游市场·····	(21)
2—14	劳务市场·····	(21)
2—15	生产要素市场·····	(22)
2—16	金融市场·····	(22)
2—17	金融市场的作用和特点·····	(23)
2—18	金融市场中各种交易对象的价格·····	(24)
2—19	金融工具·····	(24)
2—20	短期资金市场和长期资金市场·····	(24)
2—21	票据市场和短期拆放市场·····	(25)
2—22	有价证券和证券市场·····	(26)
2—23	股票和债券·····	(26)
2—24	股票市场·····	(27)
2—25	外汇市场及“套汇”·····	(28)
2—26	劳动力市场·····	(28)
2—27	知识产权·····	(29)
2—28	国际知识产权公约·····	(30)

2—29	专利和专利申请·····	(31)
2—30	商标和商标权·····	(32)
2—31	技术市场·····	(32)
2—32	信息市场·····	(34)
2—33	住宅商品化·····	(34)
2—34	房地产市场·····	(35)
2—35	土地出让市场和土地转让市场·····	(36)
2—36	社会主义国家土地转让的几种类型·····	(36)
2—37	绝对地租和级差地租·····	(37)
2—38	土地价格·····	(38)
2—39	资产产权市场·····	(38)

三、市场机制的运行

3—1	市场机制的内涵·····	(40)
3—2	市场机制的基本内容·····	(40)
3—3	市场机制的特点·····	(41)
3—4	市场机制的作用及局限性·····	(42)
3—5	市场机制运行的基本条件·····	(42)
3—6	市场机制运行的实现条件·····	(43)
3—7	市场运行的十个参数·····	(44)
3—8	市场机制运行的基本轮轴·····	(46)
3—9	市场机制运行的基础·····	(46)
3—10	社会主义经济运行机制的构造·····	(47)
3—11	价格机制的作用·····	(48)
3—12	利率机制的作用·····	(49)
3—13	工资机制的作用·····	(49)
3—14	风险机制的作用·····	(50)

3—15	社会保障制度是市场机制运行的调节器和稳定器.....	(51)
3—16	国外市场经济中的四大机制.....	(51)
3—17	市场机制模式比较.....	(52)
3—18	市场机制模式的选择.....	(54)

四、市场竞争

4—1	市场竞争.....	(55)
4—2	社会发展决定市场竞争.....	(55)
4—3	市场竞争是商品生产的经济规律.....	(56)
4—4	正确看待市场竞争.....	(57)
4—5	市场竞争的原则.....	(57)
4—6	市场竞争的基本规律.....	(58)
4—7	市场竞争的特征.....	(59)
4—8	市场竞争的作用.....	(60)
4—9	市场竞争的类型.....	(60)
4—10	市场竞争的方式.....	(61)
4—11	自由竞争.....	(62)
4—12	垄断竞争.....	(62)
4—13	违法竞争.....	(63)
4—14	市场竞争必需的社会条件.....	(63)
4—15	市场竞争与社会的开放性.....	(64)
4—16	市场竞争的艺术.....	(65)
4—17	销售竞争的要诀.....	(65)
4—18	品种竞争的要诀.....	(66)
4—19	质量竞争的要诀.....	(66)
4—20	价格竞争的要诀.....	(67)

4—21	企业市场竞争中的风险·····	(67)
4—22	企业竞争力的主要标志·····	(68)
4—23	参与市场竞争必备的心理素质·····	(68)
4—24	市场竞争的管理方法·····	(69)
4—25	企业竞争的行为规范·····	(70)
4—26	当前资本主义市场竞争的特征·····	(71)

五、市场经济与企业

5—1	企业·····	(72)
5—2	企业设立的一般程序·····	(72)
5—3	企业破产·····	(73)
5—4	单人业主制企业·····	(73)
5—5	合伙制企业·····	(74)
5—6	公司制企业·····	(74)
5—7	有限责任公司·····	(74)
5—8	无限公司·····	(75)
5—9	股份有限公司·····	(75)
5—10	股份制企业的组织结构·····	(75)
5—11	企业产权制度·····	(76)
5—12	国有企业产权制度改革的必要性·····	(76)
5—13	国有企业股份制改造·····	(77)
5—14	国有企业股份制改造的程序·····	(78)
5—15	企业经营机制与构造·····	(78)
5—16	企业经营动力机制·····	(79)
5—17	企业经营约束机制·····	(79)
5—18	企业经营调控机制·····	(80)
5—19	企业成本与构成·····	(80)

5-20	企业收益与企业利润.....	(81)
5-21	企业内部经济与不经济.....	(82)
5-22	企业外部经济与不经济.....	(83)
5-23	企业适度规模.....	(83)
5-24	企业简单再生产与扩大再生产.....	(84)
5-25	企业生产经营条件的不确定性.....	(85)
5-26	企业生产决策.....	(86)
5-27	企业投资的可行性分析.....	(86)
5-28	企业计划平衡.....	(87)
5-29	企业资金.....	(88)
5-30	企业资金循环.....	(88)
5-31	企业资金周转.....	(89)
5-32	企业资金筹措.....	(90)
5-33	企业资金运用.....	(91)
5-34	企业管理.....	(92)
5-35	企业精神.....	(92)

六、市场经济与政府

6-1	政府对市场调控的必要性.....	(94)
6-2	市场经济的法制化特征.....	(94)
6-3	政府调控市场经济的法律门类.....	(95)
6-4	政府对市场经济调控的行政手段.....	(96)
6-5	政府的金融调节.....	(97)
6-6	外汇及其管理.....	(97)
6-7	政府的汇率调节.....	(98)
6-8	政府的税收调节.....	(98)
6-9	政府的财政调节.....	(99)

6—10	需求调节与供给调节.....	(101)
6—11	政府调控与资源配置.....	(101)
6—12	市场管理.....	(102)
6—13	市场管理的一般原则.....	(103)
6—14	工商行政管理.....	(103)
6—15	企业法人登记管理.....	(105)
6—16	外商投资企业登记管理.....	(105)
6—17	商标管理.....	(106)
6—18	商标注册的程序与手续.....	(107)
6—19	经济合同.....	(108)
6—20	经济合同的形式和主要条款.....	(108)
6—21	签订经济合同的原则.....	(109)
6—22	签订经济合同的程序.....	(110)
6—23	经济合同的管理.....	(110)
6—24	无效合同的确认与处理.....	(111)
6—25	经济合同纠纷的处理.....	(113)
6—26	广告管理.....	(114)
6—27	物价管理.....	(114)
6—28	产品质量管理.....	(115)
6—29	税收和税法.....	(116)
6—30	我国的税种.....	(117)
6—31	减税和免税.....	(118)
6—32	税收违章案件的处理.....	(119)

七、市场经济与个人

7—1	个人收入及其构成.....	(121)
7—2	个人可支配收入的确定.....	(121)

7-3	个人可支配收入的分解.....	(122)
7-4	个人可支配收入的分配形式.....	(123)
7-5	个人消费.....	(123)
7-6	消费动机.....	(124)
7-7	影响个人消费支出的因素.....	(124)
7-8	个人消费水平.....	(125)
7-9	个人消费决策.....	(125)
7-10	消费习俗与消费流行.....	(126)
7-11	消费倾向.....	(126)
7-12	消费者剩余.....	(127)
7-13	恩格尔定律.....	(128)
7-14	消费者权益.....	(128)
7-15	先富与后富.....	(129)
7-16	个人投资行为.....	(130)
7-17	个人直接投资与个人间接投资.....	(131)
7-18	个人资产形式的选择.....	(131)
7-19	个人资产形式选择的影响因素.....	(132)
7-20	个体工商户及其登记.....	(133)
7-21	私营企业及其登记.....	(133)
7-22	私营企业应具备的条件和经营范围.....	(134)

八、市场营销技巧

8-1	市场营销.....	(135)
8-2	无差异性市场营销策略.....	(135)
8-3	差异性市场营销策略.....	(135)
8-4	集中性市场营销策略.....	(136)
8-5	市场营销环境.....	(136)

8—6	市场营销的一般程序.....	(137)
8—7	市场调查.....	(137)
8—8	面谈技巧.....	(138)
8—9	企业市场战略.....	(139)
8—10	企业市场战略制订原则.....	(139)
8—11	企业市场经营.....	(140)
8—12	市场预测及作用.....	(140)
8—13	市场信息.....	(141)
8—14	把握和利用市场机遇.....	(141)
8—15	企业市场策略及其类型.....	(142)
8—16	企业市场选择策略.....	(142)
8—17	企业产品与产品组合.....	(143)
8—18	企业产品的市场定位.....	(143)
8—19	产品的市场生命周期与市场策略.....	(144)
8—20	开发新产品的主要途径.....	(145)
8—21	延长产品市场生命的方法.....	(146)
8—22	企业产品市场与人才开发策略.....	(146)
8—23	产品定价方法.....	(147)
8—24	新产品定价策略.....	(148)
8—25	折扣价格策略.....	(149)
8—26	让价销售策略.....	(150)
8—27	产品心理定价策略.....	(150)
8—28	组合定价策略.....	(151)
8—29	产品生命周期定价策略.....	(152)
8—30	销售优惠策略.....	(153)
8—31	市场营销组合.....	(154)
8—32	销售渠道.....	(154)

8—33	市场利润率及形式.....	(155)
8—34	市场占有率.....	(156)
8—35	产品厂牌与厂牌策略.....	(157)
8—36	市场促销.....	(157)
8—37	产品推销及推销艺术.....	(158)
8—38	产品商标与消费心理.....	(158)
8—39	产品商标策略.....	(160)
8—40	商标的侵权行为.....	(160)
8—41	商标的国外注册.....	(161)
8—42	市场营销谈判.....	(161)
8—43	营销谈判技巧.....	(161)
8—44	产品包装及包装策略.....	(162)
8—45	广告宣传.....	(163)
8—46	广告媒介及其形式.....	(164)
8—47	广告媒介的选择.....	(164)

九、国际大市场

9—1	国际市场.....	(166)
9—2	国际市场的分类.....	(166)
9—3	国际市场的垄断与竞争.....	(167)
9—4	进入国际市场的渠道和方法.....	(169)
9—5	国际市场与政治环境.....	(170)
9—6	地理环境对开拓国际市场的影响.....	(171)
9—7	我国的外汇管理制度.....	(172)
9—8	外汇及其种类.....	(173)
9—9	外汇在国际经济往来中的作用.....	(174)
9—10	国际支付中所使用的主要货币.....	(175)

9—11	汇率变动对经济的影响·····	(176)
9—12	人民币汇率买入价与卖出价在进出口业务中的运用·····	(176)
9—13	外汇汇率的概念·····	(177)
9—14	汇率的标价方法·····	(177)
9—15	外汇牌价的买价、卖价、中间价·····	(179)
9—16	主要国际储备货币汇率变动对世界经济的影响·····	(180)
9—17	本国货币贬值对进出口的影响·····	(181)
9—18	本国货币升值对进出口的影响·····	(183)
9—19	国际收支·····	(183)
9—20	国际收支平衡表·····	(184)
9—21	外汇管制·····	(185)
9—22	外汇额度·····	(186)
9—23	外汇倾销·····	(186)
9—24	国际贸易及其形式·····	(187)
9—25	国际贸易惯例·····	(188)
9—26	商品倾销与反倾销·····	(189)
9—27	自由港和自由贸易区·····	(189)
9—28	出口加工区·····	(190)
9—29	最惠国待遇·····	(191)
9—30	申请商务出国与邀请客户来华的程序·····	(192)
9—31	出国举办或参加经贸展览会的审批及申请程序·····	(193)
9—32	国际广告及策划·····	(193)
9—33	外贸谈判及注意事项·····	(194)
9—34	谈判战术及其运用·····	(195)

9—35	国际贸易中常用的计量单位.....	(195)
9—36	商品运输包装及其种类、要求、标志...	(196)
9—37	出口商品销售包装的种类和要求.....	(197)
9—38	外贸合同的签订.....	(198)
9—39	关税.....	(199)
9—40	关税同盟.....	(200)
9—41	报关手续.....	(200)
9—42	我国进出口商品的报验及商检一般程序	(201)

十、关贸总协定

10—1	关贸总协定.....	(203)
10—2	关贸总协定的基本内容.....	(204)
10—3	加入关贸总协定可以享受的权利和要承担 的义务.....	(205)
10—4	关贸总协定的主要原则和规则.....	(206)
10—5	同关贸总协定有关的国际经济组织.....	(207)
10—6	最惠国待遇原则.....	(212)
10—7	国民待遇原则.....	(213)
10—8	互惠原则.....	(214)
10—9	关税减让原则.....	(214)
10—10	透明度原则.....	(215)
10—11	非关税壁垒.....	(216)
10—12	进口许可证制.....	(216)
10—13	贸易的技术性壁垒.....	(217)
10—14	出口信贷.....	(218)
10—15	出口信贷国家担保制.....	(219)
10—16	出口补贴.....	(220)