

现代农业产业技术 *一万个为什么*

中华人民共和国农业部 组编

市场 经济知识

1000 问



 中国农业出版社



现代农业产业技术一万个为什么

市场经济 知识

中华农业出版社

100 问

中华人民共和国农业部 组编

中 国 农 业 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场经济知识 100 问/中华人民共和国农业部组编.
北京: 中国农业出版社, 2009. 2
ISBN 978 - 7 - 109 - 13258 - 0

I. 市… II. 中… III. 市场经济一问答 IV. F014.3 - 44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 208956 号

责任设计 张 宇
责任校对 王静云
责任印制 杨小春

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 闫保荣

北京市联华印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 2.875

字数: 48 千字 印数: 1~10 000 册

定价: 6.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

[illegible]

黄太寿 黄向阳

本书编写 陶益清 臧日宏 苏 李

前言

党的十七届三中全会指出，农业发展的根本出路在于科技进步。为促进现代农业产业的发展，强化科研与生产实践的结合，促进农业技术推广、农村实用人才和新型农民培训工作，我们组织专家，创作编写了《现代农业产业技术一万个为什么》丛书。

这套丛书根据广大农民群众生产、生活需求，就主要农产品的现代产业技术以及农民需要了解的管理经营、转移就业和农村日常生活等方面的知识，以简单明了的提问、开门见山的回答、通俗易懂的文字、生动形象的配图，讲解了一万个问题，具有很强的针对性、实用性和可操作性。

希望这 100 本凝聚着众多专家智慧的图书，能够适应广大基层农技人员和农民的所想、所需，起到有益的指导与帮助作用。

许多专家参加了该套图书的编写、审定和绘图工作，在此一并表示感谢。

编委会

二〇〇九年三月

□□□□□□□□□□□□□□



18. 什么是农业承包合同？	15
19. 什么样的农业承包合同可以变更或者解除？	16
20. 什么是股份制企业？	17
21. 什么是股份有限公司？	17
22. 什么是有限责任公司？	18
23. 什么是农村经纪人？	18
24. 农村经纪人可以帮助我们干什么？	19
25. 怎样避免投资风险？	20
26. 风险与收益的关系怎样？	21
二、供求关系与价格	22
27. 什么因素影响商品的供给？	22
28. 供给怎样影响市场价格？	23
29. 农产品供给有哪些特殊性？	23
30. 什么因素影响需求？	24
31. 需求怎样影响商品价格？	25
32. 农产品需求有哪些特殊性？	26
33. 什么是均衡价格？	26
34. 农产品价格形成的基础是什么？	27
35. 农产品价格的影响因素有哪些？	28
36. 什么是农产品支持价格？	28
37. 怎样预测蔬菜的市场需求？	29
38. 怎样预测肉类产品的市场需求？	30
39. 怎样预测奶类产品的市场需求？	31



40. 怎样预测蛋类产品的市场需求?	32
41. 怎样预测水产品的市场需求?	33
42. 怎样预测水果的市场需求?	33
43. 为什么“谷贱伤农”?	34
三、生产与消费	36
44. 怎样理解企业的营利性?	36
45. 什么是生产要素?	36
46. 什么是边际报酬递减规律?	37
47. 什么是无形资产?	38
48. 农户核算时怎样纠正成本不全的问题?	39
49. 怎样理解农户核算时成本计价标准的 不统一?	39
50. 农户怎样计算经济效益?	40
51. 农业生产效益形成有什么特点?	41
52. 什么是无公害食品?	41
53. 什么是绿色食品?	41
54. 什么是有机食品?	42
55. 有机食品与其他食品有什么区别?	42
56. 什么是机会成本?	43
57. 消费者有哪些权益?	44
58. 怎样抓住消费者的购物心理?	45
四、股票 债券 金融市场	47
59. 什么是金融市场?	47



- 60. 为什么不要被预期收益所迷惑? 47
- 61. 炒股票可以成为致富的途径吗? 48
- 62. 股票的理论价格是怎么来的? 49
- 63. 股票交易价格还受什么因素影响? 50
- 64. 如何看行情表? 51
- 65. 什么是债券? 52
- 66. 怎样进行债券投资? 53
- 67. 怎样应对“次贷危机”? 54
- 68. 怎样根据利率水平的变化运筹手中的
资金? 55
- 69. 什么样的金融资产可以保值? 56
- 70. 怎样认识商业银行? 56
- 71. 普通商业银行可以创造货币吗? 57
- 72. 什么是通货膨胀? 58
- 73. 普通百姓怎样应对通货膨胀? 58
- 74. 治理通货膨胀能预防通货紧缩的发生吗? 59
- 75. 通货紧缩的危害是什么? 60
- 76. 什么是外汇? 60
- 77. 什么是人民币升值? 61
- 78. 人民币升值有哪些利弊? 62
- 79. 我们应怎样应对人民币贬值? 62
- 80. 什么是外汇储备? 63
- 81. 如果外汇储备少会出现什么问题? 64
- 82. 外汇储备过多我们该做什么? 64



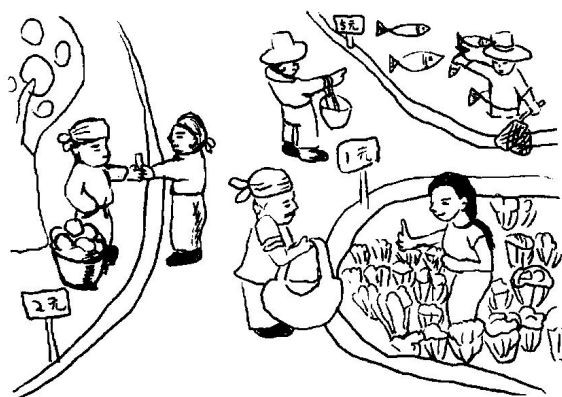
五、市场经济的调控	66
83. 怎样理解公共产品？	66
84. 什么是市场失灵？	67
85. 政府怎样进行宏观调控？	67
86. 中央银行调整法定存款准备金率时预示 着什么？	68
87. 扩张性的货币政策时期我们该做什么？	69
88. 紧缩性的货币政策时期我们该怎样做？	70
89. 怎么应对泡沫经济？	70
90. 什么是基尼系数？	71
91. 政府怎样干预产品价格？	73
92. 什么是农业补贴？	74
93. 政府如何进一步增加农业农村投入？	75
94. 什么叫粮食安全？	75
95. 怎样建设高效农业？	76
96. 什么是农业可持续发展？	76
97. 怎样增强农村金融服务能力？	77
98. 什么是农业保险？	78
99. 为什么要扩大内需？	79
100. 什么是出口退税？	79

一、市场与市场行为

1. 什么是市场经济？

市场经济是以市场为取向，通过市场机制来配置社会资源的一种经济形态。

所谓市场取向就是经济的运行以市场为基础，将市场机制置于一切社会资源的枢纽地位。社会的生产、流通、分配和消费主要依靠市场机制来调节。



市场经济的核心是价格，通过价格进行资源的



配置。

2. 市场经济有哪些基本特征？

市场经济条件下，随着工业的扩张，工业取代农业占据了社会经济的主导地位，市场营销成为最普遍的经营形式，由此引发了一系列深刻的变化，即：①经济由封闭走向开放；②生产机械化程度提高；③科学化程度提高；④雇工经营；⑤生产专业化和社会化；⑥企业成为最基本的经济组织形式；⑦私有制范围扩大；⑧利润成为直接生产目的；⑨生产要素资本化；⑩实行市场机制；⑪广泛而激烈的市场竞争；⑫政治民主；⑬制度规范化；⑭对外扩张和全球化。

中国的市场经济与发达国家相比，还有许多不完善的地方，突出的特点是大家对市场信息的反应不灵敏。表现在农村市场是市场机会抓不住，等大家意识到生产某种产品有利可图时，经常是市场已经饱和，接下来的一哄而上不仅赚不到钱，相反，还常常造成市场商品的供大于求，出现卖难问题，使投资变得血本无归。

3. 怎样理解市场？

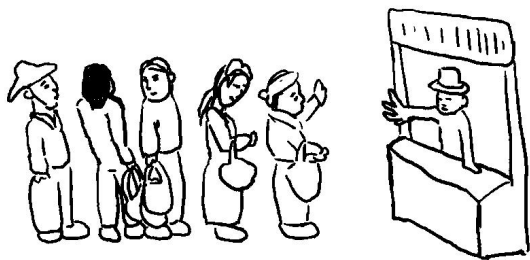
市场是商品经济发展过程中为产、供、销各方提供交换场地、交换时间和其他交换条件，以此实现商品生产者、经营者和消费者各自的经济利益的场所。



生产者通过市场出售所生产的商品，以实现产品的价值，从而获得销售收入和利润，使得其在再生产活动处于良性循环之中；经营者通过在市面上的低价购买、高价出售获得经营收益；消费者则是通过在市面上购买商品，来达到消费商品的目的。根据市面上交易双方的地位不同，市场分为买方市场和卖方市场。

(1) 卖方市场就是价格及其他交易条件主要决定于卖方的市场。由于市场供不应求，买方之间展开竞争，卖方处于有利的市场地位，即使抬高价格，也能把商品卖出去，从而出现某种商品的市场价格由卖方起支配作用的现象。这种状况的出现可能是因为在现行的价格水平下，某种商品的供给远小于需求，也可能是因为发生严重的自然灾害而导致某种产品的短缺。

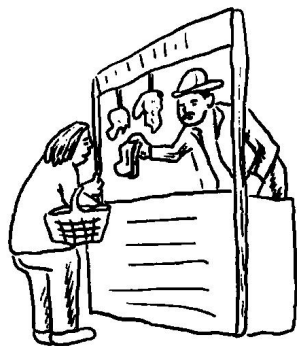
卖方市场又被称为短缺经济。在卖方市场上人们最常见的现象就是顾客们必须排长队购买他们所需要的商品。



(2) 买方市场就是价格及其他交易条件主要决定于买方的市场。由于市场供过于求，卖者之间展开竞争，为了减少自己的过剩存货，他们不得不接受较低的价格。



格。这样就出现了某种商品的市场价格由买方起支配作用的现象。买方市场的存在决定了生产和价格长期运动的方向,预示着生产或价格的下降或两者同时下降,这种情况一直持续到供求关系在某种价格水平上重新相对平衡为止。



买方市场的市场表现为商品的积压。

4. 市场有哪些种类?

市场类型是多种多样的,按照不同的标准,可以划分成不同的类型。按产品的自然属性划分,可分为商品市场、金融市场、劳动力市场、技术市场、信息市场、房地产市场等;按市场范围和地理环境划分,可分为国际市场、国内市场、城市市场、农村市场等;按消费者类别划分,可分为中老年市场、青年市场、儿童市场、男性市场、女性市场等。

5. 怎样理解市场结构?

市场结构是指按竞争程度所划分的市场类型,它反映的是竞争程度不同的市场状态。经营者应该根据市场结构的不同,选好自己应该进入哪个市场。



(1) 完全竞争市场。表现的特征为：

一是市场上有大量的买主和卖主，他们买卖的商品都只占市场上买卖商品总量的一小部分，以至于每一个市场进入者对市场价格的形成不产生任何影响，每一个主体的行为都是独立的，都不能控制市场，从而都是价格的接受者，而不是价格的制定者。

二是产品是同质的、没有差别的。即任何一个生产者的产品在所有买者看来都是完全相同的，不存在选择的问题，表明经营者间可以进行平等竞争。

三是生产要素在行业间自由流动，我们可根据市场价格与利润的变动，自由地进入或退出市场，从而使生产要素的配置不断地得到调整。

四是买主和卖主对市场信息非常了解，所有的生产者和消费者都有条件作出合理的消费选择和生产选择。所以，企业无须把很多精力放在营销上。

需要说明的是，完全竞争市场是一种理论抽象。在现实生活中可以说是几乎不存在的。其意义在于对竞争关系和过程进行典型分析。

(2) 垄断竞争市场。表现的特征为：

一是市场上，存在着许多买主和卖主，他们买卖的商品只占市场买卖商品总量的一小部分，且产品间存在可替代性，彼此之间存在着竞争。

二是产品不是同质的，而是在质量、花色、式样、包装、服务等方面存在差异，购买者因此而存在购买偏好。

三是市场上由于同行企业较多，新企业随时可进入。



四是交易双方能够得到较充分的信息。

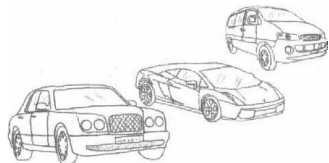
垄断竞争市场是介于完全竞争市场和完全垄断市场之间的一种类型，既有竞争的一面，又有垄断的一面，主要特征是产品具有某些差异和特色。现实生活中，一般的日用工业品就属于这种类型。

(3) 完全垄断市场。卖方只有一个，产品市场完全由一家企业单独经营；由于各方面原因的限制，其他企业不可能进入。没有相似的替代品，这样，就基本没有竞争，对企业来说，营销活动也比较简单，主要是根据市场需求状况安排产销。

现实生活中，完全垄断的情况比较多见于公共事业部门，如城市供水、供电、邮政、铁路运输等部门。

(4) 寡头垄断市场。市场上某一行业的某种产品由为数不多的几家大企业控制其绝大部分的产销量，这些卖者的行为相互影响，在市场中具有举足轻重的地位，新企业很难进入。

为了避免过分竞争引起的两败俱伤，寡头垄断者一般都存在一定的默契，因而使市场价格比较稳定。如汽车、钢铁、石油、有色金属等行业属于这类市场。



6. 市场有哪些功能？

市场的功能通常表现为以下几个主面：