



世界市场全书

主编：顾海良 姚开建 胡晓林

世界各国特殊 商品市场管理

崔珣 张占平 方震康 雷声 编著

THE WORLD MARKET SERIES

中国大百科全书出版社

世界各国特殊 商品市场管理

崔 筠 张占平 编著
方震康 雷 声

中国大百科全书出版社

《世界市场全书》序言

现在奉献给广大读者的百卷本《世界市场全书》，是在我国遵循着邓小平同志理论和路线，创立有中国特色社会主义市场经济体制的历史时期，为了借鉴和利用当今世界主要国家和地区的市场经济、市场体系的正反两面经验所作出的科学性的介绍、分析和评价。

在现代市场经济体制中，市场及其机制（主要如供求机制、价格机制、竞争机制）是资源配置的基本手段，对国民经济的发展发挥着极其重要的支配性作用。但是，各国的历史都表明，市场经济及其机制本身也有“失灵”、“缺陷”和“危机”，因而国家干预、宏观调控、社会保障，普遍为各市场经济国家所采用。所以现代市场经济，可以说是与这三个方面相结合的市场经济。在这里，国家干预的作用，不是削弱市场经济及其机制，而是弥补其“缺陷”，并给予政策导向，让市场以及市场机制更充分地发挥其作为社会资源有效地配置的基本作用。经过长达数百年的发展，特别是二次大战以来，随着科技、信息、交通的迅速进步和经济、金融日益全球化，市场经济

和市场体系日臻完善。一方面,消费市场、资本市场、劳动市场、技术市场、货币市场、信息咨询市场等高度发达;另一方面区域市场、国内统一市场和世界市场多层次交错联系。市场机制运作和交易过程也更趋向有序化了。

审视现代市场经济体制发展的新情况、新特点,根据我国社会主义市场经济体制发展的现实,《世界市场全书》的编者们颇具匠心,把全书前五卷的主题分类定为:世界商品市场、世界金融市场、世界劳动市场、世界技术市场与信息咨询市场和世界文化市场。这五卷展示了世界各国和我国台湾、香港地区异彩纷呈的市场体系。全书的后五卷,则以世界市场形式、世界市场营销、世界市场管理、世界市场制度、世界市场组织为主题,详述了现代市场经济中市场操作规范、市场管理体制、市场运营机制和运行过程。所有这些,可以说是构成了一幅世界市场的“清明上河图”。

当今世界各具特色的市场经济模式的形成与发展,都不是一蹴而就的。无论古典市场经济体制向现代市场经济体制的过渡,还是现代市场经济体制自身的不断改革,无不经历过艰难曲折,无不遭受过挫折失败。正是经过不断实践不断探索,一些较为发达的市场经济体制才得以逐步崛起。《世界市场全书》设立的每一主题中,都展示了世界各国和我国台湾、香港地区在建立和发展各自的市场、市场体系过程中的成败得失。所有这些,对于

我国社会主义市场经济体制的建立和发展将会有所借鉴。

不同国家的市场经济体制是不可能完全类同的，单纯的模仿是不可能建立起有效的市场经济体制的。即使在社会制度相同的国家，由于各国国情不同，最终形成的市场经济模式也是有极大的差异的。从我国国情出发，走社会主义现代化道路，注重借鉴、比较，立足创新、实践、总结，这应该是我们发展具有中国特色的社会主义市场经济的正确态度和方法。这正是百卷本《世界市场全书》的宗旨吧。

《世界市场全书》各卷的主题和内容注意务实性、知识性、针对性、普及性和可读性；并且还介绍了一些以前我们了解不多、甚至有所误解的问题。对于开阔我们的思路，拓展我们的视野，如果能有所帮助，将是对编者们的最大鼓励。

《世界市场全书》是在一批老专家和出版家的指导下由一批中青年学者和出版者分工主笔完成的。这是继我国伟大的文化工程《中国大百科全书》完成后，中国大百科全书出版社在编辑出版大型系列丛书方面的一次有益的尝试，我衷心祝愿并确信这一尝试会获得成功。

汪道涵

1995年5月16日

内 容 提 要

本书简要地介绍了世界主要国家在药品市场、麻醉药品及精神药品市场、烟草市场和军火贸易方面的情况,侧重阐述了世界主要国家关于特殊商品市场管理的基本状况,概括地分析了世界主要国家对不同类特殊商品市场管理的异同和对同类商品市场管理的特点,从而使广大读者可以较好地把握世界主要国家特殊商品市场管理的现状和未来的发展趋势。



百卷本《世界市场全书》编辑工作委员会

专家团：蒲山 吴大琨 王传纶
李琮 黄范章 王林生
陈宝森 杜厚文 李长久
总策划：胡晓林
主编：顾海良 姚开建 胡晓林

分卷主编：

世界商品市场卷	朱立南
世界金融市场卷	张雷声
世界劳动市场卷	顾海良
世界技术与信息咨询市场卷	孔祥智
世界文化市场卷	骆公
世界市场形式卷	顾海良
世界市场营销卷	郭国庆
世界市场管理卷	艾春岐
世界市场制度卷	于同申
世界市场组织卷	朱立南

徐茂魁
迟建华

《世界市场全书》是继我国伟大的文化工程《中国大百科全书》完成后，中国大百科全书出版社在编辑出版大型系列丛书方面一次有益的尝试，我衷心祝愿并确信这一尝试会获得成功。——汪道涵

百卷本

世界市场全书

顾海良 姚开建 胡晓林 主编

中国大百科全书出版社

百卷本《世界市场全书》分卷书目

001. 美国商品市场
002. 西欧商品市场
003. 日本商品市场
004. 发展中国家商品市场
005. 世界金属与矿产品市场
006. 世界能源市场
007. 世界化工产品市场
008. 世界机电产品市场
009. 世界纺织品与服装市场
010. 世界农林水产品市场
011. 世界证券市场运作
012. 世界外汇市场运作
013. 世界金融期货市场运作
014. 美国金融市场
015. 西欧金融市场
016. 北欧金融市场
017. 日本金融市场
018. 新兴工业国金融市场
019. 发展中国家金融市场
020. 港台地区金融市场
021. 美国劳动市场
022. 西欧劳动市场
023. 北欧劳动市场
024. 日本劳动市场
025. 亚太新兴工业国和地区的劳动市场
026. 发展中国家劳动就业政策概观
027. 世界主要国家社会保障制度概观
028. 世界主要国家经济发展中劳动市场的变化
029. 世界主要国家公务员制度
030. 世界主要国家市场与技术贸易
031. 世界信息咨询市场
032. 美国技术市场与信息咨询市场
033. 日本技术市场与信息咨询市场
034. 日本技术市场与信息咨询市场
035. 世界专利制度
036. 世界知识产权的保护与转让
037. 世界各国知识产权的信息咨询业
038. 世界市场的技术情报战
039. 世界文化市场概览
040. 世界文化旅游市场
041. 世界文物市场
042. 世界艺术品市场
043. 世界艺术表演市场
044. 世界艺术表演市场
045. 世界艺术表演市场
046. 世界艺术表演市场
047. 世界艺术表演市场
048. 世界艺术表演市场
049. 世界艺术表演市场
050. 世界艺术表演市场

051. 世界市场形式的发展与未来
052. 世界各国百货商店
053. 世界各国超级购物中心
054. 世界各国连锁店
055. 世界各国连锁店
056. 世界各国连锁店
057. 世界各国连锁店
058. 世界各国连锁店
059. 世界各国连锁店
060. 世界各国连锁店
061. 世界各国连锁店
062. 世界各国连锁店
063. 世界各国连锁店
064. 世界各国连锁店
065. 世界各国连锁店
066. 世界各国连锁店
067. 世界各国连锁店
068. 世界各国连锁店
069. 世界各国连锁店
070. 世界各国连锁店
071. 世界各国连锁店
072. 世界各国连锁店
073. 世界各国连锁店
074. 世界各国连锁店
075. 世界各国连锁店
076. 世界各国连锁店
077. 世界各国连锁店
078. 世界各国连锁店
079. 世界各国连锁店
080. 世界各国连锁店
081. 世界各国连锁店
082. 世界各国连锁店
083. 世界各国连锁店
084. 世界各国连锁店
085. 世界各国连锁店
086. 世界各国连锁店
087. 世界各国连锁店
088. 世界各国连锁店
089. 世界各国连锁店
090. 世界各国连锁店
091. 世界各国连锁店
092. 世界各国连锁店
093. 世界各国连锁店
094. 世界各国连锁店
095. 世界各国连锁店
096. 世界各国连锁店
097. 世界各国连锁店
098. 世界各国连锁店
099. 世界各国连锁店
100. 世界各国连锁店



百卷本《世界市场全书》编辑出版人员

社	长	单基夫	李	小	文
邓	冯雪明	卢鼎霍	杨	哲	陈丽君
贺亚麟	戴中器	王勤	李凌云		
王勤					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					
李凌云					

目 录

世界各国特殊商品市场管理

一、世界各国特殊商品市场管理概论	1
1. 特殊商品市场的一般概念	1
2. 特殊商品市场管理的特殊性	2
二、世界各国药品市场管理	6
1. 世界各国药品市场概述	6
2. 世界各国药品市场管理	18
三、麻醉药品及精神药品市场的国际管理	43
1. 麻醉药品及精神药品的滥用与国际走私 贩毒概况	44
2. 麻醉药品及精神药品市场的国际管理体系	46
3. 麻醉药品及精神药品市场的国际性管理措施	49
四、世界各国烟草市场管理	53
1. 烟草国际市场概述	53
2. 世界主要国家烟草市场管理	69
五、国际军火贸易	102
1. 国际军火贸易的范围	102
2. 国际军火贸易发展概况	103

3. 国际军火贸易的出口国与进口国	110
4. 国际军火贸易市场的演变	124
5. 国际军火贸易方式	128
6. 世界主要国家对军火贸易的管理及有关法规	131
7. 军火贸易的政策	135
8. 军火贸易与国民经济	142
9. 国际军火贸易的发展前景	149

一、世界各国特殊商品 市场管理概论

1. 特殊商品市场的一般概念

商品市场是市场体系结构的一个重要组成部分,也是最具有基础性的、发育最早的、现今较为完善的市场。从商品用途的特点来看,由于商品具有不同的自然属性,不同使用价值的商品具有不同的用途,因而依据商品用途,商品市场可分为消费品市场和生产资料市场。消费品是人类用以维持自身生活并发展自身技能、智力等所需的商品;消费品市场则是从事消费品交易的场所,是为个人提供最后的、直接的消费品的市场。它主要包括食品市场、服装市场、用品市场、住房市场和自行车、小轿车市场等。生产资料是除供人类直接消费的生活资料之外的生产性物质资料的总称,包括钢铁及成材、原木及成材、水泥及水泥制品、煤炭及焦炭、化工原料、橡胶及轮胎、汽车及摩托车、机动船舶、仪器仪表、轴承、工具、电线及电缆、气体钢瓶、火药及雷管等;生产资

料市场则是从事生产资料商品经营销售,以满足生产消费需要的经济活动领域,它主要由工业生产资料市场和农业生产资料市场构成。由此可见,商品市场一般是指有形物质商品的市场。

在商品市场所经营的有形物质商品之外,还存在着一些商品市场无法经营的有形物质商品,如一般药品、麻醉药品及精神药品、烟草、军火等。这类商品的特殊的使用价值使其成为特殊商品,经营特殊商品的领域就成为特殊商品市场。

2. 特殊商品市场管理的特殊性

特殊商品在生产和流通中的特殊性,决定了特殊商品市场管理的特殊性。这种特殊性主要表现在以下三个方面:

①世界各国政府对特殊商品市场的管理明显不同于一般商品市场。就管理手段而言,世界各国政府对一般商品市场的管理主要采用经济手段,运用税收、信贷、价格等经济杠杆,改变商品市场的经济参数,调节供求关系,引导商品市场的发展;同时辅之以行政手段和法律手段。运用行政手段,主要制定有关商品市场行为的条例、政策和规章制度及其实施办法;运用法律手段,主要是依靠国家政权的力量,制定法律、法规,对商品市场行为实行约束和强制。通过运用经济手段、行政手段和

法律手段来保证一般商品市场的顺畅运转。世界各国政府对特殊商品市场的管理则主要采用严格的管制办法,制定一系列法律、法规条文,规范其市场行为。例如,在对药品市场的综合管理上,世界大多数国家都制定了《药品法》、《药品生产质量管理规范》、《药品包装法》、《药品标量法》等。

就管理组织而言,世界各国政府在对一般商品市场的管理中,都根据本国的市场管理体制设置了相应的管理机构。这些管理机构主要由立法和决策机构、主管部门、专门管理机构、计划组织和民间管理机构组成。在特殊商品市场管理中,世界各国政府所设置的管理机构则具有专门性。在管理药品市场上有专门的管理机构——国家医药管理机构,行使国家药政管理的权力,对药品市场进行监督和控制;在管理烟草市场上有专门的管理机构;在管理军火贸易上也有专门的管理机构,如美国有武器出口管理局,法国有总军备署,英国有军品销售局等。

②世界各国政府对不同类特殊商品市场的管理既具有共同之处,也有不同之处。特殊商品包括药品、烟草、军火等不同类型。世界各国政府对不同类特殊商品市场管理的共同之处就在于都实行了严格的管制。药品的质量直接关系到民众的健康和生命安全,世界各国政府对药品的研制、生产、销售、临床运用、进出口等都采取了严格的管制措施,从而避免其不良后果。烟草及烟

草制品也是危害人类健康的一种特殊的消费品,世界各国政府通过税收和立法形式对吸烟的场所、吸烟者的年龄、卷烟的焦油含量等都作了严格的限制,对卷烟广告采取了严厉禁止的措施。军火更是一种危险品,它是进行战争的工具,世界各国政府对此都有严格管制的措施。美国的军火出口批准权属于总统。在一般情况下,总统可委托国务院办理,国务院负责政策的部门进行审查,由国务卿代理总统批准。如果某项军火出口达到法律所允许的数额时,必须报请国会审查,如果国会对某项军火出口有异议,总统可重新考虑;如果总统认为该项军火出口对国家安全至关重要,他有权作出最后决定。

世界各国政府对不同类特殊商品市场管理也有不同之处。也就是说,在严格管制上具有不同的特点。由于不同类特殊商品具有不同的特殊使用价值,因而依据其特定的用途,各国政府在严格管制其市场的同时也考虑到各自的特点。在药品市场的管制中采取了严格的封闭型窄渠道销售,其主要方式有专卖制、专营制和调拨制;在烟草市场的管制中主要采取了课以重税的方式,使其成为世界各国财政收入的一个重要来源;在军火贸易的管制中则以立法为主,以一系列的法律、法规条文作为军火贸易管理实施的依据。

③世界各国政府对同类特殊商品市场管理具有不同的特点。一般药品市场与麻醉药品及精神药品市场是

药品市场的组成部分。一般药品市场已是特殊商品市场,麻醉药品及精神药品市场则是“特殊中的特殊”市场。世界各国政府对这二者的管理必然会具有不同的特点。一般来说,对于一般药品市场的管理可以依靠各国政府通过制定法律、法规,设立医药管理专门机构,实行药品专利制度,对药品的研制、生产、销售、临床运用、进出口进行综合管理;但是,对于麻醉药品及精神药品市场的管理则需要采取国际化的特殊管理方式。

麻醉药品及精神药品如可卡因、海洛因、大麻等,既具有医治疾病的医疗价值,也具有较大的毒副作用,使用不当,便会危害人体健康;麻醉药品及精神药品的种植、生产、贩运、销售、吸食任何一个环节如有差错,都会带来严重的社会问题。对麻醉药品及精神药品市场的管理采取了由国际社会来管理的方式,设立国际性的管理机构,如联合国麻醉药品管理委员会、国际麻醉药品司、国际麻醉品管理局等,制定了国际性管理公约,如海牙国际阿片公约、国际阿片管理委员会等,采取了国际性管理措施,如根据麻醉药品及精神药品的特殊性进行分类供应管理,进行登记注册后投放市场管理,进行规定销售渠道、出具医疗处方、取缔非法市场的销售管理。

二、世界各国药品市场管理

1. 世界各国药品市场概述

“药品”这一概念在美国国会通过的《食品、药物和化妆品法》中被定义为“由于诊断、医治、镇静、治疗或预防人或其他动物疾病的商品”，以及“用于影响人体或其他动物身体结构和功能的商品”。

目前，世界各国对药品的分类方法和标准尚不完全一致。但总的来说可以分为处方药品和非处方药品两大类。处方药品一般是指必须经过注册登记的医院或开业医师的医疗处方才能销售给患者的药品，它不能由生产制造商或经销商直接向公众销售。许多国家将处方药品的销售与本国的医疗保健体制相结合，并将其中一些药品列入国家补贴目录之中。非处方药品一般是指民众使用较为安全，不需经医师处方即可直接由市场购买的药品。世界各国的有关管理部门都规定必须在这类药品标签上标明服用方法及注意事项。这类药品一般都

是适用于容易诊断和治疗的病症,服用也不复杂,反复使用不会产生依赖性 or 抗药性,经长期使用疗效和副作用都很清楚的制剂药或普通药品。一般不列入国家的补贴计划。

(1)当代国际药品市场的主要特点

在第三次技术革命的影响下,世界范围的社会生产力和国际生产关系有了巨大发展和深刻变化。随着各国人民生活水平的不断提高和对医疗保健的日趋重视,药品市场发生了很大的变化,呈现出下列一些新特点:

①药品的生产和流通日益趋于国际化。随着医药科学知识、生产技术的不断发展与完善,现代药品的研制生产已经进入了高科技时代,已经由简单的细胞生物化学水平进入到高分子细胞生化水平。一种优秀的新药品研制大约需要耗费 1 亿美元以上的经费,并需要 10~15 年时间。许多国家已经作出规定,新药品必须比现用同类药品在医疗上有更多的优点,才能获得批准,即使获准生产,也难以争取到适当的市场份额。这就促进了各国加紧联合研制。在生产药品中,世界一些大型制药公司纷纷进行国际性合作生产经营,根据药品市场需求的变化联合研制开发新药。

西方发达国家的资本过剩和国内市场相对缩小也促进了药品国际贸易的扩大,世界一些大型制药公司正通过子公司、代理经销商等销售网络源源不断地将药品