



张道根 徐礼莱 主编

现代市场 经济手册



上海科学技术文献出版社

现代市场经济手册

张道根 徐礼莱 主编

上海科学技术文献出版社

(沪)新登字301号

现代市场经济手册

张道根 徐礼莱 主编

•

上海科学技术文献出版社出版发行

(上海市武康路2号 邮政编码 200031)

全国新华书店经销

上海科技文献出版社昆山联营厂印刷

•

开本 850×1168 1/32 印张 27.5 字数 665,000

1993年12月第1版 1993年12月第1次印刷

印数: 1—2,000

ISBN 7-5439-0270-2/Z·566

定价: 29.80元

《科技新书目》298-301

现代市场经济手册

主 编 张道根 徐礼莱

编写人员(按姓氏笔划为序):

卢勤忠	朱玉玲	朱志晟	任国金	沈建明
杨伟新	张 焯	张道根	周冯奇	周丛根
陆爱勤	陈 维	邹宜斌	胡立信	徐礼莱
唐 晖	黄力奋	崔大沪	鲍 杰	戴永盛

MAX 6/07 02

主编简介:

张道根 男,1957年7月生,安徽合肥人,经济学博士。现为上海社会科学院经济研究所副研究员,市场经济研究中心副主任。自1985年以来,张道根在《经济研究》、《经济学家》、《解放日报》等报刊发表经济论文百余篇。出版了《经济发展与收入分配》、《市场变动与国民经济总体运行》等著作。主要研究社会主义经济改革与市场经济理论。

徐礼莱 男,41岁,上海社科院国际金融研究室负责人,上海期货期权交易研究中心副主任。1987年获硕士学位,次年成为褚葆一教授的在职博士研究生。1989年赴美国哥伦比亚大学作一年半的学术研究活动并在纽约州立大学讲学。1992年对澳大利亚进行了学术访问。曾多次参加国际性学术研讨会,两篇论文在美国权威刊物发表,为美国中央银行旧金山亚太研究中心的海外成员,美国亚洲研究局已将其研究课题和成果收入将于1993年出版的《亚洲问题专家及其研究课题指南》。

前 言

党的十四大确立了我国经济改革的目标，是建立社会主义市场经济的体制，明确肯定了市场经济将成为我国国民经济运行的基础性机制。然而，由于几十年传统的计划经济体制的熏陶，长期以来把市场经济看成是资本主义专利的传统错误观念的影响，使人们对市场经济理论十分陌生，甚至反感、厌恶。对于市场经济将对每个人带来什么影响，引起经济运行各方面怎样的变化，人们更是模糊不清，无所适从。我们编写这本《现代市场经济手册》的目的，就是为了系统地向人们介绍现代市场经济的基本理论、基本知识，希望能有助于各阶层人士了解市场经济，认识错综复杂、千变万化的市场，把握机会，理性决策。

本书以介绍、阐释现代市场经济知识为中心，分七篇，由一般到特殊，由抽象到具体，展开对市场经济基本理论和具体运作知识的全景式描述。第一篇扼要解答市场经济的性质、特点、基本机制，特别是社会主义市场经济的一些基本理论知识。第二至四篇分别介绍了市场经济条件下，个人、企业、政府各自如何选择和决策。诸如，个人在市场经济中如何进行工商实业投资、股票、债券投资、房地产投资等问题，以及个人作为消费者怎样保护自己的权益等。企业在市场经济中如何进行市场调查、分析，怎样制定经营战略，如何实施市场战略、扩展销售等问题。还较为系统地介绍和阐释了市场经济中企业组织制度形式和内部科学管理知识。市场经济中国家应当怎样管理、协调国民经济，也做了较详细的介绍和分析。在第五篇中，涉及了现代市场经济中许多综合性知识和原则，诸如金融借贷、社会保险方面的选择和决策问题，期货市场和期货、期权交易问题，现代会计制度统计和审计问题等，都作了较为详尽的论述。市场经济必然是更大限度的对外开放。第六篇专

门分析、解答了对外贸易、利用外资、关税与贸易总协定、国际承包和租赁、外汇贷款、涉外保险等问题。本书的第七篇则专论现代市场经济中的法律、法规问题。现代市场经济的基本秩序、规则，主要是通过法律、法规这种规范化、强制性措施来保护的。不建立一整套适用现代市场经济发展的法律体系，社会主义市场经济难以稳定、规范。所以，本书分专篇予以系统阐释。

本书既然以系统地介绍、阐释现代市场经济的知识为中心，因此它必然要大量吸收、借鉴、利用国内外经济学和法学的知识成果，因涉及甚广实难以一一列出，谨在此特表歉意。当然，由于本书的撰写者中，许多人都论著很多，对现代市场经济诸多领域、许多问题有过较深入研究和独特见解，在书中保留了我们赞同的一些独特见解。无疑，这必须是言之有理、持之有据的见解。为了使读者对现代市场经济有一个较全面的认识，书中适当介绍了一些资本主义国家现代市场经济的管理与运行方法。

本书篇幅巨大，内容繁杂，涉及的是市场经济这一全新的领域。本书之所以能在较短的时间内完稿出版，主要是依靠本书撰稿者数月苦战，靠编写组人员通力合作。这里特别要指出的是，朱志晟、鲍杰、杨伟新、陈维同志协助主编参与了部分篇章的编审、修改工作，没有他们的努力，本书很难及时、顺利完成。最后，还要感谢上海社科院经济所的雍文远、袁恩桢、李鸿江等老师，他们给予编写者不少的指导与帮助。此外，还必须指出，如本书有错误或疏漏也是主编的责任，同其他同志无关。

建设社会主义的市场经济将是一个较长的过程，市场经济的形成、发展过程中将不断出现新情况、新问题，本书不可能概览所有方面，涉及各种问题。但愿本书的基本知识能帮助您更好地分析、预测市场经济中的各种问题，对您的选择、决策有所启迪。我们期待着批评，也希望进一步根据读者的需要，来修订、增补、完善本书。

张道根

1992.12.

目 录

第一篇 市场经济总论

1. 什么是市场经济, 它的基本特征是什么	3
2. 市场经济与商品经济有何异同	3
3. 市场经济和计划经济是怎样一种关系; 市场经济体制和计划经济体制又是怎么回事	4
4. 市场经济的基本主体到底是谁	5
5. 什么是社会主义的市场经济, 怎样理解	6
6. 我国为什么要搞社会主义市场经济	8
7. 完全竞争的市场经济有何特点	9
8. 垄断竞争的市场经济是怎么回事	9
9. 世界上市场经济有哪几种类型	10
10. 市场经济中的市场失效是怎么回事	12
11. 市场经济中政府干预失灵是什么原因	12
12. 市场经济中计划与市场是怎样结合的	13
13. 市场经济正常运行的基本条件有哪些	14
14. 什么是产权、产权关系, 它在市场经济中起何作用	15
15. 社会主义市场经济中产权的基本形式和结构是怎样的	16
16. 我国国营企业产权形式存在哪些问题	17
17. 市场经济中收入分配有哪些原则	19
18. 市场经济中平等与效率的关系怎样	20
19. 市场经济运行的基本特征	21
20. 市场经济主要通过什么信号配置资源	22
21. 市场经济运行的动力机制是怎样的	23
22. 市场经济为何必须要有发达的完善的市场体系	24
23. 什么是市场体系, 它包含哪几层意思	25
24. 商品市场的涵义及特点	26
25. 劳动力市场的涵义和特点	27
26. 资金市场的涵义及特点	28
27. 技术市场的涵义及特点	29
28. 房地产市场的内涵及特点	31

29. 外汇市场是如何运转的, 功能怎样	32
30. 怎样看待区域市场	33
31. 国内统一市场意味着什么	34
32. 世界市场的涵义和特征	36
33. 什么是批发贸易市场, 什么是零售市场	37
34. 现货市场和期货市场有何区别	38
35. 拍卖市场是怎样的	39

第二篇 市场经济中个人经济活动

一、个人工商实业投资	43
1. 私人企业和个体工商户如何申请开业	43
2. 私人企业和个体工商户怎样到银行办理开户	44
3. 个体户和私营企业财会人员如何向银行解送和领取现金	45
4. 个体户和私营企业如何委托银行办理转帐结算	46
5. 私营企业主和个体户主应了解哪些税法知识	47
6. 私营企业和个体户如何向税务机关办理税务登记	48
7. 私营企业和个体户如何交纳税金和管理费	49
8. 私营企业主和个体户主应了解哪些经济合同知识	51
9. 私营企业和个体户主如何签订经济合同	52
10. 私营企业和个体户怎样向金融机构申请贷款	53
11. 私营企业和个体户在进行经济核算时应设立哪些帐户	55
12. 私营企业财会人员和个体户主应掌握哪些记帐基本原理	56
13. 个体户主和私营企业财会人员如何正确填制会计凭证和正确记帐	58
14. 个体户和私营企业如何编制会计报表	60
15. 私营企业和个体户如何避免各种不可抗力风险	61
二、个人的证券投资	64
1. 证券投资能带来哪些收益	64
2. 证券投资有哪些风险	66
3. 个人进行股票投资应有哪些心理准备	67
4. 委托买卖股票有哪些程序和手续	69
5. 投资者在委托买卖股票时需注意哪些问题	71
6. 投资者如何选购合适的股票	72
7. 投资者如何看懂股票行情表	74
8. 投资者在购买股票时应掌握哪三大股价分析指标	76

9. 投资者如何阅读和分析公司财务报表	77
10. 投资者如何对股市进行基本因素分析和技术分析	80
11. 投资者如何选择买卖股票的时机	83
12. 投资者应掌握哪些基本的投资技巧	85
13. 投资者如何进行保证金信用多头交易	86
14. 投资者如何进行保证金卖空交易	88
15. 个人投资者如何进行股票期权交易	88
16. 投资者如何进行股票指数期货交易	90
17. 顾客如何进行债券投资	91
18. 投资者如何进行利率期货交易	92
三、个人房地产投资	95
1. 个人房地产投资有哪些主要形式	95
2. 我国居民个人如何取得、转让、出租和抵押终止土地使用权	96
3. 我国居民个人到底是买房合算, 还是租房合算	98
4. 我国居民如何购买房产	99
5. 我国居民个人购买住房的价格是怎样计算的	101
6. 居民个人如何筹措住房抵押贷款	102
7. 个人购买房产应掌握哪些投资技巧	103
8. 我国居民如何出租房屋	105
四、个人黄金、艺术品和古董投资	107
1. 黄金的特性及黄金投资的主要形式有哪些	107
2. 如何预测黄金价格的波动趋势	108
3. 如何进行黄金期货交易	110
4. 如何进行邮票投资	111
5. 如何进行字画艺术品投资	113
6. 如何进行古董投资	115
五、个人的储蓄选择和外汇业务	116
1. 银行的储蓄存款目前有哪些种类	116
2. 什么是邮政储蓄, 它的服务范围和业务种类有哪些	117
3. 什么是银行信用卡、自动取款机和销售点终端服务, 实际效果怎样	118
4. 查询、停止支付和没收个人存款的手续是什么, 存款人死亡后怎么办	119
5. 个人如何安排自己的外汇存款	119

6. 怎样办理汇入外币汇款	120
7. 个人如何汇出外汇	121
8. 个人如何买入调剂外汇	122
9. 个人如何卖出调剂外汇	123
10. 个人出境携带外汇时应注意哪些问题	124
六、市场风险和个人保险	125
1. 个人保险是个人、家庭减少市场风险的重要手段	125
2. 个人参加保险应办理哪些手续及应了解哪些保险单据	125
3. 个人选择保险项目时应考虑哪些问题	126
4. 个人如何参加简易人身保险	128
5. 个人怎样参加养老金保险	129
6. 个人如何参加人身意外伤害满期还本保险	130
7. 如何办理少年儿童两全保险	131
8. 个人如何参加医疗保险	132
9. 如何办理家庭财产保险	133
10. 如何办理家庭财产两全保险	135
11. 个人如何投保机动车辆损失险	136
12. 个人如何投保机动车辆第三者责任险	137
七、市场经济中个人消费权益保护	139
1. 什么是消费者利益保护法, 它有哪些基本原则	139
2. 消费者利益保护法有些什么主要内容	139
3. 美国消费者立法的状况如何	140
4. 日本消费者立法的状况如何	141
5. 我国消费者保护立法的现状如何	142
6. 消费者可采取哪些法律手段保护自己的合法权益, 这些法律手 段各有什么特点	143
7. 我国保护消费者利益的行政法律措施有哪些	144
8. 国家保护消费者利益的行政处罚有哪几种	145
9. 我国刑法中有哪些有关保护消费者利益的条款	145
10. 适用于侵害消费者利益犯罪行为的刑罚有哪几种	147
11. 消费者如何利用民事诉讼程序来保护自己的合法权益	148
12. 什么叫投诉, 我国各级消费者协会受理投诉的范围有哪些	148

第三篇 市场经济中的企业行为

一、企业的经营战略与决策	153
---------------------------	------------

1. 什么是企业的经营战略	153
2. 企业经营战略有哪些基本内容	154
3. 企业经营战略有哪些模式	155
4. 如何进行战略环境分析	156
5. 制订经营战略的原则	157
6. 制订经营战略需要哪些程序	158
7. 如何实施企业经营战略	159
8. 什么是企业投资战略	160
9. 什么是企业资源战略	160
10. 如何制订企业科技发展战略	161
11. 何为企业国际化经营战略	162
12. 企业如何实施国际化经营的发展战略	164
13. 什么是企业文化战略	165
14. 如何通过降低成本促进企业发展	166
15. 生产规模对企业发展有何影响	167
16. 经营决策的内容	168
17. 经营决策有哪些种类	169
18. 经营决策过程有几个步骤	170
19. 如何分析企业内部的经营条件	171
20. 企业怎样选择有效的竞争策略	172
21. 怎样提高产品的竞争能力	173
22. 企业如何在产品开发中运用技术性策略	175
23. 产品市场生命周期怎样判断及划分	176
24. 产品生命周期和产品决策的关系如何	177
25. 如何开发新产品	178
26. 什么是产品的“同轴开发”策略	179
27. 如何确立现代产品观	180
28. 如何塑造良好的企业形象	181
29. 怎样创世界名牌商品	183
30. 什么是率先创新策略和追踪创新策略	184
31. 企业如何筹措发展资金	185
32. 企业如何开发人力资源	186
33. 企业如何开拓新市场	187
34. 企业如何进行新技术开发	189
二、企业的市场调查与分析	191

1. 市场调查分哪几种类型	191
2. 市场调查有哪些方法	191
3. 市场调查有哪些步骤	192
4. 市场预测有哪些方法	194
5. 市场预测的几种数量经济学方法	195
6. 市场研究有哪些方法	196
7. 市场信息有哪些种类	197
8. 市场信息对企业有哪些作用	198
9. 企业如何收集市场信息	199
10. 如何鉴别市场信息	201
11. 企业如何分析市场信息效益	202
12. 企业怎样进行市场信息管理	203
13. 如何对市场潜力进行预测	204
14. 如何增强企业的信息抢先能力	206
15. 怎样进行市场机会分析	207
16. 怎样进行市场环境分析	208
17. 怎样进行消费者市场分析	209
18. 消费者需求有哪些特征	210
19. 消费行为有哪些规律效应	211
20. 怎样分析消费者的购买行为	212
21. 消费心理有哪些特点	214
22. 怎样分析消费心理	216
23. 怎样选择目标市场	217
24. 什么是市场细分策略	218
25. 如何进行市场细分	219
26. 什么是市场的定位和定时策略	220
27. 订价对企业经营有什么影响	221
28. 新产品如何订价	222
29. 订价时要考虑哪些基本因素	223
30. 如何确定订价的目标	224
31. 什么是需求导向订价	225
32. 什么是成本导向订价	226
33. 什么是竞争导向订价	227
34. 什么是心理价格策略	228
35. 什么是地理订价策略	229

36. 什么是折扣、让价和津贴订价策略	230
三、企业的市场营销与推销	292
1. 市场营销有哪些观念	232
2. 什么是企业的占位策略	233
3. 什么是配套成龙销售策略	234
4. 什么是信誉销售策略	235
5. 销售推广有哪些方法	236
6. 商品宣传推广有哪些手段	237
7. 什么是“CS”活动	238
8. 如何提高实体分配的服务质量	239
9. 什么是实体分配	239
10. 企业如何增强顾客购买的安全心理	240
11. 如何开展关系营销	241
12. 企业如何运用公共关系活动促销	242
13. 如何选择销售渠道	243
14. 如何选择中间商	244
15. 进入国际市场的销售渠道有哪些	245
16. 产品销售有哪些渠道	246
17. 如何进行产品组合	246
18. 推销员如何工作	247
19. 推销员如何开拓顾客	248
20. 推销员如何加强面谈锻炼	249
21. 如何撰写推销信函	250
22. 推销员必备哪些推销助具	251
23. 如何物色和培训推销员	252
24. 如何考核与监督推销员	253
25. 如何有效陈列商品	254
26. 如何在柜台里有效地推销商品	255
27. 营业员如何礼貌待客	256
28. 谈判的基本战略是什么	257
29. 一场正规的谈判有几个阶段	258
30. 谈判有哪些技巧	259
31. 谈判有哪些策略	261
32. 怎样制定谈判战略	263
33. 优秀谈判者应具备什么样的素质和能力	264

34. 成功谈判要掌握哪些原则	265
35. 如何巧用谈判心理	266
36. 广告有哪些形式	267
37. 做广告有哪些技巧	268
38. 广告设计原则是什么	269
39. 如何选择广告媒体	270
40. 如何使广告更有效	270
41. 什么是广告的心理策略	271
42. 什么是产品生命周期广告策略	272
43. 如何加强广告的记忆度	273
44. 企业怎样用广告打击冒牌货	274
45. 如何评价广告效果	276
46. 商标的作用是什么	277
47. 商标如何分类	278
48. 如何设计商标	278
49. 企业如何正确制订品牌策略	279
50. 为什么说包装是“无声的推销员”	280
51. 包装有哪些策略	281
52. 怎样设计包装	282
53. 如何申请和使用商品条码	283
54. 为什么说条形码是进入国际市场的“身份证”	284
四、企业内部的科学管理	286
1. 企业经营管理目标体系是什么	286
2. 什么是企业的目标管理	287
3. 什么是企业弹性管理	288
4. 何为企业管理中的滚动计划法	289
5. 什么是 ABC 分析法	290
6. 什么是企业生产管理中的成组技术	291
7. 怎样编制企业生产作业计划	292
8. 生产作业计划的核算	294
9. 什么是看板管理	295
10. 看板管理的运用与生产作业计划有什么关系	296
11. 如何对新产品开发进行组织和管理	297
12. 什么是新产品扩散模型	298
13. 什么是全面质量管理	300

14. 企业制订设备维修计划的依据	301
15. 如何测定企业职工需求量	302
16. 物资储备最优点的选择	303
17. 什么是最优经营决策中的盈亏临界点分析法	305
18. 什么是价值工程	306
19. 如何组织和实施价值工程活动	307
20. 什么是企业信息流管理系统	309
21. 什么是经济流管理系统	309
22. 什么是物质流管理系统	311
23. 什么是能量流管理系统	311
24. 何为人流管理系统	312
五、企业制度结构与经营机制	314
1. 什么是企业	314
2. 公司的含义是什么	315
3. 股份制的一般特征是什么	316
4. 股份制企业的内部管理机制	317
5. 全民所有制企业产权界定的内涵	318
6. 我国国有企业产权制度的现状如何	319
7. 企业国有资产产权界定的标准和方法	320
8. 为什么说完善国有企业制度的关键是建立企业法人产权制度	321
9. 我国建立企业破产制度的必要性是什么	322
10. 企业经营体制的设计应遵循哪些基本原则	323
11. 企业组织结构创新对企业发展有何作用	324
12. 什么是直线职能制	325
13. 何谓事业部制	328
14. 什么是职能资格制	329
15. 什么是“下包制”	330
16. 经济联合体有哪些形式	331
17. 企业间联合有哪些途径	333
18. 经济联合的内容是什么	334
19. 企业兼并的内涵是什么	335
20. 企业竞争机制的内涵是什么	336
21. 何为投资机制	337
22. 如何确定企业生产用工制度	338
23. 企业激励机制和分配机制是什么	339

24. 如何调动职工积极性促进企业发展	341
25. 企业家有哪些重要作用	342
26. 企业家应具备哪些素养	343
27. 企业家的领导艺术包括哪些内容	344
28. 什么是企业精神和企业家精神	345
29. 企业文化有哪些功能	346
30. 企业文化的内涵是什么	347
31. 企业文化具有哪些特征	348
32. 企业文化的成因及其作用	349
六、企业进出口业务	351
1. 企业为什么要以现代市场营销学观念开拓出口市场	351
2. 不同的市场营销观念对出口企业的经营有何影响	351
3. 企业的出口市场可分为几种	352
4. 企业在确定出口市场时为什么要进行市场细分	353
5. 企业如何在出口商品的物质适应性上做到适销对路	354
6. 出口企业如何在商品的社会适应性上适销对路	355
7. 企业运用目标销售策略的好处是什么	356
8. 出口企业如何在目标市场为商品定位	357
9. 出口企业如何利用商品牌号进行市场定位	358
10. 企业在经营出口业务前应做哪些准备工作	359
11. 企业如何进行出口交易磋商	360
12. 出口交易磋商中的发盘条件和方式	361
13. 出口交易磋商中接受的含义及条件	362
14. 出口企业经常使用的价格术语有几种	363
15. 企业如何制订出口价格	364
16. 企业的出口商品如何灵活定价	365
17. 企业进出口销售合同应包括哪些内容	366
18. 企业进出口销售合同有效成立的条件	367
19. 企业如何签订出口合同	368
20. 为什么说一般交易条件是企业合同不可分割部分	369
21. 企业履行出口合同的义务有哪些	370
22. 企业如何进行进口交易的磋商	371
23. 企业在进口前如何估算进口成本	372
24. 进口企业如何履行进口合同	373
25. 进口企业在履行合同过程中如何办理保险及付汇	374