

山西经济出版社 ● 第三卷 李成川 等著 ● 山西经济出版社

# 世界市场 预测与管理



## 引 言

在我们人类生存的这个星球上，目前居住着50多亿人口，约有250个国家和地区，存在着许多国家集团和国际性经济组织，尽管当今世界存在着不同的社会制度和不同类型的经济体制，但各国之间都有着密切的联系。在现代世界上，任何一个国家和地区，都不可能拥有发展现代经济社会所需要的一切资源、技术、资金等各种条件，都不可能与世隔绝，任何一个国家的经济活动，以至它的生存和发展，都和整个世界经济活动与世界市场息息相关。任何国家和地区，商品的生产，要素的组合，资源的配置，商品的交换，资金的融通，技术的交流，劳务的合作等等，都投入了世界市场的活动之中，当今的世界市场已伸向地球的各个角落，把各个国家都织入了世界市场的网络之中，互相贸易，互相竞争，相互依存，共同发展。

世界市场是商品经济高度发展的产物，是现代经济社会活动的舞台和世界经济关系的总和。各类国家，各种世界经济集团，不论是发达国家，还是发展中国家，也不论是资本主义体系，还是社会主义体系，要发展，要生存，就必须面向世界，走向世界市场，在更广阔的天地，更大的领域，进行商品交换，去竞争，去拼搏，谁占领了更大的世界市场份

额,便可获得更多的世界市场占有率,谁就能立于世界之林,走在世界的前列,振其民族,富其国民,扬其国威。

当今世界正处于新的技术革命和经济体制改革的两大潮流之中,不论发达国家,还是发展中国家,都在参与世界经济的大循环,广泛运用更新的先进技术,更加现代化的管理方法,不断进行经济结构调整,产业结构升级,产品结构换代,使新产品、新技术、新工艺、新材料日新月异,层出不穷。谁先走在新技术革命和经济体制改革的前列,谁就很快地摆脱落后与贫困,走向富民强国之路,跻身于发达国家的行列。

中华民族是个勤劳勇敢的民族,中华人民共和国是个伟大的社会主义国家,拥有11亿多人口,具有广阔的市场,有960万平方公里的面积,是一个不小的经济舞台。但与世界相比,只是其中的一部分,若按众多的人口平均,所需自然资源并不富有,要发展,要振兴,要富强,就必须走向世界市场,利用两种资源——国内资源和国外资源,两种市场——国内市场和国际市场,两种价格——国内价格和国际价格,进行世界经济大循环。

当今的世界市场,已无空白市场可言,要开拓世界市场,必须加强世界市场调查研究,了解世界市场行情,提高企业素质,依靠优秀的企业、物美价廉的商品,采取正确的发展战略、经营战略、商品战略、市场战略,去开拓,去竞争,去挤占,才能运筹帷幄之中,决胜千里之外,驰骋天下,击败竞争对手,也才能开拓并占领广阔的市场,在世界交换中获得更大更多的经济效益和社会效益,也才能振兴中华,实现四个现代化。

# 目 录

|     |                 |         |
|-----|-----------------|---------|
| 第一章 | 世界市场的形成与发展      | ( 1 )   |
| 第一节 | 世界市场的形成         | ( 1 )   |
| 第二节 | 世界市场的类型和结构      | ( 7 )   |
| 第三节 | 世界市场的主要特点       | ( 12 )  |
| 第四节 | 世界市场的发展趋势       | ( 23 )  |
| 第二章 | 世界市场的交易方式       | ( 27 )  |
| 第一节 | 世界市场商品          | ( 27 )  |
| 第二节 | 世界市场商品结构        | ( 30 )  |
| 第三节 | 世界市场交易方式        | ( 35 )  |
| 第四节 | 世界市场贸易形式        | ( 48 )  |
| 第三章 | 世界主要市场——发达国家市场  | ( 60 )  |
| 第一节 | 世界市场的划分及分布      | ( 60 )  |
| 第二节 | 北美市场            | ( 62 )  |
| 第三节 | 日本市场            | ( 66 )  |
| 第四节 | 西欧市场            | ( 71 )  |
| 第五节 | 澳大利亚和新西兰市场      | ( 80 )  |
| 第六节 | 苏联和东欧市场         | ( 84 )  |
| 第四章 | 世界主要市场——发展中国家市场 | ( 97 )  |
| 第一节 | 中东市场            | ( 98 )  |
| 第二节 | 港澳市场            | ( 101 ) |

|     |                    |         |
|-----|--------------------|---------|
| 第三节 | 东南亚市场.....         | ( 108 ) |
| 第四节 | 南亚市场.....          | ( 110 ) |
| 第五节 | 拉丁美洲市场.....        | ( 114 ) |
| 第六节 | 非洲市场.....          | ( 121 ) |
| 第五章 | 世界消费品市场.....       | ( 125 ) |
| 第一节 | 世界消费品市场的构成与特征..... | ( 125 ) |
| 第二节 | 世界粮食市场.....        | ( 137 ) |
| 第三节 | 世界纺织品市场.....       | ( 146 ) |
| 第四节 | 世界家用电器市场.....      | ( 149 ) |
| 第五节 | 世界汽车市场.....        | ( 150 ) |
| 第六章 | 世界工业品市场.....       | ( 163 ) |
| 第一节 | 世界工业品市场的构成与特征..... | ( 163 ) |
| 第二节 | 世界石油市场.....        | ( 169 ) |
| 第三节 | 世界煤炭市场.....        | ( 177 ) |
| 第四节 | 世界钢铁市场.....        | ( 184 ) |
| 第五节 | 世界有色金属市场.....      | ( 191 ) |
| 第七章 | 世界生产要素市场.....      | ( 196 ) |
| 第一节 | 世界技术市场.....        | ( 196 ) |
| 第二节 | 世界劳务市场.....        | ( 203 ) |
| 第三节 | 世界租赁市场.....        | ( 215 ) |
| 第四节 | 世界超级市场.....        | ( 226 ) |
| 第八章 | 世界商品市场——商品交易所..... | ( 230 ) |
| 第一节 | 世界商品交易所的形成与发展..... | ( 230 ) |
| 第二节 | 商品交易所的主要功能和作用..... | ( 237 ) |
| 第三节 | 商品交易所的交易方式.....    | ( 241 ) |
| 第四节 | 世界主要商品交易所.....     | ( 247 ) |

|      |                      |         |
|------|----------------------|---------|
| 第五节  | 世界博览会·····           | ( 260 ) |
| 第九章  | 世界期货市场·····          | ( 269 ) |
| 第一节  | 世界期货市场的经济功能·····     | ( 269 ) |
| 第二节  | 世界期货市场的交易方式·····     | ( 277 ) |
| 第三节  | 世界期货市场的组织结构·····     | ( 290 ) |
| 第四节  | 世界期货市场的交易程序·····     | ( 283 ) |
| 第十章  | 世界金融市场·····          | ( 300 ) |
| 第一节  | 世界金融市场的形成与发展·····    | ( 300 ) |
| 第二节  | 欧洲的世界金融市场·····       | ( 305 ) |
| 第三节  | 美洲的世界金融市场·····       | ( 317 ) |
| 第四节  | 亚洲的世界金融市场·····       | ( 325 ) |
| 第十一章 | 世界旅游市场·····          | ( 336 ) |
| 第一节  | 世界旅游市场的形成与发展·····    | ( 336 ) |
| 第二节  | 世界旅游市场的发展特点·····     | ( 351 ) |
| 第三节  | 世界旅游市场的发展趋势·····     | ( 358 ) |
| 第十二章 | 世界市场价格·····          | ( 369 ) |
| 第一节  | 世界市场价格的形成·····       | ( 369 ) |
| 第二节  | 国际价值与世界市场价格·····     | ( 379 ) |
| 第三节  | 世界市场价格与国内市场价格·····   | ( 383 ) |
| 第四节  | 世界市场价格波动的因素·····     | ( 390 ) |
| 第五节  | 世界市场中的不等价交换·····     | ( 397 ) |
| 第六节  | 世界市场价格术语和价格指数·····   | ( 401 ) |
| 第七节  | 出口商品定价·····          | ( 407 ) |
| 第十三章 | 走向世界市场的发展战略及其选择····· | ( 424 ) |
| 第一节  | 世界经济发展的新趋势·····      | ( 424 ) |
| 第二节  | 世界市场与外向型经济·····      | ( 432 ) |

|      |                     |         |
|------|---------------------|---------|
| 第三节  | 开拓世界市场的战略选择·····    | ( 439 ) |
| 第四节  | 外向型经济的运行机制·····     | ( 448 ) |
| 第十四章 | 企业挺进世界市场战略·····     | ( 456 ) |
| 第一节  | 外向型企业的特征和类型·····    | ( 456 ) |
| 第二节  | 企业挺进世界市场战略·····     | ( 462 ) |
| 第三节  | 企业国际化发展战略·····      | ( 471 ) |
| 第十五章 | 世界市场调查研究·····       | ( 480 ) |
| 第一节  | 世界市场调查研究的作用与内容····· | ( 480 ) |
| 第二节  | 世界市场调查研究的方法和步骤····· | ( 486 ) |
| 第三节  | 开拓世界市场的策略·····      | ( 493 ) |

# 第一章 世界市场的形成与发展

## 第一节 世界市场的形成

### 一、世界市场的含义

市场是社会分工和商品生产的产物，人类社会有了商品生产和交换，就相应地有了市场。马克思指出：“由于社会分工，这些商品的市场日益扩大，生产劳动的分工，使它们各自的产品互相变成商品，互相成为等价物，使它们互相成为市场”。<sup>①</sup>所以，市场是商品交易的场所，商品交换关系的总和和领域。

世界市场是世界上各个国家国内市场的延伸和扩大，是全球性的商品交换关系的总和和商品流通领域。是通过世界经济关系联系起来的包括地球上各个国家和地区市场的有机总体，它反映着世界商品交换关系。

---

<sup>①</sup>马克思《资本论》第3卷第718页。

世界市场是商品经济范畴，不是一个地理概念，也不是各个国家国内市场的相加，而是世界商品生产、消费、交换、分配之间的媒介和场所。

世界市场的产生和发展是和世界资本主义生产方式的产生和发展紧密相联的。所以，马克思指出：“世界市场既是资本主义的前提，又是它的结果”。<sup>①</sup>世界市场的产生，对封建生产方式的解体 and 资本主义生产方式的确立起了巨大的促进作用。同时，也只有资本主义生产方式的基础上，世界市场才能形成和得到发展。

世界市场的形成和发展，把世界上所有国家和地区的生产、交换、分配和消费各个环节在不同的条件下联系起来，在这个地球上，哪些国家要出口商品，哪些国家要进口商品，哪些国家要借贷，哪些国家要放贷等等，都被卷进世界市场中来，在一定的地域上进行经济交往活动。在世界市场的范围内，各个国家的市场成为世界市场的组成部分。世界市场这个经济范畴是从构成世界市场的各个商品交换流通领域，即商品、货币、资本、技术、劳务等等世界流通，以及实现这种流通的工具，即海、陆、空运输、保险、海关和电讯传导等活动中抽象出来的，并把世界商品交换领域连成一体，成为世界市场的内容。而商品是主体，其他都是为商品服务的。

当今世界各国之间的经济关系和商品流通都是由各种世界市场相连系的，不论是商品的销售，资本的输出，技术的合作，劳务的交流，信息的传递等，都是由一定的市场网络相互构成了世界商品大流通和世界经济大循环。而商品和资

---

①《马克思恩格斯全集》第26卷，第278页。

本的世界大流通，构成世界经济大循环的两大系统，各个国家和地区之间的经济贸易活动都大体围绕这两大系统进行循环。所以，世界市场成为各个国家经济活动的领域。

## 二、世界市场的形成和发展

世界市场的形成与发展是伴随着社会生产力的发展而形成发展的。社会生产力的不断提高，社会分工和国际分工的日益扩大，世界商品生产的逐步发展，促进了世界市场的不断扩大和发展。国际分工和世界商品生产是世界市场产生的前提与基础，没有分工，就没有交换，也就没有市场。世界市场与国际分工有着密切的联系，二者互为因果，互相影响，互相促进。社会分工和商品生产对世界市场的发展起制约作用，因而，世界市场的形成是与资本主义生产方式相联系在一起，当今世界市场是人类历史发展到资本主义时代才形成而具有世界性。目前，资本主义的商品交换关系尚占主导地位，尽管世界上出现了社会主义和资本主义两个不同性质的市场，但以资本主义商品交换关系为主。从人类历史的发展进程来考察，世界市场是随着资本主义生产方式的演变，经历了不同的发展阶段。

### （1）世界市场的萌芽时期

世界市场的萌芽，是与资本主义的产生相联系的。16世纪至18世纪60年代，即资本主义生产方式准备时期，也是世界市场的萌芽时期。

在奴隶社会、封建社会，由于社会分工不发达，自然经济占统治地位。因此，没有形成统一的国内市场，也就更谈不上世界市场的产生。尽管在封建社会也有少数商人跨越国

界到别的国家进行一些贸易活动，但由于封建社会生产方式和交通条件的限制以及地域之间的封闭割据，不可能经常持久，也不可能形成世界性市场。随着封建社会内部生产力与生产关系之间矛盾的深化，封建制度的互解，资本主义工场手工业的产生，资本原始积累的发展，社会分工的深化，才使国内市场趋于统一，各国之间的经济联系才得到加强。1492年意大利航海家哥伦布，由西班牙出发经大西洋发现了美洲；1498年葡萄牙人瓦斯哥·达·伽马，从欧洲绕道南非洲好望角通往印度和远东。地理的大发现给新兴的资产阶级开辟了新的经济活动场所，引起了商业贸易上的大革命，新大陆的大发现，对西欧经济的发展产生了巨大的影响。同时，也奠定了世界市场产生的基础。西方新兴的资产阶级要掠夺原料，推销其商品，就通过暴力和超经济的强制手段向外扩张，于是与殖民地 and 落后国家形成了国际分工。在此基础上就出现了世界市场的萌芽。这个时期世界市场的特点是：交换和流通的商品多是小生产者和资本主义工场生产的商品，而且多属于工艺品、丝绸、金银奢侈品。在市场上处于支配地位的是前资本主义的商业资本家。但商业资本家还没有彻底完成统一的国内市场的任务，还未建立起与世界各国之间的巩固的经济联系，而真正形成世界市场的是资本主义大工业。

#### （2）世界市场的成长时期

世界市场的成长是与资本主义自由竞争的开展相适应的。从18世纪70年代到19世纪70年代，是世界市场的成长时期。随着资本主义大机器工业的发展，资本主义生产方式的确立，世界资本主义自由竞争的深化，世界市场不断扩大。18世纪末，西方的资本主义国家完成了产业革命和资产阶级

革命，在大机器工业的影响下，欧、美各个工业国家，如英国、德国、法国、葡萄牙、荷兰、西班牙、美国等资本主义者，相继卷入资本主义自由竞争，瓜分殖民地，争夺原料产地，销售自己商品，不断发动了一系列商业战争和贸易战争，以占领新的市场，使世界市场进一步扩大。接着，东方的日本和中国以及亚洲、非洲、南美洲、大洋洲国家都开始卷入国际贸易，更加扩大了世界市场的范围。这一时期世界市场的特点是，产业资本占主导地位，不仅工业先进国家与工业落后国家之间进行工业制成品和原料的交换，而且各资本主义国家之间也开始互相进行商品流通。黄金、白银的开采並充当了世界货币，出现了世界价格，促进了世界贸易的发展。海运、铁路、邮电的迅速发展，把世界各国市场联结在一起。

### （3）世界市场的形成时期

世界市场的形成，是与资本主义由自由竞争走向垄断相联系的。从19世纪80年代到20世纪30年代，世界市场继续扩大，初步形成了统一的无所不包的世界市场。这一时期，发生了第二次科学技术革命和资本输出，在世界市场的形成中起了重要的推动作用。由于电力、汽车、飞机、钢铁、化学工业迅速发展，对橡胶、石油、矿产品、农副产品等原料提出了多方面的需求，资源、资本、技术等各生产要素需要在更大的范围内组合，这就把亚洲、非洲、拉丁美洲以及其他整个地球上各个国家纳入世界市场。西方先进的资本主义国家通过资本输出，把资本主义生产日益扩大和移植到殖民地及落后国家中去，使国际分工进一步深化，资本主义生产日趋社会化。商品输出与资本输出日益相结合在一起，世界各国

间的商品交换、商品生产、以及消费和分配与世界市场连接在一起，互相依存，不可分离。在国际分工的基础上，通过商品交换、资本输出，借助国际交通、通讯工具，资本主义把越来越多的经济关系网铺在整个地球的各个角落，组成世界资本主义经济体系，最终形成了世界市场。这个时期世界市场的特点是，工业资本与金融资本相互结合，形成垄断资本，垄断资本不仅控制了国内市场，而且支配着世界市场。资本输出成了资本主义一个重要经济特征，成为帝国主义国家掠夺与奴役发展中国家的一种重要手段，垄断资本在世界市场上占据了统治地位。

#### （4）世界市场的多极化和全球化

第二次世界大战之后，世界发生了第三次科学技术革命。在新科学技术革命的影响下，世界经济和国际经济关系发生了深刻的变化，世界市场的容量和领域迅速扩大，商品结构和地理分布也发生了很大变化，世界市场日趋走向多极化和全球化。这个时期，从第二次世界大战至今，世界市场的特点是，一方面由于国家垄断资本主义的广泛发展，跨国公司的建立，地域性经济贸易集团的出现，欧洲共同体与经济互助委员会的存在，世界市场出现了资本主义和社会主义不同性质的市场体系，形成了分割化或多极化的局面，世界市场价格多元化的态势。另一方面，世界性的经济组织的出现，国际分工的进一步发展，使各国、各地区之间的交换活动更加经常、更加固定，更加密切。大机器工业和国际分工把世界联结成为一个统一的经济整体，互相联系，相互依赖，使世界市场日趋全球化。

## 第二节 世界市场的类型和结构

### 一、世界市场的类型

世界市场是人类的生产交换活动突破国家、地域的局限性而扩展到整个世界的结果。当今的世界市场是一个统一的无所不包的市场，是以整个人类世界为其特定范围的市场，地球上一切国家和地区之间的经济往来与交换活动都包括在内。正如马克思所说：“商品就其本身来说是超越一切宗教、政治、民族和语言限制的。”<sup>①</sup>“整个世界都融化在其中的那个崇高的观念，就是一个市场的观念，世界市场的观念”。<sup>②</sup>在整个世界市场观念中，一切其他市场，不管包括的国家和地区有多少，都只能算是局部性的市场，世界市场体系中的子市场或分市场，只能是世界市场的一个组成部分。不论是欧洲一些国家组织的“欧洲共同体”市场，还是苏联和东欧一些国家组成的“经互会”市场，以及美国和日本的市场，都只能是世界市场的一个组成部分。因此，地球上的一切国家，不管其社会制度如何，从经济的往来和商品的交换上来看，都是通过已有的世界市场发生着经济联系。世界市场从形式上来看，并没有什么组织在支配各国的商品交换活动，实际上世界市场存在于一定土地上，由世界市场机制这个无形的主宰者操纵和支配着各国的经济活动，

---

①《马克思恩格斯全集》第18卷，第142页。

②《马克思恩格斯全集》第18卷，第148页。

在价值规律、商品的流动性和价格的统一性以及供求关系的作用下发生着交换活动。不论什么市场，不是在这个国的领土上，就是在那个国家的领域里。例如，世界小麦市场在美国的芝加哥，世界的裘皮市场在苏联的列宁格勒，世界的保险市场在英国的伦敦等。世界市场这个经济范畴把世界所有国家的生产、交换、分配、消费各个环节在不同程度上联系起来，构成世界市场的各个流通领域，组成世界市场体系。

世界市场体系的结构，是由各类市场组成的，其大体分类是：按生产要素基本构成划分，可分为生产资料市场、劳务市场、技术市场、资金市场、信息市场等；按产品在社会再生产中的地位划分，可分为生产资料市场、生活资料市场等；按产品类别划分，可分为初级产品市场、工业制成品市场、农副产品市场等；按商品流通环节划分，可划分为批发市场、零售市场、超级市场等，按产品自然属性划分，可分为机电产品市场、纺织品市场、石油市场、钢铁市场、汽车市场、有色金属市场、粮食市场、木材市场等；按不同的交易方式划分，可分为现货市场、期货市场、拍卖市场、租赁市场等；按商品交易活动类别划分，可分为商品交易所、五金交易所、股票交易所，国际博览会、交易会、展销会等；按经营对象和服务形式划分，可分为航运市场、旅游市场、保险市场等；按市场供求关系变化态势划分，可分为买方市场、卖方市场、空头市场、多头市场等；按市场竞争和垄断程度划分，可分为完全竞争市场、垄断市场、自由市场、封闭市场等；按社会性质划分，可分为资本主义国家市场，社会主义国家市场；按地域划分，可分为欧洲市场、亚洲市场、美洲市场、非洲市场等；按国别划分，可分为英国市

场、日本市场、国内市场、国外市场等；按消费者的类别划分，可分为老年市场、儿童市场、妇女市场等。

世界市场的划分方法和标准也有不同，有各种区分类型，以上划分只是按照通常一般的划分方法粗略地分类，加以区分。

## 二、市场分类的作用

世界市场的分类，又称为细分化、区隔化。各个具体市场和各类市场，组成世界市场结构。研究市场类别和市场结构状况的作用在于：

（1）可为国家从宏观经济方面制定对外开放、发展对外贸易方针、政策、法规和发展战略提供决策依据；可为企业从微观经济方面制定开拓世界市场战略、商品战略、销售战略提供决策依据。

（2）有助于国家和企业对世界市场进行经济分析，根据世界各种市场的不同特点，确定目标市场，制定开拓战略和经营策略。

（3）有利于企业发掘新的市场机会，根据新的目标市场，制定新的开拓策略，占领新的市场份额，扩大市场占有率。

（4）有助于国家和企业根据市场变化调整产业结构、产品结构和商品进出口结构，以提高应变能力。

（5）有助于国家和企业分析世界市场状况，变换经营方式和经营策略，提高经济效益和对外经济贸易效率。

世界市场的细分化和区隔化的依据，不仅仅是从产品出发，而且更重要的是从区别消费者的不同需求出发，以购买

者和消费者的需求为出发点和立足点，根据世界上不同国家的不同需求、不同国家的社会政治状况、经济发展水平，以及文化、民族习惯、消费结构、产业结构等等不同的购买行为的差异性，把总体市场划分为若干许多类似性购买群体分类市场，使国家和企业选择与确立有效的目标市场，实施有效的市场战略、经营策略，以最省的经营费用，最佳的营销成果，获得最好的国际分工利益和世界利润率。

市场细分化的科学方法，关键是把握好一个“分”字，根据科学的分类和动态的分析，以达到开拓世界市场的目的。首先，把世界市场从单一的整体看成是多元化异质的结合体，是可以分解为符合一国或多国相同购买行为与消费需求的分割体，使自己的出口商品更加符合进口国家消费者的特点与要求，以更佳的销售方式占领更大的市场份额和占有率。其次，把世界市场的结构和态势看成是动态的不断变化的，滞销与畅销、封闭与开放、垄断与非垄断、买方与卖方等是不断易位和互相转化的，根据自己的产品优势、价格优势、技术优势，积极主动地参与世界市场竞争，促进世界市场向有利于自己的方面转化，以开拓更大的世界市场。第三，当今的世界市场已经发展到一定阶段，已成为一个统一的无所不包的市场，经过资本主义和帝国主义多次瓜分世界市场，已无空白市场可言，更无空白市场等待我们去开拓、去占领、去发现，必须依靠自己物美价廉的商品，优质的服务，灵活的经销策略，正确的市场战略等等，在优胜劣汰的竞争中取得胜利，去打入市场、挤占市场、争夺市场。因此，科学地进行市场分类和动态分析有重要的作用。