

中国市场经济建设全书

THE COMPLETE WORKS OF CHINA'S
MARKET ECONOMY CONSTRUCTION

第三卷

区域合作

第三卷

市场营销

山西人民出版社

中国市场经济全书

第二十一卷 区域合作

主编

高连庆

国家计委国土地区司地区协作处处长 研究员

马建设

山西省人民政府经济技术协作办副主任

张勇

山西省人民政府驻上海办事处副主任

刘源

国家计委国土开发与地区经济研究所
规划室主任 博士

中国市场经济全书

第二十二卷 市场营销

主编 萧少秋 中共中央党校科研部副主任

张英驹 对外贸易大学人文科学系教授

章湛滨 北京奥赛德咨询有限公司董事长

马天福 河南省安阳棉麻公司党委书记

本卷编写人员

马建设	冯 敏	王卫红	回加冰
刘 源	孙学敏	张湛彬	张之冲
张 勇	李 丁	李秉勤	肖勤福
林进成	杨 洁	杨 巍	杨秋成
陈树章	赵锡林	高连庆	高海峰
唐 涛	徐 杰	徐展鹏	柳泽宁
郭素芳	曹国琪	熊性美	缪晓敏

本卷编写人员

马天福	王方华	王立宁	牛海鹏
刘东升	师宏双	孙学敏	张英驹
张 镕	张 韬	杜定平	李景瑜
李 震	李殿平	汤应武	范黎波
林 乾	屈云波	杨 巍	杨秋成
陈庆基	赵 军	赵 菁	赵锡林
类承曜	顾永才	徐 杰	徐全利
唐 涛	顾国祥	萧少秋	章湛滨
郭晓凌	章伯虎	缪晓敏	

第一篇 改革探索

一、区域经济合作概述.....	(3)
(一)区域经济合作的客观基础.....	(4)
(二)区域经济合作的动力.....	(6)
(三)开展区域经济合作是发展社会主义市场经济的需要.....	(6)
(四)与区域经济合作有关的几个概念.....	(8)
二、区域经济合作的理论基础	(9)
(一)亚当·斯密的绝对成本理论.....	(9)
(二)李嘉图的比较优势理论	(10)
(三)赫克歇尔—俄林的生产要素禀赋理论	(11)
(四)马克思主义经济学家的地域分工理论	(11)
(五)地域分工理论对我国开展经济合作的启示	(13)
三、区域经济合作的回顾与展望.....	(14)
(一)草创阶段	(14)
(二)发展阶段	(15)
(三)未来构想	(20)
四、我国区域经济发展的基本设想	(26)
(一)长江三角洲及长江沿江地区	(27)
(二)环渤海地区	(27)
(三)东南沿海地区	(28)
(四)西南和华南部分省区	(28)
(五)东北地区	(29)
(六)中部地区	(29)
(七)西北地区	(30)

第二篇 合作对策

李鹏:加快长江三角洲及沿江地区的开发开放与经济发展.....	(33)
邹家华:坚持改革开放联合协作,促进区域经济发展	(34)
邹家华:长江三角洲及沿江地区经济发展的方针及原则.....	(41)
邹家华:环渤海经济一体化已成定局.....	(46)
有关省市负责同志谈长江三角洲及长江沿江地区经济合作	(47)
中央部委和有关省市领导谈环渤海区域合作	(52)
程恩富:中国区域经济与亚太合作的对策.....	(63)
季崇威等:环渤海区域合作对策研究.....	(70)

陈 钺:京津应加速趋向一体化·····	(78)
赵海成:构建东北亚经济圈的两个根本问题·····	(81)
冒天启:“京九”沿线开发可从四方面抓起·····	(84)
刘文藩:二十一世纪中国区域发展战略:城市带动 ·····	(85)

第三篇 经验借鉴

一、西南五省区七方经济协调会 ·····	(89)
(一)西南五省区七方经济协调会创建的初期阶段 ·····	(89)
(二)西南五省区七方经济协调会的成就和经验 ·····	(95)
(三)西南五省区七方经济协调会工作的新进展 ·····	(99)
二、长江沿岸中心城市经济协调会 ·····	(103)
(一)沿江城市的特点和发展方向·····	(103)
(二)长江沿岸中心城市经济协调会发展的简要历程·····	(105)
(三)长江沿岸中心城市经济协调会的主要工作·····	(106)
(四)主要经验和体会·····	(109)
三、南京区域经济协调会 ·····	(110)
(一)区域合作的经济优势·····	(111)
(二)在创建初期打下坚实的基础·····	(111)
(三)在探索中不断前进·····	(113)
(四)主要体会和认识·····	(115)
(五)南京区域经济联合发展规划要点·····	(117)
四、武汉经济协作区 ·····	(132)
(一)武汉经济协作区概貌·····	(132)
(二)武汉经济协作区的组织及运作·····	(134)
(三)武汉经济协作区所取得的主要成就·····	(139)
五、九十年代长江三角洲及沿江地区经济发展总体思路 ·····	(143)
(一)加快长江三角洲及沿江地区经济开发开放的重要性·····	(144)
(二)加快长江三角洲及沿江地区经济发展的有利条件及限制因素 ·····	(146)
(三)加快长江三角洲及沿江地区经济发展的指导思想·····	(148)
(四)产业发展重点和布局思路·····	(150)
(五)加快上海浦东新区的开发开放·····	(154)
(六)繁荣长江三角洲经济·····	(159)
(七)振兴皖江和长江中上游沿江地区经济·····	(165)
(八)兴建三峡工程,促进区域经济发展 ·····	(170)
六、西南和华南部分省区区域规划总体思路研究 ·····	(176)
(一)统筹规划、联合发展的战略意义 ·····	(177)

(二)区域经济发展和对外开放的指导方针和原则·····	(178)
(三)区域优势及经济发展的战略构想·····	(181)
(四)联合发展的重点产业·····	(184)
(五)经济中心和联合开发的重点地区·····	(188)
(六)联合开发和对外开放的重大政策措施·····	(193)
七、经济生活国际化是世界经济发展的基本规律 ·····	(195)
(一)生产要素国际流动全面发展·····	(196)
(二)生产国际化的持续发展·····	(196)
(三)流通国际化的深入发展·····	(196)
(四)国民经济体系国际联接的创新发展·····	(197)
八、当今世界经济联系日趋紧密 ·····	(197)
(一)二次大战后,世界各国的经济联系空前紧密 ·····	(197)
(二)美国经济离不开其他国家·····	(198)
(三)日本充分利用国际分工的经验·····	(198)
(四)亚洲“四小龙”:抓住机遇 ·····	(198)
(五)中国要坚定不移地贯彻对外开放方针·····	(199)
九、区域化集团化是世界经济发展的重要趋势 ·····	(199)
十、国际合作的潮流势不可挡 ·····	(200)
十一、未来十年东亚的合作与发展前景 ·····	(201)
(一)变战场为市场,促进经济一体化进程 ·····	(202)
(二)“三国四方”的东亚新格局·····	(202)
(三)影响东亚未来十年发展的因素·····	(203)
(四)经济上的南北关系与文化上的东西差异·····	(203)
十二、亚太经济走向一体的艰难跋涉 ·····	(204)
(一)局部性设想·····	(204)
(二)美国起了重要推动作用·····	(206)
(三)《茂物宣言》的意义·····	(207)
(四)亚太经济合作要走自己的路·····	(208)

第四篇 政策法规

一、国务院关于进一步推动横向经济联合若干问题的规定 ·····	(211)
二、财政部关于促进横向经济联合若干税收问题的暂行办法 ·····	(215)
三、财政部关于国内联营企业若干财务问题的规定 ·····	(217)
四、中国人民银行关于搞好资金融通支持横向经济联合的暂行办法·····	(219)
五、国家工商行政管理局经济联合组织登记管理暂行办法 ·····	(220)
六、天津市人民政府关于进一步推动横向经济联合的试行办法 ·····	(221)

七、河北省人民政府关于促进环京津地区横向经济联合的若干规定·····	(227)
八、山西省人民政府贯彻《国务院关于进一步推动横向经济联合若干问题的规定》的实施办法·····	(229)
九、上海市进一步推动横向经济联合的试行办法·····	(232)
十、湖南省人民政府关于认真贯彻落实国务院《关于进一步推动横向经济联合若干问题的规定》的通知·····	(236)
十一、河南省人民政府关于开展省际经济技术协作优惠条件的通知·····	(237)
十二、贵州省人民政府关于推进国防工业和民用工业经济联合若干问题的暂行办法·····	(239)
十三、大连市人民政府关于各地区来连开展横向经济联合的补充规定·····	(240)
十四、厦门市人民政府关于各地政府驻厦办事处人员申报户口的暂行规定·····	(241)

第五篇 名录资料

一、亚太区域合作的若干构想方案·····	(245)
二、东北亚经济合作民间协会·····	(247)
三、我国区域经济合作组织与网络·····	(249)
四、主要参考和部分征引论著索引·····	(258)

第一篇 营销综述

一、市场营销观念的发展和核心概念	(263)
(一)市场营销观念的发展	(263)
(二)市场营销的核心概念	(266)
二、市场营销过程	(269)
(一)分析市场机会	(269)
(二)选择目标市场	(270)
(三)市场营销计划的制定	(271)
(四)市场营销策略的规划	(271)
(五)实施和控制营销活动	(272)
三、市场营销计划	(272)
(一)营销计划制定的程序	(273)
(二)市场营销计划的类型	(276)
(三)产品销售计划	(276)
四、市场营销实施	(277)
(一)实施中的问题及其原因	(277)
(二)实施过程	(279)
五、市场营销组织	(281)
(一)市场营销部门组织结构的演变	(281)
(二)建立市场营销组织的基本原则	(281)
(三)市场营销组织机构	(282)
六、市场营销控制	(285)
(一)市场营销控制的步骤	(285)
(二)市场营销控制的类别和方法	(287)

第二篇 营销环境

一、市场营销宏观环境分析	(293)
(一)人口环境	(294)
(二)经济环境	(296)
(三)自然环境	(299)
(四)政治法律环境	(300)
(五)技术环境	(301)
(六)社会文化环境	(303)

二、市场营销微观环境分析	(305)
(一)企业	(306)
(二)供应者、中间商	(306)
(三)目标市场(顾客)	(306)
(四)竞争者	(307)
(五)公众	(307)
三、市场需求与购买者行为	(308)
(一)市场需求的分类、趋势和动态	(308)
(二)消费者购买行为分析	(312)
四、市场调查的步骤与方法	(320)
(一)市场调查的步骤	(321)
(二)市场调查的方法	(322)
五、市场预测的步骤和方法	(324)
(一)市场预测的内容	(324)
(二)市场预测的步骤	(328)
(三)市场预测的方法	(330)
六、市场细分	(333)
(一)市场细分的依据与作用	(333)
(二)市场细分的原则和标准	(335)
(三)市场细分的方法和程序	(339)

第三篇 营销策略

一、产品策略	(343)
(一)产品与产品策略	(343)
(二)产品市场寿命周期	(346)
(三)新产品开发	(349)
二、品牌与包装策略	(355)
(一)品牌与品牌策略	(355)
(二)包装与包装策略	(360)
三、价格策略	(363)
(一)价格综述	(364)
(二)定价目标与程序	(368)
(三)定价方法	(371)
(四)价格策略	(376)
四、营销渠道策略	(385)
(一)营销渠道的结构和类型	(385)
(二)中间商	(388)

(三)营销渠道策略的选择·····	(392)
(四)商品实体流通·····	(395)
五、促销沟通策略 ·····	(399)
(一)促销沟通及其步骤·····	(399)
(二)广告策略·····	(409)
(三)人员推销策略·····	(417)
(四)营业推广策略·····	(428)
(五)公共关系策略·····	(431)
六、直销策略 ·····	(433)
(一)直销——未来营销发展的趋势·····	(433)
(二)直销管理·····	(440)
(三)直销经营策略·····	(448)
(四)直销前的准备·····	(453)
(五)直销时的技巧·····	(458)

第四篇 国际营销

一、国际营销的方式、程序和条件 ·····	(465)
(一)国际营销的基本方式·····	(465)
(二)几种国际营销的具体方式·····	(469)
(三)各种方式的比较评估与选择·····	(474)
(四)企业出口营销的程序·····	(476)
(五)企业开展出口营销应具备的条件·····	(478)
(六)中国企业出口营销战略·····	(479)
二、国际营销中的产品 ·····	(487)
(一)产品是国际市场营销中的首要因素·····	(487)
(二)国际产品的核心因素·····	(488)
(三)国际产品的实体因素·····	(488)
(四)国际产品的附加因素·····	(490)
三、国际营销中的渠道 ·····	(492)
(一)国际销售渠道的概念与作用·····	(492)
(二)国际销售的中间商·····	(494)
(三)制定国际营销渠道策略·····	(498)
(四)出口营销过程中的货物运输·····	(499)
四、国际营销中的定价策略 ·····	(502)
(一)国际市场价格类型·····	(502)
(二)影响产品定价的基本因素·····	(505)
(三)出口报价决策·····	(508)

五、国际营销中的促销策略	(510)
(一)国际广告.....	(510)
(二)国际人员推销.....	(516)
(三)国际营业推广.....	(518)
六、出口营销中的商务谈判	(519)
(一)商务谈判的一般特点、基本准则和方式	(519)
(二)销售谈判的准备工作.....	(524)
(三)涉外商务谈判进程的 5 个阶段.....	(527)
(四)商务谈判的基本策略.....	(531)
(五)价格谈判过程中的若干技巧.....	(535)
七、出口营销业务合同.....	(538)
(一)营销业务合同的种类.....	(538)
(二)营销合同的形式.....	(541)
(三)营销业务合同的成立、履行、担保、变更与终止	(544)
(四)营销业务合同的书面格式.....	(547)
(五)出口合同的履行.....	(553)

第五篇 资料索引

主要参考和部分征引论著索引.....	(561)
---------------------------	--------------

第一篇

改革探索

一、区域经济合作概述

区域合作是世界经济发展的大趋势。时至今日,任何一个国家,无论其社会制度怎样、经济发展阶段如何,都不可能生存于“经济真空”之中。孤立于世界发展潮流之外,不可能实现经济的健康发展而跻身于先进民族之林。在一国范围之内,更不可能靠建立自给自足封闭式的区域经济体系而跨入先进地区的行列。打破行政区界限,开展横向联合,发挥整体优势,建设区域经济,联合起来走向全国、走向世界,已成为 90 年代中国经济发展的主要潮流。

邓小平同志早在 1983 年 3 月就指出:“搞经济协作区,这个路子是很对的。我主张不只是搞上海和山西两个经济协作区,也不要老是试点。老是在一些具体问题问题上试点,几年解决不了几个问题,这就太慢了。解放战争时期,毛泽东同志主张第二野战军和第三野战军联合起来作战。他说,两个野战军联合在一起,就不是增加一倍力量,而是增加好几倍的力量。经济协作也是这个道理。经济协作有许多思想问题要统一,但现在要开步走。”

江泽民同志在中国共产党第十四次全国代表大会上的报告中指出:“我国地域广阔,各地条件差异很大,经济发展不平衡。应当在国家统一规划指导下,按照因地制宜、合理分工、各展所长、优势互补、共同发展的原则,促进地区经济合理布局 and 健康发展。”“各地都要从国家整体利益出发,树立全局观念,不应追求自成体系,竭力避免不合理的重复引进。积极促进合理交换和联合协作,形成地区之间互惠互利和经济循环新格局。”

改革开放以来,国家在国民经济和社会发展规划中都将经济联合与协作置于重要地位。发展规划中都将经济联合与协作置于重要地位。“六五”计划指出:要在总结经验的基础上,有计划、有步骤地开展地区经济技术协作。“七五”计划更为明确地提出:各地要“按照扬长避短、形式多样、互惠互利、共同发展的原则,在国家计划的指导下,促进资金、物资、技术和人才的合理交流,发展各种经济技术合作,联合举办各种经济事业,促进经济结构和地区布局的合理化。”地区协作的重点,一是联合开发和建设在国民经济中有重大意义的项目;二是加强东部沿海地带同中部和西部地带的联合协作,一方面将沿海地区高耗能、高耗料工业向资源丰富的中、西部转移,另一方面要改造“三线”企业,发挥其技术、资产优势;三是积极推动和组织经济比较发达地区对“老、少、边、穷”地区的对口支援,促进落后地区的经济发展。中共中央在关于制定国民经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标的建议中强调:“按照市场经济规律和经济内在联系以及地区自然特点,突破行政区划界限,在已有经济布局的基础上,以中心城市和交通要道为依托,进一步形成若干个跨省(区、市)的经济区域,包括以上海为龙头的长江三角洲及沿江地区经济带,以珠江三角洲和闽东南地区为主的东南沿海经济区,以辽东半岛、山东半岛、京津冀为主的环渤海经济圈,以欧亚大陆桥和京九等铁路大干线为纽带,同时,以东北、华北、西南、西北等地区老工业基地和粮食、棉花、煤炭、石油等资源富集地区为依托,形成若干各具特色的重点产业区。根据各地条件确定发展重点和优势产业,避免地区间产业结构趋同化,促进各地经济在更高的起点上向前发展。积极推动地区间的优势互补、合理交换和横向经济联合。”中央领导同志的重要指示和国家的方针、政策,为开展区域经济合作指明了奋斗

目标和前进方向。

建立社会主义市场经济体制是我国经济体制改革的目标模式,标志着我国经济建设与改革开放事业进入了一个新阶段。市场经济是市场在资源配置中起基础性作用的经济,它不同于传统的计划经济,我国区域经济发展与运行机制必须逐步转换以适应社会主义市场经济的要求。显然,一些以前未曾出现过的新区域经济问题,例如如何发挥政府与市场在区域经济合作中的作用,如何扩大沿边、沿海、沿江、沿路地区的合作与开放,加强国内区域经济合作以迎接“复关”后国际市场的挑战等重大问题会不断出现,若不能很好地解决这些问题,则不仅会影响区域经济本身的发展,而且会延缓社会主义市场经济体制的形成。此外,尽管我国区域经济随着改革开放的不断深入而迅速发展,区域经济合作对地区经济发展所起的作用与影响越来越大,但在改革初期即已发现的诸如地区产业结构趋同、区域经济冲突不断以及区域市场不完善等问题仍然不同程度地存在,妨碍了区域经济稳步发展与区际关系的协调。因此,在向社会主义市场经济体制转变时期,区域经济问题将变得日益引人注目,如何根据市场经济的要求加强区域经济合作,无疑是区域经济理论研究工作与实际工作者面临的一项重要课题。

(一) 区域经济合作的客观基础

区域经济合作是以社会劳动地域分工为基础的。因为人类的劳动具有鲜明的社会性,社会劳动必然伴随着社会劳动分工。分工与合作是相互依存的。分工是合作的前提条件,合作是分工得以实现的保障,社会劳动地域分工必然导致相关地区建立经济合作关系。社会劳动地域分工越发达,区域经济合作的内容就越丰富,形式就越多样化。参加社会劳动分工的地区越多,区域经济合作的范围就越广。当全国统一市场形成的时候,区域经济合作就成为一种普遍性的经济现象。从另一个角度讲,生产力社会化,生产组织则区域化,地区经济走向专业化,区域经济合作就成为再生产过程中必不可少的重要环节。总之,在社会化大生产的条件下,区域经济合作从简单到复杂,从低级到高级,不断向前发展,已成为一种不依人们意志为转移的客观趋势。

为了具体地揭示社会劳动地域分工与区域经济合作的关系,需要结合社会发展的历史进程来加以考察。

人类社会最初的劳动分工是以纯生理因素为基础的自然分工,“男子作战、打猎、捕鱼,获取食物的原料,并制作为此所必需的工具。妇女管家,制备食物和衣服——做饭、纺织、缝纫。男子分别是自己活动领域的主人,男子是森林中的主人,妇女是家里的主人。由于各地区自然条件不同,有的地区以采集狩猎为主,有的地区则以捕捞作为食物主要来源。马克思在谈到人类社会早期的产品交换时曾指出:“不同的公社在各自的自然环境中,找到不同的生产资料和生活资料。因此,它们的生产方式、生活方式和产品,也就各不相同。这种自然的差别,在公社相互接触时引起了产品的互相交换,从而使这些产品逐渐变成商品。”马克思的这段论述阐明了:各地区自然条件的差异是引起社会劳动地域分工和形成地区经济联系的重要原因。

社会第一次大分工是农业和牧业的分工。那时人们学会了驯养动物和栽培植物。随着被驯养的牲畜日益增多,出现了较大规模的畜群,那些以牧为主的原始牧民逐渐从原来部落中分离出来,逐水草而居。他们放牧的草原形成原始的游牧区,与此同时,随着植物栽培的范围逐步扩大,它为人们提供了比较可靠的生活资料来源。那些以垦植为主的原始农民就逐步地在自己耕耘的土地上定居下来,那里也就形成了原始的农业区。农牧业两大部门的分工与农区和牧区形成的历史过程表