

余惕君主编

实用供销指南

上海交通大学出版社

实用供销指南

余惕君 主编

上海交通大学出版社

内 容 简 介

这是一部为适应我国企业从生产型转变为经营型后的新形势,而编写的普及供销基础知识专业工具书。共收词 1049 条,内容包括:国民经济与金融、市场一般、商品一般、市场调查与预测、商业经济与销售、物资管理、广告·商标·包装、物价、对外贸易及有关法律基础知识等。为便于企业开展业务和加强横向经济联系,还刊登了部分企业与产品介绍。本书内容按专业分类编排,可读可查;释文浅显易懂,内容丰富,书末附有有关经济法规和有关供销业务资料。可供各级经济管理干部、城乡企业的管理和供销人员阅读,也可供商业工作者等参考。

实 用 供 销 指 南

上海交通大学出版社出版

(淮海中路 1984 弄 19 号)

新华书店上海发行所发行

浙江上虞汤浦印刷厂排版

常熟文化印刷厂印刷

开本 787×1092 毫米 1/32 印张 23.75 字数 480,000

1987 年 12 月第 1 版 1988 年 1 月第一次印刷

印数: 1—10,000

标准书号: ISBN 7-313-00086-3/F 2 新书目: 165—223

定价: 6.80 元

实 用 供 销 指 南

主 编 余 惕 君

副主编 施鹤群 余幼根

编写人 (按姓氏笔画排列)

方劲戎 汤云根 肖 羽

张邦定 严兴福 余幼根

余惕君 柯 莹 施鹤群

上海交通大学出版社

前 言

党的十一届三中全会以来,我国社会主义经济建设,进入了一个新的历史阶段。企业从生产型向经营型的转变,正在成为我国一个新的发展战略。随着企业走向市场、参与竞争,供应和销售工作越来越提到企业的重要议事日程上来。供销工作的好坏直接关系到企业能否正常生产,能否迅速提高经济效益。长期以来,在封建观念和“左”的思想影响下,经商历来被认为是不登大雅之堂,有关这方面的系统知识很少。为了适应改革开放形势的需要和广大经济管理干部、特别是供销专业人员的需要,我们尝试编写了这本《实用供销指南》,这在国内还是首次。

这是一部普及供销基础知识的小型专科工具书。“供销”的含义极广,它既包括企业生产前从市场调查、预测,到采购原材料的一系列准备工作,也包括产品生产出来之后,围绕产品销售而展开的一系列经营活动。作为一个优秀的供销人员,既要了解宏观经济运行与管理的有关理论、政策、法规,更要熟悉和本身业务有直接联系的经济知识。本指南在内容安排上尽量考虑到了这些要求。指南正文包括国民经济与金融、市场一般、商品一般、市场调查与预测、商业经济与销售、物资管理、广告·商标·包装、物价、对外贸易、有关法律基础知识等十个部分,共收词目 1049 条。全部词条按专业分类编排,书末附有词目笔画索引,具有可读可查的特点。

为了更好地体现指南的实用性,在“附录”中,我们收集了

企业供销人员所需要了解的国家有关法律、规定、政策及业务知识、常用知识等内容；为便于企业加强横向经济联系，开展业务，还刊登了部分企业与产品介绍。

在编写过程中，我们力求收词完备、释义准确、文字简明，以帮助具有中等以上文化程度的广大读者了解供销的一般原理和有关领域的常识。限于我们的水平，本指南中的缺点和错误在所难免，欢迎广大读者批评指正，以便在今后的再版时加以修改，使之不断完善，为社会主义现代化建设作一份微薄的贡献。

编 者

一九八七年四月

目 录

一、前言	(1)
二、分类词目表	(1)
三、正文	(1)
四、部分企业名录	(331)
五、部分企业与产品介绍	(337)
六、附录	(399)
(一) 中华人民共和国合同法	(399)
(二) 中华人民共和国合同法仲裁条例	(416)
(三) 经济合同调解与仲裁书格式	(423)
(四) 关于确认和处理无效经济合同的暂行 规定	(433)
(五) 工矿产品购销合同条例	(436)
(六) 农副产品购销合同条例	(453)
(七) 中华人民共和国商标法	(463)
(八) 商品分类表	(470)
(九) 广告管理暂行条例	(474)
(十) 中华人民共和国优质产品奖励条例	(478)
(十一) 中华人民共和国涉外经济合同法	(481)
(十二) 海关对进出口货物监管办法	(488)
(十三) 海关禁止进出口物品表	(496)

(十四)	出口合同履行程序图解	(497)
(十五)	部分国家和地区对包装的规定	(498)
(十六)	国际商品市场常用行情术语	(502)
(十七)	世界货币名称一览表	(504)
(十八)	中华人民共和国计量单位名称与符号 方案(试行)	(522)
(十九)	国际度量衡换算表	(539)
(二十)	几种工业品计量单位换算	(545)
(二十一)	我国主要城市对外经济交流机构	(546)
(二十二)	物资采购须知	(630)
(二十三)	几种主要物资折算方法	(654)
(二十四)	全国航空线路站点表	(662)
(二十五)	中国沿海港口里程表	(665)
(二十六)	全国铁路主要站间里程表	(666)
七、	词目笔画索引	(667)

分类词目表

国民经济与金融

国民经济	(1)	增值税	(10)
国民经济计划	(1)	金融	(10)
国民经济比例关系	(2)	银行	(10)
国民经济综合平衡	(2)	社会主义信贷	(11)
社会总产品	(2)	现金管理	(11)
最终产品	(3)	结算	(12)
国民收入	(3)	转帐结算	(12)
国家财政	(4)	帐户管理	(13)
财政收入	(4)	直达结算	(14)
财政支出	(5)	异地托收承付	(14)
财政收支平衡	(6)	信用证结算	(15)
财政管理体制	(6)	汇兑	(15)
国家预算	(6)	委托付款	(16)
预算外资金	(7)	支票	(16)
预算管理	(7)	托收无承付结算	(17)
国家决算	(8)	滞纳金	(17)
税收	(8)	外汇	(17)
减税·免税	(9)	国际金融市场	(18)
工商税	(9)	外汇市场	(18)
工商税额计算	(9)	国际收支	(19)

利息·····(19)	债券·····(26)
利息率·····(20)	信托·····(26)
贴现·····(20)	通货膨胀·····(27)
通货·····(21)	保险·····(27)
货币·····(21)	保险人·····(27)
货币流通·····(22)	投保人·····(28)
货币流通规律·····(22)	保险单·····(28)
有价证券·····(23)	保险金额·····(28)
信用·····(23)	保险费·····(28)
商业信用·····(24)	保险责任·····(29)
银行信用·····(24)	企业财产保险·····(29)
国家信用·····(25)	企业财产保险实施·····(29)
消费信用·····(25)	再保险·····(30)
工业贷款·····(25)	

市 场 一 般

市场学·····(31)	目标市场·····(34)
社会主义市场学·····(31)	潜在市场·····(35)
市场·····(31)	卖方市场·····(35)
社会主义市场·····(32)	买方市场·····(35)
资本主义市场·····(32)	批发市场·····(36)
完全竞争性市场·····(33)	零售市场·····(36)
不完全竞争性市场·····(33)	生产者·····(36)
垄断市场·····(33)	消费者·····(37)
国内市场·····(34)	中间商·····(37)
国际市场·····(34)	经纪人·····(37)

代理商.....(37)	市场管理.....(46)
批发商业.....(38)	社会主义市场管理.....(46)
批发营业部.....(38)	工商企业登记管理.....(47)
零售商业.....(38)	商标管理.....(47)
营销观念.....(38)	专利管理.....(47)
生产观念.....(39)	商品管理.....(48)
销售观念.....(39)	物价管理.....(48)
生活方式营销观念.....(39)	市场计量管理.....(48)
经营观念.....(40)	商品供给.....(49)
市场经营组织.....(40)	市场商品供给量.....(49)
市场经理.....(40)	市场商品供给总量.....(49)
市场经营活动.....(41)	主要商品供给量.....(50)
市场机会分析.....(41)	社会商品资源.....(50)
市场环境分析.....(41)	社会潜在物资.....(50)
市场环节分析.....(41)	国家物资储备.....(50)
企业战略决策.....(42)	商品供给弹性.....(50)
企业战术决策.....(42)	商品需求弹性.....(51)
市场功能.....(42)	商品供给 (需求)
市场机制.....(43)	弹性系数.....(51)
市场竞争.....(43)	商品供求关系.....(51)
产品竞争.....(43)	价格-需求曲线(52)
价格竞争.....(44)	价格-供给曲线(52)
服务竞争.....(44)	商品供求平衡.....(52)
时间竞争.....(45)	计划调节.....(53)
技术竞争.....(45)	市场调节.....(53)
广告竞争.....(45)	消费品.....(53)
信誉竞争.....(46)	日用品.....(54)

选购品·····(54)	生产资料经营·····(62)
耐用品·非耐用品·····(54)	农产品经营形式·····(63)
消费品市场·····(54)	农产品商业收购
消费流行·····(55)	运销·····(63)
市场划分·····(55)	农产品农商联营·····(63)
生产资料·····(56)	农工商产销一条龙·····(63)
工业生产资料·····(56)	农产品代购代销·····(63)
农业生产资料·····(56)	农产品生产者自销·····(63)
生产资料市场·····(57)	农产品购销合同·····(63)
工业生产资料市场·····(57)	农产品购销结合合同·····(64)
农业生产资料市场·····(57)	农产品生产联营合同·····(64)
工业生产资料供应·····(58)	市场营销战略·····(64)
农业生产资料供应·····(58)	市场营销组合策略·····(64)
生产资料计划分配·····(58)	市场定位策略·····(65)
生产资料物资企业	进入市场策略·····(65)
经销·····(59)	市场策略·····(65)
生产资料生产企业	一体化发展策略·····(65)
自销·····(59)	多样化发展策略·····(65)
农产品·····(59)	密集发展策略·····(65)
农产品市场·····(59)	无差异性市场策略·····(65)
农村初级市场·····(60)	差异性市场策略·····(65)
中心集散市场·····(60)	产品·····(65)
农副产品贸易市场·····(61)	核心产品·····(66)
农产品收购·····(61)	形式产品·····(66)
农产品统购·····(61)	延伸产品·····(66)
农副产品派购·····(62)	产品寿命周期·····(66)
农副产品议购·····(62)	产品导入期·····(66)

产品成长期.....(66)	新产品开发模式.....(71)
产品成熟期.....(66)	用户需求型新产品
产品衰退期.....(67)	开发.....(71)
产品组合.....(67)	心理需求型新产品
最佳产品组合.....(67)	开发.....(71)
产品组合策略.....(67)	新技术型新产品开发...(71)
新产品.....(68)	新材料型新产品开发...(71)
新产品开发组织.....(68)	技术复合型新产品
新产品开发总部.....(69)	开发.....(71)
新产品开发小组.....(69)	新产品开发技法.....(71)
新产品开发方案.....(69)	缺点列举开发法.....(72)
新产品开发决策.....(69)	类比开发法.....(72)
新产品设计.....(69)	特性列举开发法.....(72)
方案设计.....(70)	功能挖掘法.....(72)
技术设计.....(70)	方便用品开发法.....(72)
工作图设计.....(70)	模仿用品开发法.....(72)
新产品试制.....(70)	多用途产品开发法.....(72)
样品试制.....(70)	专用产品开发法.....(72)
小批试制.....(70)	系列产品开发法.....(72)
新产品鉴定.....(70)	

商 品 一 般

商品.....(73)	商品分类.....(75)
商品学.....(73)	商品大类.....(75)
商品结构.....(74)	商品小类.....(75)
商品目录.....(74)	一类商品.....(75)

二类商品.....(75)	商品物理变化.....(83)
三类商品.....(75)	商品挥发.....(83)
商品档次.....(76)	商品溶化.....(84)
商品品级.....(76)	商品熔化.....(84)
商品品名.....(76)	商品渗漏.....(84)
商品产地.....(77)	商品化学变化.....(84)
商品规格.....(77)	商品化合.....(85)
商品编号.....(77)	商品分解.....(85)
商品质量.....(77)	商品氧化.....(85)
商品外观形态.....(78)	商品锈蚀.....(85)
商品内部结构.....(78)	商品聚合.....(85)
无机成分商品.....(78)	商品老化.....(85)
有机成分商品.....(78)	商品生理生化变化.....(85)
商品鉴定.....(79)	有机体商品呼吸
感官鉴定法.....(79)	作用.....(85)
理化鉴定法.....(80)	有机体商品发芽.....(85)
化学鉴定法.....(80)	有机体商品胚胎发育... (85)
物理鉴定法.....(80)	商品物理性质.....(85)
机械鉴定法.....(80)	商品吸湿性.....(86)
商品标准.....(80)	商品导热性.....(86)
国家标准.....(81)	商品耐热性.....(86)
部标准.....(81)	商品机械性质.....(86)
企业标准.....(81)	商品弹性.....(86)
商品周转期.....(82)	商品可塑性.....(86)
商品储存.....(82)	商品强力.....(86)
商品养护.....(83)	商品韧性.....(86)
商品质量变化.....(83)	商品脆性.....(86)

商品安全水分·····(87)	直达、直线运输·····(93)
商品安全相对湿度·····(87)	“四就直拨”运输·····(93)
商品安全温度·····(87)	中转分运·····(93)
仓库温、湿度控制·····(87)	不合理运输·····(94)
商品密封·····(88)	弃水走陆运输·····(94)
库、室密封·····(88)	对流运输·····(94)
货垛密封·····(88)	迂回运输·····(94)
货架密封·····(88)	重复运输·····(94)
按件密封·····(88)	过远运输·····(94)
易霉腐商品·····(88)	交货方式·····(94)
金属商品锈蚀·····(89)	自提·····(95)
金属电化学腐蚀·····(89)	送货·····(95)
大气腐蚀·····(89)	代运·····(95)
涂油防锈·····(89)	托运·····(95)
气相防锈·····(89)	承运·····(95)
可剥性塑料封存·····(90)	运单·····(95)
化学危险品·····(90)	运费·····(95)
易燃液体·····(91)	交货地点·····(96)
易燃固体·····(91)	运输工具·····(96)
自燃物品·····(91)	铁路运输·····(96)
遇水燃烧物品·····(91)	整车运输·····(97)
氧化剂·····(91)	公路运输·····(97)
爆炸性物品·····(91)	水路运输·····(97)
毒害性物品·····(91)	江河运输·····(98)
商品运输·····(92)	海洋运输·····(98)
合理运输·····(92)	班轮运输·····(98)
运输方式·····(92)	整批运输·····(99)

零担运输.....(99)	唛头.....(103)
零星运输.....(99)	实载率.....(104)
航空运输.....(99)	商品装载技术.....(104)
包机运输.....(100)	轻浮商品.....(104)
邮政运输.....(100)	货位.....(104)
集装箱运输.....(100)	车辆标记载重量.....(105)
管道运输.....(100)	货运量.....(105)
托盘运输.....(101)	商品金额折算吨.....(105)
联合运输.....(101)	商品数量折算吨.....(105)
水陆联运.....(101)	吨公里.....(105)
海江河联运.....(102)	起码里程.....(106)
“一条龙”联运.....(102)	毛重.....(106)
干支线联运.....(102)	净重.....(106)
陆空(海空)联运.....(102)	超载.....(106)
陆海联运.....(103)	亏吨.....(106)
商品待运期.....(103)	运输事故.....(106)
托运提前期.....(103)	运输索赔.....(107)

市场调查与预测

市场调查.....(109)	市场普查.....(111)
市场环境调查.....(109)	典型调查.....(111)
市场专题调查.....(109)	重点调查.....(111)
探测性调查.....(110)	商品调查.....(112)
描述性调查.....(110)	商品品种调查.....(112)
因果关系调查.....(110)	商品质量调查.....(112)
预测性调查.....(111)	商品价格调查.....(112)

商品发展动向调查 …(113)	市场调查表 ……………(120)
商品新用途调查 ……(113)	询问技术 ……………(120)
销售调查 ……………(113)	自由回答法 ……………(121)
市场竞争调查 ……(113)	量度答案法 ……………(121)
市场调查方法 ……(114)	二项选择法 ……………(121)
询问法 ……………(114)	多项选择法 ……………(121)
面谈调查 ……………(114)	顺位法 ……………(121)
邮寄调查 ……………(115)	比较法 ……………(122)
电话调查 ……………(115)	过滤法 ……………(122)
留置调查 ……………(115)	市场预测 ……………(122)
日记调查 ……………(115)	宏观预测 ……………(123)
观察法 ……………(116)	微观预测 ……………(123)
实验法 ……………(116)	长期预测 ……………(123)
室内研究法 ……(116)	中期预测 ……………(123)
抽样调查法 ……(117)	短期预测 ……………(123)
随机抽样调查 ……(117)	定性预测 ……………(124)
分层随机抽样 ……(117)	定量预测 ……………(124)
单纯随机抽样 ……(118)	市场潜量预测 ……(124)
分群随机抽样 ……(118)	人口预测 ……………(124)
等距抽样 ……………(118)	季节预测 ……………(124)
多阶段抽样 ……(118)	购买力预测 ……(124)
标准抽样法 ……(118)	产品发展预测 ……(125)
非随机抽样调查 ……(119)	经验判断法 ……(125)
任意抽样 ……(119)	相关推断法 ……(125)
判断抽样 ……(119)	对比类推法 ……(125)
配额抽样 ……(119)	意见交换法 ……(126)
固定样本连续调查 …(120)	意见测验法 ……(126)