

當代中國經濟大辭庫

(農業卷)

The Dictionary of Current China Economy



中國經濟出版社

China Economy Press

当代中国经济大辞库

王先英



中国经济出版社

(京)新登字 079 号

责任编辑:马晓玲

封面设计:国人公司

《当代中国经济大辞库》

贸易经济卷

主 编

何济海

中国经济出版社出版

(北京市百万庄北街3号)

新华书店首都发行所发行·各地新华书店经销

湖北省鄂南新华印刷厂印刷

787×1092毫米 1/16 60印张 2400千字

1993年12月第1版 1993年12月第1次印刷

ISBN7-5017-2585-3/F·1788

定价:75.00元



当代中国经济大辞库

贸易经济卷

主 编

何 济 海

中华人民共和国国内贸易部副部长



当代中国经济大辞库

贸易经济卷

常务主编

刘学武

湖北省财政厅副厅长

《当代中国经济大辞库》

贸易经济卷

副主编



张新国



姚文秀



严学军



覃本东



邱淑明



吴升文



柏继民



袁松青



洪流

《当代中国经济大辞库》

贸易经济卷

主 编
何 济 海

中国经济出版社
(北京)

《当代中国经济大辞库》

贸易经济卷

编委会

主 编

何济海

常务主编

刘学武

副主编

张新国
邱淑明

姚文秀
吴升文

严学军
柏继民

袁松青
洪 流

覃本东

编 委

(以姓氏笔画为序)

万后芬
张国权
严学军
梁 海

冯冬莲
张殿明
谷光鉴
祝火生

田 斌
张建民
陈桂芳
倪叠玖

叶汉迟
张华容
胡昌海
黄汉民

刘国材
沈金生
姚文秀
谢作才

朱佩俊
吴长平
徐钟奎
彭华安

张新国
杨晓峰
涂永式
欧阳卓飞

分篇主编

(按篇目顺序排列)

张建民
张新国
叶汉迟

刘国材
张华容
田 斌

倪叠玖
严学军

谷光鉴
彭华安

涂永式
陈桂芳

万后芬
冯冬莲

祝火生
朱佩俊

撰稿人

(以姓氏笔画为序)

万后芬
田 斌
刘国材
沈自力
张国权
陈泽群
郑环宝
洪 流
袁松青
谢作才

马奇林
田武宗
刘学武
张靖川
张殿明
陈向军
周 琴
梁 海
倪叠玖
彭华安

王国银
冯冬莲
朱佩俊
张新国
张顺来
汪 明
周朝晖
徐钟奎
黄汉民
傅秀英

王瑞平
叶春发
李国阳
张 彪
严学军
吴立蓉
於 翔
涂永式
黄智武
戴芸芳

王素凤
叶汉迟
杨定华
张建民
谷克鉴
吴基信
胡建民
祝火生
黄炳珍
欧阳卓飞

毛志山
白 勇
杨晓峰
张华容
陈桂芳
吴长平
胡昌海
高 平
曹汉强

牛静清
卢 舸
沈金生
张伟年
陈家辉
郑 菁
姚文秀
高 露
盛剑锋

当代中国经济大辞库

出版编辑编委会

主 任

韩天雨 刘全福

编 委

(以姓氏笔画为序)

卫南平	马晓玲	王 刚	王顺海	方兴起
庄士钦	刘 佐	刘善良	李 捷	李玉书
李显著	李晓丹	许希民	朱世武	吴 昶
邹 杰	闵 锋	陈风志	宋来民	易景安
周勤业	张中华	张秉国	张爱卿	张新国
张学忠	张卫国	涂文涛	袁炳玉	夏大慰
黄利明	戚向东	徐 勇	彭海斌	崔新民
蔡良才	缪学刚			

《当代中国经济大辞库》

总 卷 目

经济理论卷

经济史卷

农业经济卷

工业经济卷

企业经济卷

贸易经济卷

军事经济卷

少数民族经济卷

计划统计卷

会计卷

财政卷

税收卷

投资经济卷

劳动经济卷

能源经济卷

审计卷

经济法律卷

金融卷

证券卷

工商行政管理卷

特区经济卷

邮电经济卷

交通运输经济卷

经济名录卷

国际经济卷

《当代中国经济大辞库》

（贸易经济卷）

前 言

社会主义经济体制从计划经济转向市场经济,是一个重大转折,它标志着我国经济体制摆脱了过去那种高度集中的计划管理模式,而把市场作为配置资源的重要手段。社会主义经济体制的这一重大转折,不仅给从事生产活动的部门和企业带来新的挑战,也给从事商业贸易活动的部门和企业带来新的考验。

众所周知,在传统高度集中的计划经济体制下,工商贸是分离的,产供销是脱节的,搞工业的只管生产不问销售,搞商业的只管内销不问外销,搞外贸的只管进出口不问国内市场。这种条块严重分割的经营管理模式,在物质十分匮乏的条件下曾起过一定的积极作用,但随着经济的发展和商业的增多,其弊端也日愈突出,在很大程度上制约了社会主义生产目的的实现和经济的持续发展,不能适应现代经济的客观要求。

社会主义市场经济体制是一个全新的体制,对于从事商业贸易活动的部门和企业来说,它们面对的不再是传统的市场、流通和贸易,而是一个大市场、大流通、大贸易。这种新型体制要求工商贸加强合作,产供销密切联系。形成一个有机的整体,从而更好地面向市场,适应市场的变化,在日趋激烈的市场竞争中求得生存和发展。

因此,社会主义市场经济的确立,无论从理论上还是实践上,都给从事商业贸易活动的部门和企业带来一系列新课题和新问题,迫切需要加以研究和解决。如怎样适应大市场、大流通、大贸易的新形势要求,怎样转换企业经营机制,怎样迎接“复关”挑战、参与国际市场竞争,怎样在愈演愈烈的商战中赢得市场,怎样培养和造就新型的社会主义贸易人才,

等等。

《当代中国经济大辞库》(内贸经济卷)正是为适应上述新的形势而撰写的。全卷共分十五篇:第一篇为商业原理、第二篇为商业企业经营与管理、第三篇为市场价格、第四篇为宏观市场的运行与调控、第五篇为企业市场营销、第六篇为市场调查与预测、第七篇为商业企业经济活动分析、第八篇为商业公共关系、第九篇为商务谈判、第十篇为商业心理、第十一篇为商品质量管理、第十二篇为国际贸易、第十三篇为商品学、第十四篇为商品检验、第十五篇为商品养护、第十六篇为全国部分商业企业经济概况。

本卷在撰写过程中,力求体现知识性、科学性、新颖性、实用性和系统性等特点。由于我们水平所限,书中难免有错误或不妥之处,敬请读者和专家批评指正!

《当代中国经济大辞库》

(贸易经济卷)

编委会

1993年8月

《当代中国经济大辞库》

(贸易经济卷)

目 录

第一篇 商业原理

第一章 商业起源 (1)

第一节 商业产生 (1)

一、商业是商品经济的范畴 (1)

二、商业是商品交换的发达形式 (1)

三、商业是商品产销矛盾发展的产物 (2)

第二节 商业职能 (2)

一、商业独立化的条件与意义 (2)

二、商业职能 (2)

第三节 商业发展 (3)

一、奴隶社会商业 (3)

二、封建社会商业 (4)

三、资本主义商业 (4)

四、社会主义商业 (5)

第二章 商业地位 (6)

第一节 商业是社会再生产的中介 (6)

一、社会再生产的构成要素 (6)

二、商业与生产的关系 (6)

三、商业与消费的关系 (8)

四、商业与分配的关系 (8)

第二节 商业是国民经济的桥梁与纽带 (9)

一、商业是联结社会经济生活的
桥梁与纽带 (9)

二、商业的作用 (9)

三、商业的基本任务 (9)

第三章 商业要素 (10)

第一节 商业人员 (10)

一、商业人员劳动的内容 (10)

二、商业人员劳动的特点 (10)

三、商业人员数量 (10)

四、商业人员素质 (11)

第二节 商业资金 (12)

一、商业资金的特点 (12)

二、商业资金的构成 (12)

三、商业资金来源 (13)

四、商业投资 (13)

第三节 商品与商业服务 (14)

一、商品的类型 (14)

二、商品流转规则 (14)

三、商业服务的内容 (14)

四、商业服务质量 (14)

第四节 商业信息 (15)

一、商业信息的内容 (15)

二、商业信息的特征 (16)

三、商业信息的使用价值与价值 (16)

四、商业信息的应用 (16)

第四章 商业行为与风险 (16)

第一节 商业行为概述 (16)

一、商业行为的涵义 (16)

二、商业行为的内容 (17)

三、商业行为目标 (17)

四、商业竞争 (17)

第二节 商业行为准则 (18)

一、自愿让渡原则 (18)

二、等价交换原则 (18)

三、平等竞争原则 (18)

四、货币增殖原则 (18)

第三节 商业风险 (19)

一、商业风险的涵义 (19)

二、商业风险的种类 (19)

三、商业风险管理 (20)

第五章 商业经营形式与组织 (20)

第一节 批发商业 (20)

一、批发商业的特征 (20)

二、批发商业的功能 (20)

三、批发商业的种类 (21)

第二节 零售商业 (21)

一、零售商业的特征 (21)

二、零售商业的功能 (21)

三、零售商业的种类 (22)

第三节 商业经营组织 (22)

一、独资商业企业 (22)

二、合伙商业企业 (23)

三、商业公司 (23)

四、商业企业集团 (23)

第六章 商业交易方式 (24)

第一节 现货交易	(24)	第九章 商业效益	(40)
一、现货交易的概念	(24)	第一节 商业经济效益的特点	(40)
二、现货交易的形式	(24)	一、商业经济效益的涵义	(40)
第二节 期货交易	(25)	二、商业经济效益的分类	(41)
一、远期合同交易	(25)	三、商业经济效益的特点	(41)
二、期货交易	(25)	四、提高商业经济效益的意义	(42)
三、商品交易所	(26)	第二节 商业经济效益的评价体系	(42)
第三节 信用交易	(27)	一、评价商业经济效益的原则	(42)
一、信用交易的涵义与作用	(27)	二、评价商业经济效益的指标	(43)
二、信用交易形式	(27)	三、评价商业经济效益的基本要求	(44)
第四节 信托交易	(28)	第三节 提高商业经济效益的途径	(44)
一、信托交易的特点	(28)	一、影响商业经济效益的因素	(44)
二、信托交易形式	(28)	二、提高商业经济效益的途径	(44)
第七章 商业结构	(29)	第四节 商业社会效益	(45)
第一节 商业所有制结构	(29)	一、商业社会效益的涵义	(45)
一、商业所有制结构的涵义	(29)	二、评价商业社会效益的原则与指标	(45)
二、我国商业所有制形式	(29)	三、提高商业社会效益的途径	(46)
三、我国商业所有制结构的沿革	(31)	第十章 商业管理	(46)
第二节 商业行业结构	(31)	第一节 商业管理体制	(46)
一、商业行业的涵义与划分	(31)	一、商业管理体制的涵义	(46)
二、影响商业行业结构的因素	(32)	二、商业管理体制的沿革	(46)
三、商业行业结构的合理化	(32)	三、改革商业管理体制的必要性	(47)
第三节 商业空间结构	(32)	四、商业管理体制改革的理论依据	(47)
一、商业空间结构的内容	(32)	第二节 商业宏观管理	(48)
二、商业空间结构的调整	(33)	一、商业宏观管理的内容	(48)
第四节 商业技术结构	(33)	二、商业宏观管理的手段	(48)
一、商业技术结构的特点	(33)	三、商业宏观管理的原则	(49)
二、商业技术结构的合理化	(33)	第三节 商业行政管理	(50)
第八章 商业运动过程	(34)	一、商业行政管理的内容	(50)
第一节 商业运动形态	(34)	二、商业行政管理组织	(50)
一、商流	(34)	第四节 商业行业管理	(51)
二、物流	(34)	一、商业行业管理的性质与特点	(51)
三、商业信息流	(35)	二、商业行业管理的内容	(52)
第二节 商业运动环节	(35)	三、商业行业协会	(52)
一、商品收购	(35)	第十一章 商业政策	(53)
二、商品运输	(36)	第一节 商业政策概述	(53)
三、商品储存	(36)	一、商业政策的特点	(53)
四、商品销售	(37)	二、商业政策的内容	(53)
第三节 商业运动方向	(38)	三、商业政策的运行	(53)
一、商品合理流向	(38)	第二节 商业经营政策	(54)
二、按经济区域组织商品流通	(38)	一、专卖政策	(54)
三、商业网络	(38)	二、专营政策	(54)
第四节 商业运动渠道	(39)	三、日用工业品经营政策	(54)
一、商品流通渠道的涵义	(39)	四、农产品经营政策	(55)
二、商品流通渠道的类型	(39)	五、生产资料经营政策	(55)
三、商品流通渠道形成的客观依据	(39)	六、服务业经营政策	(56)
四、商品流通渠道合理化	(40)	第三节 商业管理政策	(56)
第五节 商业运动速度	(40)	一、国有商业管理政策	(56)
一、商品流通时间的涵义	(40)	二、集体商业管理政策	(57)
二、节约商品流通时间	(40)		

三、个体商业管理政策·····	(57)	三、法律方法·····	(76)
四、私营商业管理政策·····	(58)	四、社会学、心理学方法·····	(77)
五、外商投资商业管理政策·····	(58)	五、数量分析方法·····	(77)
六、联营商业管理政策·····	(58)	第二章 商业企业管理组织 ·····	(78)
第十二章 商业文化 ·····	(59)	第一节 商业企业领导体制·····	(78)
第一节 商业文化的内容和特征·····	(59)	一、商业企业领导体制·····	(78)
一、商业文化的含义·····	(59)	二、经理负责制·····	(79)
二、商业文化的内容·····	(59)	三、职工代表大会制度·····	(80)
三、商业文化的特征·····	(59)	四、董事会领导下的总经理负责制·····	(81)
四、商业文化的层次与结构·····	(60)	第二节 商业企业组织结构·····	(81)
五、商业文化的社会价值·····	(60)	一、商业企业组织结构·····	(81)
六、社会主义商业文化的特征·····	(61)	二、企业组织结构的部门划分·····	(82)
第二节 商品文化·····	(61)	三、企业组织结构的层次·····	(83)
一、商品文化的概念·····	(61)	四、商业企业组织结构形式·····	(84)
二、商品文化的内容·····	(61)	第三章 商业企业管理人员 ·····	(86)
三、商品文化的地位与作用·····	(62)	第一节 企业管理人员的分类与职责·····	(86)
第三节 商业环境文化·····	(62)	一、管理人员劳动的特点·····	(86)
一、商业环境文化的内容·····	(62)	二、管理人员的分类·····	(86)
二、商业环境文化在商业文化中的地位·····	(62)	三、管理人员的职责·····	(87)
三、商业环境文化的继承、涵化和重塑·····	(63)	第二节 企业管理人员的素质与群体结构·····	(87)
第四节 商业伦理文化·····	(63)	一、管理人员的素质·····	(87)
一、商业伦理文化的基本内容·····	(64)	二、管理人员的群体结构·····	(88)
二、商业伦理道德的基本特征·····	(64)	第三节 企业管理人员的领导方式·····	(88)
三、商业伦理文化的继承和发展·····	(64)	一、领导方式·····	(88)
第五节 商业营销文化·····	(64)	二、管理方格理论·····	(89)
一、现代商业营销的文化特征·····	(64)	第四节 企业管理人员的领导艺术·····	(90)
二、影响商业营销活动的文化因素·····	(65)	一、领导艺术的含义和特征·····	(90)
三、商业营销的文化促进·····	(65)	二、对人的管理艺术·····	(90)
四、商业促销活动的文化效用·····	(65)	三、对事的处理艺术·····	(91)
第六节 商业企业文化·····	(65)	四、运用时间的艺术·····	(92)
一、商业企业文化的含义·····	(65)	第四章 商业企业经营管理体制 ·····	(92)
二、商业企业文化的特征与作用·····	(66)	第一节 商业企业经济责任制·····	(92)
三、商业企业文化的系统要素·····	(66)	一、承包经营责任制·····	(92)
四、商业企业文化建设·····	(67)	二、租赁经营责任制·····	(94)
		三、资产经营责任制·····	(95)
		四、股份经营制·····	(95)
		第二节 商业企业管理工作制度·····	(96)
		一、企业管理工作制度·····	(96)
		二、企业岗位责任制·····	(96)
		三、企业定额管理制度·····	(97)
第二篇 商业企业经营与管理		第五章 商业企业经营决策与目标管理 ·····	(98)
第一章 商业企业管理原理 ·····	(68)	第一节 商业企业经营观念与经营战略·····	(98)
第一节 商业企业·····	(68)	一、企业经营观念·····	(98)
一、商业企业的涵义·····	(68)	二、企业经营战略与策略·····	(99)
二、商业企业的职能与作用·····	(68)	第二节 商业企业经营决策·····	(100)
三、商业企业自主权·····	(69)	一、经营决策的类型与原则·····	(100)
四、商业企业素质·····	(69)	二、经营决策的程序与方法·····	(101)
第二节 商业企业管理原理·····	(70)		
一、商业企业管理·····	(70)		
二、企业管理二重性·····	(71)		
三、现代企业管理原理·····	(72)		
四、企业管理的任务与职能·····	(74)		
第三节 商业企业管理方法·····	(75)		
一、经济方法·····	(75)		
二、行政方法·····	(75)		

第三节 商业企业经营计划与目标管理..... (103)	第一节 物质技术设备管理的任务..... (128)
一、经营计划 (103)	一、物质技术设备管理的重要性 (128)
二、目标管理 (104)	二、物质技术设备管理的任务 (129)
第六章 商业企业商品购销管理 (105)	第二节 商业网点的设置..... (129)
第一节 商品采购业务管理..... (105)	一、批发商业网点的设置 (129)
一、采购业务管理的原则 (105)	二、零售商业网点的设置 (130)
二、商品采购方式与采购控制 (106)	第三节 商店和仓库的设计与设备..... (130)
第二节 商品销售业务管理..... (107)	一、商店的设计和设置 (130)
一、销售业务管理的任务 (107)	二、仓库的设计和设置 (131)
二、商品销售方式 (107)	第四节 物质技术设备的管理..... (132)
第三节 商品库存管理..... (108)	一、物质技术设备的管理 (132)
一、商品合理库存 (108)	二、物质技术设备使用的考核 (132)
二、商品库存的动态控制 (109)	第十一章 商业企业财务和经济效益
第四节 商业企业全面质量管理..... (111)	管理 (132)
一、全面质量管理 (111)	第一节 商业企业财务管理..... (132)
二、质量管理工作循环法 (112)	一、财务管理的任务 (132)
第七章 商业企业商品储运管理 (113)	二、资金管理 (133)
第一节 商品运输业务管理..... (113)	三、商品流通费用管理 (134)
一、商品合理运输的规划方法 (113)	四、利润管理 (135)
二、商品运输业务管理 (115)	第二节 商业企业经济效益管理..... (135)
三、商品运输工作质量的考核 (117)	一、商业企业的经济核算 (135)
第二节 仓储业务管理..... (118)	二、经济效益管理 (136)
一、仓储业务管理 (118)	
二、仓储工作质量的考核 (119)	第三篇 市场价格
第八章 商业企业信息管理 (120)	第一章 价格基础知识 (137)
第一节 商业信息的管理..... (120)	第一节 价格学基本范畴..... (137)
一、信息管理的基本要求 (120)	一、价格 (137)
二、信息管理的过程 (120)	二、价格运动 (137)
第二节 商业企业管理信息系统..... (122)	三、价格职能 (138)
一、企业管理信息系统的构成 (122)	四、价格机制 (138)
二、建立管理信息系统的方式 (122)	五、价格结构 (139)
三、管理信息系统的现代化 (123)	六、价格水平 (139)
第九章 商业企业劳动人事管理 (123)	七、价格模式 (140)
第一节 商业企业劳动组织管理..... (123)	第二节 价格形成..... (140)
一、劳动管理的任务 (123)	一、价格形成 (140)
二、合理组织职工劳动 (123)	二、价格形成基础 (140)
第二节 商业企业的劳动定额与劳动效率	三、社会价值 (140)
..... (124)	四、价格形成模式 (141)
一、劳动定额与定员编制 (124)	第三节 价格构成..... (141)
二、劳动效率 (125)	一、价格构成 (141)
第三节 商业企业职工的培训与激励..... (126)	二、价格构成中的生产成本 (141)
一、企业职工的培训 (126)	三、定价成本 (141)
二、企业职工的激励 (126)	四、商业成本 (142)
第四节 商业企业的劳动保护与劳动报酬	五、定价流通费用 (142)
..... (127)	六、价格构成中的盈利 (143)
一、职工劳动保护 (127)	七、理论销售价格及其应用 (143)
二、职工劳动报酬 (128)	第二章 价格体系 (146)
第十章 商业企业物质技术设备管	第一节 价格形成体系..... (146)
理 (128)	一、国家定价 (146)

二、国家指导价格	(147)	六、进口商品国内价格的计算方法	(174)
三、市场调节价格	(147)	七、进口商品的盈亏核算	(174)
第二节 商品比价体系	(148)	第五章 第三产业价格和收费	(174)
一、商品比价的一般知识	(148)	第一节 公共劳务收费和房租	(174)
二、农产品比价	(149)	一、邮电资费	(174)
三、工业品比价	(149)	二、医疗收费	(175)
四、工农产品比价	(150)	三、市内公共交通收费	(175)
五、工农产品价格剪刀差	(151)	四、自来水费	(176)
第三节 商品差价体系	(151)	五、学杂费	(176)
一、商品差价一般知识	(151)	六、房租	(177)
二、购销差价	(152)	第二节 饮食业价格和服务收费	(177)
三、地区差价	(153)	一、饮食业价格的特点和定价原则	(177)
四、季节差价	(153)	二、饮食品价格制定的方法	(178)
五、批零差价	(154)	三、服务业收费的特点和定价原则	(179)
六、批量差价	(155)	四、几种主要服务收费标准的制定	(179)
七、规格质量差价	(156)	第三节 旅游业价格	(180)
第三章 生产者价格	(156)	一、旅游业价格的形成	(180)
第一节 农产品生产者价格	(156)	二、旅游价格的差价	(181)
一、农产品生产者价格的成本	(156)	三、旅游综合服务包价和旅游优惠价	(182)
二、农产品生产者价格的制定方法	(157)	第六章 企业定价	(182)
三、农产品生产者价格的比价	(158)	第一节 企业定价基础	(182)
四、农产品生产者价格的差价	(159)	一、企业定价的基本原则	(182)
第二节 工业品生产者价格	(160)	二、企业定价基本因素	(183)
一、工业品生产者价格成本	(160)	三、供求价格弹性	(185)
二、工业品生产者价格的制定方法	(161)	四、价格预期弹性	(186)
三、工业品生产者价格的比价	(162)	五、价格心理	(186)
四、工业品生产者价格的差价	(162)	六、企业定价目标	(186)
第三节 交通运输价格	(163)	七、企业定价策略	(187)
一、交通运输价格的特点	(163)	八、企业定价程序	(187)
二、交通运价制定的原则	(163)	第二节 制造商定价方法	(187)
三、交通运输价格的比价	(164)	一、成本导向定价法	(187)
四、几种常用的运价制定方法	(165)	二、完全成本加成法	(188)
第四章 经营者价格	(166)	三、加工成本加成法	(188)
第一节 批发价格	(166)	四、目标报酬率定价法	(188)
一、工业品产地批发价格	(166)	五、变动成本定价法	(189)
二、工业品销地批发价格	(167)	六、最大利润原则定价法	(189)
三、农产品调拨价格	(168)	七、需求导向定价法	(190)
四、农产品产地批发价格	(168)	八、竞争导向定价法	(191)
五、农产品销地批发价格	(169)	九、新产品定价法	(192)
第二节 零售价格	(169)	第三节 经销商定价	(193)
一、零售价格的种类、构成与特点	(169)	一、经销商定价	(193)
二、零售价格的计算方法	(170)	二、批发商定价	(194)
第三节 进出口商品价格	(170)	三、零售商定价	(195)
一、国内外市场价格的关系	(170)	四、零售商定价技巧	(195)
二、出口商品国内价格的种类和定价原则	(171)	五、专用商标定价	(196)
三、出口商品国内价格的计算方法	(171)	第七章 价格总水平与价格管理	(196)
四、出口商品的盈亏核算	(172)	第一节 价格总水平	(196)
五、进口商品国内价格的种类和定价原则	(173)	一、价格总水平的涵义	(196)
		二、价格总水平度量	(197)