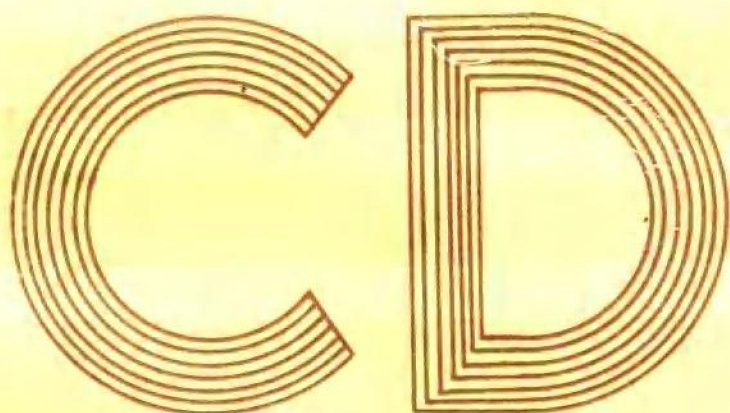


SHICHANGGUANLICIDIAN

市场管理辞典

刘万安 党聘广 主编
朱新生



河南大学出版社

(豫)新登字第09号

市场管理辞典

主 编 刘万安 朱新生 党聘广
责任编辑 贾怀廷

河南大学出版社出版
(开封市明伦街85号)
河南省新华书店发行
中国科学院开封印刷厂印刷

开本：850×1168毫米1/32 印张：15.625 字数：570千字

1992年9月第1版 1992年9月第1次印刷

印数：1——6000 定价：8.00元

ISBN7-81018-786-4/F·57

顾 问

符文朗

主 编

刘万安 朱新生 党聘广

副主编

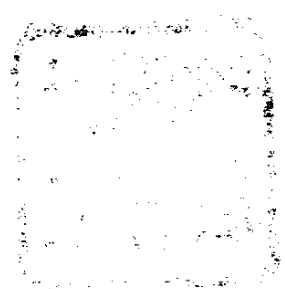
孙亚龙 高万成 李敬朝 孙东杲

撰稿人(以内容编排先后为序)

刘万安 朱新生 高万成 梁 涛 刘 云 柳玉民
李敬朝 孙东杲 花又生 孙亚龙 务 鑫 党聘广
田玉梅 张志旺 孟庆明

词目编排

田玉梅 刘宏媛 克航平



序

党的十一届三中全会以来，我国的社会主义市场，伴随着有计划商品经济的迅速发展，正在生机勃勃地不断成长和壮大，不仅消费品市场在深度和广度方面有了空前的开拓，而且生产资料市场和资金、技术、劳务、信息、房地产等生产要素市场也在迅速发展。当前，社会主义市场体系正在逐步形成，钢材、汽车等生产资料市场已遍布全国，在一些商品经济比较发达的地区和城镇，各类生产要素市场已有了相当程度的发育，并且已经初具规模。

按照国务院批准的国家工商行政管理局“三定”方案的规定，市场管理有两项职责：一是“管理城乡集贸市场”；二是“参与生产资料市场以及资金、劳务、技术、信息、房地产等生产要素市场的监督管理”。这就是说，工商行政管理机关不仅要管好集贸市场，而且要管好社会主义“大市场”。然而，工商行政管理机关长期以来主要管理集贸市场，可以说，对集贸市场的管理是轻车熟路，富有经验，而对各类生产资料、生产要素市场的管理则是一个崭新的课题。

《市场管理辞典》一书，是一部具有实用价值的工具书。它的编辑出版，对于提高市场管理干部的业务水平，培养一支既能够管理集贸市场，又具有管理生产资料和生产要素市场知识和技能干部队伍，适应新形势的要求，完成党和国家赋予的管理社会主义“大市场”的任务等，具有重要意义。

本书可供市场管理干部、从事工商行政管理专业的教学科研人员以及需要了解工商行政管理知识的企业经营管理人员学习参考。同时，也适用于全体工商行政管理干部。这是因为，工商行政管理机关的市场管理工作与企业登记、经济检查、经济合同、商标、广告、个体和私营经济等方面的管理是密不可分、相辅相成、交

又进行的，不能把市场管理看作仅仅是市场管理机关的工作，而应该看作是整个工商行政管理机关的任务。著名经济学家薛暮桥同志曾经概括讲过：“工商行政管理就是市场管理”。这本辞典就是从广义的市场管理角度编写的，所以，本辞典可供所有工商行政管理干部阅读。

本辞典较为详尽地收集了有关市场管理专业知识的词汇，在选词、分类时注意了系统性、知识性、实用性，在释义上力求做到科学、准确、简练，并注意反映市场管理学科的新发展。

编写这本辞典是我省几位市场管理干部和教师的一次大胆尝试。由于工商行政管理的市场管理是一门新兴学科，它所涉及的知识面比较宽广，虽然他们在编写中参阅了大量有关资料并吸收了已有的研究成果，在选词、分类、释义时也作了认真推敲，但由于水平所限，错误和疏漏在所难免，欢迎读者批评指正。

作为一名工商行政管理工作，我认为从某种意义上说，市场管理工作搞得好坏，首先取决于市场管理干部素质的高低，尤其是当前市场管理工作的内容又有了新的发展，对于市场管理干部在理论上的普及和指导是必不可少的。因此，我乐于把这本工商行政管理的工具书推荐给广大读者，希望该书能够成为广大工商行政管理干部的良好良师益友；并祝愿该书在启迪和培养工商行政管理干部、推动市场管理工作的发展等方面起到应有的作用。

李琪雯

1992年1月15日

凡 例

一、本辞典共收工商市场管理及其相关的常用词目 2000 余条(包括参见条)。内容分 28 部分,即市场管理基本理论、市场管理基础知识、市场调查与市场预测、市场统计、市场营销、市场管理法规、市场管理信息、市场价格管理、市场税收管理、集市贸易管理、生产资料市场管理、金融市场管理、技术市场管理、劳务市场管理、信息市场管理、房地产市场管理、建筑市场管理、交通运输市场管理、证券市场管理、旅游市场管理、文化市场管理、国际贸易市场管理、查处市场投机违法行为、企业市场行为管理、个体私营工商业市场行为管理、经济合同管理、商标管理、广告管理。

二、词目按内容分类次序编排。

三、一词多义或一义中需要分述的,用①②③……分项,一律接排。

四、词目有一词数名的,排列在前的予以阐释,排列在后的为参见条。

五、词目意思互相交叉的,释义之后以“参见×××条”表示。

六、书前有《分类目录》、《词目表》,书末有《笔画检索表》,供参考。

七、本书于 1992 年元月截稿。

总 目

- 一、分类目录
- 二、词目表
- 三、辞典正文
- 四、笔画检索表
- 五、后记

分 类 目 录

- 一 市场管理基本理论····· (1)
- 二 市场管理基础知识····· (25)
- 三 市场调查与市场预测····· (52)
- 四 市场统计····· (61)
- 五 市场营销····· (72)
- 六 市场管理法规····· (84)
- 七 市场管理信息····· (106)
- 八 市场价格管理····· (113)
- 九 市场税收管理····· (135)
- 十 集市贸易管理····· (156)
- 十一 生产资料市场管理····· (171)
- 十二 金融市场管理····· (192)
- 十三 技术市场管理····· (212)
- 十四 劳务市场管理····· (223)
- 十五 信息市场管理····· (234)
- 十六 房地产市场管理····· (240)
- 十七 建筑市场管理····· (250)
- 十八 交通运输市场管理····· (260)
- 十九 证券市场管理····· (268)
- 二十 旅游市场管理····· (291)
- 二十一 文化市场管理····· (297)
- 二十二 国际贸易市场管理····· (310)
- 二十三 查处市场投机违法行为····· (321)
- 二十四 企业市场行为管理····· (335)
- 二十五 个体私营工商业市场行为管理····· (350)

二十六	经济合同管理·····	(360)
二十七	商标管理·····	(385)
二十八	广告管理·····	(404)

词 目 表

一 市场管理基本理论

管理	(1)	经济形式	(7)
管理学	(1)	经济机制	(7)
管理科学	(1)	经济中心	(7)
政治学	(2)	经济决策	(7)
法学	(2)	经济控制论	(8)
行政学	(2)	经济控制	(8)
经济学	(2)	经济方法	(8)
政治经济学	(2)	行政方法	(9)
决策科学	(2)	法律方法	(9)
信息论	(3)	物资	(9)
系统论	(3)	统配物资	(9)
控制论	(3)	部管物资	(10)
经济管理	(4)	地方管理物质	(10)
经济区	(4)	商品	(10)
经济区划	(4)	商品经济	(10)
经济特区	(4)	商品生产	(10)
经济成分	(5)	商品交换	(10)
经济规律	(5)	商品流通	(10)
价值规律	(5)	商品检验	(11)
经济利益	(5)	商品流通费用	(11)
经济政策	(6)	商品流转构成	(11)
经济实体	(6)	商品积压	(11)
经济结构	(6)	商品脱销	(11)
经济布局	(6)	商品流向	(11)
经济杠杆	(7)	商品自然流向	(11)

商品合理流向	(11)	第三产业	(17)
国民经济	(11)	国民经济计划管理	(17)
国民经济管理	(12)	计划经济	(17)
国民经济管理学	(12)	指令性计划	(17)
国民经济系统	(12)	指导性计划	(17)
国民经济系统结构	(12)	计划调节与市场调节	(18)
生产	(12)	国民经济管理组织	(18)
分配	(13)	社会总供给	(18)
交换	(13)	社会总需求	(18)
流通	(13)	产品经济	(18)
消费	(13)	有计划的商品经济	(18)
生活资料	(13)	工商行政管理学	(18)
生产领域	(13)	经济行政管理	(19)
生产资料所有制	(13)	工商管理	(19)
生产资料私有制	(14)	工商管理机关	(19)
生产资料公有制	(14)	工商管理目标	(20)
流通领域	(14)	工商管理职能	(20)
流通手段	(14)	工商管理体制	(20)
流通时间	(14)	工商管理原则	(21)
流通费用	(15)	工商管理方法	(21)
流动购买力	(15)	市场学	(21)
居民购买力	(15)	市场管理学	(21)
社会集团购买力	(15)	市场经济秩序	(21)
社会商品购买力	(15)	市场经济秩序的建立	(21)
消费结构	(15)	市场经济秩序的维护	(22)
消费层次	(15)	市场经济行为	(22)
消费心理	(16)	市场效果	(22)
消费者行为	(16)	市场消费需求总量	(22)
消费习惯	(16)	市场竞争	(22)
超前消费	(16)	不正当竞争	(22)
国民经济管理信息系统	(16)	市场决策	(23)
管理信息系统	(17)	市场经济	(23)
信息流	(17)	市场活动	(23)

市场内容	(23)	市场管理任务	(23)
市场规模	(23)	市场管理原则	(23)
市场组织主体	(23)		

二 市场管理基础知识

市场	(25)	城市市场	(31)
总体市场	(25)	农村市场	(32)
细分市场	(25)	专卖市场	(32)
商品市场	(26)	民族贸易市场	(32)
服务市场	(26)	边境贸易市场	(32)
劳动力市场	(26)	国内市场	(32)
生产资料市场	(27)	国际市场	(33)
生活资料市场	(27)	超级市场	(33)
最终产品市场	(27)	同质市场	(33)
生产要素市场	(27)	异质市场	(33)
工业品市场	(28)	现实市场	(33)
农产品市场	(28)	潜在市场	(33)
资金市场	(28)	目标市场	(34)
技术市场	(28)	发展中国家市场	(34)
房地产市场	(28)	发达国家市场	(34)
旅游市场	(28)	社会主义国家市场	(34)
文化市场	(29)	社会主义统一市场	(34)
租赁市场	(29)	资本主义国家市场	(35)
拍卖市场	(29)	市场体系	(35)
批发市场	(30)	市场机制	(35)
零售市场	(30)	市场调节	(36)
中间商市场	(30)	市场结构	(36)
期货市场	(30)	市场功能	(37)
计划市场	(30)	市场机会	(37)
自由市场	(31)	市场风险	(37)
买方市场	(31)	市场容量	(38)
卖方市场	(31)	市场观念	(38)

市场潜在容量	(38)	商品供求关系	(43)
市场开发	(38)	商品分级管理	(43)
市场扩张	(38)	差额调拨	(44)
市场渗透	(38)	商品资金周转率	(44)
市场巩固	(39)	中间商	(44)
市场定位	(39)	代理商	(44)
市场定时	(39)	一级采购供应站	(44)
市场细分	(39)	二级采购供应站	(45)
市场占有率	(40)	三级批发商店	(45)
产业结构	(40)	垄断竞争	(45)
市场需求	(40)	市场管理	(45)
需求弹性	(40)	专卖管理	(45)
社会购买力	(41)	烟草专营管理	(46)
长线产品	(41)	化肥农药农膜专营	(46)
短线产品	(41)	医药管理	(46)
疲软产品	(41)	食品卫生管理	(46)
淘汰产品	(41)	票证管理	(47)
冷门产品	(41)	有价证券管理	(47)
产品定位	(41)	外汇管理	(47)
产品组合	(42)	外汇兑换券管理	(48)
产品质量	(42)	金银管理	(48)
产品通用化	(42)	出版物管理	(49)
产品市场生命周期	(42)	计量管理	(50)
消费膨胀	(43)	废旧有色金属管理	(50)
计划商品	(43)	文物管理	(50)
非计划商品	(43)	珠宝、翠钻、玉器管理	(51)
商品流通渠道	(43)	盐业管理	(51)

三 市场调查与市场预测

市场调查	(52)	战略调查	(53)
宏观市场调查	(52)	战术调查	(53)
微观市场调查	(52)	专题调查	(53)

综合调查	(53)	市场人流量调查	(57)
探测性调查	(53)	市场商品规格、品种调	
描述性调查	(53)	查	(57)
因果关系调查	(54)	市场商品成交额调查	(57)
预测性调查	(54)	调查资料整理	(57)
普遍调查	(54)	调查资料分析	(57)
重点调查	(54)	市场调查报告	(58)
典型调查	(54)	市场预测	(58)
抽样调查	(54)	宏观市场预测	(58)
固定样本连续调查	(54)	微观市场预测	(58)
询问调查法	(55)	定性市场预测	(58)
面谈调查法	(55)	定量市场预测	(58)
邮寄调查法	(55)	社会商品购买力预测	(58)
电话调查法	(55)	消费品需求预测	(59)
留置调查法	(55)	生产资料需求预测	(59)
观察调查法	(55)	工业品商品资源预测	(59)
实验调查法	(55)	农产品商品资源预测	(59)
日记调查法	(55)	商品供求动态预测	(59)
自由问答法	(56)	商品经济寿命周期预测	(59)
二项选择法	(56)	企业销售预测	(60)
多项选择法	(56)	经验判断法	(60)
比较法	(56)	相关推断法	(60)
漏斗法	(56)	对比类推法	(60)
市场商品需求调查	(57)	意见交换法	(60)
商品流通渠道调查	(57)	时序平均法	(60)

四 市场统计

统计	(61)	统计调查	(61)
市场统计	(61)	统计总体	(62)
统计学	(61)	总体单位	(62)
统计工作	(61)	统计整理	(62)
统计资料	(61)	统计图	(62)

统计表	(62)	动态相对指标	(66)
统计报表制度	(62)	平均指标	(66)
统计量	(62)	算术平均数	(66)
统计独立性	(62)	简单算术平均数	(67)
统计分组法	(62)	加权算术平均数	(67)
统计分析	(63)	调和平均数	(67)
标志	(63)	平均发展水平	(67)
统计指标	(63)	定基发展速度	(67)
价值指标	(63)	环比发展速度	(67)
统计指标体系	(63)	增减速度	(68)
变异	(64)	定基增减速度	(68)
变量	(64)	环比增减速度	(68)
质量指标	(64)	统计指数	(68)
数量指标	(64)	个体指数	(68)
总量指标	(64)	综合指数	(69)
实物指标	(64)	统计估算和预测	(69)
指标体系	(64)	集市贸易统计	(69)
统计汇总	(65)	集市贸易市场数	(70)
相对指标	(65)	集市贸易商品成交量	(70)
计划完成程度相对指标	(65)	集市贸易成交额	(70)
结构相对指标	(65)	集市贸易统计任务	(70)
比较相对指标	(65)	集市贸易统计分析	(71)
强度相对指标	(66)		

五 市场营销

市场营销	(72)	社会营销观念	(73)
市场说	(72)	传统营销观念	(73)
营销	(72)	现代营销观念	(73)
营销观念	(72)	大市场营销观念	(74)
市场营销学	(72)	时间观念	(74)
市场营销观念	(72)	信息观念	(74)
生态营销观念	(73)	利润观念	(74)

社会责任观念	(74)	营销巩固策略	(80)
效益观念	(75)	营销成长策略	(80)
营销效率	(75)	促销	(80)
竞争观念	(75)	促销组合	(80)
质量观念	(75)	促销策略	(80)
营销创新	(75)	推式营销策略	(81)
用户至上	(75)	拉式营销策略	(81)
营销信誉	(76)	人员推销	(81)
营销服务	(76)	非人员推销	(81)
市场营销规律	(76)	销售服务	(81)
市场营销组合	(77)	样品服务	(82)
营销转换策略	(77)	调剂服务	(82)
刺激性营销策略	(77)	退换服务	(82)
维持性营销策略	(77)	营销竞争策略	(82)
营销决策	(78)	以量取胜	(82)
营销组合改革	(78)	以质取胜	(82)
改革现有产品策略	(78)	以新取胜	(82)
产品淘汰策略	(78)	以廉取胜	(83)
产品寿命延长策略	(79)	以贵取胜	(83)
产品升级换代	(79)	以快取胜	(83)
产品细分化策略	(79)	以全取胜	(83)
市场进入策略	(79)	以专取胜	(83)

六 市场管理法规

法	(84)	法律行为	(85)
法律	(84)	法律规范	(85)
法令	(84)	法律关系	(85)
法规	(84)	法律事实	(85)
地方性法规	(84)	法律责任	(86)
行政性法规	(85)	法律制裁	(86)
规章	(85)	司法机关	(86)
条例	(85)	人民法院	(86)

- | | | | |
|----------|--------|--------------|--------|
| 人民检察院 | (86) | 发明权 | (91) |
| 公安机关 | (86) | 继承权 | (91) |
| 国家权力机关 | (87) | 经济法 | (91) |
| 国家行政机关 | (87) | 经济立法 | (92) |
| 法律效力 | (87) | 经济制裁 | (92) |
| 民法 | (87) | 国民经济计划法 | (92) |
| 财产关系 | (87) | 基本建设法 | (92) |
| 人身关系 | (87) | 财政法 | (92) |
| 民事法律关系主体 | (87) | 金融法 | (92) |
| 民事法律关系内容 | (88) | 劳动法 | (92) |
| 民事法律关系客体 | (88) | 《中华人民共和国食品 | |
| 自然人 | (88) | 卫生法(试行)》 | (92) |
| 法人 | (88) | 《中华人民共和国药品 | |
| 民事权利 | (88) | 管理法》 | (93) |
| 民事义务 | (89) | 《中华人民共和国计量 | |
| 财产权 | (89) | 法》 | (93) |
| 人身权 | (89) | 统计法 | (93) |
| 权利能力 | (89) | 工商行政管理法 | (93) |
| 行为能力 | (89) | 破产法 | (94) |
| 民事法律行为 | (89) | 刑法 | (94) |
| 有效法律行为 | (89) | 犯罪 | (94) |
| 无效民事行为 | (89) | 刑罚 | (95) |
| 民事责任 | (89) | 罚金 | (95) |
| 所有权 | (90) | 刑事责任 | (95) |
| 使用权 | (90) | 破坏社会主义经济秩序 | |
| 处分权 | (90) | 罪 | (95) |
| 占有权 | (90) | 走私罪 | (95) |
| 债 | (90) | 投机倒把罪 | (96) |
| 债的履行 | (90) | 伪造、倒卖计划供应票 | |
| 债权转移 | (90) | 证罪 | (96) |
| 债务转移 | (91) | 假冒商标罪 | (96) |
| 按份之债 | (91) | 伪造有价证券罪 | (96) |
| 连带之债 | (91) | 伪造车、船、邮、税、货票 | |