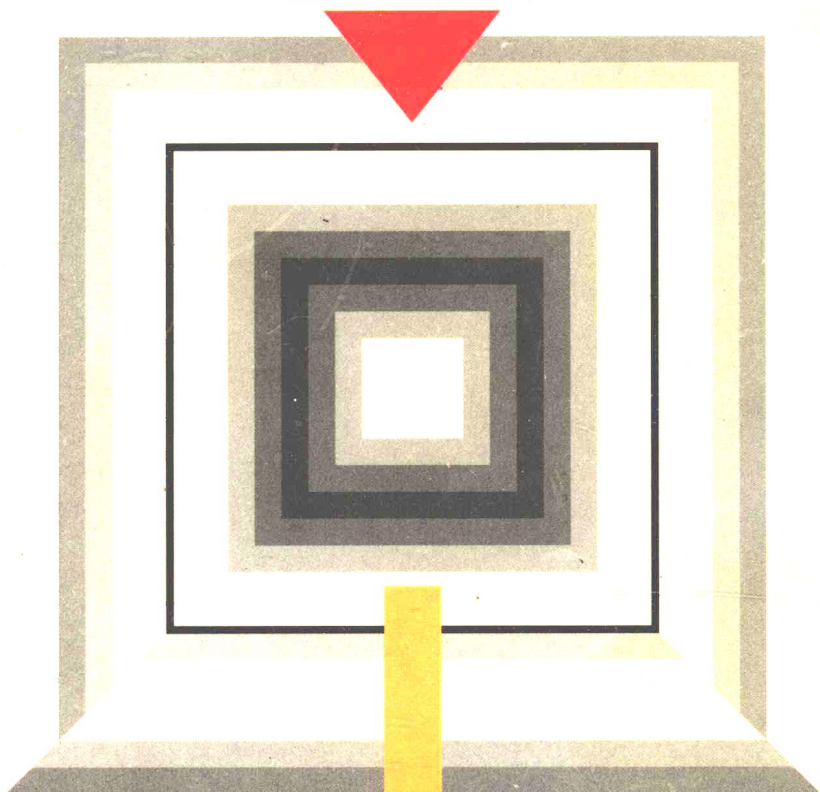


市场经济知识 大全

SHICHANGJINGJI
ZHISHIDAQUAN

○宋醒民/钟健华/华桐/主编

江西科学技术出版社



市场经济知识大全

SHICHANGJINGJIZHISHIDAQUAN

江西科学技术出版社

(赣)新登字第 003 号

书 名:市场经济知识大全

宋醒民 钟健华 华 桐 主编

江西科学技术出版社出版发行(南昌市新魏路)

各地新华书店经销 江西财经学院印刷厂

开本 850×1168mm 1/32 印张 23.75 字数 64 万

1994 年 11 月第 1 版 1994 年 11 月第 1 次印刷

印数:1—6000

ISBN 7—5390—0883—0/F·71 定价:32 元

(江西科技版图书凡属印刷、装订错误请随时向承印厂调换)

宋醒民 钟健华 刘晓东

主 编 宋醒民 钟健华 华 桐
常务副主编 金祖钧 黄式贤 吴照云
副 主 编 邓学圣 黄 河 徐森鸣 方春树

编 委 (按汉语拼音排序)

邓学圣 方春树 管荣升 华 桐 黄 河
黄式贤 金祖钧 刘晓东 唐茂祥 宋醒民
吴照云 肖文发 涂森鸣 钟健华

分 主 编 第一编——王小平 方春树
第二编——胡云清 黄式贤
第三编——吴照云 黄 河
第四编——金祖钧 涂森鸣
第五编——符仲南 管荣升
第六编——卢福财 肖文发

撰稿人员 (按汉语拼音排序)

巢傲文 邓学圣 方春树 符仲南 管荣升
胡云清 胡宇辰 华 桐 黄 河 黄式贤
金祖钧 李建澍 李夏智 李胜兰 李志萌
刘晓东 卢福财 宋醒民 谭学秋 唐茂祥
万守付 王小平 王小琴 吴照云 吴志军
肖文发 肖永清 谢根秀 涂森鸣 严文华
聂志坚 张 华 钟健华

• 序

中共中央组织部部长 张全景

今年是我国全面贯彻落实党的十四大和十四届三中全会精神，建立社会主义市场经济体制最为关键的一年。建立社会主义市场经济体制，是深化改革的新的里程碑，是促进经济发展的重大举措，对于建设有中国特色的社会主义具有决定性的意义。我国经济，长期在计划经济体制下运行，我们许多同志，对于社会主义市场经济是陌生的，不仅不懂得其基本运行规律，甚至连一些名词、术语也搞不清楚。要改变这种状况，胜利实现从计划经济体制向社会主义市场经济体制的转变，就必须学习、学习、再学习。学习邓小平同志有中国特色的社会主义理论，学习社会主义市场经济理论和基本知识，以统一思想，统一认识，投身于建立社会主义市场经济的实践。

《市场经济知识大全》这本书，是江西财经学院的专家、教授，中共江西省委组织部的干部以及一些从事经济工作

的同志编写的。这些同志的思想很敏锐，他们在认真学习邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的过程中，深刻领会党的十四大和十四届三中全会精神，参考了中外有关研究成果，结合各自的科研、教学和实践，于一年前开始着手从事这本书的写作，现在及时推出，对于广大读者特别是各级领导干部学习和掌握社会主义市场经济知识是大有帮助的。

这部书有两大优点。首先，这部书的内容丰富，实用性强。对于理论工作者和从事实际经济工作的同志都有实用价值。它既对市场经济的各种理论作了解说，使读者能对市场经济作深层次的认识，引导读者科学地把握市场经济规律，它又对市场经济运行机制的各种表现方式、各种规则，以及作为市场经济的细胞——企业在各个经营环节所必须具备的市场知识作了具体而又恰当的介绍。读罢之后，确能感悟到“市场经济是一所大学校”这句名言的丰富内涵。其次，《市场经济知识大全》一书在写作方法上也别具匠心，全书采用“问题解析”和“关键名词”释义写作方式。通过提问题，使读者产生求知兴趣，将一个个问题具有内在逻辑的串连起来，顺其自然地构成了一个比较完整的体系，使读者掌握比较系统完整的知识。这种写作方法是比较科学和新颖的，一定会受到广大读者的欢迎。阅读这本书，既能开卷明义，抓住要点，又便于慢慢地咀嚼消化一个个问题。

我期待这部书能够得到广大读者的喜爱。

前 言

自从党的十一届三中全会决定改革开放、搞活经济以来,我国经济建设取得了巨大成就,经济体制发生了根本性的变化。党的十四大确定我国经济改革的目标是建立社会主义市场经济体制。一系列配套的重大经济改革措施陆续推出,市场经济加速发展,当前改革已进入建立现代企业制度创新阶段。在新的形势面前,广大经济工作者迫切需要系统地学习和把握现代市场经济知识。本书就是为适应我国对外开放、对内搞活、发展社会主义市场经济和企业开拓市场经营等需要而编写的。

本书共有六编,主要内容如下:

第一编:市场经济概述。阐述当今世界各国市场经济不同的模式,比较各种模式的特点,揭示社会主义市场经济的基本内涵和特征,介绍现代西方经济学有关市场经济的论说。

第二编:市场环境 with 体系。本编介绍市场环境的构成,包括金融市场、劳动力市场、技术市场、房地产市场等各大经济要素市场,以及介绍政策法规和社会文化环境,包括我国民法通则、各种所有制形式的企业条例、工商管理、企业会计准则与财务管理等方面内容等。

第三编：市场营销。本编介绍市场营销管理，市场调查预测与经营决策，产品开发与定价策略，产品广告宣传与促销的策略和技巧等。

第四编：国际经营。本编以阐述我国对外开放与外向型经济发展的概况、关贸总协定基础知识为起点，介绍企业涉外经营的各种形式，利用外资、引进技术的渠道，开拓国际市场的策略，对外谈判策略与技巧，以及介绍国际金融、外汇业务、工业产权、涉外经济法规、经济仲裁等国际经营中必需的市场经济基本知识。

第五编：企业组织与管理。本编分别介绍企业设立，企业管理体制，企业经营文化，企业合并、分立、终止与清算，以及介绍现代股份制企业的一般知识。

第六编：企业财务。本编阐述企业财务管理、财务分析与决策的基本知识。

本书是江西财经学院和中共江西省委组织部等单位众多理论工作者及实际工作者集体研究的成果，从草拟大纲到最后定稿历时一年多，其间又根据我国改革开放实践中出现的新理论、新知识、新情况进行了反复讨论、修改，力求完善。但限于编者水平，仍难免有疏漏或不妥之处，敬祈读者批评指正。

本书在写作中吸取了大量相关学科的知识，借鉴了中外有关学者的成果，特此致谢！

编 者

一九九四年十一月

目录

第一编 市场经济概述

一、市场经济体制与模式

● 问题解析

- | | |
|---|----|
| 1.1.1. 什么是社会主义初级阶段 | 1 |
| 1.1.2. 计划经济体制形成的历史原因和什么是计划经济 | 3 |
| 1.1.3. 计划经济体制的主要弊端 | 4 |
| 1.1.4. 我国经济体制改革的目标模式为何要选择社会主义市
场经济 | 5 |
| 1.1.5. 社会主义市场经济的内涵和基本特征 | 7 |
| 1.1.6. 美国式市场经济的特点 | 8 |
| 1.1.7. 日本式市场经济的特点 | 10 |
| 1.1.8. 德国新自由主义经济学的基本观点 | 11 |
| 1.1.9. 德国式市场经济的特点 | 13 |
| 1.1.10. 兰格的模拟市场的社会主义经济理论 | 14 |
| 1.1.11. 布鲁斯的社会主义经济运行模式理论 | 15 |
| 1.1.12. 锡克的有调节的市场经济模式理论 | 16 |
| 1.1.13. 卡德尔的“自治”社会主义经济模式理论 | 18 |

1.1.14. 科尔内的“宏观控制的市场协调”的经济模式理论	19
1.1.15. 经济体制的激进式改革	21
1.1.16. 经济体制的渐进式改革	22
1.1.17. 我国经济体制改革为什么要配套推进	23
1.1.18. 国有企业产权明晰化是建立和完善社会主义市场经济 的前提条件	25
1.1.19. 国有企业产权的明晰化	26
1.1.20. 转换国有企业经营机制	27
1.1.21. 建立和完善劳动力市场	29
1.1.22. 深化金融改革、完善金融市场	30
1.1.23. 建立和完善土地市场	31
1.1.24. 深化价格改革	33
1.1.25. 建立社会保障体系	34
1.1.26. 政府职能的转变	35

● 关键词

经济制度	37	技术市场	41
经济体制	37	买方市场	42
自然经济	38	卖方市场	42
产品经济	38	金融体制	42
市场经济	38	信息市场	42
市场机制	39	租赁市场	43
市场调节	39	经济责任制	43
市场经济国家	39	宏观调节	44
经济机制	40	宏观调控体系	44
经济模式	40	经济控制	45
社会主义市场经济体系	40	经济杠杆	45
生产要素	40	社会保障制度	46
资金市场	41	产权	46

二 现代西方市场经济论说(上)

● 问题解析

1.2.1. 政府的宏观经济目标及其政策工具	46
1.2.2. 两部门模型的一些重要结论	47
1.2.3. 三部门模型的均衡条件	48
1.2.4. 四部门模型的均衡条件	49
1.2.5. 总需求—总供给模型的重要政策结论	50
1.2.6. 各种支出乘数	53
1.2.7. 凯恩斯的有效需求理论	55
1.2.8. 产生通货膨胀的原因	56
1.2.9. 如何利用“双缺口”模型制定相应的财政政策	58
1.2.10. 财政制度中的内在稳定器	59
1.2.11. 货币的职能及其分类	59
1.2.12. 凯恩斯货币需求的三种分类	60
1.2.13. 银行存款是如何创造出货币的	61
1.2.14. 中央银行和商业银行的各自职能	61
1.2.15. 货币政策的三大内容	62
1.2.16. IS—LM 模型分析有哪些重要的政策结论	63
1.2.17. 货币主义学派的主要观点	64
1.2.18. 货币主义与凯恩斯主义的分歧何在	65
1.2.19. 供给学派的政策主张	66
1.2.20. 理性预期学派的政策主张	67

● 关键词

宏观经济学	68	边际储蓄倾向	68
消费函数	68	萨伊定律	69
边际消费倾向	68	平均消费倾向和平均储蓄倾	
储蓄函数	68	向	69

凯恩斯定律	69	货币中性	72
总需求	69	IS 曲线	73
总供给	69	LM 曲线	73
总需求曲线	69	经济周期	74
总供给曲线	70	“灵活偏好陷阱”	74
节俭悖论	71	挤出效应	74
国民生产总值紧缩指数	71	菲利普斯曲线	75
国民生产总值缺口	71	欧空法则	75
潜在国民生产总值	71	拉弗曲线	76
资本边际效率	71	加速原理	77
近似货币	71	工资刚性	77
货币替代物	72	消费者主权	77
货币市场均衡	72	生产者主权	77
格雷欣定律	72	制度创新	77

● 问题解析

1.3.1. 市场经济是如何解决三个基本经济问题的	78
1.3.2. 什么是稀缺法则	79
1.3.3. 与需求相关的重要概念	80
1.3.4. 均衡价格的形成	81
1.3.5. “最高限价”产生的后果	82
1.3.6. 无差异曲线的性质	83
1.3.7. 边际效用递减律和边际替代率递减律的比较	84
1.3.8. 消费者效用极大化的均衡条件	84
1.3.9. 需求弹性的分类	86
1.3.10. 需求价格弹性和总收益的关系	87
1.3.11. 等产量曲线的性质	88
1.3.12. 生产规模报酬的类型	89

1.3.13. 生产的三个阶段的一些特征及其效率	89
1.3.14. 市场结构的四种分类	91
1.3.15. 生产者的均衡条件	92
1.3.16. 完全竞争厂商的短期均衡条件	93
1.3.17. 完全垄断厂商如何决定其最佳产量	94
1.3.18. 垄断者的三种价格歧视	94
1.3.19. 外部性的分类	95
1.3.20. 克服外部效应的四种途径	96
1.3.21. 市场成功和市场失败各指什么	98
1.3.22. 政府失败的主要原因	99
1.3.23. 公平和效率之间的交替关系	100

● 关键词

微观经济学	100	生产函数	103
资源配置	100	劳动边际产量	103
机会成本	100	资本边际产量	103
消费者剩余	101	等成本线	103
效用理论	101	派生需求	104
恩格尔定律	101	边际技术替代率	104
预算线	101	扩展线	104
恩格尔曲线	102	总体均衡	105
价格消费曲线	102	卡特尔	105
收入消费曲线	102	帕雷托最优状态	105
收入效应	102	纳什均衡	105
替代效应	102	卡尔多—希克斯的补偿标 准	105
隐性成本	102	公共商品	106
固定成本	103	边际收益	106
可变成本	103		
平均成本定价法	103		

第二编 市场环境 with 体系

四 市场环境 with 体系

● 问题解析

2.4.1. 企业的市场环境	107
2.4.2. 我国市场的特征	108
2.4.3. 企业与市场环境的关系	109
2.4.4. 商品市场的构成	110
2.4.5. 影响商品市场的主要因素	111
2.4.6. 消费品市场基本结构的特点	112
2.4.7. 我国生产资料市场的基本特征	114
2.4.8. 我国生产资料市场交换的基本方式	115
2.4.9. 期货市场的作用	115
2.4.10. 期货公司的机构设置及其职能	116
2.4.11. 期货交易业务的运作过程	118
2.4.12. 客户可在期货公司选择的帐户型式	119
2.4.13. 期货交易中的客户交易指令的主要类型	121
2.4.14. 金融市场及其构成	122
2.4.15. 金融市场的三个要素	123
2.4.16. 金融市场组合及内容	124
2.4.17. 我国金融市场改革开放的依据	125
2.4.18. 我国金融市场改革的基本任务	126
2.4.19. 如何发展与完善我国的短期资金市场	127
2.4.20. 如何发展我国的长期资金市场	129
2.4.21. 导致股市价格波动的原因	129
2.4.22. 我国劳动力市场的基本形式	130
2.4.23. 企业应如何利用劳动力市场	132

2.4.24. 目前我国技术市场的概况	133
2.4.25. 我国房地产市场的发展前景	134

● 关键词

商品市场	135	期货票据	136
可控因素与不可控因素 ...	135	期货交易	136
竞争对手	135	期货交易所	136
价格的性质结构、地差结构		期货交易指令	137
与时差结构	136	综合期货市场	137
现货、现货交易与现货市场 ...		债券信用评级制度	137
.....	136	房地产市场	137

五 政策法规和社会文化环境

● 问题解析

2.5.1. 企业在经营过程中应把握的主要政策与法规	138
2.5.2. 我国民法通则的基本内容	138
2.5.3. 全民所有制工业企业法的基本内容	140
2.5.4. 乡村集体所有制企业条例的基本内容	141
2.5.5. 城镇集体所有制企业条例的基本内容	142
2.5.6. 私营企业暂行条例及其实施办法的基本内容	143
2.5.7. 中外合资经营企业法及其实施条例的基本内容	144
2.5.8. 股份制企业试点办法的基本内容	146
2.5.9. 企业法人登记管理条例及其实施细则的基本内容	147
2.5.10. 乡村集体所有制企业审批和登记管理暂行规定的基 本内容	148
2.5.11. 企业名称登记管理规定的基 本内容	149
2.5.12. 企业法人法定代表人审批条件和登记管理暂行条例的 基本内容	151
2.5.13. 企业法人登记档案管理办法的基本内容	151

2.5.14. 企业法人登记公告管理办法的基本内容	152
2.5.15. 全民所有制工业企业承包经营责任制暂行条例的基本内容	152
2.5.16. 城市信用合作社管理暂行规定的的基本内容	153
2.5.17. 文化事业单位开展有偿服务和经营活动暂行办法的基本内容	154
2.5.18. 科技开发企业审批登记暂行办法的基本内容	155
2.5.19. 税收征收管理法的基本内容	156
2.5.20. 工商统一税条例的基本内容	156
2.5.21. 会计法的基本内容	157
2.5.22. 会计人员工作规则的基本内容	158
2.5.23. 企业会计准则的基本内容	159
2.5.24. 企业财务通则的基本内容	161
2.5.25. 工业企业会计制度的基本内容	163
2.5.26. 商品流通企业会计制度的基本内容	165
2.5.27. 施工企业会计制度的基本内容	167
2.5.28. 旅游、饮食服务企业会计制度的基本内容	169
2.5.29. 外商投资企业会计制度的基本内容	171
2.5.30. 外商投资企业财务管理规定的基本内容	173
2.5.31. 违反财政法规处罚的暂行规定的基本内容	175
2.5.32. 社会文化环境的特点与内容	177

第三编 市场营销

六 市场营销管理

● 问题解析

3.6.1. 市场的主要功能和有效作用	179
3.6.2. 市场营销的理论基础	180

3.6.3. 市场营销的含义	181
3.6.4. 市场营销组合的作用	182
3.6.5. 影响企业市场营销的因素	183
3.6.6. 企业市场营销观念的演变	183
3.6.7. 企业市场营销管理的程序	185
3.6.8. 企业市场营销组织机构	185
3.6.9. 宏观市场营销系统的基本结构	186
3.6.10. 微观市场营销系统的基本结构	186
3.6.11. 市场细分的作用	187
3.6.12. 市场细分的主要标准	188
3.6.13. 进行市场细分的程序	189
3.6.14. 如何寻找和发现市场营销机会	189
3.6.15. 如何评价市场营销机会	190
3.6.16. 企业选择目标市场的策略	191
3.6.17. 影响消费者购买行为的主要因素	192
3.6.18. 消费者购买行为的一般模式	193
3.6.19. 消费品市场的特点	193
3.6.20. 如何制定消费品市场的营销策略	194
3.6.21. 生产资料市场的特点	194
3.6.22. 生产资料市场购买动机和购买行为	195
3.6.23. 生产资料市场的营销策略	195
3.6.24. 政府市场的购买行为过程	196
3.6.25. 对政府市场如何运用营销策略	197
3.6.26. 劳务的类型	197
3.6.27. 劳务市场中的营销策略	198
3.6.28. 小企业的市场营销战略	198
3.6.29. 大企业的营销战略	200
3.6.30. 市场营销策略的制订程序	200
3.6.31. 市场营销战略的内容	201