

市场经营手册

杨海泉 编

西北大学出版社

Jm188/02

市场经营手册

杨浚泉 编



西北大学出版社

216361

F713.5-62
748



UIBE 000005088

市 场 经 营 手 册

杨浚泉 编

西北大学出版社出版

(西安市小南门外)

陕西省新华书店发行 陕西省印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张7.5 字数154千

1985年5月第1版 1985年5月第1次印刷

印数1—51,000

统一书号: 4320·2 定价: 1.30 元

编者说明

党的十一届三中全会以来，我国亿万农民正在破除自给、半自给经济的历史传统，发展社会主义商品经济已成为燎原之势。十二届三中全会明确指出社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济，并指出：“商品经济的充分发展，是社会经济发展的不可逾越的阶段，是实现我国经济现代化的必要条件。”在新的历史形势下，市场已成为发展我国经济的一个重要阵地。只有充分利用市场，发挥市场机制，才能冲破各种阻碍商品经济发展的纵的或横的人为分割，才能使每一个社会经济实体从孤立和保守的状态中彻底解脱出来，才能更有效地改善企业的经营管理，取得愈来愈大的经济效益。

适应上述客观要求，为了普及市场经营知识，搜集了有关市场理论、市场经营和市场预测中的一百个疑难问题，参考了国内外有关书籍和期刊杂志，编写了这本《市场经营手册》。希望这本小册子能对从事市场经营的各类企业的管理人员和业务人员，学习《市场学》的学生以及正在探索致富之路的重点户和专业户的同志们有所帮助。

由于本人知识浅薄，难免有不当之处，请读者批评指正。

一九八五年二月

目 录

第一部分 市 场 概 述

1. 什么是市场? (1)
2. 市场是怎样产生和发展的? (2)
3. 为什么说旧中国的国内市场是半殖民地、半封建性市场? 它是怎样转变为社会主义市场的? (4)
4. 在我国经济中, 市场处于什么地位? (7)
5. 社会主义市场有哪些作用? (8)
6. 什么是市场的主要矛盾? 为什么说它是主要矛盾? (15)
7. 商品供应与商品需求为什么出现矛盾? 这一矛盾有哪些表现? (17)
8. 什么是社会购买力? 它是怎样形成的? (21)
9. 什么是市场商品供应量? 它是怎样形成的?
..... (24)
10. 什么是商品供求平衡规律? (26)
11. 什么是卖方市场和买方市场? (29)
12. 怎样理解社会主义社会有计划地组织商品供求平衡? (31)

第二部分 市 场 经 营

13. 什么是市场经营? (33)
14. 如何提高企业在经营中的战略地位? (34)
15. 什么是企业素质? (35)
16. 企业为什么要进行市场研究? 市场研究的主要内容有哪些? (36)
17. 市场研究如何分类? (38)
18. 资本主义国家的市场经营观念是如何演变的? (39)
19. 企业为什么要研究市场消费需求? (41)
20. 什么是消费结构? 我国当前的市场消费结构有哪些变化? (44)
21. 消费需求如何分类? 它有哪些特点? (45)
22. 影响市场商品需求的因素有哪些? (48)
23. 对消费者购买动机的研究应包括哪些内容? (57)
24. 对消费者购买行为研究的主要内容有哪些? (62)
25. 什么叫需求曲线和供给曲线? (66)
26. 什么叫需求弹性? (69)
27. 什么叫供给弹性? (70)
28. 生产资料的市场需求与购买行为有哪些特点? (71)
29. 什么是市场结构和市场商品流通形式? (73)

30.	什么叫专业化协作?为什么要发展专业化协作?	(75)
31.	为什么要建立多渠道、少环节、开放性的商品流通市场?	(76)
32.	什么是第三产业?发展第三产业有何意义?	(79)
33.	什么叫市场细分化策略?	(80)
34.	企业在市场经营中为什么要十分重视信息?	(82)
35.	什么是“行情”的经济含义?	(84)
36.	日本的企业是如何收集市场信息的?	(85)
37.	社会主义社会为什么存在市场竞争?	(87)
38.	社会主义社会的市场竞争与资本主义社会的市场竞争有何区别?	(88)
39.	开展社会主义市场竞争的条件和要求有哪些?	(90)
40.	市场竞争的策略有哪些?	(92)
41.	什么是产品生命周期?	(96)
42.	什么是产品生命周期各个阶段的市场经营策略?	(99)
43.	从市场角度看,哪些属于新产品?开发新产品应具备哪些条件?	(103)
44.	企业为什么要重视新产品开发工作?	(106)
45.	企业开发新产品的程序有哪些?	(107)
46.	为什么说技术是商品?开辟技术市场有何意义?	(110)

47.	什么是专利制度?	(111)
48.	什么是投标、招标和开标?	(112)
49.	企业为什么要重视产品的外观质量?	(113)
50.	企业为什么要重视商品包装? 改革包 装的要求有哪些?	(115)
51.	什么是商标? 它是怎样产生和发展的?	(117)
52.	在我国是否一切商标都必须申请注册?	(118)
53.	什么是商标专用权?	(118)
54.	有哪些文字和图形不能用作商标?	(119)
55.	在仓库管理中, 如何把好三关?	(120)
56.	什么是商品不合理运输? 它有哪些表现?	(124)
57.	在市场经济中, 如何组织合理运输?	(125)
58.	什么叫集装箱运输? 它有什么优越性?	(130)
59.	广告是怎样产生和发展的? 它有哪些 作用?	(131)
60.	广告设计应注意哪些原则?	(133)
61.	推销员的任务有哪些? 推销员应具备 哪些条件?	(135)
62.	国外超级市场是怎样发展的?	(137)
63.	国外是怎样开展租赁业务的?	(139)
64.	什么是邮购商店?	(141)
65.	什么是农产品的比价? 它包括哪些主 要内容?	(142)
66.	什么是工业品比价? 它包括哪些主要 内容?	(144)

67.	什么是工农业产品比价和“剪刀差”	(145)
68.	什么是购销差价？它包括哪些主要内容？	(147)
69.	什么是地区差价？如何掌握地区差价？	(148)
70.	什么是批零差价？如何掌握批零差价？	(149)
71.	什么是季节差价？形成季节差价的原因 有哪些？	(150)
72.	什么是质量差价？它有哪些形式？	(151)
73.	什么是开盘价格、收盘价格、开标价格、 现货价格和期货价格？	(153)
74.	什么是国际市场价格？	(154)
75.	社会主义国家对外经济关系的主要内容 有哪些？为什么要发展对外经济关系？	(155)
76.	为什么说出口是发展对外贸易的基础？ 怎样做好出口工作	(156)
77.	怎样进行对外贸易谈判？	(158)
78.	什么叫外汇和外汇率？	(159)
79.	什么是进出口许可证制度？	(161)
80.	什么叫出口创汇率？	(162)
81.	什么是股份公司？	(162)
82.	资本主义国家的债券与股票有什么区别？	(164)
83.	什么叫票据贴现？	(164)
84.	什么是保险？我国为什么要开展保险业务？	(165)
85.	怎样订立经济合同？	(166)

86. 如何理解经济合同的法律效力? (168)
87. 签订农副产品购销合同, 应包括哪些
主要内容? (169)
88. 企业在市场经营中, 如何通过降低成
本以提高经济效益? (171)
89. 什么叫“利改税”? 为什么要实行“利改税”?
我国目前的工商税收制度中的税种有哪些?
..... (173)

第三部分 市场预测和决策

90. 什么是市场调查? 调查的主要内容
有哪些? (175)
91. 什么叫市场预测? 它是怎样产生和
发展的? (176)
92. 市场预测如何分类? 市场预测的主要
内容有哪些? (178)
93. 什么是市场预测的基本程序? (180)
94. 什么是市场预测的集合意见法? (182)
95. 什么是市场预测的专家意见法? (184)
96. 在市场预测中, 怎样运用调查法? (185)
97. 什么是市场预测的时间序列分析法? (186)
98. 什么是市场预测的回归分析法? (191)
99. 企业为什么要进行市场决策? 决策的
内容有哪些? (197)
100. 企业进行市场决策应具备什么条件? (198)

附录一：	国际度量衡换算表	(201)
附录二：	各国货币名称	(206)
附录三：	市场报刊一览	(212)
附录四：	部分外国、华侨等方面企业在中国 常驻代表机构	(214)

1.什么是市场？

市场是商品经济的范畴。狭义的市场是指商品买卖的场所。广义的市场是指一定场所或领域内的商品交换关系及其商品交换活动和劳务的总和。作为商品交换的场所，是市场的必要物质条件，在这里具有为进行商品交换所需要的物质设备，如店铺、仓库、运货工具、销货和各种服务性设施等。这些物质设备的完善程度和发展水平，标志着市场物质技术基础的条件。市场的实际经济内容，是不同的商品生产者、经营者和消费者之间买卖商品和提供劳务等活动。这种买卖商品和提供劳务的规模、结构和复杂的程度，标志着市场的发展水平。市场的经济实质是在商品交换中反映出来的人与人之间的经济关系。这种经济关系的性质，决定了市场的社会性质。历史上曾经出现过小商品市场、资本主义市场和社会主义市场这三种不同性质的市场。由此可见，市场是商品交换条件、交换活动及其所体现的经济关系的有机统一体。市场的这一完整的含义，体现了形式与内容、现象与本质的结合。此外，人们往往也从不同的角度来理解市场的含义。马克思在《政治经济学批判〈导言〉》中指出：“当市场扩大，即交换范围扩大时，生产的规模也就增大，生产也就分得更细。”（《马克思恩格斯全集》第46卷，第37页）这里所说的市场，显然是指市场的交换范围。

关于市场的概念，我国古代已有论述。《易·系辞下》中说：“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”这里谈到：（1）市场是交换的一

定场所；（2）它集中各方的商品所有者来到这里进行交换；（3）交换商品是有时间性的，即“日中为市”；（4）通过交换，互通有无，满足了买者与卖者的需要，各得其所。

2. 市场是怎样产生和发展的？

市场是一个历史范畴，它是随着商品经济的产生而产生的。列宁指出：“商品经济出现时，国内市场就出现了；国内市场是由这种商品经济的发展而造成的。”（《列宁选集》第1卷第189页）人类在原始社会的漫长岁月里，征服自然的能力很低，不得不共同劳动，共同占有生产资料和平均分配产品，以维持最低水平的生活。这时没有商品生产，当然也没有市场。到了原始社会的末期，随着社会分工的产生和发展，以及私有制萌芽的出现，才有了部落间偶然性的物物交换，这是市场产生的萌芽时期。

随着人类社会进入第二次社会大分工和生产资料私有制的产生，出现了商品生产，并在商品交换发展的过程中，分离出来了作为一切商品的一般等价物的货币，物物直接交换发展为货币为媒介的商品流通。在商品流通中，买与卖这两个过程在时间上与空间上分离了，也逐步分离出专门从事商品买卖活动的商人和商业。马克思说：“城市工业本身一旦和农业分离，它的产品一开始就是商品，因而它的产品的出售就需要有商业作为媒介，这是理所当然的。”（《马克思恩格斯全集》第25卷，第371页）随着这种商品经济的发展，逐步形成了具有一定时间、地点、设备并从事商品交换

活动的市场。由此可见，市场的出现，是商品交换发展的必然结果。

在古代，市场与城市的发展是互为条件的。我国西周时代，市场已有固定的市、临时设置的市和大量农村小集市。除农村小集市外，较大城镇的市场活动，均有专职的政府官吏负责监督。固定的市设于王城或分封诸侯的国内，有的也设在重要交通要道上。战国时代，城市市场已比较普遍，到了汉唐更加发达。如汉代长安有九市，唐代长安有东西两大市场，仅东市就有二百二十个分行业的街道，市场四周设有邸店四百多家。到了明代，已有顺天（北京）、应天（南京）、广州、成都等三十多个重要商业城市，它们构成了全国性的市场网。商品交换的内容也有了很大的变化，由过去的奢侈品为主，逐步向人民生活与生产的必需品发展，并且逐渐占据重要地位。

但是，市场在前资本主义经济中的发展是受到极大限制的。这是因为当时以自然经济占统治地位。自然经济是同商品经济相对立的。商品经济是以分工为基础，自然经济却排斥社会分工。这种自然经济是同当时的较低生产力水平相适应的，生产者除了本身生活的产品外，能进入市场的商品不多，因此，商品经济只处于从属的地位，起着补充的作用。同时，由于统治阶级害怕发展商品经济会瓦解自己的统治基础，总是对商品交换和商业实行种种限制。此外，封建社会相互割据的组织结构，也是限制商品交换和市场发展的一个重要原因。

简单商品经济在其自身的发展过程中，转化为资本主义经济。随着资本主义战胜封建主义，市场得到了空前的广泛

发展。因为在资本主义社会里，商品生产占了统治地位，商品是资本主义的经济细胞，而且是作为商品资本来生产的。在这里，剩余价值的生产是直接目的和决定性动机。资本作为自行增殖的价值，只有在不断的运动中，经过周而复始的循环，才能实现价值增殖。资本循环中的两个流通阶段，都是在市场上实现的，所以市场是资本主义生产方式存在和发展的前提。适应这种客观的需要，资产阶级用革命手段推翻了封建贵族的统治，“建立了自由竞争、自由迁徙、商品所有者平等的王国”（《马克思恩格斯全集》第20卷，第293页），为资本主义的胜利开辟道路，从而在历史上第一次形成了统一的民族的国内市场。

3. 为什么说旧中国的国内市场是半殖民地、半封建性市场？它是怎样转变为社会主义市场的？

旧中国是半殖民地半封建社会。旧中国的国内市场的半殖民地性质，首先表现在帝国主义控制我国市场以掠夺高额利润。各国外商在我国设立的洋行、商店、交易所等，从1882年的440家增至1930年的8,297家。帝国主义通过中国被迫开放的商埠，把大量的商品倾销到中国市场上来，又把中国出产的丰富的原材料和农副产品搜刮到外国去，吮吸中国人民的血汗。其次，帝国主义控制了中国的海关，剥夺了中国关税的自主权，使中国丧失了保护本国市场，保护民族经济的屏障。从1854年以后的八十多年间，帝国主义者一直霸占着中国的海关总管理权。再次，帝国主义控制了中

的交通运输事业和金融业，使侵略势力得以进入到国内各地市场，在中国搜括大量的货币财富。此外，买办和官僚资本的商业独占，也是决定旧中国市场的半殖民地性的重要表现，以蒋介石为首的四大家族是官僚资本的集中代表。

旧中国市场的半封建性质，首先表现在封建的自然经济破坏很不彻底，严重地限制商品经济的发展；其次，民族资本经济虽有发展，但先天不足，力量微弱。它们一方面受到帝国主义和封建主义经济的压迫，有一定的进步作用，但另一方面又在很大程度上直接或间接地为帝国主义和买办阶级服务，不少地方还保留着前资本主义市场的残余和封建性的市场组织。在这些市场组织中，封建性的行帮、市霸左右一切。

旧中国经济的半殖民地半封建性质，造成了国内市场的畸形发展，在旧中国始终没有建立起民族的、独立的、统一的国内市场。

我国的社会主义经济，是以生产资料公有制为基础的有计划的商品经济，因而存在与之相适应的社会主义市场。我国的社会主义市场，是在无产阶级夺取政权后，在改造旧的生产关系的过程中，逐步建立起来的。由于我国无产阶级领导的革命，经历了民主革命和社会主义革命两个阶段，所以我国社会主义统一市场，也是经历了两个阶段的变化而最后形成的。

我国市场的第一个阶段的变化，是由旧中国半殖民地、半封建性质的市场转变为社会主义与资本主义两种经济并存的两重性市场。国内市场在这一阶段的变化主要是：

（一）由于废除了帝国主义在我国的一切特权，实行了独

立自主的海关政策和对外贸易政策，从而使我国市场摆脱了依赖帝国主义的殖民地性，走上了独立自主的发展道路。

(二) 由于没收了官僚资本并把它变为全民所有制的国营企业，从而结束了官僚资本对市场的独占统治。国营经济和合作经济的建立与发展，也结束了私有制经济对市场的独占地位。

(三) 由于消灭了帝国主义、封建主义和官僚资本主义经济，从而切断了民族工商业同它们的经济联系，缩小了民族工商业的活动范围，限制了它们在市场上的投机破坏性。

国内市场的上述变化，说明随着我国民主革命的胜利，旧中国半殖民地半封建性质的市场已被彻底打垮，以社会主义国营经济为领导的多种经济成分并存的过渡性市场已经形成。据统计，国营商业和合作社商业在批发商品流转中的比重已由1950年的23.8%增加到1952年的63.2%；在零售商品流转中的比重，也从16.4%增加到42%。

我国市场的第二个阶段的变化，是由社会主义与资本主义同时并存的过渡性市场转变为以社会主义公有制为基础的统一市场。这一转变是由于国家实现了对农业、手工业和资本主义工商业的社会主义改造而实现的。到1956年，全国绝大部分地区基本完成了对生产资料私有制的社会主义改造，基本完成了从新民主主义到社会主义社会的转变，开始进入了社会主义社会。与此同时，形成了以公有制为基础的在国家计划指导下的社会主义市场。这是一种排斥了资本家和剥削者参加的市场。实践证明，坚持以国营经济为领导和以公有制经济为基础，这是保证市场的社会主义性质的决定性条件。但同时又必须发挥劳动者个体经济在市场上的补充作