
**现代市场经济
常用语手册**

现代市场经济常用语手册

主编：顾海良 董瑞华
王其龙 张雷声

上海人民出版社

(沪)新登字101号

责任编辑 徐永禄

封面装帧 范一辛

现代市场经济常用语手册

顾海良 等主编

上海人民出版社出版、发行

(上海绍兴路54号)

新华书店上海发行所经销 上海中华印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 12.75 字数 371,000

1995年5月第1版 1995年5月第1次印刷

印数 1-6,000

ISBN7-208-01838-3/F·389

定价14.00元

主 编：顾海良 董瑞华

王其龙 张雷声

撰稿人 (以姓氏笔划为序)

王其龙 王国平 卢根鑫 刘申有

李艳芳 张 明 张颂豪 张雷声

杨国炎 尚志明 项建春 顾海良

徐小松 倪忠达 黄文忠 龚宜华

崔 昊 崔世春 童 里 游潜之

董正平 董瑞华 蒋伟翔 鞠立新

编者说明

建立和发展社会主义市场经济体制，是我国现代化建设必须完成的一项宏伟工程，也是建设有中国特色社会主义必须解决好的一项崭新课题。正因为这样，学习和掌握社会主义市场经济理论与基本知识，已成为投身于这一伟大历史进程中的千百万人的迫切要求和自觉行动。我们组织编写的《现代市场经济常用语手册》，就是希望能为广大读者学习社会主义市场经济基本知识提供一本有益的参考书。

收入本手册的有涉及现代市场经济理论与实践的最基本、最常用的用语共近千条。为了便于读者阅读，我们按现代市场经济的基本框架，把这些用语分作五部分：（一）市场经济概论；（二）市场体系与市场营销；（三）市场主体与企业运营；（四）宏观经济与宏观调控；（五）国际市场经济关系。附录是有关法规索引。

本手册的编写者大多是从事社会主义市场经济理论研究、教学的中青年学者。在编写过程中，各位主编分别审读了各部分条目，最后由顾海良统一修订、定稿。

著名经济学家刘国光为本手册写了很有意义的序言，上海人民出版社为本手册的顺利出版给予很大的支持。谨向他们表示谢意。

对本手册中可能存在的不当或失误之处，乞望读者指正。

序

刘 国 光

党的十四大提出我国经济体制改革的方向和目标是建立和完善社会主义市场经济体制以后，在实践的发展和改革的深化过程中，大家都希望对社会主义市场经济体制有一个更为完整的、系统的解释。十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》，把十四大提出的目标和原则进一步具体化、系统化了，更深刻地提出了指导性很强的总体设想，更清晰地勾画了社会主义市场经济体制的基本框架。

概括地说，《决定》所提出的这一基本框架有以下五个方面的要点：第一，必须以公有制为主体、多种经济成分共同发展，进一步转换国有企业的经营机制，建立适应社会主义市场经济要求的产权清晰、责权明确、政企分开、管理科学的现代企业制度。第二，建立全国统一的开放的市场体系，实现城乡市场的紧密结合，国内市场的相互衔接，促进资源配置的优化。第三，转变政府管理经济的职能，建立以经济手段为主的完善的宏观调控体系。第四，坚持以按劳分配为主体的，效率优先、兼顾公平的分配制度，鼓励一部分地区先富起来，走共同富裕的道路。第五，建立多层次的社会保障制度，促进经济发展和社会稳定。显然，上述五个方面是相互联系、相互制约的。与此同时，还必须进行农村的改革、对外经济体制的改革、科教改革等等。

建立社会主义市场经济体制是我国自党的十一届三中全会以来十余年经济改革实践发展的必然选择；社会主义市场经济

理论是邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的重要组成部分。这一理论的提出不仅是社会主义经济体制改革发展的一个重大的里程碑，而且也是对马克思主义政治经济学社会主义部分做出的重大的划时代的贡献。我们应该清楚地认识到，在今后建立和发展社会主义市场经济体制的实践过程中，一定要全面地、系统地钻研邓小平同志著作中有关建立社会主义市场经济的论述，要认真学习 and 贯彻好党的十四大报告和十四届三中全会的《决定》，同时也要努力地学习和掌握社会主义市场经济理论和基本知识。这些是我们完成建立社会主义市场经济体制这一伟大的创造性事业的重要保证之一。

上海人民出版社将要出版由顾海良等人主编的《现代市场经济常用语手册》。主编们约请我为该手册的出版写一篇序言。我写了以上这一些话。我希望，这一手册的出版能在普及社会主义市场经济理论与基本知识中起到积极的作用，能有益于广大读者结合经济改革的实践，进一步学好和掌握好社会主义市场经济理论与基本知识。

1994年5月10日

总 目

分类目录.....	1
-----------	---

笔画索引.....	1
-----------	---

一、市场经济概论.....	1
---------------	---

二、市场体系与市场营销.....	48
------------------	----

三、市场主体与企业运营.....	135
------------------	-----

四、宏观经济与宏观调控.....	195
------------------	-----

五、国际市场经济关系.....	280
-----------------	-----

附录：有关法规索引.....	341
----------------	-----

分 类 目 录

一、市场经济概论

市场经济.....	1	经济利益.....	13
商品经济.....	2	生产要素.....	14
自然经济.....	3	劳动.....	14
产品经济.....	4	劳动力.....	15
计划经济.....	4	经济人.....	15
混合经济.....	4	劳动资料.....	15
经济制度.....	5	生产工具.....	16
经济体制.....	5	劳动对象.....	16
经济模式.....	6	生产资料.....	17
经济模型.....	6	资源配置.....	17
国民经济.....	7	效率.....	17
经济结构.....	7	帕累托效率.....	18
经济运行.....	8	生产力.....	18
经济手段.....	9	劳动生产率.....	19
经济机制.....	10	自然分工.....	19
经济杠杆.....	10	社会分工.....	20
经济波动.....	11	物质技术基础.....	20
所有制.....	11	技术革命.....	21
所有权.....	11	财富.....	21
占有权.....	12	效用.....	22
经营权.....	12	生产.....	22
产权.....	13	再生产.....	22
自然人产权制度.....	13	社会化大生产.....	23
法人产权制度.....	13	积累.....	23

2 现代市场经济常用语手册

交换	24	垄断竞争	34
流通	24	市场主体	35
分配	24	现代企业制度	35
消费	25	资产所有权	36
生产消费	25	法人财产权	37
生活消费	25	市场客体	37
投资	25	市场秩序	37
投入产出	26	市场环境	37
市场	26	市场规则	37
市场信息	27	自由放任	38
市场调节	27	看不见的手	38
市场机制	28	现代市场经济	38
市场失效	28	德国的市场经济体制	39
买方市场	28	美国的市场经济体制	39
卖方市场	28	法国的市场经济体制	40
供给	29	日本的市场经济体制	40
需求	29	瑞典的市场经济体制	41
均衡	29	韩国的市场经济体制	41
非均衡	30	新加坡的市场经济体制	42
供求机制	31	战时共产主义	42
供求曲线	31	新经济政策	42
价值	31	斯大林模式	43
价格	32	计划经济为主, 市场调节为辅	43
价值规律	32	计划与市场的板块结构	43
价格机制	33	计划与市场的渗透结构	44
竞争	33	指令性计划	44
竞争机制	33	指导性计划	44
价格竞争	33	社会主义有计划商品经济	45
非价格竞争	33	国家调节市场, 市场引导企业	45
完全竞争	34	社会主义市场经济	46
垄断	34		

二、市场体系与市场营销

市场体系·····	48	零售商·····	57
市场体系的主体结构·····	48	百货商店·····	57
市场体系的客体结构·····	48	专营商店·····	57
市场体系的空间结构·····	49	超级市场·····	58
市场体系的时间结构·····	49	购货中心·····	58
市场体系的组织结构·····	49	邮购商店·····	58
市场营销职能·····	50	连锁商店·····	58
市场营销组合·····	50	自动机售货·····	59
商品分类·····	50	折扣商店·····	59
商品识别·····	51	推销·····	59
市场调查·····	51	派员推销·····	60
市场调查步骤·····	51	广告·····	60
市场调查方法·····	52	广告功能·····	60
市场预测·····	52	广告类型·····	60
市场预测步骤·····	52	广告目标·····	61
市场预测方法·····	52	广告媒体·····	61
市场细分·····	53	广告效果检验·····	61
市场细分方法·····	53	价格体制·····	62
市场容量·····	54	价格构成·····	62
目标市场选择·····	54	需求与价格·····	62
产品组合·····	54	供给与价格·····	62
产品组合策略·····	54	价格弹性·····	63
产品生命周期·····	55	市场价格·····	63
新产品开发·····	55	价格领导·····	63
销售渠道·····	55	影子价格·····	64
批发商·····	55	物价指数·····	64
商品批发商·····	56	商品比价·····	64
商品代理人·····	56	工农业产品剪刀差·····	65
商品经纪人·····	56	批零差价·····	65

4 现代市场经济常用语手册

季节差价.....65	证券信用级别.....75
质量差价.....65	股票市场.....75
双轨制价格.....65	股份有限公司.....76
商品市场.....66	股东.....76
生产资料市场.....66	股票.....76
生产资料市场细分.....66	普通股票.....77
生产资料购买者行为.....67	优先股票.....77
生产资料流通网络.....67	A种股票.....77
消费品市场.....67	B种股票.....78
消费品市场细分.....67	股票信用等级.....78
消费品购买者行为.....68	股利.....78
消费结构.....68	每股股票收益.....78
消费水平.....68	股票价格.....79
消费者权益.....69	道氏理论.....79
恩格尔法则.....69	股票价格指数.....80
计划购销.....69	道·琼斯股票价格指数.....80
要素市场.....69	标准普尔股票价格指数.....81
金融市场.....70	纽约证券交易所综合指数.....81
金融市场参加者.....70	《金融时报》全部股票指数.....81
金融市场工具.....70	上证指数.....81
金融市场组织形式.....71	深证指数.....82
交易所.....71	新华股价综合指数.....82
柜台方式.....72	中华股价指数.....82
抵押贷款市场.....72	股票发行市场.....83
贴现市场.....72	股票分割.....83
贴现.....72	股票交易市场.....84
再贴现.....73	股票市场的交割制度.....84
消费信贷市场.....73	做多(多头).....85
存款市场.....73	做空(空头).....85
证券市场.....73	债券市场.....85
有价证券.....74	债券.....86
证券商.....74	政府债券.....87

公司债券.....	87	卖出汇率.....	98
债券利息.....	87	中间汇率.....	98
债券的现值和终值.....	88	即期汇率.....	99
债券发行价格.....	88	远期汇率.....	99
债券交易价格.....	88	外汇管制.....	99
债券信用评级.....	89	外汇头寸.....	99
货币市场.....	90	外汇银行.....	100
本票.....	90	外汇经纪人.....	100
汇票.....	90	外汇交易商.....	100
承兑.....	91	外汇贴现公司.....	100
中央银行.....	91	即期外汇交易.....	101
商业银行.....	91	电汇.....	101
大额可转让存单市场.....	92	信汇.....	101
银行承兑汇票市场.....	92	票汇.....	101
银行同业拆借市场.....	93	现钞买卖.....	102
外汇.....	93	远期外汇交易.....	102
外汇市场.....	93	外汇风险.....	102
汇率.....	94	外汇交易风险.....	102
直接标价法.....	94	外汇会计风险.....	103
间接标价法.....	94	外汇经济风险.....	103
法定汇率.....	94	套汇.....	103
黄金输送点.....	95	劳动市场.....	104
中心汇率.....	95	劳务市场.....	104
固定汇率.....	95	人才市场.....	104
黄金平价.....	96	职业介绍所.....	104
市场汇率.....	96	人才流动.....	104
浮动汇率.....	96	人才合理流向.....	104
蛇形汇率.....	97	人才有偿分配.....	105
钉住汇率.....	97	劳动合同.....	105
联合汇率.....	97	劳动仲裁.....	105
双重汇率.....	98	就业.....	105
买入汇率.....	98	充分就业.....	105

就业结构	106	土地有偿使用	116
失业	106	房地产市场体系	116
结构性失业	106	土地开发公司	117
摩擦性失业	107	土地一级市场	117
自愿性失业	107	土地有偿出让	118
失业率	107	土地有偿转让	118
职业培训	107	文化市场	119
劳动力供求规律	108	旅游市场	119
技术市场	108	旅游资源	119
技术商品	108	旅游点	119
技术成果	108	旅游区	120
技术转让	109	旅游客源	120
技术咨询	109	旅游商品	120
技术承包	109	旅游价格	120
技术入股	109	奖励旅游	121
技术合同	110	包价旅游	121
信息市场	110	期货市场	121
信息商品	110	期货合约	122
信息产业	111	期货交易	122
信息资源	111	期货合约的标准化	122
信息交换	111	期货商品质量等级	123
信息咨询	111	期货合约交易单位	123
信息服务	112	报价单位	123
信息经营	112	每日价格限额	124
信息网络	112	最后交易日	124
房地产市场	112	期货交易所的组织设置	124
房地产	113	期货交易所的规章制度	124
房地产业	113	商品经纪行	125
房产交易	114	经纪公司的制度管理	125
房产买卖	114	商品结算所	125
房屋租赁	115	期货交易程序	126
房产抵押	115	价格发现	126

期货交易所·····	127	期权交易·····	130
基差·····	127	期权交易种类·····	130
套期保值·····	127	期权交易合约·····	131
卖期保值·····	128	期权价格·····	131
买期保值·····	128	期权成交价·····	131
期货投机交易·····	128	期权保值交易·····	132
套利·····	128	区域市场·····	132
跨月套利·····	129	区域市场的功能·····	133
跨市套利·····	129	全国市场·····	133
跨商品套利·····	129	全国市场的功能·····	133
期权·····	130		

三、市场主体与企业运营

企业·····	135	集体企业·····	142
企业法人·····	135	个体企业·····	142
企业法人代表·····	135	私营企业·····	143
企业产权·····	136	中外合资经营企业·····	143
产权转让·····	136	中外合作经营企业·····	143
企业组织结构·····	136	外资企业·····	144
企业管理制度·····	137	联营企业·····	144
企业设立·····	137	公司制·····	144
企业登记·····	138	无限责任公司·····	145
企业变更·····	138	有限责任公司·····	145
企业终止·····	139	独资公司·····	145
企业破产·····	139	控股公司·····	146
破产清算·····	139	股份制企业·····	146
企业联合·····	140	董事会·····	146
企业兼并·····	140	监事会·····	147
企业集团·····	141	股东大会·····	147
企业群体·····	141	劳动密集型企业·····	148
国有企业·····	142	资金密集型企业·····	148

知识密集型企业·····	148	企业投资决策权·····	160
技术密集型企业·····	149	企业留用资金支配权·····	161
内向型企业·····	149	企业资产处置权·····	161
外向型企业·····	149	企业联营兼并权·····	161
跨国公司·····	149	企业劳动用工权·····	161
企业资金·····	150	企业人事管理权·····	162
企业资产·····	150	企业工资奖金分配权·····	162
企业资产评估·····	151	企业内部机构设置权·····	162
企业负债·····	151	企业拒绝摊派权·····	163
企业目标·····	151	企业外部环境·····	163
企业权利·····	152	企业内部经济·····	163
企业活力·····	152	企业内部不经济·····	164
企业素质·····	153	企业经济责任制·····	164
企业行为·····	153	企业租赁经营·····	164
企业经济管理·····	153	企业资产经营·····	165
企业经济管理二重性·····	154	企业承包经营·····	165
民主管理·····	154	企业股份经营·····	165
科学管理·····	154	经济预测·····	166
厂长(经理)负责制·····	155	定性预测·····	166
企业工会·····	155	定量预测·····	167
企业职工代表大会·····	156	经营决策方法·····	167
企业法律顾问·····	156	确定型决策·····	167
企业经营机制·····	157	风险型决策·····	168
企业规模效应·····	157	非确定型决策·····	168
企业竞争·····	157	企业经营计划·····	168
企业垄断·····	158	企业滚动式计划·····	169
企业合同·····	158	网络图·····	169
企业生产经营决策权·····	158	企业营销观念·····	170
企业产品劳务定价权·····	159	企业市场目标·····	170
企业产品销售权·····	159	企业市场策略·····	170
企业物资采购权·····	159	企业产品开发策略·····	170
企业进出口权·····	160	企业产品组合策略·····	171

企业价格策略.....	171	产品标准化.....	181
企业产品定价的决定因素.....	171	A B C分析法.....	181
产品成本.....	172	价值工程分析方法.....	182
销售成本.....	172	寿命周期费用.....	182
平均成本.....	173	功能分析.....	183
机会成本.....	173	可行性研究分析方法.....	183
边际成本.....	173	系统分析.....	183
成本加成定价法.....	173	系统设计.....	183
边际成本定价法.....	174	电子计算机管理方法.....	184
差别定价法.....	174	企业技术改造.....	184
多种产品定价法.....	174	企业经济核算.....	184
新产品定价法.....	174	成本核算.....	185
零头定价法.....	175	企业会计.....	185
习惯定价法.....	175	企业统计.....	186
商标.....	175	企业审计.....	186
商标注册.....	175	企业工资.....	186
商标专用权.....	176	企业劳动生产率.....	187
商标管理.....	176	企业投资.....	187
企业经营管理.....	176	企业投资回流.....	188
盈亏分析方法.....	177	企业投资风险.....	188
线性规划方法.....	177	企业收益.....	189
目标函数.....	177	边际收益.....	189
约束条件.....	178	目标利润.....	189
经验管理.....	178	企业利润.....	190
行为科学.....	178	利润率.....	190
回归分析方法.....	178	成本利润率.....	190
回归分析模型.....	179	产值利润率.....	190
正交试验方法.....	179	销售利润率.....	191
企业信息.....	180	资金利润率.....	191
企业管理信息系统.....	180	出口商品盈亏率.....	191
全面质量管理.....	180	出口商品换汇率.....	191
看板管理方法.....	181	企业公共关系.....	192