

<<中国周边市场>>

图书基本信息

书名：<<中国周边市场>>

13位ISBN编号：9787810564090

10位ISBN编号：7810564099

出版时间：中央民族大学出版社

作者：那日 著

页数：312

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国周边市场>>

### 前言

我国的经济建设，是在世界经济的大环境中进行的。随着中国经济日益融入世界经济体系的进程，我国经济建设与外部世界经济的联系和结合越来越广泛和深入，相互作用和影响越来越大。

特别是我国实行全方位对外开放政策，周边市场迅速崛起，对推动西部大开发战略的实施，推动全国市场经济的发展，推动中国边疆地区社会的发展和经济的振兴，推动中国与毗邻国家的睦邻友好关系的巩固，发挥着重要作用。

因此，对周边市场的系统研究是具有重要理论意义和实践意义的新课题。

《中国周边市场》是一部研究和探讨周边市场的专著。

全书共分七章，第一章总论，主要分析周边市场的含义、特征，研究周边市场的任务、意义及理论依据。

第二章至第四章分析东北周边市场，第五章分析西北周边市场，第六章、第七章分析中国西南周边市场。

本书观点新颖，内容丰富，材料翔实，既有学术价值又有实用价值。

可供经贸理论工作者、实际工作者和有关决策部门参考，可供高校国际贸易、国际经济、民族经济、社会主义市场经济等专业作为专业阅读参考书目。

本书在撰写过程中，吸收了社会上公开发表的论著、事例、数据及有关观点，特此致谢。

本书在撰写过程中，得到了中央民族大学科研处、少数民族经济所的专家、教授的关心和支持。

本书的出版得到了中央民族大学出版社的大力支持和帮助。

在此，一并向他们表示衷心的感谢。

周边市场研究涉及的领域广，问题多，情况复杂多变，由于水平所限，书中的许多问题探索和研究仅是初步的，不足和错误之处，敬请读者批评指正。

## <<中国周边市场>>

### 内容概要

《中国周边市场》分析了周边市场的含义、特征，研究了周边市场的任务、意义及理论依据；分析了中国东北、西北、西南地区及周边国家市场环境，市场运作、市场培育等方面的内容。

《中国周边市场》在撰写过程中，吸收了社会上公开发表的论著、事例、数据及有关观点，特此致谢。

。

## <<中国周边市场>>

### 书籍目录

第一章 总论第一节 市场第二节 周边市场第三节 研究周边市场的理论依据第二章 中国东北市场第一节 黑龙江省的市场环境第二节 吉林省的市场环境第三节 辽宁省的市场环境第四节 内蒙古自治区的市场环境第三章 中国东北周边国家市场第一节 俄罗斯联邦的市场环境第二节 朝鲜民主主义人民共和国的市场环境第三节 蒙古国的市场环境第四章 中国东北周边市场的培育第一节 中俄周边市场的培育第二节 中朝周边市场的培育第一节 中蒙周边市场的培育第五章 中国西北周边市场第一节 新疆维吾尔自治区的市场环境第二节 中亚国家的市场环境第三节 中亚国家的市场态势第四节 巴基斯坦的市场环境及市场态势第六章 中国西南沿边省区市场第一节 广西壮族自治区的市场环境及市场态势第二节 云南省的市场环境及市场态势第三节 西藏自治区的市场环境及市场态势第七章 中国西南周边国家市场第一节 越南的市场环境及市场态势第二节 缅甸的市场环境及市场态势第三节 印度的市场环境及市场态势  
主要参考书目

## 章节摘录

三、市场体系 指具有不同功能的各类市场在相互关联、相互制约的共生关系中所生成的有机统一体。

从总体结构分析，市场体系是一个立体的、动态的、发展的概念。

市场体系是一个立体的概念，就是说它的构成是多层面的、多维的。

它不仅包括一般商品市场，而且包括生产资料市场；不仅包括债券、股票等有偿证券的金融市场，而且还包括技术、劳动力、信息和房地产等市场。

市场体系是一个动态的概念，就是说它不是各个独立的市场的简单相加，而是在社会总体交换过程中，各种市场相互依赖、相互渗透、相互制约、相互作用并按其内在联系而形成的一种有机组合，而且各类市场参数之间有共生互动性特征。

市场体系是一个发展的概念，就是说从内涵上看，市场体系在不断完善；从外延上看，市场体系也在不断扩大。

随着买者与卖者、生产者与消费者这些市场主体关系的发展，随着各类一般与特殊商品可供量和购买力这些市场客体关系的发展，以及市场主体与市场客体之间关系的发展，市场体系必须向着完善与健全的方面发展。

可见，市场体系是市场结构、市场功能和市场机制的统一体。

四、市场力量 市场力量是指内生于市场并作用于资源配置过程的力量，主要由以下五种力量构成：（1）市场吸引力 市场吸引力，或称市场引力，即市场吸引、聚集并扩散商品和各类要素的力量。

这是一种最基本的最原始的市场力量。

市场引力包括两个层次，即特定市场对商品和要素的吸引力量以及整个市场体系对商品和要素的聚集与辐射力量。

## <<中国周边市场>>

### 编辑推荐

《中国周边市场》在撰写过程中，得到了中央民族大学科研处、少数民族经济所的专家、教授的关心和支持。

《中国周边市场》的出版得到了中央民族大学出版社的大力支持和帮助。在此，一并向他们表示衷心的感谢。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>