

<<中国商品市场景气与预警研究>>

图书基本信息

书名：<<中国商品市场景气与预警研究>>

13位ISBN编号：9787505866553

10位ISBN编号：7505866559

出版时间：2007-11

出版时间：经济科学

作者：李朝鲜

页数：290

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>

<<中国商品市场景气与预警研究>>

内容概要

我国商业的发展、商品市场的繁荣稳定，与我国经济和社会的发展、整个国家的长期繁荣和稳定密切相关。

加快我国商品市场建设，建立科学的市场景气监测预警系统，对于促进中国经济和城市建设的发展具有举足轻重的作用。

本书主要介绍了中国商品市场景气研究的基本理论，中国商品市场景气研究的基本方法，中国商品市场预警系统的编制等五章内容。

全书分为五个部分，结构如下：第一部分，主要从我国商品市场发展的历史沿革、商品市场的体系与结构以及商品市场的管理三个方面来对我国商品市场进行大致的叙述。

第二部分，对我国商品市场景气研究的基本理论进行了介绍，如西方经济周期理论、国外景气分析的历史与现状、近年来我国经济周期的研究成果和国内外景气分析的历史与现状等。

其中，重点介绍西方经济周期理论，着重分析国内景气分析的历史与现状。

第三部分，详细论述我国商品市场景气研究的基本方法。

如，我国商品市场景气循环的测度方法、我国商品市场景气指数的编制方法等。

第四部分，在前三部分阐述我国商品市场的背景和景气指数相关理论知识的基础之上，从实证的角度出发编制我国商品市场景气指数，并依据景气指数来分析我国商品市场运行情况。

第五部分，从预警的角度来建立我国商品市场景气波动监测、预警及控制系统。

该部分主要介绍景气预警方法的相关理论，并对我国商品市场景气进行预警实证研究。

<<中国商品市场景气与预警研究>>

书籍目录

- 第一章 中国商品市场概述 第一节 中国商品市场发展的历史回顾 一、传统体制下商品流通体制和政策的形成及演变 二、改革开放后中国商品市场发展的进程 三、商品市场发展的现状及成就 第二节 中国商品市场的体系与结构 一、中国商品市场体系的构成 二、中国商品市场在市场体系中的地位与作用 第三节 中国商品市场的管理 一、中国商品市场的宏观管理 二、中国商品市场的微观管理
- 第二章 中国商品市场景气研究的基本理论 第一节 经济周期理论的历史发展 一、西方经济周期理论 二、马克思经济周期理论 三、近年来中国经济周期理论的研究 第二节 国外景气研究的发展历史和现状 一、国外景气研究的发展历史 二、国外景气指数现状 第三节 我国景气研究的发展历史与现状 一、我国景气研究的发展历史 二、我国景气研究的现状 三、我国主要的景气指数介绍
- 第三章 中国商品市场景气研究的基本方法 第一节 数据处理的基本方法 一、原始数据处理的基本方法 二、时间序列处理的基本方法 第二节 商品市场景气循环的测度方法 一、周期的计量 二、季节模型的计量 三、一些思考 第三节 商品市场景气指数的编制方法 一、先行、一致、滞后指标的确定 二、扩散指数的编制方法 三、合成指数的编制方法 四、合成指数编制的几种变通方法 五、一些思考
- 第四章 中国商品市场景气指数研究 第一节 编制中国商品市场综合景气指数的意义 第二节 中国商品市场综合景气指数指标的选取及解释 一、中国商品市场景气指标的选取 二、中国商品市场综合景气指数指标的解释 第三节 中国商品市场综合景气指数指标的数据预处理 一、对于异常点的处理 二、对于表中缺失数据的处理 三、季节调整 第四节 中国商品市场综合景气指数指标的划分 一、先行、同步、滞后指标的划分方法 二、先行、同步、滞后指标的划分 第五节 中国商品市场综合景气指数的编制和分析 一、中国商品市场综合景气扩散指数的编制 二、中国商品市场综合景气合成指数的编制 第六节 结束语
- 第五章 中国商品市场预警系统的编制 第一节 预警系统的原理及作用 一、预警系统介绍 二、预警系统的基本原理 三、中国商品市场预警系统的作用 第二节 经济监测预警研究理论 一、国内外经济预警研究的起源与发展 二、经济监测预警的主要方法 第三节 中国商品市场监测预警系统构建及实证分析 一、预警指标的选取 二、数据的处理 三、单个指标预警界限的确定 四、总预警界限的确定 五、景气预警体系的效果评价参考文献

章节摘录

第一章 中国商品市场概述 我国商业的发展、商品市场的繁荣稳定，与我国经济和社会的发展、整个国家的长期繁荣和稳定密切相关。

加快我国商品市场建设，建立科学的市场景气监测预警系统，对于促进中国经济和城市建设的发展具有举足轻重的作用。

本章将在回顾中国商品市场发展历史进程的基础上，总结我国商品市场发展的现状及成就，分析我国商品市场的体系与结构，并从宏观和微观两方面论述如何有效管理中国商品市场，进一步促进和完善我国商品市场的建设。

第一节 中国商品市场发展的历史回顾 马克思指出：“交换有它自己的历史，它经过各个不同的阶段。

”商品市场是一个不断发展、不断完善的发育过程，经历过各个不同的发展阶段。

因此，中国商品市场发展的历史是十分悠久的。

一、传统体制下商品流通体制和政策的形成及演变 从新中国建立开始，一直到1978年党的十一届三中全会之前的这一时期，在理论研究中一般称之为传统体制时期。

在这一较长的时期内，我国实行的是高度集权的计划经济体制，并形成了与这一经济体制相适应的商品流通体制。

这种体制的形成不是偶然的，而是有其特定的背景。

首先，受苏联经济体制模式的影响。

新中国建立伊始，对于力图建立一个新民主主义国家进而建设社会主义的中国而言，当时的社会主义苏联，为中国提供了现成的“软件”和“硬件”的“样板”，即高度集权的计划经济理论、指导思想和直接的、具体的计划经济体制模式，以及与这种体制相适应的经济政策框架。

其次，特定的经济与政治背景。

新中国成立后，百废待兴，国民经济处于恢复时期，国家的经济能力相当薄弱，物质资源极其匮乏。在这种条件下，国家必须集中有限的财力和物质资源恢复经济，加快建设。

这在客观上决定了传统体制下的经济政策以及流通体制和流通政策的形成。

特别是20世纪50年代初的朝鲜战争，使新中国承受着战火的考验，政府必须首先维持社会的生存与安全，稳定经济，支持保家卫国的战争，这也促使了中国传统计划经济体制的形成。

在上述背景下，中国逐步形成了高度集中的计划经济体制形式。

其基本特征：一是中央政府权利高度集中，通过集中统一的国民经济指令性计划来组织国家的经济活动；二是企业的微观生产经营活动也由政府来决定，企业只是从事生产或经营的具体单位而没有自主权利，形成了“政企不分”的关系格局；三是形成了财政上“统收统支”的分配体制和投资体制。

这种计划经济体制决定了流通体制的基础，进而决定了传统体制下流通政策的构架和基本走势。

加上新中国在建立之后的相当长时期内受物质资源短缺的制约和西方帝国主义国家的经济封锁，更强化了传统体制下流通体制和流通政策的计划经济体系。

在这样的流通体制和流通政策条件下，中国商品市场的发育本身被蒙上了厚厚的计划经济的色彩，具有下述基本特征。

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>