



教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

流通概论

第2版

夏春玉 主编

中央广播电视大学出版社

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

流通概论

第2版

夏春玉 主编

中央广播电视大学出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

流通概论 / 夏春玉主编. —2 版. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2008. 5

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

ISBN 978 - 7 - 304 - 04078 - 9

I. 流… II. 夏… III. 商品流通—电视大学—教材
IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 076822 号

版权所有, 翻印必究。

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

流通概论 (第 2 版)

夏春玉 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 发行部: 010 - 58840200

总编室: 010 - 68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号 邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 李 朔

版式设计: 张利萍

责任编辑: 胡玉喆

责任校对: 王 亚

责任印制: 赵联生

印刷: 北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

印数: 0001-15000

版本: 2008 年 6 月第 2 版

2008 年 6 月第 1 次印刷

开本: 185mm × 230mm

印张: 22.75 字数: 471 千字

书号: ISBN 978 - 7 - 304 - 04078 - 9

定价: 29.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前 言

(第1版)

众所周知，随着社会经济的发展和产业结构的逐步升级，作为第三产业主力军的流通产业在国民经济中的地位与作用日益提高，商品流通系统是否完善、有效，不仅影响国民经济的运行效率，而且也影响国民的生活品质。在我国20多年的改革开放历史中，商品流通产业更是得到了快速发展，成为人们普遍关注的热点。因此，学习商品流通理论，掌握商品流通产业的经营方式、技术与方法，不仅是政府与企业经营者的任务，也成为各类人员更新知识，提高就业能力的重要途径。鉴于此，在中央广播电视大学与东北财经大学联合举办的远程开放教育专科升本科的工商管理专业开设了流通概论课程。

流通概论与传统的商业经济学、贸易经济学、流通经济学等课程有很大区别，既有继承，又有创新，在内容上广泛吸收国内外该领域的最新研究成果，在体系上严谨、简明并有很强的逻辑性，做到理论性与操作性相结合。流通概论主要围绕五个领域向读者系统介绍商品流通知识，包括流通基础知识、零售商业、批发商业、物流与电子商务、流通政策等。应该说，读者通过本课程的学习可以全面了解商品流通领域的基本理论与基本知识，为读者从事商品流通经营与管理工作的管理工作奠定坚实的基础。

应该说明的是，流通概论中的“流通”是业界约定俗成的用语，指商品或服务从生产领域向消费领域的转移过程，既包括商流、物流，也包括伴随商流与物流过程而发生的信息流，但不包括资金（货币）流通和劳动力流通。因此，这里所说的“流通”实际上是指商品流通，既包括社会商业（批发商与零售商）机构的商品流通，也包括生产者、消费者及其他非营利性组织的商品流通。不仅如此，流通与商业、营销也是不同的概念。商业是指专业化与社会化

的商品流通，是流通的重要组成部分，但不是流通的全部内容；营销是指微观经济组织根据用户的需要而开展的以产品、定价、分销、促销等为核心的一系列经营活动的组合，其中也包括流通，但营销中的流通主要是微观组织的流通。显然，流通、商业与营销虽有联系，但不能相互替代。

本书有四个特点：一是全面系统。本书分5篇11章，涵盖了商品流通领域的全部内容，因此，通过本书的学习，读者能够全面了解流通的产生与发展、流通产业的特征、贡献与发展趋势、零售与批发商业理论和经营知识、批发市场与商品交易所、电子商务与物流管理及流通政策等方面的理论与知识。二是内容新颖。本书主编长期从事流通理论及营销与物流管理方面的教学和研究工作，有深厚的研究积累，并在国外留学多年，在编写本书时广泛吸收了国内外最新研究成果，从而使本书能够紧跟国内外的前沿。三是言简意赅，通俗易懂。本书充分考虑到了开放教育学员的学习特点，尽量使用大众语言，并力语言简练，文字流畅，通俗易懂，便于读者自学。四是理论性与操作性相结合。本书既注意对商品流通实践中各种问题进行理论概括与理论解释，同时也注意商品流通经营知识、技术、方法与技巧的介绍，以便读者既能对商品流通问题进行理论思维，也能从事商品流通的经营管理实践。

参加本书编写的有：东北财经大学教授、经济学博士、博士生导师夏春玉（前言、第一章、第二章、第四章、第六章、第十一章），东北财经大学教授赵宁（第三章、第五章），东北财经大学讲师何东平（第八章），东北财经大学讲师李健生（第九章、第十章），中央广播电视大学副教授陈凌明（第七章）。本书由夏春玉任主编，中央广播电视大学流通概论主持教师陈凌明同志参加了本书总体框架的设计，并参与了全书的修改、总纂。

在本书编写过程中得到了中央广播电视大学财经部主任刘臣副教授，以及中央广播电视大学财经部刘志敏副教授、刘乃民副教授和东北财经大学工商管理学院副院长雷晓敏等同志的帮助与指导，在此表示感谢。另外，在本书编写及审稿过程中还得到了大连理工大学侯铁珊教授，管理学博士、大连理工大学博士生导师苏敬勤教授，经济学博士、大连大学郭燕青教授，大连职业技术学院鲁军教授等资深专家的指导与帮助，在此一并表示谢意。

作者

2002年3月20日

前 言

(第2版)

《流通概论》作为中央广播电视大学“专升本”工商管理专业的指定教材，自2002年出版以来，先后经过多次印刷，目前已经走过了六个年头。值此再版之际，特向所有使用过本教材的同行、同学和各界读者表示衷心的感谢！

本次修订主要出于以下几点考虑：一是历时六年，第1版教材已经完成了使命，依据教学需要，进行必要的调整，再版更新是必然的；二是本书编写出版时，正值我国加入WTO之际，时至今日，WTO过渡期已经结束，国内流通环境发生了显著变化，只有再版才能紧跟时代步伐；三是在近些年的教学研究中，积累了一些新的认识和心得，希望融入新修订的教材中去；四是近些年读者和同行对原教材提出了一些反馈建议，也为本书的修订提供了重要依据。

基于教材及相关资源的连贯性，本次修订保持了第1版教材基本框架不变，只针对章节的局部内容进行了删除和增补调整，包括对一些概念的提法进行了调整，对一些数据和表格进行了更新，删减了一些相对过时的内容，同时吸纳、补充了一些最新研究成果。

参加本次修订的作者及分工如下：夏春玉负责全书的审定工作；汪旭晖负责修订第一至五章；任博华负责修订第六章、第七章和第十一章；李孟涛负责修订第八章；李健生负责修订第九章和第十章；陈凌明负责修订自测题和答案。

由于水平所限，修订后的教材仍难免存在一些不足和错误之处，敬请各位读者和同行不吝赐教。

主 编

2008年4月

多媒体资源使用指南

流通概论课程根据其自身的特点和学习者的实际需求，使用多种媒体一体化教材，包括主媒体教材（文字教材），强化、拓展媒体教材（录像教材），辅助教材（IP 课件）和适应远程自主学习的媒体教材（网络课程）。

1. 文字教材是现代远程教育的重要媒体，是成人在职学习的主要依据。我们在编写时力求通俗易懂，适合自学，对问题的研究深入浅出，逻辑清晰。在这套合一型的文字教材中，我们按照课程教学大纲的要求，安排了六个部分的内容，即学习目标、学习重点、学习难点、教学建议、教学内容、本章小结和学习自测题。同学们在学习各章前，应该首先阅读引言和学习目标，了解各章的重点和难点，认真阅读各章的教学内容，注意每章的难点问题，若有弄不懂的问题，可以记录下来，参看其他媒体教材的讲述时进一步学习，以理解其实际意义，也可上网运用网络课程的教学资源进行学习，还可参与网上的答疑或讨论活动，直到把问题弄通、弄懂。章末小结以精练的文字总结了各章的主要内容，运用一些图表概括内容要点，目的是加深同学们的理解与记忆，阅读时请注意编写者所提供的学习思路和方法。各章的自测题提供给同学们检查自己对所学知识的掌握情况，以方便同学们及时调整学习计划，改进学习方法，使其更有针对性。各章自测题的参考答案附在本教材的最后，希望同学们独立完成后再去对答案。

2. 录像教材是强化、拓展媒体，起着深化和扩展文字教材的作用，意在强化学习效果，使学习者能聆听主讲教师的讲授，获得学习方法、解题思路的指导。在录像教材中，我们充分发挥这种媒体的长处，按专题讲授，依据所能得到的素材及教学需要选编一些实景、图表、写实资料片、案例分析等，同直接讲授（重点、难点问题）相结合，形成完整的电视教学过程，让同学们得到更多的感性认识，加深对文字教材中重点问题的理解和认识。

3. IP 课件是助学媒体，它依据课程教学大纲的要求，系统讲授各章的重点教学内容。同学们可在预习的基础上，带着问题去听主讲教师的讲解，掌握各章的重要教学内容，真正做到学懂、弄通，学有收获。

4. 网络课程作为现代远程教育的重要手段之一，具有交互式、即时性、开放性、在线搜索、随时更新、不受时间和地点的限制等特点。流通概论网络课程的定位就是希望建设一种充分发挥网络教学优势，整合已有的教学资源，为同学们的自主学习提供丰富的内容的媒体资源。在此我们充实、完善了学习内容，增加了专家讲座及案例分析的学习内容，使同学

们能在网络条件下更好地完成本课程的学习任务。

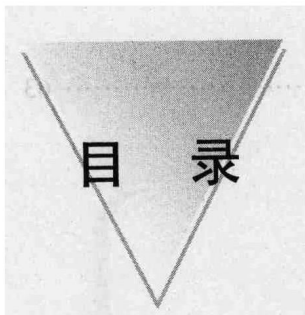
本课程为同学们提供了文字教材、录像教材、IP 课件和网络课程四种学习媒体资源，同学们可以根据自己的条件、能力、自学计划及学习的需要，进行有效的组合，力求用较少的时间和精力，获得良好的学习效果，并取得理想的学习成绩。

最后，我们希望能得到同学们在使用完这套教材之后的意见和建议，以便于在今后修订教材时，能进一步完善，谢谢！

我们的地址是：北京复兴门内大街 160 号 208 信箱（邮编 100031），收件人：流通概论主持教师。

课程组

2008 年 4 月



第一篇 导 论

第一章 商品流通的产生与发展 2

- 3 第一节 交换与商业
- 10 第二节 商业的特征与贡献
- 20 第三节 商业的发展

第二篇 零售商业

第二章 零售商业概述 32

- 34 第一节 零售商业的定义、功能与分类
- 37 第二节 零售商业的影响因素及零售要素组合
- 44 第三节 零售业态的变迁及其理论假说
- 48 第四节 我国零售商业的发展趋势

第三章 零售业态选择 63

- 64 第一节 百货店
- 67 第二节 连锁店
- 73 第三节 超级市场
- 77 第四节 专业店
- 79 第五节 其他业态
- 84 第六节 零售业态的选择标准与评价

第四章 零售选址与店铺管理 91

- 93 第一节 零售商圈的确定
- 100 第二节 零售选址
- 106 第三节 零售店铺设计
- 118 第四节 零售商品陈列

第五章 零售商品与顾客管理 129

- 130 第一节 零售商品规划
- 139 第二节 零售商品采购
- 146 第三节 零售顾客管理

第三篇 批发商业

第六章 批发商业概述 162

- 163 第一节 批发商业的定义、功能与分类
- 173 第二节 批发商业的用户特征与经营方式
- 181 第三节 批发商业面临的挑战与发展趋势

第七章 批发市场与商品交易所 192

- 193 第一节 批发市场的定义、功能与分类
- 199 第二节 批发市场的交易规则与方法
- 202 第三节 商品交易所

第四篇 电子商务与物流管理

第八章 电子商务 216

- 218 第一节 电子商务的含义、内容与特点
- 226 第二节 网络营销
- 231 第三节 网上商店与网上贸易
- 237 第四节 商业自动化

第九章 物流管理 252

- 253 第一节 物流与现代物流
- 264 第二节 物流管理
- 270 第三节 物流合理化

第十章 配送与配送中心 281

- 282 第一节 配送及其类别
- 289 第二节 配送中心

第五篇 商品流通政策

第十一章 商品流通政策 302

- 304 第一节 商品流通政策的一般理论
- 312 第二节 外国商品流通政策评介
- 325 第三节 我国商品流通政策

附 录 学习自测题参考答案 342

参考文献 345



第一篇

导 论

第一章 商品流通的产生与发展

第一章

商品流通的产生与发展

学习目标

完成本章的学习后，您应该能够：

1. 说明社会分工、商品交换与商业的关系；
2. 阐述商品流通的产生与发展；
3. 概括商业的分类；
4. 分析商业的特点与贡献；
5. 简述商业的变革与发展；
6. 熟记下列概念：商品交换、商业。

学习重点

1. 三次社会大分工与商品交换的三种形式；
2. 商业的概念与分类；
3. 商业的特征；
4. 商业的贡献；
5. 商业的发展。

学习难点

1. 商业的特征；
2. 商业的贡献。

教学建议

1. 在理论分析的基础上，注意运用统计资料解释有关结论；
2. 适当利用有关参考资料进行教学。

社会分工是商品交换的重要前提，没有社会分工就没有商品交换；同时，商品交换也促进了社会分工的不断深化。从历史上看，商品交换经历了三个发展阶段，即物物交换、以货币为媒介的商品交换和以商业为媒介的商品交换。商业的产生不仅改变了原来的交换关系，而且进一步扩大了商品交换的规模和范围，节约了生产者用于交换的时间和费用，促进了生产力的发展。在现代社会，商业是一个分工日益细化、体系日益复杂的产业门类，并具有劳动力的吸附性强、进入与退出障碍低、规模经济性不显著、技术进步从属性等特点，对经济增长、充分就业、城市功能的完善、国民福利的提高等具有特别的贡献。随着经济发展与技术进步，特别是社会分工的日益细化，商业也不断发生变化，出现了一次次具有重大意义的变革，这些变革促进了商业的进一步繁荣与发展。

第一节 交换与商业

一、社会分工与商品交换

1. 社会分工

社会分工是指人类从事各种劳动的社会划分及其独立化、专业化。人类劳动分工的独立化和专业化，是人类社会不断进步的重要体现。社会分工的不断深化，既是社会生产力发展、劳动生产率提高的必然结果，又对社会经济结构、人类交往及商品交换体系的演化具有深刻的影响。

随着人类社会的发展，人类的需要不仅越来越多，而且越来越多样化。为了满足人类的多种需要，人类劳动的种类也在不断增加。在这种背景下，要求每一个人为满足自身的所有

需要同时从事所有的生产劳动，越来越显得既无必要、也无可能了。于是便逐渐产生了人类劳动的社会分工，即一部分人专门从事社会所需的某一种劳动，另一部分人从事社会所需的其他劳动，从而使社会分工也越来越复杂。社会分工的复杂化，对社会生产力的发展具有重要意义。这是因为，社会分工提高了每个劳动者在某一个领域的劳动技能与熟练程度，促进了每个领域劳动工具的不断改进和完善，加快了各种生产经验和人类知识的积累。因此，社会分工大大提高了劳动生产率，扩大了生产规模，优化了生产组织形式，增加了社会财富的总量。

从某种意义上讲，人类发展史同时就是一部社会分工日益深化的历史。迄今为止，人类社会共经历了三次社会大分工。第一次社会大分工是畜牧业与农业的分离，从而使畜牧业与农业成为相互独立的产业门类；第二次社会大分工是手工业与农业、畜牧业的分离，从而使社会产生了农业、畜牧业和手工业三大产业门类；第三次社会大分工是商业与农业、畜牧业、手工业的分离，从而使社会产生了农业、畜牧业、手工业和商业四大产业门类。这次大分工与前两次大分工的一个根本差别是产生了一个不直接从事生产而专门从事商品交换的产业门类，即商业。经过三次社会大分工以后，人类社会分工的发展进程逐渐加快，特别是到了现代大工业以后，社会分工更具有了明显的加速趋势，社会生产的专业化程度迅速提高，并促进了工场手工业向机器大工业的历史性转变，从而奠定了现代物质文明的基础。在现代社会，社会分工更表现为一个庞大、复杂的体系。国民经济分为以农业、工业、建筑业、运输业、通信业、商业、金融保险业等为核心的第一、第二、第三产业。同时，现代企业内部的分工也日益细化，从而出现了生产社会化、劳动社会化、产品社会化的新格局。由此可见，社会分工每深化一次，劳动种类和产业门类就会增加一批，人类社会就会向前迈进一步。因此，没有社会分工的不断深化，就不会有人类社会的发展。^①

2. 商品交换

社会分工的发展产生了两个效果：一方面提高了劳动生产率，增进了每个部门、每个行业的规模经济和规模效益；另一方面也加深了不同部门、不同行业之间的相互依赖，促进了商品经济的产生。这种相互依赖是通过商品交换来实现的。

所谓交换，就是人们在社会分工条件下相互提供劳动产品，以满足各自需要的经济行为。所谓商品，就是用于交换并可满足某种需要的劳动产品。因此，商品交换就是商品所有者按照等价交换的原则相互自愿让渡商品所有权的经济行为。

要进行商品交换必须具备两个前提条件：一是社会分工，二是明晰的产权制度。社会分工与商品交换如同一枚硬币的两面，几乎同时产生，并具有同样悠久的历史。这是因为，社会分工一经产生，便立即导致了个人产品供给单一化和产品需要多样化之间的矛盾，于是在

^① 郭冬乐等：《商业经济学》，11～12页，北京，经济科学出版社，1999。