



全国高等教育自学考试指定教材 市场营销专业(独立本科段)

商品流通概论

附：商品流通概论自学考试大纲

课程代码
0185
[2004年版]

组编 / 全国高等教育自学考试指导委员会
主编 / 贺名峯

中国财政经济出版社

全国高等教育自学考试指定教材
市场营销专业（独立本科段）

商品流通概论

（2004年版）

（附：商品流通概论自学考试大纲）

全国高等教育自学考试指导委员会组编
贺名崧 主编

中国财经出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商品流通概论/贺名峯主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2004.8
全国高等教育自学考试指定教材
ISBN 978 - 7 - 5005 - 7549 - 8

I. 商… II. 贺… III. 商品流通 - 高等教育 - 自学考试 - 教材 IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 085743 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

北京联兴盛业印刷有限公司印刷

880 × 1230 毫米 32 开 14.875 印张 380 000 字

2004 年 9 月第 1 版 2008 年 10 月第 7 次印刷

印数: 26001 - 31000 定价: 19.00 元

ISBN 978 - 7 - 5005 - 7549 - 8

本书如有质量问题, 请与教材供应部门联系。

组编前言

二十一世纪是一个变幻难测的世纪，是一个催人奋进的时代。科学技术飞速发展，知识更替日新月异。希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。抓住机遇，寻求发展，迎接挑战，适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

全国高等教育自学考试指导委员会

2004年1月

目 录

导 言	(1)
第一章 绪 论	(10)
第一节 商品交换与商品流通	(10)
第二节 商品流通的基本规律	(21)
第三节 商业的历史与地位	(42)
第二章 市 场	(52)
第一节 市场概述	(52)
第二节 市场体系	(58)
第三节 市场机制	(75)
第四节 市场运行	(88)
第三章 商品流通企业	(100)
第一节 商品流通企业及其特征	(100)
第二节 商品流通企业的构成要素	(106)
第三节 商品流通企业的类型	(119)
第四节 商品流通企业的组织形式	(127)
第四章 商品流通业务	(147)
第一节 商流	(148)
第二节 物流	(160)
第三节 信息流	(175)
第五章 商品流通方式	(188)
第一节 流通业态类型	(188)
第二节 流通方式演变	(206)

第三节	流通方式选择条件	(216)
第四节	交易形式	(220)
第六章	商品流通渠道与网络	(226)
第一节	商品流通渠道	(226)
第二节	商品流通网络	(241)
第七章	商品流通的价格与效益	(254)
第一节	价格构成与价格体系	(254)
第二节	价格运作	(274)
第三节	流通企业的经济效益	(287)
第八章	商品流通调控	(306)
第一节	商品流通环境	(306)
第二节	商品流通调控	(318)
第三节	商品流通调控的基本原则和方式	(321)
第四节	商品流通调控的主要方法	(323)
第九章	商品流通现代化	(334)
第一节	商品流通创新	(334)
第二节	新科技运用	(345)
第三节	流通管理现代化	(357)
第四节	流通经营全球化	(364)
第十章	商品流通文化建设	(376)
第一节	商业文化	(376)
第二节	商业道德	(399)
第三节	商誉信用	(406)
后 记		(413)
	商品流通概论自学考试大纲	(415)

导 言

《商品流通概论》是流通领域原理性的经济学科。它是以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为理论基础的。商品流通是实践性非常强的经济产业。随着国民经济的发展和国内外市场的变化，许多理论认识和经营管理运作问题会不断产生、发展和成熟起来。所以，《商品流通概论》的内容也会不断地有新观念、新成果来充实提高。

(一)

商品流通是指以货币为媒介的商品交换形式，是商品交换的一个系列，“不是个别的交换行为，而是川流不息的、或多或少发生在社会整个表面上的交换总和，交换总体，即交换行为的体系。”^①商品流通是伴随着商品交换，商品生产和市场体系的发展而发达起来的。《商品流通概论》作为一门独立的经济学科只能是在商品经济发展到一定阶段，社会化大生产已经成长为国民经济的主导地位，社会化大流通已经发展为国民经济的重要产业，社会化大市场已经初步建成后才逐步形成的。

中国是一个经济发展比较落后的国家。历史上几千年的轻视商业和商人的封建社会，近百年来经济畸形发展的半封建、半殖民地社会，使自然经济、半自然经济占据着国民经济的主导地位。新中

^① 《马克思恩格斯全集》第46卷（上），人民出版社1979年版，第136页。

国成立后，虽然工农业生产得到很大发展，国民经济建设取得重大成就，但是，在“自然经济论”和“无流通论”的影响下，在左倾错误思想的指导和社会主义计划经济制度下，我国的商品生产、商品交换、商品流通并没有发展起来，尤其是在供给制思想支配下的商品分配体制，使市场失去作用、市场建设非常落后。长期以来，由于对于社会主义的若干不适合实际情况的固定观念，由于自给自足的小农经济的自然经济观念和苏联计划经济的产品经济观念以及流通无用论等思想起着重要作用，反而把发展社会生产力，发展农副业生产，搞活企业和发展社会主义商品经济等种种正确的改革措施当成“资本主义”的东西来批判，当成“资本主义尾巴”来割掉；把许多束缚生产力发展的、并不具有社会主义本质属性的东西，当成“社会主义原则”加以坚持和贯彻执行。对于我国社会主义所处的历史阶段和基本国情没有清醒的认识，提出一些不切实际的、盲目有害的口号和政策，如“先治坡、后治窝”，“人有多大胆、地有多大产”，“大炼钢铁、赶英超美”等“盲目”的“大跃进”，严重地影响了社会主义商品经济的发展。由于市场严重缺乏建设，企业严重缺乏资金，物资严重不足商品匮乏，供求关系长期处于供应不足的紧张状态；居民生活需要的基本消费资料只有实行统购统销、统购包销、按人按户凭票证限量供应，实际上是“两票”（票证和货币）的实物供给制。商业行政机关已经成为人民生活的具体安排机构，商业企业也已成为消费品的分配供应网点。国家明文规定生产资料不是商品，不进入市场经营，由国家实行计划分配和计划调拨的制度。商业工作长期不受重视，商品流通也不发达，商业产业排在国民经济的末位序列。由于商业理论上的匮乏，商业政策上的失误，商业活动上的封闭，商业投资上的减少，造成商业网点严重不足，商业设施极端落后，流通机制不健全，市场体系没有形成，国内市场很不发达，根本无法同国际市场沟通和接轨。这一切使社会主义商品流通的研究不可能具备坚实的理论基础

和丰富的市场实践。

党的十一届三中全会拨乱反正，提出以经济建设为中心，坚持四项基本原则，坚持改革开放的路线、方针和政策，大力推进了社会主义商品经济的迅速发展。党的十三届三中全会又做出了《中共中央关于经济体制改革的决定》明确提出：商品经济的充分发展，是社会主义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。只有充分发展商品经济，才能把经济搞活，促使企业提高效率，灵活经营。《中共中央关于经济体制改革的决定》从理论上突破了把社会主义同商品经济对立起来的传统观念。特别是邓小平同志在1992年初的重要谈话明确指出：计划经济不等于社会主义，资本主义也有计划；市场经济不等于资本主义，社会主义也有市场。这对社会主义可不可以搞市场经济的重大的理论问题，作了清楚、精辟的回答。党的十四大报告明确指出：“我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制，以利于进一步解放和发展生产力”。并进一步指出：“我们要建立的社会主义市场经济体制，就是要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用，使经济活动遵循价值规律的要求，适应供求关系的变化；通过价格杠杆和竞争机制的功能，把资源配置到效益较好的环节中去，并给企业以压力和动力，实现优胜劣汰；运用市场对各种经济信号反应比较灵敏的优点，促进生产和需求的及时协调。”党的十六大报告中总结了十三届四中全会以来的十条基本经验，其中第三条就明确提出：“坚持改革开放，不断完善社会主义市场经济体制”。并进一步肯定：“坚持社会主义市场经济的改革方向，使市场在国家宏观调控下对资源配置起基础性作用”。这都为我国商品流通的大发展奠定了理论基础，开拓了广泛的实践领域，也为《商品流通概论》这门学科的研究和发展创造了极为优越的条件。

《商品流通概论》是一门正在不断丰富、创新和发展的新的经济学科。我们应当按照马克思主义基本原理同我国的经济建设实践

相结合的原则，根据邓小平建设有中国特色社会主义理论，按照“三个代表”的重要思想，积极实现扩大内需的基本方针，认真坚持“引进来”和“走出去”相结合，积极参与国际经济技术合作和竞争的全球经济一体化的经济活动，不断探索社会主义商品流通的经济关系、经济规律以及运行机制，开拓新视野、发展新观念、进入新境界，充实和完善《商品流通概论》。

(二)

《商品流通概论》是研究商品流通领域的经济关系、经济活动规律和运行机制的学科。

商品流通是由商品交换而来的。但不是个别的交换行为，而是川流不息的、发生在社会整个表面上的交换总和，是一个经济运行的过程，是商品由生产领域通过流通进入消费领域的过程。这个过程从表面上看是“物”与“物”的关系，但正如马克思所说的，“商品不能自己到市场去，不能自己去交换，因此，我们必须找寻它的监护人，商品所有者。”^①商品交换关系实际上体现的是“人”与“人”的关系，是不同所有者之间的关系，是商品流通领域的多层次多样性的“人”与“物”相结合的经济交换关系。这种关系是经历了由简单到发达的历史发展过程的。在社会再生产过程中体现为交换同生产、分配、消费的错综复杂的关系。这里有商品生产者之间商品交换所形成的经济关系，有商品生产者与商品经营者之间的商品交换所形成的经济关系，有商品经营者之间的商品交换所形成的经济关系，还有商品生产者、商品经营者同商品消费者之间的商品交换所形成的经济关系。在社会主义初级阶段，由于存在着以公有制为主体的多种经济成分，它体现为全民所有制经济同集体所

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第102页。

有制经济之间的商品交换所形成的经济关系，也体现为两种公有制内部不同企业之间的商品交换所形成的经济关系，还体现为公有制经济同非公有制经济即个体经济、私营经济、外资经济之间的商品交换所形成的经济关系，体现为非公有制经济之间及其不同企业之间的商品交换所形成的经济关系。在以按劳分配为主体的多种分配方式条件下，它体现为国家（中央和地方）、集体、个体、私人、职工之间的经济利益的多种分配关系。在国民经济的运行中，它又集中体现为商业关系，即商业部门同其他部门的经济关系，商业同农业的关系，商业同工业的关系，商业同财政、金融的关系，商业同交通运输的关系，商业同劳务的关系，商业同科技的关系等等。这一切关系都通过商品货币交换的商品流通形式体现着经济利益关系。所以，在它们之间既存在着商品等价交换的原则，又存在着程度不同的企业间的竞争和合作关系。

商品流通领域的经济活动既然是其经济关系的具体体现，就必然要受到客观规律的制约。正如列宁所指出的，“规律就是关系，……本质的关系或本质之间的关系。”^① 这种规律有自然规律和经济规律。自然规律是社会物质运动中变化发展的内在的必然联系。经济规律是社会经济发展过程中经济主体间的本质的必然联系。它们都是客观存在的，是不以人的意志为转移的。这决定了人们只能发现它、认识它和运用它，而不能改造它、创造它。在商品流通领域中主要存在着价值规律、商品供求规律、货币流通规律、自愿让渡规律和商品竞争规律。

在商品经济发展的条件下，这些规律是孪生关系，相互依存、互为表里，具有内在的本质关系，在市场上、在商品流通的过程中是交织在一起发挥作用的。

商品流通过程是由众多的运行要素与运行系统组成的。这些运

^① 《列宁全集》第38卷，人民出版社1959年版，第161页。

行要素和系统在运行过程中相互联系、相互制约，在宏观调控下作用于商品流通的方式、结构、规模和渠道网络等，从而形成了商品流通的运行机制。商品流通就是通过这个动态的运行机制对社会经济生活发挥作用。

随着我国商品经济的发展，商品日趋丰富，买方市场初步形成，参加 WTO 后逐步进入全球经济一体化的领域，使我国商品流通发生了根本性的变化。

商品流通领域作为竞争性的领域要实行全方位的开放。国有独资商业将会逐步退出商品流通领域，市场结构与所有制结构必将有重大的调整。国家又明确提出坚持扩大内需的基本方针，实施科技兴国和可持续发展战略，实现速度和结构、质量、效益相统一，经济发展和人口、资源、环境相协调，不断提高人民的生活水平。这就为商业在国民经济的发展提出更高的要求。商业不仅要发展成先导产业，而且要成为国民经济发展的重要推动力量，作为联系消费、供应生活的经济运作的终端产业，对国民经济的发展的安全性具有重要作用。这就要求国家对商品流通加强宏观调控，加强行政管理，强化行业组织，充实和健全商业规律、法规。

商品流通作为不断扩大的领域，现代流通的理念、新型的商业业态以及新型的交易方式已经逐步进入我国的商品流通领域。商品流通组织的规模化和规范化形成连锁组织、跨国企业、综合商社和企业集团并实行现代企业制度。

现代信息技术的运用，商品物流体系的建立，流通网络的形成与发展趋势，电子商务的迅速开展，建立和健全计算机管理系统，使商业现代化水平不断提升。

社会主义市场经济的发展要求商业企业的文化建设，商业道德、商业信用以及商誉的建设进入一个新的阶段。

《商品流通概论》就是要研究商品流通领域中的这些经济活动的内容及其规律，商品流通领域中形成的经济关系及其运行机制，

如何作用于社会再生产的过程，以促进社会主义国民经济的发展。

(三)

《商品流通概论》的研究内容与研究方法是由其研究对象决定的。它的研究内容的领域是随着社会生产力的提高，科学技术的迅速提升，市场结构格局的变化，社会商业功能的发展，人民购买力和生活质量的不断提高逐步拓宽的。研究内容会越来越向社会经济生活的纵深和横向发展。它的研究方法同其他经济学科一样，主要是马克思主义唯物辩证法的基本原理。要运用理论联系实际，理论来源于实际，又指导实际的原理，从我国商品流通不断改革开放和不断扩大发展的实际出发进行探索；要运用现象和本质关系的原理，来研究商品流通中的各种经济关系、各个运行要素、运行系统和运行的机理；要运用一切事物都是相互联系、相互制约的互动原理，来研究商品流通的常态和动态及其不断的发展变化，从而把握其经济过程的运动及其发展规律。对于越来越发展、越来越复杂的商品流通来说，还要特别注意运用现代科学的先进的研究方法。

一是运用综合系统分析的方法。世界上任何事物不可能是孤立存在的，都是整体中的一部分，同周围的一切事物有着密切的联系，存在着相互联系、相互制约的关系。要认识这些事物，就必须从整体上和部分上进行分析和综合研究，形成系统完整的考察。对商品流通的研究也必须如此，要把商品流通放在社会再生产的整体过程中，考察它同生产、分配和消费的依存关系。它的流通方式、流通结构、流通渠道、流通体系和流通效益是受这些因素的影响和决定的。如商流规模的扩大，物流配送的通畅，信息资源的共享，资金流转的加速，使商品流通不断的发展，这种商业运行状况的出现是与生产技术的提升，分配关系的改善，消费水平的提高密切相关的。相反的，就会出现另外一种商业运行下降的态势。当然，商

品流通的优劣对社会再生产过程的顺利进行也会起着影响和决定作用。

二是运用定性与定量相结合的分析方法。世界上一切事物都存在着一定的质和量的辩证关系，都有其质的规定性和量的规定性。商品流通的研究首先也必须进行定性研究，进行内在本质的研究，以正确认识商品流通过程中各种现象的本质内涵。商品流通作为经济事物也必须进行定量研究，如市场上供给量与需求量的量的关系，市场经济结构中各种成分的量的关系，商品流通过程中各个环节，即采购环节、批发环节、零售环节之间量的关系，流通效益中的成本、税收、利润的量的关系等等。这样通过各种数量关系的分析来研究与认识流通领域中各种经济关系的规律性，充分发挥商品流通产业的导向、中介功能和经济安全的作用，使定性分析进入更深的层次，以便更好地制订商业政策和法令、法规，更好地掌握商品流通的发展方向。

三是运用静态与动态相结合的分析方法。世界上一切事物从一个长过程来看都会处于两种状态：一种是一定条件下的相对静止的常态，另一种是处于不断变化和发展的动态。为了认识和掌握商品流通的规律，既要研究它在一定条件下的相对稳定的常态，更应当认真分析研究它在运行过程中各种动态现象，从而发现它的规律性。正如列宁所说的，要“从事物的发展、‘自己运动’（像黑格尔有时所说的）、变化中来观察事物”。^①我们要研究商品流通的采购过程、分运过程、配送过程、批发过程和零售过程等等。这些过程组成商品流通的总过程。如果在运行过程中客观条件有变化，如经济环境、科技水平、生活质量、政治因素或自然条件发生变化，商品流通过程及其各个环节就会发生相应的变化，就会影响到社会再生产的进程和国民经济的发展。

^① 《列宁全集》第32卷，人民出版社1958年版，第84页。

《商品流通概论》和经济管理领域中的各门经济学科有着密切的联系。它的理论来源于经济学，它的方法论来源于哲学；它的经营管理的运作同管理学与经营学有着密切的关联内容。它们是在商品流通过程中的不同部门、不同方面、不同环节上通过不同方式的运用与操作完成着不同任务，发挥着不同的作用。如果自学考试者能充分运用已经学到的经济学科的知识来深化对《商品流通概论》的学习和研究，就可以取得“互补、互促”的效果，起到“举一反三”的深化作用。

多年的教学实践告诉我们，学习和研究是没有任何捷径可走的。但是学习方法得当，在同等条件下也会取得更好的学习效果。对自学者来说要“无师自通”，就更需要注意探索学习研究方法。

马克思说，在科学上没有平坦的大路，只有不畏劳苦沿着陡峭山路攀登的人，才有希望达到光辉的顶点。这应当成为自学者的座右铭。

第一章 绪 论

第一节 商品交换与商品流通

一、商品交换

商品是指用来交换的能满足人们某种需要的劳动产品。它是使用价值与价值两个要素的统一体。所谓使用价值，是指物品的有用性或具有满足人们欲望的能力。由此可见，使用价值实际上就是经济社会的物质财富，是满足人们生存和发展需要的物质基础。所谓价值，是指凝结在商品中的一般的无差别的人类劳动或抽象的人类劳动。价值是一个特定的历史范畴，即是商品经济特有的范畴，是商品经济产生和存在的一个重要前提之一。社会分工导致生产的专业化或单一化，势必使生产效率大幅度提高，剩余产品日益增多；同时，各行业部门之间由于单一化生产和多元化需要之间矛盾的存在，促使其相互联系日益密切，表现为相互需要产品以满足自身生产资料或生活资料的需要，从而客观上产生了相互之间交换产品的必要性。

（一）商品交换与私有制的产生

在原始社会的蒙昧期，生产力水平十分低下，人们共同的劳动成果只能维持最低限度的生活，由于没有剩余产品，也就没有交换活动。当人类社会进入原始社会的野蛮时期后，在长期狩猎活动中，人们发现了可以驯服并繁殖的动物，便开始养殖动物。由此畜

牧部落逐渐形成，并导致第一次社会大分工——畜牧业与农业相分离的发生。这时，人们的劳动产品除了满足自身需要以外，还有了剩余。这使交换成为可能。随之，商品交换作为经常的活动，在农业部落与畜牧业部落发展起来。在野蛮时期的高级阶段，出现了金属工具，这使劳动生产率快速提高，社会生产日益多样化，铜、铁等金属矿藏的挖掘，以及冶炼加工、纺织、建筑、制陶、榨油等手工业生产开始出现并发展。至此，手工业与农业相分离，产生第二次社会大分工。此时，出现了以交换为目的的生产，即商品生产。可见，社会分工越细，商品交换就越发展。

部落和部落之间的交换由首领为代表进行，交换的物品为公共财产。随着生产的发展，社会分工和交换的扩大，氏族首领们便利用权力，将在交换中所得到的物品据为己有，生产资料私有制由此形成。适应这种情况，私有者之间的交换便逐渐成为商品交换的惟一形式。

私有制产生后，拥有不等私有财产的家庭逐渐成了社会的基本经济单位。如：制陶业由氏族的共同事业转变为氏族内部少数富有生产经验的家庭的事业，冶铜业为具有冶炼制造技术的家庭所把持。于是，陶器和铜器便成了某些家庭的私有产品；有些家庭专事放牧或饲养牲畜，则这些家庭便拥有牲畜。作为各自独立的家庭，不可能生产所需要的全部产品，而只能以一种职业为主，这就产生了生产的单一性和需求的多样性的矛盾。于是，交换就更加必要。可见，人类历史上经常的、大量的交换关系是社会生产发展、社会分工和私有制的产物。它的出现，又成为私有制的基础，推动着社会分工。

（二）商品交换的形式

在人类历史上出现过三种商品交换形式，这种演化正揭示了商品交换的发展轨迹。

1. 物物交换（W—W）。最初是简单商品交换，即商品—商品