

國營批發商店業務知識

江洪其編著

湖北人民出版社

國營批發商店業務知識

江 洪 其 編 著

湖 北 人 民 出 版 社

1956年•武漢

國營批發商店業務知識

江洪其編著

湖北人民出版社出版 (武漢解放大道332號)

武漢市書刊出版業營業許可證新出字第1

新華書店武漢發行所發行

公私合營精華字印刷廠印

787×1092 1/32 開·3 3/16 張印·72,000字

1956年12月第1版

1956年12月第1次印刷

印數:1-8,000

統一書號:4106·36

定價:(4)0.20元

編著者的話

当前祖國正处在社会主义革命和社会主义建設的高潮形势下,全國各地國营商業工作者,都正在努力加强和不断改進自己的工作,使國营商業工作也能迎头赶上新形势的要求。同时,由于形势的發展,國营商業补充了大批新的工作人員,他們迫切要求學習和掌握國营商業的有关業務知識。編寫这本小册子的目的,就是想在同志們學習和改進國营批發商店工作的时候,提供一些参考材料。

这本小册子在編寫过程中,主要参考了中國人民大学貿易經濟研究室編的“中華人民共和國國內貿易經濟講義”,斯·弗·謝列布亞柯夫著的“苏維埃貿易組織与技术”,中華人民共和國商業部組織技術局編著的“商店櫥窗陈列与內部布置”与“國营工業品批發商店的批發工作”,蔡暹著的“商業的起源、發展和消亡”,楊波著的“國家过渡时期的商業”,周中孚著的“國营商店業務常識”等書,以及根据武漢市百貨公司百貨批發商店有关工作材料編寫的。

但由于編寫者政策理論水平很差,業務經驗也很不够,在編寫这本小册子中难免有錯誤、不妥当和不完整的地方,請同志們讀后批評指正。

編著者 1956年8月

目 錄

第一章 批發商店的任务与組織	1
第一節 什么是批發商業	1
第二節 國營批發商店的任务	6
第三節 國營批發商店的設置	17
第四節 國營批發商店内部的組織結構	20
第二章 商品流轉計劃的編制与执行	24
第一節 为什么要編制商品流轉計劃	24
第二節 編制商品流轉計劃的主要依据	27
第三節 編制計劃的步驟和方法	32
第四節 商品流轉計劃的执行和檢查	36
第三章 進貨業務	40
第一節 研究購買者的需要	40
第二節 進貨的來源和方法	45
第三節 做好進貨工作应注意的几个問題	52
第四章 銷貨業務	57
第一節 積極正确組織銷貨業務	57
第二節 設置專职人員,大力开展推銷工作	60
第三節 根据不同对象,采取不同銷售方法	65
第四節 逐步擴大合同供应	70
第五節 提高服务質量,更好地为購買者服务	73
第六節 商品的陳列和宣傳	77
第五章 商品的保管和運輸	86
第一節 保管工作的作用和任务	86

第二節	商品的運輸	89
第三節	商品的驗收	91
第四節	商品的保管方法	92

第一章 批發商店的任务与組織

第一節 什么是批發商業

要知道什么是批發商業，就必須先知道什么是商業。商業就是我們通常所說的做“買賣”，也稱為“貿易”。它和工業、農業等生產部門都不同，它本身不能生產任何的物質資料，它的主要任務是通過貨幣的往來，進行社會上物質資料的交換，也就是通過不斷地將商品買進來和賣出去，來為生產和人民生活的需要服務。例如：農民需要出售自己生產的農產品，買進農具、化學肥料、布匹、日用百貨等工業產品和手工業產品；工業和手工業者需要出售工業產品，買進農民所生產的糧食、棉花等農產品，這種產品的交換，以及社會上人們所需要的各種生活資料的供應，都需要通過商業的採購和銷售活動來進行。所以商業是國民經濟中不可缺少的一個重要組成部分。

商業，雖然這樣重要，但是它並不是在任何社會制度下都存在的，它只是在一定的歷史階段中存在。譬如：在原始社會，有一個很長時期就沒有商業，到了原始社會後期，才開始了氏族與氏族之間的交換，以後隨着生產的發展和社會的分工以及私有制度的產生，商業才發展起來。到了封建社會，商業有了進一步的發展。在資本主義社會，商業發展到了它的高峰，而且變成了資本家掠奪和剝削勞動人民的牟利工具。社會主義社會仍然還有商業，但是，由於社會主義性質的商業，它是沒有大小資本家參加的，也不是商人牟利的工具，而是為了滿足整個社會日

益增長的物質和文化需要，所以，它是不同於歷史上任何時期的新型商業。將來隨着生產力再進一步大大的提高，集體所有制也已提高到全民所有制，社會產品分配的方法也由“按勞取酬”提高為“各取所需”的時候，商業又將失去它的作用，所以，在人類最幸福的共產主義社會，又將是沒有商業的。

在我國的過渡時期的社會中，還存在商業，而且仍然是社會產品的主要分配形式，它在我國社會擴大再生產的過程中，在我國的社會主義建設和改造事業中擔負着重大的責任。所以說商業在我國國民經濟中仍是不可缺少的一個重要部門。

所以，我國為了有計劃地組織和領導整個國內市場的商品流轉，就必須在國家政權的各級機構中設立國內商業的領導機關。如：中華人民共和國商業部、各省人民委員會商業廳、各市人民委員會商業局、各縣人民委員會商業科等。同時，為了使社會主義性質的國營經濟更好地發揮它們在整個國民經濟中的領導作用和完成它在過渡時期所擔負的重大任務，就必須根據政治上和經濟上的需要積極地設立各種國營商業的機構。如：到目前為止在國內國營商業方面，在中華人民共和國商業部領導下，根據商品分類分別設有：中國百貨公司、中國針棉織品公司、中國文化用品公司、中國紡織品公司、中國鐘表眼鏡公司、中國食品公司、中國蔬菜公司、中國糖果糕點公司、中國石油公司、中國煤業建築器材公司、中國食品雜貨公司、中國醫藥公司、中國藥材公司、中國珠寶玉器公司、中國化工原料公司、中國飲食業公司、中國五金機械公司、中國傢俱公司、中國交通電工器材公司、中國貿易公司、中國舊貨委託公司、中國廣告公司、中國專賣事業公司等全國性國營商業企業；隸屬於糧食部、林業部和某些工業部等管轄的國營商業機構，如：木材公司、糧食公司、油脂公司和工業部門的供銷局等；隸屬於各級人民委員會商業行政機

关所領導的地方性的國營商業，如：國營零售公司、國營商業倉儲公司、地方貿易公司等。但其中中華人民共和國商業部是國家統一領導管理國內市場的領導机关，商業部系統是我國國營商業中最大的業務系統。

由于我國目前还处在过渡时期中，所以我國的商業除了國營商業以外，还存在着合作社商業、公私合營商業、合作商店或合作小組、攤販、私營商業等各种性質不同的商業。虽然存在着以上这些不同的商業，但是社会主义性質的國營商業是占着領導地位的，社会主义性質的合作社商業是國營商業的有力助手，各种不同形式的國家資本主义商店和合作商店、合作小組已占了很大比重。因此，这样就不僅可以進一步大大地巩固國家在全國市場上的領導地位，而且也有力地保證了我國的商業活動能够沿着社会主义的道路前進。

我國的商業按照商業活動的地区範圍划分，可以分为國內商業和對外貿易（这里所以称为貿易，主要是为了和習慣用語取得一致）两种。國內商業，一般的是在我國的國內市場上進行商品的買賣，如前面所說中央商業部所屬的一些國營公司以及城市和鄉村中的一般商店或攤販等都是。它們的主要任务是在國內採購貨物，供应國內生產和人民需要。對外貿易，一般的是把國內生產的商品，运到國外市場上去出賣，然后再買進外國的商品运回國內市場來出賣。如：中央對外貿易部所屬的中國茶葉出口公司、中國五金進口公司等一些國營的進出口公司以及各种类型的國際貿易商店或國際貿易行等都是。

另外，由于社会分工的日益細密和生產品的不斷增加和多样化，所以我國商業的經營分工也越來越細密。如：商業中有買賣五金的，有買賣百貨的，有買賣綢布的，有買賣文具的，有買賣油、鹽、醬、醋的，有買賣煤炭、燒柴的等。尽管它們分工这样复

雜，但是按照它們在社會再生產或擴大再生產過程中所起的作用來划分，都不外乎分為批發商業和零售商業兩大類。因為任何商品，在它從生產部門生產出來以後，一般地都要經過一定的買賣環節和買賣過程，才能到達消費者手中。而且，這樣一個商品從生產到消費的整個流轉過程，目前一般的都是先經過批發流轉環節，然後再經過零售流轉環節才進入消費者手里。目前我國在商業部領導下的一些全國性的國營商業專業公司的組織機構的設置，在管理機構方面：一般地都是在總公司領導下在各省設有省公司，在中央直轄市設有市公司；在省公司的下面一般的又在專區或省轄市設有分公司或市公司，負責領導全省或專區或全市所轄企業的工作。在經營機構方面，一般地都分為兩種類型：第一種類型，是設立在重要的產地專門負責商品的加工、訂貨、收購、包銷和商品的調撥、轉運、分配等工作的採購轉運機構。這類專門負責組織貨源的機構，目前也有兩種，一種是設在生產集中的大城市，如上海、天津、廣州等地，受各總公司直接領導的，稱為“採購供應站”。因為它是直接受總公司領導和擔負着全國性的商品調撥分配工作，所以又稱為“中央站”或“一級站”。一種是受省公司領導的，稱為“批發站”，因為它一般的設在省轄市，直接受省公司領導和主要擔負本省內的商品採購和調撥分配工作，所以俗稱為“省站”或“二級站”。第二種類型，是設在消費地區主要經營銷售業務的銷售機構。這種機構目前也有幾種，一種是專門從各地採購供應站或本地組織貨源，對市場進行批發業務而又獨立實行經濟核算的企業，稱為“批發商店”。一種是專門經營零售業務而又獨立實行經濟核算的企業，稱為“××商店”。另外，由於市場的需要有些經營零售業務的商店，又兼營一部分商品的批發業務，又有一些批發商店兼營一部分商品的零售業務，一般的也統稱為“××商店”。還有一種

是在各級專業公司或商店直接領導下的不獨立實行經濟核算的銷售機構，經營批發業務的稱為“批發部”，經營零售業務或批發兼營的都統稱為“門市部”。目前我國生產部門生產出來的東西，一般地大部分都是經過國營商業的採購供應站或批發商店，整批收購以後，轉售給各種零售商店，然後，再由零售商店零星地賣給消費者。所以說，商品的整個流轉過程，一般的都是由批發流轉和零售流轉兩種形式來完成。雖然，也有些又是生活資料又是生產資料的商品，如：棉花，到了批發環節以後，除了一部分轉售給零售商店，賣給人民做棉衣或做棉被等消費掉以外，還有一部分賣給棉紗廠、藥廠等做為生產原料又投入生產，但在它將來紡成棉紗織成布制成藥棉再投入商品流轉以後，也一般的必須再經過批發環節和零售環節，才能到達消費者手中。

所以，所謂批發商品流轉，就是指那些把商品賣給另外一個商業企業供它繼續再轉賣，或者是賣給生產企業供它做為生產資料再生產之用的買賣行為。這種買賣行為也稱批發商業。因此，專門從事批發商品流轉活動的企業，就稱為批發站或批發商店。

零售商業一般的是把商品從批發企業買進來，再賣給直接消費者的商業行為。也就是說，它的任務是把商品直接送到消費範圍。

因此，當批發商品流轉結束的時候，因為商品又進入另一個商業企業或者是又投入生產，所以商品的整個流轉過程並沒有結束，只有零售商品流轉的結束，才表示整個商品流轉過程的終結。另外，由於批發商業本身的目的和出售對象是零售商業和生產企業，所以批發商業每次所出售的商品一般的都是大批的，也就是說每次出售的商品數量一般的也都比零售大。因此，批發商品流轉和零售商品流轉，雖然都是整個商品流轉過程中的

一个环节，但是它們在整个商品流轉过程中所处的地位和所起的作用确是不同的，批發商業和零售商業是有着原則区别的。

在价格上，由于直接消費者把商品買去以后，就立即或逐漸把它們消費掉，終止了該种商品在市場上的流轉过程，所以这时的銷售价格中应包括該种商品的生產成本和全部商品流轉費用，以及國家为了保證擴大再生產所必需的資金積累（如：稅收和國營經濟的純收益等），这个价格，就是零售价格。另方面，生產部門或零售商業部門，在批發商店買去商品以后，都是經過再生產出的新產品或該种商品仍將在市場上繼續流轉，所以批發商店出售的銷售价格中可以不包括零售环节的商品流轉費用和國家積累，这种价格，就是批發价格。所以，批發商業和零售商業所出售商品的价格也是不一样的。

第二節 國營批發商店的任务

在國家过渡时期中，國營商業担负着从擴大城鄉互助、内外交流中穩定市場，不断地擴大商品流通，促使工農業生產發展，从而增加國家稅收和合理利潤，為國家積累資金，以保證國家重点建設，逐步滿足人民需要和巩固工農聯盟，并不断地有步驟地壯大國營經濟和合作社經濟，对資本主義商業進行利用、限制和社会主义改造的重大任务。

几年來，随着國營商業的發展和壯大，國營商業已經控制了工農業產品的絕大部分貨源，基本上掌握了整个社会商品流轉的批發环节，担负了社会商品流轉中的主要責任，取得了整个市場上的領導地位。因此，國營批發商業工作的好坏，对能否很好地完成國家过渡时期整个國營商業的任务，起着决定性的作用。

前面已經講到，國營批發商業是國營商業中一个重要組成

部分，批發商店又是整個批發商業中的一個重要環節。那麼，根據在國家過渡時期中國營商業的基本任務，國營批發商店的任務是什麼呢？歸納起來有以下几个方面。

1. 為國家的社會主義工業化服務。

為了使我國逐步實現國家的社會主義工業化，由一個落后的農業國變成一個先進的社會主義工業國，就必須迅速發展工業特別是重工業，但是要發展工業，除了一些其他條件以外，國營批發商店必須做好下列几个方面工作，支援國家的社會主義工業化。

首先，隨着工業的建設和發展，新建工業基地和工業基本建設地區的擴大，城市人口特別是工人的增加，工人所需要的各種生活資料和許多工業生產所需要的各種原材料，特別是輕工業的原料，如：棉花、羊毛、煙葉等都要隨着增加。許多工業機器設備和工具配件除了由國家統一分配一部分以外，還有一部分目前是需要商業組織供應的。因此，國營批發商店必須做好工人所需要的各種生活資料以及工業用的各種原材料的收購、調運和供應工作，特別是一些供不應求、貨源不多的生活資料，需要及時注意解決。另外，還必須優先保證供應給工業地區和基礎地區零售商的貨源，以保證它們對工人需要的供應。如果以上這些工作做不好，就會直接影響工業的建設和發展。

其次，積極推銷工業產品擴大工業品的銷售市場，是刺激工業生產發展的一個重要條件。工業品銷售的多少，固然是由工農業生產的水平和人民的購買力高不高來決定的。但是商業工作的好壞，對提高人民購買力也有密切的關係。如：如果商業在積極幫助農民推銷農產品和土產方面工作做的好，就會提高農民的購買力，就會促使他們多買生產上或生活上所需要的工業品。又如：有的工業品產量很多，質量也很好，人民也很需要，但

只是由于商業工作沒有做好，就会形成一方面商品在倉庫中積压，另一方面人民想買而買不到，影响了工業生產的發展。所以批發商店必須做好推銷工作，不斷擴大工業品的銷路，推動工業不斷向前發展。另外，目前我國工業產品，除主要生產資料由國家直接統一分配外，大部分工業品都是通过商店賣出的，所以產品是否适合市場的需要，商業部門就知道的最快最清楚，如果批發商店能及时將市場需要的变化情況和对產品的意見或建議反映給生產部門并督促其改進，也能促使工業品銷售的擴大和工業的合理發展。

另外，還必須積極為社会主义工業化積累資金，國營批發商店為國家積累資金的方法，主要是兩方面：一方面是通过積極組織物資交流、擴大社會商品流轉額來積累，因為這樣不僅可以擴大生產部門的資金積累和國家稅源，而且批發商店本身也因此而增加了合理利潤。另一方面是通过不斷地改善經營管理和經常地反對浪費減少損耗，大力節約商品流轉費來為國家積累資金。

因此，從以上三個方面即可看出，國營批發商店的首要任務就是要積極為國家社会主义工業化服務。

2. 為農業、手工業的生產發展和合作化運動的發展服務。

在我國過渡時期中，國營批發商店在促進農業和手工業的生產發展和合作化運動的發展方面，擔負着一定的任務。

在農業方面，國營批發商店主要是應該通過購銷業務，積極組織收購、推銷農產品，積極組織供應農具、肥料、農藥等生產資料和布疋、日用百貨等生活資料，為農業生產和農民生活需要服務。特別是在今冬明春，全國農業就將基本上完成社会主义合作化，五億多農民將由个体生產走上集体生產的道路，以及全國農業發展綱要（草案）公布以後，農村市場將發生深刻的變化，對

商業工作就会提出很多新的要求。如：農業合作化以后，就有条件为了改進耕作技术，而購置大量的新式農具、化学肥料甚至汽車等生產資料。又如：農業合作化后，生產普遍提高，農民的收入普遍增多，因此，農民对生活資料的需要也大大增加，而且很多过去農民買不起的商品，如：暖水瓶、手电筒等也开始大量需要。許多过去農民根本買不起的高級商品，如：自行車、唱机等也开始需要。另外，由于大批妇女参加農業劳动，引起成衣、童裝、鞋子的銷售增加；農村文化娱乐和医藥衛生事業的發展，引起文具、娱乐用品、医藥等商品銷售增加等，都是一些新的突出的市場需要变化。因此，國营批發商店除了要繼續積極組織農業產品的收購推銷以外，特別要認識到農業合作化以后農村市場上發生的巨大变化，認真的調查研究農業合作化以后，在農業生產和農民生活以及農村其他方面的需要，及时組織各种适合農村需要的生產資料和生活資料，源源不断的供应給各种类型的零售商業，以滿足農業生產發展和農民生活提高的新的需要。并帮助零售商業特別是供銷合作社，根据農業合作化以后，農民生產方式、生活方式的改变，來改進它們的經營方法和供应方法，以适应農民的需要。并根据零售商店工作的改变，來不斷改進批發商店自己的經營方法和供应方法，以适应零售商店的需要，使商業工作更好地为農業生產的發展，農業合作化运动的發展和農民的需要服务。

另外，國家通过國营商業和合作社商業，更好地組織收購推銷農產品，積極組織供应給農民各种工業品，使工業和農業的生產很好地結合起來，城市和農村在經濟上密切地联系起來，也正是巩固工農联盟，保証工人階級对農民領導的一个不可缺少的重要条件。所以，國营批發商店必須做好在農村中的購銷工作。

手工業生產和合作化运动的發展，國营商業也起着重要的

作用。由于手工業生產，一般的是資金小，產量低，設備比較落后，地点也比較分散，所以，生產中常常遇到許多困難，如：淡季生產難以維持，某些原料供應不足，產品銷路呆滯等。這些產銷上的困難，雖然有一些經過合作化以後，可以逐步得到克服，但還有許多需要國營商業積極幫助他們克服。如：積極地供應他們生產的原料和工具，特別是積極設法解決他們供應不足的原料，收購推銷他們的產品，及時反映消費者對他們產品的意見和要求，幫助他們改進產品規格，提高質量，降低成本，擴大銷售等，都是國營批發商店為生產服務所應該積極做的。也只有這樣，才能更好地促使手工業生產的發展和合作社的壯大，引導那些尚未參加合作社的个体手工業者積極走合作化的道路。

3. 促進對資本主義工商業的社會主義改造。

國家對資本主義工商業進行的社會主義改造工作，國營商業也擔負着重大的任務。

國家對資本主義工業的社會主義改造工作，雖然主要是由國營工業負責，而且，到目前為止資本主義工業中的絕大多數企業已實現了公私合營。但是，國營批發商店仍舊有責任通過對私營工業和公私合營工業產品的加工、訂貨、收購、推銷等進銷業務來密切配合國家工業的工作，以有利于國家和國營工業對它們進行進一步的社會主義改造。

在對私營商業的社會主義改造的過程中，國營商業就擔負着重要的責任了，國營商業除了應該對私營商業的投機破壞行為進行堅決鬥爭，對一切不利于國計民生的活動加以限制外，還必須對私商的有利于國計民生的活動很好的加以利用，並通過各種不同的國家資本主義形式，如：全行業公私合營，經銷代銷等對它們進行社會主義改造，以便逐步以全民所有制最後完全代替資本家所有制。

因此，國營批發商店就應該一方面繼續逐步擴大掌握貨源，積極地加強與改進自己的批發工作，巩固國營商業在市場上的領導地位。另一方面，就要積極組織對各種國家資本主義商店的貨源供應，特別是一些一向在市場經營具有歷史特點的商店公私合營以後，國營批發商店如何在貨源上以及其他方面予以支持和供應，保留和發揚他們的經營特點，以充分利用它們在國營商業領導下，對擴大商品流轉，活躍市場，供應人民需要等方面的積極作用是非常重要的。另外，也可以通過在批發環節上對其進行各種工作，如：逐步擴大合同供應，加強其計劃領導和監督，將其主要商品的經營納入國家計劃軌道；規定其按國營零售牌價實行明碼實價，加強其價格領導和價格監督；通過營業員或一定的推銷員，經常了解其經營情況幫助其按照社會主義原則不斷改善經營管理，逐步改造其資本主義經營思想和經營作風等來促進對各種國家資本主義商業進行的社會主義改造工作，以便逐步以全民所有制代替資本家所有制。

4. 保證市場和物價的穩定，正確貫徹國家的價格政策。

幾年來，在共產黨和人民政府領導下，我國的市場物價是穩定的，但是必須看到，我國現在社會主義改造還沒有全部完成，還有資本主義經濟和個體經濟的存在，特別是資本主義思想的存在，同時在今後相當長的時間內，我國的某些生活資料生產的增長，主要是農產品和農副產品，還趕不上人民生活需要增長的速度。這樣就可能發生許多商品供不應求的情況，因此必須認識，只要有資本主義經濟和資本主義思想的存在，它們就會採取各種辦法來逃避國家的管理和監督，擾亂市場和物價的穩定，特別是利用某些物資供不應求的情況，囤積居奇，哄抬物價還是可能的。而個體農民和手工業者的資本主義自發趨勢，對市場物價的穩定也有一定的影響，因此，繼續保證市場物價的穩定，以