

高等财经院校

商业统计学 教学大纲

(试 行)

张延舒 主编

东北财经大学出版社

高等财经院校

商业统计学教学大纲

(试 行)

张延舒 主编

东北财经大学出版社

商业统计学教学大纲

张 延 舒

东北财经大学出版社出版

(大连黑石礁)

东北财经大学出版社发行科发行

大连普兰店印刷总厂印刷

开本: 787×1092 1/32

印张: 1 5/8 字数: 28,000

1986年4月第1版

1986年4月第1次印刷

印数: 1—2,400

统一书号: 4428.65

定价: 0.33元

编 审 说 明

本教学大纲由财政部委托东北财经大学提出初稿，印发各有关院校征求意见，经一九八五年七月召开的部属高等财经院校教学大纲讨论会集体审定，供部属高等财经院校财经各专业参照使用，其他高等财经院校财经专业也可参考使用。试行中有什么问题和意见，请随时告诉我们，以便将来修订时研究改进。

财 政 部 教 育 司

1986年1月

教学目的和要求

本课程是商业经济管理专业和统计专业的主要专业课程。它是在已经掌握商业经济学和社会经济统计学原理的基本理论和方法的基础上，研究国内商品流通领域的现象和过程的数量方面的一门专业统计学。

通过本课程的学习，要使学员明确做好商业统计工作对管理社会主义统一市场和实行商业经济计划管理、指导商业企业经营活动、提高商业经济效益的重要意义；要使学员系统地掌握商业统计的基本理论和方法，能在马列主义和毛泽东思想的指导下，运用各种统计方法，对商业经济现象进行综合分析；要使学员具有调查研究 and 解决商业统计的理论问题和实际问题的能力。

目 录

教学目的和要求

教学内容

第 一 章 商业统计的研究对象和任务	(1)
第一节 商业统计的研究对象、范围和内容	(1)
第二节 商业统计学与其他学科的联系和区别	(2)
第三节 商业统计的基本任务	(2)
第四节 我国商业统计的组织	(2)
第 二 章 商品流转统计总论	(3)
第一节 商品流转的概念及其统计内容	(3)
第二节 商品流转的分类和几个基本范畴	(3)
第三节 商品流转统计的基本指标	(4)
第四节 统计商品目录	(5)
第五节 商品总流转和纯流转	(5)
第 三 章 商品流转统计指标体系	(6)
第一节 商品流转统计指标体系的作用及其确定原则	(6)
第二节 商业部门商品流转统计指标体系	(6)
第三节 社会商品流转统计指标体系	(9)
第 四 章 商业企业的商品流转统计核算	(11)
第一节 商业企业的商品流转统计核算的基础——商业原始记录	(11)

第二节	工业品批发企业的商品流转 统计核算·····	(11)
第三节	农产品采购供应企业的商品流转 统计核算·····	(12)
第四节	零售企业的商品流转统计核算·····	(13)
第五章	商业专门调查·····	(14)
第一节	商业统计报表的局限性和商业 专门调查的必要性·····	(14)
第二节	专门调查的种类及其在商业统计中 应用的一般原则·····	(14)
第三节	基层商业企业常用的专门调查·····	(14)
第四节	商业行政部门常用的专门调查·····	(14)
第五节	国家统计局系统常用的商业专门调查·····	(14)
第六章	商品流转统计分析·····	(15)
第一节	商品流转统计分析的意义·····	(15)
第二节	商品收购统计分析·····	(15)
第三节	商品销售统计分析·····	(16)
第四节	商品库存统计分析·····	(16)
第五节	商品购销存平衡分析·····	(16)
第六节	从全社会出发几个重要比例 关系的分析·····	(17)
第七章	零售市场商品供需平衡统计·····	(18)
第一节	商品供需平衡统计的意义和内容·····	(18)
第二节	商品购买力统计·····	(19)
第三节	商品供应量统计·····	(20)
第四节	商品供需平衡统计分析·····	(21)

第八章 主要消费品生产消费平衡统计	(22)
第一节 主要消费品生产消费平衡统计的意义···	(22)
第二节 主要消费品生产消费平衡表的编制····	(23)
第三节 主要消费品生产消费平衡的分析·····	(23)
第九章 物价统计	(25)
第一节 物价统计的意义和内容·····	(25)
第二节 物价统计资料的搜集和整理·····	(25)
第三节 商品差价比价统计·····	(25)
第四节 编制物价指数的一般问题·····	(26)
第五节 我国现编的物价指数·····	(26)
第六节 物价统计的分析·····	(28)
第十章 商业劳动工资和商业网统计	(29)
第一节 商业劳动统计·····	(29)
第二节 商业职工工资、商业从业人员 收入统计·····	(30)
第三节 商业网统计·····	(30)
第十一章 商业财务和经济效益统计	(32)
第一节 商业财务统计的意义和内容·····	(32)
第二节 商业资金统计·····	(32)
第三节 商品流通费统计·····	(32)
第四节 商业利润统计·····	(33)
第五节 商业经济效益统计的意义·····	(34)
第六节 商业经济效益统计的主要指标·····	(34)
第七节 商业财务和经济效益的统计分析·····	(35)
第八节 商业总产值和净产值统计·····	(36)
教学中应注意的问题·····	(41)
教学课时分配表·····	(42)

教 学 内 容

第一章 商业统计的研究对象和任务

通过本章学习，使学员明确商业统计的研究对象、范围和内容。它和其他有关学科的联系与区别，商业统计工作的任务和组织，以及做好商业统计工作的重要意义，为学好全课程奠定基础。

第一节 商业统计的研究对象、范围和内容

一、商业统计的研究对象：商业统计是在质与量的辩证统一中研究国内商品流通领域中大量社会经济现象的数量方面，研究商品流通规律在一定时间、地点、条件下的具体表现。其目的是认识、掌握和运用商品流通规律去指导商业实践，为实现社会主义“四化”服务。

商业统计学和商业统计工作的关系是理论与实践的关系，它们的研究对象是基本一致的。

二、商业统计研究的范围：国内商品流通领域。

三、商业统计研究的内容：可分为商品流转统计、商业

综合平衡统计、物价统计、商业经济效益统计和商业总产值与净产值统计。

第二节 商业统计学与其他学科的联系和区别

一、马克思主义哲学、政治经济学和商业经济学是商业统计学的理论基础。

二、商业计划、商业财务会计和社会经济统计学原理与商业统计学的联系和区别。

第三节 商业统计的基本任务

商业统计的基本任务是：准确、及时、全面、系统地搜集、整理和分析商业经济活动的统计资料，反映市场商品流通的变化与发展趋势，说明商业为工农业生产服务，为人民生活服务 and 为国家建设积累资金所取得的成就，并在此基础上进行经济预测，为各级党政领导与有关部门了解市场情况，指导商业工作，制定商业政策，编制商业计划，监督、检查政策与计划的执行情况，为开展科学研究、加强经济管理、组织开展社会主义劳动竞赛提供依据和资料。

第四节 我国商业统计的组织

一、我国商业统计工作组织管理的原则：统一领导、分级负责。

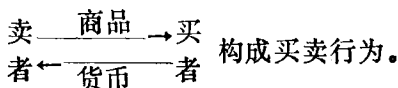
二、我国商业统计组织机构的设置：国家统计系统，商业部门统计系统。

第二章 商品流转统计总论

通过本章学习，使学员明确商品流转的概念、基本分类和由此得到的一系列经济范畴及其经济意义。理解商品流转统计的基本指标、统计商品目录的内容和编制原则。掌握商品纯流转的经济意义和计算方法，为学好以下有关商品购、销、存统计各章打下基础。

第一节 商品流转的概念及其统计内容

商品流转的概念：商品流转就是作为商品的工农业产品通过买卖行为，由生产领域向消费领域转移的过程。它必须具有两个特征：必须有物质产品的转移，必须通过买卖行为。以图表示：



商品流转统计的内容：包括商品流转统计的指标体系，基层商业企业商品流转统计核算，商业专门调查和商品流转统计分析等。

第二节 商品流转的分类和几个基本范畴

一、商品流转最主要的分类是，按买者和卖者分类，可

得出六种买卖行为，在此基础上，可归纳为以下几个基本经济范畴：

① 从商品流转在流通领域中的地位、作用看，可分为最初商品流转、最终商品流转和中间商品流转。

② 从商品流转是否结束再生产过程看，可分为商品批发流转和商品零售流转。

③ 从商品流转实现的渠道看，可分为通过商业部门的商品流转和生产者自销的商品流转，这些经济范畴的重要意义和计算方法。

二、商品流转按流转的商品性质不同，可分为农产品、工业品和废旧物资。按流转商品的经济用途，可分为生产资料和生活消费品。

三、商品流转的其他分类，还有按经营者的所有制、按所属部门和行业、按流转环节与按地区分类等。

第三节 商品流转统计的基本指标

商品流转统计的基本指标在我国目前可分为三部分：

一、商业部门(包括国营、集体、个体等各种商业)的商品流转统计指标有：商品购进、商品销售、商品调拨和商品库存等指标，这些指标的平衡关系及其作用。

二、生产者自销的商品流转统计指标有：工业自销、农业自销、集市成交等。

三、社会商品流转的综合统计指标有：社会农副产品收购、社会商品零售等。

第四节 统计商品目录

一、统计商品目录的概念：统计商品目录是按统一的商品分类、商品名称、计量单位和包括范围，顺序排列编成的，供商品流转统计使用的目录。

二、编制统计商品目录的原则。

第五节 商品总流转和纯流转

一、商品总流转和纯流转的概念：商品总流转是所研究总体对内对外全部流转额的总和。商品纯流转是所研究总体对外流转额的总和。

二、计算商品纯流转的意义。只有商品纯流转，没有总体内部流转的重复计算，足以说明所研究总体的实际工作成果。它是计算商业质量指标的依据。

三、商品纯流转的计算方法有两种：

- ① 把对总体外的流转直接相加。
- ② 从总体的总流转中减去总体内各单位间的流转。

四、环节次数的计算方法与经济意义。

第三章 商品流转统计指标体系

通过本章学习，要重点掌握商业部门和全社会每个商品流转统计指标的概念、作用和包括范围，各购、销、存指标间的区别和联系，要求达到对任一买卖行为可以判定应列入哪一指标中去，而不能列入其他指标。本章是商品流转统计的中心，务必结合现行商业统计报表制度和指标解释，对照学习，打下良好的基础。

第一节 商品流转统计指标体系的作用及其确定原则

第二节 商业部门商品流转统计指标体系

整个商业部门应包括国营商业、集体商业、个体商业和合营商业在内。但目前统计报表制度仍以国营商业和供销合作社作为总体来设置和计算商业部门的商品流转统计指标，这是暂时过渡性的。

一、商品购进指标 商品购进是指商业企业为了转卖或加工后转卖、通过现金或银行转帐等结算方式购进商品的买卖行为。

商品购进按不同来源，可分国内纯购进和接收进口。按商品性质，可分农副产品购进、工业品购进和废旧物资购进。

国内纯购进的概念、作用和包括范围。国内纯购进是指商业部门从商业部门以外的国内单位和个人用牌价、议价、超购加价和市价等购进作为转卖或加工后转卖的商品。它可以反映商业部门为满足供应市场和供应出口的需要在国内市场上购进了多少商品。

接收进口的概念、作用和包括范围。接收进口是指国内商业部门从对外贸易部门和直接组织进口购进的国外产品的买卖行为。它反映国内商业部门通过外贸部门和直接进口组织了多少国外货源来供应国内市场的需要。

农副产品购进、工业品购进和废旧物资购进的概念，作用和包括范围。

二、商品加工指标 商品加工的概念与商品购销的区别。商品加工是指商业企业把作为原材料的商品交给加工厂，仍保留所有权，经过加工改制后收回已经改变原有商品性质和形态，并增加价值的成品，不通过货币作价结算，只支付一定加工费的业务活动。

商品加工的统计指标有：加工原料付出、加工成品收回、加工厂存。它们的计算方法。

三、商品销售指标 商品销售是指商业企业通过现金或银行转帐等结算方式出售本企业所经营商品的买卖行为。

商品销售按销售去向可分为国内纯销售和供应出口，按销售的经济用途可分为售作生活消费用、售作生产消费用和售作其他用。售作生活消费用又可分为售给居民消费品和售

给社会集团消费品。

国内纯销售的概念、作用和包括范围。国内纯销售是指商业部门按牌价、议价和市价等向商业部门以外的国内单位和个人出售商品的买卖行为。它反映商业部门在国内市场上供应了多少商品来满足生产者和消费者的各种需要。

供应出口的概念、作用和包括范围。供应出口是指国内商业部门直接组织出口和卖给外贸部门供其出口或加工后出口的买卖行为，它反映国内商业部门积极支援我国对外贸易的情况。

售给居民生活消费品和售给社会集团公用消费品指标的划分原则。售给居民生活消费品是指直接售给城乡居民或以集体名义但以个人收入购买并作生活消费用的买卖行为，售给社会集团消费品是指售给各种机关团体用公费购买的非生产用的公用消费品的买卖行为。

四、商品调拨指标 商品调拨是指商业部门内部各商业企业之间的买卖行为。它可分为：①地区间的商品调拨；②商业系统间的商品调拨；③商业环节间的商品调拨。

商品调拨可分为商品调入与调出指标。商品调入是商业企业从其他商业企业购进商品的买卖行为。商品调出是商业企业售给其他商业企业的买卖行为。

五、商品库存指标 商品库存是指商业部门已经购进或调入，尚未销售或调出，停留在商业部门并保有所有权的商品。按其存放地点可分为三部分：①实际库存 指本企业保有所有权，并可以随时保证供应市场的商品库存。②在途商品 指本企业虽保有所有权，但商品运入在途或运出在途，

不能保证随时销售的商品库存。③加工厂存 指本企业保所有权，但暂存在加工厂，尚未收回成品不能随时保证销售的商品库存。三者加起来即得全部库存。

六、以上各种购、销、调、存指标的平衡关系

期初库存 + 本期国内纯购进 + 本期接收进口 + 本期商品调入 + 本期加工成品收回 + 其他收入 = 本期国内纯销售 + 本期供应出口 + 本期商品调出 + 本期加工原料付出 + 其他支出 + 期末库存。

第三节 社会商品流转统计指标体系

从全社会角度建立商品流转统计指标体系的重大意义。它包括社会商品零售额及其分组指标、主要商品零售量指标、社会农副产品收购指标、工农业自销指标、城乡集市贸易成交量（额）指标和社会库存指标等。

一、社会商品零售额的概念、作用、包括范围。社会商品零售额是指在一定时期内，全社会在零售市场上，通过各种流通渠道直接销给居民与社会集团的消费品和直接售给农民的农业生产资料总金额。它可按销售行业和经济类型分组，按销售对象分组，按销售地区分组，按商品类别分组。

二、主要商品社会零售量的概念和作用。它是指在一定时期某种主要商品在零售市场上通过各种流通渠道，直接售给居民、社会集团的总数量。它反映一定时期通过零售市场供应了多少消费品来满足消费者的消费需要，如被一地区的人口数来除，即得平均每人的零售量，可以反映该地区对该