

全国经济专业技术资格考试指定用书

# 商业

## 经济专业知识与实务

### 初 级

国内贸易部行业管理司

组织编写

人事部全国职称考试指导中心

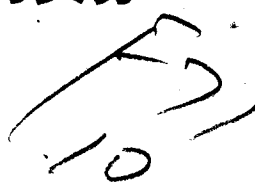
北京农业大学出版社

全国经济专业技术资格考试指定用书

# 商业经济专业知识与实务

(初 级)

国内贸易部行业管理司  
人事部全国职称考试指导中心



组织编写

北京农业大学出版社

(京) 第164号

**商业经济专业知识与实务 (初级)**

国内贸易部行业管理司  
人事部全国职称考试指导中心 组织编写

责任编辑:陈庶风

北京农业大学出版社出版  
(北京市海淀区圆明园西路二号)  
河北省05印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 14印张 300千字  
1993年9月第1版 1993年9月第1次印刷  
印数:1-50,000册

ISBN 7-81002-534-1/F·90

---

定 价: 11.00元

## 前 言

根据人事部颁布的《经济专业技术资格考试暂行规定》，在全国实行统一的经济专业技术资格考试。为了提高广大经济专业人员的业务素质和应试能力，并使命题工作有所遵循，我们会同工业经济协会、农业部、国内贸易部（原商业部、物资部）、财政部、税务总局、中国人民银行、中国人民保险公司、交通部、铁道部、民航总局、劳动部、邮电部、建设部、旅游局、物价局共同组织有关院所的专家编写了这套教材。

本套教材是全国经济专业技术资格考试指定用书，共 36 册，即经济基础和十三个经济专业，其中，运输专业分为公路、水路、铁道、民航四类，财政专业分为财政和税务二类，每专业（类）均分为初、中两册。本套教材旨在使考生全面了解和掌握经济基础知识和各经济专业知识与技能。考生可根据实际情况，选择相应级别的经济基础和各专业考试用书。

在组织编写这套教材时，我们集中了有关部门、院所造诣较深、具有丰富实践经验的专家，力求在编写工作中反映我国改革开放和社会主义市场经济的

要求与内容。然而我国社会主义市场经济有一个逐步完善的过程，也由于我们组织的水平能力有限，时间仓促，教材可能还存在一些偏差，我们热切希望广大从事经济理论研究和从事实际经济工作的各界人士对这套教材的不足之处给予批评和指正。

在本套书出版之际，我们谨向参与组织、编写工作的有关部门和专家学者，表示诚挚的谢意！

**人事部全国职称考试指导中心**

1993年7月

# 目 录

## 第一部分 商业经济基础知识

一、商业的地位、职能和作用	
(一) 商业的产生和发展	1
(二) 商业的地位	11
(三) 商业的职能	16
(四) 商业的作用	22
二、商业的结构	
(一) 商业所有制结构	26
(二) 我国现阶段商业所有制形式	28
(三) 商业行业结构	32
(四) 商业规模结构	40
三、商品流通	
(一) 商品流通的概念	44
(二) 商品流通环节	45
(三) 商品流通渠道	49
四、商品价格	
(一) 商品价格构成	51
(二) 商品差价	56
(三) 商品比价	59

## 五、商业经济效益

- (一) 商业经济效益的含义及分类..... 62
- (二) 商业经济效益的评价原则与主要指标..... 66

## 六、商业企业管理

- (一) 商业企业的概念、基本职能和任务..... 77
- (二) 商业企业管理的含义、基本职能和任务..... 81
- (三) 商业企业的组织结构..... 85
- (四) 商业企业的管理制度和管理方法..... 92
- (五) 商业企业管理基础工作..... 97

# 第二部分 商业经济专业知识与实务

(下列三科目考试时可任选一科)

## 商品购销业务知识与实务

### 一、商品采购

- (一) 商品采购的要求和原则 ..... 102
- (二) 商品采购的形式和方法 ..... 105
- (三) 商品进货渠道的选择 ..... 111
- (四) 商品采购量的控制 ..... 113
- (五) 商品采购时间的控制 ..... 118
- (六) 商品采购策略 ..... 120

## 二、商品销售

- (一) 商品销售的意义 ..... 123
- (二) 商品销售与市场及其影响因素 ..... 124
- (三) 商品销售的方式和方法 ..... 131
- (四) 商品销售过程 ..... 135
- (五) 商品促销 ..... 139

## 三、商业谈判

- (一) 商业谈判概述 ..... 146
- (二) 商业谈判的基本要素 ..... 153
- (三) 商业谈判的程序 ..... 158
- (四) 商业谈判谋略 ..... 163

## 四、商品库存与运输

- (一) 商品库存 ..... 170
- (二) 商品运输 ..... 181

## 五、经济活动分析

- (一) 经济活动分析概述 ..... 195
- (二) 商品流转分析 ..... 198
- (三) 企业盈亏分析 ..... 208
- (四) 量本利分析 ..... 213

# 商业物流业务知识实务

## 一、物流概述

- (一) 物流的基本概念 ..... 220
- (二) 物流活动的内容 ..... 223
- (三) 物流的地位和作用 ..... 229



## 二、储存

- (一) 商品储存的职能与作用 ..... 231
- (二) 商品合理储存 ..... 234
- (三) 商业仓库的分类 ..... 242
- (四) 商业仓库的合理布局 ..... 245
- (五) 商业仓库建筑地址的选择  
及其内部布置 ..... 249
- (六) 商品入库和出库业务 ..... 257
- (七) 商品养护 ..... 266
- (八) 仓储安全 ..... 268

## 三、商品运输

- (一) 商品运输概述 ..... 270
- (二) 商品运输业务管理 ..... 282
- (三) 商品运输费用的计算与核收 ..... 301
- (四) 装卸搬运 ..... 321

## 四、包装

- (一) 商品包装的作用和分类 ..... 323
- (二) 商品包装标志 ..... 330
- (三) 商品包装标准化 ..... 333
- (四) 商品包装业务管理 ..... 337

# 饮食服务业务知识与实务

## 一、饮食服务业的概述

- (一) 饮食服务业概况 ..... 347
- (二) 饮食服务业的共性 ..... 352

<b>二、饮食服务企业的业务管理</b>	
(一) 采购业务管理 .....	355
(二) 存储业务管理 .....	358
(三) 销售业务管理 .....	363
<b>三、饮食服务业的技术管理</b>	
(一) 技术管理的地位和作用 .....	368
(二) 技术特征 .....	369
(三) 技术管理的途径与方法 .....	370
<b>四、饮食服务业的卫生管理</b>	
(一) 食物的营养卫生 .....	373
(二) 贯彻执行食品卫生法 .....	379
(三) 饮食业卫生的全面管理 .....	382
<b>五、饮食服务业的价格管理</b>	
(一) 饮食业定价的原则和方法 .....	385
(二) 服务业定价的原则和方法 .....	393
<b>六、饮食服务企业全面质量管理</b>	
(一) 全面质量管理的基本原理 .....	399
(二) 饮食服务业全面质量管理标准化 .....	403
(三) 全面质量管理的常用方法:	
PDCA 循环 .....	407
(四) 质量管理小组 .....	412
<b>七、饮食服务企业的营销</b>	
(一) 饮食服务企业市场营销业务 .....	420
(二) 饮食服务企业市场营销策略 .....	426

## 第一部分

# 商业经济基础知识

## 一、商业的地位、职能和作用

### (一) 商业的产生和发展

商业是商品交换的发达形式，是专门从事商品交换的经济事业；它是与商品经济相联系的历史现象，有其产生和发展的过程。所以，要了解商业的重要地位，需要先了解一点商业的产生、商业发展以及商业与商品经济等方面基础性知识。

#### 1. 商人与商业

##### (1) 商人的产生

在人类社会发展中，两次社会大分工（第一次社会大分工是原始畜牧业与农耕经济的分离；第二次社会大分工是手工业从农业中分离出来）和私有制形成后，商品交换已经产生并趋向初步发展，但在相当长的一个时期内，还处于简单

商品交换阶段，交换任务的完成还是由生产者自己承担。“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”这是我国史籍《易经》当时描绘的极形象生动的市场景况。说明了流通的职能由生产者同时兼任，集生产和销售于一身，还没有出现独立于不同生产者之间起中介作用的专业商人。然而，随着社会生产力的发展，商品的交换活动从规模上、数量上、频率上和地域上，都达到了相当的程度和水平，那么直接的物物交换，使交易双方感到极不便利，在各自消费特点上受到时间、空间的很大限制，远远不能适应上述商品交换活动的需要。因此，发展着的商品交换本身，强烈地呼唤着固定充当一般等价物的货币来到世间。

货币的产生，便作为价值尺度来衡量商品的价值，这就使不同品种、不同质量、不同体积的诸多商品都能通过货币来进行价值换算。由于货币本身又是商品，也拥有购买手段和储藏的职能，它使市场上从事商品交换的人们不必再为卖买的时空限制而苦恼。货币的产生把卖买一次性完成的商品交换活动断裂为两个独立的活动，即由商品——商品，而成为商品——货币，货币——商品。这样，不但便利了商品生产者参加交换活动，通过货币舍此取彼，进行品种调剂和余缺调剂，达到攫取使用价值的目的，而且，可使一些擅长交换的人从生产中脱离出来，专门从事买卖活动，通过商品流通，在一买一卖的不等价交换中，牟取利润。此时，他们参加商品交换的目的，既不是处理自己多余的产品，也不是直接消费，而是为了谋取交换价值，为卖而买，进行再销售活动，以“取得货币”，积累财富。可见，货币的产生，是专门从事买卖活动的职业商品交换者——商人产生的前提条件之

一。

货币产生以后，便出现了专门从事交换活动的商人，独立担当起商品流通的职能。商人的出现，极大地促进了商品交换的发展。它是分工扩大的结果，又使分工更加明确，使商品生产者能够集中时间和精力从事生产事业，而商人也能全力以赴地专门进行交换活动，扩大了商品交换的空间和规模，促进地方市场的扩大和遥远市场的出现；商人的出现，还促进了城市的产生、繁荣和发展，形成与农村鲜明的对立，而城市与乡村的对立又反过来使商人的地位得到巩固和加强。商人们不但不再参加生产，而且完全夺取了生产的领导权，使生产者屈从于自己，自己成为每两个生产者或生产者与消费者之间不可缺少的中间人，并对两者进行剥削，榨取远远超过实际贡献所应得的报酬——利润。所以，商人很快在贱买贵卖中获得了巨额的资财和相应的社会影响。

天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往。这是我国汉朝大学者司马迁对私有制社会中人的本性概括。由于在前资本主义社会商人处于居间剥削的地位，不论是中国还是外国，不论是官营还是私营，不论是富商大贾还是小商小贩都有厚利可盈，即所谓“以贫求富，农不如工，工不如商”。所以，经商谋利之人日渐增多，世界各国虽然时间不一，多少有别，但都在进入奴隶社会之后的一个历史阶段内，达到了商人可以囊括一切交换业务，生产者再也不必去抽出时间搞交换的程度。正如马克思所说，如果交换占去每个人百分之一劳动时间的话，那么每一百个人中就有一个商人代表所有的买者和卖者，于是形成第三次社会大分工，商人从农业、手工业中独立出来。

## (2) 商业的发展

商业的发展经历着不同的过程。在前资本主义社会，商业为繁荣社会经济起了重要作用。但是，不论商业多么繁荣，在整个社会经济中也仅仅是一部分，不过它对社会经济的影响从历史角度看是巨大的。马克思说，在真正的工场手工业时期，是商业上的霸权造成了工业上的优势。在中世纪，国际商业的中心在地中海沿岸，而资本主义生产关系的萌芽，也最早在这里萌生。但是，资本主义的萌芽却没在地中海沿岸成长起来，而是在大西洋沿岸的英、荷等国。英国的资产阶级革命和工业革命遥遥走在世界前列。

人类步入资本主义社会，自然也形成资本主义商业。它与前资本主义商业的根本区别在于前资本主义商业是独立于生产者而存在，支配生产而不从属于生产，是一种独立存在的资本形态。而资本主义商业丧失了独立形态，从属于产业资本，成为产业资本再生产过程中的一个职能资本，执行流通的职能，商人资本家不再从掠夺和欺榨中牟取暴利，而是获得平均利润，瓜分产业工人所创造的剩余价值。至此，商业的繁荣与发展就取决于工业生产的健康发展。

## (3) 商业是一种经济行业

综上所述，我们可以看到，商业是一种经济行业，它作为一种经济行业一登上历史舞台，就发挥其应有的作用，它不同于个别商人的交换活动。

①商业是商人从事的事业。商业与商人是密不可分的关系，商业是由商人来承担，没有商人构不成商业，商业就要失去基础和条件。而商业是商人赖以生存和借以发展的经济

事业，没有商业的发展，就没有商人进行资本积累的条件。因此，商人的整体活动构成了商业发展的根本条件，而商业的存在又为商人的活动创造了广阔天地。

②商业是一个经济行业。它是社会经济活动的一个重要部分，是国民经济的有机构成，沟通生产与消费的关系，它的作用是全社会的、多层次和多方面的。而商人的活动则是微观的，具体媒介商品交换和提供服务，它的作用具有直接性和现实性。商人的整体活动所构成的社会效应体现了商业的社会职能。

③商业的发展有一个过程，经历着不同的阶段。商业是商品交换发展到一定阶段的历史产物。商业的发展主要取决于商品生产的发展，它的规模、结构和形式受到不同历史时期、不同的生产力发展水平所限制，受同一时期不同地区的生产力发展不平衡所限制。

④商业的发展经历着奴隶社会、封建社会、资本主义社会和社会主义社会，既有反映商品规律和交换活动的一般共性，也有受不同生产关系所制约显示一定历史的特殊性。这两者是互相补充、互相制约、互相印证的关系，不存在互相排斥、相互对立的关系。发展商业既要考虑共性的要求，遵循商品经济的一般规律，掌握商业活动的共同特点，又要从实际出发，根据不同国家、不同地区的特殊情况，采取灵活多样的活动形式，才能促进商业规模的不断扩大、社会效益的不断提高。

## 2. 商业与商品经济

### (1) 商业不同于商品经济

商品经济是一种区别于自然经济的经济形态，它是以商

品生产和商品交换为内容，为交换而生产的经济形态。商品经济是商业赖以生存和发展的基础，而商业的发展，流通规模的扩大，又是商品经济发展的前提条件。存在着商品经济，存在着商品生产和商品交换，也就存在着专门从事商品交换的经济事业——商业。

商业是相对农业、手工业等社会经济门类而言，商品经济则是相对于不同水平的自然经济而言。没有商业的繁荣与发展，商品经济在社会经济成份中的比重的扩大也就无从谈起，就是说，商品经济是通过商业表现出来的，但并非什么样的商业都属于商品经济的范畴。例如古罗马奴隶贩运业十分普遍，马克思说这种商业并未引起工业生产的进步。

### (2) 我国早期商业发展的特殊性

我国早在春秋战国时期，已进入了封建社会，自然经济占统治地位，工商业在整个社会经济中仅占一小部分。但同西欧封建社会相比，不但早了一千年，而且发达程度也远远高于西欧。唐宋时期的商业，更是欧洲根本无法比拟的。但又过了近千年的岁月，古老的中华帝国仍然没有实质变化，却被置于欧洲人的炮舰之下，受其宰割。深入考察中国早期商业，不难发现中国这种早熟发达的商业，是在特定历史条件下的虚假繁荣，是一种病态发展，不完全是社会分工发展的结果，倒是商业使产品变成了商品。因而，我国早期的商业属于自然经济范畴，不属于商品经济的范畴。

### (3) 商品经济的共性

商品经济的发展，在不同国家、不同地区存在着发展的差异性，但商品经济作为一个历史范畴，它是不可逾越的。商品经济必须具有以下几个共同特点：



①为交换而生产，这是商品经济的最基本的特征。商品经济的生产和再生产，不是为生产者自己生产或生活消费，而是为他人或社会提供特定的使用价值。商品必须全面转手，进行交换。因此，商业的存在就成为商品经济的基本条件。

②以市场为中心，这是商品经济的性质所决定的。作为“为交换而生产”的产品，生产出来以后，必须通过市场销售出去，才能完成生产活动的全过程。因此，如列宁同志所说，“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场”。从市场出发，以市场为中心就成为商品经济的最主要的特征。

③实行等价交换，这是商品经济的基本原则。“商品是天生的平等派”。以承认商品生产者和商品经营者独立的经济利益为前提，在交换中，只能以生产商品的社会必要劳动为标准，进行等价交换。所有的商品生产者和经营者的关系，只能是平等自愿、等价交换的商品关系。

④以竞争为条件，竞争是商品经济普遍存在的经济现象。哪里有商品经济，哪里有市场，哪里就存在着竞争。通过竞争承认差别，调节利益，达到鼓励先进，鞭策落后，推动商品经济的发展。

### 3. 社会主义商业

社会主义商业是在特定历史条件下的一种经济现象，不仅具有商业的共性，而且还有自己的特性，表现在生产资料公有制为主体的基础上，在社会主义市场经济体制下，商业的性质与特征以及地位、职能与作用。这里，简要介绍社会主义商业的性质与特征。

#### (1) 社会主义商业存在的必然性

我国 40 多年的经济建设证明，在社会主义条件下，由于