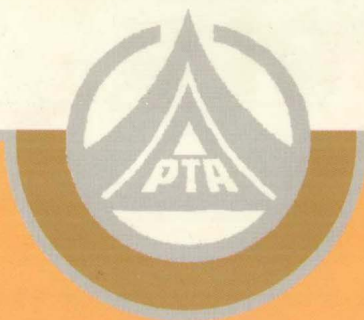


全国经济专业技术资格考试指定用书

(2001)

**商业经济
(商业管理)
专业知识与实务**



(中级)

人事部人事考试中心
组织编写

全国经济专业技术资格考试指定用书

**商业经济（商业管理）
专业知识与实务**

（中级）

人事部人事考试中心
组织编写

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业经济 (商业管理) 专业知识与实务, 中级/人事部人事考试中心组织编写. —北京: 经济管理出版社, 2001

ISBN 7-80118-992-2

I. 商... II. 人... III. ①商业经济-经济师-资格考核-教材②商业管理-经济师-资格考核-教材 IV. F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 23473 号

商业经济 (商业管理) 专业知识与实务 (中级)

人事部人事考试中心
组织编写

出版: 经济管理出版社

印刷: 北京交通印务实业公司

787×1092 毫米 1/32 15 印张 322 千字

2001 年 3 月第 1 版 2001 年 5 月北京第 2 次印刷

印数: 1500 册

ISBN 7-80118-992-2/F·938

定价: 26.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社负责调换。

联系电话: (010) 62254007 62253009

通讯地址: 北京新街口六条红园胡同 8 号 邮编: 100035

本书零售电话: (010) 67758334 67758377 (传真)

编写人员名单

主 编：陈 及

副 主 编：罗朝能

编写人员：陈 及 罗朝能 吴晓辉

沈 乐 李先国 欧勇军

马宛中 张晓堂

前 言

2001年全国经济专业技术资格考试将于11月4日举行。为满足广大考生学习备考的需要，人事考试中心组织有关专家，根据国家社会经济的发展及有关法律法规、政策的调整对指定用书进行了修订。

这套考试指定用书，严格按照经济专业技术资格考试大纲编写，覆盖了社会主义经济建设对经济岗位的基本要求和基本内容，是考试命题的依据，也是报考人员复习和考前培训的指南。

应广大考生要求，人事考试中心组织编写了与指定用书配套的《习题集》和近几年考试的《试卷汇编》，希望能给予广大考生切实的帮助。

书中疏漏和不足之处，恳请指正。

人事部人事考试中心

2001年2月

目 录

第一章 商品流通基本原理	1
第一节 商品流通过程.....	1
第二节 商品流通规律	24
第三节 商品市场体系	49
第二章 流通企业经营环境与战略	62
第一节 流通企业经营环境分析	62
第二节 流通企业经营战略	86
第三节 流通企业经营决策.....	107
第三章 企业形象与公共关系	119
第一节 企业形象.....	119
第二节 企业识别系统.....	126
第三节 企业公共关系.....	140
第四章 交易方式	157
第一节 连锁经营.....	159
第二节 消费信贷.....	174
第三节 期货交易.....	179
第四节 其它交易形式.....	187
第五章 流通企业人力资源管理	204
第一节 职位分类与定编定员.....	204
第二节 人员录用与调配.....	225

第三节	员工绩效考核和培训	244
第六章	业务管理	261
第一节	购销管理	261
第二节	物流与配送	277
第三节	信息管理	288
第四节	质量管理	298
第七章	定价策略	307
第一节	影响定价的因素	307
第二节	定价策略	320
第三节	价格变动与企业对策	331
第八章	市场预测	341
第一节	市场预测概述	341
第二节	市场预测方法	350
第九章	流通企业绩效分析	384
第一节	流通企业财务管理	384
第二节	绩效分析的指标体系	401
第三节	经营综合分析	419
第十章	流通企业国际化经营	425
第一节	国际贸易政策	425
第二节	世界贸易组织 (WTO)	432
第三节	企业国际化经营的基本方式和管理	444
第四节	进出口业务	453

第一章 商品流通基本原理

第一节 商品流通过程

一、商品流通环节

(一) 商品流通及其形式

商品流通是指以货币为媒介的商品交换过程。在此需要说明的是，商品流通并不是指某种商品买卖的循环，而是指所有商品交换之间，由于存在着不可分割的相互联系所构成的完整与统一的过程。因为，每种商品买卖所形成的循环在客观上又会影响到引起其它商品买卖的循环，并互相交错在一起，正如马克思所指出的，每个商品买卖所形成的循环“同其他商品的循环不可分割地交错在一起。这全部过程就表现为商品流通。”

商品流通有简单商品流通和发达商品流通两种形式。简单商品流通是商品—货币—商品（ $W-G-W$ ）。这一过程分成两个阶段，即以卖（ $W-G$ ）开始，以买（ $G-W$ ）告终，是为买而卖。交换的目的是为满足自身对商品使用价值的一定需要。处于两极的商品是不同质的使用价值。

发达商品流通则是货币—商品—货币（ $G-W-G'$ ）。这一过程仍分成两个阶段，只不过顺序与简单商品流通的恰

好相反，即以买（G—W）开始，以卖（W—G'）告终，是为卖而买。交换的目的是实现商品价值，取得货币的增值。处于起点和终点这两极的是同质的货币，但在量上不同，通常终点的货币量大于起点的货币量。发达商品流通是商业作为一个独立的行业从社会第三次大分工中产生后，商品流通所采取的最普遍、最重要的形式，或者说，发达商品流通主要是由商业推动和组织的。它对于商品生产，从而对整个社会经济发展起到巨大的刺激和推动作用。

（二）什么是商品流通环节

商品流通环节是指商品从生产领域到消费领域的转移过程中所经过的环节。它一般包含有商品的收购、运输、储存、销售等环节。

商品从生产领域向消费领域转移的过程中，由于商业媒介商品交换，因而总要经过先后有序的若干个环节所构成的系列，才能实现这种转移，商品才能在更大的时空范围流通。总之，劳动产品之间的相互交换决定了商品流通环节是形成商品流通过程的基本要素。

商品流通环节的多与少，对于能否经济合理地组织商品流通是至关重要的。

如果商品流通环节过多，即商品在交换过程中经多次转手，则商品流通速度就要减慢，流通时间就会相对延长，因而导致流通费用增加，另外层层加价又使商品价格上涨。这一方面加重消费者的不合理的经济负担，起到抑制消费需求的负作用；另一方面会抑制生产的发展，消费需求不振，生产就难以扩大；另外，还会导致商业经济效益的降低，因为流通费用上升与销售不畅，使商业的投入与产出的比例失

衡。

如果商品流通环节过少，商品流通就难以正常进行。其原因是：首先，正是商业的专门化、独立化，才使得商品在更大范围内的流通成为可能。换言之，正是由于适度增加的商品流通环节，大规模的生产和消费才能得以正常进行。如果商品流通环节过少，商品流通的时空范围就会相对变小，因而就难以满足社会生产和消费的需要。其次，如果流通环节过少，就会导致每一环节承担的流通职能超过企业的经营能力，商品的流通时间反而会延长。因为，诸如商品储存、运输、商品买卖、品种编配等等职能分别由批发、零售等具体环节负担，如果减少某一环节，则另一环节势必承担这一职能，企业势必因小而全，致使流通时间增长，流通效率下降。这对于商业的发展也是极其不利的。

总之，商品流通环节过多或过少，都不利于商品流通的正常进行。因此，适度的商品流通环节是保证商品流通经济、合理进行的前提条件。这可以概括为：以最少的劳动消耗和最短的时间，高效率地完成商品从生产领域到消费领域的转移。其标志是：货畅其流。

能够保证货畅其流的环节就是适度的商品流通环节。因为，只有货畅其流，才能使商品满足社会生产消费和生活消费的充分需要；只有货畅其流，商品才不会在某一多余环节或某一环节上发生积压、沉淀；只有货畅其流，商品顺利销售，商业的经济效益才能不断提高；只有货畅其流，国民经济才能协调发展。

二、商品流通渠道

(一) 什么是商品流通渠道

商品流通渠道是指商品从生产领域向消费领域转移过程中所经过的流转路线和经过的经济组织。

商品流通渠道在商品流通过程和在国民经济运行中，与人体的血液循环系统相类似。血液总是通过具体的血管流通，将人体所需的营养输送到机体的各个部分；在国民经济中生产领域制造的产品，也同样是通过具体的商品流通渠道被输送到消费领域，以满足生产和生活的各不相同的具体消费需要。

(二) 商品流通渠道与环节的关系

商品离开生产领域向消费者领域的转移过程，并不是紊乱、无序的，而是按经济合理性的要求，沿着客观需要的一定路线运动，从而形成合理、有序的商品流通渠道。在其中商品通常要经过若干次的时空变换和所有权的转移，才能抵达它的最终目标即消费领域。由此可见，商品在流通过程中必然要经过或多或少的一系列商品流通环节所构成的链条，才能贯通生产与消费的联系。这种按前后相继、有序衔接所形成的商品流通环节的一定的序列，就构成了具体的商品流通渠道。

总之，从商品流通渠道和商品流通环节的关系看，一方面商品流通环节是商品流通渠道的基本构成要素。没有商品流通环节，也就意味着商品流通缺乏组织者和参与者，则商品也就无法实现从生产向消费的转移，从而也就不存在商品流通渠道。另一方面，商品流通渠道又是商品流通环节得以存在的必要条件。因为，商品流通渠道体现的是生产与消

费、供给与需求的经济联系，在商品经济条件下，没有这种联系就不会产生商品交换行为，从而也就无法产生商品流通的组织者和参与者，则商品流通环节也就失去了存在的客观基础。

（三）商品流通渠道的分类

如果按产销的联系形式划分，商品流通渠道大致可以分为三类：

1. 产销合一的渠道。它又称产销直接联系的渠道。即生产者直接把商品卖给消费者，不需要商人或商业企业作为交换的媒介。在商品经济不发达阶段，这种最简单又最短的流通渠道是一种普遍存在的形式。在现代市场经济条件下，它便成为专业化分工程度最低，处于次要地位的一种流通渠道形式。

2. 产销分离的渠道。它又称商业渠道。这是指由商业来专门组织商品流通的全过程。商品生产出来之后，首先由商业部门进行收购，经过运输、储存、加工、编配等活动，经由批发商和零售商的形式再转到消费者手中。它是商品流通过程中专业化分工程度最高的一种渠道形式，因而是商品流通渠道的主体。

3. 产销结合的渠道。这是指由生产企业和商业企业先后有序地共同组织和完成商品流通的全过程。商品生产出来以后，先由生产企业的推销机构完成一般商品流通过程，再由商业企业继续完成商品流通的其它过程，直至最终卖给消费者。其特点是生产者参与商品销售，这主要是通过其专设的销售机构或代理商等形式进行。

如果按商品流通环节的多与少划分，可有以下两种类

型。

1. 直接渠道。即产销直接见面，没有商业的介入，则商品所有权只经过一次转手。简言之，这种只经过一个流通环节的渠道就是直接渠道。

2. 间接渠道。即商品经过不同环节，其间有商业介人的流通渠道。由于经过的环节有多有少，因而间接渠道又可分为许多具体的形式。例如，生产者→批发商→零售商→消费者，这要经过两个中间环节。生产者→产地批发商→销地批发商→零售商→消费者，这要经过三个中间环节。一般说来，商品经过多少环节，要依具体情况而定。

由于消费品流通和生产资料流通的特点不同，使得这两大类商品流通渠道的基本模式也有所不同。

消费品流通渠道的基本模式：

- (1) 生产者→消费者。
- (2) 生产者→零售商→消费者。
- (3) 生产者→批发商→零售商→消费者。
- (4) 生产者→代理商→零售商→消费者。
- (5) 生产者→代理商→批发商→零售商→消费者。

生产资料流通渠道的基本模式：

- (1) 生产者→用户。
- (2) 生产者→经销商→用户。
- (3) 生产者→代理商→用户。
- (4) 生产者→代理商→经销商→用户。

(四) 流通渠道与流通环节的选择

商品经由什么样的具体渠道和多少环节到达消费者手中，取决于其经济效益的大小。因为，商业是商品流通的主

要组织者，其经济活动的目的，是通过媒介商品交换实现盈利。而盈利的高低又同流通费用的多少直接联系，为了最大限度地实现盈利，就要求按经济合理的原则选择具体的商品流通渠道，确定流通环节的数量。

选择合理的流通渠道与确定流通环节，要考虑以下因素：

1. 商品的特性。如对鲜活和时令商品，时间因素特别重要，一般应尽量减少流通环节，以便加快商品流通的速度；技术含量较高的商品，出售时需要有专门的知识与技能，则适宜于直接销售；新产品经营风险大，商业企业不敢贸然经营，而生产企业也需要通过试销了解市场反映，采用直接销售的方式会收到较好效果；规格、品种、款式、型号复杂和消费者购买频繁的商品，以及商品编配组合集散工作量大的商品，相应需要较多的流通渠道和较多的流通环节，才能加快流通，便利购买。

2. 市场的远近与销售规模的大小。如果市场较远，某一种交通工具又不能直达，而可能的需求又较小，这就需要必要的中间环节加以转运、转批、编配；市场分散，点多面广，即使相距不远，但由于分散商品的工作量较大，就需要一定的中间环节加以疏导。反之，地产地销的商品，尤其是集中销售的商品，有时即使空间距离较远，只要销售规模大，仍可以不经过或少经过中间流通环节。

3. 企业的规模与经营方式。企业规模大、资金雄厚，则有能力强担较多的流通职能，有可能减少流通环节。中小企业经营能力和物质设施有限，难以过多承担流通职能，也难以减少流通环节。另外，渠道和环节的多少还与企业的经

营方式有关。如果企业经营方式单调划一，则由于完成的职能近于相同，流通渠道和流通环节就难以选择；如果企业的经营方式各异，多种流通机构出现，则企业可供选择的渠道多样，企业就会根据自己的状况，确定由最经济合理的流通环节所构成的最便利的流通渠道。

(五) 流通渠道形成的客观依据

商品流通渠道的形成及其多少，受多种因素制约。主要有：

1. 生产力发展水平。它对于流通渠道的制约作用，首先是，生产越发展，产出就越多，市场的流通规模就越大，社会的各部门、各企业对市场的依赖性就越强，客观上就要求在商品流通过程中，通过各种流通渠道将商品的产销衔接起来。其次是，在经济发展过程中，各地区的生产力水平和生产力布局将会发生变化，主要体现在新产品和新的生产部门的出现方面。当各地区的经济结构和产品结构发生变化时，原先的销地可能就会转而成为产地，从而商品流通渠道也会相应发生改变。另外，各地区间生产力水平参差不齐，也就有与之相适应的流通渠道。再次是，运输条件的变化。如果交通不发达，各地区经济相对封闭，产品只能地产地销，不能远购远销，地区经济优势便难以充分发挥。当交通条件日益完善时，产品能在更大范围内流通，新的流通渠道随之形成。

2. 商品的自然属性。商品的自然属性不同，其使用价值丧失的快慢程度就有很大的差别。商品流通的目的是将具有完整使用价值的商品输送到消费领域，为此，自然属性悬殊的商品就要求不同的流通渠道与之对应。例如鲜活商品和日

用工业品的流通渠道及其环节就是极不相同的。

3. 商品的经济属性。它主要是指商品的生产特点，经济寿命周期，社会声誉，消费特点等。例如，商品在其寿命周期的不同阶段关系到潜在顾客数量的多少，直接影响企业的销售与利润。因此，商品所处的寿命周期的阶段不同，则要求不同的流通渠道进行流通。这反映了经济合理性的基本要求。

4. 历史与地理因素。我国各地区的自然地理条件差别甚大，各地区有不同的经济优势与劣势。因此，在历史上就逐渐形成了各地区之间自然合理的商品流通渠道和稳定的产销关系。如果人为地改变这种沿袭已久的产销联系，就会造成流通不畅，影响到各地区之间的生产与消费。

5. 流通中的实物量和价值量。商品流通过程中不同商品的流通数量和间隔等往往是极不相同的。如有的商品是连续、均衡、大批量流通的，日用工业品多属此类；有些商品投放市场的数量很大，但具有很强的季节性，农副产品多属此类；有些商品投放市场是零星、小批量和连续性的，某些地产地销商品多属此类。这些情况对流通渠道有较大的影响。另外，实物量和价值量又往往不一致，即实物量大的商品，价值量不一定大；价值量大的商品，实物量不一定大。因此，流通渠道的形成，不仅取决于商品实物量的特点，也取决于其价值量的特点。

6. 市场竞争。市场竞争越激烈，商品经营者要想在竞争中求生存，求发展，这一方面，必然要求商品经营者在现有的流通渠道中选择最有利的流通渠道；另一方面，也会迫使经营者开创新的流通渠道，以寻求更节约、更有效率的流

通途径。

三、商品流通业态

现代市场经济条件下，商品流通是由商品流通环节、商品流通渠道和商品流通业种与业态构成的完整统一体。

(一) 商品流通业态的含义及分类依据

商品流通业态主要是指零售业的经营方式。所谓零售业是指向最终消费者提供所需商品和服务为主的行业。它是商品流通过程中的最后一个环节，是商品价值真正实现的环节。

零售业态是指零售企业为满足不同的消费需求而形成的不同经营方式。零售业态产生和发展的根源在于：一方面，社会经济发展、科技进步为零售业乃至整个流通业提供了日益现代化的经营手段；另一方面，消费者需求的形成受教育、文化、收入、阶层、年龄、性别、地域以及风俗习惯等多种因素的综合影响，而呈现多元化和多样性的特征，并且消费需求基本相同的消费者在一定时空条件下，又总是以消费群体的方式出现在市场上。这就决定了零售企业在激烈的市场竞争环境中，必须选择与创新有针对性、切实有效的经营方式，才能更好地满足目标顾客的具体需要，以取得良好的经济和社会效益。由此可见，业态即经营方式，是零售企业适应市场变化的具体体现；业态的产生与发展是零售企业经营方式的创新结果。

我国零售业态的分类依据，是以零售企业的经营方式、商品结构、服务功能、选址、商圈、规模、店堂设施和目标顾客之不同为尺度的。简言之，这些条件上的差异或不同使零售企业呈现不同的经营类型。