

商业经济效益论文选

杭州商学院学报编辑室编

学刊

杭州商学院学报丛书

商业经济效益论文选

杭州商学院学报编辑室 编

一九八三年七月

编 者 的 话

提高经济效益，是社会主义经济建设中极其重要的一个问题。胡耀邦同志在党的“十二大”的报告中着重指出，在二十年内实现全国工农业年总产值翻两番的战略目标，要有一个前提，就是提高经济效益。赵紫阳同志在五届人大四次会议上作的政府工作报告中也强调说：“千方百计地提高生产、建设、流通等各个领域的经济效益，这是一个核心问题。”

商业是国民经济的重要部门。提高商业的经济效益，对促进国民经济的发展和实现社会主义生产目的，具有重要的意义。去年，不少同志根据当时的情况，为我们学报撰写了有关商业经济效益的文章。现在，我们把这些文章汇编成册，供财贸院校师生和商业工作者参考。这些文章都在《杭州商学院学报》上发表过，编印前又经作者仔细审核，有的还作了补充和修改。文章的内容大体可分为三类：一类是关于商业经济效益的概念和性质的探讨；一类是关于商业经济效益的考核和预测；一类是有关商业企业提高经济效益的途径和经验。

我们编辑学报丛书缺少经验，缺点错误在所难免，希望广大读者批评、指正。

目 录

试论商业经济效益·····	金家麟 (1)
社会主义商业经济效益的评价问题·····	叶树滋 (10)
从马克思主义认识论看商业经济效益问题·····	钱 江 (20)
怎样认识社会主义商业经济效益·····	沈 青 (24)
略论社会主义经济效益的性质和涵义·····	朱 铮 (32)
略论衡量商业企业经济效益的指标问题·····	汪贤进 (40)
浅谈商业企业经济效益指标体系及其运用·····	许新源
·····	夏育成 张荣正 (51)
商业企业经济效益预测的探讨·····	何国栋 (64)
提高经济效益与加强经济预测·····	詹士林 (78)
积极开展商业控制论的研究·····	陈仙波 (85)
商业经济效益与经营责任制·····	赵国柱 (94)
杭州红峰百货商店提高经济效益的经验和启示	
·····	赵国柱 冯 沅 (104)
对提高商业经济效益途径的探讨·····	黄成芝 (116)
谈谈社会主义商业的经济效益问题·····	刘 是 (123)
加强商品资金的核算与管理, 提高商业企业经济效益	
·····	郁仲云 (135)
试谈建立商业物流中心的必要性和应注意的几个问题	
·····	霍修锦 (143)

试论商业经济效益

金家麟

一、必须从商业的特定作用看商业经济效益

商业经济效益是商业活动的所费与所得、或所费与成果的对比关系，它表明商业活动中所费的节约程度和得益程度。但是，究竟什么是商业活动的所费，什么是商业活动的所得或成果？解决这个问题，是我们具体认识商业经济效益的关键。

一切经济活动的所费，不外是活劳动、物化劳动和自然资源的耗费和占用。当人们运用资金购入资财并支付劳动报酬来组织生产经营时，又用所耗费的费用和所占用的资金来衡量经济活动的所费。因此，商业活动的所费，从实质看，是商品流通过程中追加的活劳动、物化劳动和自然资源的耗费和占用；用费用的观点看，是商品流通过费用；用资金运用的观点看，是商业资金占用。

困难的问题是，究竟什么是商业活动的所得或成果？怎样从商业特殊性去认识商业活动的所得或成果？

我认为，在这个问题上，必须明确两个观点：

第一，必须从生产和流通的统一上看商品价值实现，看商品销售额。也就是说，必须把商品价值实现，把商品销售额，看作是生产和流通统一的成果。

一种看法认为，商业活动的成果，就是“所实现的商业价值和使用价值”，就是商品销售额，就是社会需求的满足程

度，就是社会商品购买力的实现程度。这个看法，我认为需要再探讨。我的看法是，且不说“所实现的商品价值和使用价值（它无疑是生产和流通统一的成果）”，就拿商品价值和使用价值的“实现”来说，它也不是商业单独的成果。商业固然主要是搞“实现”，对“实现”起重要作用，但是必须看到，商品价值和使用价值的能否实现，却首先决定于生产本身是否符合市场需求，决定于社会的调节机制（包括商业）能否灵敏地促使生产在质与量上都符合社会需求。这一点，马克思在论述商品价值实现条件时早已作过十分清楚的、众所周知的说明。在社会主义经济中，商品价值的实现问题，更是生产和流通密切结合促使社会生产符合社会需求的问题。那种认为生产只管产量、产值，流通才管“实现”的观点，并不见得正确。因此，我们必须从生产和流通的统一上看商品价值实现，把商品价值和使用价值的实现，看作是生产和流通统一的成果。生产必须适应市场需求，流通必须积极推销，商品价值和使用价值才能实现。这是十分浅显明白的道理。至于“所实现的商品价值和使用价值”、商品销售额、社会需求的满足程度、社会购买力实现程度等，谁都知道，它们都是生产和流通统一的成果。在社会主义经济中，社会需求的满足，既是生产的目的，也是流通的目的，社会需求的满足程度，实际上是整个社会再生产的综合成果。

强调从生产和流通的统一上看商品价值实现，看商品销售额，具有重要的现实意义，它将促使生产和流通密切协作，使商品适销对路，产需平衡，实现以需定产，减少社会生产的“水份”，增加人民的实惠。

我们说商品销售额是生产和流通的统一成果，并不否定它仍然是评价和考核商业成果和商业经济效益的基础指标。因为生产和流通的统一成果中必然包括流通的一定成果。

第二、必须从商业在社会再生产中的特定作用去认识商业成果。

研究商业经济效益，还必须从生产和流通的统一成果中或者从整个社会再生产的综合成果中，分析商业活动本身的特定成果。

社会主义商业是生产和消费的桥梁，它的活动目的和作用，就是通过商品流通过去促进生产发展来满足人民的需要，就是以自身的活动去促使社会再生产效果的提高。根据这个认识，我们把商业特定作用初步地分析为以下四点：（一）、预测市场需求的变化，通过产销衔接，力促生产在数量、品种、质量、规格、花色、式样、包装等方面符合社会需求；（二）、积极采购现有商品资源，通过调运、储存、销售，使它们在销售地点、时间、对象上发挥对产生、对生活的最大效用；（三）、在流通过程中追加种种服务，满足消费者对商业服务质量的要求；（四）、畅通流通渠道，缩短流通时间，加速社会再生产。商业在社会再生产中所实际起到的这些作用，就是商品活动的所得和成果。商业的特定成果当然包括在生产 and 流通统一的成果中。如果商品销售价格能够合理体现生产和流通的统一成果，那末，商业特定成果也就会体现在商品销售额中，它将以不断扩大的商品销售量和不断提高的商业服务量所构成的商品销售额中的商业差价亦即商业毛利的大小来反映。

商业经济效益应当是商业活动的所费同商业特定成果的对比。我们把商业特定成果分析为上述四点，是很初步的，有待科学的修正、补充、或重新分析，但从商业的特定作用看商业特定成果，是必要的。

如果单个商品价格能够正确反映单个产品生产和流通的统一成果，则商品销售额（销售量×价格）将反映所销售商品的

生产和流通的统一的成果；商业毛利（销售量×商业差价）将反映商业的特定成果；商业税利额、商业净利额，以及商业盈利率、利润率等，将综合反映商业经济效果。如果商品价格不能正确反映生产和流通的统一成果，则上述三种反映都不能正确，商业成果和商业经济效果的评价和考核，就不能不借助一整套单项指标和局部综合指标。

二、价格与商业经济效果评价的关系

商业在社会再生产中积极发挥自身的作用，商业宏观成果就客观地存在，它并不受价格反映的影响。但是，价格如何反映商业成果，却直接影响商业成果的评价，从而影响商业经济效果的评价。宏观成果得不到价格的反映，就会形成微观成果与宏观成果的矛盾。例如，商业积极经营化肥农药，客观上就存在商业的成果，但是，如果商业经营化肥农药在价格是购销倒挂的，则商业成果就得不到应有的评价，反而出现经营越积极，宏观成果越大，企业亏损却越多，微观成果越差的反常现象。可见，价格如何反映商业成果，是关系商业成果和商业经济效果评价的基本问题。

价格究竟应当怎样反映商业成果呢？我们且把商业成果比作工厂生产的成果——产品（商业成果不形成产品，但同属劳动成果），考察一下价格应当怎样反映这个生产成果。那末，我们将看到：第一，价格应当反映价值，即当生产数量符合社会需求数量时，价格应当反映生产这些产品的社会必要劳动量，或者等于部门平均成本+平均利润（舍去税金不论）；第二，价格又反映产品在一定生产供应数量上社会消费者对它们使用价值的需求评价，即反映供求关系。由此，我们也就知道，价格反映商业成果，就是：第一，当各种商业活动符合社会需求

者时,商业差价应反映使商业取得成果的社会必要劳动耗费,或等于正常合理流通过费用+平均利润;第二,当社会特别需要某种商业活动时,该商业活动也可取得较多的利润,反之,只能取得较少的利润,甚至亏损。在上面举的例子里,商业经营化肥农药,一般情况下应取得正常的商业差价,而不能购销倒挂。在一定情况下,也可以有略大或略小的商业差价。这样,商业成果和商业经济效果就可以得到较为正确的评价,在价格表现上微观成果和宏观成果也就取得一致。

我国现行价格体制在关系商业成果和商业经济效果评价方面,存在以下问题:

(一)、不少商品的商业差价中体现着政策性盈亏,这是使我国不少商品商业差价不能正确反映商业成果的主要问题。

国家根据政策要求发挥价格实现国民收入再分配的作用和促使特殊资源合理利用的作用,使不少商品的销售价格与价值之间保持一定的政策性背离,这在古今中外都是司空见惯的,不足为奇。但是这种价格的再分配作用和促使资源合理利用的作用,只应体现在对消费者的价格上,而不宜体现在商品生产者和商业经营者的实际出售收入上,否则就会影响价格对生产经营的合理调节以及对生产经营成果的合理评价。所以,凡商品销售价格中存在的政策性利润一般应转化为国家税收,政策性亏损则应由国家补贴加以弥补。但是,我国在过去较长一段时间中,却误认为价格对国营工业和国营商业不起调节作用,认为国营工业口袋、国营商业口袋、财政口袋、都是国家口袋,工业品销售价格中存在政策性利润的,就由工商两家分利,而且工大于商;存在政策性亏损的,就让工业微利或保本,亏损体现于商业。这就造成不少商品商业差价中体现着政策性盈亏,除了对生产形成不利影响外,也严重地影响商业成果和商业经济效果的正确评价。

(二)、我国商品计划价格目前一般尚无浮动幅度，致使商品在计划调节为主的前提下，未能利用一定幅度内的浮动来反映消费者的需求变化和处理畅滞销问题，也使价格和商业差价未能评价商业经营上的商品适销程度。

(三)、商业差价一般不体现商业服务质量的高低。零售价格管理上，不同类型商店出售同一商品，即使服务设备、服务质量有很大区别，零售价格、批零差价仍然一律，而且商品零售价格的制订，很少同时规定服务质量标准，在商品供不应求的情况下，服务质量下降的商店，其零售价格也仍然不变。因此，我国商品批零差价很少反映商业服务质量，很少起到促使服务质量提高的作用。

在我国为了使商业经营成果在商业差价上得到较为正确的反映，以便加强商业经济效益的考核，促使商业经济效益的提高，需要在价格体制逐步改革的过程中逐步解决上述问题。在上述问题尚未解决时，我国商业成果的提高，一部分能够反映为企业收益的增加，一部分（如提高服务质量，减少消费者购买时间等）并不反映为企业收益的增加。因此，需要把商业成果区分为收益性成果和服务性成果，以便全面考核商业成果，促使两方面成果的提高。

三、对现用商业经济效益评价指标的认识

我认为，商业纯销售额指标是一个反映生产和流通统一成果的指标。但是各种商业成果总是体现在销售额之中或者联系着商品销售，因此，纯销售额又是考核商业成果和商业经济效益的基础指标。同一商业总体或企业在不同时期，或者不同商业总体或企业，当它们的经营商品范围、经营商品结构大体相同，价格大体不变时，它们销售额的增减或大小变化，基本上

反映商业工作量的大小变化。在这一意义上，销售额可以作为评价商品流通过程节约程度(费用率)和活劳动节约程度(劳动效率)的基础。只有在评价资金运用效率时，商品销售额才反映商业资金的运用成果。因为在资金运用效率问题上，商品进价不是被看作生产者的生产成果，而是被看作商业投入的资金，商品销售额则被单纯地看作是商业投入资金的运用成果，在这里，是 $G \rightarrow G'$ 的关系。因此，应当用商业销售额来计算资金占用率和资金周转率。

商业毛利润能否成为正确评价商业成果的指标，决定于商业差价是否正确反映商业成果。

商业利润率是反映商业综合经济效果的指标，它能否成为正确评价商品综合经济效果的主要指标，首先也要决定于商业差价是否正确反映商业成果。由于我国不同行业的商业差价中体现不同的政策性盈亏，同一行业商业差价中政策性盈亏前后又时有大幅度的调整，所以不同行业或同一行业的利润率变化并不能真正反映商业综合经济效果的变化。

因此，我国目前考核商业经济效果，主要还是运用流通费用率和资金周转率或资金占用率等指标。它们反映费用的节约程度或资金占用的节约程度。特别是资金周转率和资金占用率的变化，反映着商业经营管理上多方面的问題，很值得重视。

劳动效率指标，只有在保证商业劳动的服务质量标准的前提下，才反映活劳动节约程度和运用效率。否则，如果每人销售额增加，而服务质量下降，这并不反映真正效率提高。

四、当前提高商业经济效果的几个重要方面

我国经济调整正在逐步见效，农业生产形势很好，轻工业品生产年增长速度超过“一五”计划以来社会商品购买力平均

年增长速度。日用工业品中部分品种出现产大于销情况，部分商品的市场关系从所谓卖方市场转变为买方市场。当前提高商业经济效果的突出问题，是要力争商品生产的适销对路，扩大商品销售，改善库存结构，降低资金占用率，大力提高商业服务质量；在农产品经营方面，还要进一步处理好农商关系，在促进农业生产和多种经营进一步发展的基础上，加强计划收购，改善经营，加强商品养护保管和旺淡调节，扭转经营性亏损。在当前情况下，抓好以下三个方面，特别具有迫切感：

第一，大力加强长、中、短期市场需求变化预测，改进产销衔接关系，努力促进商品生产的适销对路。主要行业、主要商品应建立全国预测中心，定期公布预测报告；积极组织工商联展销和工商联合预测；商业企业应把市场需求预测准确率定为商业成果单项考核指标；农产品方面，也要加强商品产销规律的调查研究，加强产需预报，指导农业生产。在日用工业品的商业购销上继续推行四种购销形式。商业统购统销、计划收购外的商品，继续由工业自销；统购统销、计划收购的商品，必须在数量、品种、质量、规格、花色、式样、包装上，通过工商衔接，签订产销合同，并通过法律监督提高合同履约率；不符合当前市场需要又不列为国家计划储备、未曾签订产销合同的商品，商业可不收购；在小商品生产上，适当扩大品种差价并试行畅滞差价，鼓励适销新品种生产，淘汰陈旧品种；采取各种工商联合形式，使工业生产适应市场变化。

第二，畅通流通渠道，扩大商品销售，改善库存结构。首先是要全力解决工业品下乡的问题。通过商业管理体制上的国合合并，采取“商品分工、城乡统开”办法，促使工业品下乡；广泛开展工业品在农村中的展销和举行农村集市交流会。其次，必须继续解决全国商品流通的通行无阻问题，反对划地为牢，扶植地方工业不能采取限制外地产品销售的办法；继续

允许各级商业单位自行外出采购，通过“釜底抽薪”办法，逐步改革批发机构设置，贯彻按经济区域组织商品流通的要求；进一步实现多种经济成份、多种经营方式、多条流通渠道、减少流通环节的市场体制。在商品储备方面，要逐步解决经济战略性的、政策性的国家储备与商业季节性、周转性储备的区分问题，解决储备与积压的区分问题。对于不属于经济战略性、政策性储备的积压商品，应分别情况采取措施进行清理；应有一定办法（包括价格措施）解决呆滞商品推销问题，改变目前批发商业企业只能“以短线带长线，以紧俏带滞销”的办法造成长线、滞销商品库存搬家的现象。

第三，狠抓零售商业提高服务质量的工作。应当明确提高商业服务质量，满足消费者对商业服务的要求，是重要商业成果之一，是当前提高商业经济效果的一个十分重要的方面。应当在全国加强对零售商业工作的领导，解决扩大和改善营业场所、增加设备和增设网点的问题，规定零售商业经营品种、服务设施，营业面积、商品陈列、商品性能介绍、售前售后服务、收款方式、接待顾客规则等主要服务质量标准，大力加强售货员的政治思想和业务技能培训，评定售货员的技术等级职称，进一步贯彻经营责任制，大力加强零售企业经营管理，争取在各地各行业建立零售示范商店。

社会主义商业经济效果的评价问题

叶树滋

正确地评价社会主义商业的经济效果，对于考核、比较商业部门、企业的经营管理状况，寻求提高经济效果的正确途径，促进经营管理改善；对于明确实行经营责任制的指导思想，更好地发挥商业职能的作用，实现社会主义的生产目的，都有着十分重要的意义。

评价社会主义商业的经济效果，首先要弄清什么是经济效果，明确评价商业经济效果的标准，找出衡量商业经济效果的客观尺度。其次，要解决好评价的方法问题，也就是要正确地选用一些经济指标和分析方法，对商业经济效果的好差、大小，作出切合实际的恰如其分的评价。

(一)

什么是经济效果，一般的科学概念是指“社会主义生产和再生产过程中，劳动占用和劳动消耗量同劳动成果的比较。”

①劳动占用量，是指劳动过程中占用的物化劳动量。劳动消耗量，是指生产产品和其他经济活动过程中实际消耗的活劳动量和物化劳动量。在社会主义制度下，劳动占用的经济效果从属于劳动消耗的经济效果，劳动占用的节约，归根到底是为了劳动消耗的节约。而劳动消耗量的节约，实质上就是劳动时间的节约。所以，劳动消耗量同劳动成果的比较具有更为重要的意义。劳动成果，是指从事生产和其他经济活动中所取得的合乎

预期目的、具有不同具体内容的有用成果。这种有用成果主要是物质产品的使用价值，也可以是某种服务。它能直接或间接地满足社会和个人的某种需要，或者能节省另一种经济活动的劳动消耗。劳动成果一般可以计量，有些劳动成果难以定量，只能用间接的方法近似地表示成果的大小。从上述经济效果定义中可以看出：同样的劳动成果，所占用和消耗的劳动量越小，经济效果就越大；反之，就越小。或者说，等量的劳动占用和劳动消耗量，所取得的劳动成果越大，经济效果就越大；反之，就越小。

不同社会制度，评价经济效果的标准是不同的。资本主义生产目的是剩余价值，它的转化形态就是利润。资本家（包括商业资本家）心目中最大的经济效果，是“用最小限度的预付资本生产最大限度的剩余价值或剩余产品”。②评价标准是资本对劳动的剥削程度，即占用资本的剩余价值率越高越好。他们只关心个别企业的经济效果，不关心也无法评价全社会的经济效果。个别企业经济效果的提高，往往伴随着社会的巨大浪费。社会主义生产目的是为了满足全体人民（包括社会和个人）不断增长的物质与文化生活的需要。社会主义是计划经济，有可能也必须从全社会的范围衡量经济效果。社会主义生产的最大经济效果，“就是要用尽可能少的劳动占用和劳动消耗，生产出尽可能多和尽可能好的满足社会和劳动者个人需要的使用价值”。③评价标准是社会和个人需要的满足程度，即单位劳动消耗（劳动占用）创造的使用价值或劳务满足需要的程度越高越好。这是衡量社会主义生产经济效果的客观尺度，对于其他各种经济活动（包括商业活动），同样要以直接或间接地最有利于实现社会主义的生产目的为最大经济效果，个别企业的经济效果应当服从全社会的经济效果，以能否提高全社会经济效果为最终标准。

在社会主义社会还存在着商品生产和商品交换的条件下，生产部门生产出来的商品，很大一部分要通过商业的中介，才能进入消费。商业是组织商品流通的部门，一般不创造使用价值。它的特殊职能是通过购销活动，使商品从生产领域经过一个或若干个流转环节，进入消费领域（包括生产性消费），从而使生产者生产出来的商品潜在的使用价值得以实现。没有商业的媒介，已经生产出来的使用价值是无法满足社会和个人的需要的，凝结在使用价值里的社会必要劳动消耗（即价值）无从实现，社会劳动消耗会没有成果，社会主义的生产目的也就无法实现。所以，实现使用价值是生产和消费的必要条件。不仅如此，商业部门通过商品经营活动，促进生产的发展，协同生产部门生产出符合社会需要的产品，能够提高社会生产的经济效果。同时，它还要不断提高服务质量，指导消费，节省消费者的时间，从而有利于劳动生产力的提高。商业部门在这些方面所取得的劳动成果（或者说服务成果），只能部分地反映在因此而扩大的商品流通量上。有些成果往往反映在其他部门或消费者身上。在评价商业经济效果时，必须考虑到这一点。商业部门在组织商品流通的过程中，需要消耗一定数量的物化劳动和活劳动，并占用一部分物化劳动。由于商业一般不生产使用价值，节省商业的劳动占用和劳动消耗，就可以相应地转化为生产部门的劳动占用和劳动消耗，从而能增加社会财富，提高全社会的经济效果。但是，这种节省要同商品流通量的规模和商业所担负的任务相适应，否则，反而会降低经济效果。由此可见，商业的最大经济效果应当是用尽可能少的劳动占用和劳动消耗，实现尽可能多和尽可能好的商品使用价值以满足社会和个人的需要；并尽可能通过促进生产、提高服务质量，更多地提高全社会的经济效果。评价商业经济效果的标准同样是社会和个人需要的满足程度。不过具体内容同生产部门有所

不同，就商业部门来说，就是单位劳动消耗（劳动占用）所实现的使用价值和服务成果，满足需要的程度越高越好。这是衡量商业经济效益的客观尺度。这个尺度同衡量全社会经济效益的尺度是一致的，它体现了社会主义各个部门、各个企业的经济效益必须服从全社会经济效益的客观要求，是评价社会主义制度下一切经济活动经济效益的最高标准。

商业部门（企业）把商品售给消费者，不但实现了商品的使用价值，同时，也实现了商品价值。有些同志把商业部门（企业）实现商品价值也作为评价商业经济效益的标准，笔者认为这是值得商榷的。商品价值只是一定量的凝固的劳动时间，商品价值量决定于生产某种商品的社会必要劳动时间。所谓实现价值，就是指凝结在商品内的社会必要劳动时间，得到社会的承认，商品能够按照价值量出售（假定商品价格符合价值），这意味着价值的物质承担者——使用价值，完全符合社会的需要。商品价值能否实现，取决于使用价值能否实现。后者是因，前者是果。衡量经济效益，只能以单位劳动耗费（劳动占用）所生产和实现的使用价值量多少为标准，而不能以所实现的价值量多少为标准。因为，商品的价值量和生产商品所花费的劳动量（以劳动时间衡量）成正比例，和劳动生产力成反比例。生产商品的价值量不变，由于劳动生产力的变化，商品的使用价值量会增减。用实现价值量多少为标准，无法正确评价经济效益。例如，上期生产袜子10,000双耗费劳动30,000小时，每双袜子的价值为3小时，以价格表示，假定每小时的价值量为0.5元，则每双袜子价格为1.5元，商业企业销售袜子10,000双，实现价值为15,000元。本期由于劳动生产力的提高，生产袜子15,000双，同样耗费劳动30,000小时，每双袜子的价值为2小时，价格为1元。商业企业销售袜子15,000双，实现价值量为15,000元。前后两期实现的价值