

当代购销管理丛书

汪馥郁 李 常 主编

福建顺

杨伟中 编著

霍海因

购 银行结算 销

● 中国经济出版社 ●

121941

《当代购销管理丛书》

汪馥郁 李常 主编

F71-51

93-47

10

银行结算

福建顺 杨伟中 霍海音 编著

中国经济出版社

110111
(京)新登字079号

DN30/15
内 容 简 介

本书是为广大工商企业的购销员提供的一本实用学习读本及工具书。本书内容包括：结算方式的选择和要求；汇兑与委托收款结算；银行汇票、本票和支票；商业汇票；企业使用商业汇票的会计处理；附录（包括银行结算办法、现金管理暂行条例，现金管理暂行条例实施细则）。本书针对性强，实用性强，且文字深入浅出，好懂好记，是广大工商企业购销员、有关财会人员及广大个体工商户的良师益友。

责任编辑：徐子毅

封面设计：白长江

银 行 结 算

福建顺 杨伟中、霍海音 编著

中国经济出版社出版发行

（北京市百万庄北街3号）

各地新华书店经销

工程兵机械学校印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 5.8印张 131千字

1989年7月第1版 1992年7月第2次印刷

印数：11000—21000

ISBN 7-5017-0300-0/F·280

定价：3.20元

《当代购销管理丛书》编辑委员会

主编：汪馥郁 李常

常务副主编：张勤

副主编：郑泽延 杨浚 郎好成

编委(按姓氏笔划为序)：

于星元	王巨才	王 军	王青春	王颖光	仇春利
卢庆平	冯国元	刘 江	刘文秀	任宝贵	李庆余
李进山	李永堂	李星泽	李 常	张士光	张德江
张 利	张 勤	宋长林	杨 浚	汪馥郁	郑宝忠
侯七七	赵 义	赵凤山	赵汝田	赵志安	赵瑜玲
尚均田	吴 巍	郑力增	郑泽延	周继庭	周瑞光
郎好成	季崇奎	徐 萍	耿贵玲	商 达	董春生
蒋 卿	蒋 赓	管 利			

序

在我国近十年的社会主义实践中，曾有过关于知识分子、老干部、企业家等不同人群的社会地位问题的许多次讨论，然而，却从来没有哪一次是专门涉及购销人员及其工作的。中国购销员的社会地位到底如何呢？一项民意测验的结果表明：购销员中有92.3%的人认为自己仅仅是在厂长或经理的指令下“跑材料、跑市场的人”。50%以上的厂长或经理认为“他们是专门跑外的（涵义极不明确）。甚至还有人认为“购销员纯粹是一群见多识广，走南闯北的买卖油子。”自然，随着我国经济体制改革的不断发展，随着人民商品经济意识的日益增强，企业的转轨变型和各种形式承包制的建立，中国购销员及其工作的社会地位已获得了相应提高。但是，在我国广大人民群众中，经年积月累所形成的对购销人员及其工作的种种偏见，是不可能在一个早晨就被扫除干净的。

“三跑”之论固然已能看出购销员们在多数厂长或经理眼中的绝对被动地位，“油子”之说则更多地含有贬斥意味。这些偏见不仅说明中国购销员的社会地位还不够高，更重要的是和购销员在生产活动中所起的实际作用相去甚远。

在商品经济发达国家，仅就购销员和经营活动的关系来说，人们对购销员及其工作的看法则是另一种情况。他们认

为“推销工作是经营的命脉”。购销员是“正确规定市场方向的参谋”（美国）；是“最懂寻求主动攻击艺术的人”；是“熟悉经济环境及应付市场变化的好手”；是“新产品的建议者和开发者”（日本）。

相比之下，中国购销员社会地位不高及人们对购销员的极大偏见，不能不引人深思：这是由于我国自然经济所造成的思想观念根深蒂固？是受到单一计划经济严重影响的结果？还是商品经济不够发达必然导致的现象？我们认为，如果说过去人们在购销员社会地位问题上存在某些模糊认识和偏见，尚可以理解的话，那么在我国经济体制改革深入发展的今天，就不应该再允许这种认识继续存在下去了。因为，如果在今天依然低估或忽略购销员及其工作在现代经营中的应有地位，就必然会造成若干对经济发展不利的影响。这首先是因为，购销是连结生产和消费两端的纽带。没有购销工作的开展，生产就要瘫痪，消费就要中止，国民经济就要崩溃。其次，购销工作是企业生产的促动器。没有它，会使厂长或经理在商品经济的激烈竞争中，迟迟不能进入角色。特别是在我国企业由过去的只管生产，转为今天的既管生产又管经营，由过去上面管决策，下面管执行，转为今天的既要管决策又要管执行的情况下，购销工作关系着企业的兴衰与存亡。再其次，购销工作是生产厂家与产品、市场、政策、银行、管理、顾客多头联系的中枢。低估或忽视了购销员及其工作的重要地位，会使他们在这个显赫的中枢区内不思提高、不思创造，或一方面身感责任非小，一方面却又被人视作无足轻重，产生心理压抑，乃至影响工作积极性的发挥。如果说，忘记了老干部及他们的功劳，就是忘记了历史；忽视了知识分子的作用，就是牺牲了祖国的明天；低估了企业

家的地位，就是不思民族之振兴，那么说忽视或低估了中国购销员及其工作的重要性，就是阻碍商品经济的发展，不求祖国经济之繁荣恐怕不算为过。

中国购销员及其工作社会地位问题的提出是我国有计划的商品经济发展的产物。按照字面和人们的通常理解，“购”即“买”，“销”即“卖”，购销员是专营买和卖的人。但是，购销概念实质上是一个和经济形态发展紧密联系在一起的概念。以我国为例，在自然经济时期，个体生产者视购和销为一件维持简单再生产或日常生活的简易小事。耕地需用锄头，农民上铁匠铺买一把；家中生活缺少了零用钱，提篮鸡蛋到集市上去卖。这时的购与销相对于生产或生活的主体来说，仅作为一种必要的小小辅助，完全没有独立的意义。新中国成立并实行统购统销之后，多数生产者把“销”理解为“完成国家交给的任务，”“购”理解为国家的“包收”或“包买”。购销概念的内涵虽然于此时发生了些许变化，但由于它是维系计划经济的安全而又稳妥的工作，也没有引起社会的特别重视。随着我国市场机制的建立和商品经济的活跃，城乡千行万业的购销员纵横联络，骤然成网，不仅以一种无形的、庞大的购销系统显示出自己的相对独立价值和旺盛的生命力，而且，庄严地以承包企业或租赁商店的中流砥柱活跃在我国商品经济的舞台上。这从北京郊区某乡两个企业经营状况的比较中可以得到证实。

甲乙两个水泥预制板厂，甲厂由一名旧时生产队的采购员负责购销工作。由于这位购销员业务精熟，联络广泛，行业内部的知名度和美誉度较高，不仅使该厂原辅材料来源及运输均有保证，而且确保产品销路畅通。乙厂情况则不同。在其他条件几乎相同的情况下，由于缺乏得力的购销人员，活路时

断时续，总不能维持正常生产。作为生产的结果，甲厂产值高，利润多，上级重视，生产人员获利丰厚；乙厂全年所获，除勉强维持职工的基本工资外，所剩无几，弄得人心不稳，思迁者甚众。

从上面的分析中不难理解，购销员及其工作的重要而又相对独立的社会地位问题，已随着商品经济的日益发展，而被提出并逐渐突出出来。

从购销员及其工作社会地位问题的提出，到被确立、巩固并突出出来之间，有一段不短的距离。缩短这段距离需要借助于竞争。也就是说，如果没有商品竞争，购销员及其工作的社会地位很难得到公认。有了竞争，特别是有了激烈的竞争，购销员的作用才会得到充分显露，他们的社会地位也才会迅速地获得公认。为认识这一点我们不妨作一点回忆。

十一届三中全会以前，中国大地的经济活动近乎一片沉寂。自安徽、四川而始的农民承包责任制的各种形式，首先给我国的经济繁荣带来了生机和新的希望。那时，由于认清形势并付诸行动的农民很少，一些或拥有少量资金、或掌握某种技术、或熟悉某些经济关系的人，在几乎没有竞争对手的情况下，就建起了自己的家业。但当十一届三中全会对安徽、四川的经验作出了肯定并加以提倡后，数以万计的个体、集体的乡镇企业，犹如雨后春笋，遍地滋生，很快覆盖了广大乡间土地。此时的形势和以前已大不相同。亿万乡镇企业在活动空间、原辅材料、资金、技术、交通运输、能源都十分有限的情况下，为求各自的生存和发展展开了激烈的角逐。这时购销员的作用，实际上已差不多不再被任何一位厂长或经理所轻视，甚至有不少厂家的厂长或经理，自己就兼任了购销员。

乡镇企业的崛起，给虽然设备、资金、技术力量相对雄厚，却受颇多政策限制的国营企业带来了巨大的冲击。于是在要求政策松绑，争取在平等条件下与乡镇企业一争高低的呼声中，中、小国营企业的投标承包任期制和中、小商店的租赁制出现了。这在一定程度上缓解了国营企业与乡镇企业间的矛盾，同时却加剧了国内各种企业的全面竞争。在这种情况下，经营的压力、维持和发展生产的需要，把人们对购销员及其工作极端重要性的认识，从乡镇扩展到了都市，从企业内部扩大到了整个社会，中国购销员的社会地位凭借竞争明显地获得了提高。

改革、开放的进一步深入，促使一些有眼光的、敏感的企业家，把经营的触角伸向了国外。从此，一系列有利于我国加入国际经济大循环的政策又应运而生。“三资企业”的出现，是国内经济竞争加剧，国内向外寻求新的经营优势和国内经济的活跃气氛吸引了国外投资者的结果。我国最早的外向型企业，因天时地利之条件，虽首先起于我国沿海地区，然而它像冲击波一样，瞬时即弥漫了全国。经营舞台增大，生产厂家的种种迫切需求，与我国资源及资源开发不足的矛盾；与技术储备及新技术引进、开发不足的矛盾；与资金储备不足及周转速度慢的矛盾；与认识不足、管理水平低下的矛盾；与那些已不适应生产力发展要求的不合理体制的矛盾等等，日益尖锐化起来。这时，企业家采用的基本经营策略是，一面加强企业内部管理，以低成本、高质量的新产品增加相对竞争力，一面是更加紧密地依靠购销员，保证购销两路畅通，沿着“消费——生产——消费”的循环之路螺旋式上升。这时的购销员已不再是单纯受人指令“专营买卖”或“跑外”的人了。他们要兼顾起收集信息，建议开发新产

品，辅助企业的管理者分析自家经营的优势和劣势，引进或借鉴他厂经验等数项工作。到了这时，唯有到了这时，购销员及其工作的地位才再也无法被人所忽视，并令许多人如梦方醒般地理解，为什么发达国家的企业普遍十分重视购销工作。产品正在打向东南亚地区的北郊木材厂的厂长，曾先后访问过联邦德国和丹麦。最近一次自美国考察回来，返厂后的第一个去处就是经销科。他颇为感慨地说：“购销工作开展的好坏，对我厂的发展是举足轻重的。”

综上所述，中国购销员及其工作的社会地位问题的提出，是我国有计划的商品经济发展到一定程度的客观要求。而现在，中国购销员已经遇到了提高他们社会地位的历史性转机。

我们之所以会产生集众多现代学科知识和购销经验、技艺于一体来编写这套丛书的念头，主要考虑有两个：一是借以表达我们的形势观和对中国有计划商品经济发展、中国购销员地位提高的关心，做一点舆论工作，二是为广大购销工作者服务，使他们的知识更加丰富，手段更加高明，以便通过他们的提高来达到迅速提高我国企业或其他商业社团竞争力的目的。全书共十本，分别阐述了购销决策、购销地理、消费心理、经济个态分析、市场情报、购销技巧、购销人际交往、经济谈判、购销法律实务、购销银行结算等方面的内容。本书力图深入浅出，通俗易懂，既可各自独立成册，作为工商企业经销人员、广大工商个体户的自学读本，也可彼此配合，作为各级各类管理院校经营管理专业的教科书或参考书。由于编写仓促和水平的限制，错漏等不足之处在所难免。望有关同行及广大读者不吝指教。

汪馥郁、张勤

一九八九年二月于北京

目 录

第一章 结算方式的选择和要求.....	(1)
第一节 结算方式的选择	(1)
第二节 转帐结算的基本要求	(7)
第二章 汇兑与委托收款结算.....	(18)
第一节 汇兑结算	(18)
第二节 委托收款结算	(32)
第三章 银行汇票、本票和支票.....	(52)
第一节 银行汇票	(52)
第二节 银行本票	(67)
第三节 支票	(76)
第四章 商业汇票.....	(90)
第一节 商业汇票与商业信用	(90)
第二节 商业汇票的结算程序	(96)
第三节 商业汇票的签发	(100)
第四节 商业汇票的承兑	(112)
第五节 商业汇票到期结算	(117)
第六节 商业汇票的背书、转让与贴现	(119)
第七节 企业使用商业汇票的会计处理	(129)
附录	
银行结算办法	(143)
现金管理暂行条例	(161)
现金管理暂行条例实施细则	(166)

第一章 结算方式的选择和要求

第一节 结算方式的选择

一、结算

在商品交易中，价款的结算是实现商品所有权转移的重要条件。社会上单位与单位之间、单位与个人之间以及个人与个人之间，由于商品交易、劳务供应、资金调拨及其他款项往来而发生的货币收付行为，叫做货币结算，简称结算。随着商品货币经济的发展，货币结算逐渐形成现金结算和转帐结算两种形式。现金结算是直接使用现实的货币收付。如在商品交易中，一方交现金，一方交货，当时钱货两清，从而完成商品所有权的转移和价款的结算。转帐结算是直接使用现金进行收付，而是使用信用支付工具，通过银行把款项从付款人帐户上转移到收款人帐户内的一种货币收付行为。如在商品交易中，购货方委托银行把自己的存款划转到销货方帐户上，销货方向购货方提供商品，这就是转帐结算。

现金结算，在金额不大的情况下比较简便。如果交易金额很大时则非常麻烦，如东北某市商业单位去新疆采购数十万元的哈密瓜，如果直接携带大量现金采购，现金的运送，保管清点都要耗费大量的人力，物力，而且不安全，其困难程度难以想象。在商品交易中，即使购销双方都在本地，对大额交易使用现金结算，也是比较困难的。

转帐结算，是资金在银行帐面上的转移，不直接使用现

金就能实现价款的收付。国务院规定，在大额商品交易中，必须采用转帐结算方式。这种结算方式：只凭一份票据，即可由购货方或销货方委托银行，将款项从付款人帐户转入收款人帐户，非常简便容易地实现了商品交易价款的结算。

二、大额交易必须实行转帐结算

国家为了有计划地组织货币投放与回笼，组织和调节货币流通，使现金流通量与市场上消费资料的可供量相适应，从而稳定市场物价，促进商品生产和流通，加强对社会经济活动的监督，制定颁发了《现金管理暂行条例》。该条例明确规定了现金使用范围。按照该条例规定，在商品交易劳务供应中，超过一定限额的款项，必须使用转帐结算。现金结算仅限于单位与个人之间的经济往来，以及单位与单位之间结算起点以下的支出。国家鼓励银行开户单位和个人在经济活动中，采取转帐方式进行结算，减少现金使用。转帐结算凭证（信用支付工具）在经济往来中，具有与现金相同的支付能力，开户单位在销售活动中，不得使现金结算享受到比转帐结算优惠的待遇，不得拒收信用支付工具。对违反条例规定的单位，视情节轻重由银行或司法机关给予经济制裁，甚至追究刑事责任。这就从法律上明确了大额商品交易，必须采取转帐形式结算价款，国家鼓励、保护使用信用支付工具结算商品交易款项的行为。

三、实行转帐结算有利于提高企业的资金效益

在大额商品交易中，以转帐形式进行结算，价款通过银行一付一收，不用运送、清点现金就完成了货币结算过程，不仅手续简便，缩短了结算时间，而且银行办理转帐结算采取多种方式，各种方式各具特点，可以适应不同情况的商品交易的需要。银行按照方便、通用，迅速，安全的要求办理结

算，可以使购销双方占用在结算过程中的资金减少、在途时间缩短，加速了资金周转，减少了资金的需要量。销货方可及时，安全地收回货款，购货方可迅速，稳妥地收到商品、物资，双方企业都能够及时地将结算在途资金运用于再生产过程中，从而提高了企业资金的效益。

四、根据商品交易方式选择相应的结算方式

商品交易方式是指采用一定的形式和条件，来实现商品所有权的转移的方法和程序。在我国社会主义商品经济中，由于商品管理体制和流通渠道不同，从商品分配方式上看，主要有计划分配交易，市场交易和临时采购交易三种方式。

计划分配交易是国家实行计划分配的商品在计划渠道内进行的交易。在这种交易方式中购销双方关系固定，计划性强，条件简单。市场交易主要是供需双方对国家计划管理以外的商品物资，以及企业超计划生产的原由国家计划分配的物资，进行自由销售，自由采购。这是一种主要的商品交易方式，一般需经购销双方依据国家有关政策，商订条件，签订交易合同后成交，交易关系基本稳定。临时采购交易，是购货方对一些季节性，临时性需要的一些商品，进行临时采购，这种交易关系不固定，且大都是没有合同的交易。

在商品交易中，由于购销关系不同，对商品所有权转移的方法和程序也不一样。从商品交接形式上看，主要有发货制，送货制和提货制等不同方式。

由销货单位按照合同规定将商品委托运输部门运交购货单位的称发货制或代运制交易；由销货单位将商品送交购货单位的叫送货制交易；由购货单位到销货单位自提自运商品的叫提货制交易。

此外，从购销单位所处的地区上看：有同城交易，又有

异地交易。从购销双方经济往来关系上看：有一次性交易，又有经常性固定关系的交易；从交易中商品和价款交付时间上看，有先付款后发货的交易，也有先发货后付款的交易，还有赊销交易等等。

在上述各种商品交易方式中，商品价款的结算方式，是实现各种交易活动必不可少的条件之一。

结算方式是指用一定的形式和条件，来实现不同经济单位之间货币收付的方法和程序。其主要内容包括：付款时间，地点，条件，使用的票据或结算凭证及其传递程序等。

在商品交易中，现金结算是交货和付款基本在同一时间，同一地点，交易双方同时在场钱货当面两清，从而完成商品所有权的转移和价款的结算。转帐结算则不然：商品的交付与价款的结算分别进行，交易双方不同时在场，付款地点有的在购货单位所在地，有的在销货单位所在地，收、付款单位有的同处一地，有的分处异地。同时，转帐结算涉及到国民经济各单位和全国各金融机构，必须由各单位财会购销人员及银行工作人员共同完成。为了适应多种交易方式款项结算的需要，国家授权人民银行制订了统一的结算方式，全国各专业银行及其他金融机构，均按照统一的结算方式办理转帐结算。国民经济各部门，各单位应该根据不同的商品交易方式，选择使用相应的结算方式办理价款的结算。

五、现行结算种类

根据中国人民银行1988年12月颁发的《银行结算办法》规定，现行结算种类主要有银行汇票、商业汇票、银行本票、支票汇兑、委托收款六种信用支付工具和结算方式。

银行汇票是汇款人将款项交存当地银行，由银行签发给汇款人持往异地办理转帐结算或支取现金的票据。

银行汇票适用范围广泛，单位，个体经济户和个人向异地支付各种款项都可以使用。用汇票办理结算，票随人到，有利于单位和个人的急需用款和及时采购。银行汇票使用灵活，持票人既可以将汇票转让给销货单位，也可通过银行办理分次支付或转汇。因此银行汇票特别适用于异地间先付款后发货形式的临时采购交易款项的结算。

商业汇票是收款人或付款人（或承兑申请人）签发，由承兑人承兑，并于到期日向收款人或被背书人支付款项的票据。商业汇票分为两种：由付款人承兑的为商业承兑汇票，由银行承兑的为银行承兑汇票。

商业汇票在异地和同城都可使用，商业汇票适用于企业单位先发货后收款或双方约定延期付款的商品交易。当销货方商品积压，而购货方急需这种商品但缺少资金时，可以使用商业汇票进行商品交易，待汇票到期后，凭票委托银行办理货款的结算。

银行本票是申请人将款项存交银行，由银行签发给其凭以办理转帐或支付现金的票据。

银行本票在指定城市的同城范围使用，单位，个体经济户和个人的商品交易，劳务供应以及其他款项的结算，都可以使用银行本票。银行本票由银行签发，保证兑付，信誉很高，并允许背书转让。用本票购买商品，销货方可以见票付货，购货方可以凭票提货，收款人将本票交存银行后，银行可马上为其入帐。个体经济户和个人可以凭具有“现金”字样的本票，随时到银行支取现金。因此，银行本票特别适用于购销双方关系不固定的一次性交易，以及单位与个人之间的交易。

支票是银行的存款人签发给收款人办理结算或委托开户

银行将款项支付给收款人的票据。

支票在同一城市或一定的区域内可以用于商品交易、劳务供应、清偿债务等款项的结算。使用支票手续简便,灵活,在指定城市,支票可以背书转让,便利商品交易和款项结算,收款人将支票交存银行,一般当天或次日即可入帐用款。支票特别适用于同城范围内购销双方关系较稳定,先付款后发货的商品交易及清偿交易旧欠。

汇兑是汇款人委托银行将款项汇给异地收款人的结算方式。

汇兑方式便利汇款人向异地收款人主动付款,银行可将款项直接收入收款人帐户,也可按照汇款人的委托,向收款人支付现金。这种方式无需购销双方见面,即可实现货币的收付,特别适用于异地间先付款,后交货的各种商品的交易,如:函购,常住外地采购等。

委托收款是收款人向银行提供收款依据,委托银行向付款人收取款项的结算方式。

委托收款方式适用范围广,同城异地均可使用。购销双方关系固定,信用较好,签有经济合同等商品交易使用此种方式结算价款,可便利交易的进行。委托收款结算方式特别适用于先发货,后付款的发货制交易,以及由单位主动收款的各种商品交易和劳务款项的结算。

六、怎样选择使用票据和结算方式

购销单位在商品交易中,应根据不同情况选择使用上述票据和结算方式结算价款。

异地间的交易应选用银行汇票,汇兑和委托收款方式办理结算,同城间的商品交易,则应选用支票、银行本票办理结算,赊销交易,只能使用商业汇票,并于汇票到期采取委