

中等职业学校教材
商业营销与服务专业

商业经济基础知识

尚志平 赵淑青 主编



高等教育出版社

中等职业学校教材

商业营销与服务专业

商业经济基础知识

尚志平 赵淑青 主编

高等教育出版社

(京) 112 号

图书在版编目(CIP)数据

商业经济基础知识/尚志平,赵淑青主编.-北京:高等教育出版社,1997(1998重印)

ISBN 7-04-006071-X

I. 商… I. ①尚… ②赵… II. 商业经济-基本知识
IV. F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 01052 号

*

高等教育出版社出版

北京沙滩后街 55 号

邮政编码:100009 传真:64014048 电话:64054588

新华书店总店北京发行所发行

高等教育出版社印刷厂印装

*

开本 850×1168 1/32 印张 9.625 字数 240 000

1997 年 7 月第 1 版 1998 年 7 月第 2 次印刷

印数:10 115-13 124

定价 11.20 元

凡购买高等教育出版社的图书,如有缺页、倒页、脱页等
质量问题者,请与当地图书销售部门联系调换

版权所有,不得翻印

内 容 简 介

本书是中等职业学校商业营销与服务专业系列教材之一,主要包括:商业的产生、发展、地位、职能;商业主体运行和客体运行;商业的基本业务活动;商业交易方式;市场营销策略;商业调控与企业管理;市场经济法规;国际贸易等。本书以国家教委颁布的有关教学计划及教学大纲和劳动部、国内贸易部制定的商业营业员(中级)等级标准为依据,内容新颖、通俗易懂。

本书可作为职业高中商业营销与服务专业教材,也可作为商业营业员等级考核培训用书。

出版说明

经济发展靠人才,人才培养靠教育,大力发展职业教育是提高劳动者素质和实现现代化的迫切要求,是振兴经济的必由之路。在市场经济的大潮中,流通领域的作用越来越被人们所重视,商业企业得到了迅速发展。商业营业员在激烈的市场竞争中,要想更好地为顾客服务,更好地创造经济效益,必须具有一定的文化知识、业务技术知识、经济管理知识、商品知识和质量标准知识等。近几年来,开设商业营销与服务专业的中等职业学校为商业企业输送了大量营业员,受到用人单位的好评。为满足越来越多的职业高中商业营销与服务专业使用新教材的需要,北京市职业技术教育教材编审委员会、山东省教学研究室、长春市职业教育中心、辽宁省教育学院职教部等省市教育部门共同组织有关教师 and 行业专家,编写了中等职业学校商业营销与服务专业系列教材。

本系列教材以三年制职业高中学生为主要读者对象,目标是培养在商业企业、饮食服务企业从事商品销售、组装、调试、保养、维修、计量、收款、经营管理等工作的中级营业员。本系列教材以国家教委颁布的职业高中商品经营专业教学计划及教学大纲为依据,以劳动部、国内贸易部制定的商业营业员(中级)等级标准为专业课教学基本要求,坚持理论联系实际,加强职业技能训练,注重拓宽学生的知识和技能范围,为学生上岗前打下良好的文化基础和技能基础。

本系列教材由《商业经济基础知识》、《商品学知识》、《商品销售服务心理学》、《售货技术》、《部组核算》、《商业礼仪》、《商业计算技术》、《实用书法》八本教材组成,教材取材新颖,具有时代性,适

合中等职业学校学生使用。职业高中的学生通过这些教材的学习和适当的生产实习,基本上能够达到中级营业员的实际操作能力、应用计算能力、经营管理能力和其他相关能力。

为保证教材的质量,我们邀请了北京、山东、辽宁、吉林、湖北、广东、四川、陕西等省市职业学校的教师、教研员、行业专家多次座谈,研究制定了教材的编写方案,教材初稿在北京的有关商业部门征求了意见。本系列教材在编写和审定过程中还得到了北京西单商场、百货大楼、东安集团、燕莎友谊商城等单位的教育部门以及全国十佳售货员刘淑琴的大力支持和帮助,在此一并表示感谢。

本系列教材自 1997 年秋季出版发行,欢迎广大读者选用,并提出宝贵意见。

高等教育出版社

1996.10

前 言

随着社会主义市场经济体制改革的不断深入和商品经济的迅速发展,我国的商业已迅速崛起,获得蓬勃发展,并加速向现代化迈进。与此相适应,开设商业类专业的中等职业学校也越来越多,其毕业生已成为商业新员工的主要来源,在商业的发展中起着越来越重要的作用。为了满足中等商业职业教育的教学需要,由北京市职教中心牵头,并由北京市、山东省、辽宁省、吉林省、湖北省等职教教研部门共同研究,决定编写一套与当前职业高中商业营销与服务专业相适应的教材,由高等教育出版社出版发行。

1995年6月28日,在北京召开了由上述省市代表参加的部分省市职业高中商业营销与服务专业教材编写工作会议,研究确定了该套教材的编写原则、各门课程的编写提纲及分工。本教材就是根据这次会议研究确定的编写原则和编写提纲组织编写的。

本教材是商业营销与服务专业的基础理论课教材。作为部门经济基础知识,也可供职业高中开设其他商业类专业作为基础理论课教材,还可作为其他各类中等专业学校、职工岗位培训或自学的教材。

本教材本着综合课程改革和教学内容改革的精神,根据中等职业教育的特点和学生的实际,其编写原则体现了综合性、基础性、新颖性、科学性和实用性的特点,改变了过去同类课程门类过多、学科知识交叉重叠、偏重理论、知识陈旧、语言生硬等缺点,综合了商业经济学、市场学、商业经营与管理、经济法等有关课程的基本知识,突出其基础性和实用性。吸取了党和国家关于建立社会主义市场经济体制的理论、政策和做法,以及有关论著的最新研

究成果,对教材内容进行了知识更新。力求做到科学性强、内容丰富、语言简练、通俗易懂,符合学生的认知规律;既便于课堂教学,又便于学生自学及广大初学者阅读。

本教材参考学时数为 96 学时,各章学时数分配参考如下表。使用时各地可根据实际需要进行调整。

各章参考学时分配表

章 次	学 时	章 次	学 时
第一章	6	第七章	10
第二章	6	第八章	7
第三章	10	第九章	6
第四章	10	第十章	8
第五章	10	第十一章	7
第六章	10	第十二章	6

本教材由尚志平、赵淑青主编,李青、刘敏参编。其中第一、二、三、四、十、十一章由尚志平编写,第五、六、七、八章由赵淑青编写,第九章由李青编写,第十二章由刘敏编写。全书由尚志平统稿,山东大学经济学院教授赵植业、山东省商业学校高级讲师姜受堪任主审。

本教材在编写过程中,得到山东省教学研究室、山东省商业学校的大力支持,参考并引用了有关论著及研究成果,在此一并表示感谢。

由于时间仓促,编者水平所限,本书不足之处在所难免,恳请有关专家、教育界同行和广大读者批评指正。

编 者

1996 年 7 月

目 录

第一章 商业的产生和发展	1
第一节 商业的产生	1
第二节 私有制社会形态下的商业	8
第三节 社会主义商业的建立和发展	12
第二章 商业的地位、职能和作用	19
第一节 商业的地位	19
第二节 商业的职能	25
第三节 社会主义商业的作用	31
第三章 商业主体运行	37
第一节 商业主体运行与商业行为	37
第二节 商业主体要素	41
第三节 商业主体组织	51
第四节 商业所有制结构	59
第四章 商业客体运行	65
第一节 商业客体及其运行目标	65
第二节 商品流通过程	70
第三节 商品流通环节与商品流通渠道	75
第四节 商业的基本业务活动	81
第五章 商业活动的载体——市场	92
第一节 市场及市场体系	92
第二节 市场商品供求关系	99
第三节 商品价格	105
第四节 市场竞争	115

第六章 商业交易方式与市场营销	122
第一节 批发交易与零售交易	122
第二节 现货交易与期货交易	128
第三节 现金交易、信用交易与票据交易	133
第四节 市场经营观念	137
第五节 市场营销环境	141
第七章 市场营销策略	147
第一节 市场细分化与目标市场策略	147
第二节 产品策略	152
第三节 价格策略与分销渠道策略	160
第四节 促进销售策略与市场营销组合	167
第八章 商业经济效益	178
第一节 商业流通费用	178
第二节 商业利润	182
第三节 商业经济效益	186
第九章 商业宏观调控与商业企业管理	198
第一节 国家对商业的宏观调控与管理	198
第二节 商业企业管理	202
第三节 柜组管理	216
第十章 市场经济法律制度	222
第一节 我国的经济法律制度	222
第二节 经济仲裁与经济诉讼	227
第三节 经济合同法	232
第四节 宏观调控法律制度	241
第十一章 市场管理法律制度	250
第一节 广告法与价格管理制度	250
第二节 产品质量法与反不正当竞争法	258
第三节 消费者权益保护法	264
第十二章 国际贸易	270

第一节	国际贸易的特征与作用	270
第二节	国际贸易政策措施与条约协定	276
第三节	国际贸易方式	287

第一章 商业的产生和发展

第一节 商业的产生

商业，亦称贸易，是商品交换的发达形式，是专门从事商品流通的独立的经济行业。商业不是自古就有的，而是社会生产力发展到一定历史阶段的产物。它是随着商品交换的产生和发展而产生和发展起来的。

一、商品交换产生和发展的历史过程

在原始社会一个相当长的时期内，由于生产力水平极端低下，在原始公有制的条件下，原始人只能本能地聚集在一起，使用简陋的生产工具共同劳动，用群体的力量求得生存与发展的基本条件，获得最低的生活资料，共同消费。这时的劳动所得极其有限，没有剩余产品，也不可能产生交换。即使有个别的交换行为，也是在极其偶然的情况下发生的。

到了原始社会末期，生产力水平有所发展。人们逐渐懂得了利用火，发明了弓箭，生产工具有了改进，劳动产品也逐渐地丰富起来。人们在长期的狩猎活动中，发现可以把某些动物饲养起来并使其繁殖，以便日后衣食或役使，从而增加了新的衣食和役使工具的来源，极大地方便了人们的生活。有些氏族或部落因自然条件的适宜，开始专门饲养和繁育动物，从而逐渐发展成为从事原始畜牧业的游牧部落。另一些氏族或部落则在气候温和、土地肥沃、适宜种植的地区定居下来，专门从事农业。这便是人类历史上的第一次社会大分工，即畜牧业与农业的分离。从此以后，社会生产

相对专业化,劳动生产率有了很大提高,劳动产品在结构上和数量上都有了显著的变化。农业部落生产的粮食和其他农产品日益增多,除了满足自身的生活需要外,开始有了剩余,而游牧部落则有了较丰富的肉类、乳品和毛皮等。由于不同部落的人们都需要对方生产的产品,本部落生产的产品又有剩余,于是在不同部落之间就产生了交换。

最初的交换只是在部落的边缘进行的,交换的是原始部落的公共产品。后来,交换渗透到了部落内部,部落内部的成员之间也开始出现了个人剩余物品的交换,并从偶然进行的交换发展成为经常性的交换。交换的出现和发展,为原始公有制的瓦解和私有制的产生创造了条件。

随着社会生产力的进一步发展,特别是金属工具的出现并广泛应用,使劳动生产率有了进一步提高,生产领域被进一步拓宽。在农业、畜牧业进一步发展的前提下,为了满足生产和生活的需要,出现了许多专门的工匠——木匠、皮匠、铜匠、铁匠、陶匠等,加上矿石挖掘与冶炼、纺织、榨油、酿酒等手工业生产,逐渐形成了一种独立的社会经济行业,即手工业。手工业与农业的分离,是人类社会历史上的第二次社会大分工。

第二次社会大分工以后,社会生产主要分为农业和手工业两大部门。手工业者生产的产品主要不是为了满足自己的需要,而是用来交换的,这种以交换为目的的生产就叫做商品生产。商品生产为更多的产品进入交换创造了条件,并且促进了交换的发展。交换的范围扩大了,交换的品种、数量增加了,交换的次数更频繁了,人类社会历史上最初的商品经济便开始出现。

最初的商品交换活动是由生产者直接承担,在生产者之间进行的。随着商品生产的发展,商品交换的规模不断扩大,生产者既要搞生产又要进行交换,而且用于交换的时间越来越多,占用生产的时间越来越长,造成在时间、精力和财力上的矛盾。为了使商品生产者能够专门从事生产,需要有人代替生产者承担商品交换的

任务,同时也有一部分人发现通过代理生产者交换可以从中赚取货币。于是,社会上逐渐出现了专门从事商品交换并从中谋利的人,即商人;并逐渐形成了一种新的行业,即商业。这就是人类社会的第三次社会大分工,商业与生产的分离。

商人的出现,极大地促进了商品交换的发展。一方面,它使生产者能够集中时间和精力从事商品生产;另一方面,由于商人专门进行商品交换活动,扩大了商品交换的范围和规模,促进了地方市场的扩大和远方市场的出现。同时,商人的出现,还促进了城市的产生、繁荣和发展,促进了私有制社会的形成和巩固。

商品是用来交换的劳动产品。商品交换是商品在不同所有者之间的相互让渡和全面转手,它们都是社会分工的产物。但是,仅仅有了社会分工还不够,如果只有社会分工,而劳动产品归社会共同所有,谁需要都可以任意取用时,也就没有交换的必要了。所以,劳动产品归不同所有者占有,也是商品交换的产生所必须具备的基本条件。

综上所述,商品交换的产生所必须具备的两个基本条件:一是社会分工;二是劳动产品归不同所有者占有。

二、商业是商品交换的发达形式

商品交换的产生和发展,反映了人类社会经济发展的客观要求。从商品交换产生和发展的历史过程来看,大体相继出现了三种形式:即最初的物物交换;以货币为媒介的商品交换;最后是发达的商品交换——商业。商业是商品交换发展的产物,是商品交换的发达形式。

(一) 直接的物物交换

人类社会最初的交换是直接的物物交换,即用自己的劳动产品直接与别人的劳动产品相交换,中间没有交换的媒介物。例如,一只羊换两把斧子,一头牛换若干谷物,等等。

直接的物物交换是商品交换的原始形式,是最简单的商品交

换,我们可以用商品—商品(W—W)表示。这种交换是在生产者之间进行的,反映的是生产者与生产者之间的经济关系,交换的目的是为了满足自己的需要。交换双方在让渡自己的商品时,同时占有别人的商品。因此,这种直接的物物交换只有在交换双方同时都是对方商品的需求者,并且在时间和空间上恰好统一时,才能发生。因而,交换的范围狭窄,成交率不高,每一次交换行为是相对独立的,商品交换在量的比例上大多是偶然确定的,很难有统一的标准。所以,直接的物物交换受时间、空间和其他种种因素限制,难以有较快的发展。

当然,在人类历史上,物物交换的出现,促进了社会分工的发展,促进了原始共同体之间的经济联系和文化交流,对推动社会经济的发展和社会进步起到了积极的作用。

(二) 以货币为媒介的商品交换

随着社会生产力的发展,商品交换成为一种经常性的行为。交换的品种、数量越来越多,交换的规模和范围越来越大,直接的物物交换使人们感到很不方便。为了达成一次满意的交换,往往要费很多周折。于是,人们在交换时普遍愿意接受一些大家都需要的,或容易进行再交换的商品,如羊、斧子等。人们可以先用自己的剩余物换成羊或斧子,再找机会用羊或斧子去换回自己所需要的其他商品。同时,还可以拿不同的商品能换多少羊或斧子,来衡量商品的价值大小。这样,在商品交换的发展过程中,逐渐分离出一种人们愿意交换并经常用于交换的特殊商品,这种特殊商品被称作一般等价物。充当一般等价物的最初是牲畜、工具、皮毛、布帛、贝壳、珠玉、金属等,后来就逐渐地固定在一些容易保存的贵金属身上,如金、银等,这便是最初产生的货币。

货币的产生,是商品交换发展过程中划时代的转折,是商品交换内在矛盾发展的必然结果。货币出现以后,直接的物物交换逐渐被以货币为媒介的商品交换所取代,商品交换便以前所未有的速度发展起来。

以货币为媒介的商品交换又叫做简单的商品流通,可以用商品—货币—商品($W-G-W$)表示。它比直接的物物交换无论在形式上还是实质上都有了很大的进步。首先,由于有了货币,交换过程分裂为卖($W-G$)与买($G-W$)两个阶段,这两个阶段既相互联系,又相互独立。交换过程是以货币为中介,先卖后买,卖是为了买。但是,卖不必同时买,买也不必同时卖;可以在此地卖、彼地买,也可以在彼地卖、此地买,从而打破了交换的时空限制,给买卖双方以更大的灵活性、选择性。其次,有了货币以后,交换双方有了一个共同的价值标准,有利于实现等价交换,使交换得以更加顺利地进行。其三,由于货币的价值量可以分解,买与卖可以分开进行,卖给一个人的商品换回的货币可以买回几个人的商品,也可以把卖给几个人的商品换回的货币从一个人手中买回商品,从而使交换关系不断扩大,并可以使交换连续进行下去,进一步促进了商品生产和商品交换的发展。因此可以说,以货币为媒介的商品交换形式,是人类文明进步史上的又一伟大变革。

(三) 发达的商品交换——商业

在简单的商品流通中,交换的双方既是生产者,又同时是消费者,交换的目的是为了满足生产者自己的需要,反映的是商品生产者之间的经济关系。随着商品生产的发展,商品流通规模和范围的扩大,商品生产者已难以承担其产品的全部交换任务。由于以货币为媒介的商品交换已分裂为卖与买两个阶段,在两个生产者之间便有了第三者介入的机会。因此,商人和商业便应运而生,作为生产者与生产者之间进行交换的媒介,专门承担起了商品交换的任务。

商业的产生,标志着商品交换发展到了一个新的阶段。它既不同于直接的物物交换,也不同于简单的商品流通,而是以商人为媒介的商品交换,即发达的商品交换。其表现形式为货币—商品—货币($G-W-G$)。在发达的商品交换中,交换过程虽然仍分为买与卖两个阶段,但是已经与简单的商品流通有了本质的区

别。这种交换是以买开始(G—W),以卖结束(W—G),先买后卖,为卖而买。交换的目的,不是为了满足自己的消费需要,而是通过买进卖出获得更多的货币,或者说是为了实现货币的增值。从经济关系上说,由于商人的介入,使生产者与生产者之间的关系变为间接关系,商人在生产者与生产者、生产者与消费者之间充当居间人,促成商品交换,使商品交换反映了更复杂的经济关系。一个商人可以为许许多多的生产者和消费者服务,使商品交换连续不断地进行下去。因此,商业成为商品流通的组织者,成为生产与消费之间的桥梁和纽带。

由此可见,商业是商品生产和商品交换发展到一定历史阶段的产物,是商品交换的发达形式,是社会经济发展的必然结果。商品交换的三种形式在历史上是相继出现的,反映了商品交换从低级向高级的发展过程。但是,这三种形式不是此生彼亡的关系,也可以并存。即使在现代社会里,直接的物物交换和简单的商品流通也并没有绝迹,只是在不同的历史发展时期有主次之分。在现代社会中,商品交换的发达形式——商业,是人们进行商品交换最主要、最基本的形式。

三、商业的产生是社会的进步

商业从生产分离出来,成为国民经济的一个独立的行业,是社会的进步。其主要表现在以下几个方面:

(一) 商业的独立存在有利于节约社会劳动时间

商业本身并不生产商品,但它从生产中分离出来,作为商品交换的媒介,为众多的生产者和消费者服务,可以使广大生产者缩短买卖时间,有利于社会劳动时间的节约。一方面,生产者的产品只要符合消费需要,就可以立即出售给商业,然后由专门的人来进行商品交换,这样生产者可以节省商品推销方面的人力、物力和财力,充分利用自己的生产技术和设备,尽快开始新的生产过程,从而加快了生产进程;另一方面,由于商业熟悉市场情况,了解供求