

WO ZHIDAO SHENME



我知道什么?

国内贸易

[法] 亨利·克里埃 著
若埃尔·雅 莱

商务印书馆



国防大学 2 062 1045 6

我知道什么？

国内贸易

亨利·克里埃 著
〔法〕若埃尔·雅莱



商务印书馆

1995年·北京

图书在版编目(CIP)数据

国内贸易/(法)克里埃,雅莱著;王为民译。—北京:商务印书馆,1995

(《我知道什么?》丛书)

ISBN 7-100-01920-6

I. 国… II. ①克…②雅…③王… III. 商业经济-法国-概论 N. F735.65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 06257 号

我知道什么?

国内贸易

[法] 亨利·克里埃
若埃尔·雅莱 著
王为民 译

商务印书馆出版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

新华书店总店北京发行所发行

北京外文印刷厂印刷

ISBN 7-100-01920-6/F·221

1995 年 12 月第 1 版

开本 787×960 1/32

1995 年 12 月北京第 1 次印刷

字数 73 千

印数 5 000 册

印张 4 3/4

定价:7.50 元

QUE SAIS-JE?

Henri Krier et Joël Jallais

LE COMMERCE INTÉRIEUR

1^{re} édition

Presses Universitaires de France

Paris, 1985

根据法国大学出版社 1985 年第 1 版译出

本书出版得到法国外交部的资助

《我知道什么?》丛书

出版说明

世界闻名的《我知道什么?》丛书,是法国大学出版社 1941 年开始编纂出版的一套普及性百科知识丛书。半个多世纪以来,随着科学知识的不断发展,该丛书选题不断扩大,内容不断更新,已涉及社会科学和自然科学的各个领域及人类生活的各个方面。由于丛书作者都是有关方面的著名专家、学者,故每本书都写得深入浅出,融知识性和趣味性于一体。至今,这套丛书已印行 3000 余种,在世界上产生很大影响,被译成 40 多种文字出版。

“我知道什么?”原是 16 世纪法国哲人蒙田的一句话,它既说明了知识的永无止境,也反映了文艺复兴时期那一代人渴求知识的愿望。1941 年,法兰西民族正处于危急时期。法国大学出版社以蒙田这句话为丛书名称出版这套书,除了满足当时在战争造成的特殊形势下大学教学与学生读书的需要外,无疑具有普及知识,激发人们的读书热情,振兴法兰西

民族的意义。今天,我国正处在向现代化迈进的新时期,全国人民正在为把我国建设成繁荣富强的社会主义国家而努力奋斗,我们相信,有选择地陆续翻译出版这套丛书,对于我们来说也会起它应有的作用。

这套丛书的翻译出版得到法国大学出版社和法国驻华使馆的帮助,我们对此表示真诚的谢意。由于原作为数众多,且时间仓促,所选所译均难免不妥之处,个别著作持论偏颇,尚希读者亮察。

商务印书馆编辑部

1995 年 5 月

60735/14

目 录

引言.....	1
一、定义	1
二、商业的经济作用	3
三、商业在国民经济中的地位	5
四、有关国内贸易的信息来源	9
五、本书内容简述	10
 第一章 批发商业及其功能	12
一、批发商业的功能	12
二、专业批发商功能的运作	14
三、批发商业的发展和前景	16
四、商业经纪人	19
 第二章 零售商业及其功能	24
一、零售的功能	24
二、零售商业的多样性和重要性	26
三、零售商业结构的变化	29

第三章	销售方法	32
一、商店的销售方法		32
二、商店外的销售方法		40
第四章	中小型商业	49
一、小型商业企业		49
二、合作商业		53
三、特许经销权		62
四、独立者的集体商店		64
第五章	传统大企业	69
一、大百货商店		70
二、大众化商店		77
三、有许多分店的商店		83
第六章	消费合作社	90
一、消费合作社的组织		91
二、消费合作社的效率		95
第七章	商业的新概念	99
一、勒克莱尔分配中心		100
二、特级市场		101

三、专业化大型商店	113
四、商业中心	114
第八章 分配的效率	120
一、分配的费用	120
二、国家对商业的管理	124
前 景	127
注释	130
参考书目摘录	137

引 言

一、定义

长期以来，“商业”一词表示经济活动的总体概念，含义很广，常用的法律术语“商事法典”、“商事法庭”等都与此有关。

狭义地说，商业是指为售出而购入商品，并且不对其进行物质改变的活动。与此相对的是生产活动，这是为取得能满足人们需求的最终产品而对自然资源进行改变的活动。

商业活动历史悠久，它发展的最初形式是商人在一些国家或地区之间，用从海上或陆路运来的商品进行交换的活动。此种“对外”贸易，由于过去经常受到一些政府的干预（如关税、禁止进口等），引起国际争端，所以，经济学家对此进行的研究总是多于“国内”贸易。

国内贸易是专门从事商品交换活动的总体概念，这是在城市人口发展后，生产者（农民、手工业

者)和消费者直接接触进行买卖变得更困难的背景下产生的。法国是在13世纪出现“服饰用品商”的,他们专门销售各手工业行会生产的商品。

从19世纪起,随着工业和城市的发展,国内商业活动不断扩大,进展很快。由于一些远离消费者的专业工厂大批量地制造产品,连接生产者与消费者的商业渠道随之大量增加。

所以出现了让·巴·萨伊(J. —B. Say)1840年在其政治经济学课中强调的国内贸易的终极目的:“大家都认为商业主要是交换,而实际上它是把产品置于消费者可得到的地方。”

国内贸易的定义可因此而明确为:国内贸易是以向生产者购买和向国内出售的方式,使商品在某种状态、在消费者需要的时间和地点被他们支配而进行的交易。

分配一词有时用于表示被称作国内贸易的那些活动。然而,对于法国的某些专业人士来说,此词因含有某种被动意义和几乎是行政命令的口气而具有贬意。实际上,商人的活动应是自由的,主动创造性的,唯有这样才能最大限度地满足消费者的需要。⁽¹⁾不过,这两个词仍将作为同义词表示同一件事情。

商业企业的专业化不应使人认为(工业和农业

的)生产者完全把自己产品的销售托付给商人。任何生产企业都应制定一个“商业政策”,内容包括认识自己的市场(或销售方式),使用适当的方法实现与其生产能力相适应的销售量,“分配渠道”(哪些中间商?)的选择就属其中的一个方法。

本书只论述那些与商业企业相关的问题,生产企业的商业管理(或“销售学”)方面则不涉及。

对商业企业进行这样一项研究是考虑到商业领域的经济作用和其在国民经济中的重要性。

二、商业的经济作用

在历史上,某些思潮(阿里斯托特[Aristote]、卡诺尼斯特[Les Canonistes]、菲齐奥克拉特[Les Physiocrates]、亚·斯密[A. Smith])以商品没有进行物质改变这一区别于商人活动和生产者活动的特征为由,怀疑商品的经济“生产力”。马克思主义者们采纳了这一观点,不把商业以及有关国产商品的其它服务活动包括在生产力之内。

这种学说上的争论似乎没有大的实际影响,但重要的是,要懂得国内贸易在经济流通中所起的作用,要会通过贸易活动所花的费用和取得的效果判断出它的有效性。

因此,有必要说明国内贸易实际具有的经济功能。这些功能具体反映在所提供的服务上。位于生产者和消费者之间的商人是为这两个阶层服务的。

某些作用在以劳动分工为特征的经济中得到发挥。商人为生产者服务:他们免去生产者花费时间与巨大的消费者群体交往;他们以储存商品的方式使生产的节奏与受季节变化影响的消费节奏达到和谐;他们不受销售期限的影响,向生产者提供资金也更有规律。

商人们使消费者对产品的满意程度(或感觉的有用性)增加了,他们按照消费者在数量、质量、地点和时间方面的需要把分布在各地的各类企业批量生产的产品送到购买者手中。此功能意味着要进行许多不同的操作,如产品的集中、运输、储存、分装、调配和介绍。这些操作由生产者和各类型的商人根据产品的类别按不同的比例来承担,但也根据时代的发展、分配流通的组织结构、生产者与商人所承担任务的分配情况而有所变化。

在一个与计划经济相反的市场经济中,企业有生产的自主权。商人的反映也是影响企业决定的某些因素:他们向生产者提供消费者的需求信息;参与各种形式引导消费者选购的广告宣传;通过比较各类供货商的服务,促进竞争;参与制定产品的出厂价

和零售价。他们在商品推销方面的积极程度对该商品生产的增长率有很大的影响。

由此可见,国内贸易不仅具有向各地销售产品的作用,也是一个促进生产和引导生产的组织,是组成市场经济的结构和效率的基本分子。

本书旨在阐明当前国内贸易的上述功能运作时所采取的方式及其效果。

三、商业在国民经济中的地位

按照法国的传统观念,商业在各职业的“社会威望”排行表上处于后部,如果说这是对过去主要由居民区和乡村墨守成规的“小店主”进行的买卖活动作出的评价的话,该评价就不再适合于现在的商业形象了。25 年以来,商业领域已发生了巨大变化,已成为国民经济中一个“重要的”特别有活力的领域。

1. 商业领域的影响。——若想评估某一领域所处的地位,第一个方法是观察其在国民经济中的数值。随着各国经济的发展,商业与(由私营和国营的服务团体组成的)第三产业都得到了发展。这种发展表现在就业人口的增长和国产商品的销售增长上。

自 1950 年以来,法国第三产业中雇员人数的增长比其它部门明显迅速。1975 年以来,在工业就业人口开始下降,农业就业者继续减少的情况下,第三产业人数的增加虽然慢了一些,但还是在继续。1982 年第三产业的人数占全国 1260 万就业人口的 58% 以上。

商业(260 万人)约占第三产业职业的 21%,占就业人口总数的 12%。最近几十年间,商业就业人数一直在增加,但没有第三产业其它行业(医疗服务、为个人和企业服务、金融服务)快。商业内部的变化表现在非职员的个体商人数量的减少和职员人数的增加上⁽²⁾,这反映出由于新的商业形式的出现,企业的平均规模在扩大,数量在减少。

增加值可衡量一个行业对国家收入的贡献,对于商业来说,是由整个商业部门获得的总利润(销售总额与购入商品总金额之差),减去中介的消耗(因经营需要而从其它行业购买的商品和得到的服务,如能源、运输费等)后得到的值。1982 年商业的增加值(3840 亿法郎)占商业第三产业产值的 27%,占国内生产总值的 11.7%。

2. 商业的新变化。——在 20 年中,法国商业所经历的巨大变革可用偶尔听说的“商业革命”一词

来称之，这些变革与过去此行业中相对的墨守成规形成对照（在近一个世纪中出现的大商店、有许多分店的商店及一价商店打破了保守的局面）。

新事物的出现对销售的形式和政策产生影响，打乱了原有的商业格局。无人售货方式得到惊人发展，一些新的企业诞生，增加了许多巨型商店（如特级和超级市场）。这些“独立者”创办的新企业迫使传统的大商业（大百货商店、连锁店、一价商店、供销合作社）实行同样的销售方法，改变原有的结构。这一发展导致大批量的分配和商业大企业之间激烈的竞争。

经济学家爱·张伯伦（E. Chamberlin）视为商业金规的“价格默契”被“新浪潮”和作为销售手段而逐步实行的价格竞争（减价）所抛弃。

由于新的大商业企业采购量巨大，它们和工厂之间的力量关系发生了有利于前者的变化，具体表现是在折扣和供货人的信贷等方面，它们拥有特别优厚的条件。

一些新的大商行在发展之后成为巨大的财团。在交易所，“分配”领域因有“新成员”的加入而成为最活跃的领导之一。其新成员有卡勒富尔（Carrefour）、普罗莫代（Promodès）、达尔蒂（Darty）、拉达尔（Radar）、厄罗马尔谢（Euromarché）等，它们在

交易所资本总额排名上,与“老成员”如卡齐诺(Casino)、勒杜特(La Redoute)一起,列于前位,大多数连锁店和大百货商店则在其后。

所有这些都充分说明商业领域在资本主义经济世界中的突出地位。

再看由中小企业构成的传统商业,它也改变了面貌:其人员减少了。由于改变了结构和销售方法,更广泛地求助于商业组织等,它仍保留着市场中占优势的部分。商业结构迅速变化及新的竞争所产生的混乱引发了一些政治运动,其目的是促使政府采取措施保障小商人(和手工业者)的利益。我们例举1953年的布热德运动⁽³⁾和现在由热拉尔·尼库(Gérard Nicoud)领导的团体“保卫独立劳动者全国联合会职业委员会”(CIDUNATI),在各职业组织(产业和商会、手工业行会)中获得了一些位置。

商业的国际化是一个新的倾向,其表现是法国的商业企业更大规模地加入国际间的商业交往。国际化首先源于我国进出口的经济发展,它对某些商业企业(批发商、中介商)的活动具有特别的影响。现在,商业已发展为国家间的企业运动,一些外国企业进驻法国(如奎尔[Quelle]、马克斯[Marks]和斯佩尼厄[Speneer]……),另一方面,法国商业的新“巨人”们到外国进行了投资。1982年在国外(欧洲、南