



中等职业技术学校试用教材

商业经营 基础知识

王传明 主编



高等教育出版社

中等职业技术学校试用教材

商业经营基础知识

王传明 主编

高等教育出版社

(京) 112号

内 容 提 要

本书为国家教委职业技术教育司和高等教育出版社共同组织编写的中等职业技术学校试用教材之一。全书共十章,其中一、二、三章为商业经营基本理论知识,四、五、六、七章为商业经营的基本业务知识,八、九、十章为商业经营的其它必要知识和技巧。

本书理论联系实际,实用性强。

本书可作为职业高中、职业中专、普通中专专业基础课教材,也可供在职人员学习使用。

责任编辑 李承孝

中等职业技术学校试用教材

商业经营基础知识

王传明 主编

*

高等教育出版社出版

新华书店总店科技发行所发行

北京顺新印刷厂印装

*

开本 787×1092 1/32 印张8.25 字数180 000

19 93 年 8 月 第 1 版 19 93 年 8 月 第 1 次印刷

印数 0001— 13 135、

ISBN7-04-004335-1/F·147

定价2.70元

出版说明

为了适应中等职业技术教育发展的需要，国家教委职教司和高等教育出版社共同组织编写的中等职业技术学校财经类专业系列教材，将由我社陆续出版。

这套财经类专业系列教材以三年制职业高中为主要对象，培养目标为中级财经管理人员。为适应各地区各单位对财经人员的要求，课程设置采取“积木式”结构安排，即分为文化课、专业基础课和专业课三个层次，文化课和专业基础课为财经类专业的公共课程，专业课则根据专业不同或专业方向侧重点不同选择若干门组合而成。在课程内容安排上，以“二年打基础，一年定方向”为原则，加大基础面，根据社会需求灵活地设置专业课。用积木式结构组织课程和教材，为学校根据社会需要组织教学带来了灵活性。

本系列教材的专业基础课有：会计原理、统计原理、计算技术、计算机财会应用基础、经济法基础知识、财政基础知识、税收基础知识、金融基础知识、市场学基础知识、企业管理基础知识、保险基础知识、财经应用文写作、书法、中国经济地理等共14门，可供财会专业、计划统计专业、财税专业和城市金融专业使用（少数课程因专业不同可有不同的选择），各专业还可根据需要分为A组、B组、C组……等不同组合，以适应各地办学的不同情况。本书为专业基础课教材。

本系列教材在编写时，针对职业中学学生年纪轻、社会经验不足、具有初中文化水平，以及将来主要从事具体工作

等特点，注意做到理论阐述适当，实践性内容讲细讲透，加强会计基本技能训练和写钢笔字、打算盘等的基本功训练。同时，注意引进新内容和新方法。为了给教师备课和讲授提供方便，对主要课程除教材外还配套编写了教学参考书和习题集。

为了保证教材的质量，我们在全国各地遴选有丰富教学经验的教师和专业人员担任编审工作。编写时，凡已制定统一教学大纲的，均根据统一大纲编写。尚无大纲的，均根据若干省市和部门的职业学校的专业教师共同讨论商定的编写提纲编写。书稿写出后，聘请有关专家审定，以保证教材质量。

本系列教材在编写过程中，得到了全国各地职教部门、有关业务部门、职业学校、中等专业学校和部分大专院校的大力支持，在此表示衷心感谢。

本系列教材自1990年春季起陆续供应，欢迎广大读者选用，并提出宝贵的意见。

高等教育出版社
职业教育编辑部

前 言

在我国社会主义市场经济条件下，商业经营的思想、战略、策略、方式和各种业务活动，都会随着商品经济的发展而不断变化。现代商业经营活动，客观上要求商业经营者必须具备现代化的思想观念，拥有先进的经营手段，制定科学的经营决策，采取灵活的经营方法和艺术。这些客观要求，必将促进商业经营的变革和发展，同时，也推进了商业经营科学的探索和完善。

《商业经营基础知识》一书，既对我国目前商业经营方面的科学知识作了较系统的阐述，也对这门科学进行了初步探索。当前，我国研究商业经营科学方面的专著尚不多，这与大力发展市场经济的要求是不相适应的。因此，我们抱着一切真知从实践中来，再回到实践中去检验的态度，编写了这本书。如果本书能为教学尽上一份微薄之力，能为实际工作带来一定的指导作用，将是我们最大的欣慰。

《商业经营基础知识》一书，是作为中等职业技术学校试用教材而编写的。本书的编写成员有王传明（第一、二、三、六、七、八章）、史启苓（第四、五、十章）、尚志平（第九章），王传明担任主编。本书由商业部商业中专教材委员会主任委员高级讲师姜受堪、秘书长高级讲师滕荣祥主审。在本书编写、定稿过程中，得到了王仲春、姜玉亭、李洁潢、刘贞、姜元桥、白山等同志的指导，山东省商业学校给予了大力支持和协助。在此，一并表示衷心感谢。

由于我们编写水平所限，书中的缺点和错误在所难免。

敬希广大师生、读者批评指正。

编者

1992年5月

目 录

第一章 商业经营概述	(1)
第一节 商业经营的意义和作用	(1)
第二节 商业经营的环境和过程	(7)
第三节 商业经营思想	(14)
第四节 商业经营战略	(24)
第二章 商业经营决策	(30)
第一节 商业经营信息	(30)
第二节 商业经营预测	(38)
第三节 商业经营决策	(45)
第四节 商业经营计划	(53)
第三章 商业经营方式	(65)
第一节 批发经营方式	(65)
第二节 零售经营方式	(73)
第三节 责任经营方式	(78)
第四章 商品购进	(87)
第一节 商品购进的意義和原則	(87)
第二节 商品购进的渠道和方式	(94)
第三节 商品购进策略	(101)
第五章 商品运输	(114)
第一节 商品运输的意义和任务	(114)
第二节 商品合理运输的组织	(119)
第三节 商品运输的组织程序	(125)
第六章 商品储存	(132)
第一节 商品储存的意义和任务	(132)

第二节	商品储存控制	(136)
第三节	商业仓库	(147)
第七章	商品销售	(156)
第一节	商品销售的意义和任务	(156)
第二节	商品销售的过程和方式	(160)
第三节	销售服务	(171)
第四节	促销策略	(175)
第八章	商品价格	(187)
第一节	商品价格的形成	(187)
第二节	定价目标	(193)
第三节	定价策略	(197)
第四节	定价方法	(204)
第九章	经营业务洽谈	(215)
第一节	经营业务洽谈的意义和功能	(215)
第二节	经营业务洽谈的程序和技巧	(218)
第三节	经营合同	(225)
第十章	商业经济效益	(233)
第一节	商业经济效益的意义和内容	(233)
第二节	商业经济效益的考核	(240)
第三节	商业经营现代化	(245)

第一章 商业经营概述

商业是商品经济发展的产物，是商品交换的发达形式。在现代社会，商业已经成为专门从事商品流通的独立的社会经济部门，成为社会经济生活中不可缺少的行业。从历史上看，商业的发展是以商品生产的扩大为基础，以商品经济的繁荣为前提的。随着我国社会主义市场经济的日益繁荣，建立在公有制基础上的我国商业也必将得到迅速发展。商业经济活动的中心内容是经营。商业的发展必须依赖于经营规模的扩大，依赖于经营过程、经营思想、经营战略、经营手段等方面的现代化。要认识商业经营，必须首先了解商业经营的意义和作用，了解商业的经营环境、经营过程、经营思想和经营战略。

第一节 商业经营的意义和作用

一、商业经营的意义

经营一词，由来已久。在我国古代书籍中，就有“经之营之”、“经营四方”之说。经营的原意是经度营造，即筹划营谋之意。随着商品经济的发展，经营成为与商品交换活动紧密相联的词汇。现在，经营一词的含义比较广泛，可以说国民经济各个部门的经济组织都存在经营内容。从经营的综合职能来看，它泛指各种经济组织对产、供、销、购、存、运、人、财、物等方面的一系列协调活动，它对经济组织的发展目标、活动方式、战略策略等方面起着筹划营谋和

决策的指导作用。

所谓商业经营，是指商业在从事商品交换活动中，根据经营环境和经营状况，充分利用人力、物力和财力，通过一定的方式，组织和实现商品的购销运存，从而谋求最佳经济效益和社会效益的过程。商业经营不是简单与孤立的，而是一个由若干相互衔接、相互制约的经营要素和经营环节所构成的动态过程。因此，要全面理解商业经营，必须把握它的内在联系和必要条件。

（一）商业经营必须有一定范围和明确目标

商业经营必须在国家政策和法律允许的范围内，在国家经济计划的指导下进行，并以社会整体利益为最高目标。在此基础上，每个商业企业都要根据客观可能和主观条件，确定商品经营的具体范围，提出经营的总目标和分类目标。

（二）商业经营必须具备一定的要素

这就是说，商业必须拥有经营活动所必不可少的条件，即资金、商品、物质技术设备和劳动力等要素。拥有这些要素并将其合理组合，商业才能有效地开展经营活动。

（三）商业经营是一个系统过程

在这一过程中，不同的经营要素构成不同的经营结构。例如，资金和商品等要素形成经营的经济结构，物质技术设备和劳动力等要素形成经营的技术结构，经营人员之间的关系形成经营的组织结构等等。要使这些不同的经营结构在经营过程中充分发挥作用，并使各种经营要素紧紧地围绕着经营目的而活动，经营过程就必须是各种经营要素及其结构相互作用的有机组合。商业经营过程还包括收集经营信息，进行经营预测和决策，组织商品购销运存等一系列相互联系、相互制约的经营活动。各项经营活动与经营要素 经营结构

有机结合，就形成了商业经营的系统过程。

(四) 商业经营是在一定的环境下进行的

商业经营要受到外部环境有关各种客观因素的影响和制约。并且，这些客观因素的涉及面广，变化性强。

(五) 商业经营必须取得经济效益和社会效益

在商业经营过程中，不但要讲求经济核算，取得最优化的利润，而且要把数量充足、质量优良、价格适宜的商品适时地供应给不同的消费者，充分满足社会各方面的需要，保障社会生产的顺利进行和人民群众的正常生活，以此取得经济效益和社会效益。

(六) 商业经营活动的主体是商业企业

商业企业作为一个从事商品流通的独立的经济组织，有权支配和合理使用本企业的人力、物力和财力，有权自主选择买卖的对象，决定买卖的方式和条件，在市场上既买又卖，以买者和卖者的双重身分交替出现，完成商品买卖活动的全过程。

二、商业经营与管理的关系

在经济活动中，经营与管理是两种既有区别又有联系的不同职能和过程。从经营与管理的产生过程来看，经营是商品经济的产物，是与商品生产和商品流通相联系的经济组织的职能；管理是劳动社会化的产物，是社会生活中一切组织的职能。从经营与管理相结合的活动过程来看，经营是一个通过对商品生产和交换进行谋划、决策，从而取得经济效益的过程；管理是一个通过对经营要素及经营活动进行协调、组织、指挥、监督，从而提高作业效率的过程。

商业经营是商业经济活动的中心，也是商业管理产生和发展的基础。因为，商业的基本职能是从事商品买卖的经济

活动，商业的其他经济活动，包括管理活动，都是由经营延伸出来，并由经营决定，为经营服务的。没有经营，其他经济活动就失去了意义。但是，管理作为一种专门职能，与经营有着密不可分的关系。经营过程的组织和控制，经营目标的顺利实现，经营活动的系统化和秩序化，都依赖于管理。既有正确的经营决策，又有科学的管理，才能使商业经营活动有规律地进行，并取得最佳的经济效益。

总之，商业经营与管理的关系是：经营是基础，管理是条件；经营决定管理，管理促进经营。两者的目的都是以最少的劳动支出，取得最佳的经济效益。可见，加强商业的经营和管理，具有同等重要的意义。

三、商业经营的作用

（一）商业经营是实现社会经济联系的桥梁和纽带

商业是专门从事商品流通的行业，它通过一系列经营活动，为工业和农业、城市和农村、生产和消费、地区和地区之间的经济联系发挥桥梁和纽带作用。在社会化大生产过程中，商业专门对商品交换起中介作用，它通过商品的买卖活动，使不同的商品生产者、消费者各得其所。比如，商业将收购的农产品分别销售给加工工业部门或城镇居民，将采购的工业品分别销售给工业品的生产和生活消费者，用来满足社会生产和生活消费的需要。这样，通过商业的经营活动，实现了社会两大部类之间、各生产部门之间、城乡之间、各地区之间、多种经济成分之间的经济联系。

（二）商业经营是扩大社会再生产，丰富市场，满足人民群众不断增长的物质和文化生活需要的重要条件

商业通过商品的购销活动，联系着生产，联系着市场，联系着消费。现代化社会再生产的特点是规模迅速扩大，这

就要求商业不断扩大商品经营范围和数量，充分满足生产资料消费者和生活资料消费者不断增长的需要。同时，商业通过经营活动，广泛交流、传播信息和技术，引导生产部门加速商品的更新换代和增加适销对路商品的生产，从而为社会再生产的扩大和人民生活的改善服务。

（三）商业经营是实现社会积累，提高经济效益和社会效益的重要途径

只有通过商业的经营活动，才能把社会生产部门生产的商品转移到消费领域，从而实现商品的价值和使用价值。这不仅实现了国家实际的财政收入，形成社会积累，而且商业本身也会取得经营成果。如果不重视商业经营，经营不善，流通不畅，就会造成商品积压或脱销及市场供求不平衡等不良后果。这不但影响商业经营的经济效益，而且在生产领域创造的价值也难以全面实现，社会积累必然大大减少，社会效益必然降低。

（四）商业经营是发挥国营商业在新的流通体制中的主导作用的保证

我国商业体制的改革，改变了过去国营商业独家经营、分配式、封闭式、单渠道、多环节的流通体制，建立了以国营商业为主导，多种经济形式、多种经营方式、多种流通渠道并存和少环节、开放式的流通体制。在这“三多一少”新的流通体制中，为什么国营商业仍处于主导地位？这是由国营商业的社会主义性质和我国发展社会主义市场经济的需要所决定的。同时应当看到，国营商业具有雄厚的人力、物力和财力，有遍及全国各地的商业网点，有自成体系和合理网络的专业批发公司和零售商店。从人员素质和经营比重来看，国营商业都占有绝对优势。因此，国营商业有条件也有

可能发挥主导作用。

国营商业只有发挥好主导作用，市场才能保持稳定，集体和个体商业也才能得到协调发展。在商品经济发展的新形势下，国营商业要发挥好主导作用，必须搞好经营，从经营思想、经营方式和经营作风上必须实现一系列转变。第一，要从不重视市场、不研究消费者的需要，转变到把市场调查、研究和预测作为经营决策的主要手段上来；第二，商品购销要从“以产定购”、“以购定销”，转变到“以市场为中心”、“以经济效益为中心”、“以消费者为中心”上来，做到“以销定进”；第三，在批发环节上，要从过去业务上“领导”零售，转变到为零售服务上来；第四，在零售环节上，要从“以我为主”、“顾客有求于我”，转变到“服务消费、顾客第一”上来；第五，要从过去独家经营时的官商作风，转变到勇于竞争、善于竞争、努力开创经营优势上来；第六，要从过去单纯购销商品、不计经营成果，转变到购销与服务并重，努力提高经济效益上来；第七，定价方法要从按一成不变的公式定价，转变到在政策许可范围内的随行就市、薄利多销上来；第八，要从经营上的墨守成规、“吃大锅饭”，转变到不断创新改革、层层实行责任制上来，等等。只有这样，国营商业在社会主义市场上才能更好地发挥主导作用。

（五）商业经营是社会主义精神文明建设的重要窗口

加强社会主义精神文明建设，是社会主义现代化建设的长期战略任务之一，也是各行各业责无旁贷的责任。提高商业经营的服务质量，一方面可以扩大商品销售，并在顾客中树立起良好的形象；另一方面，也以实际行动推进了精神文明建设。

提高商业经营服务质量有两个基本内容，一是商业经营人员在接待顾客和业务往来中要有良好的服务态度；二是急顾客所急，想顾客所想，为顾客提供适合需要的商品。商业经营的服务质量是展现社会道德水准的窗口。无论在精神方面还是在物质方面，一定要做到文明经商，优质服务，讲求职业道德和信誉，切实维护顾客的利益，虚心接受群众的监督，为社会主义精神文明建设作出贡献。

第二节 商业经营的环境和过程

一、商业经营环境

商业经营是在动态中进行的。商业经营活动，要受许多经常变化的客观因素的制约和影响。影响商业经营的客观因素所形成的环境称为商业的经营环境。制约和影响商业经营的客观因素，既有宏观的，也有微观的。

（一）商业经营的宏观环境

国家的政治形势、经济形势、经济制度、经济方针和政策、宏观经济调控措施、生产力发展水平、生产布局、人民生活水平、国民收入状况等制约因素，形成了商业经营的宏观环境。当前，我国的宏观环境对商业经营的影响，主要表现在以下几个方面：

1. 经济改革不断深化，社会生产迅速发展，人民生活水平不断提高，为商业经营的发展开辟了广阔的前景。党的十一届三中全会提出了“对内搞活、对外开放”的经济改革方针，使我国国民经济取得了前所未有的发展，人民群众生活水平空前提高。从1978年到1987年十年间，我国的国民生产总值由3482亿元上升到11049亿元，按可比价格计算，增

长1.25倍；城镇居民人均生活费收入由316元上升到916元，扣除物价上涨因素，平均每年增长15.6%；城乡居民储蓄额由219亿元增加到3 073亿元；社会商品零售总额1987年达到5 820亿元，扣除价格变动因素，平均每年增长15.8%。1991年，全国职工工资总额达3 350亿元，人均2 365元；年底居民储蓄额已高达9 110亿元。从当前全社会的商业经营情况来看，市场上的新产品和适销对路的商品增多，中高档商品及其花色品种增多，商业网点迅速增加，集市贸易空前活跃。社会生产的发展，人民收入的增加和生活水平的提高，为商业经营规模的扩大奠定了物质基础。今后，国家将继续深化经济改革，社会生产和人民生活必然有更大的发展和提高，这将给商业经营创造良好的宏观环境。

2. 我国特有的社会主义市场经济，一方面决定了商业经营必须在国家指导下进行，另一方面也决定了商业必须按照客观经济规律的要求开展商品经营活动。国家要通过国营商业的经营活动，贯彻经济计划，实现宏观经济控制。因此，社会主义商业必须在国家计划指导下进行经营，必须以满足人民群众需要为最终经营目的，必须注意增进经营的社会效益。同时，在商品经济条件下的各种客观经济规律，诸如价值规律、供求规律、货币流通规律等，必然存在并发挥作用，这是不以人们的意志为转移的。商业经营者必须充分认识和运用这些客观经济规律，才能在经营中立于不败之地。

3. “三多一少”流通体制的形成，打破了国营商业独家经营的局面，使商业经营处于激烈的市场竞争之中。过去我国实行的是僵化的计划经济模式，无论生产资料还是生活资料，都由国营商业独家经营。独家经营造成了很多弊端：国营商店独此一家，别无分号，加之商品供应长期不足，助