



● 王振著

小商业经营

● 漳州计划丛书 ● 福建教育出版社



“农村实用生产技术小丛书”编辑委员会

主 任：钱伟长 马大猷

副 主 任：叶培大 叶笃庄 邢其毅 林宗彩 侯学煜
冯之浚 沈 元 池际尚 王世锐

委 员：沈淑敏 刘远燊 张英会 陈家葆 姚耀文
梁雄健 傅仙罗 曹广才

特邀顾问：王 健

出版说明

编解这套丛书，旨在为农村和中小城市人民的致富提供科学技术讯息，因此，内容侧重介绍有关饲养、种植、电器修理、农村建设、水利、道路以及适宜于乡村企业实用的工农业生产 and 经营管理等方面的知识、技术。该丛书已经得到国家教育委员会批准纳入“燎原计划”。

这套丛书是由中国民主同盟科技委员会组织编写的。中国民主同盟是以中上层知识分子为主要成员的从事社会主义事业的民主党派，在建设现代化祖国的事业中特别重视祖国农村建设。近年来，我国乡镇企业正波澜壮阔地在全国展开，深刻地改变着我国的农村面貌。这个发展正在有效地缩短我国的城乡差别和工农差别，这是我国社会主义事业的重要环节。民盟的同志想用这套丛书来推动和发展这个史无前例的人民活动。民盟盟员和它联系的知识分子中有很多从事于理、工、农、医、经济等各方面的技术工作，也有许多人长期在农村第一线工作。民盟中央科技委员会为了动员盟员共同努力编写这套丛书，曾经发出通知，普遍征集选题，由盟中央科技委员会组织专家审议，确定初步选题，向各地民盟组织和盟员征稿，不到两个月，征集到稿件约八百余种，又经盟中央组织审校后，第一批推荐出版50种，蒙福建教育出版社接受出版。这就是这套丛书的来由和过程。

这套丛书的编辑，重视内容的科学性和实践性，同时更

重视普及性，为了便利农村群众的直接使用，特别重视读了能用于实践的要求，尽可能减少偏重理论的内容。

民盟中央正在进一步动员盟员编辑第二批，读者对于本丛书的意见和要求，对第二批书籍的编辑有重要参考价值。我们还诚欢迎读者将意见直接寄交北京中国民主同盟中央科技委员会。福建教育出版社为出版这套丛书付出的一切合作和努力特此表示感谢。

钱伟长

一九八八年十月十四日

前 言

当前改革、开放已深入人心，深入千家万户。发展社会主义商品经济已是势在必行，发展社会主义商品经济是社会经济发展的不可逾越的阶段，是改革开放的必经之道。不仅城市商品经济要发展，农村商品经济也要发展；不仅“大”商品经济要发展，小商品经济也要发展。而且，小商品关系到每一个人的衣、食、住、行，小商品经销点遍布全国城乡各地，小商品经营者已是一支不可忽视的庞大的队伍。

为了普及小商品经营知识，改善经营管理，提高经济效益，编了《小商品经营》这本小册子。希望这本小册子能对从事小商品经营的管理人员与业务人员有所帮助。

限于水平，难免有不当之处，敬请读者批评指正。

编 者

一九八八年九月

目 录

一、商 业	(1)
(一) 商业与商业部门	(1)
1. 商业	(1)
2. 商业部门	(1)
(二) 商业的地位与作用	(2)
1. 商业的地位	(2)
2. 商业的作用	(3)
(三) 农村商业发展的必然性	(4)
1. 商业的产生	(4)
2. 农村商业的发展	(5)
二、商品流通过程	(6)
(一) 商 品	(6)
1. 商品	(6)
2. 商品的分类	(7)
(二) 流通的构成要素	(8)
1. 商品	(8)
2. 卖者	(8)
3. 买者	(9)
4. 货币与资金	(9)
5. 信息	(9)
6. 场所	(10)
7. 运输	(10)

8. 保管·····	(11)
9. 保险·····	(11)
10. 价格差与利润·····	(11)
(三) 商品采购·····	(12)
1. 采购计划·····	(12)
2. 农产品的采购·····	(15)
3. 日用工业品的采购·····	(16)
4. 生产资料的采购·····	(18)
(四) 商品销售·····	(18)
1. 销售规律·····	(19)
2. 优质服务·····	(21)
3. 销售形式·····	(21)
(五) 商品调运·····	(22)
1. 商品调拨·····	(22)
2. 商品运输·····	(23)
3. 合理运输·····	(25)
4. 合理的运输方式·····	(26)
(六) 商品储存·····	(27)
1. 仓库工作的原则·····	(27)
2. 商品进库·····	(28)
3. 商品出库·····	(29)

三、交易与交易渠道····· (31)

(一) 交易的程序····· (31)

1. 寻找交易对象·····	(31)
2. 洽谈·····	(32)
3. 合同的签订与执行·····	(34)

4. 付款提货·····	(36)
(二) 流通渠道与交易形式·····	(38)
1. 商品流通渠道·····	(38)
2. 商品流通渠道结构·····	(38)
3. 几种渠道形式·····	(40)
(三) 批发与零售·····	(42)
1. 批发商及其作用·····	(42)
2. 零售商及零售网点的分布·····	(43)
四、商品价格·····	(45)
(一) 商品价格的构成和种类·····	(45)
1. 商品价格·····	(45)
2. 商品价格的构成·····	(45)
3. 商品价格的种类·····	(46)
(二) 影响商品价格的因素·····	(47)
1. 价值·····	(47)
2. 货币·····	(48)
3. 供求状况·····	(48)
4. 国家物价管理政策·····	(48)
5. 竞争·····	(48)
(三) 商品的比价与差价·····	(49)
1. 商品比价·····	(49)
2. 商品差价·····	(49)
(四) 确定商品价格的方法·····	(51)
1. 以进价为基础进行订价·····	(51)
2. 以市场价格为基础进行订价·····	(51)
3. 低价格定价·····	(52)

4. 高价格定价.....	(52)
五、市场与市场预期.....	(53)
(一) 市场.....	(53)
1. 什么是市场.....	(53)
2. 市场的基本要素.....	(53)
3. 市场的分类.....	(54)
4. 目前我国市场的特点.....	(56)
(二) 市场预期.....	(57)
1. 什么是市场预期.....	(57)
2. 市场预测的内容.....	(58)
3. 市场预测的方法.....	(60)
(三) 市场的供求关系.....	(61)
1. 商品供求关系.....	(61)
2. 影响商品供求关系的因素.....	(62)
3. 需求弹性.....	(63)
(四) 市场竞争.....	(64)
1. 社会主义市场的竞争.....	(64)
2. 市场竞争的内容.....	(65)
3. 开展社会主义市场竞争的条件.....	(66)
4. 竞争的策略.....	(66)
附录 I、简单会计计算公式.....	(69)
附录 II、全国部分经济报刊名录.....	(72)

一、商 业

(一) 商业与商业部门

1. 商业

人需要穿衣、饮食、居住和旅行，这其中所需要的所有物资你都能自行生产吗？当然不能，它们中的绝大多数是由工厂、农村生产，然后辗转到你的手中。把物资从生产者手中转换到消耗者手中，这些业务活动，就叫做商业。

转换过程中的物资，例如衣服、自行车、电视机等称为商品。商品从生产者手中运送到消费者手中的过程，叫做商品流通。专门从事组织商品流通的部门，叫做商业部门。

我们平常所说的商业，往往只是指商品的买卖交易。其实商业的含义远非这些，除了买卖之外，商业还包括商品运输、仓库保管、资金通融、信息往来、商品保险等为商品买卖服务的各种活动。

2. 商业部门

商业局系统无疑是商业部门，此外，粮食系统、供销系统，也都是参与商品流通活动的部门，它们也是商业部门。我们通常把商业局系统、粮食系统、供销系统总称为大商业系统。当然，书店、医药公司、石油经销系统、物资局系

统、烟草专卖系统、个体商业等，也都属于商业部门，那是更为广义的商业部门。或者说，凡是有买卖活动的部门，都属于商业部门。

（二）商业的地位与作用

1. 商业的地位

任何社会的再生产过程，都是由生产、分配、交换、消费这四个环节有机地组成的。它们相互联系、相互制约、相互影响，而构成一个总体的各个环节。生产决定交换、分配和消费，反过来，消费也刺激生产、促进生产。在一定的程度上，可以说消费也决定生产，这就是所说的“以销定产”。例如，彩电与电冰箱的消费量大了，就促进企业去多生产彩电与电冰箱。交换是生产与消费之间的中间环节，起着中介的作用。农村生产的香瓜虽然很多，但是，要吃香瓜的人，不能都跑到农村去买。还得通过商业活动把农民生产的香瓜集中起来，然后散卖给消费者。消费者吃了香瓜之后，是欢迎薄瓜还是欢迎厚瓜呢？这个信息又通过商业部门反馈给生产者。所以说，商业起到了生产与消费之间的桥梁作用和纽带作用。

任何社会生产与消费的联系都是具体的，生产与消费的关系，首先表现为生产资料的生产与消费之间的联系和消费资料（生活资料）的生产与消费之间的联系。其次，也表现在工业与农业，城市与农村，国家、集体与个体之间，地区之间的联系。而这些联系，主要又是通过社会主义商业来实

现的。因而又可以说，商业是体现工业与农业之间，城市与农村之间，国家、集体与个体之间、地区之间经济联系的桥梁和纽带。

商业活动使商品由生产者手中迅速地转移到消费者手中，大大地缩短了商品流通的时间，从而节约了整个社会的劳动时间，提高了整个社会的劳动效益。所以商业活动是促进生产、繁荣经济的重要活动。

由上述可见，商业是国民经济活动中，必不可少的一环。

2. 商业的作用

商业的“桥梁”与“纽带”地位，直接决定了商业在国民经济中的作用。

商业与工农业。商业活动加速了工农业产品的销售过程，缩短了卖出产品的时间，从而加快了资金的流动。商业直接与消费者打交道，它最了解产品的品种、规格、数量、质量能否适应其他生产者与人民生活的需要，价格是否合理，购销是否适时。商业部门把这些信息传递给生产者，就起到了指导生产、监督生产、引导消费的作用。使生产与消费趋于平衡，使生产满足消费，使消费促进生产。同时，商业又为工业生产提供原材料设备，为农业生产提供化肥和农机具等，从而为生产提供了保障。

商业与人民生活。生产的目的是为了_二满足人民的需要，人民生活所需要的物资与服务，无不通过商业活动来完成。商业象一个运输大队长，将人们所需要的衣服、食品、住房、家电用具、文娱享受等等，源源不断地运送到每一个人

的面前。使人们感到社会的温暖，感到生活的满足，感到改革、开放的好处。人民生活得到提高，需要得到满足，又激起更大的积极性投入再生产。人民生活提高了，全国人民都安居乐业，也就使我们社会主义更加安定，更加团结，更加发达。

商业与财政。商业税收是国家财政收入的一个重要部分，每个商业企业、每个个体商业经营者，忠实地向国家交纳税是义不容辞的义务。商业越发展，财政税收就越多。政府也就可以加快发展教育、科学、卫生、文化以及社会公共福利等事业。

（三）农村商业发展的必然性

1. 商业的产生

当社会分工出现后，劳动产品有剩余时，便出现了商品交换的要求，最原始的交流是以物易物——物物交换。物物交换既不方便，又常常交换不到所需要的物品，以后就出现了物——货币——物交换。随着生产的发展，生产者需要把精力集中于生产，不宜直接与消费者完成交换过程。这就需要在生产者与消费者之间有一个中间介质，因此就出现了社会分工的独立行业——商业。

在社会主义初级阶段，由于社会生产力发展水平不高，在社会主义的全民所有制、集体所有制、个体所有制等多种经济成分共存的情况下，产品由各自的生产者所占有，既不能用行政命令拿来平均分配，更不能剥夺，只能进行贸易，

以商品买卖的形式来进行交换。这就决定了社会主义初级阶段的商业存在的必然性。

2. 农村商业的发展

当前改革、开放已深入农村，深入千家万户。我们的农村，不再是封闭式半封闭式的自给自足的农村。农村生产粮食、棉花、油料、竹笋、木材等等，需要往城镇销售。农村需要工厂生产的日用品、化肥、农药、机械。由于专业户的出现，乡镇企业蓬勃发展，农村出现了新的分工。农村不再是农业之村，而是工农业之村、农商业之村。乡镇企业需要原材料，需要技术，乡镇企业的产品需要出售，需要找市场，需要找县内外市场、省内外市场和国内外市场。这就迫切需要解决供与销，解决生产者与消费者之间的联接关系问题，也就是需要商业，所以，在社会主义初级阶段，农村商业必然要大发展。农村商业是应乡镇企业的蓬勃发展而发展的，是应改革开放需要而发展的，也是历史的潮流。

无农不稳，无工不富，无商不活。农村商业的发展，将使工业与农业、农业与农业、农业与交通、农业与科学文化事业之间更加密切地结合。农村商业的发展，将使农村人民的生活得到进一步的提高。

二、商品流通过程

(一) 商 品

1. 商品

顾名思义，商品是在商业活动中，所流通的具有某种物质形状和用途的物体。例如，衣服、鞋子、收录机、电视机、钟表等都是商品。

一种物品之所以成为商品，首先是它能满足人们的某种需要，具有使用价值。顾客购买它之后，便满足了某种需求。例如，买衣服满足了穿的需要，买粮食满足了吃的需要，买砖瓦满足了建筑的需要。不需要的东西，再便宜也没人要，急需的东西，再贵也争着去买。

第二，商品要具有交换的价值。商品的价值，决定于生产这个商品所需要的社会必要劳动时间。生产一尺布所需要的社会必要劳动时间（种植棉花、采摘棉花、去籽、纺线、织布等所需的社会劳动时间，以及其中管理工作所需的社会劳动时间），相当于生产十斤大米所需要的社会劳动时间，所以一尺布可以交换十斤大米。

商品的价值（使用价值与交换价值），有其客观的一面，也有其主观的一面。客观的一面是指商品本身的物理、

化学性质及其使用性能。主观的一面是指适和电满足消费者的使用要求和心理要求的程度。例如，的卡布料做成的衣服耐穿耐磨，但目前不受欢迎，而乔其纱衣裳却很入时。子管收音机，经久耐用，音质也好，但目前晶体管收录两用机，却是人们家中的必备之物。这说明，某种产品的价值，有其相对的稳定性，但又不是一层不变的，它随着人们需求观念的改变而改变。例如，在食品上，以前的传统观念，认为鸡、鸭、鱼、肉是高档食品，现在则转而认为鳖鱼、石鳞等是美味。当然价值也就随之起了变化。

从整体上看，商品概念既包含了商品本身的物质实体，也包括了商品的牌号、式样、特色、装璜等形式，还包括有非物质形态的服务、保证、形象、声誉等等。同样是一种汗衫，为什么人们喜欢买上海产的呢？除了它本身性质好之外，还因为它的声誉好，穿在身上时，心理上便得到了满足。

2. 商品的分类

商品之多，种类之繁，使人难以计数，但是我们可以把它分为若干大类。例如，从商品的用途来分，可以分为生活资料（消费品）商品和生产资料商品两大类。凡是应用于人们日常生活中的商品都叫做生活资料商品，凡是应用于工农业再生产中的商品都叫做生产资料商品。

生活资料商品又分为粮油商品、付食品、百货商品、文化用品、五金交电商品、针纺织品、糖烟酒商品、蔬菜果品、水产品等等。

生产资料商品又分为设备（建筑物、固定设备、辅助设

备)和原材料(原材料、半制成品、零部件和燃料能源)两类。

(二) 流通的构成要素

流通,首先是商品的流通,流通的起点是最初的卖者(生产者),流通的终点是消费者,商品从卖者流向买者。构成整个商品流通的要素主要有:商品、卖者(这里的卖者是指商品的经营者)、买者、资金、场所、信息、运输、仓库、保险、差价与利润等。

1. 商品

商品流通,其实是商品所有权的转移过程。在商品交易中,货币从买者一方流向卖者一方,同时,商品的所有权也就从卖者一方转移到买者一方,这是一种一手交钱一手交货的转移。商品流通,有的是看得见、摸得着的有形商品的流通,例如钢笔、衣服、收录机。有的是没有实物的无形商品的流通,即劳动服务,例如歌舞、理发等。

2. 卖者

卖者是商品的经营者,也叫做商人。他是商品流通的组织者,商人也要买,但是,商人“买”的性质与消费者“买”的性质有着根本的不同,商人“买”的目的是为了卖。卖什么?如何卖?效益如何?这些都是由商人决定的,所以说商人是经营效益的决定者。

一个农民,只搞种植,不从事买卖活动,那么他是生产者。如果他在种植的同时,也进行买卖活动,那么他既是生