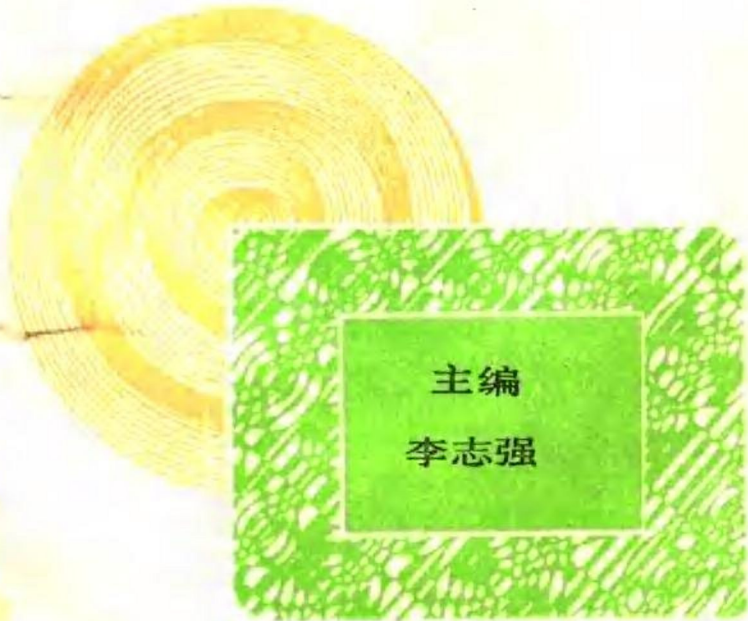


现代贸易经济与管理丛书

外国商业

经济管理出版社



主编

李志强

等高院校经济类专业教材

外国商业

主 编 李志强 于志彬
吕春成 孙泰良 薛本基

经济管理出版社

责任编辑：王世超

外国商业

李志强 等

*

经济管理出版社出版发行

(北京阜外月坛北小街2号)

安徽肥西县印刷厂印刷

开本：787×1092 1/32 印张：9.875 字数：230千字

1989年7月第1版 1989年7月安徽第1次印刷

印数：1—10000册

ISBN 7—80025—221—03

F·181 定价：3.80元

出版说明

《现代贸易经济与管理》丛书是为满足我国高等学校经济类专业教学的需要，为满足我国有关企业、部门干部、职工专业培训和成人教育的需要，集中全国18所高等院校及有关部门的专家、教授、学者集体编著而成的。本丛书理论联系实际，具有较高的理论水平和较强的实用价值。其中《商业政策学》、《消费者心理学》、《商业公共关系学》、《商业经济思想史》、《外国商业》等为国内第一次公开出版的新学科，其他各学科在体系、结构和重要观点上，也均有新的突破与发展。

一九八九年元月

《现代贸易经济与管理》丛书编委会

主 编：左宪棠

副 主 编：（以姓氏笔划为序）马世俊 李志强 邵 跋
柳思维 蒋克珍

常务编委：（以姓氏笔划为序）方光罗 王俊恒 左宪棠
江明岳 李志强 刘善康 邵 跋 林铭复
张宝从 张玉杰 柳思维 虞介泉 蒋克珍
廖九如 薛本基

目 次

第一章 外国商业概况…………… (1)

第一节 外国商业的分类及构成要素…………… (1)

第二节 外国商业的规模与结构…………… (16)

第三节 外国商业比较…………… (23)

第四节 外国商业效率评价…………… (39)

第五节 外国商业的发展趋势…………… (55)

第二章 外国商业的三次革命…………… (64)

第一节 外国商业的三次革命…………… (64)

第二节 外国商业第三次革命的背景和意义…………… (69)

第三章 外国商业销售渠道…………… (74)

第一节 外国商业销售渠道的结构…………… (74)

第二节 外国商业销售渠道的选择…………… (81)

第三节 外国商业销售渠道的发展变化趋势…………… (86)

第四章 外国批发商业…………… (90)

第一节 外国批发商业的类型…………… (90)

第二节 外国批发经营的两种特定形式…………… (102)

第三节 外国批发商业的发展变化趋势…………… (115)

第五章 外国零售商业	(122)
第一节 外国零售商业的特点和作用.....	(122)
第二节 外国零售商业的类型和结构.....	(126)
第三节 外国零售商业经营方式的新变化.....	(132)
第六章 外国商业经营	(139)
第一节 外国商业经营的基本条件.....	(139)
第二节 外国商业经营地点及方向的选择.....	(142)
第三节 外国商业的经营思想.....	(148)
第四节 外国商业经营的发展趋势.....	(153)
第七章 外国商业管理	(162)
第一节 外国商业管理体制.....	(162)
第二节 外国商业管理组织形式和方法.....	(170)
第八章 外国商业价格	(179)
第一节 外国商业价格的形成.....	(179)
第二节 外国商业的定价目标.....	(190)
第三节 外国商业的定价策略.....	(193)
第四节 外国商业的定价方法.....	(200)
第五节 外国商业的价格管理.....	(213)
第九章 外国商业的物流和信息流	(220)
第一节 外国商业的物流.....	(220)
第二节 外国商业的信息流.....	(230)

第十章	外国商业人才的培训与选拔	(233)
第一节	外国商业人才的选拔.....	(233)
第二节	外国商业人才的培训.....	(240)
第三节	外国商业劳动的考核和报酬.....	(248)
第四节	外国商业职工福利和劳工关系.....	(254)
第十一章	外国商业行政法规	(257)
第一节	外国商业行政法规的概念及内容.....	(257)
第二节	外国商业的竞争法规.....	(270)
第三节	外国的商业调整及现代化政策.....	(277)
第四节	外国商业保护消费者利益的政策.....	(284)
第十二章	外国商业环境	(289)
第一节	外国商业与其他产业.....	(289)
第二节	外国商业与市场.....	(293)
第三节	外国商业与公共服务设施.....	(297)
第四节	外国商业与货币金融.....	(301)
后 记		(305)

第一章

外国商业概况

外国商业研究的是，从世界各国、各地区商业经济活动的宏观角度，考察不同类型的国家或地区的商业，力求揭示出寓于这些不同类型的国家或地区的各具特色的商业现象中的商业一般，以作为发展我国社会主义商业的借鉴。这个研究对象和研究宗旨说明，这是一门空间跨度较大，具有比较研究性质的科学。因此，这一研究需要从总体上概述外国商业的基本情况开始。

第一节 外国商业的分类及构成要素

一、外国商业的一般概念

商业作为一种古老的行业，在人类社会已经存在了几千年。几千年来，它随着社会生产力和商品货币经济的发展而发展。人们越来越清楚地认识到，商业的发展既是社会生产力发展的结果和表现，也是社会生产力发展的要求和条件。随着商品经济的发展，商业在国计民生中的地位和作用的重要性，不仅受到发达国家的高度重视，而越来越为发展中国家所重视。然而，对于商业这一概念的涵义及其实质，各国学者却有各种不同的认识和理解，这种认识上的差别的存在，究其原因就在于商业这一概念是随着时代的发展而不断发展变化的。

在国外，人们对从事媒介商品或劳务交换的行为的称谓是不尽相同的。美国曾先后使用过Market distribution、Commodity distribution和Marketing等用语，英国是用Commerce和Trade两个词汇来表示的，而日本最初则是用“配给”来表示商业行为的。把世界各国有关商业概念的种种界说归纳起来，大致有以下几种：

1. “商品交换”说。以商品交换作为商业的定义，是商业最早的概念。其代表人物之一是英国的古典经济学家亚当·斯密。此种观点认为，凡是交换行为，或凡是有规则、有组织进行的交换行为，或凡是以货币为媒介的交换行为即是商业。当代苏联学者波克罗夫斯基也认为，商业“是指在为产品交换过程中服务的特殊业务活动的总和。商业按其物质内容来说，无非是一种劳动同另一种劳动的交换”^①。

2. “再销售购买”或“为卖而买”说。这种观点在德国和法国较为流行。他们认为，单纯的销售或购买不是商业，只有为卖而买，即把在这一方购买的商品出售给另一方的买卖，才是商业。这种观点又分为两派。一派认为，不管买进的商品是原样再销售还是经过加工后再销售，只要把卖同为卖而买结合起来，便是商业；另一派认为，凡是为卖而买的商业行为，必须以购进商品未经过加工即购进商品原样再销售为条件。很明显，前者的“为卖而买”商业说，包括商品经济条件下的生产经营即商品生产行为，是一种广义的“为卖而买”商业说。

3. “商人”说。这种观点的代表人物之一是德国的马塔雅。他认为，只有以营利为目的的职业商人有组织地连续进行的为卖而买的行为才是商业。这种观点反映了商人与生产者的分离，把商业看成是一种独立于生产之外的经济活动。

^①《苏联商业经济学》，中国财经出版社1986年版，第27页。

4. “配给”说。持这种观点的主要是一些日本学者。他们把商品从最初的生产者向最终的消费者转移流通的社会现象称为“配给”，即商业现象。这种观点把商业看成是实现商品从生产向消费流通的有组织的经营活功。

5. “职能”说。这种观点在法国和日本较为流行。职能说是根据商业所承担的社会职能以及它在国民经济中的作用，来给商业下定义的。这种观点认为，能够承担解决生产与消费之间的时空矛盾和人为阻隔的职能行为便是商业。

上述各种观点，是在社会经济发展过程中，对商业概念的不同界定。不过，所有这些解释都局限在以商品货物为交易对象的狭义的商业范畴内。实际上，现代各国商业的范畴在日趋扩大，所包含的行业和行为日益增多，因而狭义的商业概念已不足以概括当今国外商业的全部活动内容。

从当代世界各国商业的全部情况看，特别是从西方发达国家商业活动的实际情况看，商业的定义是相当宽泛的，泛指以营利为目的、以媒介财物所有权的转移或以提供有偿劳务为主业的一切交易行为。在世界各国的商法或商业法中，对现代商业的实质及范围，大都有这种广义的明文规定。

二、外国商业的分类

按照人们对现代商业的广义理解，可依据下列标准划分外国商业的类型。

1. 以商业的组织形式为标准分类。按此标准，外国商业可分为个人独资商业和共同投资商业。其中，共同投资商业又分为合伙集资商业、公司组织商业和国家投资商业。

2. 以经营客体为标准分类。按此标准，外国商业可分为商品交易业、资本交易业和劳务交易业三种类型。其中，商品交

易业是外国商业的基本行业，而资本交易业和劳务交易业是近年来逐步兴起的，其发展势头方兴未艾。

3.以商品种类为标准分类。按此标准，外国商业可分为动产商业即经营一般商品货物的行业；不动产商业，即经营土地、房产及其附属物的行业；以及证券交易业等三种类型。其中的每一类又包括若干子行业。

4.以经营活动区域为标准分类。按此标准，经营活动区域仅限于本国领土内者，为国内贸易业；经营活动区域超出本国领土以外者，为国际贸易业。从发达国家的情况看，很多商业正在向内外贸兼营的方向发展。

5.以交易活动在商品流通中所处的地位为标准分类。按此标准，外国商业可分为批发商业和零售商业两类。其中的每一类又包含诸多不同的行业。

6.以流通活动所体现的不同经济功能为标准分类。按此标准，外国商业可分为商品收集组织、商品中转组织、商品分散组织、商品交易所等。商品收集组织是把量少而又分散生产的产品收集起来，供给大规模加工制造业和商业，用以加工或转售的商业机构。一般由聚集货物职能的收购组织和实行储运职能的发运组织所构成。商品中转组织是将聚集的商品分别向本地、外地批发商和用户贩运或向本地零售商批售的商业机构。商品中转组织一般是通过中转市场，借助商品交易所、拍卖市场、中心批发市场等来完成其特定功能的。商品分散组织是指将收集组织和中转组织收购的商品，以及生产单位生产的产品，进行批量和零星销售的商业机构。这种机构一般由批发商业和零售商业所组成。商品交易所是集中大宗商品进行现货及期货买卖的有组织的市场。参加交易的有各种商品的生产和贸易组织及职业经纪人。作为商品流通的中枢机构，国外的商品

交易所异常发达，其主要功能是吸引和组织各地的投资者、贸易商、生产商和投机者，在自由竞争的条件下，从事商品期货交易活动。

上述各种分类表明，外国商业所包括的行业较宽，经营范围涉及面很广，对社会生活的作用和影响也很大。

三、外国商业构成中的主体要素和客体要素

由于世界各国的商品生产的规模和水平有很大差别，市场的发育程度和覆盖范围有较大悬殊，加之现代科技成果在商业领域的应用参差不齐，致使各国商业的发展过程不很均衡。这样，各国商业在专业化分工水平、组织形式、经营方式以及企业经营管理状况等方面，必然存在差异。但是，若从商业构成要素的角度来考察各国商业，它们又有许多共同之处，即各国商业一般都由商人、商业组织、商品、资本等要素所构成。

1. 外国商业的主体

外国商业的主体包括商人和商业组织。

(1) 商人。商人是构成商业的最重要的主体要素。在国外，商人通常是指用自己的名义进行投资，并以从事商业行为职业的人。商人的范围包括法人和自然人。具体说，商人可分为下述类别：

自营商人。自营商人是指用自己的名义独立出资从事商业行为的人。他们独自承担经营损益。所以，在法律上自营商人是权利义务的主体。

经纪商人。经纪商人的类型较为复杂，其中既有设立商号，用自己或别人的名义从事商业活动者，又有用个人身份在供需之间居间介绍者，还有通过提供市场行情或买卖机会而促成供需双方成交或订约者。一般说来，经纪商人依其经营方式

的不同，可分为下列四种：第一，代理商，也称代办商人。凡以自己商行的名义接受他人委托，并于一定期间内用委托人的名义代其办理或媒介市场交易的人，都称为代理人。如推销代理商、单购代理商等。代理商在代办他人委托的业务时，必须事先将双方的权利义务关系以契约或合同等形式确定下来。在接受委托期间，交易中发生的损益，全部由委托人承担，代理商只收取一定的手续费。代理商在未得到委托人同意之前，不得接受其他同类企业的委托，也不得受任其他企业授以的职务，否则，委托人有追究赔偿其营业上损失的权利。第二，居间商，也称掮客。凡接受他人委托，在买卖双方之间负责进行联络、介绍，以促使双方成交并收取一定报酬的人，都属于居间商。居间商一般不直接从事交易行为，营业场所亦可有可无，通常是作为交易的中间人，以向买卖双方提供最佳的成交机会的方式，来发挥其中间联络作用的。居间商有向买卖双方收取报酬的权利，当其接受当事人一方的委托时，有为当事人的姓名、商号保密的义务。在国外市场上，居间商的活动范围甚广，除商品买卖外，在运输、保险、票据、证券、土地交易等方面，都有居间商存在。第三，行纪商。凡设立商号，接受他人委托，以自己的名义为委托人等筹划并从事动产买卖的人，都为行纪商。行纪商的经营活动类似于旧中国的牙行和报关行。在买卖交易过程中，行纪商一方面可受他人委托销售商品，另一方面也可受他人委托采购商品，以自己的名义同时为双方进行交易，从中收取报酬。但是，在交易活动中，行纪商须依委托人所指定的价格、质量、数量等标准组织购销。否则，因违约而受益的部分由委托人独享，而发生的违约损失则由行纪商自负。第四，承揽商。凡以自己的名义接受他人的委托，承揽包装、运输、挑选等业务及提供其他劳务行为，并收

取一定报酬的人，统称为承揽商。承揽商与行纪商的不同之处在于，行纪商为货物买卖起媒介作用，而承揽商则为货物贩运服务，并提供生产者、商人及消费者所需的有关劳务项目。

从业商人。也称商业使用人。从业商人是受自营商人或经纪商人的聘任、选用，为其从事日常经营业务，而收取一定报酬的人。从业商人通常由三部分组成：第一，经理。经理是从从业商人中地位最高的企业管理者。对外他是商业组织的代表，对内他有权决定企业的经营政策，有权运用资金，有权指挥监督及任免其他各级从业人员。但是，对于企业的不动产，未经企业主的允许，经理不得任意处置。在国外，个人组织和合伙组织中的经理由企业主选任，公司的经理则由董事会聘任。政府企业的经理一般由国家有关行政部门任用。第二，办事人员。办事人员通常由企业主或经理选任。在企业中，办事人员受经理指挥和监督，负责办理某一方面的业务活动。在办事人员的责任范围内，他有权代理业主从事日常经营与管理。办事人员因委任其代理权的范围有大有小，故其职位亦有高有低。第三，售货服务人员。他们是处于市场交易活动第一线的劳动者。在西方国家中，售货服务人员的权利和义务，一般都通过契约的形式加以明确。在企业中，他们有认真完成本职工作的责任，业主或经理对之则负有指导其工作、培训其业务素质和保证其正常的经济、福利待遇的责任。

上述自营商人、经纪商人及从业商人，虽然所从事的商业行为不同，在商业组织中所处的地位也有差别。但是，他们在市场交易活动中所承担的任务是共同的，即他们都要在不同层次上决定经营方针、确定组织形式、筹划经营业务、处理日常事务和承担各种风险等。

(2) 商业组织。商业组织是指以从事商业行为为目的而设

立的社团。外国的商业组织，从行业性质的角度看，包括批发商业、零售商业、饮食服务业三大类。但若从其经济性质的角度看，包括的类型则较为复杂，大体包括下列几种：

个体商贩。个体商贩是指不雇佣他人劳动，靠自己的劳动进行经营的小商业。这种小商业在世界各国都普遍存在，并在社会商业构成中占较大比重。如经济高度发达的美国，60年代末不雇佣劳动力的零售商店占全国总店数的27%；日本在70年代中期，从业人员只有一、二人的小商店也占零售店总数的61.9%。尽管如此，个体商贩在各国的商品流通中都不起支配作用，而处于从属地位。

独资商业企业。也称个人企业或单人公司。它是由私人独立出资，雇佣一定数量的劳动力从事商业经营的实体单位。独资企业是商业企业组织最早、最简单的形式。这种商业企业的规模虽小，但其数量在外国商业中仍占相当优势。它的特点是：企业由个人控制，决策不受他人掣肘，经营的自由度大，保密性强；完全的自负盈亏，促使业主注意效率和对一切细节的深思熟虑；能使个人的能力和创造力充分发挥。但是，它同时也有明显的劣势：首先因资金来源有限，企业的发展受到限制。由于冒险是否成功，很大程度上取决于业主的素质和经验，除非人们对业主具有充分的信任，否则谁也不愿为其提供资金，再加上通过企业盈利而形成追加投资的过程又相对缓慢，这就成了独资企业大多都维持在较小规模上的重要原因。其次，独资商业企业负有无限的清偿责任，一旦企业经营失利，不仅企业的财产、而且业主的私人资产也会损失殆尽。再次，企业经营管理缺乏继承连续性，随着业主的亡故或退休，企业活动也将停止。基于上述缺陷，外国独资企业形式的商业组织通常都主要限于那些刚开张的企业或某些零售行业。

合资商业企业。也称合伙企业。这是几个人联合起来共同投资，订立契约，共同经营并共负盈亏的一种商业企业组织。这种组织形式，虽然企业可获得较多资金，业务范围亦可相应扩大，但仍不足以兴办现代化的大型企业，因之，合资商业企业仍然停留在较小的规模上。合资商业企业适合于创办一些零售企业和某些常规专业技术性质的咨询企业、劳务企业。这样，合伙出资就不一定都局限于货币形式，以专业技能和经验以及信誉、劳务代之，亦能在合资经营中发挥独特效用。合资商业企业的不利因素是：首先，债务责任是无限的，如果企业破产倒闭，会直接危及合伙人的个人财产，这在一定程度上影响合伙企业的组成。其次，志同道合、甘苦与共式的合伙者很难寻觅，而且随着合伙人的增加，无限清偿责任所固有的风险也随之增加。再次，合伙经营的法律约束力较差，企业具有不稳定性，并且缺乏连续性。

股份公司。股份公司是以营利为目的，依法组织设立的社团法人。它是外国商业组织中最主要的形式，特别是在西方国家，各种类型的商业股份公司均在社会商业企业总数量构成中占主要地位（见表1—1）。