

YEWUJIAOCHENG

工商银行业务教程

湖南大学出版社

78
5.0802
12

本书编写人员

主编:

陈采岚 贺三多 赵联盟

编者 (以姓氏笔划为序):

石光镇	刘建桃	李辑光	易传和
张玉晶	张秀谷	周慰堂	贺三多
贺寿水	赵联盟	梁述生	曹助中
曾长青			

工商银行业务教程

中国工商银行湖南省分行宣教处

★

湖南大学出版社出版发行

湖南省新华书店经销 湖南省湘乡市印刷厂印刷

★

850×1168毫米 32开 20.97印张 500千字

1986年12月第1版 1986年12月第1次印刷

印数 1—18000册

ISBN 7—314—00088—3/F·11

统一书号: 4412·11 定价: 3.90元



前 言

中国工商银行是在我国金融体制改革中诞生的专业银行。

随着城市经济体制改革和金融体制改革的深入，工商银行的业务也在不断地发展，传统业务不断革新、演变，新业务不断开拓。与此同时，其业务管理本身，包括管理办法、管理制度和管理手段，也在不断发展。所有这些，都给工商银行的广大干部提出了一个新任务，那就是为了适应这一形势发展的要求，必须努力学习，推陈出新，开拓未来。特别是在业务量不断扩大、新干部日益增多的情况下，对新入行的同志进行系统的岗前业务培训，更是现实工作的迫切要求。为此，我们编写了这本《工商银行业务教程》，以供工商银行新干部培训和广大在职人员自学之需要。本书还可供其他专业银行干部、工商企业财务人员以及中、高等财经院校教学参考。

本书的试用本1986年曾在广西、宁夏和湖南三省（区）工商银行系统干部培训中试用。这次，在广泛征求使用单位的意见后，我们又作了较大的补充和修改，现正式出版。

《工商银行业务教程》是中国工商银行湖南省分行宣教处主持编写的，由陈采岚、贺三多、赵联盟主编，参加编写的有（以姓氏笔划为序）：石光镇、刘建桃、李辑光、易传和、张玉晶、张秀谷、周慰堂、贺三多、贺寿水、赵联盟、梁述生、曹助中、曾长青等同志。在编写过程中，得到工商银行怀化干部学校、衡阳干部中等专业学校，以及湖南省分行各业务处

室和湘潭、衡阳市支行的大力支持；工商银行宁夏分行和广西分行的同志也提出了宝贵意见。在此，一并表示诚挚的谢意。

当前，我国金融体制改革正在进行，工商银行业务的许多新问题尚待实践和探索，加之编者水平有限，书中肯定会有不少缺点、错误，请读者批评指正。

编 者

一九八六年十月

目 录

第一篇 货币、信用与银行

第一章 货 币	(1)
第一节 货币的产生和本质	(1)
第二节 货币的职能	(10)
第三节 货币流通规律	(16)
第四节 资本主义的货币制度	(18)
第五节 我国货币的历史发展和社会主义的货币 制度	(23)
第六节 我国社会主义货币的本质、职能和作用 ..	(30)
第二章 信 用	(37)
第一节 信用的产生和高利贷信用	(37)
第二节 资本主义信用	(39)
第三节 我国社会主义信用	(43)
第四节 信用形式	(48)
第五节 信用工具	(54)
第三章 银 行	(61)
第一节 银行产生的历史简况	(61)
第二节 资本主义银行的性质、职能和作用	(64)
第三节 资本主义金融体系	(68)
第四节 我国社会主义银行的建立	(73)
第五节 我国社会主义金融体系	(76)
第六节 我国社会主义银行的性质	(81)
第七节 我国社会主义银行的职能、作用	(84)

第二篇 货币流通与计划

第四章 我国社会主义的货币流通	(89)
第一节 货币流通的形式与渠道.....	(89)
第二节 货币流通调查.....	(95)
第三节 货币流通正常的标志与条件.....	(101)
第五章 现金管理	(111)
第一节 现金管理的意义与做法.....	(111)
第二节 工资基金监督.....	(117)
第六章 信贷收支计划	(121)
第一节 信贷收支计划的作用.....	(121)
第二节 实贷实存信贷资金管理办法.....	(123)
第三节 信贷收支计划的编制.....	(128)
第四节 信贷收支计划的执行.....	(135)
第五节 信贷收支计划执行情况的检查.....	(142)
第七章 现金收支计划	(145)
第一节 现金收支计划的任务和作用.....	(145)
第二节 现金收支计划的编制.....	(146)
第三节 现金收支计划的检查.....	(151)
第四节 现金收支计划与信贷收支计划的关系.....	(153)
第八章 银行统计工作	(156)
第一节 银行统计工作概述.....	(156)
第二节 银行统计报表.....	(159)
第三节 银行统计的基本方法.....	(170)
第九章 利率管理	(184)
第一节 利率管理的作用.....	(184)
第二节 利率管理的基本内容.....	(185)

第三节	利率管理的职责和工作要求	(189)
第十章	银行经济信息工作	(192)
第一节	银行经济信息工作的任务和作用	(192)
第二节	银行经济信息工作的基本方法	(195)
第三节	银行经济信息管理	(197)

第三篇 工商信贷

第十一章	工商信贷管理概述	(201)
第一节	工商信贷的作用和任务	(201)
第二节	工商信贷的管理	(203)
第十二章	工商企业资金与银行信贷	(217)
第一节	工业企业资金及其周转	(217)
第二节	商业企业资金及其周转	(223)
第三节	工商企业资金与银行信贷的关系	(227)
第四节	银行统一管理流动资金	(229)
第十三章	工业流动资金贷款	(234)
第一节	生产周转贷款	(234)
第二节	物资供销企业和城镇集体工业企业贷款的掌握	(257)
第三节	结算贷款	(260)
第四节	贷款的检查	(263)
第十四章	商业、服务业流动资金贷款和个体经营户贷款	(266)
第一节	商业、服务业流动资金贷款概述	(266)
第二节	商品周转贷款	(269)
第三节	商业、服务业临时贷款	(281)
第四节	城镇个体经营户贷款	(283)

第十五章 固定资产贷款	(290)
第一节 固定资金周转和银行贷款调节.....	(290)
第二节 技术改造贷款的管理.....	(294)
第三节 专用基金贷款.....	(306)
第四节 网点设施贷款.....	(309)
第五节 科技开发贷款.....	(310)

第四篇 储蓄业务与核算

第十六章 人民储蓄的性质和作用	(315)
第一节 人民储蓄的性质.....	(315)
第二节 人民储蓄的作用.....	(317)
第十七章 我国储蓄的政策、原则和种类	(320)
第一节 储蓄政策.....	(320)
第二节 储蓄原则.....	(321)
第三节 储蓄的种类.....	(326)
第十八章 储蓄业务的核算	(331)
第一节 储蓄核算概述.....	(331)
第二节 活期储蓄存款的核算.....	(332)
第三节 定期储蓄存款的核算.....	(337)
第四节 储蓄托收及挂失的处理.....	(342)
第五节 储蓄所的结帐与帐务核对.....	(345)
第六节 储蓄管理部门的帐务处理.....	(348)
第十九章 储蓄存款的利息计算	(351)
第一节 储蓄利息计算的一般规则.....	(351)
第二节 储蓄利息计算的基本方法.....	(352)
第二十章 努力做好储蓄工作	(373)
第一节 储蓄的调查研究工作.....	(373)

第二节	搞好储蓄宣传, 提高服务质量·····	(374)
-----	---------------------	---------

第五篇 银行会计核算

第二十一章	银行会计核算概论·····	(379)
第一节	银行会计核算的对象和作用·····	(379)
第二节	会计核算的组织领导与工作任务·····	(384)
第二十二章	会计核算的基本方法·····	(392)
第一节	概 述·····	(392)
第二节	复式记帐的基本原理与资金收付记帐法	(393)
第三节	会计科目·····	(401)
第四节	会计凭证·····	(406)
第五节	帐务组织与帐务处理·····	(410)
第六节	会计报表·····	(416)
第二十三章	结算业务的核算·····	(421)
第一节	结算业务概述·····	(421)
第二节	同城结算的核算·····	(425)
第三节	异地结算的核算·····	(432)
第四节	结算业务收费的核算·····	(460)
第二十四章	工商企业贷款业务的核算·····	(464)
第一节	怎样做好工商贷款的核算工作·····	(464)
第二节	逐笔核贷的核算·····	(466)
第三节	定期调整结算贷款的核算·····	(470)
第四节	商业汇票承兑和贴现业务的核算·····	(474)
第二十五章	联行往来的核算·····	(483)
第一节	联行概论·····	(483)
第二节	全国联行往来的核算·····	(487)
第三节	省辖往来的核算·····	(510)

第四节	支行辖内往来的核算	(516)
第五节	同业往来的核算	(520)
第六节	同城行处的票据交换	(526)
第二十六章	代理国库业务的核算	(531)
第一节	代理国库业务概述	(531)
第二节	预算收入收纳的核算	(533)
第三节	预算收入报解的核算	(538)
第四节	库款支拨的核算	(541)
第五节	国库券收兑业务的核算	(543)
第二十七章	财务管理与核算	(548)
第一节	财务管理的意义和范围	(548)
第二节	资金管理与核算	(548)
第三节	财务损益的核算	(559)
第四节	财产管理与核算	(563)
第二十八章	年度决算	(567)
第一节	年度决算概述	(567)
第二节	年度决算的准备	(568)
第三节	决算日的处理	(570)

第六篇 现金出纳

第二十九章	出纳工作概述	(573)
第一节	银行出纳工作的性质和意义	(573)
第二节	出纳工作的任务和原则	(576)
第三十章	现金收付整点与票币兑换	(582)
第一节	柜面现金收付	(582)
第二节	其他现金收付	(587)
第三节	票币的挑剔与整理	(590)

第三十一章	出纳工作管理	(592)
第一节	库房管理与库款运送.....	(592)
第二节	票样管理与反假票工作.....	(596)
第三节	金银管理与代理金银业务.....	(598)
第四节	出纳机具管理与出纳错款处理.....	(603)

第七篇 数字书写与珠算技术

第三十二章	数字的书写	(607)
第一节	数字书写的基本要求.....	(607)
第二节	阿拉伯数字的书写.....	(609)
第三节	中文大写数字的书写.....	(611)
第三十三章	珠算基本知识	(616)
第一节	珠算的起源和发展.....	(616)
第二节	珠算的地位和作用.....	(618)
第三节	算盘的种类和结构.....	(619)
第四节	珠算指法.....	(620)
第三十四章	珠算加减法	(624)
第一节	加减法的基础知识.....	(624)
第二节	加减法口诀.....	(624)
第三节	不用口诀的加减法.....	(624)
第四节	简捷加减法.....	(627)
第五节	加减法基本练习.....	(628)
第三十五章	珠算乘法	(631)
第一节	乘法的基础知识.....	(631)
第二节	乘法种类.....	(631)
第三节	几种简捷乘法.....	(638)
第四节	乘积的定位.....	(640)

第五节	乘法基本练习.....	(643)
第三十六章	珠算除法.....	(645)
第一节	除法的基础知识.....	(645)
第二节	除法的定位.....	(645)
第三节	商除法.....	(648)
第四节	归除法.....	(650)
第五节	加减代除法.....	(656)

第一章 货 币

第一节、货币的产生和本质

一、货币起源于商品

马克思主义告诉我们，研究货币的起源，应该从认识商品开始。因为，货币原来就是一种商品，“货币结晶是交换过程的必然产物”，“货币是以商品交换发展到一定高度为前提的。”（《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第105页、193页）货币是在长期的商品交换发展过程中，自发地从无数种商品里分离出来而形成的。

商品是一种对人们有用的、为了进行交换而生产的劳动产品。没有用的物品，即使是劳动产品，若不能交换也不能成为商品；有用的物品，没有经过人类劳动，不是商品；人类劳动创造的有用物品，如果只是为了自己享用，而不拿去交换，也不是商品。这也就是说，只有同时具有使用价值和价值两种属性的物品才是商品。

商品的使用价值就是商品的有用性，即它能满足人们一定需要的属性，它是商品的自然属性。如大米可以充饥、衣服能够御寒，煤炭可以作为燃料使用和制作染料、药品、合成纤维等。物品各种不同的使用价值，是由各种不同的具体形式的劳动生产出来的。另一方面，商品作为劳动的产物，人们在生产它的过程中，尽管劳动的具体形式各不相同，但都是人类劳动力的支出，是人的脑力劳动和体力劳动在生产上的消耗。这种撇开具体形式的人类的一般劳动，就是商品的价值，它是由抽

象劳动形成的，是商品的社会属性。价值是商品最本质的因素。商品的二重性（使用价值和价值）是由生产商品的劳动二重性（具体劳动和抽象劳动）决定的。

各种商品，就其使用价值来看，是各不相同的，但就其价值看，则是相同的。正是由于一切商品都具有同质的东西——价值，这就使得各种商品能够互相比较，从而也就有可能以一定的数量比例进行交换。

商品是使用价值和价值的矛盾统一体，使用价值和价值的矛盾表现。就商品的使用价值来说，它是商品生产者为满足别人的需要而生产的，而不是为他自己的需要而生产的，他只是为了取得价值而去生产，而去创造使用价值。所以，当商品生产出来以后，生产者就须把使用价值转让给他人，并从他人手里取得价值。这样，商品使用价值和价值的矛盾使交换成为必要，并推动交换的发展。商品的使用价值是人们能够直接感触到的，而价值作为一定的社会关系的体现，则是看不见、摸不着的，那么，价值怎样才能表现出来呢？价值既是商品的社会属性，那就只能通过商品与商品的社会关系，即交换关系来表现自己。价值表现为一种商品的使用价值同另一种商品使用价值的量的关系或比例。例如，一只羊和五斗谷相交换，就形成了两种使用价值相交换的量的关系或比例，五斗谷就是一只羊的交换价值；反过来，一只羊也是五斗谷的交换价值。这样，一种商品的价值，通过交换，表现在另一种商品上的现象，就是商品价值的表现形态，简称价值形态。

二、价值形态演变与货币的产生

价值形态曾经历了一个漫长的演变过程。开始商品是直接和另一种商品相交换，后来一切商品都通过货币来进行交换，一切商品的价值都用货币来表现，这是价值形态演变的最后结果。看看价值形态的演变过程，我们就能明白货币是怎样在商

品交换发展过程中产生的了。

(一)简单价值形态。价值形态的发展过程是同商品交换的发展过程相适应的。在原始社会初期，由于生产力水平很低，人们群居在一起，共同劳动，平均分配，没有剩余商品，因而不需要交换。随着社会生产力的发展，产品逐渐有了剩余，生活需要有所扩大，原始公社之间便将少量的多余产品偶然拿来交换。实际上，这种偶然交换的商品还不是完全意义上的商品，而只是一种萌芽中的商品。因此，它的价值也只是偶然地，简单地表现在另一种商品上。比如，拿一只羊换五斗谷，用等式表示即：

$$\text{一只羊} = \text{五斗谷}$$

这一只羊的价值就偶然地在五斗谷上表现出来。由于谷不表现自身的价值，而是充当另一种商品即羊的价值的表现者，从而表现另一种商品具有同自己相等的价值，因此，它就成为等价物，也就是说，谷成为羊的等价物，而羊通过这一交换，具有最简单的价值表现。在这里，一种商品的价值，偶然地以另一种商品来表现的价值形态称为“简单价值形态”。

在上述等式中，一种商品（羊）把它的价值相对地表现在另一种商品（谷）上，所以是处于相对价值形态，起着主动的作用；而另一种商品（谷）并不表现自己的价值，只是充当等价物表现羊的价值，所以是处于等价形态，起着被动的作用。

从相对价值形态来看，两种不同商品即羊和谷，之所以能在数量上相比较，并按一定的比例进行交换，在于两者都凝结着人类无差别的一般劳动，都具有价值这个共同的质。同时，处于相对价值形态的商品（一只羊）不仅相对地表现出其本身价值，而且还相对表现出自己的价值量（值五斗谷）。一只羊值五斗谷，表明它们之间等价交换的必要规律。

再从等价形态来看，商品在等价形态这个地位中，具有

三个特点：一是使用价值成为它的对立物即价值的表现形式。任何一种商品都不能以自身作为等价物；它的价值不能用本身的自然形态来表现，比如，一只羊等于一只羊，那是毫无意义的。在羊和谷的交换过程中，羊的价值是通过谷的使用价值来证明的，谷的使用价值被用来作为其对立物羊的价值的表现形式。二是具体劳动成为抽象劳动的表现形式。在羊和谷的交换关系中，充当等价物的商品（谷），它本来是具体劳动的产品，但它处于等价形态时，它就作为抽象劳动的化身而出现了。因而，具体劳动变成为抽象劳动的代表或实现形式。三是使私人劳动具有社会劳动的性质。在以私有制为基础的商品价值关系中，生产商品所耗费的具体劳动，具有私人劳动的性质。但是，当一种商品充当等价物时，生产它的私人劳动就作为直接社会劳动的代表而出现。在羊和谷的交换关系中，羊和谷都是私人劳动的产物，在等价形态中，谷的私人劳动直接以其对立物羊的社会劳动而出现，即谷具有直接的社会劳动的形态。

通过以上对简单价值形态的分析，我们看到，处于相对价值形态的商品（羊），仅仅是以使用价值的形式出现的，而处于等价形态上的商品（谷），则是以价值形式出现的。商品原是使用价值和价值的统一体，在它内部所包含的这种使用价值和价值的对立，通过交换而表现为外部对立，即两个商品的对立。所以，商品的简单价值形态，就是商品内部使用价值和价值的矛盾的简单表现形态。

（二）扩大的价值形态，随着社会生产的发展，出现了第一次社会大分工，即农业和畜牧业的分离。商品交换发展了，交换逐渐成为经常现象。这时，一种商品已不限于偶然地只与另一种商品交换，而是与其它许多的商品相交换。一种商品的价值不仅仅是表现在另一种商品上，而是经常表现在许多商品

上。这种价值的表现形态，称为“扩大的价值形态”。用等式来表示即：

一只羊 = 五斗谷，或 = 五把石斧，或 = 三斤茶叶，
或 = 二张弓，或 = 其它商品。

扩大的价值形态是简单价值形态表现的扩大。它比简单的价值形态前进了一步。在这里，一种商品如羊的价值，是通过一系列的其它商品来表现的，其它的商品都成为表现羊的价值的材料。这时，商品的价值才真正表现为无差别的人类劳动的凝结。因为在这种价值形态中，每一个商品所包含的劳动，与其它许多种商品所包含的劳动在量上可以相互比较。于是，两种商品之间交换的比例就不再是偶然的了。商品交换量的比例关系，真正由商品价值量来调节。

扩大价值形态同简单价值形态的区别在于，与相对价值形态上的商品（羊）相对立的等价形态不是一种商品（谷），而是一系列的商品（谷、石斧、茶叶、弓其他商品等）。羊的价值、抽象劳动、社会劳动，已不是用一种商品，而是交替着以多种商品的使用价值、具体劳动、私人劳动来表现。这也反映出，商品生产者之间的社会联系有了进一步的发展。

（三）一般价值形态。扩大价值形态虽然比简单价值形态有了进一步的发展，使某一种商品能同许多种商品相交换，但就商品的全体来说，它们的价值仍然没有一个共同的、统一的表现，没有一个独立于个人需要之外且为大家公认的等价物。于是，需求双方只有在需求一致、时间和地点一致的条件下，交换行为才能真正实现。假如有人想用羊去换石斧，但有石斧的人不要羊，而需要谷，谷的所有者同样不要羊，而需要茶叶，在这种情况下，羊的所有者想把羊换成石斧，就须先把羊换成茶叶，再用茶叶换成谷，然后才能用谷去换回石斧。这样的交换显然不适应日益扩大的商品交换的需要，客观上要求有