



金融干部自学进修丛书

商业经济与管理

黄国雄 著

SHANG YE JING JI

YU GUAN LI

中国金融出版社

商业经济与管理

黄国雄 著

商业经济与管理

黄国雄 著

中国金融出版社 出版发行
温江人民印刷厂 排 版
河北新城印刷厂 印 刷

787×1092毫米 32开本 8.625印张 180,000字

1986年2月第一版 1986年2月第一次印刷

印数：1—5,000

统一书号：4058·174 定价：1.35元

前 言

《商业经济与管理》是为金融系统的广大干部、职工自学进修而编写的丛书之一，包括商业经济与商业企业管理两门学科的主要内容。商业经济学的研究对象是商品流通领域中的经济关系及其发展的一般规律，而商业企业管理学是研究商业企业管理活动的规律。它们固然各有自己的研究领域，但又是相互补充、相互联系的。本书力求从宏观和微观的结合上，集中、扼要地阐述商业经济的基本理论、基本政策和管理的基本原则。所以，也适合其它系统干部、职工自学和非商业经济专业的大专院校、干训班学习、使用。

什么是商业？商业是“商品交换的发达形式”，①是专门从事商品交换的经济事业。商业是商品生产发展的产物，又是商品生产进一步发展的条件。马克思主义关于社会再生产的原理告诉我们，社会的再生产的过程，一般都是由生产、分配、交换、消费这四个环节有机组成的。它们相互联系、相互制约、互为条件，构成了一个总体的各个环节、一个统一体内部的差别。在这个统一体内，生产是最根本的决定因素，决定着分配、交换和消费。没有生产，也就没有分配和交换，也就不可能进行消费。同时，分配、交换和消费

①马克思：《资本论》第1卷，人民出版社1972年版，第182页。

也从不同的方面反作用于生产。交换处于再生产过程的中间环节，它不仅直接影响着生产，还通过对分配、消费的影响间接地反作用于生产的整个过程。交换能够促进或阻碍生产的发展；能够激化或调节生产同消费的矛盾；能够影响生产的规模和结构；能够促使旧的生产方式的破坏和瓦解，促进新的生产方式的产生、巩固和发展。总之，生产和流通的结合是社会再生产顺利进行的必要条件。在商品生产的条件下，交换这种作用是通过商业的活动来完成的。正是从这一点出发，马克思说，在商品生产中，流通和生产本身一样必要，从而流通当事人也和生产当事人一样必要。

在社会主义社会，由于存在着两种不同程度的公有制形式，存在着家庭副业和个体经济，存在着各个企业的相对独立性和经济差别，存在着按劳分配的形式，存在着商品生产和商品交换，就必然存在着专门从事商品交换的经济事业——商业。社会主义商业担负着社会再生产的交换职能，处于社会再生产过程的“中介”地位，是联系生产和消费、工业与农业、城市和乡村的桥梁和纽带。但是，多年以来，由于“左”的思想影响，既不重视商品流通理论的研究，也不重视商业企业的管理，造成流通与生产、流通与消费的脱节，严重地影响了国民经济的发展。

党的十一届三中全会以来，党中央认真总结建国以来正反两方面的经验教训，采取一系列措施，调整了生产关系，促进商品生产的发展，在理论和实践上开始摆正商业在国民经济建设中的地位。中共中央《关于建国以来党的若干历史问题的决议》指出：“要大力发展社会主义的商品生产和商品交换。”实践证明，只有充分发展商品生产，才能把经济

真正搞活，只有发挥商业在促进生产、引导生产方面的积极作用，才能搞活市场，为工农业生产的发展开辟广阔的前景。为此，党的十二届三中全会作出的《中共中央关于经济体制改革的决定》又进一步指出：“商品经济的充分发展，是社会经济发展的不可逾越的阶段，是实现我国经济现代化的必要条件。”这些就是我们研究和学习商业经济与管理的基本的指导思想。特别是随着党的对内搞活经济、对外实行开放的方针的贯彻，多种经济形式、多条流通渠道、多种经营方式、少环节的流通体制的建立，重视商品流通理论的研究，重视商业经济和商业企业管理的研究，不仅是商业工作者的基本任务，也是所有从事经济工作的同志包括金融工作者应予重视的一个重要问题。

党的十一届三中全会以来，为了充分发挥商业在促进生产、引导生产、保证供应、繁荣经济等方面的作用，结合城乡经济改革的逐步深入，国家开始对工农产品购销政策、商品流通渠道、商业管理体制等进行了一系列的调整和改革，大大丰富了商业经济与管理的内容。本书在编写过程中试图反映这些改革的内容和进程。但由于编者的水平有限，难免有挂一漏万和错误之处，敬请批评指正。

编 者

1984年11月

目 录

前 言	(1)
第一章 社会主义商业的地位和作用	(1)
第一节 商业的产生和发展	(1)
第二节 社会主义商业的建立和发展	(8)
第三节 社会主义商业的性质和作用	(17)
第二章 社会主义统一市场	(28)
第一节 市场的概念和性质	(28)
第二节 社会主义统一市场的形成	(33)
第三节 社会主义统一市场的经济结构	(40)
第四节 商品流通渠道	(46)
第三章 商品供求关系	(50)
第一节 商品供求性质	(50)
第二节 影响供求的因素	(59)
第三节 信贷对商品供求平衡的调节作用	(66)
第四节 有计划地组织供求平衡	(69)
第四章 商业管理体制	(72)
第一节 建立商业管理体制的原则	(72)
第二节 批发商业	(76)
第三节 零售商业	(82)
第四节 贸易中心	(87)

目 录

前 言	(1)
第一章 社会主义商业的地位和作用	(1)
第一节 商业的产生和发展	(1)
第二节 社会主义商业的建立和发展	(8)
第三节 社会主义商业的性质和作用	(17)
第二章 社会主义统一市场	(28)
第一节 市场的概念和性质	(28)
第二节 社会主义统一市场的形成	(33)
第三节 社会主义统一市场的经济结构	(40)
第四节 商品流通渠道	(46)
第三章 商品供求关系	(50)
第一节 商品供求性质	(50)
第二节 影响供求的因素	(59)
第三节 信贷对商品供求平衡的调节作用	(66)
第四节 有计划地组织供求平衡	(69)
第四章 商业管理体制	(72)
第一节 建立商业管理体制的原则	(72)
第二节 批发商业	(76)
第三节 零售商业	(82)
第四节 贸易中心	(87)

第五章 商业工作的方针和政策	(91)
第一节 社会主义商业工作的指导思想.....	(91)
第二节 商业政策.....	(95)
第三节 新时期商业工作的基本任务.....	(99)
第六章 市场调查	(102)
第一节 市场调查的意义和特点.....	(102)
第二节 市场调查的内容.....	(109)
第三节 市场调查计划的制订.....	(114)
第四节 市场调查的方法.....	(117)
第七章 商业企业管理	(124)
第一节 商业企业管理的基本任务.....	(124)
第二节 商业企业管理的基本原则.....	(129)
第三节 商业企业管理的内容.....	(134)
第四节 商业企业管理的基本方法.....	(138)
第八章 商业企业经营责任制	(141)
第一节 实行经营责任制的客观依据.....	(141)
第二节 商业经营责任制的特点.....	(145)
第三节 实行商业经营责任制的基本原则.....	(148)
第四节 经营责任制的内容和形式.....	(152)
第九章 商业经济效益	(159)
第一节 商业经济效益的特殊性.....	(159)
第二节 商业经济效果的评价.....	(162)
第三节 提高商业经济效益的途径.....	(168)
第十章 商业购销合同	(172)
第一节 商业合同.....	(172)
第二节 农副产品购销合同.....	(177)

第三节	工业品购销合同·····	(186)
第四节	商业合同的签订和实现·····	(183)
第五节	金融管理部门的监督·····	(189)
第十一章	商品价格·····	(191)
第一节	商品价格和价值规律·····	(191)
第二节	价格形成·····	(197)
第三节	价格构成·····	(204)
第四节	价格体系·····	(210)
第五节	价格政策与价格管理·····	(216)
第十二章	商品经营·····	(221)
第一节	商品经营的基本原则·····	(221)
第二节	农产品经营·····	(225)
第三节	日用工业品经营·····	(232)
第四节	农业生产资料经营·····	(245)
第十三章	民族贸易·····	(257)
第一节	民族贸易的重要性·····	(257)
第二节	民族贸易的特殊性·····	(259)
第三节	民族贸易的基本任务·····	(260)

第一章 社会主义商业的地位和作用

第一节 商业的产生和发展

社会主义商业是特定历史条件下的一种经济现象，与资本主义商业或前资本主义商业相比，它们具有共同的属性，即有历史发展的连贯性；同时，作为特定生产方式条件下的商业，又有自己的特殊性，即有质的规定性。这种特殊性并不排斥它们在各种社会经济形态中所包含着的某些共性。因此，我们要研究社会主义商业，就要研究商业的共性，考察商业的产生和发展过程，以及商业活动的一般规律，才能更好地了解社会主义商业存在的必要性和其特殊性。

一、商业的产生

什么是商业？按照马克思的说法，商业是“商品交换的发达形式”^①，是专门从事商品交换的经济事业。这就告诉我们，商业是一个历史的范畴，它不等于简单的商品交换，商品生产和商品交换发展到一定的程度才出现商业。在原始

^①马克思：《资本论》第1卷，人民出版社1972年版，第182页。

社会的很长一个历史时期内，由于社会生产力极端低下，社会没有分工，也没有剩余产品，所以，也不存在交换，更不存在商业。到了原始社会末期，由于社会生产力的发展，

“游牧部落从其余的野蛮人群中分离出来——这是第一次社会大分工。”^①分工的产生，促进了生产的发展，使从事畜牧业和农业的部落生产的产品，除了自身消费以外，还有剩余。分工的结果不仅使交换成为可能，而且也有必要。因为一方面，分工的结果，促进了生产的发展，使交换更有可能；另一方面，分工的结果使彼此都需要对方的产品，产品的交换已成为社会经济活动的共同需要。但这个时期的交换，还只是产品交换，交换的只是剩余产品。交换的目的，是“以其所有，易其所无。”随着生产的发展，出现了第二次社会大分工，而且“随着生产分为农业和手工业这两大主要部门，便出现了直接以交换为目的的生产，即商品生产。”^②产品交换发展为商品交换，交换的范围和交换的数量都比以前扩大了。但是这种交换只是简单的商品交换，其特点是：（一）物物交换，生产者与生产者直接见面，没有媒介；（二）交换带有很大的随意性和偶然性；（三）商品的使用价值与价值的交换一次完成，生产者所关心的不是价值，而是对方商品的使用价值。在这种简单的商品流通中，商品交换仍然由生产者直接进行，这就不能不受到交换时间和交换空间的严格限制。为了解决这个矛盾，作为商品媒介的等价物——货币开始出现。货币的出现，使商品交换分解为

①《马克思、恩格斯选集》第四卷，人民出版社1972年版，第156页。

②同上，第159页。

两个互相独立又互相补充的过程：即卖（商品—货币）和买（货币—商品）。这就为商人的出现创造了前提。任何一个商品所有者要想取得他人的商品，就必须出卖自己的产品，换取货币以后才能进行购买，这样，物物交换就发展为简单的商品流通。商品生产的进一步发展，交换的日益频繁，特别是远方市场的出现，在客观上就要求把商品交换事务从商品生产者那里独立出来。为了使生产者能够专门从事生产，商人便应运而生，出现了历史上第三次人类大分工。“它创造了一个不从事生产而只从事产品交换的阶级——商人。”^①商人作为一个阶级出现后，商业就作为专门从事商品交换的独立的行业，成为社会经济不可分割的组成部分。第三次大分工产生了一个不从事生产而只从事产品交换的阶级——商人，产生了一个专门作为商品交换媒介的经济事业——商业。

二、商业的历史作用

商业的产生是历史的进步，它既是商品生产发展的必然产物，又是商品生产进一步发展的条件。商业的产生，标志着商品交换关系发展到一个新的阶段，它既不同于物物直接交换的原始形态，也不同于以货币为媒介的简单商品流通形态，而是发展了的商品流通，是商品交换的发达形式。“产品在这里是由商业变成商品的。在这里，正是商业使产品发展为商品，而不是已经生产出来的商品以自己的运动形成商业。”^②商业的产生：（一）解决了同一生产者直接参与生

①《马克思恩格斯选集》第四卷，人民出版社1972年版，第162页。

②马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第366页。

产商品活动和交换商品活动的矛盾。马克思说：“一个商人（在这里只是看作商品的形式转化的当事人，只是看作买者和卖者）可以通过他的活动，为许多生产者缩短买卖时间。因此，他可以被看作是一种机器，它能减少力的无益消耗，或有助于腾出生产时间。”^①生产活动和交换活动的分离，可以节省劳动者的时间，用更多的时间投入生产，有利于整个社会生产的发展和劳动生产率的提高。（二）解决了甲地生产乙地消费的矛盾。特别是在古代交通不发达、地区之间互相闭塞的情况下，通过商人从事长途贩运，促进商品在地区之间的交流，扩大了商品流通的范围。（三）解决了生产和消费在时间上的矛盾。不同的商品有不同的生产和消费的时间性，有常年生产季节消费的，有季节生产常年消费的。这种生产和消费时间上的不一致性，引起了产品的时多时少、产销脱节。在商人介入的情况下，通过商业收购、保管、加工、储存、销售等活动，促进了生产和消费在时间上的统一，调节了供求矛盾。

三、商业的发展

商业作为独立的经济部门，是随着自然经济日益解体和商品生产的不断发展，显示出它在国民经济中的重要地位的。奴隶社会和封建社会是以自然经济为主体，它们的生产主要不是为了交换，而是为了满足自身的需要，交换的品种和交换的范围都是有限的。“自给自足的自然经济占主要地位。农民不但生产自己需要的农产品，而且生产自己需要的

^①马克思：《资本论》第2卷，人民出版社1975年版，第148页。

大部分手工业品。地主和贵族对于从农民剥削来的地租，也主要是自己享用，而不是用于交换。那时虽有交换的发展，但是在整个经济中不起决定的作用。”^①商人主要是从一些富裕的农民和手工业者中分离出来，专门从事商品交换活动的。开始他们既是商品生产者又是商品经营者，随着交换的发展，这些人便成为专门从事商品交换的商人。但是，这时的商业，始终是依附奴隶制和封建制的生产关系、依附自然经济的，并没有获得充分的发展。随着生产力的发展，产品生产日益专业化，分工越来越细，产销矛盾开始突出，当地生产的商品，当地销售不了，而当地需要的产品，当地无法满足。因此，就需要互相寻找市场，扩大地区与地区之间的商品交换。而这种交换的扩大，反过来又促进了商品生产的发展。商品有了销路，就可以多生产、快生产。到了封建社会末期，商品生产进一步扩大，逐步地代替自给自足的自然经济，封建制度开始瓦解，逐渐被资本主义的生产关系所代替。同时，商品生产发展的结果，在一个国家范围内又无法解决他们产销的矛盾，必须向外扩张，寻找海外市场 and 原料，实行海盗式的贸易，用枪炮轰开了自给自足的大门，从外部冲击着自然经济，促进了资本主义在世界范围的发展。

到了资本主义社会，商品经济获得了空前的发展。商品生产成为社会生产的普遍的、占统治地位的生产形式。“这个规模达到自己的最大限度。”^②这时，商品交换关系渗入到社会一切领域，不仅劳动产品是商品，而且劳动力也成了

①《毛泽东选集》合订本，人民出版社1966年版，第586～587页。

②马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第364页。

商品。资本主义商业在私有制条件下，也发展到顶峰。

四、商业活动的共同特点

商业一旦离开生产本身而独立，成为特殊的经济部门，就必然按照它本身的固有规律向前发展，在社会再生产过程中发挥它应有的作用。商业作为历史的范畴，有哪些共同的特点呢？

第一，先买后卖。商人要进行商品买卖业务活动，必须首先购买商品，买是它的活动起点，只有先买，才能为卖创造前提，提供物质基础。而要能够购买商品，就必须持有一定数量的货币， $G \rightarrow W \rightarrow G$ ，商人把自己的货币投入流通，推动着商品交换不断地进行。商人手中的这一定数量的货币，就是商业货币投资。没有先买，它的活动就失去了任何意义，所以商业活动的共同特点是先买后卖，它完全区别先卖后买的简单商品流通。

第二，连续买卖。商业要完成商品交换活动，就要不断地向生产部门买进来，又要不断地卖出去，使商品不间断地从生产领域向消费领域移动，从一方面，生产资本的形成要素必须来自商品市场，并且不断从这个市场得到更新，作为商品买进来；另一方面，劳动过程的产品则作为商品从劳动过程产生出来，并且必须不断作为商品重新卖出去。”^①只有通过不断地买和卖的活动，才能加速货币——商品，商品——货币的运动过程，实现生产和消费的联系，保证再生产的不断进行。如果这种买卖的连续性中断，就意味着流通渠

①《马克思恩格斯全集》第24卷，人民出版社1972年版，第182页。

道堵塞，这不仅失去了商业存在的意义，而且对生产和消费也是一种破坏，使社会再生产无法进行。

第三，买为了卖。商业活动的目的是把商品卖出去，取得增值的货币，重新购买商品，保证买卖正常的进行。而商品卖不出去，就不能再买，再买也失去了意义。这就要求每一个经营者，必须根据卖的情况来决定买的品种和数量。凡是销路广、卖得快的商品，应该多买、快买。而对销路不广、或者销不出去的商品，就要少买或不买。买决定于卖，买为了卖。以销定进，这是商业活动的共同规律。

第四，贱买贵卖。从一般说来，贱买贵卖，是商业的要求。在私有制条件下商品经营者的目的是为了追求利润，使最初投入经营的货币量不仅能够保存下来，而且要有一定的增值，获取商业利润。这不仅是经营者的目的，也是补偿维持商业劳动耗费的必要。但是这个规律在不同的社会表现的形式和内容也不相同。在前资本主义时期，由于交换的是生产者的剩余产品，进入市场多少、价格高低，在很大程度上取决于商人的活动。商人先以低价向生产者购进商品，再以高价出售，低进高出，漫天要价，带有很大的随意性，商人正是通过这种贱买贵卖的活动，“取得了愈来愈荣誉的地位和对生产的愈来愈大的统治权。”^①到了资本主义社会，商业资本成为产业资本的一部分，受到平均利润率的制约，只能得到从产业资本让渡给他的利润。

第五，快买快卖。商品经营者的货币投资，总是有一定限度的，而且分解为货币形态和商品形态两部分，以一种形

①《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社1972年版，第162页。