

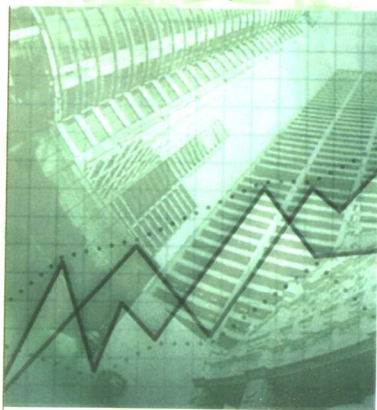


普通高等教育“十五”国家级规划教材

商业经济学

SHANGYE JINGJIXUE

余鑫炎 主编



中国财政经济出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材

商业经济学

余鑫炎 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业经济学/余鑫炎主编. —北京: 中国财政经济出版社,
2003.11

普通高等教育“十五”国家级规划教材

ISBN 7-5005-6836-3

I. 商… II. 余… III. 商业经济学-高等学校-教材
IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 095944 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

涿州市新华印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 20.5 印张 490 000 字

2003 年 12 月第 1 版 2003 年 12 月涿州第 1 次印刷

印数: 1-3 060 定价: 30.80 元

ISBN 7-5005-6836-3/F·5970

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编写说明

中南财经政法大学工商管理学院贸易经济教研室集体编写的这部《商业经济学》，是教育部专家组评审通过的“普通高等教育‘十五’国家级规划教材”。本书根据新世纪商业的新发展和“十六大”精神，力图在商业经济理论与商业经济实践的结合上写出新的特色。作为贸易经济及其相关专业的专业基础理论教材，《商业经济学》注重理论性、系统性、知识性、创新性的统一。本教材可作为高等学校贸易经济专业和相关专业的专业基础理论教材，也可作为相关专业高等教育自学考试、干部培训的教材，还可供有关经济管理人员作为学习参考书。

本书由余鑫炎教授担任主编。各章编写的具体分工如下：余鑫炎：导论、第一章、第二章、第三章；郭守亭：第四章、第十四章；倪叠玖：第五章、第六章；张建民：第七章、第八章、第九章；黄漫宇：第十章、第十一章；唐仕宽：第十二章、第十三章。全书由余鑫炎总纂定稿。

由于我们水平有限，才识和能力不足，缺点和错误在所难免，恳请商业经济学界同仁和广大读者不吝批评指正。

编 者

2003 年 10 月

目 录

导 论	(1)
第一章 商品交换与商业	(19)
第一节 交换及其与再生产其他要素的关系	(19)
第二节 商品交换是市场经济的实质内容	(34)
第三节 社会分工与商品交换关系的演变	(47)
第四节 商品流通和商业	(59)
第二章 商业的起源与演进	(73)
第一节 商业的起源与古代商业	(73)
第二节 近现代商业的演进与发展	(88)
第三节 商业理论的形成与深化	(110)
第三章 商业的地位与职能	(142)
第一节 商业的地位	(142)

第二节	商业的职能·····	(152)
第三节	商业的作用·····	(160)
第四章	商品市场·····	(171)
第一节	市场与市场体系·····	(171)
第二节	商品市场的发育·····	(188)
第三节	中国社会主义初级阶段的商品市场·····	(206)
第五章	商品供给与商品需求·····	(221)
第一节	商品供给与商品需求是市场运行的焦点·····	(221)
第二节	商品供给量和商品需求量的形成·····	(234)
第三节	我国市场供求关系的格局·····	(246)
第四节	市场供求矛盾的调节·····	(253)
第六章	商品价格·····	(260)
第一节	市场价格的形成·····	(260)
第二节	商品价格体系·····	(273)
第三节	商品价格构成·····	(281)
第四节	价格的管理与监督·····	(288)
第七章	商业经营·····	(301)
第一节	商业经营的基本要素·····	(301)
第二节	商业经营过程·····	(320)
第三节	商业竞争·····	(332)
第四节	商业风险·····	(345)
第五节	商业企业经营决策·····	(354)

第八章 商业组织	(361)
第一节 商业组织的发展	(361)
第二节 商业组织的法律形式	(372)
第三节 商业组织的经营形式	(379)
第九章 商品交易方式	(407)
第一节 商品交易方式的演进	(407)
第二节 现货交易方式、远期合同交易方式和 期货交易方式	(411)
第三节 买断交易方式和居间交易方式	(419)
第四节 其他交易方式	(428)
第十章 电子商务与网络贸易	(434)
第一节 电子商务的产生与发展	(434)
第二节 电子商务的基本特点	(445)
第三节 网络贸易	(449)
第十一章 现代物流及其供应链管理	(458)
第一节 传统物流与现代物流	(458)
第二节 现代物流系统	(462)
第三节 现代物流的供应链管理	(475)
第十二章 商业经济效益	(483)
第一节 商业经济效益的内涵与特点	(483)
第二节 商业经济活动的耗费和利润	(489)
第三节 商业经济效益的评价	(494)
第四节 提高商业经济效益的意义和途径	(504)

第五节 商业社会效益·····	(515)
第十三章 商业宏观调控·····	(521)
第一节 商业宏观调控概述·····	(521)
第二节 商业宏观调控的目标和原则·····	(529)
第三节 商业宏观调控的手段和方式·····	(537)
第四节 商业结构的调整·····	(550)
第五节 市场规则与市场秩序·····	(563)
第十四章 商业空间拓展·····	(580)
第一节 城乡市场开拓·····	(580)
第二节 国内统一市场与全国商品自由流通·····	(601)
第三节 世界市场与国际贸易·····	(619)
主要参考书目·····	(641)

导 论

在商品经济和市场经济条件下，商业经济学是一门十分重要的学科。这是因为，商品经济和市场经济，本质上是商品交换经济。现代商品交换经济的典型形态和普遍存在形式就是商业经济。关于市场经济实质上是商品交换经济的论述，我们在第一章有专门解释，此处从略。在导论中，我们着重解释三个问题。

一、关于商品交换、商业及与之相关的一些概念的联系和区别

在商品经济的市场经济社会里，我们经常碰到意思相同、相近、相通或有同有异的一些相关概念，例如：交换、商品交换、商品流通、流通、商业、贸易、交易、生意、买卖、市场等等。其中，有些相关概念人们往往互相同用，不加区别，如：交换与商品交换，商品交换与商品流通，商业与贸易，流通与商品流通，市场与流通，贸易与商品交换，贸易与交易，交换与交易，等等，往往把它们不加区分地等同起来，在实际生活中约定俗成，这是可

以理解的，也是允许的，因为“存在的就是合理的”。

但是，作为科学探讨和学术研究，上述诸多概念虽然有其相同、相通的地方，却也有不同程度的区别，有些概念的区别还比较明显。这里，我们把这些概念之间的联系和区别，进行一些粗略的分析，以便于我们更好地、更准确地掌握相关概念的内涵，也有利于学术界的进一步探讨和研究。

在这些概念中，交换是最基本、最一般的概念，是上述一切概念的本源。其他相关概念均发源于此。交换作为社会再生产的要素之一，存在于人类社会的一切阶段，存在于各种不同的社会经济形态之中。所谓交换，就是人们相互让渡活动和劳动产品的过程。它既包括商品交换，也包括非商品性交换，如活动和活动能力的交换、劳动的交换、劳动人员和劳动工种的交换，以及其他的非商品交换，等等。交换与赠送、继承或其他形式的非经济转让不同，它必须是双方自愿、平等互利、等价有偿的，因而是一种经济行为。交换是上述各种相关概念中涵盖面最广的基本概念，它是融合抽象与具体、本质与现象、理论与实际、一般与个别、微观与宏观于一体的总概念。商品交换、商品流通、商业、贸易、市场、交易等等，都是从不同层面和不同角度对交换这一总概念的具体化和深化。

商品交换是指商品的相互让渡和转手。而商品的本质规定，就是用于交换的劳动产品。换句话说，商品交换是指用于交换的劳动产品的相互让渡和转手。商品交换只存在于有商品的社会经济形态中，普遍存在于商品经济社会或市场经济社会中。在现代商品经济社会中，商品交换已成为交换的最普遍、最常见、最典型的存在形式，因此，人们往往把交换与商品交换等同起来。尤其是在一般通用的意义上，如果不作任何说明，人们所说的交换，就是指的商品交换。在商品经济和市场经济社会里，商品交

换是一个最基本的概念，本源的概念，涵盖面最广的概念。商品经济、市场经济条件下，一切其他相关概念，如商品流通、商业、贸易、市场等等，都从商品交换概念演变而来，是商品交换概念的深化和具体化。

商品流通是指以货币为媒介的交换，或者说是从总体上看得的交换，是川流不息、连续进行的交换行为体系。由于有货币作为交换的媒介，商品流通就把一系列的商品交换串连在一起了，成为商品交换的系列过程，因而，就形成了商品交换的总体。因此，在日常用语中，人们往往把商品流通等同于商品交换，也是可以的。但是，从学术角度讲，二者仍有区别，即商品流通的涵盖面要比商品交换窄一些，但层次更深一些。商品流通出现以后，又衍生出货币流通、资本流通等等概念。这些概念都是以商品流通为起点、为基础而进行演化的。由于最初的流通仅仅是指商品流通，而且至今商品流通仍然是最常见、最普遍的一种流通，因此，如果不加说明，我们说到“流通”，就是指的“商品流通”。当然，如果细致分析起来，流通概念的外延要比商品流通概念广一些。除了商品流通以外，它还包括货币流通、资本流通、资金流通、证券流通、人力资源流通、人才流通、技术流通、信息流通和其他流通。

商业是指以商人为纽带、以货币为媒介的商品交换或商品流通。广义地说，商业也是商品交换，也是商品流通。所以，日常生活中，人们把商业概念等同于商品交换、商品流通概念，也未为不可。但从更严格的意义上来说，商业只是商品交换或商品流通中的一种形态，是其中的一部分，是更为重要的一部分。其涵盖面要比商品交换、商品流通窄一些，不过，由于它是进一步发展了的商品交换、商品流通，所以它是商品交换、商品流通的高级形态，是商品交换、商品流通的进一步深化和专业化。商业与

商品交换、商品流通概念的最大区别是以商人为纽带。从字面上讲，商业就是以商为业。它使商品交换和商品流通发生了深刻的变化。这种变化主要表现在三个方面：一是出现了专门从事商品交换的商人阶层。商品交换由原来生产者的附属职能变成了商人的专门职能。这里所说的商人，不仅是指以自然人形态存在的商人，而且也包括以法人形态存在的商人，即商法人，也就是商业组织和机构，尤其是各种不同形式的商业企业、商业企业集团和商业跨国公司。二是社会经济或国民经济中出现了一个专门的经济社会事业和经济部门，即商业。这里所说的商业是指包括国内商业和国外商业在内的大商业，不论是国内商品交换，还是国际商品交换，都属于商业这个范畴。我国在计划经济时期，曾经把国内商品交换称为商业，把国外商品交换称为贸易，显然是不恰当的。在政府职能部门的设置上也出现了商业部主管国内商业，对外贸易部主管国外商业的割裂现象。其实，在一些市场经济发达国家，不管是叫商业部，还是叫贸易部，或者叫商务部，都是统管国内商业和国外商业的。三是出现了专门的商业资本。资本的本质是增值，即以营利为目的。商人、商业组织从事商品交换活动，必须首先垫付以货币形态存在的资本去购买商品，然后卖出商品换回货币，重新转化为货币资本。但如果垫付出的货币资本与收回来的货币资本是等值的，商人是不干的。商人经营商业的目的是要取得货币资本的增值，即营利或赚钱。至于能否实现赚钱的目的则是另一回事。所以，更确切地说，商业是以商人为纽带、以货币为媒介、以商业资本增值为目的的商品交换或商品流通。在现实生活中，由于市场经济的发展，商业的概念不仅适用于有形商品的交换和流通，还延伸到一些无形商品的交换和流通，甚至扩展到一切经济领域。例如银行的商业化经营和商业银行的建议，资本的商业化经营或曰资本营运，品牌的商业化运作

或品牌经营，专利、技术的商业化经营或称专利贸易、技术贸易等等。但是，政治生活领域则不应该实行商业化原则，否则就会造成对社会经济和人类文明极为不利的恶劣影响。党和政府一再强调不能将商业原则引入政治领域，是很有道理的。如果政治活动实行商业化原则，也成为营利的工具，是不堪设想的。严格禁止和杜绝政治领域商业化，是党和政府执政为民的一个重要方面，也是从制度上反对腐败的一项重要措施。

贸易这个概念是涵义最多的一个概念，迄今为止学术界还没有一个公认的解释。主要有三种不同的理解：一种解释是，贸易就是商品交换。把贸易作为商品交换的同义语。这是“宽派”。第二种解释是，贸易是商品交换的集合，或者说是商品交换活动的总和，这种解释有点类似于“流通”概念的涵义了，可以叫做“中派”。第三种解释是，贸易就是商业。把贸易与商业看成同义语的反复。在许多情况下，“贸易”和“商业”是可以通用的，也是可以互相代替的。这可以说是“窄派”。在实际生活中，这三种理解或解释都被人们广泛使用，而且也没有引起混乱。应该说，这三种解释均可成立。关键在于，我们在什么场合、什么条件下使用这个概念，那它就会有不同的涵义。但就其本质来说，并没有什么原则的区别。这就涉及到“商业经济学”与“贸易经济学”这两个名称的异同问题了。从“宽派”的角度来理解，二者是有区别的。也就是说，“贸易经济学”要比“商业经济学”的涉及面宽、内容更广。从“窄派”的角度来理解，二者没有什么区别，其广度、深度、内容都是一样的，只是名称不同而已。“贸易经济学”就是“商业经济学”。在学科建设上，我们基本上倾向于“窄派”的理解。

市场也有多重涵义。从表现形式来看，市场是商品交换的场所，或商品交换的空间存在方式和运行载体。从实质内容来看，

市场是商品交换关系的总和。市场的转化义，是特指销路，人们说到某种产品有没有市场，就是指它有没有销路，卖不卖得出去。按照市场的经济内容来说，它不是个别商品交换关系，而是一系列商品交换关系的总和，因此，它与“流通”的涵义是相通的。市场就是流通的总表现。市场与流通二者之间的关系，有点类似于形式与内容的关系。

上面对交换、商品交换、商品流通（流通）、商业、贸易、市场等概念，从理论层次上进行了初步分析和界定，指出了它们之间的联系和区别。概括言之，交换是最一般、最基本的概念。而在商品经济、市场经济条件下，商品交换又是最一般、最基本的概念，是其他相关概念的本源。商品流通（流通）是从总体上看的商品交换，其必要条件是以货币为媒介。商业是以商人为纽带，以商业资本增值为目的的商品交换或商品流通，是专业化、社会化、组织化的商品流通或商品交换。贸易就是指的的商品交换系列或集合，它可以与商品交换、商品流通、商业在不同情况下通用，但更多的情况下，贸易与商业是可以相互通用的。市场则是商品交换关系的总和，是流通的总表现。从上述分析可见，在市场经济条件下，商品交换是最基础、最本源的概念，其他相关概念都是在此基础上演变和深化的结果。由此可以顺理成章地得出如下结论：市场经济的实质是商品交换经济，也可以说是流通经济，其典型形态和主要存在方式是商业经济或贸易经济。

至于交易、买卖、购销、生意等概念，则主要是从实际业务操作层面所进行的概括，是具体商业业务的日常用语。交易一般是指某种具体的商品交换行为。我们常说，今天完成了多少笔交易，或做成了几笔“交易”，而不说做成了几笔“交换”。我们熟悉在市场上有“商品交易所”、“期货交易所”、“证券交易所”，

而从来没有听说过有“商品交换所”、“期货交换所”、“证券交换所”。可见，交换和商品交换一般是从理论层次或总体层次来分析的；而交易则是从实际操作，具体业务流程层次来分析的。“买卖”一般说成“做买卖”，是人们从事具体商业活动一买一卖的反复操作过程的概括。“购销”也就是“买卖”。“生意”是“做生意”的意思，它和“做买卖”意思相近。“生意”的本义，是富有生命力的气象，具有活力和生机。引申为“做生意”就是希望买卖兴隆、财源茂盛。有关交易、买卖的实际业务操作用语和日常用语还有很多，这里就不一一列举了。

这里要涉及一个问题：既然商业、商品交换如此重要，为什么在一些西方发达国家的高等院校里，没有设立“商业经济学”或“贸易经济学”的课程？这个问题看似奇怪，其实不难理解。这是因为，在西方一些发达国家，市场经济已实行了几百年，因此它们的经济运行，实际上就是市场经济的运行。西方发达国家高等院校开设的“经济学”课程，实际上就是“市场经济学”，也就是广义的商业经济学。任何一部西方国家的“经济学”，其主要内容都是供给、需求、价格、竞争、贸易、投资，以及与之相适应的市场、企业组织（公司），再加上宏观经济管理等。这些内容正是商业经济学或贸易经济学的核心内容。再看西方一些发达国家的高等院校，普遍设立了“商学院”，这里的“商学”，也是广义的商，相当于我们国内的财经院校或经济与管理学院。商学院不仅仅学习商业与贸易，而且要学习经济学、管理学、投资学、金融学、会计学、统计学、计量经济学、信息经济与管理以及经济法学等。既然如此，西方国家高等院校的经济学实际上是市场经济学，也是广义的商业经济学，因此，它们不再单独开设商业经济学或贸易经济学课程就可以理解了。但是，在日本和欧美一些国家的高等学校里，也开设了商学或商业经济学课程，

这是值得引起我们注意的。

这里需要说明的是，既然市场经济学实质上是商业经济学，与西方国家的经济学相通，那我们是否也可以用经济学取代商业经济学？或者用商业经济学取代其他一些经济学科呢？我们认为都不恰当。第一，西方国家的经济学已形成微观经济学，宏观经济学等一套理论体系，无法代替它；第二，商业经济学在中国有几十年的发展史，形成了具有学术特色的一门经济学科。现在的任务是要把它从过去的商业部门经济学变成市场经济条件下的专业基础经济学，有其特定内容，经济学也不能取代它；第三，虽然金融、旅游、保险、服务、技术等各个领域，现在都成为商品交换或贸易的领域，但这些领域都已经形成了专门的经济学科，如金融学、保险学、旅游学、服务贸易学、技术贸易学等，商业经济学也不能取代它们。商业经济的任务是研究商品交换和商业的基本原理并以有形商品的交换和商业作为自己的研究领域，而不具体研究金融、保险、服务、技术、旅游等无形商品的交换与贸易。这样有利于学科建设的深化和发展。

二、关于商业经济学的研究对象问题

商业经济学的研究对象是什么？这是商业经济学科必须回答的重要问题。在已经公开出版的“商业经济学”（或“贸易经济学”，下同）教材的各种版本中，大体上有四种观点。第一种观点是“关系论”，即商业经济学是研究商品交换关系的科学。具体表述也有详有略，但总的来说是从生产关系或经济关系的角度来研究商品交换。第二种观点是“规律论”，主张商业经济学应研究商品交换的运动规律，用规律来指导实践。第三种观点是“过程论”，认为商业经济学应研究商品交换的过程，这个过程是以商品交换事实及其变化发展为内容的。第四种观点是“机制