



复旦卓越·经济学系列

现代流通经济学 教程

吴宪和 主 编

 复旦大学出版社



复旦卓越·经济学系列

F014.3/18

2008

现代流通经济学

教程

吴宪和 主 编

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代流通经济学教程/吴宪和主编. —上海:复旦大学出版社,2008.1
(复旦卓越·经济学系列)
ISBN 978-7-309-05883-3

I. 现… II. 吴… III. 流通经济学-教材 IV. F014.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第204149号

现代流通经济学教程

吴宪和 主编

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 盛寿云
总编辑 高若海
出品人 贺圣遂

印刷 上海肖华印务有限公司
开本 787×960 1/16
印张 22.75
字数 408千
版次 2008年1月第一版第一次印刷
印数 1—4 100

书号 ISBN 978-7-309-05883-3/F·1339
定价 35.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

前 言

进入新世纪,经济全球化步伐加快,我国商品流通和整个国民经济一样,面临着一系列的挑战和机遇。同样,由于流通理论和实践也面临着不断的发展,全书将力求全面反映商品流通实践发展的新动向,并努力探索现代流通的发展规律。

这本教材是在一系列课题报告、硕士研究生毕业论文和其他科研成果基础上形成的,重点在于探索现代商品流通的形成背景、理论基础、特征和社会职能。全书在介绍“商品流通一般”基本理论的基础上,重点阐述“现代商品流通”相关理论,并努力把握现代流通机制、盈利模式及流通过程的内涵和发展趋势。本教材有以下特点:

第一,注重理论和实践的结合。商品流通理论根植于商品流通实践、是对流通实践科学的、系统的认识和总结;同时,它又高于流通实践,并且具有超前性和前瞻性,因而能指导商品流通实践朝着正确的方向发展。本教材紧紧扣住这一宗旨,紧贴实践、研究规律、把握趋势。

第二,注重跟踪本学科发展的新动向。在继承传统的商品流通理论基础上,引进国外的有关理论,不仅充实了商品流通理论体系,而且能多视野、全方位地研究我国商品流通问题,构筑新的理论架构和体系。

第三,注重多维性的研究方法。与一般的教材不同,本教材除了采取科学的抽象法、归纳法、逻辑推理法等研究方法外,还使用了实证分析、数理分析等方法,不仅增加了教材的可读性,而且增强了论证的说服力。

第四,注重点和面的结合。作为教材,必须照顾到一定的面及内在的联系,它的“面”是涉及商品流通的方方面面,如流通机制、流通过程、流通方式、流通组织、流通战略、流通效率等;它的“点”是贯穿全文的一条主线,即物质产品如何更有效率地通过流通领域。因而,本书重点不在于“商业”,而定位于“商品流通”。

虽然我们力求突出自己的特色,但是不足之处在所难免,这表明在探索现代商品流通理论进程中,本教材只是阶段性成果;不过,我们愿为此而毕生奋斗。

本教程由吴宪和主编。具体分工如下:吴宪和撰写第一章,第二章第三节,

第三章,第十一章第一节,第十三章;常亮撰写第二章第一节;叶永彪撰写第二章第二节;黄丽丹撰写第四章第一节,第十二章第四、五、六节;洪涓撰写第四章第二节;刁雯珺撰写第四章第三节;晁钢令撰写第五章;陈顺霞撰写第六章,第七章;刘塑撰写第八章;王志刚撰写第九章第一节;江大维撰写第九章第二、三、四节,第十一章第三节;李光集撰写第十章;江辛撰写第十一章第二节,第十二章第一节;路庆海撰写第十二章第二、三、七、八节;赵洪斌撰写第十四章;李素荣撰写第十五章。全书由吴宪和拟订提纲并进行统稿,黄丽丹完成文字修改和编纂工作。在此一并表示诚挚的谢意。

吴宪和

2006年3月

目 录

第一编 流通概述

第一章 商品流通一般	3
第一节 商品流通的产生和发展	3
第二节 商品流通地位	6
第二章 现代商品流通	11
第一节 现代商品流通的形成背景	11
第二节 现代流通的理论基础	16
第三节 现代流通职能	24

第二编 流通机制

第三章 商品流通机制一般	31
第一节 商品流通机制的含义	31
第二节 市场自我调节机制	37
第三节 市场动力机制	38
第四节 供求机制	40
第五节 文化机制	47
第四章 现代商品流通机制	64
第一节 合作机制	64
第二节 创新机制	72
第三节 集约机制	79

第三编 流 通 过 程

第五章 商品流通中的商流运动	91
第一节 我国商流的类型和存在的问题	91
第二节 商流合理化	96
第六章 商品流通中的物流运动	100
第一节 物流及过程	100
第二节 商品配送和配送中心	108
第三节 配送共同化	117
第七章 商品流通中的信息流运动	124
第一节 商品流通信息与现代化	124
第二节 商品流通信息内容	135
第三节 商品流通信息的运行	138
第四节 商品流通信息系统	144
第八章 商品流通中的资金流运动	150
第一节 流通一般条件下的资金流运动	150
第二节 现代商品流通条件下的资金流运动	158
第三节 提高商品流通资金的利用效率	163
第九章 现代流通盈利模式	169
第一节 盈利模式概述	169
第二节 现代流通企业盈利模式理论研究	174
第三节 传统盈利模式分析	182
第四节 现代盈利模式分析	189

第四编 流 通 方 式

第十章 商品交易方式	199
第一节 商品交易方式概述	199
第二节 商品交易方式举要	203
第三节 商品交易方式选择	216

第十一章 商品流通经营方式	222
第一节 批发业	222
第二节 零售业	240
第三节 连锁经营	250
第十二章 零售商的主要类型	259
第一节 百货商场	259
第二节 超级市场	269
第三节 便利店	275
第四节 折扣店	278
第五节 专业店和专卖店	281
第六节 购物中心	285
第七节 商业街	289
第八节 无店铺销售方式	294

第五编 流 通 组 织

第十三章 商品流通组织和管理体制	303
第一节 商品流通经营组织	303
第二节 现代流通管理体制	318

第六编 流 通 战 略

第十四章 商品流通规模战略	325
第一节 商品流通规模的含义	325
第二节 影响商品流通规模的因素分析	332
第三节 衡量商品流通规模的指标体系	336
第十五章 商品流通结构战略	343
第一节 商品流通结构的含义	343
第二节 商品流通结构现状	346
第三节 商品流通结构的协调和优化	350
参考文献	356

第一编 流通概述

商品流通是商品交换的发达形式,是社会再生产的重要组成部分。对商品流通在社会经济发展中地位的认识,是商品流通理论的基石。正是从这一认识出发,才引出商品流通系列理论体系。本编在研究流通一般的理论(商品流通的产生、发展、地位)基础上,着重分析了现代商品流通的形成背景、基础理论、特征和职能。

第一章 商品流通一般

学习目的与要求

1. 掌握商品流通的产生、发展的条件和演变过程；
2. 掌握商品流通在社会再生产中的地位。

商品流通是以货币为媒介的商品交换,是社会再生产过程的一个重要阶段。正确认识商品流通在社会经济发展中的地位,是商品流通理论的基础,也是把握商品流通发展方向的关键。

第一节 商品流通的产生和发展

流通是一个与商品经济相联系的运动,它不是一切社会经济形态所共有的经济现象,其产生和发展是有一定的前提条件的(见图 1-1)。

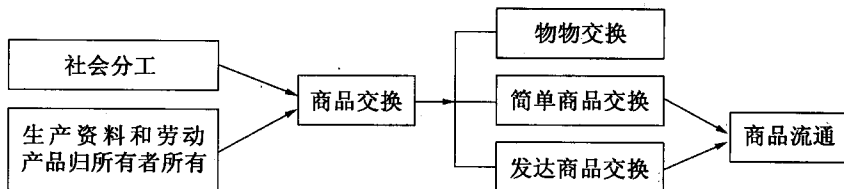


图 1-1 商品流通的产生和发展

一、商品交换产生的社会条件

商品交换是在原始社会中后期出现的。马克思、恩格斯在对商品经济发展历史进行详细考察后指出,商品交换的产生必须同时具备两个基本条件:一是社会分工,即不同的生产者分别从事不同产品的生产;二是生产资料和劳动产品归不同所有者所有。由于生产的社会分工,使任何生产者都不可能只依靠自己的劳动来满足自己的全部需要,他们必须取得别人生产的产品。同时,生产资料和劳动产品归

不同所有者所有,谁也不能随便占有别人的生产资料和产品。因而,彼此之间的需要只能通过交换,于是商品交换成了沟通不同生产者之间的经济联系的唯一形式。

二、商品流通是商品交换的发达形式

商品交换出现以后,交换的形式随着生产力的发展而不断发展和完善,从偶然的交换到经常的交换,从简单的商品交换再到复杂的商品交换,经历了漫长的历史发展过程。这一过程可分为三个阶段。

(一) 物物交换阶段(W—W)

在原始社会的蒙昧时代,由于社会生产力水平极其低下,人类只能靠共同劳动、平均分配来维持最低生活水平,没有剩余产品,也没有任何交换。当人类社会进入野蛮时代,生产力有所发展,尤其是冶炼等加工工业的发明,大大提高了人们征服自然的能力,这样就形成了人类社会的第一次社会大分工——畜牧业与种植业的分工。第一次社会大分工之后,“游牧部落生产的生活资料,不仅比其余的野蛮人多,而且也不相同。同其余野蛮人比较,他们不仅有数量多得多的牛乳、乳制品和肉类,而且有兽皮、绵羊毛、山羊毛和随着原料增多而日益增加的纺织物”^①。而同时另一些野蛮人群有较多的剩余农产品,于是交换便出现了。

物物交换是不以货币为媒介、为换取对方使用价值而进行的交换。物物交换虽然平淡无奇,但却是人类文明史上一项伟大的发明和创造,它以商品形式永恒地开创了不同经济主体之间的经济联系。同时,由于商品生产和交换都由生产者承担,使商品交换在时间上、空间上受到限制。

(二) 简单商品流通阶段(W—G—W)

第一次社会大分工后,人类社会逐渐进入野蛮时代的高级阶段。这个时代被恩格斯称作“英雄时代”、“铁剑时代”,表明生产力有了较大的发展。恩格斯指出:“其生产的进步要比过去一切阶段的总和还要丰富。”^②这一阶段手工业逐步脱离农牧业生产而成为独立的专门行业,出现了人类社会第二次大分工。为克服物物交换的迂回和困难,经过长期地演进而作为一般等价物的货币产生了。此时,以货币为媒介的为买而卖的简单商品流通形式,即“商品—货币—商品”便出现了。

简单商品交换中由于货币的介入,将交换过程分裂成卖和买两个阶段,突破了物物交换的局限,发展了人类的交换活动。简单商品交换包含着商品的两次形态变化。但是,组成一个商品循环的两次形态变化,必须以其其他两个商品的相

^① 《马克思恩格斯全集》第4卷,人民出版社1972年版,第156页。

^② 同上书,第22页。

反的局部形态变化为条件,即甲的买或卖是和乙的卖或买联系在一起的,没有乙的卖或买,甲的买或卖就不可能完成。“可见,每个商品的形态变化系列所形成的循环,同其他商品的循环不可分割地交错在一起。这全部过程就表现为商品流通。”^①商品流通就成了商品生产者的全部相互关系的总和。

同时,由于货币充当了流通手段和支付手续,从一开始就埋下了发生销售困难和商品供求不平衡的种因。因为它把物物交换场合的那种出让自己劳动产品和换取对方劳动产品这两者之间的直接同一性,分离为卖和买这两者之间的对立,只要其中某一环节发生阻滞,就会引起连锁反应。一个人只卖不买,就会使别人商品卖不出去;一个人的商品卖不出去,他便无法向别人购买。交换成了人们所不能控制的因素,因而成为支配人的盲目力量。

(三) 发达商品流通阶段($G-W-G'$)

从原始社会末期到奴隶社会初期,随着商品经济的发展,商品生产和出售的时间、空间矛盾越来越突出,商品生产者既要生产商品又要出售商品,正如马克思所指出的:“买卖所费的时间,就是他们劳动时间的一种扣除。”^②因此,商品生产客观上要求有人专门承担商品销售的职能,同时,有一部分富裕生产者积累了一部分货币,专门购进商品并销售,社会上出现了一种专门从事商品交换的经济事业——商业,这就是人类社会第三次大分工。马克思指出:“分工进一步扩大表现为商业和生产的分离,表现为特殊的商人阶级的形成。”^③

发达商品流通公式是以买($G-W$)开始,以卖($W-G'$)告终,是为了卖而买。在这种流通形式中,起点和终点都是同质的货币,这个同质货币只具有量上的差别(终点的货币必须大于起点的货币),商品流通才有实际意义。这就是说,“这一循环的动机和决定目的是交换价值本身”^④。货币的投出是为了收回更多的货币,这里的货币已不再是一般的货币,而是作为资本的货币,即能够增值的充当资本职能的货币。

三、商业的产生是人类历史的进步

发达商品流通是在简单商品流通基础上发展起来的,是商品流通的高级形式,是人类社会的重大进步,也是流通过程的一次革命。马克思说:“一个商人

① 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1980年版,第131页。

② 《资本论》第二卷,人民出版社1975年版,第147页。

③ 《马克思恩格斯全集》第3卷,人民出版社1960年版,第59页。

④ 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1980年版,第171页。

(在这里只是看作商品的形式转化的当事人,只是看作是买者和卖者)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,它能减少力的无益损耗,或有助于腾出生产时间。”^①“由于分工;专门用于买卖的资本……小于产业资本家在必须亲自从事他的企业的全部商业活动时所需要的这种资本。”^②“商人资本既不创造价值,也不创造剩余价值,就是说,它不直接创造它们。但既然它有助于流通时间的缩短,它就能间接地有助于产业资本家所生产的剩余价值的增加。既然它有助于市场的扩大,并对资本之间的分工起中介作用,因而使资本能够按更大的规模来经营,它的职能就会提高产业资本的生产效率和促进产业的积累。既然它能缩短流通时间,它就会提高剩余价值和预付资本的比率,也就是提高利润。既然它会把资本的一个较小部分作为货币资本束缚在流通领域中,它就会扩大直接用于生产的那部分资本。”^③

第二节 商品流通地位

流通作为经济过程和产业,居于社会再生产过程中的交换范畴,它在国民经济中的地位是由交换在社会再生产的地位决定的。

社会再生产是由生产、交换、分配、消费四个环节构成的,四者关系如图 1-2 所示。

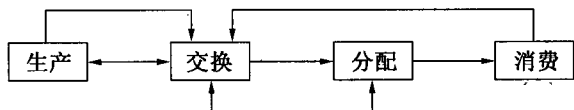


图 1-2 社会再生产四环节

图 1-2 表明了三对关系:生产与交换、消费与交换、交换与分配。其中,生产和消费作用于交换,同时交换又反作用于生产、消费;交换与分配则相互影响、相互制约。

一、生产与交换

(一) 生产对交换的作用

生产对交换的作用主要表现在以下三方面。

① 《资本论》第二卷,人民出版社 1975 年版,第 148 页。

② 《资本论》第三卷,人民出版社 1975 年版,第 307 页。

③ 《马克思恩格斯全集》第 25 卷,人民出版社 1980 年版,第 146 页。

1. 生产的社会分工是商品交换产生和发展的前提条件

由于社会分工,生产者生产的单一性和需求的多样性之间构成了矛盾,这样,就有必要在各个生产者之间相互交换产品。马克思说:“如果没有分工,不论这种分工是自然发生的或者本身已经是历史的结果,也就没有交换。”生产的发展产生了分工,分工的结果又产生了交换,生产是交换的必要条件。生产越发展,社会分工越细,交换也就越频繁,流通规模也越大。没有生产的分工,也就没有交换的存在。

2. 生产性质决定了交换的性质

生产的性质是指生产方式或生产资料归谁所有。有什么样性质的生产方式,就有什么样性质的交换方式与之相适应,且生产形式的多样性决定了交换形式的多样性。生产性质不同,交换的性质也会有所不同。

3. 生产的规模和结构决定了交换的深度和广度

所谓交换的深度,是指人们对于交换的依赖程度。依赖程度越大,交换的深度就越大。一般来说,生产的规模越大,社会分工就越发达;而社会分工越发达,专业化程度就越高,社会经济关系也就越复杂,社会就越依赖于交换,从而交换的深度不断增加。所谓交换的广度,是指交换的范围,即有多少商品被卷入交换。生产规模越大,社会化、现代化程度越高,经济就越发达,交换的速度不断提高,越来越多的商品被卷入到交换的行列中,从而交换的广度不断扩大。

(二) 交换对生产的作用

“产品贸易一旦离开生产本身而独立起来,它就会循着本身的运动方向运行,这一运动总的来说是受生产运动支配的,但是在单个的情况下和在这总的隶属关系以内,它毕竟不是循着这个新因素的本性所固有的规律运行的,这个运动有自己的阶段,并且也反过来对生产运动起作用。”^①交换对生产的作用主要表现在以下四方面。

1. 交换的规模、速度直接影响着生产的规模和速度

交换作为社会再生产的一个重要因素,是生产发展的重要条件。社会产品通过交换实现其价值和使用价值,同时也保证了生产部门获得再生产所需要的生产资料。因此,交换越发展,流通规模越大,就为顺利组织再生产、不断扩大生产规模创造了重要条件;商品交换的速度越快,商品流通的时间越少,从而生产时间就越多,生产过程不断加速。

2. 交换引导生产方向

^① 《马克思恩格斯全集》第37卷,人民出版社1980年版,第48页。

这一引导包括市场信息、消费趋势、流通革命等。如果流通部门及时向生产部门传递信息、反映情况,这将有利于生产部门掌握市场需求状况,不断调整生产结构以适应市场需要。因此,交换对生产的引导功能发挥得越好,就越能促进生产的发展。

3. 交换对生产关系有着重大影响

一定的生产关系决定着一定的交换关系,而交换的发展又对整个社会的生产关系起着巩固或瓦解的作用。例如,在原始社会末期,交换的发展瓦解了原始经济关系,促进了私有制的形成。同样,在封建社会末期,交换的发展加速了封建经济关系的瓦解,促进了资本主义生产关系的形成和发展。

4. 在特定的时期和特定的地点,交换对生产起决定作用

商品生产的直接目的是为了交换,实现价值,满足消费需求。在商品经济条件下,若没有交换,所花费的劳动便成为无效劳动,价值无法实现,也就不能实现生产为消费的目的,生产失去了任何意义。所以,从实现商品生产的目的来说,交换对商品生产也起决定作用,没有商品交换就没有商品生产。

二、交换与消费

(一) 消费决定交换

消费对交换的决定作用是很明显的,消费是交换存在的动力和目的,消费作为社会再生产过程的终点,是整个社会再生产的内在动力和根本目的,当然也是交换的动力和目的。消费为交换提供了现实的商品需求,没有消费也就不需要生产,当然也就不存在交换。

1. 消费的水平、结构制约了交换的规模和结构

消费的水平越高,对商品的需求量越大、交换规模越大;而消费增长速度越快,交换的发展速度也越快。同样,消费的结构决定着交换的结构和内容。交换的结构必须适应消费结构的变化,才能满足不同收入水平的人们的需要。

2. 消费的方式制约着交换方式

消费方式是指在社会形态下消费者所采取的消费方法和形式。消费方式的现状,要求交换方式与其相适应,否则就会妨碍消费水平及人们物质生活水平的提高。

(二) 交换对消费有反作用

交换对消费也有一定的反作用,这一反作用主要表现在以下三方面。

1. 交换是消费实现的条件

在商品货币关系条件下,商品性的消费不可能无偿占有,消费只有经过交换

才能实现。没有交换,生产所提供的物质产品便不能成为消费的对象。

2. 交换的数量和结构影响着消费的数量和结构

交换的规模越大,能够提供给消费的商品就越多,消费的数量也就越大。交换的结构直接影响着消费需求的满足程度,并促使消费结构的变化和新的消费结构的形成。

3. 交换对消费具有指导作用

交换可以通过商品的比价及其变化调节购买力的方向,鼓励消费某些商品或抑制消费某些商品。

三、交换与分配

分配一般指国民收入的初次分配和再分配。初次分配是指以工资、税金、企业留置资金形式出现的分配。再分配则是政府的再支出,如用于公用事业等。交换与分配同处在社会再生产过程中的中介地位,都受到生产与消费的制约,同时又都反作用于生产与消费。但两者在社会再生产过程中又具有不同的职能,“分配决定产品归个人的比例;交换决定个人对于分配给自己的一份所要求的产品”^①;“分配被规定为从社会出发的要素,交换被规定为从个人出发的要素”^②。所以,交换与分配又互相制约、互相影响。

(一) 分配对交换的作用

分配对交换的制约作用主要表现在以下两方面。

1. 社会产品的分配状况制约了交换的数量和结构

在生产一定的条件下,分配的商品率以及生产与消费的比例制约着交换的数量以及交换占产品总量的比重。

2. 国民收入的分配比例决定着交换的数量和结构

国民收入中积累基金和消费基金的分配比例,从总体上规定了生产资料 and 消费资料的需求量及其比例,从而制约了交换的规模及其结构。

(二) 交换对分配的作用

交换对分配的制约作用主要表现在以下两方面。

1. 分配通过交换来实现

在商品货币关系存在条件下,分配只有经过商品交换才能实现,从而使积累基金转化为相应的生产资料,消费基金转化为相应的生活资料。

^① 《马克思恩格斯全集》第12卷,人民出版社1980年版,第739页。

^② 《马克思恩格斯全集》第19卷,人民出版社1980年版,第23页。