



现代商学概论

主编 黄国雄

中国城市出版社

现代商学概论

主编 黄国雄

中国城市出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代商学概论/黄国雄等 主编. —北京: 中国城市出版社, 2001.12

ISBN 7-5074-1337-3

I. 现 ... II. 黄 ... III. IV.

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1998) 第 0000 号

责任编辑 李 越 李世华

封面设计 孙超英

责任技术编辑 尹 植

出版发行 中国城市出版社

地 址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮 编 100013

电 话 84275833 传 真 84278264

电 子 信 箱 cncity@peoplespace.net

经 销 新华书店

印 刷 沈阳铁路局锦州印刷厂

字 数 238 千字 印 张 9.25

开 本 850×1168 (毫米) 1/32

版 次 2001 年 12 月第 1 版

印 次 2002 年 4 月第 2 次印刷

印 数 37000 册 定 价 12.30 元

·版权所有·翻印必究·

说 明

商业是人类社会经济中一个具有悠久历史的产业，但同时又是一个充满活力和生机的产业。它作为联结生产与消费的桥梁和纽带，一直是维系社会再生产健康运行的关键。而且，社会经济的每一个发展阶段都不断对商业提出新的要求，注入新的内容。我国要加快发展市场经济并实现向市场经济体制的转换，商业和交换将益发重要。对广大干部和学员来说，学习现代商学，掌握它的一般原理和运行规律，了解它的经营策略、结构组成和交易方式，弄清我国社会主义商业管理体制改革的方同，不仅是搞好商业工作、发展商业产业的需要，而且也是提高自身素质、增强驾驭商业能力的需要。为此，中央党校函授学院约请中国人民大学博士生导师黄国雄教授主编了这本《现代商学概论》，作为大专班经济管理专业使用的教材。本书主要参照黄国雄、曹厚昌合著的《现代商学通论》编写的。参加编写的有：王强（第九、十二、十三章）、于森（第五、八章），其余各章由黄国雄教授编写并负责全书的总纂。该教材经试用在此次正式出版前，又请黄国雄教授作了修订和补充。

在使用该教材的过程中，尚希专家、学者、教师和广大学员多提出修改意见，以便进一步修订。

中国城市出版社
中共中央党校函授学院

2002年3月

目 录

前 言	1
第一章 商业与市场	3
第一节 分工与商品交换	3
第二节 商人与商业	9
第三节 商业与市场	13
第二章 商业的社会职能	20
第一节 商业的地位	20
第二节 商业的社会职能	34
第三节 商业的作用	37
第三章 商业运动主体	40
第一节 商业行为及其活动特点	40
第二节 商业主体与商业组织	46
第三节 商业组织形态	50
第四章 商业运动客体	57
第一节 商业客体运行目标	57
第二节 商品	61
第三节 商业服务	65
第五章 商业运行环境	71
第一节 市场	71

第二节	商品供给与商品需求	82
第三节	商业政策	89
第六章	商业活动要素	94
第一节	商业人员	94
第二节	商业资金	99
第三节	商业物质技术设备	102
第四节	商业信息	104
第七章	商业运行机制	109
第一节	商业企业经营机制	109
第二节	商业利润	114
第三节	商业流通费用	118
第四节	商业经济效益	121
第八章	商业结构	127
第一节	商业所有制结构	127
第二节	商业行业结构	134
第三节	商业网点空间结构	143
第四节	商业规模结构	146
第九章	商业经营形式	149
第一节	商业经营形式的演变	149
第二节	批发商业经营	151
第三节	零售商业业态	155
第四节	连锁商业	160
第五节	商业代理	163
第十章	商业交易方式	168

第一节	交易方式选择与创新	168
第二节	直销、经销与代销	177
第三节	现货交易与期货交易	180
第四节	租赁、信托、拍卖	185
第十一章	商业机会与商业风险	190
第一节	商业机会	190
第二节	商业投机	194
第三节	商业风险	197
第十二章	商业竞争	203
第一节	商业竞争的客观性	203
第二节	商业竞争的内容	207
第三节	商业竞争的规范与制衡	212
第四节	商业竞争战略	216
第十三章	商业资本经营	221
第一节	资本、商业资本与资本经营	221
第二节	商业筹资	229
第三节	商业投资	232
第四节	优化资本结构与国有商业资产重组	237
第十四章	商业价格	243
第一节	商业价格的特点及作用	243
第二节	商业价格管理	247
第三节	商业价格管理制度	250
第十五章	商业道德与商业信誉	255
第一节	商业价值观念	255

第二节	商业职业道德·····	259
第三节	商业信誉·····	264
第十六章	商业管理与商业改革 ·····	269
第一节	商业的宏观管理·····	269
第二节	商业的社会管理·····	273
第三节	商业管理体制与商业改革·····	279

前 言

市场经济实质是交换经济。在工业革命后，商业是第三产业的重要部门。一个社会，不能没有商业。商人、商品和商业，是推动社会发展的积极因素。商人可以存在于任何社会的微小的隙缝中，为自己开辟出一个活动的小天地。马克思曾经说过：商业资本“在封建生产的最早的变革时期，即现代生产的发生时期，产生过压倒一切的影响”。^① 在近现代社会，国民经济运行离不开商业，人民生活离不开商业，党政工作同样离不开商业。因此，学习商业知识，了解商业运行规律，分析市场现象，不仅是商业战线的工作人员应具有的素质要求，而且也是关心群众生活、提高生活质量、加强对商业监督与管理所必须的。

商业活动和商业行为，与人民生活密切相关。商业有自身运行的内在规律，有丰富的内容，与国民经济各个部门存在着极其密切的联系。但在我国计划经济时期，由于受经济体制的制约，商品经济的发展受到很大束缚，再加上长期的轻商思想影响和“左”的干扰，不仅忽视了对商务过程、商业行为的系统研究，而且也轻视了对“商务”、“商情”、“商理”的深入探讨，从而就不能有对商业活动内在规律的正确认识。在我国经济转轨后，商业运行中的无序行为，应该说是同商业理论与知识的贫乏，对商业教育的忽视和投入不足有直接关系的。

21 世纪的商业是现代商业。现代商业是大商业、大市场、大流通，是商品与服务的统一，是数量商业与素质商业的统一。第一，它不只是商业企业和自然人的个体行为，而是所有商业主

^① 《马克思恩格斯全集》第 25 卷，第 376 页。

体（独立商业和厂商）组织商品和劳务流通的全过程，是社会整体商业组织的协调。第二，它不仅仅是部门经济行业性的经济行为，而是国民经济运行的有机整体，是商品所有者全部关系的总和，关系到每一个部门的经济利益和经济效益。第三，它不仅是一种发达的交换形式，而且是现代人类生活质量的标志，是生活内容的重要表现，从商品的品种和质量、服务的形式和方式、网点的布局 and 业态，从多层次、多方位反映人们生活质量的深度和广度。这又表现在：（1）商业改变人们的消费观念，引导生活质量的不断提高，通过消费信贷、分期付款、广告宣传、产品展示等形式，引导人们改变观念，达到启动市场、拉动生产的目的。（2）商业丰富人们的生活内容，它通过拓宽服务领域、增加服务项目，扩展以旅游、健身、娱乐、庭院、野外等为内容的消闲经济，为人们提供丰富多彩、健身健心的业余文化生活。（3）商业改变人们的生活方式，通过汽车电影、汽车银行、自动售货、网上购物和 24 小时营业等，提供了多种消费形式和生活方式，满足不同档次、不同阶层的消费需要。

这本《现代商学概论》，是按照市场经济的内在要求和国际惯例，结合中国的国情和商业发展的实际而编写的，目的在于分析和回答商业运行的规律和所涉及的经济关系。全书共 16 章分四大部分。

第一部分：第 1—2 章，重点研究商业的基本概念、商业基础知识和商业活动中的经济关系。

第二部分：第 3—6 章，主要研究商业构成、商业存在方式，包括组织形式和行为方式。

第三部分：第 7—15 章，主要研究商业运行机制、经营形式和交易方式，以及商业风险、商业机会、商业竞争和商业投资等商业现象。

第四部分：第 16 章，主要研究商业活动的宏观调控和管理。

第一章 商业与市场

商业是商品经济的产物，又是商品经济发展的条件。

商品、商人、商业和商业资本是社会发展的客观需要和必然现象，都是由于社会分工而产生的。因为有了社会分工，才产生交换，才有专门从事商品交换的中介人——商人和商业。社会分工越发展，市场越发达，也就越需要发挥商业在国民经济发展中的桥梁、枢纽和先导作用。

第一节 分工与商品交换

一、分工是商品交换产生的基础

分工产生交换，分工促进交换的发展；内部分工产生内部交换，社会分工产生社会商品交换。

商品是用来交换的劳动产品，它是社会分工发展的产物。在原始社会一个很长的时期，由于生产力低下，原始人的劳动往往不能满足自身最基本的生存需要，他们本能地集中在一起，实行共同劳动、共同消费，用群体的力量求得最低的生活资料，以维持生存需要，渡过人类历史漫长的幼年时期。这时，既没有分工，也没有剩余产品，也不存在交换。即使有交换行为也是在极其偶然的情况下发生的。随着社会分工的发展，交换的形态也从物物交换、商品交换，发展到现代的商品流通。

（一）第一次社会大分工产生了物物交换

原始人在数百万年的发展过程中，逐渐认识世界，提高征服自然的能力，进入了氏族公社时期。最初的氏族公社是母系氏族

公社，其内部已产生了依据性别和年龄而进行的自然分工，男子出外狩猎捕鱼，女子从事采集和养育后代，老年人和少年人则做些辅助性工作，人们开始过上定居生活。这时的人类，在世世代代的劳动实践中总结经验教训，不但懂得了利用天然火，而且已会钻木取火；不但能用兽骨做成鱼叉，而且发明了狩猎的弓箭，这就大大提高了劳动效率，有了剩余产品，这样一些氏族便将食用不了的野兽饲养起来。这时，有些氏族或部落便因其地理、气候诸条件的适宜而专门从事这种驯养，发展成为与农耕经济并列的原始畜牧业，从而开始了第一次社会大分工。于是，在农业部落与畜牧业部落之间便出现了物物交换。这次分工，“游牧部落从其余的野蛮人群中分离出来”，“不仅比其余的野蛮人多，而且也不相同。……他们不仅有数量多得多的乳、乳制品和肉类，而且有兽皮、绵羊皮、山羊毛和随着原料增多而日益增加的纺织物。”^① 分工提高了人们的劳动效率，扩大了生产范围，增加了产品的数量，为交换创造了物质基础。这种物物交换最初在部落的边缘进行，交换的只是公共产品，后来逐步发展，交换转移到氏族内部进行，交换的是氏族成员的自己剩余产品，数量增多，自给有余，占为己有，也就为私有制的产生创造了条件。而私有制的出现，又推动着彼此尊重占有权利的商品交换的发展。

（二）第二次社会大分工产生商品交换

“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 由于农业与畜牧业分工的发展，使生产力有了较明显的提高，原始农业进入了一个新的时期。于是，氏族、部落内部出现了满足氏族成员消费之外的剩余。这个剩余不仅使私人占有成为可能，也为进一步分工提供了物质条件。促使在母系氏族公社已经存在的简单的工具制造，

① 《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社1995年版第160页。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社1995年版第163页。

发展成为独立的、专业的铜匠、木匠、皮匠、织匠、陶匠等，手工业从农业中分离出来，完成了人类历史上第二次社会大分工。

分工的发展和私有制的产生，使业已存在的交换，从偶然交换变为经常交换，从物物交换发展为商品交换，并出现了专门为交换而生产的经济行为和经济行业，这就宣告了人类社会已跨入商品经济门槛。

由于物物交换（W—W）受到时空的限制，交换双方需求的不一致、数量的不平衡，严重地影响交换的顺利进行。于是，货币作为一般的等价物便应运而生。货币的出现：第一，人们可以先把自己的产品换回大家都能接受的货币，再在合适的时间和地点，买回自己所需要的产品。货币的出现，把买卖分解为两个不同的过程：W—G，G—W，卖不一定就要买，买不一定非要卖。买卖双方有了更大的灵活性、选择性。第二，有了共同的等价物——货币，买卖双方有一个共同的衡量标准，体现等价交换的原则，便于双方接受，使交换得以顺利进行。第三，由于货币的价值量可以分解，买卖可以分散进行，特别是换回货币后，在购买商品过程，可以集中也可以分散进行，可以在一地购买也可以在地多购买，可以购买某一种商品，也可以分散购买多种商品。这样，就在时空上扩展了交换范围，促进了商品经济的发展。

货币的出现，使物物交换变为以货币为媒介的商品交换（W—W 发展为 W—G—W），不仅使交换的形式发生了变化，交换的数量也增加了，范围也扩大了，而且产生了质的飞跃，把商品交换推向一个新的阶段，为商业的产生创造了前提条件。

（三）第三次社会大分工产生商业

货币的出现使简单的商品交换发展为简单的商品流通。而简单的商品流通只是由生产者自己进行的流通。而随着商品生产的发展，流通规模和流通范围的扩大，更多的商品需要交换，需要在更大更远的市场上进行交换，生产者的兼营难以承担其自身产品的全部销售任务，从而实际的需要呼唤着专门从事交换的自然

人和一种新的行业出现。

货币的产生使商品交换空前活跃，从规模上、数量上、地域上和频率上都更加扩大，但也带来了新的矛盾。这是因为：第一，生产越发展，交换的任务也就越繁重。“买卖所费的时间，就是他们劳动的时间的一种扣除”。^① 生产的发展受到交换的制约，要求交换职能从生产者、生产部门分离出来，进行专门的商品交换，让生产者腾出更多时间去从事生产活动；第二，交换范围扩大、品种增多，客观上要求交易集中起来由专业的人来担负，这样才有利于社会劳动的节约，促进分工的发展；第三，社会再生产过程是生产过程与交换过程的统一。在小生产条件下，要等待交换结束，换回货币后，才能重新组织下一阶段的生产。交换没结束，生产无法顺利进行。这不仅拖长了再生产的过程，而且导致社会积压大量的资金或商品。商品生产的发展，要求实现流通资本的专门化，通过垫付资本，节约社会流通资金，加速再生产的过程。这都在客观上促使一部分人从生产中脱离出来，去专门从事商品交换活动，于是，就“创造了一个不从事生产而只从事产品交换的阶级——商人”^②。

商人作为一个阶层、一个阶级的出现，商业作为专门从事商品交换的独立的经济部门，构成了社会经济运行不可分割的整体，标志着商品交换发展到新的历史时期。

二、社会分工促进商品流通的发展

1. 行业分工是产生商品交换的社会基础。经过三次社会大分工以后，出现了农业、畜牧业、手工业等诸多部门。随着分工越来越细，手工业在社会经济中比重上升，出现了不同的生产部门，商品的种类越来越多，这就为扩大交换提供了物质基础。同

① 《马克思恩格斯全集》第24卷，第147页。

② 《马克思恩格斯全集》第21卷，第189页。

时，部门、行业内部的分工，产生了不同的生产环节、不同的岗位，使社会分工越来越细，越需要交换彼此的产品和劳务，商品交换的社会基础就越发广泛了。

2. 地区分工产生了地区之间的商品流通。由于各地自然条件的差异和经济发展的不平衡，存在着自然分工和社会分工，各自形成自己特定的经济区域和产品结构，出现产地与非产地、集中产地和分散产地的区别。商品是作为交换而生产的。当地销不完必然要运往外地，形成了产地与销地之间的商品流通，从而促进了地区之间的经济交流。

3. 城乡分工，促进城乡商品流通的发展。商品生产和商品交换的发展，加速了城市的形成和规模的扩大。城市集聚大部分手工业，并使人口高度集中，农产品的需求量大大增加；而农村专事农业和畜牧业活动，需要出售大量的农副产品，购回需要的手工业品和工业产品，这不仅使城乡商品交流成为必要，而且提供了可能。商品流通成为连结城乡的纽带，成为城乡相互依存的条件，而这种相互依存的作用又促使城乡之间商品流通空前发展起来。

4. 国际分工促进国际间商品流通的发展。在商品交换日益频繁、日益扩大的同时，在地域上也在不断拓展。由于各奴隶制国家间发展早晚不同和地理条件的差异，形成原始状态或萌芽状态的“国际”分工，通过交换、互通有无的结果，便形成了初期的“国际间”的商品流通。古埃及的开罗、巴比伦城、雅典城，无不聚集欧亚非各洲的商人，而地中海沿岸的腓尼基商人更是以从事国际贸易而闻名于世。特别是封建社会末期，商品交换的发展打破了只限于满足帝王将相所需的以奢侈品为主的狭窄的国内市场，几乎使所有的国家都参与了国际之间的商品流通。现在，对外贸易或参与国际商务已成为各国进行国际交往的基本手段和重要内容。

三、商品交换与商品流通

从原始的物物交换 ($W-W$) $\rightarrow$ 商品交换 ($W-G-W$) $\rightarrow$ 商品流通 ($G-W-G'$), 这是商品经济发展的必然过程, 也是交换存在的三种不同的形式。它们之间既有内在的、必然的联系和发展过程, 又是独立的经济行为, 具有各自的运动形式和特点。

(一) 原始的产品交换不同于商品交换

原始的产品交换是交换的初始形态, 它是商品交换的基础。原始的产品交换与商品交换具有共同特点: 一是交换的都是劳动产品, 通过交换生产物的形式达到交换各自劳动的目的; 二是交换都是为了满足自身的消费, 着重于物的使用价值; 三是交换行为都是由生产者直接进行, 没有中介人, 没有等价物。但这两种交换又具有本质的区别: 原始的产品交换, 交换的是剩余产品, 交换的品种和数量完全取决于消费情况, 有剩余有交换, 多剩余多交换, 不剩余无交换; 而简单的商品交换, 是为交换而生产的产品, 交换的品种和数量取决于生产的状况。

(二) 简单的商品交换不同于商品流通

简单的商品交换是物物的直接交换, 即 $W-W$, 这是商品交换的原始形态, 买与卖同时发生, 一次完成, 买即是卖, 卖出商品的同时, 也买进商品。交换行为受时空限制, 交换的范围狭窄, 交换的品种很少。

商品流通是指商品从生产领域被生产出来, 在进入消费领域之前的整个买卖过程。它是连续进行的交换, 是川流不息的, 发生在社会整个表面上的交换总和, 即交换总体。其特点是: 第一, 以货币为媒介, 把买卖分成两个独立的过程, 打破简单商品交换的时空限制; 第二, 商人介入, 缓和了供需直接交换所产生的种种矛盾, 扩大了交换范围, 节约了社会劳动; 第三, 使商品交换具有时间的连续性和空间的延续性, 形成一连串的交流。

（三）简单的商品流通不同于发达的商品流通

简单的商品流通是以商品的自然人为主体而进行的商品交换，而发达的商品流通是以商人为媒介、以商业资本运动为主要形式的商品交换。其区别在于：

1. 当事人不同。简单的商品流通，从事商品交换的是由商品生产者直接承担；而发达的商品流通是以商人为媒介的商品交换。

2. 流通的目的不同。简单的商品流通追求的是使用价值，为买而卖，出售商品换取货币，是为了购回能够满足自己消费的商品；发达的商品流通追求的是价值，为卖而买，买进商品，为了能卖出去，赚取差价，实现营利的目的。

3. 运动形式不同。简单的商品流通（ $W-G-W$ ），运动的起点和终点都是商品；而发达的商品流通（ $G-W-G'$ ），运动的起点和终点都是货币。

4. 体现的关系不同。简单的商品流通，直接反映生产者之间的交换关系；而发达的商品流通体现了多重的经济关系和经济联系，包括生产者与生产者、生产者与经营者、经营者与消费者，以及经营者之间的经济关系。

第二节 商人与商业

一、商人

商人是专门从事商品再售卖活动的自然人，它是适应商品生产发展需要，最初从富裕的农民和手工业者分离出来而专门从事商品买卖的经济人。以小商小贩为主要存在形式，以零星、分散从事贩卖活动为主要特征。

商人是以市场存在为条件，以营利为目的，以媒介商品交换为职业的经济人。由于商品是没有生命的，它必须借助“监护