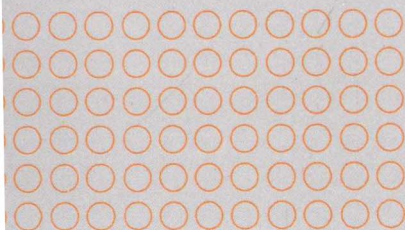


X I A N D A I

I U T O N G

G U A N L I



主编 崔永刚 丛颖超 张登国

现代流通

管理



经济科学出版社
Economic Science Press

现代流通管理

（第二版）

主 编 崔永刚 丛颖超 张登国

经济科学出版社

责任编辑：吕 萍 于海汛

责任校对：徐领弟 王苗苗

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

图书在版编目 (CIP) 数据

现代流通管理 / 崔永刚, 丛颖超, 张登国主编. —北京:
经济科学出版社, 2009. 6

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8203 - 4

I. 现… II. ①崔…②丛…③张… III. 商品流通 - 经济
管理 - 研究 - 中国 IV. F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 076800 号

现代流通管理

主编 崔永刚 丛颖超 张登国

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

山东省恒兴实业有限公司印刷厂印装

850 × 1168 32 开 12 印张 300000 字

2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

印数：0001—2500 册

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8203 - 4 定价：18.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

中共山东省委党校教材编审委员会

主 任 安世银

副主任 商志晓 王士富 衣 芳

委 员 李永清 王延超 魏茂明 张朝谱

张 弘 张友谊 杨 珍 魏恩政

章猷才 李 剑 赵英奎 孙建昌

赵 泉 孙占元 迟树功 袁永新

办 公 室 主 任 魏茂明

办公室副主任 张朝谱 张 弘

谢永红 王潍滨

前 言

流通作为社会再生产的中介环节，对社会再生产的正常运行起着关键性作用。一定程度上讲，流通的发展与完善决定着我国社会主义市场经济的发展与完善。随着我国社会主义市场经济体制的逐步完善，我国流通产业也有了突飞猛进的发展。但是流通产业仍然存在着结构性矛盾突出、企业竞争力差、流通秩序混乱等问题。在新的市场经济和国际化环境下，现代流通正处于崭新的发展变化时期，流通体制在全面改革，流通的变革在不断加剧，流通的创新在不断演进，迫切要求我们进一步研究与学习现代流通管理，于是我们编写了此书。

本书由崔永刚、丛颖超、张登国任主编，并对全书进行修改定稿。参加本书编写的有：崔永刚（第一章），陈晓红（第二章），郭振宗（第三章），成素英（第四章），刘淑珍（第五章），张国亭（第六章），彭松森（第七章），陈海燕（第八章），赵英奎（第九章），戚汝庆（第十章），丛颖超（第十一章），张登国（第十二章），王学军（第十三章）。

本书在编写过程中，山东省各市、地党校的相关授课教师提出了许多好的建议；山东省经济贸易委员会、山东省发展和改革委员会等单位提供了许多资料；山东省委党校干部业余教育学院和管理学教研部给予了大力支持和帮助；同时，本书参考了国内

有关流通管理方面的著作、教材，还吸收了部分专家、学者的研究成果，在此表示感谢。由于编写者认识能力和实践条件的限制，书中会有许多不足和不当之处，诚请读者不吝赐教。

编 者

2009年10月

目 录

第一章 现代流通管理导论	(1)
第一节 流通概述	(1)
第二节 现代流通的理论基础	(13)
第三节 现代流通管理	(18)
第二章 流通流程构成	(24)
第一节 商流、物流和信息流的产生和发展	(24)
第二节 商流	(30)
第三节 物流	(34)
第四节 信息流	(46)
第三章 商品流通机制	(51)
第一节 商品流通机制概述	(51)
第二节 市场自我调节机制	(59)
第三节 市场动力机制	(64)
第四节 市场供求机制	(67)
第四章 流通产业	(79)
第一节 流通产业概述	(79)
第二节 流通产业组织分析	(87)

第三节 流通产业结构分析	(94)
第五章 流通中的交易主体	(108)
第一节 交易主体概述	(108)
第二节 批发企业	(112)
第三节 零售企业	(121)
第六章 连锁经营	(137)
第一节 连锁经营概述	(137)
第二节 连锁经营的主要模式	(147)
第三节 统一配送与连锁经营	(156)
第七章 流通中的交易客体	(167)
第一节 有形商品	(167)
第二节 服务贸易	(176)
第三节 知识产权贸易	(181)
第八章 商品交易方式	(193)
第一节 交易方式概述	(193)
第二节 现货交易	(202)
第三节 其他商品交易方式	(218)
第九章 期货交易	(226)
第一节 期货交易概述	(226)
第二节 期货交易的基本业务与基本功能	(237)
第三节 期货合约	(246)
第四节 期货市场的管理	(251)

第十章 电子商务	(255)
第一节 电子商务概述	(255)
第二节 电子商务的类型与模式	(260)
第三节 电子商务安全体系	(265)
第十一章 交易合同	(286)
第一节 交易磋商与合同签订	(286)
第二节 交易合同的主要内容	(297)
第三节 交易合同的履行	(303)
第十二章 商品流通与宏观调控	(311)
第一节 市场失灵与流通宏观调控	(311)
第二节 流通宏观调控手段	(324)
第三节 我国对商品流通的宏观管理	(334)
第十三章 商业伦理与信用制度建设	(341)
第一节 商业伦理概述	(341)
第二节 中国商业伦理	(346)
第三节 信用与信用危机	(354)
第四节 中国现代信用制度	(362)
参考文献	(368)

第一章 现代流通管理导论

流通是社会再生产的中介，它在社会再生产中起媒介作用。其媒介地位决定了它是联系生产和消费、工业和农业、城市和农村的桥梁和纽带。现代流通管理是专门研究商品流通理论与实践的学科，研究和学习此内容，有利于更好地在市场经济条件下繁荣、维护市场秩序，更好地为工农业生产和提高人民生活水平服务。

第一节 流通概述

商品流通作为一种特有的经济现象，在人类历史的长河中，已经存在了几千年。当今商品流通经济活动已渗透到生产、生活的方方面面。工农业生产的发展，人民生活水平的提高，国民收入的分配，国家积累的增加，哪一方面都离不开商品流通。它已成为人们所熟知的，在经济生活中不可或缺的经济现象，成为经济活动的重要构成内容。

一、商品流通的产生

作为一个历史范畴，商品流通是商品经济发展到一定阶段的产物。在商品交换发展的历史过程中，从简单商品交换即物物交换发展到以货币为媒介的商品流通，是经历了一个十分漫长的历

史阶段后才完成的。它与人类社会的进步，社会分工的发展是紧密联系在一起的。生产的社会分工是在原始社会逐步产生和发展起来的。在原始社会早期，社会生产力水平极为低下，人们的劳动成果除维持最低程度的生活需要之外，几乎没有什么剩余，因此，人与人之间没有劳动产品的交换，商品流通更无从谈起。随着生产力的发展，在人类历史上出现了第一次社会大分工——农业和畜牧业分工的出现。这时，部落生产的产品除了满足部落成员自身需要以外，还有了剩余，伴随着剩余物品的增加，逐步转变成为部落与部落之间的商品交换。随着社会生产力水平的进一步发展，原来依附于农业生产的手工业从农业生产活动中分离出来，出现了人类历史上的第二次社会大分工——农业与手工业的分工。手工业一旦从农业中分离出来，其生产就带有明显的商品性、交换性。因为手工业者的劳动产品本身就不是为生产者的自我消费而生产的，手工业的产品从一开始就表现为商品，其生产的目的一开始就是为了交换。这样，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。从此，商品生产的规模开始形成，商品交换日益频繁。在频繁的交流中，交换活动由部落外部进入到部落内部，交换者由部落首领扩展至全体部落成员。伴随着交换的渗透，原先作为原始共产主义公有的土地也被分割完毕，个体家庭成了社会的基本细胞。这就宣告了原始共产主义公有制的解体和私有制的形成。第二次社会大分工的出现，私有制的形成，促进了商品交换的发展，使得商品交换的范围开始扩大，商品交换领域逐渐拓展；商品交换开始了由简单商品交换→简单商品流通→发达商品流通的历史进程。

1. 简单商品交换。简单商品交换是产销直接见面的物物交换，即交换者用自己的劳动产品直接与自己所需要的他人的劳动产品的对换，其表现形式为 $W-W$ ，如一把斧子换一袋谷物，一

只羊换一袋麦子等。简单商品交换是没有任何媒介物（货币）介入的交换，因而交换双方在交换比例的确定上带有一定的偶然性、随机性，尚未进入等价交换的阶段。随着商品交换和商品生产的发展，进入交换过程的商品品种和数量不断增加，物物交换的形式便逐渐成了商品交换进一步发展的障碍。于是，便产生了货币。货币的出现是商品交换发展史上的一次飞跃。它的出现，使得各种具有不同使用价值的商品都可以通过货币的媒介作用来实现交换，从而使简单商品交换的矛盾和困难迎刃而解。同时，它也使商品交换的形式发生了巨大的变化。它带动了商品交换的发展，促成了包含在交换之中的流通的出现，使交换上升为流通，促进了简单商品流通的形成。

2. 简单商品流通。简单商品流通是在生产者之间进行的以货币为媒介的商品交换。它是在简单商品生产的基础上所形成的商品流通，其表现形式为 $W-G-W$ 。简单商品流通是简单商品交换的发展形态。简单商品流通与简单商品交换既有联系，又有区别，有自身的特点：一是简单商品流通是以货币为媒介的；二是简单商品流通在时间上、空间上是相对分离、独立的；三是简单商品流通必须通过两次交换才能完成流通过程。货币作为媒介的简单商品流通，虽然使商品交换分解为卖和买两个过程，但商品生产者本人从事商品交换这一情况并没有立即改变。随着商品生产的发展，商品交换的范围和规模不断扩大，商品生产者用于买卖商品的时间和精力越来越多。而用于买卖所耗费的时间，是他生产劳动时间的一种扣除，于是，商品交换和商品生产活动便发生了矛盾。为了解决这一矛盾，迫切要求把交换职能从生产者手中分离出来，交给一些专门从事商品交换的人去经营，于是就产生了人类社会的第三次社会大分工——生产劳动与商业劳动的分离。第三次社会大分工使得一部分人不再从事生产而专职为他人提供交换服务，这部分人就是商人。商人出现以后，商业作为

一个专门从事商品交换的部门便产生了。商业出现后，由商人专职从事商品流通，商品流通形式自然有了新的发展——由简单商品流通阶段发展到发达商品流通阶段。

3. 发达商品流通。发达商品流通是以商人或商业为媒介的商品交换，是商品交换发展的最高阶段，其表现形式为 $G-W-G'$ 。发达商品流通是在简单商品流通的基础上发展起来的一种流通形式。在商品经济发展的不同阶段，这两种商品流通形式往往同时存在，并发挥着各自的作用。发达商品流通具有以下特点：一是以商人为媒介；二是以盈利为目的；三是以服务为职能。

由此可见，流通的产生是随商品交换的产生而产生的，并随着交换形式的发展而不断发展。

二、流通的含义

我国理论界对流通问题的研究，对于流通概念的认识有两种观点：第一种观点认为，所谓流通，即商品流通，是以货币为媒介的连续不断的商品交换，无数次的商品交换构成了流通过程。流通是商品经济所特有的范畴。商品经济消失了，流通也就不存在了。所以流通就是指商品流通。这也是狭义的流通概念。第二种观点认为，所谓流通就是指资本的流通。也就是马克思在《资本论》里讲的流通过程，即资本的循环与周转。它是既包括流通过程又包括生产过程的大流通。这也称为广义的流通。

关于流通狭义与广义的问题，马克思在其著作中经常是从双重意义上使用流通一词的，而且这两种含义的使用又是联系在一起的。因为两种含义的客观基础都是商品货币经济。我们现在研究社会主义流通问题，主要是探讨作为与生产过程相区别的流通过程的性质、特点、机制和规律性，因此，较多使用狭义的流通概念。

流通概念较多用于宏观经济活动中，一般具有以下两层含义：

1. 流通不是独立的、简单的、个别的交换行为，而是连续的、整体的、复杂的交换过程，是由多次交换行为所构建成的循环往复的交换系统，是商品和货币这两种价值形态不断转化所形成的完整的运动方式。正是这种运动，才使商品的交换过程得以完成，所以，流通被看成是交换的一定要素。

2. 在商品流通领域，每个商品的交换过程不是独立、孤立地存在，而是互为关联、彼此错综复杂地盘结、缠绕在一起的。因为，商品交换一旦以货币作为媒介，就不只是交换双方的事，而是同时与交换双方有关的其他人相关联的事。因为交换双方已经变成买者与卖者。作为卖者，他卖不了就买不了；作为买者，如果他不先卖掉就不能购买。这里，“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。这全过程就表现为商品流通”^①，从这个角度上看，流通又是一切交换关系的总和，是商品交换的总体，是从整体上看的交换。

三、与流通相关的经济概念

通过对流通概念范畴的上述界定，可以使我們完整地把握流通的定义，但在使用“流通”这一术语时，常常会与一些其他相关经济概念混淆，如贸易、商业、交易、商务、市场营销、经营等。理顺流通与这些概念的联系和区别，有利于我们对流通进行深入研究。

（一）商业

商业是日常生活中经常使用的一个经济概念。商业是随着生产力的发展，逐步从生产部门中分离出来，专门从事商品交换中介的流通行业，通常是指专门从事商品交换活动的经济组织的总

① 《资本论》第一卷，《马克思恩格斯全集》第二十三卷，第131页。

称。商业常常同农业、工业相对称。一般认为，商业成为经济生活中不可或缺的行业之一，标志着商品交换活动的成熟。商业作为一个专门从事商品流通的行业，其基本概念应包含以下几层含义：

1. 商业是进行商品交换（买卖）的经济组织的总称，其市场行为的职能是专门对商品生产者与消费或使用之间起交换的中介作用，以向生产性企业和消费者提供商品为主要服务内容。

2. 商业是社会生活中一个相对独立的经济部类，它是从各种生产部类（工业、农业、矿产业等）中分离出来专门从事商品交换活动的经济组织。生产部类企业的产品销售活动，无论是企业与企业（B—B）、企业与政府（B—G），或是企业与家庭（B—C）之间，都是一种商品交换活动，但它是该类企业生产经营活动的有机组成部分。

3. 商业生产力发展到一定水平后，生产企业自身销售能力在数量、地域、与客户的联系上都不能满足需要，制约了生产的发展和企业的竞争能力，产销矛盾日益激化，即商品生产者耗费在商品买卖上的劳动时间愈来愈多，且这种劳动耗费越来越不经济，逐步依赖于那些与消费或使用有着广泛联系的人们或企业，导致专门从事商品交换的商人和组织产生，商业由此日臻完善。可见，商业是一个特定的概念范畴，它不是指一切商品交换行为和活动，而是特指专门从事商品交换活动的组织或个人行为。

虽然，在我国现代商业的地域性日益全球化，生活资料与生产资料的概念逐步模糊，商业企业的多种所有制形式并存，业态多样化，但无论如何商业的市场活动仅仅是贸易活动的一个方面，有其自己的活动规律。

商业与流通相互关系可见图 1-1。

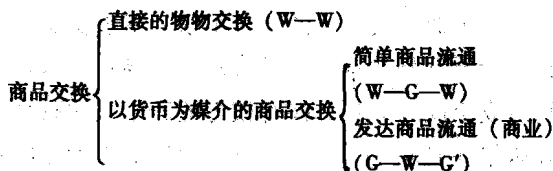


图 1-1 商业与流通过程图

(二) 贸易

贸易在我国历史上泛指商品交换，或者泛指买卖。《诗·卫风·氓》中说：“抱布贸丝”。《史记·货殖列传》中说：“以物相贸易”。从这里可以看出，贸易就是指商品交换。贸易可以分为有形商品贸易、无形商品贸易，国内贸易和国际贸易，商业企业贸易和生产企业贸易等。

(三) 交易和交换

在经济学理论本身的发展历史上，“交换”是比“交易”更为古老的概念。近现代经济学家们认识到，传统的交换概念起源于资本主义以前的市场和集市，侧重考察商品的物质实体的运动形式，因而具有商品的实际移交的意义（康芒斯）。事实上，“交易”在取得它的现代含义之前，早已经孕育在“交换”概念之中。马克思指出，交换双方为了让渡自己的商品，占有别人的商品，必须彼此承认对方是私有者。交换活动不仅仅是物质本身的运动形式，排他性的所有权是交换的前提，所有权的有偿让渡是交换行为的实质内容。康芒斯将交易划分为三类：一是买卖的交易，即法律上平等的人们之间自愿的买卖关系，尤指以换取一定的代价为前提的法律上所有权的让与和取得，不包含实际物品的交货程序。二是管理的交易，是一种以财富的生产为目的的交易，这是一种在法律上和经济上的上级对下级的关系。其中，上

级是一个人或由少数个人组成的特权组织，下级则必须服从上级的命令。其一般原则是效率。三是限额的交易，是有权力的若干参加者之间达成协议的谈判，握有权力的若干人把联合企业的利益和负担分派给企业的各个成员。这也是一种上级对下级的关系，只是上级是一个集体的上级或者它的正式代表（康芒斯）。从我们的研究需要来说，可以在较窄的含义上理解交易，把交易理解为市场交易或买卖的交易。

（四）商务

“商务”一词在我国经济生活中广泛出现于1978年的改革开放之后。在国内经济生活中，“商务”一词频繁出现，如“商务谈判”、“商务惯例”、“国际商务”等。一些企业也纷纷设立“商务部”，但学术上对“商务”如何定义则仍有较大分歧。一般认为：商务是指参与市场活动的主体（政府、厂商、家庭与个人）围绕卖方以盈利为目的出售和买方以生存和发展为目的购买商品的各種相关经济活动的集合。它包括交易磋商、谈判、签约、公关活动、购销运存、资金运作与结算业务、风险防范、开拓市场等。由此可见，商务主要泛指企业、政府、家庭与个人的各种“外部的”市场行为。

（五）市场营销

市场营销是指商品的供给主体实现市场销售的各种活动，包括需求市场分析，以扩大销售为目的的产品、价格、分销渠道策略与促销手段的选择，售后服务，满足消费需求程度评价等。简单地说，营销就是整体销售活动。市场营销表现为商品卖方单方面的经营策略。