



教育部人文社科重点研究基地浙江工商大学  
现代商贸研究中心资助

科学经管经典著作译丛  
商品流通研究系列

Marketing  
and  
Distribution

商業組織の内部編成

# 商业组织的内部构成

〔日〕石原武政 著  
吴小丁 译



科学出版社

科学经管经典著作译丛

商品流通研究系列

商業組織の内部編成

# 商业组织的内部构成

〔日〕石原武政 著

吴小丁 译



科学出版社

北 京

SHOGYO SOSHIKI NO NAIBU HENSEI

by ISHIHARA Takemasa

Copyright © 2000 ISHIHARA Takemasa

All rights reserved.

Originally published in Japan by CHIKURA SHOBO, Tokyo.

Chinese (in simplified character only) translation rights arranged with  
CHIKURA SHOBO, Japan

through THE SAKAI AGENCY.

北京市版权局著作权合同登记号:01-2011-5024

### 图书在版编目(CIP)数据

---

商业组织的内部构成 / (日)石原武政著;吴小丁译. —北京:  
科学出版社, 2012

(科学经管经典著作译丛·商品流通研究系列)

ISBN 978-7-03-033397-1

I. ①商… II. ①石…②吴… III. ①商业流通—研究 IV. ①F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 011258 号

---

责任编辑: 张 宁 / 责任校对: 田 贺  
责任印制: 张克忠 / 封面设计: 王健敏

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

装 订 厂 印 刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2012 年 2 月第 一 版 开本: 720×1000 1/16

2012 年 2 月第一次印刷 印张: 13 1/2

字数: 210 000

定价: 36.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

## 译丛总序

“商品流通研究经典著作译丛”是一套旨在推动中国商品流通基础理论研究，理解商品流通研究传统及流通基础理论传承的经典文献系列丛书。本丛书希望为那些严肃认真的研究者展现商品流通经典基础理论，对传统理论的继承、革新与发展，以及规范的科学研究方法。这套丛书也是从事商品流通相关研究的学者及研究生的必读文献。

一门学科基础的确立是一个漫长的、持续传承的历史过程，其中凝聚了无数研究者的智慧与结晶。商品流通论即早期市场学的主要研究对象是“引导商品或服务从生产者向消费者移动的商业活动”<sup>①</sup>，阿尔德森和巴克林是主要的代表学者<sup>②</sup>。阿尔德森的《动态营销行为——营销的功能主义理论》和《营销行为与经营活动——功能主义视角的营销理论》，其理论思想博大精深，构成了流通论的基础理论，被评价为“现存营销文献中最全面的一般理论”<sup>③</sup>；巴克林的《流通渠道结构论》将之前有关渠道的散乱粗糙的陈述进行了归纳和梳理，形成了较为完整的渠道分析框架<sup>④</sup>。随着以美国为代表的市场学主流转向企业的视角，以社会视角的商品流通研究重心逐渐转向日本和欧洲，并在阿尔德森理论的基石上构建起现代流通论的理论框架。石原武政和田村正纪是现代流通论的重要代表学者，他们的理论深受阿尔德森和巴克林的影响，也正是他们将阿尔德森和巴克林的代表性著作翻译成日文，实现了流通基础理论的跨文化传播。石原武政的

---

① 美国营销学会 1935 年定义。

② 吴小丁、张舒，商品流通研究的市场营销学理论渊源探析，《外国经济与管理》2011 年 3 月。

③ Smalley R and Fraedrich J, Aldersonian functionalism: an enduring theory in marketing, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1995, 3 (4)。

④ 路易斯·P. 巴克林，《流通渠道结构论》，美国加州大学伯克利分校商业与经济研究所，1966 年。

《商业组织的内部构成》对传统流通理论进行了新的思考，田村正纪的《选址创新——创新者行为与商业中心地的兴亡》则以最新的科学方法把读者带到了流通研究的最前沿。中西正雄是一位颇具国际影响力的学者，尤其在研究方法上贡献卓著，其代表作《零售吸引力的理论及测量》发展了从 20 世纪 20 年代以来颇具影响的零售吸引力理论，同时也展示了科学方法论的魅力。我们真诚希望通过向读者介绍这些经典著作及其作者的思想，推动我国商品流通学科的建设。

本丛书的编辑和翻译出版得到了“教育部省部共建人文社会科学重点研究基地浙江工商大学现代商贸研究中心 2010 年度重大项目”的经费资助。

吴小丁 郑勇军 张舒

2011 年 10 月 30 日于长春

## 中文版序言

从2000年3月本书定稿至今已10年有余，书中大部分内容仍然是其后数年构想和执笔的文字的源头。

从20世纪80年代中期开始，我转向研究零售业的现实问题。在此过程中，我对商业的基础理论萌生不满。基础理论当然是抽象的，但在其逻辑中，能成为与现实问题连接点的概念难道被掩盖了？即便如此，面对现实问题时，基础理论能否成为导线？这种不满与日俱增。

我长期思考的结果是，商业从一开始就具有阶段性（层次性）及业种的多样性，这在基础理论的层面上是清晰的。有了这一感触，我便一鼓作气撰写了形成本书的论文。

本书中所说的“买卖集中原理”，在商业的基础理论中也是最核心的部分。本书的观点当然并不否定这一点，而是从其现实的作用方式的角度来理解买卖集中原理。由此，我发现了基础理论与现实问题的连接点，这是本书最重要的观点。

本书采用新的逻辑来解释商业的多环节构成的同时，关注商品的经营技术，明确中小业种店存在的意义，并利用同一逻辑的扩展，明确大型零售业存在的根据。在此基础上，本书关注了产销同盟这一新的动向并展开了讨论。

幸运的是，本书得到日本学界的积极评价和认可。虽然历经十余载，但本书的内容主要是关于“基础理论”的，所以并不过时，相信在今天也适用。

吉林大学商学院的吴小丁教授看到本书后，希望翻译成中文。我们相识在大约10年前吴教授来日访学时。之后我们一直有学术交往，而且吴教授已经翻译出版了我与他人合著的《商品流通》一书，所以便很安心地让她翻译了。

吴教授的翻译工作之细致是令人难以置信的。2007 年夏，我在吉林大学访问的两周时间内，她就对本书内容做了校对。从 2008 年秋到 2009 年春，吴教授在关西学院大学访问期间，仍然在继续做校对工作。她的校对不仅针对逻辑性内容，还包括日语和汉语表达上的问题，甚至还包括我文字上的毛病和细微的语气。虽然我完全不懂中文，但我确信我的意图已经被准确地译成了中文。衷心感谢付出长期辛苦的吴教授。

中国正处于市场化的进程中，今后国内流通的作用一定会越来越大，商业研究的必要性也越来越强。本书论述的这种抽象的基础理论，直接用于现实研究也许起不到作用，但希望能成为解释现实的引线。

最后，感谢对本书译成中文出版给予支持的科学出版社林鹏总经理，并感谢浙江工商大学现代商贸研究中心的出版资助。

石原武政

2011 年 10 月 1 日

## 译者前言

《商业组织的内部构成》是流通学界著名学者石原武政教授继《市场营销竞争的结构》之后又一部关于流通基础理论的著作，荣获了日本流通研究的最高奖项——2001年度日本商业学会学会奖。这部著作被评价为是一部商业理论研究划时期的论著<sup>①</sup>，是以商业基础理论为讨论的出发点，针对现实的流通现象，锤炼基础理论的充满激情的研究成果。本书出版后，在学术界引起很大反响。2000年9月6日，日本商业学会关西分会召开了以“商业经济论的新地平：石原理论的冲击”为主题的学术研讨会，日本的权威学术期刊《流通科学》第28期以整期的篇幅刊载了研讨会的主要论文，引发了对流通论基础理论如何解释现实的深入思考和讨论。

作者执笔本书的目的是为了消除理论与现实的背离，这对流通论（商业学）作为一门学科确立自我认同来说是必不可少的工作，因为不具有在认识论和方法论上自我认同的学科是难以存在的。消除理论脱离实际，也正是使流通成为科学的“应用学科”的一种姿态。

传统的商业学是高度抽象的，很难直接用来解释现实的商业问题。作者正是怀有这样的不满，希望在书中构建商业基础理论和现实之间的媒介——“中观理论”。

村上刚人教授在评价本书时说道：“如果把连接基础理论与现实的媒介理论叫做中观理论，可以从两个方面来理解。一个是某种意义上的微观理论与宏观理论相结合的观点。如果说，商业经济论一直被认为既是宏观理论又是微观理论，那么如果没有误解的话，石原的尝试之一就是，把商业经济看做是宏观理论，抽出用微观理论来解释的部分，重新构建个别商

---

<sup>①</sup> 日本流通科学大学校长石井淳藏教授给サントリ一财团海外出版资助的推荐信，2010年10月6日。

业者或集聚商业者微观行为的原理，与此同时，谋求其与宏观理论的协调。方法是，‘把基础理论作为接近现实问题的线索，抽出以往基础理论中暗含的前提，重新追问其意义’。另一个是在将现实（事实）层面的操作假说融入基础理论的过程中，如何使基础理论在现实问题中反馈。准确地说，就是当基础理论无法解释新的现象时，就从新现象中抽出新的概念，补充融入到基础理论中去。这就是石原所说的‘抽出可理论化的概念与命题’来构建媒介理论的现实分析方法。”<sup>①</sup>

作者在书中指出，流通基础理论中暗含的前提并不一定完全符合实际。第一，商业并不仅仅是像拼图玩具那样把已经生产出来的商品有效率地转移到需要的场所，而是还承担着创造需求的功能。第二，有必要将买卖集中和社会化基础理论概念与现实中间别商业者的行为及其相互交织的内部构成联系在一起。第三，如果要理解近年来的产销同盟的发展，就应该认为流通不是生产的事后处理，而是与生产同时进行的。第四，流通基础理论无法将业态理论展开，要想展开就必须抽出流通技术要素，并与基础理论连接起来。第五，基础理论有必要将商业的地域性这一超越了买卖效率的功能纳入其理论框架<sup>①</sup>。这些都是触及基础理论的重要问题。

本书将商业的基础理论在与现实的接触点上进行了拓展。具体而言，作者对商业的多环节构成做出了新的解释，并且还还对以往一直被忽视的业种构成给出了新的解释，从而不仅说明了中小零售商与商业集聚存在的意义，也说明了大型零售商成立的意义，开辟了在基础理论的延长线上展开商业动态分析的方向。同时，作者还将近年来成为焦点的产销协作问题纳入了基础理论的分析框架。另外，作者将抽象的“买卖集中原理”这已构成流通论核心理论，分为第1原理和第2原理，使其更加严密、更容易解释现实，这也是本书的重要贡献之一。本书由3部分构成：

第1部分是商业论对市场的认识，由前3章构成。第1章用“交易的计划性”这一概念揭示了批发商新的存在根据；第2章详细说明了将“备货形成过程”的概念运用于商业集聚；第3章从商业者的行为的角度，明

---

<sup>①</sup> 村上剛人，商業經濟論の新地平—「石原理論のインパクト」—「ネット」経済と需要の個別化における商業との関連で—，『流通科学』28号 P31。

确了商业作为媒介在生产者和消费者之间不确定的沟通作用。

第2部分是对买卖集中原理的理解,由第4章、第5章、第6章、第7章构成。第4章到第6章详细论述了商业最基本的理论“买卖集中原理”,揭示了这一原理无论是在商品方面还是在空间方面,都会限定在一定的范围之内,从而使商业集聚的意义更加明确。由此可以看出,由中小零售商形成的商业集聚是买卖集中原理最基本的承担者。并且,从商业集聚外部性的控制点,解释了业种综合型和部门综合型零售业成立的依据。第7章通过“流通技术”的概念说明了零售业态的意义。

第3部分是生产与商业的分工关系,由第8章和第9章构成,分析了产销协作过程中,生产与商业分工关系变化的趋势,指出生产和流通同时进行调整的这一探索,使库存概念发生了巨大的变化。

本书是流通研究者的必读文献,适合作为贸易经济、市场营销、产业经济、物流等专业的硕士和博士研究生深入学习的参考书。

石原武政(Ishihara Takemasa)教授是日本著名的流通论学者、商学博士。他1943年出生于京都,1969年神户大学博士毕业后,一直在大阪市立大学商学部任教,2006年转入关西学院大学商学部任教直到退休,现任流通科学大学名誉教授。石原武政教授从事商品流通论的教学与研究工作40余年,发表了大量的著述,其代表作有《市场营销竞争的结构》(千仓书房,1982年)、《公设零售市场的生成与展开》(千仓书房,1989年)、《城市建设的市场营销》(合著,日本经济新闻社,1992年)、《零售业的调整政策》(千仓书房,1994年)、《商业组织的内部编成》(千仓书房,2000年)、《城市建设中的零售业》(有斐阁,2000年)、《商业学(新版)》(合著,有斐阁,2000年)等。他曾4次荣获日本商业学会(日本最权威的商业、市场营销研究者的组织)学会奖,2次荣获中小企业研究奖。学术界给予石原武政教授的评价是:“尖锐深刻的理论分析,缜密的历史分析,积极的政策建议。”他曾历任日本商业学会理事、常任理事、副会长、会长。同时,作为日本各级政府的顾问,他曾出任大阪市及大阪府等地方自治体的各种咨询委员,日本通产省(现经济产业省)中小企业政策审议会委员,参与了很多政府政策的制定工作,现任该审议会商业分会长及若干咨询委员会的主任。

石原武政教授是一位长于写作的学者，文字的表现力极强，具有独特的写作风格。由于译者的水平有限，可能无法完全展示作者文字的魅力，只是力图首先做到准确和顺畅，使文字表达尽可能符合中文的习惯，希望读者能体会到作者思维的敏锐和思想的深邃。应石原武政教授的要求，中译本将其发表在《流通科学》第28期上的“《商业组织的内部构成》点评回应”一文也收录进来，附于书后，作为本书论述的补充。

本书在翻译的过程中得到了很多人的帮助。首先要感谢吉林大学外语学院的于长敏教授和吉林大学国际交流学院的仲秋老师对翻译中的疑难问题给予的帮助。感谢敦煌研究院考古研究所所长刘永增博士对序章中有关“王法”、“佛法”等内容的注释。

感谢我的博士研究生们对这部著作的翻译做出的重要贡献。张舒和王晓彦同学对书中大量引用的阿尔德森的论述，一一对照英文原著做了校对；金钰同学对译稿文字做了润色加工，使文字表达更符合中国人的思维习惯；尹舰同学承担了清样的全部校对工作；施晓峰、王晓彦同学是我这项翻译工作的得力助手，经常会给出很好的建议，并与硕士研究生祖美玲同学一起承担了部分文字的电脑录入工作。另外，本书译稿完成后，我的全体研究生同学在每周讨论班上对其逐章进行了阅读讨论，对难以读懂的段落和术语，提出了很多宝贵的修改意见，在此向讨论班的全体同学表示感谢！

感谢本书作者石原武政教授不厌其烦的解答。令人难忘的是在松花湖观光途中等船的空闲时间，石原武政教授还主动要求为我们校对答疑。我们坐在五虎岛的围墙上工作的情景，至今仍历历在目。在与日方出版社进行版权交涉及寻求日方出版资助的过程中，石原武政教授也都给予了大力协助。本书从开始翻译到出版历时5年，期间曾联系过多家出版社，都因没有出版资助而不得不放弃，使翻译出版工作一再搁浅。感谢浙江工商大学现代商贸研究中心的慷慨资助，使这部著作终于能与我国读者见面。感谢科学出版社经管法分社的张宁编辑和陈亮主任及其他工作人员为本书出版付出的辛劳。

吴小丁

2011年7月于长春

## 原书序

1998年2月24日、25日两天，日本商业学会关西分会和九州分会联合分会以“流通营销研究的自我认同”为论题，在下关市立大学召开了会议。我在会上得到了发言机会。这次发言的主要内容将在后面的绪论中提到，那正是我撰写本书最基本的意图，也是本书实质性的出发点。

我想在这里谈一点个人经历。我从大学本科时就学习商业经济论，进入大学院<sup>①</sup>后，开始研究营销渠道论，到大阪市立大学就职后，关注的领域扩展到了对营销活动内在逻辑关系的分析上。当时的成果是《营销竞争的结构》一书（千仓书房，1982年）的问世。正是从那时开始，我关注的焦点几乎完全集中在营销活动的逻辑分析上。当时研究商业基础理论的一般方法极其重视逻辑的展开。

之后，我的关注点有了很大的转移，转向以零售市场为中心的零售商业历史、地域商业问题和流通政策等问题。其间，包括与零售商的现场会面，都使我瞪大了眼睛观察现实中的商业。我看到在几乎成为衰退产业的地域零售商中，仍有一些满怀理想并倾注了全部热情的商业者，当我们冷酷地分析地域零售业的衰退时，他们仍然坚守阵地，支撑着地域商业。这使我越来越逼近地域商业问题。

但是，这个理由也许很牵强。越是深入现场，我的内心越是有一种难以名状的不满足感。最初不知缘由何在，后来才发现这是由于理论与现实产生了分离。我并没有想当然地期待抽象的商业论能够解释现实的具体运作，但二者一定会在某处相关联的。

想想看，我们在大学里教学生流通的基础理论，但这些基础理论一旦用来观察现实的流通便无法给出解释，理论与现实有很大的背离。因而在

---

① 大学院相当于中国的研究生院。——译者注。

反问学习理论的意义何在时，我们便会无言以对。当然，这种不安只是我个人的感受。

从那时开始，我便在内心深处经常反思已成为我思考出发点的商业经济论。商业经济论即便是基础理论，也不应该脱离时代的约束。那么商业经济论是不是已经落后于时代了呢？如果不是，它又对现在的人们讲述着什么呢？这个难题一直纠结在我心中。前面提过的我在日本商业学会联合会上提出的问题，便是那种带有我个人不满与焦虑的吐露。

构思本书的直接契机是收入第1章中的那些论文的写作。在此基础上，又产生了第4章中的论文。由此，又隐约找到了第2部分各章的感觉。通过审视买卖集中原理这一商业经济论最基本的概念，向基础理论与现实结合这一重大课题迈出了第一步！这种感觉令人雀跃。之后，以这些论文为中心，在几年的时间里，我带着几乎同样的问题意识执笔论文，并且全面着手于本书的形成。从这个角度来讲，本书从理论层面对我内心的纠结给予了一个解答。

另外，有必要让读者了解本书的写作过程。从1991年至今的9年间，我一直不得不从事大学的管理运营，在此期间，日本的流通政策发生了很大的转向。1991年《大型零售店法》放宽了限制，之后又几经周折，终于在1997年12月的产业结构审议会流通分会、中小企业政策审议会流通小委员会共同会议上通过废止答辩，并制定出台了《城市建设相关3法》。这期间，地域商业在很多方面又融入了种种新的问题。我本人自然也无法游离于国家和地方的这种现状之外。

这些事牵扯了我很多精力。不仅读书的时间锐减，而且进一步深入集中思考的欲望也减退了。虽然按原定的时间写作，但缺少了发自内心的热情。

所幸的是，在这期间有几个机会给了我外在的动力，最主要的是大学的讨论班。在那里，通过阅读各种文献，屡屡修正基础理论，我有了思考的机会。讨论班的同学们也都辛苦地倾听了我的论述。特别是本书的第2章，正是以这些讨论为直接契机而形成的，其他部分有些也是由此得出的成果。

另外，这期间，与我多次进行合作研究的神户大学的石井淳藏教授，

经常给我强烈的激励。通过去大学院和研究合宿<sup>①</sup>的讨论，我反复梳理了自己的思路，产生了很多想法。此外，还有人为我提供了“强制执笔”的机会。尤其要感谢东京大学的桥本寿朗教授、流通经济大学的原田英生教授和原大阪市立大学（现大阪商业大学）的中野安教授。这些人难以拒绝的委托，就像在我封闭的思考之壳上开了一个洞，使这些思想喷涌而出。

没有充分的时间，也没有充分的阅读，仅仅靠不断的思索而写成这本书，这正说明我是在与原来掌握的理论作斗争。但在那些既有的理论深处，显然有森下二次也、荒川祐吉和风吕勉这三位恩师的影子。即使其中有我的误解，我还是要对这三位对我核心思想形成有重要影响的老师再次表示感谢。显然，与大师们直接对话超出了我的能力。但如果通过我的理论，与三位老师有些微的对话，并以此为契机，形成联系基础理论与现实的媒介理论，并能得到人们的关注，我便如愿以偿了。

当然，本书这样的写作过程决不能说是正常的。特别遗憾的是，尽管通过大学院讨论班和研讨会讨论得到了很多补充，但却没有充分阅读前人的研究成果。我自身虽然很希望能把所有时间都用于研究，但现在只能说明情况并表示歉意，恳请读者自己进行补充。

最后，千仓书房能为我出版这样的一本书，我实感幸运。对迅速做出回应的千仓孝社长和细心編集制作本书的塚越俊治編集部长表示衷心的感谢。

石原武政

2000年1月

---

① 一个团队住在同一宿舍内，集中进行合作研究。——译者注。

# 目 录

---

译丛总序

中文版序言

译者前言

原书序

|                            |   |
|----------------------------|---|
| 绪论 基础理论与现实的分离 .....        | 1 |
| 0.1 研究的流星化 .....           | 1 |
| 0.2 光辉的消逝 .....            | 3 |
| 0.3 使基础理论与现实相结合的媒介理论 ..... | 4 |
| 0.4 本书的构成 .....            | 6 |

## 第1部分 市场与商业——商业论的市场认识

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 第1章 作为现实市场基础的商业 .....     | 11 |
| 1.1 不断变化的商业 .....         | 11 |
| 1.2 商业者功能与商业功能 .....      | 13 |
| 1.3 商业者的投机性库存与延期性筹集 ..... | 22 |
| 1.4 结语 .....              | 28 |
| 第2章 作为备货形成过程的商品 .....     | 30 |
| 2.1 备货形成过程的地位 .....       | 30 |
| 2.2 阿尔德森备货形成过程的概述 .....   | 32 |
| 2.3 备货形成过程的再思考 .....      | 38 |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| 2.4 结语 .....                    | 49         |
| <b>第3章 作为市场沟通手段的商业 .....</b>    | <b>51</b>  |
| 3.1 不确定的消费者集合的市场 .....          | 51         |
| 3.2 作为假设根据的市场图景 .....           | 53         |
| 3.3 商业者的市场图景与备货物 .....          | 61         |
| 3.4 消费者描绘的企业图景 .....            | 65         |
| 3.5 结语 .....                    | 68         |
| <br><b>第2部分 买卖集中原理与零售业的发展变化</b> |            |
| <b>第4章 买卖集中原理与业种形成 .....</b>    | <b>73</b>  |
| 4.1 商业的分化与内部构成 .....            | 73         |
| 4.2 买卖的集中与空间市场 .....            | 75         |
| 4.3 业种及业种店的形成 .....             | 81         |
| 4.4 结语 .....                    | 90         |
| <b>第5章 商业集聚的依存关系与买卖集中 .....</b> | <b>92</b>  |
| 5.1 完全业种店与部分业种店 .....           | 92         |
| 5.2 业种店与商业集聚 .....              | 93         |
| 5.3 商业集聚的买卖集中 .....             | 98         |
| 5.4 结语 .....                    | 105        |
| <b>第6章 商业集聚中的竞争与管理 .....</b>    | <b>107</b> |
| 6.1 综合零售商与商业集聚 .....            | 107        |
| 6.2 商业集聚内的依存与竞争 .....           | 108        |
| 6.3 综合零售商的成立 .....              | 113        |
| 6.4 管理型商业集聚的可能性与条件 .....        | 121        |
| 6.5 结语 .....                    | 127        |
| <b>第7章 零售业的业态革新 .....</b>       | <b>129</b> |
| 7.1 业种与业态 .....                 | 129        |
| 7.2 业态的诞生 .....                 | 131        |
| 7.3 食品超市业态的诞生 .....             | 137        |
| 7.4 结语 .....                    | 148        |

## 第3部分 生产与商业分工关系的发展变化

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| <b>第8章 生产与商业的分工</b> .....    | 153 |
| 8.1 从脱节到产销协作 .....           | 153 |
| 8.2 商业论的基本框架 .....           | 154 |
| 8.3 与基本框架的背离 .....           | 158 |
| 8.4 生产系统与供求调整的问题 .....       | 162 |
| 8.5 结语 .....                 | 168 |
| <b>第9章 新型分工关系的探索</b> .....   | 170 |
| 9.1 分工关系的动摇 .....            | 170 |
| 9.2 库存调整功能的压力与技术革新 .....     | 171 |
| 9.3 对生产者库存问题的关注 .....        | 176 |
| 9.4 结语 .....                 | 185 |
| <b>附录</b> .....              | 187 |
| <b>《商业组织的内部构成》点评回应</b> ..... | 189 |