



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



Commercial
Economics

21世纪贸易经济系列教材

Introduction to Commercial Economics

商业经济学教程

主编 纪宝成

 中国人民大学出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材



Commercial
Economics

21世纪贸易经济系列教材

Introduction to Commercial Economics

商业经济学教程

主编 纪宝成

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商业经济学教程/纪宝成主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2016. 3
21 世纪贸易经济系列教材
ISBN 978-7-300-22657-6

I. ①商… II. ①纪… III. ①贸易经济学-高等学校-教材 IV. ①F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 053395 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
21 世纪贸易经济系列教材
商业经济学教程
主编 纪宝成
Shangye Jingjixue Jiaocheng

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京东方圣雅印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2016 年 3 月第 1 版
印 张	14.75 插页 1	印 次	2016 年 3 月第 1 次印刷
字 数	338 000	定 价	39.00 元

前 言

中国人民大学贸易经济系是新中国高等学校商业经济（后改称贸易经济）专业的发祥地，也是新中国第一本商业经济学教材的诞生地。我国确立社会主义市场经济体制以来，原来作为政治经济学一个分支的商业经济学，其内在逻辑和内容体系都发生了重大变革和变迁。本教材就是在多年不断探索和积累的基础上，为满足当前的教学需要而由贸易经济系重新组织编写的。它力图体现对中国人民大学贸易经济系旧有教材成果的继承和扬弃，更力图与时俱进地反映改革开放以来贸易经济学科领域所取得的相关学术成果，同时也考虑到它在当前专业建设和现有课程体系中的地位、作用和内容分工。

本教材由纪宝成教授主持编写。纪宝成、谷克鉴、陈甬军、刘向东、王晓东教授等参加了框架结构的讨论。王晓东负责编写组织工作。编写人员有：第1章，纪宝成、石明明；第2章，纪宝成、王晓东；第3章，纪宝成、谢莉娟；第4章，王强、王晓东；第5章，易靖韬；第6章，纪宝成；第7章，纪宝成、石明明；第8章，谢莉娟；第9章，刘向东；第10章，李智；第11章，纪宝成、谢莉娟。编写人员完成初稿后，由纪宝成修改统纂定稿。

商业经济学是一门专门研究以商业为媒介的商品交换和流通过程中各种经济活动、经济关系及其运动规律的学问。它集中而又典型地从理论上概括和反映市场商品交换活动和流通过程。对贸易经济类专业来说，它是一门以政治经济学理论作为自己的理论基础、紧密结合商业实际而发展起来的、具有中国特色的专业基础理论课。建设好这门既老又新的课程，无疑需要在时代的发展中作出持续不断的理论联系实际的努力，教材的编写因而也从来不会一劳永逸。此次教材的编写只是我们一个新的起点。在今后的教学实践中，相信该教材会随着时代的变迁、学术成果的积累，而不断得到充实、改进和提升。眼前的这本教材一定存在诸多不足，期待学界和商界朋友们的批评教正。

纪宝成

目 录

第1章 商业的产生与发展	1
第1节 商业的产生	1
第2节 商业的职能与经济效应	8
第3节 不同社会形态下的商业	12
第2章 商业与国民经济运行	17
第1节 商业在社会再生产中的地位	17
第2节 商业在国民经济运行中的作用	23
第3节 商业活动规律	27
第3章 商业经营要素	33
第1节 商业人员	33
第2节 商业资本	41
第3节 商情信息	47
第4节 技术因素与商业经营	52
第4章 商业内部分工与商业交易方式	57
第1节 商业内部分工	57
第2节 商业交易方式	64
第5章 商品市场供求	75
第1节 商品供给	75
第2节 商品需求	80
第3节 市场供求关系	85
第4节 商品价格：价格形成	92
第5节 商品价格：价格体系	102
第6章 商品流通渠道	110
第1节 商品流通渠道的经济内容及其形态体系	110
第2节 商品流通渠道与商品运动	114
第3节 商品流通渠道的形成和组织	118
第7章 商业经营活动	123
第1节 商业经营活动与产品市场实现	123
第2节 商品采购	130



第3节 商品销售	139
第4节 商品储存	149
第8章 商业活动与统一市场	159
第1节 商业活动与市场发育	159
第2节 市场经济与统一市场	166
第3节 统一市场与商业活动的发展	173
第9章 商业经济效益	178
第1节 商业经济效益	178
第2节 商业微观经济效益评价	183
第3节 商业宏观经济效益评价	193
第10章 市场秩序与商业行为规范	198
第1节 市场秩序	198
第2节 商业行为规范	209
第11章 商业宏观调控与管理	218
第1节 商业宏观调控	218
第2节 商业宏观管理	223

商业，是人类社会出现了商品交换和商品生产之后经过第三次社会大分工而出现在社会经济生活之中的。专门媒介商品交换的商业一经产生，就以其独特的经济功能存在于迄今为止的所有社会形态之中，成为社会经济运转不可或缺的国民经济部门。

第1节 商业的产生

商业，是商品交换的发达形式，即发达的商品流通。讨论商业的产生与发展，有必要从分工、交换与商品流通等基本概念的关系谈起。从根本上说，商业属于交换的范畴，而交换的萌芽和发展是与分工的产生和深化密不可分的，商业总是伴随着分工的深化而发展的。

一、从分工到交换

分工作为一切社会所共有的普遍经济现象，其存在具有绝对的必然性——由人力的局限、资源的制约、技术的限制和提高效率的需要决定。作为一个不断裂变和演化的过程，最原始的分工形式是类似于“男耕女织”的自然分工，“也就是在纯生理的基础上产生”^①的分工，存在于原始社会氏族部落的经济共同体中。在不同所有者的这种经济体内部，不仅有分工，而且有交换，但这种交换是直接的劳动交换，亦即在集体的共同劳动中发生的各种活动和各种能力的交换。这样一种直接的劳动交换不仅存在于远古时代原始社会氏族部落的经济共同体内部，也存在于现代社会经济生活之中，如工厂内部由技术分工引起的不同工种、工序工人之间的劳动协作。这种在生产过程中发生的各种活动和各种能力的交换，直接属于生产，并且从本质上构成了生产。它不是我们所要研究的交换，我们所要研究的交换是独立于

^① 《马克思恩格斯全集》，中文2版，第44卷，407页，北京，人民出版社，2001。



生产过程之外的、与生产过程有别的特殊经济过程，即生产品的交换过程。

原始共同体内部没有生产品交换，但由于存在自然分工，在共同体之间却出现了生产品的交换。“不同的共同体在各自的自然环境中，找到不同的生产资料和生活资料。因此，它们的生产方式、生活方式和产品，也就各不相同。这种自然的差别，在共同体互相接触时引起了产品的互相交换，从而使这些产品逐渐转化为商品。”^① 马克思认为自然分工条件下存在生产品交换的初始形式：“产品作为商品的这种交换，起初是在各个共同体之间而不是在同一个共同体内部发展”^②，正是在这个以原始共同体为单位的对外交换过程中，一部分生产品开始逐渐演变为商品，商品交换也就由此而产生。

分工是生产品交换产生的基础，而生产品交换反过来又促进了分工的发展，自然分工逐渐向社会分工转化。“社会分工也是从不同的起点发展起来的：1. 在家庭和氏族内部，存在着按照性别和年龄的自然分工，加上对邻近部落使用暴力而造成的奴役，更把这种分工扩大了（第 335 页）；2. 不同的共同体因地域、气候、文明程度不同而生产不同的产品，在这些共同体相互接触的地方，这些产品相互进行交换。（第 49 页）同别的共同体进行的交换，由于自然分工进一步发展，就成为破坏本共同体内部自然联系的主要手段之一。”^③ 由此可见，共同体内部的社会分工是由共同体内部的自然分工扩展而来的；而共同体间的自然分工又扩展为共同体间的社会分工。在人类社会发展史上，前后共发生了三次社会大分工。第一次是农业和畜牧业的分离，这时各共同体内部的分工仍不发达，交换主要是剩余产品的交换，商品交换并不占有重要地位。第二次是农业和手工业的分离，由于技术含量较高的手工业生产不易为一般的农夫所掌握，而手工业产品又不能直接作为生产者自己的生存消费资料，专业化的手工业生产者须将其生产出来的手工业品拿到市场上去换取自己所需要的消费品。“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；随之而来的是贸易，不仅有部落内部和部落边境的贸易，而且海外贸易也有了。”^④ 商品生产的大量出现使得原来并不占重要地位的商品交换显得日益重要，商品交换已经成为商品生产顺利进行的前提条件。在这种情况下，社会分工突破了生产范畴，出现了商业脱离生产部门的第三次社会大分工。

因而，分工产生了交换，自然分工状态下就已经有了交换活动，这种交换反过来又促进了社会分工的形成与发展，有了社会分工，各个独立的生产者之间的商品交换活动成为必然。

二、从产品交换到商品流通

这里的交换是独立于生产过程之外的交换，是建立在社会分工基础之上的、直

① 《马克思恩格斯全集》，中文 2 版，第 44 卷，407 页。

② 《马克思恩格斯全集》，中文 2 版，第 32 卷，312 页，北京，人民出版社，1998。

③ 《马克思恩格斯全集》，中文 2 版，第 21 卷，411 页，北京，人民出版社，2003。

④ 《马克思恩格斯文集》，第 4 卷，182~183 页，北京，人民出版社，2009。

接为了消费（不论是生活消费还是生产消费）而进行的生产产品交换，其物质内容是不同劳动产品亦即不同使用价值的置换。生产品交换实质上也是人们劳动的交换，但它采取了间接的形式：不是直接交换劳动，而是生产者相互之间为了满足各自消费的需要，通过交换劳动生产品来交换劳动。因此，生产品交换作为社会分工条件下产品由生产领域向消费领域运动的必然形式，也是社会劳动的物质变换过程。生产品交换从它产生之日起，就成了人类基本的经济活动之一；它随生产而来，并与生产一起构成了社会制度的基础。

社会产品意义上的生产品交换，一开始便采取了商品交换形式。商品交换是发生在不同经济主体之间的产品交换，它的最初形式是产生于第一次社会大分工之际的物物交换（W—W）。在人类历史上，物物交换起初是在原始共同体之间通过各自的氏族首领来进行的，然后逐步渗入原始共同体内部；正如马克思所指出的：“商品交换是在共同体的尽头，在它们与别的共同体或其成员接触的地方开始的。但是物一旦对外成为商品，由于反作用，它们在共同体内部生活中也成为商品。”^①随着第二次社会大分工即手工业与农业的分离，这种原始的实物交换形式得到了进一步的发展，并促进了原始公社制度的瓦解和私有制的产生。今天看来，物物交换实在平淡无奇，但它却是人类文明史上的一项伟大发明和创造，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，对人类社会的经济生活产生了极其深远的影响。

不过，物物交换中的商品还是一种原始的、艰难发育中的商品。在物物交换过程中，虽然交换双方都在让渡自己产品的同时占有了对方的产品，但这种交换只有在双方恰好同时需要对方的产品，并且走到一起时才能发生，因而极大地受到时间、空间上的限制，这就使得交换只能在狭小的地域范围和时间范围内进行。同时，物物交换仅仅是不同使用价值的交换，商品的价值还没有取得独立的形式，因而交换只能孤立地、断断续续地进行，交换量的比例确定则完全是偶然的，也就是说，这种交换形式有很大的局限性：首先，我需要你的商品的使用价值；其次，两种商品的价值量要相等；最后，我的商品的使用价值也为你所需要。这三者缺一，交换就不能进行。由于存在这样一种个人的限制，生产者为了换取自己所需要的商品，往往要经过迂回曲折的过程才能实现。基于上述严重的时空限制和个人限制，这种商品交换形式只能满足原始状态下偶然的交换需要。

随着社会生产力的发展，产生了直接以交换为目的的生产，即商品生产。越来越多的产品要求进入交换，不但要求经常性的交换，并不断扩大交换时空范围的要求，还要求确定交换量的比例（即确立等价交换原则），以确保充分实现经济利益；与此同时，由于家庭单位的出现，交换主体的等价交换要求也越来越强烈。所有这一切表明，商品内在的使用价值与价值的矛盾尖锐化了，物物交换这种原始的商品交换形式已不能适应社会生产发展的要求。但是，“商品的发展并没有扬弃这些矛

^① 《马克思恩格斯文集》，第5卷，107页，北京，人民出版社，2009。

盾,而是创造这些矛盾能在其中运动的形式”^①。具体而言,包容这种矛盾的方法就是商品的交换价值与使用价值分离,获得一种独立形式——一般等价物。经过孕育与演变,商品终于二重化为商品与货币,商品内在的使用价值与价值的矛盾也就外化为商品与货币的矛盾;而货币作为一般等价物,作为价值的独立形式,则可以直接转化为任何商品。这样,物物交换中看似无法解决的商品使用价值与价值的矛盾,在新的矛盾运动形式中顺利解决了。货币出现以后,商品交换随即主要以货币为媒介进行,物物交换也就发展为商品流通,商品流通成了社会产品从生产领域向消费领域运动的客观经济过程。

三、从商品流通到商业

(一) 商品流通的内涵

商品流通,就是以货币为媒介的商品交换过程。对于这个概念,应当把握住两个要点:其一,“商品流通是以货币的存在为前提的”^②。一讲商品流通,必定有货币。其二,商品流通是从总体上看的商品交换,是商品交换过程“连续进行的……整体”^③。商品流通包含两个互相对立、互为补充的商品形态变化:W—G是第一形态变化,G—W是第二形态变化。在商品流通中,一切商品都经历着由两个相反的形态变化组成的循环:首先是商品形式,然后由商品形式转化为货币形式,最后又复归为商品形式。而一种商品的形态变化,又和别种商品的形态变化交织在一起;每一种商品的第一形态变化或第二形态变化,就是另一种商品相反方向的形态变化。这在实际生活中的表现就是这个人的买(或卖)是和另一个人的卖(或买)联系在一起的。这样,许许多多商品的形态变化组成的循环交错地连接在一起,就形成了许多并行发生和彼此连接的商品流通过程。所谓商品流通,也就是各种商品形态变化系列组成的循环,不可分割地交错在一起而形成的“无限错综的一团锁链”^④。

(二) 商品流通的形式

商品流通有简单商品流通和发达商品流通两种形式,即W—G—W和G—W—G。后者也就是商业货币投资的循环形式。这两种流通形式有以下共同点:(1)都分离成买和卖两个对立的阶段;(2)每个阶段都存在商品与货币、买者与卖者的对立;(3)都牵涉到三个当事人。这些共同点反映了它们内在的有机联系,因而可以从一种形式发展到另一种形式。

但商品流通的两种形式是不同的事物,存在质的区别。形式上的区别一目了然:(1)运动阶段的次序不同。W—G—W是先卖后买,起点、终点都是商品;

① 《马克思恩格斯文集》,第5卷,124页。

② 《马克思恩格斯全集》,中文1版,第36卷,195页,北京,人民出版社,1975。

③ 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第31卷,445页,北京,人民出版社,1998。

④ 同上书,488页。

$G-W-G$ 是先买后卖,起点、终点都是货币。(2)运动的中介不同。前者货币为中介,同一货币两次换位;后者商品为中介,同一商品两次换位。(3)货币运动方向不同。前一形式中货币不再回来;后一形式中货币还要回来。

形式上的区别包含内容上即本质上的区别。(1)运动的目的不同。 $W-G-W$ 是为买而卖,卖是为了买,当事人取得货币的目的是用以购买商品满足自己的消费需要; $G-W-G$ 则是为卖而买,当事人的目的不是满足自己的消费,而是货币本身,因此,确切的公式描述应当是 $G-W-G'$,也就是说,预付一定的货币是为了取得更多的货币。(2)运动的主体不同。前者是使用价值;后者是价值本身,“它不断地交替采取货币形式和商品形式,改变着自己的量”^①。(3)运动的界限不同。前者一旦取得满足自己需要的使用价值,运动即告终结;后者则可以是无止境的运动,因为 G 与 G' ($=G+\Delta G$)在质上毫无区别。(4)体现的经济关系不同。前者反映的是生产者与作为消费者的生产者之间的直接联系,只涉及生产者、消费者的经济利益,交换双方仅仅是劳动产品的等价交换,价值形式变换本身并非增大价值的手段;后者反映的是生产者与消费者的间接联系,涉及生产者、商人、消费者三方的经济利益,不仅存在生产者与商人、商人与消费者的关系,而且产生了商人与商人的关系,同时出现了商业利润,即 $G'-G=\Delta G$,在这样一种商品货币关系背后,人与人之间的经济关系大大复杂化了。正是由于两者之间存在上述质的区别,马克思指出:“这个 $G-W-G'$,作为商人资本的具有特征的运动,不同于 $W-G-W$,即生产者本身之间的商品贸易”^②。

特别需要指出的是,商业即发达商品流通的出现,并不否定简单商品流通的存在,两者并不是绝对的此消彼长的关系。联系我国商品流通体制改革的实践,对商品流通形式的认识,还应该强调以下几点。

(1)商业从生产中分离出来,而成为交换本身的中项,商品生产者还是交换本身的一极,产品的第一次销售依然不可避免地要由生产者自己去进行。中项的出现不可能废除两极(生产者与消费者),而是要以两极的存在为前提。不应该以中项的活动去限制甚至包揽交换本身一极的事务,也不能把商品生产者的商务活动与商人的商业活动混为一谈。在我国旧有的统购包销的商品流通体制中,交换本身一极的交换事务实际上由商业包揽了,产生了许多弊端;而20世纪70年代末80年代初开始商品流通体制改革以来,以“工业自销”作为“商业包销”的对称,强调生产企业自主销售的积极作用时,又把“自销”的含义扩大化,混淆了“自主销售”与“自己完成交换过程”即“直销”这两个完全不同的命题,把工业部门自办贸易中心之类的商业机构也说成是“自销”,给人以“商业萎缩”的假象,这同样会造成不必要的理论误区和实践层面的运行混乱。

所以,很有必要指出:商业,理所当然地包括生产企业主办的,或生产主管部门所属的独立核算的销售机构,因为这类机构(不管名称如何)的资本已经独立出

① 《马克思恩格斯全集》,中文1版,第23卷,176页,北京,人民出版社,1972。

② 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第46卷,364页,北京,人民出版社,2003。

来,以 $G-W-G'$ 的形式循环周转,发挥着专门对商品交换起中介作用的职能,从而已经名副其实地成为交换本身的中项。应当明确, $G-W-G'$ 这种经济活动绝不会由于行政主管的不同而改变其商业活动的性质。

(2) 商业从生产中分离出来,没有也不可能完全取代商品生产者之间、生产者与消费者之间直接进行的买卖活动,总有一些商品无须经过商业媒介即可完成其交换过程。这就是说,以商业为媒介的商品流通形式的出现,并不意味着简单商品流通形式的消亡,它们并非此生彼亡的关系,而是长期共存、互为补充的。一种商品究竟通过哪一种流通形式,抑或是否同时采用两种流通形式完成其交换过程,取决于该种商品产销矛盾的复杂程度,取决于哪一种形式能够以更短的时间、更少的费用最终实现商品的形态变化,亦即取决于哪一种流通形式的经济效益更高——这是因商品、因时、因地而异的。在社会化大生产条件下,虽然因商品产销矛盾日益复杂而使发达商品流通形式即商业在多数情况下占据主导地位,但并不能因此就认为一切商品都要以商业为媒介来完成其交换过程最合理,如果这样,反而会对经济效益的提高产生负效应。

正确的认识应当是:在我国社会主义市场经济发展的进程中,商品流通的两种形式都将存在下去。一方面要大力发展商业,包括独立的中间商和生产者自己的商业,充分发挥商业在组织商品流通中的作用;另一方面也要允许生产者根据需要与可能直接从事某些产品的销售业务(指商品的最终销售,即将产品直接卖给消费者或用户)。这应当成为商品流通体制优化命题中的应有之义,并且应当在我国商品流通体制改革实践中得到不断的证明。

(3) 简单商品流通形式不仅与简单商品生产即小商品生产相联系,而且与商品的社会化大生产相联系。马克思确实说过:“在以前那种小规模进行生产的生产方式下……很大一部分生产者把他们的商品直接卖给消费者,或者为消费者的私人订货而生产。”^① 列宁也指出:“在商品生产极不发达的情况下,小生产者只在地方小市场上销售制品,有时甚至把制品直接销售给消费者。”^② 这当然是正确的。但这丝毫不能证明简单商品流通形式与大规模进行的社会化生产方式完全抵触,恰恰相反,马克思在谈到资本主义大规模的生产“是以出售给商人,而不是出售给消费者个人为前提”^③ 时,紧接着就指出:“如果这种消费者自己就是生产消费者,是产业资本家,也就是说,如果一个生产部门的产业资本为其他生产部门提供生产资料,那么,也会发生一个产业资本家(以订货等形式)直接出售给其他许多产业资本家的情况。如果是这样,每个产业资本家就是直接的出售者,本人就是自己的商人”^④。可见,无须经过商业媒介的简单商品流通,在社会化大生产条件下,在资本主义或社会主义市场经济中,基于经济合理性的需要,都依然富有生命力,这在生产资料流通中表现得尤为突出。

① 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第46卷,346页。

② 《列宁全集》,中文2版,第3卷,325页,北京,人民出版社,1984。

③ 《马克思恩格斯文集》,第6卷,127页,北京,人民出版社,2009。

④ 同上书,127~128页。

这样看来,简单商品流通也有两种形式:一种与小商品生产相联系,一种与商品的社会化大生产相联系。这两种流通形式不仅在产生条件、流通范围、流通规模、流通组织方面存在巨大差异,而且它们的经济功能也有原则区别。前者主要是销售自给有余的产品,是以产定销,是自然经济的补充;后者则是商品生产与商品流通相统一的社会再生产的有机构成部分,是产销结合,是以销定产、以销导产、以销促产,是发达商品经济的要求。如果说前者是商品流通直接形式的初始形式,后者则是商品流通直接形式的发达形式。为了强调这后一种直接流通形式在现代经济生活中的重要性,理论上把它列为第三种商品流通形式,或许更有现实指导意义。

(三) 商业的核心内涵

商业是一个有特定含义的商品经济范畴。用马克思的话说,商业是“商品交换的发达形态”^①。这一命题包含两层意思:商业是商品交换的形式,但只有商品交换的发达形式才叫做商业。

商品交换在发展过程中共衍生出三种形式:(1)物物交换(W—W),亦称简单商品交换;(2)简单商品流通(W—G—W),又称商品流通的直接形式或最初形式;(3)发达商品流通(G—W—G),又称商品交换的发达形式,或商品流通的第二形式。在这三种商品交换形式中,只有发达商品流通G—W—G才是商业。随着商品交换的发展,出现了专门从事商品交换的商人,他们先买进商品,再卖出商品,从而在生产者与消费者之间媒介商品交换。这就是说,商业所从事的商品交换活动,从一开始就不能单纯理解为直接生产者之间的商品交换;商业作为一种独立的经济活动是由商人进行的,商业是商人的“经济化”,商人则是商业的“人格化”。因而,也可以说,商业是商人进行的商品买卖活动,或者说,商业是商人通过商品的买和卖来媒介的商品交换。

理解商业的基本内涵,必须把握住三个要点:

第一,商业是一种商品买卖活动,但并非所有商品买卖都是商业。在这里,关键是要明确“买卖”二字的含义。商品买卖可以有两种情况:一种买卖活动,买卖是一次交易行为的两个方面,对于商品所有者来说是卖,对于货币所有者来说则是买。W—G,就是这样一种矛盾统一体的买卖行为。另一种买卖活动,则是两次交易行为,一次是买:G—W,另一次是卖:W—G。这两次交易行为都是独立进行的,但互相衔接构成一个完整的经济活动过程;次序则一定是先买后卖。因而这里的买者和卖者都是同一个人,而不是两个人。所以,这是一种由同一个当事人先买后卖,分两个阶段相继完成的商品买卖活动。以上两种买卖活动,只有后一种才是商业活动;前一种反映的则是直接进行的商品货币活动,仅属于简单商品流通,而简单商品流通只是商业存在的条件,并非商业本身。根据这个道理,农民在集市贸易上互通有无、工厂将产品直接卖给消费者之类的交易活动,都不属于商业活动

^① 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第44卷,186页。

之列。

第二,商业是由专门的人经营的专门行业,是介于商品生产者之间的“第三者的专业”^①。这一点经典作家曾经反复论述。马克思和恩格斯在《德意志意识形态》一文中指出:“分工的进一步扩大是生产和交往的分离,是商人这一特殊阶级的形成。”^② 这是指人类历史上的第三次社会大分工。这次大分工,从经济活动上看,出现了一个独立于生产之外的专门行业;从社会阶级关系看,“表现为这一特殊商人阶级的形成”,亦即“创造了一个不再从事生产而只从事产品交换的阶级——商人”^③。马克思在《资本论》各卷中论及前资本主义商业和资本主义商业时,用了“寄生在购买的商品生产者和售卖的商品生产者之间的商人”、“专门工作”、“特殊行业”、“商品经营者的专门活动”等提法。这些都说明:只有商人经营的商品交换活动才是一个特殊的独立于生产之外的经济领域,并以此与生产者之间直接进行的商品交换相区别。

第三,商业是和独立的货币投资联系在一起的。商人要进行商品买卖活动,都必须首先买进商品,而要能够买进商品,就必须持有一定数量的货币,这就是商业货币投资。商人正是把自己拥有的货币投入流通领域,并在 $G-W-G$ 的运动形式中媒介成商品交换的。这与生产者自销产品有明显的区别,生产者出售产品时投入流通领域的是商品,而不是货币。所以,马克思曾经把商业叫做“特殊的投资业务”。这也进一步说明了商业是区别于其他商品交换形式的发达形式。

综上所述,商业是商品交换的发达形式,是发展了的商品流通;它的质的规定性,就是要有专门的人(独立于生产者之外的人)、专门的货币投资、专门从事商品的买和卖进而媒介成的社会商品交换。商业部门,则是指专门从事商业活动的国民经济部门。

第2节 商业的职能与经济效应

一、商业的职能

前面对发达商品流通与简单商品流通区别的分析,使我们进一步认识到,商业不等于商品交换,不等于商品流通,而只是商品交换、商品流通的一种形式。它作为社会分工的独特行业,以其货币投资的独特运动形式,执行自己的特殊经济职能。

什么是商业的职能?用马克思的话说,就是“专门对商品交换起中介作用”^④。这就是说,在社会经济生活中,商业专门在生产者与消费者之间媒介成商品交换。

① 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第45卷,147页,北京,人民出版社,2003。

② 《马克思恩格斯文集》,第1卷,559页,北京,人民出版社,2009。

③ 《马克思恩格斯文集》,第4卷,185页。

④ 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第46卷,362页。

对此,马克思还进一步指出:“商人资本的职能就是归结为这些职能,即通过买和卖来交换商品。因此,它只是对商品交换起中介作用;不过这种交换从一开始就不能单纯理解为直接生产者之间的商品交换。”^①

为什么商业的职能只是媒介成商品交换?从社会再生产过程来看,商业货币投资循环 $G-W-G'$, 实际上始终只是商品生产者的 $W-G'$, 只不过这里是把原先由生产者一次完成的 $W-G'$ 分解成两次相继出售来完成了。第一次出售是生产者将商品出售给商人,这就是商人业务的购买阶段 $G-W$ 。这时,对于生产者来说,他已经出卖了自己的商品,但对于商品来说,并没有退出流通领域,仍然是有待出售的商品,发生变化的仅仅是商品的所有权,以前在生产者手中,如今在商人手中了。于是,将商品卖给消费者的职能,现在由商人从生产者手中接了过来。这里的商人可以是一个,也可以是一系列,但都改变不了问题的实质,即商人手中的商品始终只是有待继续出售给消费者的商品。第二次出售,则是商人将同一商品继续出售给消费者,这就是商人业务的出卖阶段 $W-G'$ 。只是在这时,商品才最终卖掉,从而实现了生产与消费的联系。由此可见,商业货币投资循环 $G-W-G'$, 只是对商品的最终出售起中介作用。这就是说,商业的购买,实现了生产者的出卖,而商业的出卖,又实现了消费者的购买,只是经过商业的这种买卖活动,才媒介成了生产者与消费者之间的商品交换。商业媒介成商品交换的职能作用如图 1-1 所示。

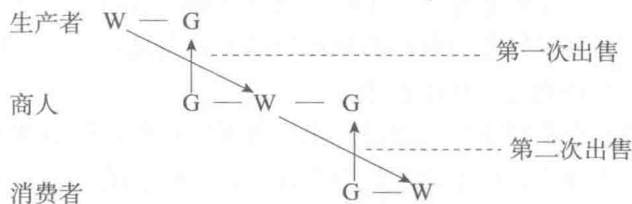


图 1-1 商品媒介成商品交换的职能作用

对于把握商业的职能,还应当明确以下几点认识:

(1) 商业的职能是在 $G-W-G'$ 这一价值形态转化过程中完成的,是通过商业的买卖活动完成的。商业部门只有不断重复为卖而买、先买后卖的业务活动,才能不断地实现生产与消费的联系。如果中断这种业务行为,也就失去了商业的职能作用,商业也就不成其为商业。

(2) 商业的职能是交换职能,是媒介成社会劳动的物质变化,而不是生产职能。这就是说,商业发挥职能作用的领域只是在流通领域,而不是在生产领域。商业也不具备分配职能。商业活动起着实现国民收入分配、再分配的作用,但实现分配与分配本身不是一回事。

(3) 商业的职能具有一般性。商业的职能是由于社会分工而为商业所固有的职能,它并不因生产方式的变革而改变。在不同的社会形态中,只要存在商业,它的

^① 《马克思恩格斯全集》,中文2版,第46卷,363页。

职能都是媒介成社会商品交换，所不同的，只是所媒介的商品交换体现着不同的经济关系。

这里研究的商业职能，是纯商业的职能，而不是商业部门的职能。商业职能是商业部门的基本职能，是商业部门区别于其他经济部门的专有职能，但并非商业部门的唯一职能。商业部门还有一些附带的职能，如商品的加工、保管、运输、包装等。

二、商业的经济效应

商业作为国民经济的一个重要部门，在社会经济发展中发挥着特殊作用。纪元前中国古代思想家、政治家就已认识到：“商而通之”，“商不出则三宝绝”；“农辟地，商致物”；有了商业活动，可使“天之所覆，地之所载，莫不尽其美，致其用”；有了商业活动，还可以“通其变，使民不倦”^①。在我国社会主义发展的历史阶段，商业的独立存在不仅是历史必然，而且基于其显著的经济效应，是保持国民经济良性运行和提高社会效益的客观要求。

（一）商业独立存在的时间节约效应

商业的独立存在可以缩短商品流通时间，相对增加商品生产时间，加速社会再生产过程。在商品生产条件下，生产得以维持和扩大的一个基本条件，就是商品必须转化为货币。商品转化为货币的过程越迅速，商品在再生产过程中的流通时间就越短，扩大再生产的可能性也就越大。

商业的独立存在对于加速商品转化为货币的过程，从而加速社会再生产过程具有重要作用。一方面，由于商业的独立存在，生产者的产品只要能满足社会消费需求，就可以立即出售给商业部门。这时，商品虽然仍处于流通领域，但对于生产者来说，商品已经转化为货币，直接的生产过程已经可以重新开始，这就缩短了生产过程的更新周期。另一方面，由商业部门专门从事买卖，基于专业化优势和渠道优势，商品资本“本身也会比它处在生产者手中的时候更快地完成它的形态变化”^②，亦即更快地由生产领域进入消费领域。这就缩短了商品流通时间，也就相对增加了商品生产时间。

如果没有商业的独立存在，而由生产企业到产地自购原材料、到销地自己推销产品，就会因为生产和消费在时间、空间方面的矛盾和其他更为广泛的原因造成的多种形式的产销矛盾，导致“产品会更久地以货币形式或商品形式停留在流通过程中”^③，亦即停留在一个不会有价值增殖但会使直接生产过程中断的流通领域中。这样就会延长社会再生产时间，造成巨大经济损失。

① 纪宝成：《商业活动论》，26页，北京，经济科学出版社，1987。原文依序见：《史记》卷129，《货殖列传》；《商君书·弱民》；《荀子·王制》；《易·系辞》。

② 《马克思恩格斯全集》，中文2版，第46卷，307页。

③ 同上书，324页。

（二）商业独立存在的资金节约效应

商业的独立存在可以减少社会投入流通领域的资金数量，相对增加生产领域的资金数量。马克思在论述商业资本独立存在的必要性时指出：“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。”^①这是一条规律。抽去其社会属性，完全适用于阐明任何社会形态下商业的资金节约效应及其独立存在的一个方面的必要性。

在一定时期内，社会总资金是一个既定的量。为保证社会再生产的顺利进行，社会总资金必须分割开来并存于生产领域和流通领域。如果流通领域占用的资金份额较少，就会相对增大生产领域的资金占用量。商业的独立存在，正是可以起到大大减少全社会流通资金占用量的作用。由于商业集中组织商品流通，同时为许多生产者服务，既可以大大提高投入流通领域的固定资产和流动资金的利用率，也能更有效地运用各项流通资金，大大节省预付各项流通费用所占用的资金。所以，马克思的结论是：“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

反之，如果没有商业的独立存在，而由生产企业自行买卖商品，那么，一方面，每一个生产企业都必须相应地设立一整套买卖商品的机构和人员，显然这要比商业独立存在时占用的资金大得多；另一方面，每一个生产企业为支付生产要素而备用的货币资金、以制成待销商品形式存在的商品资金，其占用量显然也要比商业独立存在时大得多。此外，由于流通费用增大，预付流通费用所占用的资金同样会比商业独立存在时大得多。在这种情况下，为了不使生产过程中断，生产企业或者被迫减少用于生产的资金，这就会缩小生产规模，生产企业为社会提供的商品、上缴国家的税金、企业本身的积累也都会随之减少；或者由国家、社会追加资金，以保证生产过程按原有规模进行，但这必然会导致削减社会其他方面的资金需要。显而易见，上述无论哪一种情况，对于社会经济的发展和人民生活水平的提高，都是不利的。

（三）商业独立存在的生产率提升效应

第三次社会大分工以来，生产部门的内部分工之所以能够越分越细，重要条件之一就是由于商业的独立存在。一个新的生产行业的建立，必须解决设备和原材料的供应，必须解决产品的销路问题，如果这些市场问题都要由这个生产行业自行解决，势必会遇到难以克服的困难。而商业的独立存在，则可以立即提供各种便利的市场条件。所以，马克思和恩格斯指出：“生产和交往之间的分工随即引起了各城市之间在生产上的新的分工”^③；商业活动是“开创了一些一开始就以商业为基础的

^{①②} 《马克思恩格斯全集》，中文2版，第46卷，307页。

^③ 《马克思恩格斯文集》，第1卷，559页。