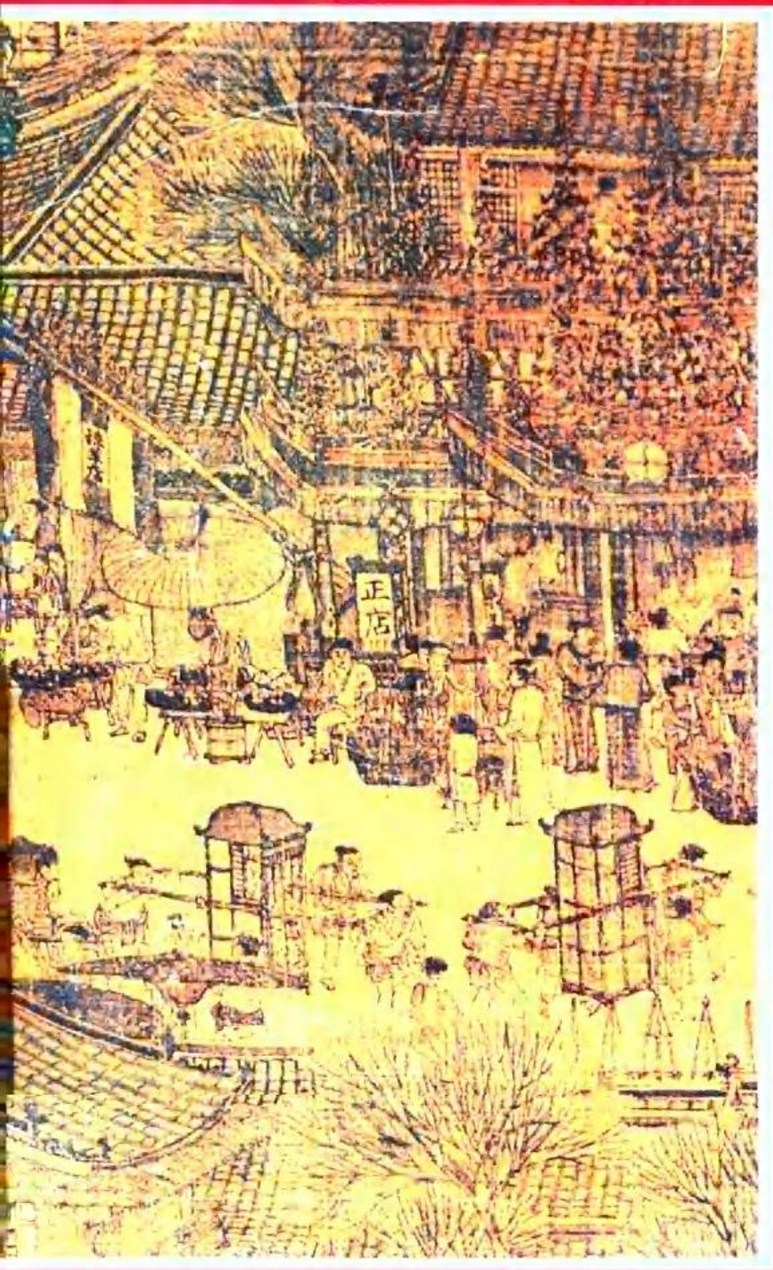


中国商业百科全书



中国百科全书出版社

中国商业百科全书

中国大百科全书出版社

北京·上海

1993.5

(京)新登字 187 号

中国商业百科全书

《中国商业百科全书》编辑委员会

中国大百科全书出版社编辑部编

中国大百科全书出版社 出版发行

(总社：北京阜成门北大街 17 号 分社：上海古北路 650 号)

新华书店总店北京发行所经销 高等教育出版社印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张 47.25 插页 24 字数 1600 千字

1993 年 6 月第一版 1993 年 6 月第一次印刷

ISBN 7-5000-5130-1/F·11

定价：59.50 元

中国商业编辑委员会

主任 胡 平

副主任 郭今吾 赵发生 程宏毅 万典武

委员 (按姓氏笔画顺序)

万典武	王宗基	王相钦	白仲尧	冯庆联	刘洪禄
齐兴启	祁廷镛	杨文侠	杨德寿	杨德颖	李金轩
李瑞华	吴 硕	张其洋	陈大鹄	陈以恕	林文益
周明星	胡 平	赵发生	贺名伦	姚成海	贾履让
夏光仁	郭今吾	郭宝琦	高涤陈	唐伦慧	唐新元
陶 珩	黄 进	彭福宽	程宏毅	曾洪业	穆 励

编委会办公室 主 编 万典武

副主编 曾洪业 杨德颖 王宗基

分支编写组

商 业 史 主 编 王相钦
副主编 吴 慧
成 员 汪士信 刘录开

商业经济理论 主 编 林文益
副主编 刘福圆 周肇先
成 员 李金轩 纪宝成 文启湘 柳思维

商业宏观管理 主 编 陶 珩
副主编 杨圣明
成 员 冯恭祺 吴同光

商业企业管理 主 编 夏光仁
副主编 车 礼
成 员 汪 洋 李恒茂 温 坤 胡玉立 李 威

粮 食 经 营	主 编	齐兴启	
	副主编	肖振乾	宋文仲
	成 员	李思恒	
农 副 产 品 经 营	主 编	唐伦慧	
	副主编	张大力	
	成 员	姜汝焘	温桂芳
工 业 品 经 营	主 编	周明星	
	副主编	黄国雄	
	成 员	杜桂馥	童宛生
服 务 业 经 营	主 编	白仲尧	
	副主编	张玉祥	
	成 员	张广瑞	乔玉霞
商 业 文 化	主 编	李瑞华	
	副主编	侯善魁	
	成 员	余鑫炎	杨振道
综 合	主 编	祁廷镛	
	副主编	余厚康	
	成 员	张子中	刘祖荫

凡 例

一、编 排

1. 本书条目按条目标题的汉语拼音字母顺序并辅以汉字笔画、起笔笔形顺序排列。同音时按汉字笔画由少到多的顺序排列,笔画数相同时按起笔笔形一(横)、丨(竖)、丿(撇)、丶(点)、一(折,包括丨 丿 丨 < 等)的顺序排列。第一字相同时,按第二字,余类推。条目标题以拉丁字母开头的,排在汉语拼音相应字母部的开头部分。

2. 本书在条目分类目录之前,有一篇中国商业的概观性文章。

3. 本书所列条目分类目录,主要是帮助读者了解中国商业知识的全貌。分类目录还反映出条目之间的层次关系,例如:

商业企业管理.....	423
商业企业管理学.....	425
商业企业.....	421
批发商业企业.....	308
零售商业企业.....	242

二、条目标题

4. 条目标题多数是一个词,如“商业”、“市场”;一部分是词组,如“商业投资”、“市场经济结构”。

5. 条目标题上方加注汉语拼音,条目标题后括号内附有外文名,例如:
shangye buju 无通用译名的纯属中国内容的条目标题,例如“工商食官”,
商业布局 (commerce layout)。
一般不附外文名。

三、释 文

6. 本书条目的释文力求使用规范化的现代汉语。释文开始一般不重复条目标题。

7. 较长条目的释文,设置层次标题。只有一层标题的用楷体字。有两层标题的,分别使用黑体字和楷体字。字体只反映标题层次,不涉及内容的重要性。

8. 一个条目的内容涉及其他条目并需由其他条目的释文予以补充时,采用“参见”的方式。所参见的条目标题在本条释文中出现时,用楷体字排印,例如“商业计划体系按计划管理的形式序列分为指令性计划、指导性计划和市场调节。”所参见的条目标题未在本条释文中出现时,另用括号加“见”字标出,例如“消费合作社是由消费者自愿入股兴办的,以经营日常生活品的一种合作社商业组织形式(见根据地合作社商业)。

9. 条目释文中出现的外国人名、地名,一般不附原文。外国人名一般在“内容索引”中注出原文。释文中的外国人名,在姓的前面加上外文名字的缩写,即名字的第一字母,例如

M. 莫里斯, F. L. 罗斯。

四、插 图

10. 本书在条目释文中配有必要的插图。
11. 彩色图片汇编成插页。

五、参考书目

12. 在重要的条目释文后附有参考书目, 供读者选读。

六、索 引

13. 本书附有全部条目的汉字笔画索引、外文索引和条目内容索引

七、其 他

14. 本书所用科学技术名词以各学科有关部门审定的为准, 未经审定和尚未统一的, 从习惯。
15. 本书所用数字, 除习惯用汉字表示的以外, 一般用阿拉伯数字。

中 国 商 业

胡 平

商业是商品交换的发达形式。它的基本职能是通过买进和卖出的经济活动,把产品从生产者手中转移到消费者手中,实现商品的价值和使用价值。商业的产生,是人类社会发展史上一个划时代的进步。它节约了流通领域的社会劳动,缩短了流通时间,加速了社会再生产过程,促进了社会物质财富和精神文明的发展。中国从跨入文明时代起,直到20世纪50年代进入社会主义建设时期所取得的成果,无不包含着商业的巨大贡献。随着商品经济的发展和生产社会化程度的提高,商业对促进以至决定社会经济发展的作用愈来愈大,在国民经济中的地位日益显著。研究中国商业的历史及其发展规律,对于推动中国社会主义的发展,具有重要的现实意义和深远的历史意义。

中国商业的起源和发展

中国商业的起源 在人类社会发展的长河中,最初的产品交换形式是物物交换。开始是偶然地、个别地发生,后来逐渐经常化。为适应交换发展的需要,某种物品遂变成一切产品的“一般等价物”,并最终限定在一种特殊物品上,货币即由此产生。交换便分解为买与卖两个不同过程,进入了一个新的阶段。在中国,距今六、七千年的早期仰韶文化遗址中,发现有产于沿海的作为一般等价物的海贝,证明当时当地已同外地有了交换。距今5000多年的原始社会晚期,畜牧业从农业分离出来,使偶然性的交换逐渐发展为经常性的交换;后来,手工业又从农业分离出来,交换相应扩大;随着商品生产和商品交换的进一步发展,开始有一部分人脱离生产,以交换为其专门职业。至迟于商代出现了专业商人。以后从事商品交换的以商遗民居多,人们便习惯地把商人作为买卖人的通称,将专事交换的行业统称为商业,行商、坐商统称为商人。

中国商业的发展 中国商业于商朝得名之后,历经了3000多年的历程,发展极其缓慢,其间有过几次繁荣,也有过较大反复。

第一次繁荣始于春秋战国时期。这个时期,历经奴隶制向封建制过渡的剧烈变革,生产关系改变,生产力提高,商业获得较大发展。各诸侯国的城市商业相应繁荣,地区间商品交流较为活跃。秦汉全国统一,关梁无阻,交通方便,更为商业的发展提供了有利条件。西汉时,商业规模扩大。但是东汉末年军阀混战,豪强割据,历经三国、南北朝近400年的分裂动乱局面,使社会经济动荡,商业较前衰退。唐代统一中国,国势昌盛,城乡商业和对外贸易取得长足发展,商业恢复并超过汉代水平。

第二次繁荣是宋代时期。宋代,城市扩大、增多,商业较前繁盛;商品交易场所突破了旧的“市”、“坊”限制;交换时限被打破,随处都可以交易并出现了夜市和早市;农村商业进一步发展,不但草市、集市增多,而且出现了镇一级的地方组织;上市商品品种增加,除传统的丝、瓷、纸、茶以外,与群众生活相关的必需品代替奢侈品而成为主要商品,有的还用于出口。北宋末人口倍于汉唐,商业发展的广度大增。南宋末到元朝建立,北方经济受到严重的破坏,致使宋以来商业的发展势头中断,只是供统治集团享受和为对外贸易所需要的商业得到畸形发展。

第三次繁荣是明朝晚期到清朝中叶时期。这一时期,随着经济的恢复与发展,市场容量的增长,商业进入了一个较高阶段。同前一阶段相比,有不少突破性变化。如经济作物集中产区增加;农村出现了一些专业生产,商品流通进一步扩大;城市集镇从事工商业者增加,出现了一些与生产结合、投资于手工业的新型商人。1840年鸦片战争以后,中国一步步沦为半殖民地半封建社会。在外国资本主义的影响下,中国开放通商口岸,促使自然经济开始解体,商品经济得到一定程度的发展。但是,在外国资本主义的操纵掠夺下,中国逐渐变成了外国资本主义市场的一部分,这对中国商业的正常发展起了很大的阻碍作用。20世纪三、四十年代,在中国共产党领导的革命根据地发展了新民主主义经济。它不仅为革命根据地的巩固和发展做出了重要贡献,而且为中国社会主义商业开创了先河。

中国古代、近代商业的特点 在商业初起时,中国商业与世界商业的发生有着很多共性。而在进入封建社会的地主制经济、中央集权国家确立时期,中国商业的发展就表现出与西方封建领主制国家的某些不同特点,主要有以下5点。

①中国古代商业主要是官营的,即实行工商食官制。春秋战国时期社会变革,工商食官格局残破,私营商业兴起。但不久,由于私营商业中的富商大贾兼并农民的土地和工商山泽之利向商人集中,影响封建政权的巩固和财政收入,于是抑制私商的政策抬头,许多商业活动重新收归官营,官营商业一时又有所发展。以后封建政权始终或多或少的掌握着一部分工商业,或参与商业。所谓盐铁专卖、榷酤、榷茶、均输、平准、常平、市易、青苗等法,都是历史上有名的官营商业。在封建中央集权制的中国,政府管理和经营商业是国家管理经济的一项重要职能,也是中国古代商业的特点。由于流通事繁面广,官府难以独占,便假手于商人,而官府授权的商人,如清代的盐商、铜商,也有“官商”之称。

②商品经营由奢侈品逐渐转向生活必需品,由城市逐渐转向农村。早期的贩运贸易是以罗致四方珍异为主,为统治者享用的珠宝玉器和名贵的土特产品是商人经营的热点。到汉、唐代,某些来自不同地区的农林牧等商品性产品和各地的手工业品,越来越多的成为商人贩卖取利的对象。明、清代地区间的贩运贸易中才以生活必需品为主,奢侈品贸易退居其次。商业在地域上的发展,开始时重点在城市。农民的剩余产品很大部分要以地租赋税等方式运入城市,属于单向性流动,农村商业很不发达。唐代后期,农村草市、墟市增多。宋代农村商业发展更快,市镇勃兴,成为一级地方组织。从大、中、小城市到市镇、草市、墟市逐渐构成网络型的市场结构。明、清代,市镇更有新的发展,除一般市镇外,还相继出现大宗商品集散型的商业集镇与生产型的手工业专业市镇。

③商业的较快发展是建立在个体小农经济发展的基础上。个体小农比之奴隶、农奴有较高的劳动兴趣,从而有较多的产品可供出售,也有较强的购买力购买所需的生活、生产资料。加之在封建地主阶级专政的集权国家也有较广阔的市场和较为畅顺的商路,有利于商业的发展。但小农经济耕织结合的自然经济结构,又使农民有很大的自给性,这就使以后商品经济和商业的发展受到较大的限制。

④将经商的盈利投于购买土地。由于在地主制经济下,土地可以买卖,优于奴隶制、领主制时代的“田里不鬻”,因此商人可以将经商所盈之利投资于土地。“以末致财,用本守之”,成为千古商人的信条。商人热衷于购买土地,成为促使农民破产的兼并势力。同时,在中国封建社会,商人、地主、高利贷者三位一体比比皆是。这种商人不投资于生产,而与封建土地制相结合,不是作为一种异己的力量对旧制度发挥分解作用,而是往往与封建官府相结合,对旧制度起着加固的作用。

⑤轻商思想占主导地位。中国历史上曾有过以重农思想为基础的“抑商”政策,其实质是轻视

商业劳动和对地位低下的小商贾的贱视。“抑商”政策虽然抑制私营商业的过度发展,但对官办商业以商业的通有无、调余缺的客观职能很重视。西汉时桑弘羊提出农商并重思想,但因损害官商利益而遭到许多人的反对。

中国社会主义商业

中华人民共和国成立初期的商业 中国的社会主义商业,是在原解放区国营商业和合作社商业的基础上,通过国家投资、农民入股集资、没收官僚商业资本和实现对资本主义商业的社会主义改造而建立和发展壮大起来的。

中华人民共和国成立后,为了遏制旧中国遗留下来的恶性通货膨胀,稳定市场物价,安定人民生活,为恢复和发展国民经济创造有利的市场条件,必须建立和发展强大的社会主义国营商业和合作社商业。1950年3月,政务院发布了《关于统一全国国营贸易实施办法的决定》,统一了全国贸易工作,建立了全国性的专业公司,进行了空前的物资大调运,在重点地区大量投放商品,国营商业很快控制了市场,物价趋于稳定。从此,初步形成在国营经济领导下的以服务于人民生活和发展生产为目的的市场。与此同时,国营商业由分散管理转向统一集中管理。1952年底,在全国范围内基本形成了统一的国营商业体系。从1953年起,在统一领导、分级管理的原则下,实行按经济区域设置一、二、三级批发机构,商品分级管理,核定资金和经济核算制的体制(简称建站核资)。

当国民经济转入有计划建设时期,面对经济建设规模扩大,城市人口激增,商品粮的销售计划大大突破,以及投机商抬价抢购、与国营粮食部门争夺市场的严峻形势,1953年12月开始,实行粮食计划收购与计划供应(简称粮食统购统销)。在此前后,国家还对其他主要农副产品和部分主要工业品实行了多种形式的购销政策。

对资本主义工商业实行利用、限制、改造的政策,是1954年9月颁布的《中华人民共和国宪法》中以法律形式确定下来的。加工订货、统购包销、统购统销、统一收购、派购、预购等购销形式,既是国营商业收购工农业产品的形式,也是国家对资本主义工商业实行利用、限制、改造,以及把分散的小农经济纳入国家计划轨道的主要政策措施。到1955年末,资本主义批发商业基本上被国营商业排挤、代替。1956年,全国掀起公私合营高潮,改造任务基本完成,使中国商业结构发生了根本性的变化,国营商业和供销合作社商业在商品流通领域中,占据了主导地位。

中国社会主义商业的曲折发展 1958~1978年,是中国社会主义商业曲折发展的20年。1956年对资本主义工商业改造基本完成以后,社会主义统一市场逐步形成,本应把工作重点转移到商品生产和商品交换,促进工农业生产发展;但当时一般地仍然沿用过去高度集中的计划调控办法,而很少改进,影响了社会主义经济的健康发展。

随着中国经济体制以加强地方权力为主的第一次改革,国营商业企业亦于1958年下放地方,并对商品实行分级分类管理,在企业内部实行民主管理。这对调动地方和企业、职工的积极性起了一定作用。但这种下放企业只是由上级行政部门的附属物变为下一级行政部门的附属物,而不是以加强企业经济实体的自主权为中心来进行的。特别是改革刚起步,就在“左”倾思想的影响下,盲目追求高速度、高指标,搞“大购大销”,造成国家财产的大量损失和浪费;管理权限下放过多过急,甚至农村供销社下放给人民公社管理,规章制度遭到破坏,企业经营管理混乱;大量撤并商业网点,抽调商业人员去大办工业;供销合作社从上而下地与国营商业合并,失去了“民办”的本意而变成了“官办”;集贸市场被关闭,造成流通渠道单一化。

由于工作上的失误和 1959 年起连续 3 年的严重自然灾害,中国的经济遭到严重困难。为了渡过困难,党中央于 1961 年初提出了国民经济“调整、巩固、充实、提高”的方针,先后制定《商业四十条》和《关于商业工作问题的决定》。在流通领域,实行了商品配额供应、稳定 18 类商品价格和高价商品等特殊应急措施,还采取了搞活市场的多种经济办法,如重申坚持多渠道流通、恢复供销合作社,开放农村集市,收购农产品实行奖售、换购政策,按经济区域组织商品流通等。这些政策和措施对缓解供求矛盾、稳定市场物价、恢复国民经济起了重要作用。国民经济经过调整,取得了很大成绩,市场显著好转。但为时不久,1966 年开始的长达 10 年的“文化大革命”,使流通领域遭到严重的破坏。在“越大越革命”和否定社会主义商品经济的思想支配下,脱离中国社会生产力低和消费水平层次多的实际情况,一再搞所有制的升级过渡和商业网点的盲目撤并。不仅使企业经济效益观念更加淡化,而且给人民生活带来诸多不便。

随着经济体制以加强地方权力为主的第二次改命,1970 年商业企业再次下放地方,并重申商品分级分类管理和收购农产品的奖售政策,发展了一批厂办商店、城市“三代店”和农村代购代销店等新的商业形式。这些在“文化大革命”时期是难能可贵的。问题是商业企业的下放同第一次改革一样,只是附属物的换位,加之各地又层层将企业下放,结果是纵向联系被切断,横向联系却未能建立,以致上下左右脱节,在经济生活中造成很大混乱。

中国社会主义商业曲折发展的 20 年,是与国家整个政治经济形势分不开的,教训是极其深刻的。最主要的是逐步认识到,社会主义不是排斥市场机制的分配式产品经济,而应是充分利用市场机制发展商品经济,并进一步以社会主义市场经济为改革的模式;社会主义商品流通不能只有国营商业一条渠道,而应是以国合商业为主导的多种经济成分、多条流通渠道;社会主义的商业管理不应只是把权力集中在国家或者地方行政机关,而应是政企分开,赋予企业以增强活力的自主权,成为独立的经济法人;社会主义商业企业在分配和用工上不应搞“大锅饭”和“铁饭碗”,而应建立双向选择、合理流动的劳动合同制度和多劳多得的分配制度。

中国社会主义商业体制改革 在 1978 年中国共产党十一届三中全会确定改革开放方针以后,随着经济体制的改革,社会主义商业体制进行了重大改革,大体经历了以下三个阶段。

①1979 年至 1984 年 10 月为改革起步阶段。改革重点是发展集体商业和个体商业,开放城乡集市贸易,恢复供销合作社“三性”(组织上的群众性、管理上的民主性、经营上的灵活性),政企职责适当分开,扩大国营商业企业自主权,缩小工农产品购销的计划管理范围,提高农副产品收购价格。

②1984 年 10 月至 1988 年 9 月为改革展开阶段。改革重点是小型国营零售企业和饮食服务业的“改、转、租”(全民所有制改按集体办,直接转为集体所有制,租赁给经营者个人),大中型国营零售企业和批发企业承包经营,国营批发相对地开放,工农业产品购销实行各种形式(指令性计划、指导性计划和市场调节),发展横向经济联系。

③1988 年 9 月至 1991 年为治理整顿和深化改革阶段。改革重点是整顿流通秩序,建设粮食专项储备制度,提高城镇居民定量粮油销售价格,转换企业经营机制,在商业企业中推行“四放开”(即经营、价格、分配、用工四放开)经验,建立较高层次批发市场。

经过 13 年的改革,取得举世瞩目的成就,中国经济面貌一新,商品丰富,市场繁荣,人民生活显著提高。就商业体制的改革来讲,也取得了重大进展,主要体现在:①形成了以国合商业为主导的多种经济成分、多种经营方式、多条流通渠道、少环节的商品流通体制。下放批发企业,建立贸易中心;改革商品流通所有制结构,出现大批集体、个体等多种经济成分商业,改变了国合商业分

别在城乡独家经营的格局；缩小工农产品计划管理范围，形成灵活多样的经营方式，扭转了单纯按计划调拨的僵化做法；实行开放式的批发体制，允许生产者自行批发产品和长途贩运，为多渠道流通开创了前提；批发进货取消固定区域、固定对象、固定作价倒扣率，改为企业自选进货渠道，从而为减少流通环节提供了条件。②在商品流通领域，初步建立了计划与市场相结合的商品流通新机制。传统的经济观念在不同程度上有了转变，市场、市场机制、商品经济、市场经济等思想观念正在加强。并且逐步地明确了计划和市场都是调控经济的手段，不是区别社会主义和资本主义的标志。由于指令性计划、指导性计划和市场调节这三种形式，在很大程度上是通过市场组织实现的，因而逐步引起人们对流通在促进经济改革中这种结合部的重要地位和作用的认识。要坚持生产与流通并重，要像抓生产那样抓流通，要树立大商业、大流通、大市场观念，已逐步形成共识。③增强了国合商业企业的活力。80年代，先将政企职责分开，下放权限，接着转换企业内部机制，使过去那种以政代企、企业只是行政附属物的状况逐渐得到改进，企业出现以责、权、利相结合为中心的自主经营、自负盈亏、自求发展的新局面，职工把企业同自身利益直接联系起来，商品经济观念、市场观念、竞争观念、效益观念增强。90年代初，国合商业企业推行“四放开”，国营商业进行股份制试点，促使企业活力更好地发挥，并由此为整个商业改革提供了新的激励机制。④促进了新型的社会主义商品交易市场的发展。城乡集贸市场的稳定发展，是商业改革的重要成果之一。1990年，全国7.2万多个集贸市场容纳了市场调节的农副产品的绝大部分，零售额已占到社会商品零售额的五分之一。除了这种市场机制比较健全又是可以调控的初级市场外，全国性的、区域性的专业批发市场也在兴起。1990年10月，第一家全国性议价粮食交易中心——中国郑州粮食批发市场开业，标志着传统的反映政府行为的批发交易，转向公开、平等、竞争的现代化交易的开始。此后，一大批重要生活资料和生产资料批发市场以及非商品市场在各地相继建立，表明了中国市场建设继1984年集贸市场高潮后在向高层次发展。当前，通过撤销妨碍商品正常流通的各种关卡，发展跨地区、跨行业、跨所有制的经济联系，提倡内贸、外贸部门联合开发国内、国外两个市场，使商品能在广阔的空间畅通无阻，已经或正在引起人们的广泛重视并收到不同程度的效果。

中国40多年的经济建设，特别是10多年改革的实践表明，社会主义商业对再生产所起的作用巨大的。人们越来越认识到：商业是促使自然经济、产品经济向商品经济、市场经济转化的动力，是联结生产与消费的纽带，是沟通城乡、地区、民族以及国内外商品交换的桥梁。1979年，明确国家工作重点转移到经济建设以后，随着商品经济的发展和生产社会化程度的提高，各级政府普遍重视商业工作，商业自身建设明显加强，机构、人员和设施普遍增加，教育事业迅速发展，科技成果显著，商办工业面貌开始改观。1990年，中国社会商品零售额达8300亿元，社会商业拥有机构1241万个、商业人员3639万人。其中，国营商业和供销合作社拥有机构137万多个、职工1500多万人。还建设有产值755亿元的5.5万个商办工业企业以及一批农副产品基地，它的覆盖面是全国性的，影响着全国人民的切身利益，关系着国家的政治稳定、民族团结和经济繁荣。随着改革的深入，中国商业必将有更大的发展和提高，前途更加广阔。

中国商业经济学科

商业作为一个独立的经济部门，它在进行买进与卖出的经济活动中，有其自身的特殊规律。对这种特殊规律的研究，构成了商业经济学科的研究领域。

中国商业经济学科的建设和发展 中国历代许多思想家、政治家对商业的产生和发展、商业

的职能、商业在国民经济中的地位和作用等,都有过论述,并留下了一些不朽的论著。例如《管子》、《韩非子》、《荀子》、《商君书》、《史记》、《盐铁论》、《潜夫论》等书中都辟有专篇,论述商业的重大理论问题和政策问题。在这些著作中,集中地反映了中国古代“重本轻末”、“重农抑商”、“农商皆重”的商业经济思想。在中国封建社会,“重本轻末”和“重农抑商”思想一直占主导地位,它对封建经济的发展起着深远的影响。自鸦片战争后,中国逐步沦为半殖民地半封建社会,商业经济思想也发生了深刻的变化。一些资产阶级改良派思想家,在外国侵略的刺激和资本主义的影响下,纷纷著书立说,批判传统的“重农抑商”思想,主张振兴商务,发展中国资本主义工商业,以抵制西方资本主义的侵略,并且明确提出了“以商立国”、“商为国本”的观点。认为,“商贾具生财之道,而握四民之纲领”,这实质上是一种重商思想,反映了中国近代早期资产阶级改良派发展资本主义经济的强烈愿望。由于阶级和历史的局限性,在中国无论是古代思想家还是近代资产阶级思想家,都未能形成系统的商业经济理论,创立独立的、科学的商业经济学科体系。

中华人民共和国的成立,为创立中国社会主义商业经济学科提供了条件。1950年初,一些学者开始运用马克思主义商业经济理论,在学习外国经验和总结中国实践的基础上,探索中国社会主义商业发展规律,力图创立具有中国特色的社会主义经济学科体系。50年代中期和60年代初期,先后出版了《中华人民共和国商业经济》、《商业企业组织与技术》、《社会主义商业经济》等著作。但在当时的历史条件下,是不可能创建比较成熟的各类商业经济学科及其学科体系的。这是因为,中国的社会主义建设刚刚起步,对如何建设社会主义缺乏经验;在理论上不可能作出科学的回答;加上高度集中的经济管理体制和经济建设中“左”倾思想,影响和妨碍了商业经济学科的创作。

1978年,中国共产党十一届三中全会重新确立的马克思主义路线,对于纠正“左”倾思想,推动商业理论工作者正确总结中国商业工作正反两方面的经验,探索社会主义商品流通领域中新的理论问题和实际问题,创建商业经济学科及其体系,起了关键性的作用。特别是中国共产党第十二届三中全会通过的《中共中央关于经济体制改革的决定》,第一次明确地提出社会主义经济“是在公有制基础上的有计划的商品经济”、中国共产党第十四次全国代表大会提出的建立社会主义市场经济体制等论断,不仅回答了经济学界长期争论的问题,科学地解决了商品经济、市场经济同社会主义的关系,为中国实行改革开放的方针提供了理论依据,而且也为中国社会主义商业经济学科的建立奠定了理论基础。

社会主义商品经济、市场经济等理论的确立,大大的拓宽了商业经济学科的研究领域。中国商业理论工作者和实际工作者,根据中国商业体制改革的实践和商品经济发展的需要,对于商品流通领域中提出的新的理论问题和实际问题,例如:关于建立以国合商业为主导,多种经济成分、多种经营方式、多条流通渠道、少环节的商品流通体制问题;关于计划与市场相结合问题;关于国营商业所有权与经营权适当分离问题;关于商业企业经营机制和组织形式问题;关于商业经济效益和社会效益问题;关于商业科技和商业现代化问题等,进行了深入广泛的探索,取得了一系列富有创造性的研究成果,不仅使原有的商业经济学科得到了进一步完善,而且建立了许多新的门类。经过不断的实践和探索,在中国已经初步形成了一个适应经济发展要求的门类比较齐全的社会主义商业经济学科体系。

商业经济学科的研究对象和任务 随着社会主义商品经济的发展,商品经济活动的内容愈来愈复杂,商业经济学科正朝着综合和分化两个方向发展,既有以商业部门经济活动和经济规律为特定研究对象的部门经济学科,又有以商业企业经济活动和经济规律为特定研究对象的经营

管理学科。还有一些边缘学科。商业经济学科大体上可以分为商业史、商业经济学、商业管理学、商业经营学等门类。近几年来还出现了一些与非商业经济学科相交叉的边缘学科,如商业文化学等。

商业史 研究中国商业产生、发展及其规律,为总结历史经验和预见未来商业发展趋势提供历史依据。商业思想史以中国各个历史时期的思想家的商业观点和商业思想为研究对象的商业经济学科,尚处在探索过程中。

商业经济学 主要阐明中国社会主义商业在组织商品流通过程中所发生的经济关系及其规律,为国家制定商业方针政策提供理论依据。在中国,商业经济学又逐步分出一些独立学科,如粮食经济学、供销合作社经济学、民族贸易经济学等。这些独立学科同商业经济学以及相关的其他经济学既有密切的联系,又有明显的特点。随着第三产业的发展,还出现了一些新兴的学科,如服务经济学、旅游经济学等。这些学科都是部门经济学。

商业管理学 主要研究商业部门和商业企业的管理活动和规律,以提高商业部门和商业企业的管理水平,从而提高商业的经济效益和社会效益。商业管理学分为商业宏观管理学和商业企业管理学。商业宏观管理学侧重研究国家如何运用计划、财政、金融、税收、价格等经济杠杆,对商业的活动进行调节和控制,以保证商业的健康发展。商业企业管理学侧重研究商业企业管理关系的形成和发展的规律性,为商业企业正确处理各种管理关系提供理论依据。商业统计学、商业财务学、商业会计学、商业审计学等属于专业管理学科,从不同专业领域研究商业企业的经济管理活动。

商业经营学 以商业经营活动及其规律为研究对象。随着商业经营活动的开拓发展,商业经营学的研究也愈来愈细,有从总体上研究商业经营活动的,如商业营销学;也有以企业经营活动为研究对象的,如商业企业经营学。70年代从西方国家引进的市场营销学也属于经营管理学科。其特点是不专门研究中间商业经营活动,而是从厂商角度出发,以企业产品销售为中心的整个经营管理活动作为研究对象。

商业文化学 一门与文化人类学、美学、心理学、伦理学以及商业经济学、商业管理学等相交叉的边缘学科。它所研究的对象,是商品流通领域中所反映、创造、传播的具有商业特质的文化现象,并揭示其发生、发展规律。商业文化学的创建,是为了通过对各种商业文化现象的研究,发掘并形成新的商业观念和商业活动方式,更有效地引导、调控商品流通,推动商品经济和市场经济的发展。

目 录

凡例.....	1
中国商业.....	1
条目分类目录.....	1
附：彩图插页目录	18
正文.....	1
中国商业大事年表.....	664
条目汉字笔画索引.....	671
附：繁体字和简体字对照表.....	683
条目外文索引 (INDEX OF ARTICLES)	685
内容索引.....	696
附：外国人名译名对照表.....	713

条 目 分 类 目 录

说 明

一、本目录仅提供分类检索途径,不具有严格的学科分类意义。

二、具有多种属性的条目,分别被列入不同分支中。例如“粮油工业”条既列入商办工业分支,又列入粮油经营分支。

中国商业 (见正文前专文)

〔商业史〕

中国古代商业	618
商业起源	438
夏商周商业	549
春秋战国商业	45
秦汉商业	315
魏晋南北朝商业	538
隋唐商业	516
五代十国的商业	541
两宋商业	237
辽金元商业	239
明代商业	268
清前期商业	319
中国古代商业思想	622
轻重论	318
本末论	20
义利论	575
四民分业论	511

〔中国古代商业形式〕

工商食官	101
市井	499
日中为市	334
坊市制	66
市籍	498
官市	119
草市	29
市镇	499
四大名镇	509
天下四聚	526
四大米市	509
牙行	565
柜坊	137

邸店	51
质库	604
色目商	341
徽商	155
晋商	184

〔中国古代商业政策法规〕

重农抑商	653
贱商令	174
平糶平糴	309
均输法	201
平准法	309
青苗法	317
市易法	499
和买	150
漕运	28
茶马贸易	32
茶法	30
盐法	566
折中法	595
开中法	203
榷估制度	323
盐铁专卖	568
官山海	127
榷酒酤	324
榷铁(见盐铁专卖)	324(568)

中国古代商税

 抽解

中国古代对外贸易

互市	152
朝贡贸易	40
市舶司	481
丝绸之路	507
西南丝道	547
海上丝绸之路	146

一口贸易	573
广东十三行	132
广州商馆	135
中国古代货币	616
中国古代纸币	623
中国古代度量衡制度	614
中国近代商业	625
鸦片贸易	564
掠卖华工	254
商埠	346
洋行	569
交易所	177
证券交易所	595
商品交易所	362
经纪人	185
报关行	13
晚清商业	536
总理各国通商事务衙门	661
五口通商大臣	541
南洋通商大臣(见五口通商 大臣)	272(541)
三口通商大臣	339
北洋通商大臣(见三口通商 大臣)	20(339)
商部	346
农工商部(见商部)	295(346)
太平天国商业	520
圣库制度	468
〔中国近代商业结构〕	
买办商业	257
官僚资本主义商业	127
四大家族	508
民族资本主义商业	266
四大公司	508
宝元通兴业股份有限公司	11
中国近代商业思想	627
商为国本	385
商战思想	454
公商思想	117
〔中国近代商人组织〕	
行会	146
商人会馆	384
公所	119
商会	348

工商同业公会	101
中国近代商业企业组织	627
近代丝茶贸易	183
茶行	31
丝行	508
茧行	174
〔中国近代金融业〕	
官银号	127
公估局	116
票号	308
钱庄	314
银行	577
〔中国近代税收〕	
海关税	145
协定关税	557
子口税	659
常关税	38
厘金税	210
统税	531
税务司	505
海关监督	145
中国近代货币	625
银元	578
法币	65
中国近代对外贸易	624
商用数码	453
中华民国商业	641
抵制洋货	51
提倡国货	524
贸易委员会	260
税制改革	506
币制改革	21
商业统制	442
价格统制	171
《中美友好通商航海条约》	648
日伪区商业	326
根据地商业	99
根据地公营商业	97
根据地合作社商业	98
根据地私营商业	100
苏区商业	515
中央苏区商业	649
赤白贸易	44
告商人书	95