



技工学校商品经营专业教改教材

商业基础知识

中国劳动出版社

(京)新登字 114 号

本书是根据劳动部教材办公室关于商品经营专业《商业基础知识》教学大纲组织编写的。主要包括:绪论、商品交换的发展、社会主义市场经济及其客观规律、商品价格与商业利润、市场营销、商流与物流、民族贸易与边境贸易、商业体制及商业现代化等。

本书是技工学校、职业学校商品经营专业教学用书。也可用于职工考核培训与自学。

本书由胡卫洲、扬振球、刘力强、沙娜、吴柳杰编写,主编胡卫洲;林毓强、陈翊审稿,主审林毓强。

商业基础知识

劳动部教材办公室组织编写

责任编辑 王栋梁

中国劳动出版社出版

(北京市惠新东街1号)

国防工业出版社印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所发行

850×1168毫米 32开本 7.5印张 186千字

1994年10月第1版 1994年10月北京第1次印刷

印数:12500册

ISBN7-5045-1454-3/F·223(课) 定价:5.10元

前 言

大力发展职业教育是我国长期的战略性任务。最近颁布的《中华人民共和国劳动法》规定：“国家通过各种途径，采取各种措施，发展职业培训事业，开发劳动者的职业技能，提高劳动者的素质，增强劳动者的就业能力和工作能力。”我们要树立这样的目标，即要逐步做到使大多数新生劳动力基本上能够受到适应从业岗位需要的、最基本的职业技术训练，从事技术工种的劳动者，上岗前必须经过培训。技工学校是培养工人后备力量的专门学校，是职业技术教育的重要组成部分。我国工人队伍中的骨干力量，大多是技工学校培养的。因此，技工学校的办学质量，直接影响我国工人队伍的素质。教材作为办学的基本要素，对提高学生素质有着重要的影响。随着职业教育的发展，教材建设的任务十分繁重。为了更好地完成这一任务，需要制定出近期和长远的规划，要逐步建成适合技工学校使用的、品种多、配套全的教材系列，为发展我国技工教育服务。

加快发展第三产业，是我国社会主义经济发展过程中的一项具有重大战略意义的决策。加快第三产业的发展，是生产力提高和社会进步的必然结果；加快第三产业的发展，可以促进市场充分发育，是适应社会主义市场经济的需要；加快第三产业的发展，是缓解经济生活中深层次矛盾和促进经济发展的有效途径；加快第三产业的发展，是缓解我国日益严峻的就业压力的重要出路；加快第三产业的发展，可以促进社会主义物质和精神文明建设。技工学校为了贯彻中央加快发展第三产业的决定，纷纷调整专业方向。中国

劳动出版社为了适应这一新形势,及时调整了出版力量,不失时机地组织编写了商品经营、中式烹调、饭店服务等三个专业的教材。这批教材的问世,对技工学校的专业调整,无疑是一个有力的支持。

90年代,我国每年都将有大批新成长的劳动力和从第一、第二产业转移出来的劳动力需要安置。第三产业行业多,门类广,劳动密集、技术密集、知识密集行业并存,能够吸纳大量的劳动力。为了使大批劳动者能够适应第三产业的各个行业需要,必须大力发展有关的各种职业技术教育。除大力兴办技工学校外,还要举办短期和中长期的专业培训。我们应当适应这种形势,大力开发第三产业的教材,充分满足各种培训的需要。这是出版为劳动工作服务的最佳形式。

教材建设,必须始终注重质量,要牢固树立质量第一的观念,要严格按照新闻出版署的质量标准,以严肃认真的态度,抓好教材质量。要搞出高质量的教材,决非一朝一夕所能做到的,必须下苦功夫,常抓不懈。中国劳动出版社应当集中力量,有计划、有步骤地编写出一批内容好、质量高的技校教材,以满足技工学校教学的需要。

编写技工学校教材,要特别注意对广大技工学校学生加强党的基本路线教育,爱国主义、集体主义和社会主义思想教育,近代史、现代史教育和国情教育,引导学生运用马克思主义的立场、观点、方法认识现实问题。要注意改革教育内容和教学方法,要按照现代科学技术文化发展的新成果和社会主义现代化建设的实际需要,更新教学内容,调整课程结构,加强基本知识、基本理论和基本技能的培养和训练,重视培养学生分析问题和解决问题的能力,注重职业道德和实际能力的培养。这些原则是评价教材质量的重要依据。

开发职业培训教材,是关系到提高劳动者素质的大事。十多年

来,中国劳动出版社已出版了数百种各类职业培训教材,对发展我国职业培训事业起了积极的作用,得到了社会的承认。希望今后能开发更多的、符合我国国情的、适用性强的、受大家欢迎的新教材。在此,对参加这批教材编审工作的同志顺致谢意。

中华人民共和国劳动部副部长 张左己

一九九四年七月十四日

目 录

绪 论	(1)
习题	(5)
第一章 商品交换的发展	(6)
§ 1-1 商品——商品交换的基础	(6)
§ 1-2 货币——商品交换的媒介	(12)
§ 1-3 商品交换的发展——商业	(21)
习题	(31)
第二章 社会主义市场经济及其客观规律	(32)
§ 2-1 社会主义市场经济	(32)
§ 2-2 价值规律	(48)
§ 2-3 供求关系规律	(55)
§ 2-4 市场竞争规律	(58)
习题	(65)
第三章 商品价格与商业利润	(66)
§ 3-1 商品价格的形成与价格体系	(66)
§ 3-2 市场物价管理	(72)
§ 3-3 商业利润	(78)
习题	(87)
第四章 市场营销	(88)
§ 4-1 市场营销调查研究与销售预测	(88)
§ 4-2 市场营销策略的综合运用	(109)
习题	(120)

第五章 商流与物流	(121)
§ 5-1 商流与物流的概念.....	(121)
§ 5-2 采购活动.....	(126)
§ 5-3 加强物流管理的意义与方法.....	(137)
§ 5-4 商品销售活动.....	(149)
§ 5-5 识别假冒伪劣商品的一般常识.....	(160)
习题.....	(169)
第六章 民族贸易与边境贸易	(171)
§ 6-1 民族贸易.....	(171)
§ 6-2 边境贸易.....	(188)
习题.....	(198)
第七章 商业体制	(199)
§ 7-1 商业体制的概念及历史沿革.....	(199)
§ 7-2 转换国有商业企业经营机制,建立 现代企业制度.....	(205)
习题.....	(210)
第八章 商业现代化	(211)
§ 8-1 商业现代化的意义和内容.....	(211)
§ 8-2 实现商业现代化.....	(225)
习题.....	(228)

绪 论

《商业基础知识》是中等商业技工学校“商品经营”专业的一门必修专业基础课。它以社会主义市场经济为主线,阐述商品经营专业学生应了解的基础理论知识。

一、学习的目的

十四大明确提出的建立社会主义市场经济体制,对于我国现代化建设事业具有重大而深远的意义。在本世纪末初步建立起社会主义市场经济体制,是全党和全国各族人民在新时期的伟大历史任务。

中国共产党十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,为我们加快改革开放的步伐,实现从计划经济体制向社会主义市场经济体制过渡,实现国民经济和社会发展第二步战略目标,作出了重大决策。这是全党全国人民的行动纲领。

作为新一代商品经营工作者,必须在《决定》精神统帅下,懂得什么是社会主义市场经济和市场经济条件下的客观经济规律,以及商品价格、商业利润的形成与测算;市场的预测与营销策略的综合运用;商品流通、民族贸易、边境贸易的有关知识和政策;怎样加强商业企业管理、不断提高企业的社会效益和经济效益;如何实现商业现代化等问题。对于这些,都在《商业基础知识》一书中作了回答。因此,必须认真地深入学习,才能掌握基础理论知识,达到预期的目的。

二、学习的意义

学习《商业基础知识》，在当前由计划经济向市场经济的转变过渡阶段具有重要的意义：

1. 学习《商业基础知识》，了解商品、货币及其他有关名词概念，了解商品交换的形成与发展，可以帮助我们认识商业产生的历史，为在新时期内做好商品经营工作，打下坚实基础。

2. 学习《商业基础知识》，对于我们在商品经营工作中，认识市场经济的主要规律，自觉地按客观经济规律经商，具有特别重要的意义。

3. 学习《商业基础知识》，了解社会主义市场经济的概念、功能作用及其缺陷，有利于我们在计划经济体制向社会主义市场经济体制过渡时期加强宏观调控，做好商品经营工作。

4. 学习《商业基础知识》，了解商品价格的形成与发展，了解市场物价管理的原则与制度，有利于我们在市场经济体制下，运用价格机制参与市场竞争。

5. 学习《商业基础知识》，掌握商业利润的形成以及提高经济效益的途径，有利于提高商业企业经济效益，为国家积累资金，充分发挥商业的“桥梁”和“纽带”作用。

6. 学习《商业基础知识》，可指导我们进行市场营销调查研究，综合运用市场营销策略，搞活商品流通，尽快建立多渠道少环节的流通体制，加强商流、物流和信息流管理。

7. 学习《商业基础知识》，了解民族贸易和边境贸易的由来和发展，了解党和国家有关民贸、边贸工作的方针政策，对于我们从事民贸、边贸工作，具有重要的现实意义。

8. 学习《商业基础知识》，了解社会主义市场经济条件下的商业体制以及怎样进行管理，掌握实现商业现代化的内容和途径，对于我们转换国有企业经营机制，建立现代企业制度，加速商业现代化建设，具有重要的推动作用。

总之，我们学习《商业基础知识》，掌握从事商品经营工作的有

关基本常识,就可以为学好商品经营专业课打下基础,进而成为新时期合格的商品经营工作者。

三、学习的方法

学习《商业基础知识》不仅要明确目的、意义,提高学习的自觉性,而且在学习中还要讲究方法,以提高学习效果。其基本方法如下:

1. 掌握基本概念

我们在学习《商业基础知识》的过程中,会遇到一系列的名词概念,如商品、货币、商业、价值规律、供求关系规律、市场竞争规律、社会主义市场经济、商品价格、商业利润、市场营销策略、决策、决策工作、决策行动、商流、物流、信息流、民族贸易、边境贸易、商业体制、商业企业、经营责任制、商品流通、商业现代化等等。理解和掌握这些概念,对于学好《商业基础知识》课,非常重要,因此,要在理解的基础上加强记忆。

2. 明确基本理论

作为专业基础课的《商业基础知识》,是一门理论课,掌握这些理论,对于学好专业课以及指导实践相当重要。例如,商品、货币基础理论,经济规律的理论,社会主义市场经济体制理论,商品价格及物价管理理论,市场营销调查研究与销售预测理论,保本销售理论,市场营销策略综合运用理论,商品流通理论等等。对于这些基本理论,在学习中必须弄懂、搞清楚,一点也不能含糊。

3. 理论联系实际

理论只有联系实际,才能加深对理论的理解,发挥理论对实践的指导作用。联系实际的方面主要有:

(1) 联系现阶段我国的基本国情

我国人口多、底子薄、人平均资源少,经济发展不平衡。但自党的十一届三中全会后,通过 15 年的改革开放,现代化建设已经取得了伟大成就,例如:

1)国民经济持续发展。1992年国民生产总值近24000亿元,近五年来平均每年增长7.9%。

2)农村经济全面发展。农业总产值平均每年增长4.8%,近四年来年年获得丰收,粮食储备增加;经济作物和农副产品全面增长,“菜篮子工程”的实施,保证了城市居民的副食供应;乡镇企业保持旺盛发展的势头,近五年来产值增长2倍,现已吸纳农村劳动力1亿多人,成为国民经济一支重要力量;植树造林、农田水利建设取得新进展。

3)工业生产有较大增长。近五年来工业总产值平均每年增长15%,钢产量增长42%,达到8000万吨;原煤产量增长20%,达到11亿吨;发电装机增长46%,达到16500万千瓦;原油产量继续增长,达到1.42亿吨。农用工业产品持续增长。消费品工业产品更新换代加快,花色品种增多。

4)交通运输和邮电通信有新的发展。铁路货运周转量增长23%,达到11620亿吨公里;沿海港口货物吞吐量增长59%,达到5.9亿吨;公路货运周转量增长36%,达到3617亿吨公里;城乡电话总容量增长1.1倍,达到2860万门。五年间,进出口总额增长1倍,1992年达到1656亿元。外汇储备有一定增加,近五年共利用外资609亿美元,相当于前九年总和的1.6倍。

5)基本建设和技术改造取得新成就。近五年来固定资产投资完成26000亿元,一批大型基础工业和基础设施重点项目相继建成;地质勘查取得新成果,为今后经济发展增添了后续力量。城市建设有新的进展,面貌发生很大变化。

6)社会主义精神文明建设和各项社会事业取得新进步,科学技术事业成绩显著。重大科技成果大幅度增加,某些项目或区域达到或接近世界先进水平,正负电子对撞机投入使用,“银一Ⅱ”巨型计算机研制成功,航天工业进入国际发射市场,创办一批国家级的高新技术产业开发区,科技成果商品化和产业化步伐加快。

7)人民收入和生活水平进一步提高。1992年同1987年相比,城镇居民人均生活费收入增加910元,达到1826元;农村居民人均纯收入增加321元,达到784元。城乡居民储蓄大幅度增加。人民生活和综合国力上了一个新台阶。

8)根据八届人大二次会议的精神,1993年国内生产总值要突破30000亿元大关,比1992年增长13.4%。这种经济发展状况与全球多数国家和地区经济不景气形成鲜明的对照。

(2)联系实现国民经济和社会发展第二步战略目标和任务

党中央决定,要在本世纪末初步建立起社会主义市场经济体制,实现国民生产总值比1980年翻两番的目标,这是一项开创性事业。而目前,正处于计划经济向市场经济转体的过渡阶段,社会经济领域还存在着价格双轨制,价值多元化,这对国民经济发展带来消极影响。因此,我们一定要联系本世纪末的目标和任务,认真学习商业基础知识,正确认识和处理经济生活中存在的各种矛盾,为促进国民经济持续、快速、健康发展,实现第二步战略目标而多做贡献。

(3)联系学生的思想实际

当前,不少学生由于受到社会上不良倾向的影响,不信“主义”信金钱,对政治课、文化课、专业基础理论课,抱着无所谓的态度去应付学习。我们要充分认识到,一个从事商品经营的工作者,必须用商业基础理论武装头脑,才能在工作中创造出良好的经济效益。否则,脑子空空荡荡将一事无成。因此,我们应该认真学习,掌握《商业基本知识》的基本概念、基础理论,并学会在实际工作中应用,成为一个合格的商品经营工作者。

习 题

1. 学习《商业基础知识》有何现实意义?
2. 怎样学好《商业基础知识》?

第一章 商品交换的发展

§ 1—1 商品——商品交换的基础

一、商品的概念

作为商品经营工作者,少不了要和商品打交道。那么,什么是商品呢?

所谓商品,就是用来交换的劳动产品。

这里包含着两层意思:第一,商品首先必须是劳动产品。也就是说,只有经过人们的劳动(脑力和体力的支出)所生产出来的产品,才是商品。如河水,就不是商品;但如果经过自来水厂加工处理,成为自来水,自来水就成为商品。第二,这种劳动产品,必须是用于交换的。比如:在封建庄园里,劳动者纺纱、织布、种蔬菜、种粮食等等,都只是为了本庄园的消费,而不是用来与别的庄园交换;现代菜农户,生产出来的蔬菜,如果不是用来运到菜市场出卖,而是自己消费,这些蔬菜也不能称为商品。因此,判断一种劳动产品是不是商品,要符合两个条件:(1)产品生产不是为了生产者或经济单位自己的消费,而是为了满足他人的需要,即社会的需要;(2)通过交换满足他人的需要,即社会的消费。只有具备了上述两个条件,这种劳动产品才是商品;否则,就只是产品而不是商品。

商品“满足需要”和“通过交换”两种属性有着不可分割的联系：

1. 商品要满足消费需要

人们的消费需要，有物质方面的，也有精神方面的。例如，一个顾客走进店来，看到的是这样一番景象：柜台摆设拥挤，商品陈列杂乱，营业员穿戴不整，有的营业员忙于干私活，有的营业员在与顾客争吵等等，就会立即引起这个顾客的反感，打消到该店购买的欲望。如果看到的是另一番景象，一进店堂就给人一种舒适的感觉，柜台摆设得体，商品陈列井井有条，主题突出，使人耳目一新，营业员服务周到热情，主动推介商品，百问不厌，百拿不烦，使你产生一种精神的满足，当你走进店时还拿不定主意的心情，已经云消雾散，下定决心要在此店购买你所需要的商品。

2. 商品要用于交换

在交换过程中，产品转化为商品。在交换之前，尽管产品是为了交换而生产的，这种商品，只是一种可能性，只有当它被消费者所接受，这才成为现实的商品。也就是说，商品本身所具备的使用价值才得到了社会的承认。

二、商品的属性

1. 商品的使用价值

人们走进商店，购买商品，是为了满足他的某种需要。例如：衣服可以保暖，粮食可以充饥等。商品的这种性能，这种物品的有用性，就是商品的使用价值。如果商品不能满足人们某种需要，对人们没有用，那就不成为商品。例如：顾客到商店购买灯泡，可是拿到插座上一试，灯泡不发光。这种灯泡，虽然是劳动产品，而且也是为交换（出卖）而生产的，但它没有用，是废品，所以顾客不会购买它。

不同的商品，具有不同的使用价值。同一种商品，也可以有多方面的使用价值。例如：服装，不仅可以保暖；而且还可美化人们的

生活。木材，既可以作燃料，也可以作为建筑材料，还可以作造纸和其他工业原料。发现商品多方面的使用价值，是人类科学技术进步和生产力发展的结果。

使用价值是商品的自然属性。不论什么社会，使用价值总是构成社会财富的物质内容。比如粮食，不管对它进行怎样的加工，都能满足人们吃、喝的需要，为人体增加热量。它与生产粮食的国家社会性质无关，所以不体现社会属性。商品的使用价值，是在人们使用和消费它的时候才实现的。一个社会，一个国家，商品生产是否发达，商品是否丰富，反映了这个社会、这个国家，人们与自然界斗争的深度和广度。

综上所述，现在我们可以给商品的使用价值这个名词，下一个完整的定义：

商品的使用价值——是物品的有用性，是能够满足人们某种需要的效用。它是商品的自然属性，构成社会财富的物质内容，反映人同自然的关系。

2. 商品的价值

要了解商品的价值这个概念，首先要搞清什么是商品的交换价值。

商品的交换价值：是商品的一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的比例，是价值的表现形式。

例如：在原始社会后期，人们将自己多余的产品物物交换，一担米换二十尺布。

这里，第一，米是一种使用价值，而布是另一种使用价值，这是交换的物质前提。第二，“一担”与“二十尺”的数量比例，这就是交换价值。也就是说，二十尺布是一担米的交换价值，或者说，一担米值二十尺布。

那么，在米与布的交换中，为什么存在着“一担”与“二十尺”的比例关系？而不是别的数量关系。这说明“一担米”与“二十尺布”

之间存在着一个共同的东西，它们都是劳动产品。在生产米和布的过程中，都耗费了一定量的人类劳动，这是一切商品的共同点，也就是商品的价值。

所以商品的价值，是凝结在商品中的无差别的人类劳动。它是商品的社会属性，体现着商品生产者之间交换劳动的社会关系。

这里，第一，“无差别的人类劳动”，是指在质上没有差别，在量上可以比较的劳动，即脑力和体力的支出。这是商品的价值实体。

第二，是“凝结劳动”。人的劳动有三种形态：(1)是潜在劳动，即人的劳动能力(亦可称为“劳动力”)。它处在潜伏的状态中，当然不是价值。(2)是流动状态的劳动，即正在进行操作时所表现的劳动(这就是劳动力的使用)。这种劳动能创造价值，但它本身还不是价值。因此，不能把劳动直接等同为价值。(3)是凝结状态的劳动，即物化劳动。这种凝结或物化在商品体中的劳动，才是价值。

第三，“它是商品的社会属性，体现着商品生产者之间交换劳动的社会关系。”这是因为，商品本身有价值，在交换过程中才表现出价值，即交换价值。因此，价值是交换价值的基础，交换价值是价值的表现形式。一担米之所以能和二十尺布相交换，是因为生产一担米与生产二十尺布所消费的劳动量相等。这种交换关系，实际上是米和布的生产者互相交换他们的劳动。所以，价值是商品的社会属性，体现着商品生产者之间相互交换劳动的社会关系。

通过本节一、二两个问题的学习，凡商品都包含使用价值和价值这两种属性。或商品都包含使用价值和价值这两个因素。商品就是使用价值和价值的矛盾统一体。这种统一，表现在：使用价值和价值二者相互依存，互为条件，共处于商品这个统一体内，缺少任何一个方面都不能构成商品。没有使用价值的物品，就不会有价值，因为不是商品。如前所述，顾客到商店购买灯泡，通电后不发光，那么这种灯泡就不具备使用价值，尽管耗费了人类劳动，也不形成价值，因而不是商品，而是废品。只有使用价值的物品，没有通

过人们劳动加工,即没有耗费人类劳动,也不是商品。例如,河水、阳光、空气都对人类有用,而且不能缺少,但不是劳动产品,没有价值,因而也不是商品。有些劳动产品,虽然也同时具有使用价值和价值,但不是为了交换,而是用于生产者自己消费,或是无偿赠送他人,没有通过交换实现其价值,因而也不是商品。

商品的使用价值和价值不仅是统一的,而且是互相排斥的。这表现在:对商品所有者来说,是为了交换,通过交换,获得其价值;对于商品非所有者来说,是想占有其使用价值,是为了消费而购买。对于一定的人来说,占有商品的价值,就必须付出商品的使用价值;如果要占有商品的使用价值,就必须付出商品的价值,二者只能居其一。因此,商品的使用价值和价值是矛盾的统一。

综上所述,我们可以给商品这个词下个完整的定义:

商品——是用来交换的劳动产品。具有使用价值和价值二因素。它是个历史范畴,它反映了物质掩盖下的人和人之间的社会关系。

三、商品产生的社会历史条件

人类产生已经有二、三百万年的历史了,而商品的存在至今还不到一万年的历史。那么,商品是怎样产生的呢?

1. 社会分工的出现

我们的祖先原始人,刚脱离动物界时,使用的是粗笨的石块、木棒,靠采集植物果实、捕捉野生兽类、鱼虾为生。共同劳动,平均分配,没有剩余产品。随着时间的推移,人们在生产活动中逐步积累经验,学会了种植谷物和饲养家畜,这就是最原始的农业和畜牧业。偶然有极少量的多余产品在原始部落之间进行交换。这种拿来交换的产品,就是最初的商品。

原始社会中后期,人类社会出现了第一次社会大分工,即畜牧业从原始农牧业中分离出来,使劳动生产率有了明显的提高,产品