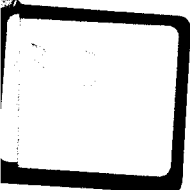


商业中级业务技术培训教材

批发企业业务知识



吉林人民出版社

批发企业业务知识

吴殿彬 李中天 于连武 车占民

*

吉林人民出版社出版

吉林省商业、供销、粮食系统教材发行站发行

长春市第四印刷厂印刷

*

787×1092毫米32开本 4,875印张 110,000字

1985年7月第1版 1985年7月第1次印刷

印数: 1—24330册

统一书号: 4091·265 定价: 1.10元

前 言

为了适应商业职工中级业务技术等级培训的需要，遵照商业部颁发的《商业企业业务技术等级标准》对三级营业员的要求，以及劳动人事部关于实行《工人技术考核暂行条例》的规定，我们东北三省商业厅组织编写了批发企业和零售企业两套中级业务技术培训教材。零售企业职工的培训教材有：《零售商业部组管理知识》、《售货操作技术》、《心算》、《百货商品知识与经营》、《针纺商品知识与经营》、《服装鞋帽商品知识与经营》、《文化商品知识与经营》、《百货专业商品知识与经营》、《五交化商品知识与经营》、《副食品商品知识与经营》。批发企业职工培训教材有：《批发企业业务知识》、《商品仓储与养护》、《商品运输业务知识》、《中国商业地理》。共计14本。

编委会由周乃荣、刘柏青、张士德、安锡山、王行林、钱东人等同志组成。周乃荣同志任主编，刘柏青、张士德同志任副主编。

本教材由于编写时间仓促，难免有不足和纰漏之处，望各位读者指正。

东北三省《商业中级业务技
术培训教材》编委会

1984年12月

目 录

第一章 批发业务

- 第一节 批发业务的产生及存在的必要性…… (1)
- 第二节 批发商业的地位、作用和类型…… (5)
- 第三节 批发业务的任务和工作原则及
发展趋势…… (11)
- 第四节 批发业务人员的素质…… (18)

第二章 批发商业商品购进

- 第一节 商品购进的指导思想…… (25)
- 第二节 商品购进研究…… (27)
- 第三节 批发商品来源与购进方式…… (34)
- 第四节 批发商品购进程序…… (39)
- 第五节 购进商品经济效益研究…… (48)

第三章 批发商业商品销售

- 第一节 商品销售的指导思想…… (58)
- 第二节 商品销售方式…… (61)
- 第三节 商品销售程序…… (67)
- 第四节 商品销售策略…… (75)
- 第五节 销售信息反馈与销售控制…… (84)

第四章 批发商业发品储存

- 第一节 批发企业商品储存的必要性及其种类 (89)
- 第二节 合理组织商品储存…… (93)
- 第三节 商品库存分析…… (97)

第四节	商品储存效益分析.....	(101)
-----	---------------	---------

第五章 批商业务合同

第一节	批发业务合同的性质和作用.....	(110)
第二节	批发业务合同的种类和内容.....	(114)
第三节	批发业务合同的签订.....	(122)
第四节	批发业务合同的执行.....	(126)
第五节	批发业务合同纠纷的处理.....	(130)

第一章 批发业务

第一节 批发业务的产生及存在的必要性

一、批发业务的概念及其特点

（一）批发业务概念

批发业务是批发企业购销活动的总称。所谓批发企业，是指专门从事为转售或生产加工而进行大宗商品买卖活动的部门。这些部门的一切购、销、调、存等经济活动，都可称为批发业务。

（二）批发业务的特点

批发业务因其在流通过程中所处的地位和作用与零售企业不同，而具有它自己的业务特点。这些特点主要反映在如下几个方面：

1. 反映在购销数量上：批发业务是以成批购进，成批销售为主，每次交易的商品数量都比较大；而零售企业是以成批购进，零星售卖为主，每次售卖的商品数量相对地比较小。

2. 反映在销售对象上：由于销售数量的不同，批发业务只能以能够大批购进的单位为销售对象，主要是零售商业

企业和生产企业；零售业务只能以零星的购用者为销售对象，主要是个人消费者（也包括一些机关、厂矿等企事业单位）。

3. 反映在商品销售后所进入的领域上：批发企业经销的商品经过批发后，如果是批售给零售商业，商品仍然没有脱离流通领域；如果是批售给生产企业，商品又重新返回生产领域；而零售企业经营的商品大部分被个人消费者买走，其中除少量做为个体经营者的生产资料外，便最终脱离流通领域而进入到消费领域。

4. 反映在推销方式上，批发企业的主要销售方式有：

（1）供货会议、补货会议与物资交流会。

（2）门市销售（市场批发）。

（3）函、电及广告推销。

（4）人员推销。

（5）工业品贸易中心销售。

（6）农副产品批发贸易市场销售。

（7）其它销售方式。如代购代销、联销等。

但上述批发企业的各种推销方式都有一共同特点，就是成交后由储运部门发货，财会部门结算。而零售业务则不同，它以门市销售为主。通过在商店设置的各种商品柜台，直接向顾客当场付货。

5. 反映在结算方式上：零售业务因为它的销售对象是以个人消费者为主，所以它的结算多以柜台一手钱，一手货结算为主，以转帐支票为辅。

批发业务的结算方式则是以托收承付和转帐支票为主，现金结算为辅。

二、批发业务的产生

随着商品交换规模的扩大，商业内部也就出现了分工，一些在商品经营中发了财的商人便不再象以前那样靠小本经营，小发小卖。而是专门从事大宗买卖，以谋得更多的利润，这些人便成了批发商。而另一些人由于本小力薄，仍然是小本经营，小发小卖，这些人便成了零售商。据史书记载，在我国奴隶社会的晚期就有了批发商业的原始形态，即中间商。当时内地消费的大量的食盐，都是从地处沿海的一些诸侯国运去的。这些从事食盐运输的商人，从沿海购买到食盐，然后转运到内地，其中相当一部分食盐是卖给当地商人，供其转手。到了汉代批发商业就已具规模，出现了一些运输商、囤积商。如当时有名的运输商洛阳的师史家，有名的囤积商宣曲的任家。由于他们钱多财广，他们的势力都可以比得上封君。有了批发商，自然就产生了批发业务。批发业务的产生是商业发展的必然产物。当商品经济发展到一定水平，交换规模扩大到一定程度之后就必然产生批发业务。当然批发业务的大发展还是在近代，主要是在大机器工业出现之后，由于生产规模和市场范围的大大扩展，交换的范围和深度也都有了进一步发展。因此也大大地促进了批发业务的发展。

三、批发企业存在的必然性

批发业务是在商品经济发展到一定水平之后产生的，批发业务的产生并不是由人们的主观愿望决定的，而是由商业发展的自身规律决定的。

（一）从生产角度看

1. 批发业务能够为生产企业服务，减低生产企业推销产品的压力，保证生产企业能够专心致志地搞生产，有利于提高生产企业的经济效益。因为一个生产企业，往往只能生产一种或几种产品，而每种产品的生产量又十分庞大。如果生产企业以零售企业为销售对象的话，这些销售对象每次购买的数量都是比较小的，所以生产企业为了推销产品，往往要和成千上万个销售对象打交道，这些销售对象又要分布在很大的区域内。这样，一个生产企业为了推销自己的产品，就要投入大量的人力、物力，会占用很大一部分资金，在企业资金有限的情况下，必然会减少企业的生产资金，并且分散企业领导人员的精力。而且由于推销时间太长，必然会影响生产企业资金周转。上述这些给生产企业带来的压力，会严重地影响生产企业的生产。有了批发业务，就可以为生产企业承担产品推销的任务。

2. 批发业务能够减少企业的原料采购压力。生产企业为了保证企业的正常生产，要大批购进相应的原材料。有了批发业务就可以承担生产企业的原料采购任务，减轻生产企业的采购压力。

（二）从零售业务角度来看

批发业务能够为零售服务，降低零售商业的采购压力，使零售商业能够集中人力、物力和资金搞好零售，因而有利于提高零售商业的经济效益。一个零售企业往往要经销成百上千乃至上万种商品，如果直接到很多个生产企业去进货，势必要投入大批人员从事采购工作。这对营业人员和资金都有限的零售企业来讲是一个很大的压力。同时由于采购点多，每次采购的数量又受销售能力的限制，不能太多，显然会提高采购费用率。又由于采购业务量的增大，显然会减慢零售商业企业的资金周转速度。在上述几种因素的影响下必然会降低零售企业的经济效益。如果有了批发业务，零售企业就可以从批发企业那里采购到自己所销售的大部分商品。因而可以降低零售企业的采购压力和采购费用，提高零售企业的经济效益。

综上所述，无论从生产角度，还是从零售角度来看，批发业务的存在都是自然的、合理的，对生产、对流通都是有益的。当然不能人为地搞多层次的批发，增加不必要的流通环节。

第二节 批发商业的地位、作用和类型

从上一节的论述中我们不难看出，批发商业在国民经济体系中有其存在的客观必然性。批发商业在整个国民经济中具有重要的地位和作用。

一、批发商业的地位

批发商业在整个国民经济中占有重要的位置。整个国民经济体系，包括四大环节，即生产、分配、交换（即流通）和消费，这四大环节相互对立，而又相互联系，相辅相成地构成了整个国民经济的链条。

批发业务在整个国民经济的链条中是一个重要环节，批发处于生产与零售的中介地位，是流通的起点，批发并且担负着为生产企业供应再生产原料的任务，也是生产与生产的中介，所以批发业务搞得好坏，直接影响流通的速度。而流通速度的快慢对满足人民的生产和生活需要具有重大影响，流通速度快就会提高对人民生活的满足程度，减少产品在流通领域中停留的时间，缩短再生产全过程所用的时间。由此可见，批发业务在国民经济中占有极其重要的地位。

批发业务在流通领域内也占有极其重要地位。批发业务是流通领域的门户，它负责商品的质量验收，大宗商品编配发运及储存工作。它对零售业务活动的影响是十分重要的，批发业务搞得不好，零售就会受到非常大的影响。如质量验收关把的不紧，大批低质商品就会进入流通领域，不仅给销售带来困难，也必然会降低流通领域的经济效益。

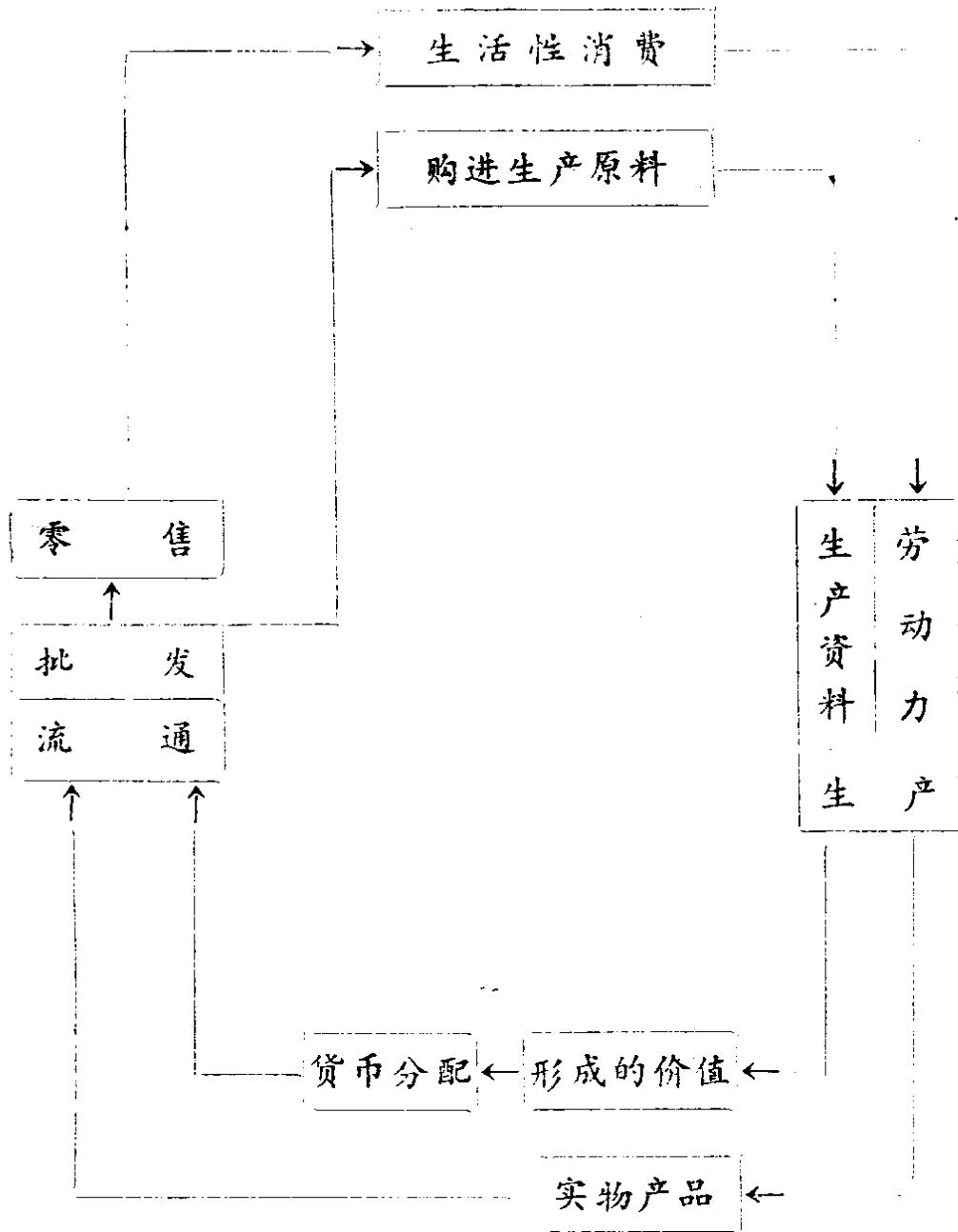
二、批发业务的作用

批发业务活动，在整个国民经济中起着很重要的作用。

（一）有利于生产和商业专业化的发展

批发业务作为中间商，它能为生产企业承担推销产品和采购原材料的任务，这样有利于生产企业集中一切力量搞好

批发企业在整个经济链条中的地位



生产，而不必为原料的采购和产品销售而分散企业人力和物力。有利于促进生产专业化的发展。

批发企业也能为零售商业承担一部分采购任务，这样可以保证零售企业集中一切力量搞好零售，这也会促进商业内部专业化的发展。

（二）调节生产和消费在时间上的矛盾

商品的生产和消费往往会在时间上发生矛盾。有些商品是季节性生产，全年消费。如各种谷物都是季节性种植收获，而人们则是每日都要消费粮食。有些商品则是全年性生产，季节性消费。如消暑用的凉席、扇子等商品都是长年生产季节性消费。商品生产和消费在时间上的矛盾通过批发企业的储存则可以得到调节。

（三）调节生产和消费在空间上的矛盾

商品的生产和消费还会在空间上发生矛盾。有些商品是甲地生产乙地消费，例如大量生产羽绒制品的广东省，由于本省的气候条件所限，销售量并不大，其加工的目的，主要是销往我国北方的一些城市和国外市场；有些商品是一地生产多地消费或者多地生产一地消费，例如茅台酒只有贵州省生产，但全国各地的人都想喝茅台酒。一般来讲，每个消费地区都要从多地购进原材料和商品。在这种情况下消费要成为现实的话，就要通过批发业务编配发运来克服商品生产和消费在空间上的矛盾。

三、批发商业的类型及分布

商业批发业务活动是商业业务活动的重要组成部分，由不同类型的商业批发企业的合理分布所形成的批发商业网是商业有机总体的重要组成部分。

（一）批发商业企业的类型

商业批发企业的类型可按不同的标准划分：

1. 从批发企业经营的商品品种角度，可以分为两大类和几个小类。

农副产品批发商业。主要经营农副产品，因此也称为农产品收购站。又可因经营的具体品种不同、类别不同而分为不同的专业。如果品公司、食品公司、油料收购站、土特产品收购站等等。

工业产品批发商业。主要经营工业产品，一般来说，生产资料和生活资料分开经营。如物资站、生产资料公司、石油公司等主要经营生产资料，而百货、五金、烟酒公司等主要经营生活资料。

2. 根据批发企业在商品流通中所处的地位可分为如下三种：

产地批发商业。产地批发商业是商品从生产领域进入流通领域的第一环节。

转口批发商业（也称接收地批发商业）。主要是从外贸口岸接收进口商品，转售消费区。

销地批发商业。它主要是供应零售商业和生产企业，处于批发流转的最后一个环节。

3. 根据批发企业业务范围可分为：

全国性的批发商业。它的购销业务活动范围是全国。

区域性的批发商业。它的业务活动（主要是批售业务范围）一般仅限于一个经济区域。

4. 根据批发商业的经营性质可分为：

自购自销性的。这类批发企业以从事商品收购和销售为主。

代购代销性的。这类批发企业以代购代销为主要的经营形式。其主要业务活动是接受委托为用户代购、代销、代

存、代运、代加工包装。

当然有些批发商业是同时从事上述两种业务活动的。这样的批发商业就不区分是自购自销性的，还是代购代销性的。

批发商业企业的类型是由社会的经济条件决定的，当经济条件发生变化时，批发企业的类型也会随着发生变化，这种变化是以最有利于商品流通为转化条件的。

（二）商业批发企业的分布

社会商品流通是否顺畅、合理、经济，主要取决于各类批发商业企业分布是否合理。批发商业网点的布局合理，就能保证社会商品以最低的流通费，按照合理的流向，顺畅地流通，及时地满足人民生活和生产的需要。从中我们可以看出，合理设置批发商业网点是保证国民经济均衡地发展，加快“四化”步伐的重要保证之一。为了保证批发商业网点的合理设置，我们首先要弄清设置商业批发企业时应考虑的客观条件。

1. 要考虑生产力的客观分布状况。因为批发商业的收购对象是生产企业的产品，因此设置批发商业企业在考虑地址、类型、规模时都要根据生产力的分布状况来确定。

2. 要考虑交通运输条件。因为商品流转必须借助于运输才能实现。要选择相对的最佳运输条件。

3. 要考虑销售对象的分布情况。批发企业的销售对象主要是零售企业和生产企业。因此在设置批发企业时要考虑到零售商业网点和生产企业的分布状况。

4. 要考虑客观的经济区。商品在既定的生产、交通、消费习惯等条件的影响下会形成一定的经济区即供销区域。商业批发企业必须要按照有利于促进按经济区域搞好商品流通的原则来设置。

在通盘考虑上述四个方面的因素之后，就要以求得最佳经济效益的原则来科学合理地设置批发企业。使其方便收购，方便运输，方便销售，有利于按经济区组织商品流通，最大限度地降低商品流通费用。在具体设置批发企业时要根据业务的不同特点来具体地选择。

（三）工业品批发企业位置的选择

1. 全国性批发站应选择在生产企业较集中的大城市。从事转口批发业务的要设在对外贸易港口附近。

2. 直接面向生产企业和零售企业的地区性批发商业企业，主要应设在交通便利、客观形成的物资集散地，切不可完全按城市大小、按行政区划设置工业品批发企业。

（四）农副产品收购企业位置的选择

农副产品的生产一般都比较分散，而且储存困难。因此，农副产品采购站规模要小些，适当分散一点。在收购站下边还可以设置收购点。主要选择在靠近生产者，交通条件较好，便于收购和外销的物资集散地，以保证适时、快速收购和外运。

第三节 批发业务的任务和工作原则及发展趋势

批发商业由于在国民经济体系中和流通领域中的特殊地位决定了批发业务的任务，并且决定着它未来的发展趋势。

一、批发业务的任务

批发业务的基本任务是：在符合国家的政策、法令前提下，接受国家的计划指导，通过批发的购销存等业务活动，来为各个经济部门和人民生活服务。

具体的任务有如下几个方面：

（一）组织货源

组织货源是促进生产和满足消费的保证。从生产角度讲，只有能将产品销售出去之后再购入新一轮生产所需要的原材料才能进行再生产，所以批发业务只有大力开发商品资源，组织收购和销售，把一切社会需要的产品收购上来，并销售出去，搞好商品流通，才能加速促进生产的发展。从消费角度讲，只有将各种商品资源都开发出来，把各种商品都收购上来，这样才能满足消费者的各种各样的需要。所以大力开发商品资源，打通一切流通渠道，开拓市场，积极扩大商品流通，是批发业务的首要任务。

（二）储存商品

社会生产部门生产的大部分产品并不能直接进入消费领域，必然要在流通领域里停留一定时间，而这一段时间就是商品储存。商品储存，是调节商品生产和消费在时间和空间上矛盾的必要条件，是保证商品流通不间断进行的前提。马克思说：“没有商品储备，就没有商品流通。”从社会生产、流通专业化的角度看，商品储存既不能依靠生产企业来进行，也不能由零售企业来担当。如果大量的产品（商品）由生产和零售企业储存，那么这些企业都要增设仓库，并把一定的人力、物力和资金用在储存商品上，结果必然降低物资资金流转速度，造成更大的浪费。按照专业化的要求，商品储存在批发企业是最合理的。从预测角度来看，生产企业和零售企业接触面窄，不可能全面了解社会情况，而批发企业接触面宽，能较全面了解社会需求。从企业特点来看，生产企业主要是开拓生产，零售企业资金设备有限，只有批发企业具有储存大宗商品的条件和能力。因此，在流通领域