

管理科学
教学丛书

商业经济 管理学

罗勛才 潘在清 主编



中国经济出版社

·管理科学教学丛书·

商业经营管理学

罗勋才 潘在清 主编

中国经济出版社

内 容 提 要

本书在认真总结党的十一届三中全会以来的商业经济管理实践和改革经验的基础上，按照商业经济活动的顺序，对商业经济管理学所涉及到的问题，在理论和实践上进行了全面深入的论述。本书既可作为各级党校、经济管理干部院校、经济大专类院校、商业中专的教材，亦可供从事商业经济管理理论研究和实际工作的同志们学习参考。

责任编辑： 杨 岗

封面设计： 张佩义

商 业 经 济 管 理 学

罗勋才 潘在清 主编

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

北京密云双井印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

850×1168毫米 1/32 9 12/32 印张 236 千字

1989年1月第1版 1989年1月第1次印刷

印数：1—15,000

ISBN 7-5017-0190-3/E·223

定价：2.80元

《管理科学教学丛书》编委会

名誉主编:沙洪 许力以 陈鸿苏 郭铎逢 霍恩德

主 编:孙钱章

副 主 编:刘海藩 杨 岗 宋桂选 魏同悟

常务编委:王明贤 王宝琦 王建民 王致科 车德良

田善耕 刘友桢 刘兆丰 汤正刚 伍庆泉

乔 松 李发贵 李灿昀 杨宏真 杨恩发

杨晓峰 吴祥钧 吴嗣澄 张志诚 张阜生

欧阳锦 罗勋才 赵中天 贺西林 钟尧然

郝仙儒 郝明道 俞 辉 徐子毅 高换之

栾建民 钱伯仁 黄允成 黄中鼎 黄守登

廖祖义 鲁荣寰 潘大荣 潘在清 魏彦松

《管理科学教学丛书》编辑前言

我国经济体制改革的不断深化，要求造就大批具有现代经济技术知识经济管理人才，特别是企业管理干部。为了适应这一要求，我社根据全国各省、市、地区党校、干校、经济管理院校的教学实际，邀请中共中央党校和部分省、市党校的专家、学者编写了这套《管理科学教学丛书》。

《管理科学教学丛书》按照党的十三大精神，结合党校教学实际，对社会主义初级阶段的经济管理，从理论和实际的结合上进行了深入研究，力争具有系统性、理论性、实用性和可读性，并试图在各级党校试用的基础上作进一步修改和完善，以建立一套适合我国党校教学特点的管理科学的统一教材，为培养更多的符合四化建设需要的经济管理人才贡献力量。

中国经济出版社

1988年1月

《管理科学教学丛书》

书 目

经济学原理
工业管理学
经营管理
社会主义工业经济管理
比较经济学
现代人事心理学
宏观经济管理统计学
财政与金融管理教程
商业经济学
涉外经济管理通论
现代管理技术方法
企业经营概论
乡镇企业经营管理简明教程
老少边穷地区经济开发与管理
社会主义乡镇经济学
社会主义经济管理与案例
企业人事管理
经济领导者概论
农业经济管理
畜牧业经济管理概论

小城镇经济管理

计算机基础知识与机关应用程序设计

企业审计监督

中国农村经济管理概论

管理心理学新编

序

袁宝华

努力提高全体劳动者和广大干部的素质，是关系到我国科技的发展，经济的振兴，乃至整个社会的进步的大事，而干部素质的提高，即各级党政领导干部以及各类企业管理者素质的提高对实现四化大业更具有战略性的意义。这个历史任务责无旁贷地落在全国各级党校、管理干部院校的肩上。

要搞好干部的培训，一个重要的问题是教材建设。党的十一届三中全会以来，管理科学在我国很快地从短线变为热门，这是一件大好事。中国经济出版社为了适应大规模干部培训的要求，及时满足广大党校、管理院校对管理科学教材的需要，特邀请中共中央党校孙钱章、刘海藩同志和部分省市党院、管理院校的专家学者组织编写这套《管理科学教学丛书》，是非常有意义的。

管理是一门科学。因此，管理工作必须十分注重国情、地情、人情，任何照搬国外管理的理论和方法都是不能真正奏效的。《丛书》的作者坚持以马克思列宁主义基本理论为指导，紧密结合我国改革、开放、搞活的新形势，认真借鉴国外管理科学的研究成果，对社会主义初级阶段的管理工作，从理论和实践的结合上做出了有见解有说服力的探索。同时对以往大家比较熟悉的管理理论和方法也进一步进行了较为系统和深入的研究，从而使《丛书》更加具有理论性、科学性、实用性和可读性的特点。

建立一套适合我国干部教学特点的管理科学教学丛书，有一个勇于开拓、敢于探索、不断完善的过程。《管理科学教学丛书》

的编委会和《丛书》的作者们，承担了这一光荣而艰巨的任务。我相信他们是有条件、有能力完成这一重任的。

祝愿这套《丛书》在不断完善我国的管理科学体系、提高干部管理水平、培养更多的符合四化建设需要的合格人才方面，作出更大的贡献。

1988 年 1 月

前 言

本书是管理科学教学丛书中的一本。在编写过程中,除了把一些关系全局的总体性的问题安排在前面章节中叙述以外,基本按照商业经济活动的顺序来安排章节。这样,有利于从商业经济管理工作的实际出发,来贯彻我们编写本书的意图——着重注意总结党的十一届三中全会以来的商业经济管理实践和改革的经验,为党校、干部培训院校、经济类大专院校和商业中专,以及有志于献身我国商业经济管理工作的同志,提供一本较为系统和包含党的十一届三中全会以来的实践和改革经验的教材。但是由于我们的商业工作实践经验不足,尽管我们为自己确定了上述目标,而且作了努力,参考了所有能够找到的有关教材、专题论文,并作了不少调查,仍然可能有不少错漏,望读者和同行指正。

参加本书编写工作的同志有(按编写章的顺序):姜永第(黑龙江省委党校)、李双庆(河北省委党校)、张军(甘肃省委党校)、魏敏(湖北随州市委党校)、苏志杰(广州市委党校)、潘在清(海南省党校)、李贯岐(山东省委党校)、潘朝青(福建省委党校)、梁挺思(广州市委党校)、马伯仁(四川省委二党校)、熊昌辉(湖北公安县委党校)、黄连元(江汉大学经管系),以下均为湖北省委党校:罗勋才、林志春、张典华、陈瑞国、吴连清、杨维多。书稿集中后由罗勋才同志进行了初审,编成初稿;然后由潘在清、马伯仁、魏敏、张典华、罗勋才五同志集中逐章进行了审查、修改;全部审稿工作由潘在清、罗勋才二同志负责。

在本书编写过程中,孙钱章、刘海藩、魏同悟三同志作了全面指导,有关兄弟党校教研室负责同志为作者审稿改稿;海南省委党校和湖北省委党校给予本书的写作和审稿工作十分有效的支持和帮助;在审稿时,随州市农业银行的杨明同志主动热情为本书成稿做了许多工作。在此一并致谢。

目 录

导言	(1)
第一章 商业在经济发展中的地位和作用	(1)
第一节 商业的产生和发展	(1)
第二节 中国商业的产生和发展	(4)
第三节 我国商业在经济发展中的地位和作用	(11)
第二章 商业体制及其改革	(15)
第一节 我国社会主义商业体制的形成及沿革	(15)
第二节 商业体制改革的必要性及状况	(19)
第三节 新商业体制的总体设想	(23)
第三章 建立和完善商业行政管理体系	(31)
第一节 商业行政管理的必要性	(31)
第二节 商业行政管理系统的建立和完善	(33)
第三节 社会主义商业行政管理系统职能的转变	(38)
第四节 商业企业行政管理的职能和方法的改进	(40)
第四章 商业组织结构合理化	(44)
第一节 商业组织结构合理化的涵义和重要性	(44)
第二节 国营商业组织结构的设置	(47)
第三节 供销合作社管理组织合理化	(54)
第四节 个体和私营商业的地位与作用	(58)
第五章 商业经营形式	(61)
第一节 经理负责制	(61)
第二节 承包经营责任制	(63)
第三节 租赁制	(67)
第四节 资产经营责任制	(71)
第五节 股份制及其经营	(74)

第六章 商品流通的计划管理	(77)
第一节 商品流通的计划调节和市场调节.....	(77)
第二节 商品流通计划管理的必要性和原则.....	(81)
第三节 商品流通计划管理的内容和方法.....	(87)
第七章 商品采购管理	(91)
第一节 商品采购管理的重要性.....	(91)
第二节 商品采购管理的基本原则.....	(94)
第三节 商品采购计划及其制定.....	(98)
第四节 商品购销合同的签订.....	(102)
第五节 做好商品的接收工作.....	(104)
第八章 商品储存管理	(107)
第一节 商品储存的必要性和储存管理原则.....	(107)
第二节 商品储存计划.....	(110)
第三节 仓库基本业务管理.....	(114)
第九章 商品运输管理	(121)
第一节 商品运输的意义.....	(121)
第二节 组织商品合理运输.....	(123)
第三节 商品运输计划.....	(130)
第十章 商品供应管理	(139)
第一节 商品供应管理的必要性和原则.....	(139)
第二节 商品流通渠道和商品流通环节.....	(143)
第三节 商品供应管理的主要内容.....	(149)
第十一章 商品销售管理	(155)
第一节 商品销售管理的作用和任务.....	(155)
第二节 商品市场调查.....	(157)
第三节 销售策略和销售计划.....	(160)
第四节 销售组织和销售方式.....	(164)
第五节 销售服务.....	(166)
第十二章 商业劳动管理	(170)

第一节	商业劳动及其管理的意义·····	(170)
第二节	商业人员的数量和质量·····	(173)
第三节	商业劳动组织·····	(177)
第四节	商业劳动报酬·····	(181)
第十三章	资金管理·····	(185)
第一节	商业资金及其管理原则·····	(185)
第二节	流动资金管理·····	(187)
第三节	固定资金管理·····	(191)
第四节	利润管理、费用管理与财务监督·····	(195)
第十四章	商品信息管理·····	(203)
第一节	商业信息的重要性·····	(203)
第二节	情息系统的建立·····	(205)
第三节	信息的收集、处理和利用·····	(207)
第四节	信息人员的素质·····	(213)
第十五章	商品市场管理·····	(217)
第一节	商品市场分类及其功能·····	(217)
第二节	市场细分化·····	(221)
第三节	市场机制与供求管理·····	(231)
第十六章	物价管理·····	(238)
第一节	物价管理的重要性·····	(238)
第二节	价格的制定与调整·····	(240)
第三节	价格双轨制及其改革·····	(246)
第四节	市场物价的监督与检查·····	(250)
第十七章	打入国际市场·····	(254)
第一节	打入国际市场及其意义·····	(254)
第二节	国际商品市场的组织形式·····	(258)
第三节	把国际市场的生意做活·····	(268)

第一章 商业在经济发展中的地位和作用

第一节 商业的产生和发展

一、商业的产生

商业是专门从事商品交换的行业。它介于各生产部门之间、生产与消费之间、城市与乡村之间，是实现社会再生产的重要中间环节。但是，商业并不与人类社会相始终，它是生产力发展到一定阶段的产物，是人类社会进步的重要标志，并且在一定的历史条件下消亡。

商业的产生是以商品生产和商品交换为前提的。商业是工农业发展到一定水平的产物，没有生产的发展，就不可能有商品生产和商品交换，从而也就没有商业。原始社会末期，人类的生产活动已从单纯的打猎、采集、逐步转到驯养动物和种植农作物。部落形成以后，驯养动物和种植农作物逐步由共同劳动向专门劳动发展，从而形成了人类历史上的第一次社会大分工，即农业和畜牧业分离。第一次社会大分工产生了这样的结果：某些劳动产品自用不足或根本不生产，而另一些产品则超过自身需要，于是部落之间就出现了物物交换，并且由最初的偶然交换发展为经常性的活动。

最初的商品交换是在部落之间出现的。随着生产的发展，这种交换活动逐步渗透到部落成员之间。这为后期氏族公社的解体，以父系为代表的家庭的出现，及以家庭为基本单位的商品生产和商品交换提供了可能性。因为商品已从部落所有变为家庭所有，商品交换的基本单位增加了。

金属工具的出现，使生产力有了进一步的发展，人们有可能生产更多的手工业产品，如纺织、冶炼加工、制陶、酿酒等行业无论在规模上还是质量上都有长足进步。但是，由于手工业生产越来越多地占用一些人的时间，并且日益专业化，便使手工业与农业或牧业的结合越来越困难，于是，产生了第二次社会大分工，手工业与农业、畜牧业相分离。这次分工比第一次分工明显的区别是，出现了以交换为目的的生产，尤其是手工业生产，其商品率远高于农业和畜牧业，从而带动了商品交换的进一步发展。

生产规模的扩大，商品数量的增加，使原来的物物交换逐步成了商品交换发展的障碍。于是便产生了货币，从而使原来的直接物物交换变为以货币为媒介的间接的交换。

货币的产生使交换向前大大发展了一步。但是此时由于商品生产和商品交换仍然由商品生产者来承担，生产者不得不花更多的时间从事商品交换活动。因此，商品交换活动便与商品生产活动产生了矛盾。为了使商品生产者的生产时间有保障，商品流通过程又不至于中断，客观上就要求将生产和销售职能分开。这就产生了人类社会的第三次大分工。“分工的进一步扩大表现为商业和生产的分离，表现为特殊的商人阶级的形成。”（《马克思恩格斯全集》第3卷，第59页）商人阶级的出现，使商业成为专门媒介商品交换的新的独立于生产之外的行业。

商业的产生标志着商品交换关系发展到一个新的阶段。在物物交换时，让渡商品和取得商品是同时实现的，在简单的商品流通中商品的让渡和取得可以异时异地进行，但交换者出售商品的目的仍是为取得商品。商人的出现使商品流通发生了前所未有的变化，交换的目的不再是取得商品，而是为了得到更多的货币。不同于简单的商品流通，扩大的商品流通总是从货币开始，通过购买和出售商品使原来的货币增值。至此，生产者和消费者之间由直接交换的关系变成间接的交换关系，商人成了生产与消费者之间的中介人。由此可见，商业的产生是社会生产力发展的结

果，因此，马克思称商业为“商品交换的发达形式”（《资本论》第1卷，第182页）。

二、商业的发展

商品的发展决定于生产力的发展水平。在奴隶社会，商品交换虽然有一定的发展，但由于奴隶没有人身自由，也就没有生产资料，更没有参加商品交换的可能。参加交换的只是那些拥有生产资料的王公贵族和奴隶主。因此，商品交换无论从规模还是数量上来看，都仍然是狭小的。进入封建社会以后，商品生产和商品交换比奴隶社会有较大的发展：一是地主所取得的租赋除了自己消费外，还有剩余可以到市场上出售；二是农民的劳动产品在交纳租赋之后，只要有剩余，也可以进入交换领域，有时因生计所迫，也会把将来要用的东西送到市场上，以解燃眉之急；三是由于手工业的发展，产生了许多专门的小商品生产者，使得市场上的商品品种、数量都有所增加，参加交换的人数也有所增加，交换的规模有所扩大。由于商品生产和商品交换的发展，使得商人队伍不断扩大，商人和手工业者的聚集之地逐步发展成为集市和城市。但是，由于封建社会占统治地位的仍然是自给自足的自然经济，封建生产关系的阻碍，使生产力发展缓慢，从而商业的发展也必然受到限制。正如毛泽东同志所指出的那样：“那时虽然有交换的发展，但是在整个经济中不起决定的作用。”（毛泽东：《中国革命和中国共产党》）

商业的高度发达是在资本主义社会。封建社会后期，地主的兼并，商人的盘剥，使许多农民和手工业者纷纷破产，沦为一无所有的无产者，只能靠出卖劳动力维持生计。同时，商业资本的不断扩大使一些商人逐步转到生产上来，成为工业资本家。资本的集中使生产规模不断扩大，商业也随之发展起来了。马克思指出：“产品进入商业，通过商人之手的规模，取决于生产方式，而在资本主义生产充分发展时，即在产品只是作为商品，而不是作为直接的生活资料来生产时，这个规模达到自己的最大限

度。”(《资本论》第3卷,第364页)在资本主义生产方式下,商品经济已属于统治地位,商品交换关系渗透到社会的各个领域。不仅人类的劳动产品是商品,而且劳动力本身也是商品,甚至象德行、爱情、信仰和良心等最后也成了买卖对象。随着商品生产规模的不断扩大,商业内部的分工也越来越细,原来由商人自己承担的商品运输、保管业务,也相继分离出来,成为独立经营的行业。商业的发展还表现在市场规模上,象原来那种“日中为市”的交易方式除了落后地区已很少见,取而代之的是庞大的销售网,这些销售网已不再局限于经营单调的几种商品,凡是可以赚钱的生意都可以经营,在地域上,已不局限于一个地区,而是扩展到整个国家甚至全球。此外,新技术的广泛应用还使商业组织形式,商品销售方式,企业管理方法和手段都发生了显著的变化。

第二节 中国商业的产生和发展

一、中国封建社会的商业

早在公元前21世纪,中国就已进入奴隶社会,这标志着私有制的建立和社会的进步。从已发掘的文物来看,当时已有了原始的灌溉技术和与农业有关的天文历法知识。商汤灭夏以后,建立了殷商王朝,中国的商业就是在这个朝代中开始萌芽的。那时已进入青铜器时代,工具的进步带来了生产力的进步,使农业,手工业都有了较大的发展,某些产品的生产超出了自身的需要,引起商品交换活动。相传商代先人王亥曾造牛车,驾着它,载着帛,带着牛,到远方的部落去经商。(参见李资源、任道文编《中国商业史》)。这个时期不仅交换的商品数量和品种增加,而且交换的中介人逐步专业化,出现了商人阶层,出现了原始的货币形态一贝,这标志着商业的产生。周灭商后,仍允许商族人从事经商活动,并习惯地把从事交换活动的人称为商人。

尽管商周时代商业已经产生,但那时的商品交换大都操纵在