

中国商业经济学 概论

饶荣元 堵寿平 主编



中国计划出版社

中国商业经济学概论

饶荣元、堵寿平 主编



中国计划出版社出版

北京新华书店发行

长沙矿山研究院印刷厂印刷

850×1168毫米1/32 12印张 313千字

1989年3月第二版 1989年3月第二次印刷

印数1—3000册



ISBN7-80058-037-7/G·7

定价：3.90元

编写说明

《中国商业经济学概论》是为适应商品经济学教学的需要而编写的。

参加本书编写的同志有：饶荣元（绪论、第四章），黄家春（第一章），林捷（第二章），何季灵（第十章），林惠春（第十四章），堵寿平（第十三章），朱令忠（第十二章），施惠财（第九章），张照华、李祥钧（第三章），汪钧锡（第五章），吴连海（第六章、第七章一节），曹晓春（第七章二、三节），李丰威（第八章），朱李明（第十一章）。全书由饶荣元、堵寿平任正副主编并负责总纂。根据中国计划出版社终审修改意见，最后由饶荣元负责修改总纂定稿。

本书的编写，以社会主义初级阶段理论为指导，以有计划的商品经济为理论依据，在总结我国商品流通领域实践经验基础上，吸取了建国以来《商业经济学》各种版本之所长。编写过程中，并得到有关部门领导的支持和帮助，我们在此一并致以衷心感谢。

中国商业经济学是一门部门经济学科，随着经济体制改革的深入发展，必将给商业部门带来许多新情况、新问题，有待于进一步探索研究，加上编者水平所限，书中不足和错误之处，敬候读者批评指正。

《中国商业经济学概论》编写组

~~一九八八年十二月~~

目 录

绪论	(1)
第一章 商业的产生和发展	(10)
第一节 商业产生的历史过程	(10)
第二节 资本主义前和资本主义形态下的商业	(16)
第三节 商业的发展是历史的进步	(22)
第二章 我国社会主义商业的建立和发展	(27)
第一节 我国社会主义商业存在的客观依据	(27)
第二节 我国社会主义商业的形成和发展	(31)
第三节 我国对私营商业的社会主义改造	(44)
第三章 我国社会主义初级阶段商业的性质、地位和作用	(52)
第一节 社会主义初级阶段商业的性质和特点	(52)
第二节 社会主义初级阶段的商业在社会再生产中的地位	(60)
第三节 社会主义初级阶段商业工作在社会再生产中的地位	(68)
第四章 社会主义商业同国民经济其他有关部门的经济关系	(81)
第一节 社会主义商业同工业的关系	(81)
第二节 社会主义商业同农业的关系	(95)
第三节 社会主义商业同消费者和其他方面的经济关系	(107)
第五章 我国国内市场	(127)
第一节 我国国内市场的特征和作用	(127)
第二节 建立和完善社会主义市场体系	(135)
第三节 社会主义有计划商品经济的运行机制	(145)
第六章 我国市场的供求关系	(154)
第一节 市场商品供求关系及其性质	(154)
第二节 市场商品供应量与需求量的形成	(160)
第三节 商品供求矛盾及其影响因素	(169)

第四节	有计划地组织市场商品供求平衡·····	(175)
第七章	我国的商品流通渠道与流通环节·····	(181)
第一节	我国市场的商品流通渠道·····	(181)
第二节	商品流通环节·····	(190)
第三节	商品流通网络·····	(200)
第八章	商业劳动·····	(207)
第一节	商业劳动的概念、性质、特点·····	(207)
第二节	商业劳动报酬·····	(215)
第三节	商业劳动的发展趋势·····	(221)
第九章	社会主义商业信息·····	(229)
第一节	商业信息的内容及作用·····	(229)
第二节	商业信息的处理·····	(236)
第三节	商业信息网络系统·····	(243)
第十章	我国商业体制·····	(251)
第一节	商业体制概述·····	(251)
第二节	商业体制改革·····	(258)
第十一章	商品价格·····	(272)
第一节	商品价格的形成·····	(272)
第二节	商品价格的构成和体系·····	(283)
第三节	商品价格管理·····	(297)
第十二章	商业经营责任制·····	(302)
第一节	我国实行商业经营责任制的必要性·····	(302)
第二节	商业经营责任制的内容·····	(311)
第三节	实行经济责任制的形式及条件·····	(318)
第十三章	社会主义商业经济效益·····	(329)
第一节	提高商业经济效益的重要意义·····	(329)
第二节	评价商业经济效益的标准和指标体系·····	(335)
第三节	提高商业经济效益的途径和处理好几个关系·····	(347)
第十四章	商业现代化·····	(357)
第一节	实现商业现代化的客观必要性·····	(357)
第二节	商业现代化的内容·····	(362)
第三节	我国实现商业现代化的途径·····	(374)

绪 论

教学目的和要求

明确认识社会主义商业经济学是一门部门经济学，它是研究社会主义商品流通领域中以商业为媒介的经济关系及其发展规律的学科。通过学习，明确商业经济学的研究对象、任务、内容和方法并使读者掌握和运用客观经济规律，经济合理地组织商品流通，对商业工作有个正确的认识。

一、社会主义商业经济学是一门部门经济学

社会主义商业经济学是政治经济学社会主义部分的分支，它是在马列主义的基本理论指导下，只研究在社会主义商品流通领域中以商业为媒介的经济关系及其发展规律的一门部门经济学科。它不象政治经济学那样从生产、分配、交换和消费的统一性中说明交换和其它三个环节的关系。商业是承担交换职能的一个独立经济部门，但商业经济学所研究的商品交换既不是直接的劳动互换，又不是物物直接交换（ $W-W$ ），也不是以货币为媒介的简单商品流通（ $W-G-W$ ），而是经过商人中介的发达的商品流通（ $G-W-G'$ ）。所以说，商业经济学是作为专门研究经过商人中介的发达商品流通的部门经济学科。因此，社会主义商业经济学只是一门部门经济学科，它的研究范围是整个社会商业，也就是我们通常所说的大商业，而不是局限于某个部门所属的商业。

二、社会主义商业经济学的研究对象

如前所说，社会主义商业经济学是研究商品流通领域中以商

业为媒介的经济关系及其发展规律的学科。

(一) 社会主义商业经济学研究的经济关系

所谓经济关系是指人们在社会再生产过程中所发生的生产、分配、交换和消费的关系。社会主义商业是处于生产决定的分配一方和消费一方之间的媒介要素，它在组织商品流通过程中必然要与国民经济中的各个方面发生多种多样的经济关系。比如各个商业企业与生产者、消费者的商品买卖关系；商业内部各系统、各地区、各环节、各企业之间的商品买卖关系；商业企业职工之间在提供劳务和支付工资，发放福利基金等过程中所发生的经济关系以及与银行、保险、税务、财政、交通运输、邮电事业等方面的来往经济关系。但社会主义商业经济学所研究的经济关系最主要的是社会主义商业部门在组织商品流通过程中发生的各种商品买卖关系。对其它经济关系只是在如何使它更好地服务于发展商品流通的限度内才给予适当的研究。同时对于城乡集市贸易和其它商品流通形式，也要作必要的研究考察。

通过上面分析，清楚表明：社会主义商业经济学所研究的经济关系，就是我们通常所称的商品交换关系，社会主义商品交换关系是社会主义生产关系的一种重要表现形式，社会主义商业经济学就是要从这些交换关系中找到它固有的规律，以便利用这些规律，为社会主义建设事业服务。

(二) 社会主义商业经济学研究商品交换关系矛盾运动中的固有的经济规律。

所谓规律就是现象之间内在的、必然的本质联系。规律有经济规律和自然规律。经济规律和自然规律都是不以人们的意志为转移的客观存在，经济规律的客观性原理表现在：(1) 经济规律人们是不能制定、创造、消灭、废除和改造的；(2) 社会在规律面前不是无能为力的，人们可以发现它，认识它并利用它为社会服务；(3) 经济规律与自然规律相比较有两个明显的特点：一是与自然规律不同，大多数经济规律不是永恒的，长久存在的，它

是在一定历史时期，在一定的经济条件基础上的产物，只是在一定历史时期中发生作用；二是在阶级社会里，利用经济规律是有阶级背景的，有它的局限性。

社会主义商业在组织商品流通过程中有没有客观经济规律？这个问题恩格斯早就说过：产品贸易，一旦离开生产本身而独立起来，它就会循着本身的运动方向运行。我国社会主义经济发展过程的实践也证明了恩格斯这一科学论断，但社会主义商业所组织的商品流通过程起支配作用的规律又有哪些呢？归纳起来，大体有三种类型的经济规律在社会主义商品流通过程中发生作用。

一种类型的规律是社会主义生产方式特有的规律。在社会主义制度下，随着社会主义生产关系的建立，资本主义社会所固有的剩余价值规律、盲目竞争和无政府状态规律已被社会主义基本经济规律、国民经济有计划按比例发展规律和按劳分配规律所代替。

1. 社会主义基本经济规律决定着社会主义商业的性质、目的和方向。基本经济规律主要包括社会生产的目的和达到这一目的的手段。由于各个社会形态的经济条件，首先是生产资料所有制性质不同，因而，基本经济规律也各不相同，比如资本主义制度下的基本经济规律就是追求剩余价值，而社会主义基本经济规律按照斯大林在《苏联社会主义经济问题》中对它的表述是：

“用在高度技术基础上使社会生产不断增长和不断完善的办法，来保证最大限度地满足整个社会经常增长的物质和文化的需要。”一个社会生产的目的，表明这个社会生产的本质，任何社会生产的目的，都是客观的，是不依人们的意志为转移的。社会主义商业是建立在生产资料公有制基础上的新型商业，它区别于人类社会一切私有制的商业。社会主义商业这一性质决定了它必须由国家计划指导下，坚持社会主义经营方向，全心全意为生产、为消费者服务。通过自己的购销业务活动，促进商品生产，发展商品流通，繁荣城乡经济，为人民日益增长的物质文化需要

和社会主义现代化服务。

2. 社会主义有计划按比例发展规律，它决定着市场调节的范围和市场的深度和广度，决定着计划调节和计划管理。赵紫阳同志在中国共产党第十三次全国代表大会的报告中明确指出：

“社会主义有计划商品经济的体制，应该是计划与市场内在统一的体制。在这个问题上，需要明确几个基本概念：第一，社会主义商品经济同资本主义商品经济的本质区别，在于所有制基础不同。建立在公有制基础上的社会主义商品经济为在全社会自觉保持国民经济的协调发展提供了可能。我们的任务就是要善于运用计划调节和市场调节这两种形式和手段，把这种可能变为现实，社会主义商品经济的发展离不开市场的发育和完善，利用市场调节决不等于搞资本主义。第二，必须把计划工作建立在商品交换和价值规律的基础上，以指令性计划为主的直接管理方式，不能适应社会主义商品经济发展的要求。不能把计划调节和指令性计划等同起来，应当通过国家和企业之间、企业与企业之间按照等价交换原则签订定货合同等多种办法，逐步缩小指令性计划的范围。国家对企业的管理应逐步转向以间接管理为主。第三，计划和市场的作用范围都是覆盖全社会的。新的经济运行机制，总体上来说应当是‘国家调节市场，市场引导企业’的机制，国家运用经济手段、法律手段和必要的行政手段，调节市场供求关系，创造适宜的经济和社会环境，以此引导企业正确地进行经营决策，实现这个目标是一个渐进过程，必须为此积极创造条件。”因此社会主义商业活动要按照国家的方针、政策和计划来开展各种经营活动，一方面要有计划的组织生产和流通；另一方面又要自觉依据和运用价值规律。这就要求社会主义商业部门必须在宏观控制指导下进行工作。如果片面强调本单位本部门的局部利益，不顾宏观控制，势必破坏宏观目标的实现，搞乱市场。在社会主义市场经济里，从经济成分来看，有主体也有辅助。要坚持国家、集体、个体一齐上的方针。但国营商业居于主导地位，是商品流通的主渠

道,是社会主义统一市场的领导力量;各种形式的集体商业是国营商业的有力助手,城乡个体商业是公有制商业的必要的有益的补充。从管理方法来看,我国在商品管理上坚持计划经济为主,市场调节为辅的原则。对于关系国计民生最为重要的生产资料和生活资料,一般由国家规定固定价格,生产和流通都由国家下达指令性计划加以安排;对于关系国计民生较为重要的商品,国家不下达指令性计划,只下达指导性计划和规定价格浮动幅度,主要运用经济杠杆加以指导各种商品交换活动。除了指令性、指导性的商品外,其它三类小商品,国家不下达计划和规定价格,完全根据市场供求变化由市场机制自发地调节。但国家也要通过政策法规和工商行政工作加强管理。随着商品流通体制的改革,计划管理商品的范围,将逐步缩小,非计划商品范围,将逐渐扩大,同时在积极开展横向联系的浪潮中新的商业形式也将不断涌现。

以上两个规律在社会主义商品流通中是最根本、最主要的规律,它在社会主义统一市场中是起主导和支配作用的。

3. 按劳分配规律决定着社会主义商业的规模和发展水平。按劳分配的内涵就是多劳多得,少劳少得,不劳动者不得食。如果这个规律贯彻执行得好,不但能使人们的劳动工资收入档次拉开,而且能大大调动人民的积极性,从而促进生产的大发展。人们收入增加,消费需求和消费结构就会发生重大变化。而消费需求增长和消费水平的提高是决定交换存在和发展的前提条件。在商品经济条件下,消费水平不断上升,就会要求商业的规模不断扩大,经营的商品结构就会更加多样和复杂化。同时,市场的这种变化,反馈到物质生产部门去,又会推动生产部门根据市场消费者需求变化来调整生产结构、产品结构,扩大花色品种,丰富市场,满足人们日益增长的需求。

另一种类型的规律是与商品经济有关的共同性规律。比如:商品自愿让渡规律、价值规律、商品竞争规律、供求规律、节约流通时间规律等等。只要存在商品经济,这些规律都要发生作

用，只不过在不同社会经济条件下发生作用的方式和后果有所不同而已。

1. 自愿让渡规律。顾名思义就是自愿交换。这就要求买卖双方是商品所有者，互相处在平等的地位，按照自愿让渡原则进行等价交换，不要采取行政强迫命令。

2. 价值规律。价值规律是商品生产和商品交换的基本规律。价值规律的主要内容是商品的价值量由生产商品的社会必要劳动时间来决定，商品的价格是以商品的价值为基础的，要根据商品价值来确定商品价格，按照等价原则进行交换。同时要正确制定商品的比价和差价。为了促进生产，搞活流通，引导消费，我们应当正确地运用价值规律，充分重视经济杠杆的作用。

3. 竞争规律。有商品生产和商品交换就有竞争，竞争是商品经济的一个客观规律。因为商品的价值决定价格只有通过竞争才能在流通过程中实现。市场供求关系的变化也只有通过竞争才能从价格上反映出来。要开展竞争就必须打破垄断，打破封锁，任何地区和部门都不准封锁市场，不准禁止外地商品在本地区、本部门销售。

4. 供求规律。这个问题，本书设有专章、节论述，在此不作深入探讨。

5. 节约流通时间规律。商品流通时间就是商品在流通领域中的停留时间。社会再生产时间等于生产时间和流通时间的总和，如果能节约流通时间就意味着相对增加生产时间，加速整个社会再生产过程。而商品流通规律的要求是：走最短的里程，花最少的时间，用最快的速度，以最省的费用把商品从生产领域转移到消费领域。商品流通时间的长短，固然要受多种因素所制约，但就商业部门来说，组织适销对路的商品，按经济区域组织流通就成为一个大问题。

再一个类型的规律就是对一切社会形态发生作用，决定社会向前发展的客观规律。如生产关系一定要适应生产力性质的规

律、经济基础决定上层建筑的规律，劳动生产率不断提高的规律等等。

1. 生产关系一定要适应生产力性质的规律，它体现着生产力和生产关系之间的本质联系，体现着生产力和生产关系变化的内在必然性，生产决定流通，流通反作用于生产。因此在研究商品流通领域中的经济关系时必须联系社会生产力的发展状况。市场商品的供给与市场商品需求的水平，主要取决于生产力发展的状况。生产力的水平，决定着消费水平，因此，研究社会主义商品交换时，就必须注意研究社会生产力的变化和发展状况，以便在经营观点上、政策上、体制上、经营管理上、仓储设施、网点调整和人员配备等方面采取与之相适应的措施。

2. 社会主义商业经济学在研究社会主义商品流通领域中的经济关系及其发展规律时，还必须联系到社会主义上层建筑。党和国家的有关路线、方针、政策和各项管理制度均属于上层建筑的范畴。比如，近年来由于贯彻了党中央和国务院提出的改革单一的公有制经济结构的方针，在以社会主义公有制为主体的前提下发展了各种经济成份，我国经济生活中的市场、经济结构发生了明显的变化。

社会主义商业经济学的任务，就是要研究商业部门如何按照这些客观经济规律的要求，多快好省地组织商品流通。

应当明确指出，任何经济规律都不是孤立的、单个地发生作用的，往往是几个规律交织在一起共同发挥作用。同时，事物总是处于动态而不是静止不变的。因此，研究和运用经济规律要从发展的角度，全面地、综合地加以实践和运用。

三、社会主义商业经济学研究的内容

本学科研究的内容可以概括为：

(一) 我国社会主义商业的基本问题。包括：商业的产生和发展以及我国商业存在的客观必然性；社会主义商业的性质、地

位和作用以及社会主义商业劳动；社会主义统一市场的特征、市场经济结构和流通渠道以及我国市场商品供求关系；社会主义商业体制。

(二) 我国社会主义商业活动的内容和完成任务的条件问题。包括商品流通过程；商品价格；在流通过程中要处理好各个方面的经济关系；商业经营责任制。

(三) 我国社会主义商业活动最终成果问题。即商业经济效益，提高经济效益是我国商业工作的中心环节。

四、社会主义商业经济学的研究方法

社会主义商业经济学的研究方法和其它社会科学一样，必须坚持马克思主义的唯物辩证法。运用唯物辩证法来研究社会主义整个商品流通过程中的各种经济现象并揭示它们的客观规律性。不但可以克服或减少分析研究时的偏见和局限性，而且是研究社会主义商业经济学的唯一正确途径。

坚持唯物辩证法就要从客观实际出发。古话说：“纸上得来终觉浅，欲知此事要躬行”。我们既不能崇洋媚外，也不要抱残守缺，要以前不见古人，后有来者的大无畏气魄创造新的体系，研究新的问题，提出新的观点。对整个商品流通过程中所揭示出来的各种经济现象，决不能孤立地、静止地、片面地看到其表面现象，而应该由表及里，全面地、发展地研究和分析各种经济关系的相互依存、相互制约的内在的必然的联系，从而揭示事物的本质，把商品流通过程中带有普遍意义的经验、方法加以系统地总结，进而指导商业活动的实践。

坚持唯物辩证法就要采取定性和定量分析相结合的方法。市场是个庞杂纷繁的经济现象。经济工作的研究当然离不开定性分析，要运用马克思主义的基本原理，从大量的、复杂的经济现象中找出本质的特征，赋与其质的规定性。但也要注意定量的分析，即用数量对比关系说明市场大量经济现象所反映的数量的变

动来了解其发展变化的趋势，权衡矛盾诸方面的种种因素，审时度势，把社会主义商业经营活动搞好、搞活。

坚持唯物辩证法就要采用宏观与微观统一的方法。在社会主义条件下，经济活动中的基本关系是兼顾国家、集体和个人三方面的利益。在社会主义生产方式下，个人、集体和国家的利益从根本上说是一致的，个人和集体利益是国家利益的基础，国家利益是个人和集体利益的集中反映。没有个人和集体利益，国家利益就没有保障。但只顾个人和集体利益，不考虑或不顾国家利益，国家的发展就没有希望。因此，社会主义商业企业决不能片面追求经济指标的完成，只顾经营价值大、价格高、厚利的商品，而不愿经营价值小、价格低、微利的商品，如果这样就违背了社会主义的经营方向。因此，社会主义商业企业的一切经济活动，一定要坚持宏观效益与微观效益的统一，甚至要把社会效益放在首位，这是关系到社会主义商业经营方向的大问题。

复习思考题：

- 一、为什么说，社会主义商业经济学是一门部门经济学科？
- 二、社会主义商业经济学的经济关系有哪些方面？
- 三、社会主义商品流通领域中有哪些经济规律起支配作用？

第一章 商业的产生和发展

教学目的和要求：

明确认识商业是一个历史范畴，是商品生产、商品交换发展到一定阶段的产物。学习商业的产生与发展要求掌握：① 了解商业是商品交换的发达形式的全部含义；② 了解商业经历了几个不同社会形态及其不同社会形态下商业的各自特征；③ 认识商业的存在和发展是历史的进步。

第一节 商业产生的历史过程

一、商品生产和商品交换是商业存在和产生的基础

商业不是人类社会一开始就有的，而是人类社会的生产发展到一定历史阶段的产物。它是随着商品生产和商品交换的发展而产生的。商品生产和商品交换的发展是商业产生和存在的基础，没有商品生产和商品交换，就没有商业。因此，商业是与商品生产和商品交换紧密相联的历史范畴。

在原始社会的一个漫长时期内，由于生产力水平极低，既没有社会分工，也没有剩余产品，更没有商品生产和商品交换，因而也就没有商业。这个时期人们是以狩猎活动为生的，共同劳动所得的劳动产品是极其有限的，只能共同分配，共同消费。由于没有社会分工，又没有剩余产品，所以，就不存在商品交换的基础。

到了原始社会后期，由于人们在长期狩猎活动中，开始了驯养和繁育动物，在适宜于畜牧的地方从事游牧活动，使游牧部落从其余野蛮人群中分离出来，形成了专门从事游牧生活的部落和专门从事种植的农业部落，因而发生了畜牧业和农业的分工，这

就是第一次社会大分工。这样就使各部落的劳动生产率有所提高，不仅游牧部落能够生产更多的牛乳、肉类和兽皮、羊毛等，而且农业部落也能够生产更多的粮食和其他农副产品。于是不同部落之间人们都需要自己不生产的产品，而自己生产的产品又有了剩余，必然要在部落之间进行交换，由原来偶然的交换发展为经常性的交换。随后，生产力进一步发展，出现了能够制造金属工具的生产，畜牧业、农业、家庭手工业等都普遍使用铁制工具，使劳动生产率逐步提高，促进了社会生产的发展。这样，不仅为提供生活所需谷物、肉类和其他副食品，而且还为手工业的发展提供所需的原材料，使得对铜、铁等矿产品的挖掘、冶炼以及建筑、制陶、酿酒、纺织等手工业，都以前所未有的规模发展起来，于是手工业从农业中分离出来，这就是第二次社会大分工。由于社会生产分为农业和手工业两大主要部门，便出现直接以交换为目的的商品生产，为更多的商品进入交换创造了条件，使社会上的商品交换进一步发展。可见，生产力的发展带来了社会分工，而社会分工又为商品交换的产生创造了条件，并促进商品交换的发展。

商品交换是不同劳动产品的相互交换。原来的商品交换，是在原始社会氏族公社首领代表之间进行的。在交换过程中，交换的一方自愿让渡自己的产品，另一方则占有别人的产品，但用来交换的产品都是公共财产。随着交换的发展，氏族首领利用自己的权力，把在交换中所得的部分物品乃至全部财物逐步作为自己的私有财产来支配，使交换不断渗入氏族公社内部及至各个成员之间，并把各自交换所得的物品作为自己的财产，促进了私有制的产生。由于私有制的产生，氏族制度和原始公社的公有制被由生产资料和劳动产品的私有制所取代而瓦解了。这样，社会的基本经济单位变为个体家庭。这些个体家庭进行独立的生产、交换和生活，一切财物都成了自己的私有财产。由于私有制个体家庭的发展，财产占有很不平衡，引起了贫富两极分化。奴隶主与奴

隶、剥削者与被剥削者的阶级对抗的社会形态也随之产生。这种生产资料和劳动产品的私人占有制度的确立，使私有者个人之间的交换成为商品交换的唯一形式。可见，私有制的产生，是商品交换产生的一个必要条件。

综上所述，商品生产和商品交换是人类社会发展到一定历史阶段的产物。商品生产和商品交换的产生和存在的基本条件：一是生产的社会分工；二是生产资料和产品属于不同所有者所有。社会分工是商品生产和商品交换的前提和条件，因为，如果没有社会分工，大家都生产同样的产品，就不需要交换，但如果只有社会分工，而没有生产资料和产品属于不同所有者所有，都属于同一个所有者所有，也不需要商品交换。只有在生产资料和产品属于不同所有者所有的条件下，商品交换才成为必要。通过商品交换，把远隔千山万水的各个生产者、消费者联系起来。商业是伴随着商品生产和商品交换的发展而产生的，因此，这两个基本条件也是商业产生和存在必须具备的基本条件。

二、商业是商品交换的发达形式

商业，是“商品交换的发达形式”，^①是专门从事商品流通的独立的经济部门。

商品交换、商品流通和商业，是一些既密切相联系又相互区别的社会经济概念。它们都属于商品经济的范畴，只不过是交换在不同经济条件下所表现的特殊形式。

人类社会最初出现的商品交换是物物交换，它采取商品——商品（W—W）的形式，这种交换形式的特点是：（1）商品通过一次交换进入消费领域；（2）使用价值的转移和价值的实现是同时完成的，即交换的时间与地点是统一的；（3）交换的目的是为买而卖；（4）交换双方都是直接的生产者，并且对方是商品的

① 《马克思恩格斯选集》第4卷，第191页。