

576

商品流通学

主 编：纪良纲

副主编：王小平 董进才 彭金荣

中国物价出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商品流通学/ 纪良纲著. —北京: 中国物价出版社, 2002.1
ISBN 7-80155-366-7

I. 商... II. 纪... III. 商品流通—经济理论
IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 006126 号

出版发行/ 中国物价出版社 (邮政编码: 100837)

地址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼

电话: 读者服务部 68022950 发行部 68033577)

经销/ 新华书店

印刷/ 北京后沙峪印刷厂

开本/ 850×1168 毫米 大 32 开 印张/ 12.2 字数/ 299 千字

版本/ 2002 年 2 月第 1 版 印次/ 2002 年 2 月第 1 次印刷

印数/ 2000 册

书号/ ISBN 7-80155-366-7/ F·268

定价/ 21.80 元

目 录

引 论	(1)
一、商品流通学的研究对象	(1)
二、商品流通学的基本体系	(3)
三、商品流通学的研究方法	(5)
四、商品流通学的理论价值与实践意义	(8)

上篇 商品流通理论

第一章 商品流通基本理论	(13)
第一节 分工与商品流通	(13)
一、分工与交换	(13)
二、交换经济	(18)
三、交换制度变迁与商品流通	(24)
第二节 纯交换经济理论	(29)
一、新古典纯交换经济理论	(30)
二、存在交换成本的交换均衡	(34)
第三节 简单商品流通理论	(36)
一、以货币为媒介的简单商品流通理论	(37)
二、以商人为媒介的简单商品流通理论	(41)
第四节 发达商品流通理论	(48)
一、以流通企业为主体的发达商品流通	(48)
二、以互联网为媒介的发达商品流通：网络贸易	(52)

第二章 商品流通环境	(61)
第一节 商品生产、商品消费与商品流通	(61)
一、马克思对生产、消费与商品流通的关系的论述	(62)
二、商品生产、消费与商品流通的关系	(63)
第二节 市场结构与商品流通	(70)
一、市场结构的概念及分类	(70)
二、不同市场结构下的商品流通模式	(71)
三、生产企业对流通企业的纵向流通控制	(74)
第三节 经济体制与商品流通	(76)
一、计划经济体制与商品流通	(76)
二、市场经济体制与商品流通	(78)
三、过渡经济体制与商品流通	(80)
第四节 技术和社会环境与商品流通	(81)
一、技术环境与商品流通	(81)
二、社会环境与商品流通	(83)
三、自然环境对流通的影响	(90)
第三章 商品流通过程	(91)
第一节 商品流通过程概述	(91)
一、商品流通过程的含义	(91)
二、商品流通过程的内容	(92)
三、商品流通过程中的几个基本范畴	(93)
第二节 商品流通阶段	(95)
一、商品流通准备阶段	(95)
二、商品买进阶段与商品卖出阶段	(96)
三、指导消费的阶段	(97)
第三节 商品流通渠道	(98)
一、商品流通渠道的内容	(98)
二、影响商品流通渠道的因素	(99)

三、商品流通渠道的表现形式·····	(100)
第四节 商流、物流、信息流·····	(104)
一、商流、物流、信息流的内涵及其关系·····	(104)
二、商流过程·····	(105)
三、物流过程·····	(108)
四、信息流运动过程·····	(111)
第五节 商品流通网络·····	(113)
一、商品流通网络的一般分析·····	(113)
二、商品流通网络的宏观结构·····	(114)
三、商品流通网络的微观结构·····	(116)
第四章 商品流通组织·····	(119)
第一节 商品流通组织形态·····	(119)
一、商品流通组织的产生与发展·····	(119)
二、商品流通组织的形态·····	(122)
第二节 商品流通组织的经营形式·····	(129)
一、批发组织·····	(130)
二、零售组织·····	(136)
三、零售业演进理论·····	(141)
第三节 商品流通交易形式·····	(143)
一、交易形式的发展过程·····	(143)
二、交易形式的类型·····	(144)
三、交易形式的选择·····	(147)
第四节 流通组织商圈理论·····	(149)
一、商圈概述·····	(149)
二、影响商圈的因素·····	(151)
三、商圈理论·····	(152)
第五章 商品流通绩效·····	(156)
第一节 商品流通增长·····	(156)

一、商品流通增长的含义与指标·····	(156)
二、改革以来商品流通增长的格局·····	(158)
三、商品流通增长的国际比较·····	(161)
第二节 商品流通波动·····	(162)
一、波动形态的测定·····	(162)
二、波动的表象特征·····	(165)
第三节 商品流通效益·····	(167)
一、增长因素分析法·····	(168)
二、商品流通产出及劳动和资本要素投入·····	(168)
三、商品流通劳动要素与资本要素的产出弹性系数·····	(169)
四、改革以来各要素对商品流通增长的贡献·····	(170)
五、综合要素生产率与商品流通增长效益·····	(173)
第四节 商品流通贡献·····	(175)
一、商品流通贡献比例分析·····	(175)
二、商品流通产出弹性分析·····	(177)
三、商品流通反应弹性·····	(179)
第六章 商品流通管制·····	(182)
第一节 商品流通行政管理体制·····	(182)
一、商品流通行政管理体制的概念与特征·····	(182)
二、商品流通行政管理体制的构成要素·····	(184)
第二节 商品流通政策·····	(188)
一、商品流通组织政策·····	(188)
二、商品流通技术政策·····	(190)
三、商品流通布局政策·····	(191)
四、商品流通投融资政策·····	(192)
五、商品流通对外开放政策·····	(193)
第三节 商品流通法律·····	(195)
一、商品流通法律基础·····	(195)

二、商品流通的法律体系·····	(197)
三、流通行为的法律制约·····	(198)
第四节 商品流通的行业管理·····	(201)
一、商品流通全行业管理·····	(202)
二、商品流通行业协会管理·····	(204)

下篇 商品流通实务

第七章 零售商品流通·····	(209)
第一节 百货商店·····	(209)
一、百货商店的选址与开办·····	(209)
二、百货商店的业务流程·····	(213)
三、百货商店的经营策略·····	(214)
第二节 超级市场·····	(218)
一、超级市场的选址与开办·····	(218)
二、超级市场的业务流程·····	(220)
三、超级市场的经营策略·····	(222)
第三节 便利店、专业店和专卖店·····	(225)
一、便利店·····	(226)
二、专业店和专卖店·····	(228)
第四节 连锁经营·····	(232)
一、连锁经营的特征和类型·····	(233)
二、连锁创业策略·····	(235)
三、连锁扩张策略·····	(237)
第八章 批发商品流通·····	(239)
第一节 批发企业的购买过程·····	(239)
一、批发企业商品采购的特点·····	(239)

二、批发企业商品采购的程序·····	(241)
三、批发企业的商品采购方式·····	(243)
四、批发企业的商品采购策略·····	(244)
第二节 批发企业的销售过程·····	(246)
一、批发企业商品销售的特点·····	(247)
二、批发企业商品销售的程序·····	(247)
三、批发企业的商品销售方式·····	(249)
四、批发企业的商品销售策略·····	(251)
第三节 商品储运策略·····	(253)
一、批发企业的储存策略·····	(253)
二、批发企业的运输策略·····	(258)
第九章 市场交易组织·····	(263)
第一节 批发市场·····	(263)
一、批发市场的涵义·····	(263)
二、批发市场的基本功能·····	(265)
三、批发市场的组织形式·····	(266)
四、批发市场建立的条件·····	(267)
五、批发市场的组织构成·····	(268)
六、批发市场的交易内容·····	(270)
第二节 贸易中心·····	(275)
一、贸易中心的含义及特征·····	(275)
二、贸易中心的主要交易形式·····	(276)
第三节 商品交易所·····	(277)
一、商品交易所的含义、交易类型·····	(277)
二、商品交易所的功能·····	(281)
三、商品交易所的主要规章制度·····	(283)
四、商品交易所的组织形式·····	(284)
五、商品交易所的主要交易形式——期货交易·····	(287)

第十章 商品流通中介组织	(293)
第一节 代理商	(294)
一、代理及代理商	(294)
二、代理商从事代理活动的条件	(295)
三、代理商从事代理活动应注意的问题	(296)
四、代理商的责任和义务	(299)
第二节 经纪组织	(303)
一、经纪的涵义及经纪活动的特点	(303)
二、经纪组织的设立程序及其组成人员	(304)
三、经纪组织的活动方式	(306)
四、经纪业务的程序和技巧	(307)
第三节 拍卖行	(312)
一、拍卖的涵义和特点	(312)
二、拍卖机构及其中介特征	(313)
三、拍卖及拍卖机构必须遵循的原则	(313)
四、拍卖物品及拍卖方式	(314)
五、拍卖会	(319)
第十一章 餐饮商品流通	(324)
第一节 餐饮商品流通概述	(324)
一、餐饮商品流通的特点	(324)
二、餐饮商品的流通方式	(327)
第二节 餐饮商品流通过程	(329)
一、需求预测与餐饮商品经营计划	(329)
二、原材料采购过程	(332)
三、仓储过程	(334)
四、餐饮商品生产过程	(335)
五、销售与服务过程	(336)
第三节 餐饮商品流通能力的提高	(337)

一、餐饮企业店址选择·····	(338)
二、餐饮企业的经营、服务特色·····	(339)
三、餐饮商品价格构成·····	(341)
第十二章 网络贸易 ·····	(342)
第一节 网络贸易系统开发与维护 ·····	(342)
一、网络贸易系统开发的前提 ·····	(342)
二、商品流通企业网络贸易系统开发·····	(344)
三、网络贸易系统维护·····	(350)
第二节 网络贸易实务过程 ·····	(351)
一、网络贸易实务操作过程·····	(351)
二、网络支付过程·····	(353)
第三节 网络贸易策略 ·····	(353)
一、网络贸易环境的新特点·····	(354)
二、企业网络营销策略选择·····	(358)
第四节 网络贸易展望 ·····	(362)
一、国内外网络贸易现状·····	(362)
二、网络贸易的走势·····	(366)
主要参考文献 ·····	(369)
后记 ·····	(371)

引 论

目前在我国，商业经济学教材不下 30 种，以流通或商品流通冠名的也有 10 来种，可谓林林总总。令人眼花缭乱之余又冒出一本《商品流通学》，那么，这本新教材到底有什么特色？又有多少创新之处？它有无存在的价值？我们需要对商界同仁与广大读者作一个交代。

一、《商品流通学》的研究对象

任何一门独立的学科都有其特定的研究对象，对象不明是学科建设的大忌。我们认为，以往的商业经济教科书之所以难以得到社会公认，之所以难以久存，一个最关键的问题就是研究对象的不明确。这种不明确主要体现在三个方面：一是研究范围不明确。是研究流通，还是研究商业？是研究流通一般，还是研究商品流通？是研究有形商品的流通，还是有形商品和无形商品（主要指劳务商品）流通兼而有之？是研究市场，还是研究商品流通？是研究贸易，还是研究商业？如此等等。研究范围界定不清，就必然把教材或者搞成大杂烩，或者题目与内容脱节。二是研究目标不明确。关于商业经济学的研究目标，目前我国主要有“关系说”、“政策说”、“规律说”、“资源配置说”、“实务说”几种观点。“关系说”主要是承袭马克思的观点，认为商业经济学作为一门理论学科，重点要研究商品交换和商品流通过程中的各种经济关系，包括部门之间的关系、企业之间的关系、人与人的关系等等。“政策说”认为任何理论都是为现实服务的，而在高度集中的体制下，为现实服务就必须研究商业政策的制定、运行过程。“规律说”认为，经济理论的任务就在于揭示经济规律，使人们认识经济规律，从而驾驭经济规律，因而商业经济理

论重点是研究经济规律。“资源配置说”主张商业经济应以市场资源配置尤其是市场空间资源配置为研究对象，通过优化资源配置，降低贸易费用。“实务说”认为，商业经济应走出“象牙塔”，突出实用性，以商业业务中的实用技术为研究对象，才能受到社会欢迎。尽管商业经济学教材有几十种，但在研究目标上一般都不外乎上述5种模式，只不过有的味道浓、有的味道淡罢了。这种研究目标的片面性及跟风倾向，使商业经济学作为一门学科很难成熟起来。三是研究内容不明确。研究内容是由研究范围和研究目标所决定的。在研究内容上目前的商业经济学教科书存在三个问题：一是研究内容太简单，如有的教材基本上只研究商业政策，有的教材基本上只研究商业规律，有的基本上只研究商业部门的业务流程；二是研究内容太庞杂，一些教科书中市场、流通、贸易、商业、市场营销、企业管理、价格等和商业或商品流通相关的内容都往里装，真成了大杂烩。三是内容主线模糊。一本教材必须有自己的逻辑主线，全部论述就沿着这条主线展开。主线模糊，全部材料犹如一盘散沙，缺乏内在的逻辑联系。有的教科书一会儿按购销调存顺序，一会儿按批发、零售顺序，一会儿又按商品大类顺序，让读者丈二和尚摸不着头脑。这样的教材怎能经得起历史的考验？怎能得到同行和学生的认可？

我们撰写的这本《商品流通学》教材，研究对象非常明确，就是从对商品流通过程的剖析入手，研究商品流通运行的基本规则。首先，在研究范围上我们确定为有形商品（或实物）的商品流通。流通有广义与狭义之分，广义的流通包括货币流通在内，甚至从再生产过程的角度出发还包括流通过程的延续——运输和通讯等。我们没有这个力量也没有这个必要把现实中已经分成几个领域的事情捏合在一起进行研究，因而我们选择了狭义的流通，即商品流通。在商品流通领域，实物商品流通和劳务商品流通，或者叫有形商品流通和无形商品流通，无论是在流通过程

上，还是在流通的组织上都有明显的不同，即劳务商品流通与实务商品流通相比有着很大的特殊性。如果把二者放在一起加以论述，很可能造成混乱。我们想还是把劳务流通专门编写《服务经济学》之类的教材为好，因此我们把《商品流通学》的研究范围界定为实物商品流通。这个实物商品流通包括生产资料商品流通、消费品流通和饮食业商品流通。那么，本教材中所用的“商品流通”、“流通”概念，一般即指实物商品流通。其次，在研究目标上，我们把落脚点定位于商品流通运行的基本规则。这是因为，剖析商品流通过程，揭示商品流通过程中的经济关系和商品流通自身运动的规律，这不是目的，目的是让学生在了解基本理论、掌握规律的基础上，学会驾驭商品流通运行的本领，这个本领我们认为集中体现在掌握商品流通运行的基本规则上。所以，本书要研究商品流通过程，要研究商品流通领域的经济关系，要研究商品流通自身运动的规律，但目标是要探索商品流通运行的基本规则。再次，《商品流通学》的逻辑主线是商品流通运行。理论的分析、过程的描述、实务的讲解，都围绕商品流通运行这条主线而展开。这条主线是由研究对象决定的，它的贯彻始终又保证了研究对象的落实。最后，从《商品流通学》与其他相关学科的关系而言，为了保证研究对象的特定和明确，我们在写作时采取了运用原理而不体现内容的策略，比如我们运用了政治经济学、西方经济学、产业经济学的原理和方法分析商品流通问题，而不是照搬其中的内容；我们也没有像以往的教科书那样设立商业价格、商业资金运动、商业物流、商业竞争等章节，但其中绝对运用了它们的原理与方法。

二、《商品流通学》的基本体系

“体系”是指若干有关事物或某些意识互相联系而构成的一个整体，或者说是构成某一事物的内部系统。所谓“体”，是指

构成事物的要素或实体，所谓“系”是指各要素之间的联系或关系。依是分析，《商品流通学》的体系应包括商品流通学的基本内容、商品流通学的核心以及这些内容之间的相互联系。

《商品流通学》包括商品流通理论和商品流通实务两篇。

上篇商品流通理论共分为6章。第1章“商品流通基本理论”，从分工与交换的关系分析开始，结合资源配置理论，按照交换制度变迁的逻辑的和历史的顺序，依次分析纯交换经济理论、简单商品流通理论、发达商品流通理论等商品流通基本理论。第2章“商品流通环境”，主要剖析商品流通与生产的关系、与消费的关系，剖析商品流通与经济体制及市场结构的内在联系，剖析技术与社会环境对商品流通的制约作用。第3章“商品流通过程”，从商品流通的发展阶段入手，论述商品流通渠道、商品流通网络体系的形成过程与发展趋势，并对商品流通中的商流、物流、信息流“三流”过程进行深入地研究。第4章“商品流通组织”，主要介绍商品流通的组织形态、流通组织的经营类型、流通组织的交易方式和流通组织的商圈理论。第5章“商品流通绩效”，着重对商品流通增长、商品流通波动、商品流通效益以及流通经济对国民经济的贡献进行了探讨。第6章“商品流通管制”，在分析商品流通体制的基础上，对商品流通政策、商品流通法律及商品流通的行业管理作了研究，这些统一构成对商品流通的宏观调控体系。如前所述，《商品流通学》的研究对象，就是从剖析商品流通过程入手，研究商品流通运行的基本规则，进而指出《商品流通学》的逻辑主线是商品流通运行。依是分析，商品流通理论的核心内容就是“商品流通过程（Process）”、“商品流通组织（Organization）”、“商品流通绩效（Performance）”三章，简称“POP范式”，再加上另外三章，就构成“基本理论、流通环境、流通过程、流通组织、流通绩效、流通管制”比较完整的商品流通理论体系。

下篇商品流通实务，主要对商品流通运行的环节、运行的程序、运行的组织方式与机制、组织运行的技术进行了研究，本篇强调应用性和可操作性。现实生活中商品流通运行的组织者主要有四大系统，即批发商业系统，零售商业系统，批发市场、期货市场、集贸市场等市场交易场所，代理商、经纪商、拍卖行等商品流通中介组织。本篇着重对这四大系统进行了剖析。随着知识经济的发展，网络贸易也成为组织商品流通运行的角色，它与四大系统有联系，但又有着独特的运作方式和运作程序，因而本书专门设了一章来介绍网络贸易。饮食业商品流通也属于实物商品流通，但它和一般的生产资料和消费品的商品流通相比，在运行的环节、运行的程序上还有一定的特殊性。所以我们专门设立了饮食业商品流通一章。

三、《商品流通学》的研究方法

科学方法是研究任何一门学科的重要工具，选择科学的研究方法，是正确认识客观规律并得出正确结论的重要保证。马克思主义认识论以唯物辩证法武装经济科学，唯物辩证法是整个科学体系的总的方法论基础。《商品流通学》运用唯物辩证法主要体现在运用发展的观点、相互联系的观点来研究商品流通过程，揭示商品流通领域中的经济规律。除此之外，综合现代科学方法的精华，针对商品流通研究的特点，《商品流通学》还应用了下列几种方法：

（一）规范分析与实证分析相结合的方法

规范分析与实证相结合，是当代西方经济学广泛使用的研究方法，也是马克思主义经济学广泛使用的研究方法。运用实证分析方法研究商品流通，就是在深入实际，调查研究，掌握第一手资料的基础上，描述和分析商品流通中的实际现象，回答客观实际“是什么”的问题。实证方法可以增强研究成果的直观性，避

免“空对空”的倾向。然而要揭示支配商品流通过程各种现象的必然性，就要运用规范分析的方法。运用规范分析方法研究商品流通，就是要揭示和阐明商品流通的特性和客观必然性，回答客观必然性“应该是什么”的问题，以此作为制定科学政策的主要依据。把实证分析方法和规范分析方法结合起来研究商品流通，就是对客观存在的商品流通现象进行分析，揭示商品流通的客观规律，“透过现象看本质”。

（二）定量分析与定性分析相结合的方法

任何事物都是质和量两方面规定的统一体，商品流通活动作为一种经济活动更是质和量的统一体。因此，对商品流通的研究，应当使定性分析方法与定量分析方法结合起来。

定性分析方法与定量分析方法相结合是非常重要的经济分析方法。对商品流通现象进行质的分析，就是要对商品流通的范畴、概念进行理论分析，逻辑推理，做出质的判断；对商品流通现象进行量的分析，就是通过比例、系数、模型等数学方法进行量的考虑，阐明现象量的规定性。不进行定性分析，就无法辨别一事物同其它事物的区别，就无法揭示商品流通的特殊规定性。但事物的质变是量变的积累过程，商品流通具有经常变动的特点，要掌握这种变动特点和积累过程，又必须进行相应的定量分析。

马克思曾指出，一门科学只有当成功地运用了数学的时候，才算是一门真正的科学。当前我们中国的商业经济学教科书及流通方面的著作大都存在着缺乏定量研究的问题。《商品流通学》在定量分析方面作了些尝试。

（三）宏观分析与微观分析相结合的方法

微观分析和宏观分析是在不同层次上对同一经济过程的分析，不能截然分开。微观着重个量分析，可以深入揭示商品流通的职能、作用和运行过程；宏观着重总量分析，可以深入研究经

济运行的数量关系和运行状态，选择总体运行机制。在研究商品流通时采用微观分析方法，即对商品流通过程进行具体分析，掌握其特殊性，才能有的放矢地为决策提供依据；但商品流通是整个社会经济的一个重要组成部分，它同生产、消费及其他社会组织有着广泛的联系，只有运用宏观分析的方法，把商品流通问题放在社会经济运行的整体中来考虑，才能正确认识商品流通发展变化和运动的规律性。

贯彻微观分析与宏观分析相结合的方法，我们在编写《商品流通学》时注意掌握了下列原则：对于商品流通及其中出现的诸现象的发展，要从整个再生产过程的角度进行研究。深刻理解商品流通的复杂过程及其发展趋势，就需要揭示和分析决定这些过程的诸因素的总和及其影响程度。为此我们又采取了系统分析的方法，运用系统分析的方法，就是要求在研究中不能离开社会现象的总和去分析个别现象。比如，在揭示商品流通的职能和作用以及发展的规律时，一定要考虑社会再生产的一系列比例关系和与社会环境之间的相互联系。在处理这个问题上，我们不只是专门设立了“商品流通环境”一章，而且这个研究方法贯彻了全书的始终。

（四）层次分析的方法

这种分析方法来自于日本学者森下二次也的“商业研究的多层次性”理论。森下二次也认为，商业经济研究可以分为三个层次：作为经济学一般理论的一个部分来研究；作为部门经济学的的一个类别来研究；作为经营学的一个分科来研究。我非常赞同这种观点，并且有意识地把这个思想引入到《商品流通学》的写作中来。

作为经济学一般理论的一个部分来研究，就要运用经济学的研究方法。因此，《商品流通学》在运用政治经济学的研究方法的同时，大量采用了西方经济学的研究方法。作为部门经济学的