



〔日〕森下
妙

现代商业经济论

XIANDAI SHANGYE JINGJI LUN

中国商业出版社

现代商业经济论

〔日〕森下二次也著

姚力鸣 译

*

中国商业出版社出版发行

新华书店总店科技发行所经销

北京二二〇七工厂印刷

*

787×1092毫米32开8.25印张186千字

1989年11月第1版 1989年11月第1次印刷

印数：1—2000册 定价：4.50元

ISBN 7—5044—0425—X/F·270

目 录

序论 商业经济论的对象和方法

一、商业的领域·····	(1)
二、商业研究的多层次性·····	(3)
三、狭义商业经济论和广义商业经济论·····	(4)
四、现代商业和商业经济学·····	(8)
补论(一) 关于商业的概念问题·····	(11)
补论(二) 关于商人买卖的两个方面·····	(20)

第一部 资本主义自由竞争阶段的商业资本

第一章 商业资本的独立化

一、商业资本的本质·····	(29)
二、商业资本的独立性·····	(33)
三、商品购买资本·····	(36)
四、买卖经营资本和风险准备资本·····	(40)
五、独立化的基础·····	(43)
六、独立化的必然性·····	(46)
七、独立化的条件·····	(54)

第二章 商业利润和商业劳动

一、商业资本的运动形态·····	(57)
二、商业利润的源泉·····	(60)
三、商品购买资本的利润·····	(64)

四、买卖经营资本的利润·····	(68)
五、商业劳动·····	(73)
六、商业资本的物神化·····	(77)
补 论 关于宇野教授对商业资本和商业利润关系的 论述·····	(80)
第三章 商业资本的周转和竞争	
一、商业资本周转的二重性·····	(95)
二、商业资本的周转和一般利润率·····	(99)
三、产业资本和商业资本·····	(101)
四、不同部门商业资本的周转·····	(103)
五、单个商业资本的周转·····	(106)
六、商业资本的周转和买卖费用·····	(108)
第四章 商业资本的分化	
一、大规模商业资本的有利性·····	(111)
二、商业资本的层次分化·····	(112)
三、商业资本的阶段分化·····	(115)
四、批发商业资本和零售商业资本·····	(117)
五、批发商业资本的细分化·····	(121)
六、商业资本的部门分化·····	(122)
第五章 商业资本的非职能化	
一、借贷资本特点的丧失·····	(127)
二、买卖委托资本·····	(132)
三、纯粹的买卖经营资本·····	(136)
四、投机资本·····	(137)
补论 关于商业利润和信用的关系·····	(144)

第二部 资本主义垄断阶段的商业资本

第六章 商业资本的量变

- 一、商业资本和流通资本…………… (155)
- 二、商业资本的潜在膨胀倾向…………… (157)
- 三、商业资本的潜在收缩倾向…………… (162)
- 四、商业资本的潜在增减和现实增减…………… (173)
- 补论 关于商人职能的排除和商业职能的排除的区别…………… (176)

第七章 商业资本的排除

- 一、商业资本的收缩和排除…………… (188)
- 二、商业资本生存基础的限制…………… (192)
- 三、排除商业资本的根据和必然性…………… (196)
- 四、排除商业资本的形式和流通费用的增加…………… (202)
- 五、排除商业资本的条件和限度…………… (208)

第八章 商业资本的质变

- 一、商业垄断的形成…………… (212)
- 二、垄断商业资本的职责…………… (218)
- 三、商业资本的从属化…………… (226)
- 四、商业资本的系列化…………… (230)
- 五、小商人…………… (235)

第九章 分配过程的形成

- 补论 关于分配概念…………… (243)

序 论

商业经济论的对象和方法

一、商业的领域

毫无疑问，商业经济论的研究对象是在商业经济领域起支配作用的规律。但是，仅仅指出这一点还不够，必须进一步阐明商业是一个怎样的特殊经济领域。

在商品生产的社会里，产品必须拿出去交换。通过交换，不同的使用价值转移了所有权。货币出现以后，各种商品的形态变化就由货币来媒介了。一个生产者的商品，售出后变成货币，他再用这个货币购买其他商品，这样他就完成了一个交换过程，达到了销售和购买的统一。这个交换过程，通过 W （商品）— G （货币）和 G （货币）— W （商品）两个相反的运动阶段，构成一个循环： W （商品）— G （货币）— W （商品）。一个商品循环的前一阶段 W — G 同时与另一个商品循环的后一阶段 G — W 相对应，其后阶段 G — W 则又与其它商品循环的前阶段 W — G 相对应。各个商品循环的总体构成商品流通。不过，在这种商品流通中，当事人只有生产者和消费者。而在发达的商品流通中，生产者和消费者之间，还有第三者介入，媒介他们的买卖。

在发达的商品流通中，生产者首先把商品出售给第三者。消费者也向第三者购买商品。第三者不是生产者，为了出售商品给消费者，他首先必须向生产者购买。他购买商品的目的不是为自己消费，而是为了出售，因为他是为了再销

售而购买，可称为再销售购买者。这种再销售购买者介入的商品流通所包括的各个商品循环和不同商品循环前后两个阶段的相对应关系，同生产者和消费者之间直接的商品流通没有什么两样。不同的只是这些对应关系由再销售购买者的买卖系列来媒介，因而间接化了。再销售购买者的介入使销售进一步分离成生产者向再销售购买者的销售和再销售购买者向消费者的销售。购买也因此分离成再销售购买者向生产者的购买和消费者向再销售购买者的购买。在生产者和消费者之间介入的再销售购买者越多，分离就越大。

在再销售购买者介入的商品流通中，再销售购买者的买卖系列G—W—G部分，就是商业的特殊经济领域。因此可以说，商业作为再销售购买者的买卖，是商品流通的一个方面。由于再销售购买者的买卖未必都与生产者的销售、消费者的购买直接相对应，特别是有两个以上的再销售购买者介入时更是如此，因此在商业全面发展的前提下，认为商业即商品流通也未尝不可。但是，由于商业并不包括生产者的销售和消费者的购买本身，要把商业等同于商品流通，不能仅仅根据再销售购买者的买卖创造了商业形式这一点，更重要的条件是，再销售购买者的购买与生产者的销售相对应，其销售又与消费者的购买相对应。只有在这样的情况下，商业才可以代表商品流通。因此，可以把商业看成是商品流通的特殊形态，而不能说商品流通经常表现为商业。“商业一般”只是商品流通的一种表现形式。

关于商业是怎样的经济领域，现在只是就它是商品流通中再销售购买者的买卖部分这个方面来论述。但由此我们已经可以知道，商业经济论正是以这样的经济领域为研究对象，通过研究商业的本质、形态和职能，阐明商业的经济规

律。

二、商业研究的多层次性

既然商业是一个特殊的经济领域，商业研究当然也是经济学的内容，基本上需要按照经济学的研究方法来研究。但是，商业理论又是经济学的特殊理论，除了经济学研究的一般方法，还要有研究商业这个特殊问题的研究方法。

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；作为部门经济学的一个类别来研究；和作为经营学的一个分科来研究。

商业是商品流通的一部分，而流通又是商品经济再生产不可或缺的一个环节。因此，经济学在研究社会再生产的经济关系时，必须研究商业。经济学之所以要研究商业，并不在于商业有其特殊性，而在于它是再生产中不可缺少的一环这个共性方面。经济学研究的是再生产中的基本社会关系以及贯串于再生产始终的一般经济规律。支配再生产社会关系的一般经济规律在再生产的各个部门中的表现，各有其特殊形态。从这些特殊形态中抽象出社会关系的一般经济规律是经济学的任务。经济学必须包括商业研究，就是这个道理。马克思在《资本论》中分析商业资本时说：“商人资本或商业资本分为两个形式或亚种，即商品经营资本和货币经营资本。现在，我们要在分析资本的核心构造所必需的范围内，较详细地说明这两种资本的特征”^①，也正是这个意思。

经济学因为研究商业而丰富了再生产社会关系中一般经济规律的内容，但是经济学对商业的阐述是不完整的。为了完善经济学对商业的认识，第一，必须说明一般经济规律在

商业这个特殊领域中的表现形态。第二，必须阐明商业所固有的、独自的经济规律。诚然，商业的形态及其发展要受到一般经济规律的制约，但是，现实具体的商业形态及其发展还要由更多、更复杂的因素来决定。这些决定性的因素反映了商业固有的、独自的规律。这个规律虽然从属于再生产过程中起全面作用的一般经济规律，但它只在商业领域起作用，并且不能直接转化为一般规律，它是特殊的规律。不弄清这个特殊规律，就不能具体地认识现实的商业。这就要求有研究商业这个特殊部门的经济学。

作为部门经济学的商业经济学，研究的是整体的商业。所谓整体的商业，由各个再销售购买者的买卖构成。商业经济学研究各个再销售购买者的买卖，为的是掌握商业这个部门的经济规律。至于研究再销售购买者的买卖本身，则是商业经营学的任务。商业经营学既要把商业经济学提出的商业经济规律运用于再销售购买者的买卖中，又要为商业经济学提供丰富的实际的研究材料。但是，这二者是各自独立的研究领域。商业经济学的研究对象是商业经济规律，这是商业领域固有的、独自的经济规律，它与商业经营学研究的再销售购买者买卖的特殊规律不同。研究的目的和对象不同，研究的方法自然也就不同。当然，研究的目的和方法在一定程度上也影响到研究对象的确定。

下面将着重论述作为部门经济学的商业经济学，当然，有时也不可避免地要涉及商业研究的其他领域。

三、狭义商业经济论和广义商业经济论

在第一节中，我们把商业定义为商品流通中再销售购买者的买卖部分。但是，这只是“商业一般”的定义。商业以

商品和货币的存在为前提，它与“生产一般”不同，不是完全超历史的现象。资本主义社会全面发展了商品生产和商品交换，但这不是资本主义特有的现象。在封建社会、奴隶社会，即使在最初的原始公社的贡纳制度下，或者在现代社会主义社会里，也都存在商品生产和交换。同样，商业不仅存在于资本主义社会，而且存在于前资本主义的各种社会制度，也存在于社会主义社会。不同社会制度下的商业有其共性，因此“商业一般”的规定是必要的，也是可能的。

然而，现实生活中并不存在“商业一般”。现实的商业总是一定社会发展阶段的商业，它包含着这个阶段的历史的、社会的规定性。而“商业一般”则把这种历史的、社会的规定性抽象掉了，因而它是空洞的概念，不能反映内容丰富的现实商业。因此，需要对商业下进一步的定义。

不同社会制度特有的生产方式使商业具有不同的特点，从而成为现实的商业。商品生产方式可分两大类：以自然发生的社会分工为基础的生产和以社会主义的计划分工为基础的生产。商业也可以相应地分为商人商业和社会主义商业。

自然发生的社会分工是私有制下的社会分工。以交换为目的进行的生产是商品生产。商品生产者根据各自的特长和自己的判断进行生产，生产是无政府状态的，生产出来的产品未必保证能交换，这就产生了交换的矛盾。在以货币为媒介进行的交换（商品流通）中，交换的矛盾表现为销售的偶然性。商业是应销售的偶然性而自然产生的。再销售购买者不是自觉地为适应销售的偶然性而从事再销售购买，只是发现这样做有利可图，他可以通过再销售购买得到买卖差益。因此，以营利为目的进行买卖的再销售购买者，是商人。由商人的买卖组成的商业，是商人商业。

商人商业以营利为目的，其过程不是简单的 $G—W—G'$ 而必须是 $G—W—G' (G+\Delta G)$ 。 ΔG 是买卖差益，即商业利润。能够自己增殖的“价值一般”就是资本，因此， $G—W—G'$ 就是资本的运动，资本的形式转化过程。如果重复进行 $G—W—G'$ 循环运动的资本为商业资本，那么商人商业就是运动中的商业资本的商业。

自然发生的社会分工下的商业是商业资本的商业。但是，资本主义的现代商业资本与它以前社会制度下的商业资本是性质完全不同的商业资本。后者存在的基础是单纯的产品生产乃至简单的商品生产，前者则是资本主义的商品生产。

在单纯的产品生产乃至简单商品生产中，产业资本还未产生，这种生产的目的是消费，而不是营利。把产品拿出去交换也是为了得到必须用于消费的其它产品。因此，这个生产并未把流通作为不可缺少的前提。在生产者手里的产品还不是可以作为资本的商品，仍然是单纯的产品或单纯的商品。然而，到了商人手里，它就成为资本。这时商业资本的运动还不是生产的必然延长，而是同生产相对立的，商业对生产具有绝对的独立性。

但是，到了资本主义社会，商品生产是产业资本进行的生产。资本主义的生产者必须通过销售商品收回投入的资本及其利润。资本主义的再生产把流通过程作为不可缺少的部分囊括在内。商品是生产者手里的资本，商人购买的是作为资本的商品，而不是由于商人的购买才成为资本的。商业资本这时的运动是生产的必然结果。商业与生产一起被包罗在社会总资本的再生产过程中，用其全部运动担负着资本从商品形式转为货币形式的职能，亦即担负了商品资本的职能。不

过，商业资本的运动不是生产资本（即产业资本）本身由商品形式向货币形式的转化，这种转化由另一种特殊形态的资本来担负。资本主义的商业资本仍然是独立化的商业资本，只是其独立性不象资本主义社会以前的商业资本那样绝对。从它只承担资本运动的一个方面来说，这种独立性只是相对的。

前资本主义时期的商业资本和现代资本主义商业资本的不同，主要是：①在前资本主义各种社会中，商人垄断了货币财富，把生产者与市场隔离开来，商业处于支配生产的地位。到了资本主义社会，商业在市场上代生产者销售，处于为生产服务的地位。②前期的商业资本通过不等价交换得到利润，而资本主义商业资本代行商品资本的职能，只能分享生产过程生产的剩余价值的一部分，这个份额的取得并不是靠不等价交换。

虽然资本主义社会的商业与以前各种社会形态下的商业如此地不同，但是，它们都是作为商业资本运动的商业，即以营利为目的的商人买卖构成的商业。而社会主义的商业则不同。在社会主义社会，由于还存在商品生产，商品交换也还采取买卖的形式，为了使买卖顺利发展，保持生产和消费的协调，有计划地设置了商业机构、商业企业。这些机构、企业也是再销售购买者，但因为商业企业的资产归社会所有，它们与以营利为目的的私人所有者，在性质上是不同的。

既然现实的商业是一定社会发展阶段的商业，受相应的历史的社会条件限制，具有各自不同的特点，在研究方法上就不能千篇一律。恩格斯曾指出：“人们在生产和交换时所处的条件，各个国家，各不相同，而在每一国家里各个时

代又各不相同。因此，政治经济学不可能对一切国家和一切历史时代都是一样的。……因此，政治经济学本质上是一个历史的科学。它涉及的是历史性的，即经常变化的材料。”②商业经济学研究的是从属于特定历史形态的商业。同样，商业在所有的国家、所有的历史时代也不可能都是相同的。

但是，众所周知，恩格斯在承认研究各生产和交换发展阶段的各种特殊规律，即所谓狭义经济学的同时，也承认广义经济学的存在。“政治经济学作为一门研究人类各种社会进行生产和交换并相应地进行产品分配的条件和形式的科学”③，就是广义的政治经济学。因此，认为除了以资本主义商业为研究对象的狭义商业经济学，还有研究不同社会制度下商业的形态、职能和存在条件的广义商业经济学，也是不无道理的。

四、现代商业和商业经济学

第一节规定了商业经济学的研究对象是支配商业经济领域的规律，第二、三节又从方法论的观点把我们的研究限定在作为部门经济学的狭义商业经济学的范围，着重研究资本主义商业的本质、形态和职能，说明其中起支配作用的规律。但是，在资本主义的整个发展阶段，资本主义商业也不是一成不变的。随着生产结构的变化，它按照自己独特的规律而发展变化。我们至少必须对自由竞争阶段的资本主义商业和垄断阶段的资本主义商业加以区别，因为这两个阶段的社会条件差别很大，商业的形态、职能明显不同。

在资本主义自由竞争阶段，产业资本以销售商品为原则，为了扩大销售、节约流通费用，不得不依赖商业资本。这个时期，商业全面发展，出现了可以用商业代表整个商品

流通的情形。而垄断阶段则不同。垄断产业资本总想摆脱对商业的依赖，以确保垄断利润。因此，这一阶段撇开商业资本而自己直接销售，以及采取商业资本系列化的办法来限制商人的自由活动的倾向很强烈。垄断资本对流通的支配使商业在商品流通中的地位明显下降，以致不能够代表商品流通整体了。在垄断阶段，商业地位下降，垄断资本支配流通，因此，光研究商业就不能完全反映商品流通的全貌，不联系垄断资本在商品流通中所扮演的角色，就不能认识商业。不能把商业经济学的研究局限在商业的范围，必须把眼界扩大到商业和垄断资本直接掌握的商品流通二者交错形成的整个现代商品流通体系。

在自由竞争阶段，可以把商业等同于商品流通，是因为当时商业的形态和职能的特点可以说明商品流通的特点及其存在的根据，存在着可以把商业等同于商品流通的条件。但不能认为商业经济学在任何时候、任何场合都能够或是必须说明商品流通的特点及其存在的根据。如果这样想则是不实际的。

在垄断阶段，商业地位下降了，商业已不能等同于商品流通，因此就不能用商业经济学来说明这个阶段的 商品流通。但这并不意味着必须把商业经济学的研究对象从商业扩大到整个商品流通，只不过是说，除商业经济学外，还需要一个以商品流通整体为研究对象的理论体系。至于商业经济学的研究对象还必须是商业本身。

人们也许会产生这样的疑问：有了研究商品流通整体（也包括商业）的理论体系，是不是不再需要以商业本身为研究对象的理论了呢？回答是否定的。因为，在垄断阶段，商业的地位虽然下降，但仍然广泛存在。因此，商业在垄断

阶段处于怎样的地位，采取怎样的形式，承担怎样的职能等等问题，不仅值得商业经济学本身去做科学的解释，而且这种研究是认识资本主义商业的变化及其发展规律所不可缺少的。这样做，还可以为正确掌握垄断阶段的商品流通的特殊形态及其存在的依据，提供有力的材料。因为商业在垄断阶段的变化，可以反过来说明垄断阶段商品流通的发展。

以商业本身为研究对象的理论体系仍然是必要的。我们不能因为商业地位的变化，就简单地认为商业经济学的研究对象必须扩大到整个商品流通体系。也不能认为，商业经济学可以把商业同其它关系割裂开来、完全孤立地来考虑。把垄断阶段的商业从垄断资本支配的流通中割裂开来，就不能认识垄断阶段的商业。脱离了生产结构就不能阐明商业的本质、形态和职能。不能孤立地看商业，对于研究任何时期的商业都是适用的。但是了解商业与另外一些事物的关系，并不等于可以把这些事物作为我们的研究对象。

① 马克思《资本论》第三卷297页。

② 恩格斯《反杜林论》144页。

③ 同上，147页。

关于商业的概念问题

许多学者由于对商业这个概念下的定义不同，对于什么是商业经济学，也就有不同的理解。这些看法大致可归纳为以下几种：

一、交换说。这种观点把商业和交换或交换的特殊形态混同起来。又可细分为三：

（1）把“交换一般”视为商业。这种观点既不区分偶然、例外发生的交换与有规则、有组织发生的交换，也不区分直接的物物交换与经过货币的交换，认为凡交换即商业。例如劳歇斯(J·F·Leuchs)说：“所谓商业，在一般意义上就是为取得一物而提供另一物”^①。又如梅隆(J·F·Melon)说的：“商业就是剩余产品与必需品的交换”^②。更进一步如亚当·斯密说：“他的大部分欲望，须用自己消费不了的剩余劳动生产物，交换自己所需要的别人劳动生产物的剩余部分来满足。于是，一切人都要依赖交换而生活，或者说，在一定程度上一切人都成为商人，而社会本身，严格地说，也成为商业社会”^③。也可以说，商业“有的是以原生产物与制造品直接交换，有的是以货币或纸币作媒介交换。农村以生活资料及制造材料供给都市，都市则以一部分制造品供给农村居民”^④。这些都是交换说的代表观点。

（2）只把有规则、有组织进行的交换看成商业，否认偶然、例外发生的交换是商业，而不管交换是否通过货币。

例如谢尔 (J·F·Schär) 说：“商业是遵循符合目的性和经济性的原则组织的世界经济各成员间的交换”^⑤。他认为：

“虽然由于货币的出现，交换分离成了销售和购买，而原型则被隐蔽起来了，但这丝毫未改变交换本身的性质。因为不论现代发达经济社会中的财物交换还是过去洞穴部族的交换都同样是商业”^⑥。

(3) 进一步限定只有以货币媒介的交换才是商业。这种观点认为货币的使用使交换采取了买卖形态。它把采取交换形态的买卖规定为商业，而把物物交换排除在商业之外。如野村博士就说：“物物交换不是现代的商业。……当然，现代商业也是一种交换。但这是货币与其他财物的交换，不能与其它财物之间的交换，即物物交换相提并论”^⑦。再如希费金 (H·Sieveking) 认为：“商业是在生产者与消费者不一致的地方，因其的介入而发生的财物转化”^⑧。“这个财物转化只能是买卖”^⑨。

二、再销售购买说。认为单纯的销售或购买不是商业，只有再销售购买，即把在这一方购买的东西出售给另一方的买卖，才是商业。这种观点也可细分为三：

(1) 认为“再销售一般”是商业，而不去区分买进的商品是原样再销售还是经过加工后再销售。这种观点认为，只要销售和为销售的购买二者结合起来，便是商业。因此，以个人消费为目的的购买不是商业，购进原料再加工、生产出新的产品出售则属于商业经营。持这种观点的有鲍格特 (R·Borghet)。他认为：“可根据销售和购买的统一性来考察存在于交换社会的任何产业。凡属于这个范围的产业都在从事商业”^⑩。他说的这个商业指的是，除商人商业外，还包括工厂生产商、手工商业的广义商业。