

商业企业经营管理系列教材

# 商业经济学原理

吴晓辉主编

中国社会科学出版社

商业企业经营管理系列教材

# 商业经济学原理

主审 郭志军

主编 吴晓辉

编著 吴晓辉 崔 珣 田志英

中国社会科学出版社

责任编辑：林斌生

责任校对：陈 萌

封面设计：毛国宣

版式设计：李 喆

## 商业经济学原理

Shangye Jingjixue Yuanli

中国社会科学出版社 出版  
发 行

经 营 告 告 经 销

北京朝阳农校印刷厂印刷

---

850×1168毫米 32开 9印张 233千字

1990年10月第1版 1990年10月第1次印刷

印数1—2000册

ISBN7-5004-0828-5/F·162 定价：3.50元

# 前 言

本教材以马克思主义政治经济学原理为指导,从我国社会主义初级阶段的基本情况出发,依据社会主义商品经济发展的要求,结合我国商业工作的实践,着重分析和揭示了商品流通过程中所体现的经济关系及其客观经济规律。全书共十章,整个体系自始至终地贯穿和体现这一中心内容,力求把商品在流通过程中的各种经济现象理论化、系统化。其中一、二两章内容从社会主义商业在国民经济中的地位、作用,商业劳动以及商业盈利问题的研究入手,较系统地阐述了商业经济活动的一般原理。中间七章的内容,系统地阐述了商品流通过程中所固有的经济规律。其中包括商品流通中的等价交换问题、商品交换中的自愿让渡问题、商业竞争问题、商品供应与需求的关系问题、商品流通与货币运动的关系问题、商品自然流向问题、节约商品流通时间问题七个方面。最后一章侧重从综合运用商品流通规律的角度,阐明了实现商业发展战略目标、完善社会主义市场经济体系、深化商业体制改革与商品流通规律的关系;着重论述了为减少商业工作的盲目性,必须按商品流通经济规律的要求办事、正确地运用客观经济规律指导商业实践活动,以发展社会主义商业。

本书的结构体系和内容安排有较多的更新和调整,使之既适合成人院校商业经济专业的教学使用,也可以作为高等财经院校教学参考,以及作为商业工作人员的自学用书。北京市财贸管理干部学院商经系郭志军副教授审阅了全书。本书由商业经济教研室吴晓辉主编,其中第四章由吴晓辉、田志英编写,第七章由崔珣编写。由于作者水平有限和编写时间较仓促,加之本学科正处

在改革不断深化的时期,有待于不断发展和完善,不妥当之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者

1990年 4 月

# 目 录

|                                       |         |
|---------------------------------------|---------|
| 第一章 社会主义商业在国民经济中的地位、<br>作用及商业劳动 ..... | ( 1 )   |
| 第一节 我国社会主义商业在国民经济中的<br>地位、作用 .....    | ( 1 )   |
| 第二节 我国社会主义的商业劳动 .....                 | ( 9 )   |
| 第三节 在我国社会主义条件下如何组织<br>好商业劳动 .....     | ( 23 )  |
| 第二章 社会主义条件下的商业盈利 .....                | ( 35 )  |
| 第一节 盈利是商业经济活动的客观要求 .....              | ( 35 )  |
| 第二节 发展社会主义商业必须提高商业<br>盈利水平 .....      | ( 46 )  |
| 第三章 社会主义商品流通中的等价交换 .....              | ( 54 )  |
| 第一节 商品等价交换的内涵 .....                   | ( 54 )  |
| 第二节 社会主义商品流通中的等价交换 .....              | ( 62 )  |
| 第三节 如何遵循等价交换原则实现<br>社会主义商品流通 .....    | ( 70 )  |
| 第四章 社会主义商品供应与需求 .....                 | ( 84 )  |
| 第一节 商品供应与需求的内涵 .....                  | ( 84 )  |
| 第二节 我国市场商品供求关系 .....                  | ( 94 )  |
| 第三节 社会主义市场必须实现<br>商品供求平衡 .....        | ( 103 ) |
| 第五章 社会主义条件下的商业竞争 .....                | ( 111 ) |
| 第一节 商业竞争的内涵 .....                     | ( 111 ) |

|     |                                    |       |
|-----|------------------------------------|-------|
| 第二节 | 社会主义存在商业竞争的必然性 .....               | (117) |
| 第三节 | 社会主义条件下如何开展<br>商业竞争 .....          | (129) |
| 第六章 | 社会主义商品流通中的自愿让渡 .....               | (137) |
| 第一节 | 商品流通过程中的自愿让渡 .....                 | (137) |
| 第二节 | 遵循商品自愿让渡原则实现<br>社会主义商品流通 .....     | (147) |
| 第七章 | 节约商品流通时间 .....                     | (164) |
| 第一节 | 节约商品流通时间的内涵 .....                  | (164) |
| 第二节 | 商品流通时间与商业经济效益<br>的辩证统一关系 .....     | (177) |
| 第三节 | 按照节约流通时间的原则合理<br>组织社会主义商品流通 .....  | (187) |
| 第八章 | 社会主义商品流通与货币运动 .....                | (193) |
| 第一节 | 货币运动与商品运动的内在<br>必然联系 .....         | (193) |
| 第二节 | 我国社会主义条件下的货币流通 .....               | (202) |
| 第三节 | 货币流通正常化是商品流通<br>正常化的前提 .....       | (212) |
| 第九章 | 商品的自然流向 .....                      | (220) |
| 第一节 | 商品自然流向的内涵 .....                    | (220) |
| 第二节 | 影响商品自然流向的因素 .....                  | (223) |
| 第三节 | 如何按商品自然流向组织商品流通 .....              | (234) |
| 第十章 | 充分发挥商品流通规律的作用<br>促进社会主义商业的发展 ..... | (244) |
| 第一节 | 社会主义商品流通中的经济规律 .....               | (244) |
| 第二节 | 发挥商品流通规律的作用促进<br>商业发展战略目标的实现 ..... | (251) |

|     |                                      |       |
|-----|--------------------------------------|-------|
| 第三节 | 发挥商品流通规律的作用加快<br>建立和培育社会主义市场体系 ..... | (260) |
| 第四节 | 发挥商品流通规律的作用<br>深化商业体制改革 .....        | (268) |

# 第一章 社会主义商业在国民经济中的地位、作用及商业劳动

商业劳动是在商品流通领域中起联系生产和消费（包括生产消费和生活消费）的中介作用的劳动，也是商业职工在组织商品流通活动过程中所支出的劳动的总和。马克思指出：“在商品生产中，流通和生产本身一样必要，从而流通当事人也和生产当事人一样必要”。<sup>①</sup>随着社会分工的发展，当商业成为一种独立于生产之外的特殊行业，商人成为流通当事人的一个重要部分时，商业劳动就成为社会生产总过程中必不可少的劳动。没有商业劳动，社会再生产就不能继续进行。商业在国民经济中居中介地位，对国民经济发展有着重要的作用。

## 第一节 我国社会主义商业在国民经济中的地位、作用

### 一、商业在国民经济中的地位

马克思主义认为：任何社会的再生产过程，都是由生产、分配、交换和消费这四个既相互联系又相互制约的环节组成的统一体。在社会再生产四个环节中，生产表现为起点，是根本，是决定着其他各个环节的；消费表现为终点，是生产的最后完成；分配和交换表现为中间环节，联结着生产和消费。可见，交换是社会再生产所不可缺少的中间环节，处于生产与消费的中介地位。正如马克思所指出的：“……商人的活动只是为了把生产者的商

---

<sup>①</sup>《马克思恩格斯全集》第24卷，人民出版社1972年版第144页。

品资本转化为货币所必须完成的活动，只是对商品资本在流通过程和再生产过程中的职能起中介作用的活动”<sup>①</sup>商业的这种地位，说明它一头联系生产、一头联系消费，与生产紧密相联，与消费息息相关。商业在奴隶社会、封建社会、资本主义社会及社会主义社会都存在。尽管它们具有不同的社会性质，但是，在社会再生产过程中都处于中介的地位。然而也不能否定，在商品经济发展的不同阶段，商业在社会经济生活中的作用及其表现，是有所不同的。

在商品经济不发达阶段，虽然社会生产力发展水平还较低，但社会经济的各个部门都不可能在封闭的经济系统中独自运行，而必须按照商品经济的内在要求，同其他系统保持密切的经济联系。商品经济从本质上讲，是一种开放型经济；只有实行开放，才能推动社会经济的正常运行。在社会经济的各个系统都实行相互开放的条件下，商业和商品流通，也只有商业和商品流通，才是实现各个开放系统相互联系的必不可少的经济形式。因此，正如交换在社会再生产过程中处于中介地位一样，商业在商品经济不发达阶段的社会经济生活中也是处于中介地位。在实际经济生活中，人们形象地将商业的这种地位称之为纽带和桥梁。

在社会主义经济建设史上，列宁在苏联新经济政策时期曾明确指出，商业是实现千百万小农与大工业之间唯一可能的经济联系形式，是促进经济全面高涨的唯一的可能的纽带。后来，毛泽东在1942年表彰延安南区合作社时，则用桥梁和纽带一词来说明合作社商业的地位和作用。1962年中共中央《关于商业工作问题的决定》又沿用了桥梁和纽带来论述商业在国民经济中所处的地位和作用。利用桥梁和纽带一词来概括社会主义商业在国民经济中所处的地位，既是形象化的比喻，又在相当的程度上反映了在商品经济不发达阶段，商业与社会经济生活的联系。在商品经济不发达

---

①《资本论》第3卷，人民出版社1975年版第301页。

阶段，商品经济尚未完全取代自然经济和半自然经济；社会分工和生产专业化虽然有了一定的发展，但经济生活中的封闭状态还没有彻底消除；社会经济生活对商品交换有了一定程度的依赖，但同商业和市场的联系还不十分密切，等等。这表明，同自然经济占统治地位的时期相比较，商业在社会经济生活中所面临的经济条件发生了显著的变化，其地位是大大提高了，但仍然没有达到商品经济发达阶段所应有的高度。商业还只是表现为沟通生产和消费、工业和农业、城市和乡村以及地区的经济联系的桥梁和纽带。

社会主义商业在国民经济中的中介地位，首先表现为它是实现社会生产两大部类之间和两大部类内部经济联系的纽带。马克思主义再生产原理认为，社会生产分为两大部类，第一部类是生产资料的生产，第二部类是消费资料的生产。与此相适应，消费也分为生产资料消费和生活资料消费。社会主义商业所处的地位，决定了它要把第一部类所生产的生产资料组织到流通领域中来，用以满足两个部类生产消费的需要；要把第二部类所生产的消费资料组织到流通领域中来，用以满足两个部类生产者生活消费的需要。因此，社会主义商业所媒介的生产与消费之间的联系，乃是生产与生产、生产与消费之间的联系。

商业所媒介的生产与消费之间的联系，还表现为它是实现工业和农业、城市和乡村、全民所有制和集体及个体所有制之间的经济联系。工业和农业是社会生产中两个基本的物质生产部门，这两个部门的密切结合，是社会主义建设中的重大问题。工业生产的发展，要以农业为基础；农业生产的发展，要以工业为主导。只有在工业和农业密切结合、互相支援、互相促进的基础上，社会经济才能持续稳定地向前发展。而工业和农业的相互支援、相互促进，主要是通过商业环节来实现的。同时，工业和农业的结合，既是城乡结合的问题，也是工、农之间，全民所有制和集体所有制之间的经济结合问题。“结合就是城市和乡村之间、我们的工业

和农民经济之间、我们的工业品和农民经济的粮食与原料之间的经常联系、经常交换。”<sup>①</sup>商业就是实现这种结合的主要形式。

商业所媒介的生产和消费之间的联系，还表现为它是沟通全国各地区之间的经济联系的桥梁。在社会主义制度下，全国各地市场，都是社会主义统一市场不可分割的组成部分。每一地区的商品生产，都不能只局限于满足本地市场的需要；同样，每一地区的商品需要，也不可能只从当地商品生产中完全得到满足。因此，在生产和消费之间，客观上就有地区间经济联系的必要。这种联系，在商品经济存在的条件下，只有依赖商业媒介才能实现。所以，社会主义商业还是地区间经济联系的桥梁和纽带。

在我国，社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济。有商品生产，必然有商品交换，必然有为完成商品流通所支付的商业劳动（包括活劳动和物化劳动），如一定数量的商业人员，相应的营业设施等等。因为商品不能自己到市场上去，必须有它的监护人，即商品的生产者或所有者及其代理人，把它们带到市场上去，等候购买。这样就需要花费一定的劳动力和劳动时间。由于社会分工，流通职能的独立化和专门化，流通当事人自然是商业劳动者。通过商业劳动，把商品收购起来，进行运输、包装、储存，然后销售出去，完成产品从生产领域向消费领域的转移。没有商业劳动，就没有商品流通，就没有再生产。因此，商业劳动是社会再生产的“一个必要的因素，”是社会必要劳动。

## 二、商业在国民经济中的作用

商业的基本职能在于媒介商品交换，它所从事的劳动是实现商品从生产领域向消费领域的转移。在这个过程中，商业通过媒介商品交换和组织商品流通，发挥着交换、供应、便利等功能。

---

<sup>①</sup>《斯大林全集》第6卷，人民出版社1954年版第211页。

商业的作用是通过自身具有的这些功能得以发挥的，从而使生产过程的劳动消耗从价值上得到补偿，从实物上得到替换，使社会再生产过程得以顺利进行。商业的基本功能不仅是保证再生产顺利进行的条件，而且这些基本功能发挥的作用还在于相对地节约了社会劳动。

首先，商业的交换和供应功能，是通过商品收购和商品销售的经营活 动，沟通生产和消费，使商品从生产领域转移到消费领域的过程来实现的。

商业媒介商品交换是从买的阶段开始的，即从收购商品开始的。商业部门不从事商品生产活动，所以在经营商品交换时必须首先向生产者购买商品。商业通过收购商品的手段，把商品从生产领域转移到流通领域。这时对于生产者来说，商品卖给了商业部门，商品转化为货币，可以进行再生产了；对于商业部门来说，完成了货币到商品的转化，掌握了货源，为商品销售准备了物质基础。

商业部门收购商品以后，并不是将商品保留在流通领域，而是尽快地将其销售出去，卖给消费者。这时商业部门通过销售商品的手段，使商品从流通领域转移到消费领域，实现了价值和使用价值。对于商业部门来说，实现了商品到货币的转化，货币又回到商业部门手中，完成了一次循环后，可以继续执行收购商品的手段；对于消费者来说，满足了他们的不同需求，使生产消费和生活消费所需要的物质资料，及时得到了供应。

可见，商业媒介商品交换的职能，就在于通过它的交换功能，把商品转化为货币，实现它们的价值，使劳动消耗从价值上及时得到了补偿；同时通过它的供应功能，向消费者提供各种生产资料和生活资料，使各种实物消耗又从使用价值上及时得到了补偿。由于商业所具有的这种特殊功能，使社会总劳动在时间上和空间上并存于生产过程和流通过程，相对节约了社会总劳动时间。

其次，商业的便利功能，是通过商业进行的商品运输、储存、加工、分类、整理等经济活动，来调整生产、销售之间存在的数量上、质量上、时间上、空间上的各种差异。由于社会生产和社会分工的发展，使生产和消费逐渐分离，这种分离造成了产销之间在时间上的矛盾、空间上的矛盾、数量上的矛盾，而这些矛盾通过商业所发挥的便利功能，使商品顺利地由流通领域进入消费领域。

商业便利功能之一是调整产销空间差异的功能。随着生产的发展，商品交换的地域越来越广，有些商品由于地理环境、自然环境、技术条件等，生产集中在一些地区，而消费却是分散的；有些商品生产分散在各个地区，而消费却是相对集中的。生产和消费的空间间隔，使商业部门收购商品以后不能马上销售，必须经过运输，把商品从生产地运送到消费地，把生产和消费在空间上连结起来。这种调节空间差异功能，就是通过商业运输环节实现的。

商业便利功能之二是调整产销时间差异的功能，很多商品在生产的时间上和消费的时间上存在着间隔。比如有的商品是季节生产，常年消费；有的商品是常年生产，季节消费。无论哪一种情况，生产和消费在时间上都不可能完全一致。为了解决由于产销时间差异给消费者带来的影响，保证商品源源不断地供应消费，商业部门必须进行必要的商品储备。这种调整产销时间差异的功能，就是通过商业储存环节实现的。

商业便利功能之三是调整产销数量差异的功能。在社会化大生产条件下，生产的数量与消费的数量往往是不一致的。工业品的生产是大量的、成批的，而工业品消费却是小量的、分散的，因此在销售之前必须先进行分割、拆装和再包装。相反，农副产品生产是分散的、小规模，所以销售之前必须先通过收购把农副产品集中起来，然后再销售出去。这种调整生产和消费数量差异的功能，显然是通过商业的分类、包装等环节的活动来实现的。

商业便利功能之四是调整商品质量的功能。生产领域生产出来的产品，在质量、形状、包装等方面不一定完全符合消费者需要，所以商业部门在销售之前必须进行分类、挑选，按不同的标准分成不同的等级，同时按照不同的等级确定不同的价格。“按质论价”，消费者可以根据自己的需要，购买不同等级的商品。所以，这种调整商品质量差异的功能，是通过商业的整理活动来实现的。

商业便利功能之五是与商品购销活动有关的服务性功能。比如：融通资金的功能。在商品购销活动中，商人可以向生产者和消费者提供融通资金的服务功能。商业对消费者融通资金有两种形式。一种是，商业部门从生产者那里收购商品，实际上是替消费者购买商品，替消费者预支货款，当消费者需要商品时再向商业购买，把货款还给商业。另一种是商业对消费者提供商业信用，即商品赊销。消费者先拿走商品，然后在规定时期内付款。付款方式有两种：一是一次付清；一是分期付款。商业对生产者融通资金主要是预购商品。商业部门取回商品之前，先向生产者支付一部分货款，帮助生产者维持再生产。

再如：承担风险的功能。商业部门从生产者那里收购商品的同时，把风险也一同转到自己手里。这些风险包括：由于价格变动给商业部门带来的经济损失的风险；由于天灾、盗窃、商品腐烂变质损坏等给商业造成的物质损失的风险等。商品储存、保管的时间越长，运输的距离越长，风险就越大。由于这些风险由商业来承担，生产者便可以安心生产，而不用担心受到损失。

还如：提供市场情报的服务功能。商业部门为了把商品尽快地销售出去，一方面要根据消费者需要组织货源，另一方面生产者也要按需生产。商业所处的特殊地位，对市场情况比较熟悉，也便于进行市场调查、市场研究、顾客行为和顾客心理的研究，从中发现市场的潜在需求和当前的需求，并把情报提供给生产者，指导生产，力求使生产和需求一致。特别是在现代社会，商

业的这个职能越来越显示出它的重要性。

商业的便利功能是综合性功能，这是生产所不具有的功能。由于商业便利功能所发挥的作用，使一些原来属于生产领域的劳动，逐渐转移到流通领域，并逐步得到了完善，日趋发达，从而使商业劳动日益成为社会总劳动的重要组成部分。可见，随着商业的发展，使商业劳动日益为节约生产劳动时间，从而相对地节约社会总劳动时间创造了必要的条件，使社会花费在商品流通过程中的社会必要劳动比每个生产部门和企业各自单独去进行商业活动的耗费要节省得多。这样就可以把节省下来的劳动用于社会其他部门，相对节约了社会资金。

### 三、在现代经济生活中商业的作用进一步得到强化

商业作用发挥的程度取决于商品经济发达的程度、社会商品率的高低。在现代社会经济生活中，由于商品经济发达，商品率高，市场范围大，社会经济生活依赖于市场的程度大大提高，商业的作用进一步得到强化。反之，商品率低，市场范围小，社会经济生活依赖于市场的程度就低，商业的作用就得不到发挥。

比如，在自给自足的自然经济为特征的封建社会里，虽然商品交换有不同程度的发展，但在整个社会经济生活中它并不起决定作用。商业劳动的内涵仅仅是单纯地进行一般生活消费品买卖的活动。对于小生产者来说，经济发展的公式是资源——技术——市场。小生产者具有什么资源，就采取什么相应的技术去开发这些资源，加工成相应的产品，拿到附近的市场进行销售。资源对于小生产者首先是关心的，而市场对于他们并不是那么重要。

近代资本主义的发展，自然经济随之解体。社会化的大生产与小生产不同，商品交换在社会经济生活中起着决定作用。因此，商业劳动的内涵，也不再仅仅是一般商品的交换和买卖活动，而是包括技术、信息、资源等的交易活动。近代社会化大生产的经济发展公式是市场——技术——资源。如果一种产品找不到

它的市场，某种资源不能从市场中得到，那么先进的技术就不可能被采纳，也就不能进行各种资源的开发。所以，有什么样的市场，有多大容量的市场，决定发展什么样的技术，决定资源开发的价值和利用程度，它在社会经济生活中具有首要的意义。社会经济生活依赖于市场的程度的提高，表明商业劳动的内涵进一步扩大了。商业的作用进一步得到强化。

随着科学技术飞速发展，社会生产力进一步提高，社会化大生产的规模、结构向更高层次转变。在现代社会化大生产的条件下，社会经济如果看作是一个有机的经济运行系统，那么，现代经济则包括市场调查研究——预测规划——科学研究——技术开发——产品研制——工厂生产——储存运输——流通销售——市场服务等许多环节。这些环节构成了一个从市场到市场的经济循环圈和循环网络。每个环节都对社会经济正常运行具有重要意义。如果任何一个环节脱节，都会导致整个经济活动的中断或停滞。如果哪个环节薄弱就会影响经济发展的顺利进行。因此，在现代经济中，商业劳动的内涵不仅使商品交换范围扩大，而且其功能也不断发展完善，作用日益强化。可见，重视商业以及通过市场进一步开拓商业，是整个社会经济生活发展的首要问题。

## 第二节 我国社会主义的商业劳动

商业劳动与其他社会劳动相比，有自身的特殊性，其经济性质表现为生产性劳动与非生产性劳动的统一。商业劳动内在的两重性，是由商品的两重性决定的。因此，商业劳动的客观规律性其实质是商品内在的两重性与商业劳动之间内在的、本质的必然联系，它反映了支付在实现商品价值的劳动过程中的客观要求。

### 一、商业劳动的经济性质具有两个方面的内容

商业劳动的经济性质在内容上划分为两个方面。一方面是从