

李金轩 隋宗信 薛德明 主编

商业经济概论

黑龙江科学技术出版社

编写说明

《商业经济概论》是为黑龙江商学院成人教育部商业经济专业、商业企业管理专业、物价学、会计学等专业编写的教材。

为适应函授教育发展的需要，黑龙江商学院函授部组织几位专职、兼职从事函授教学的同志集体编写了现在奉献在读者面前的本书。在编写过程中，考虑到函授课程设置和函授生学习的特点，我们力求马列主义基本原理紧密联系我国当前经济体制改革的实际，做到记述深入浅出，内容简明清楚，不过多考虑体系的完整而注意避免与其他课程的重复，尽我们力之可及编写一本适应函授学习需要的教材。但由于我们水平所限，难免出现缺点、错误，敬请读者批评指正。

参加本书编写的有：

李金轩：中国人民大学贸易经济系副教授（第二、十一章）

隋宗信：黑龙江商学院副教授（第十章）

薛德明：黑龙江商学院讲师（第一、五章）

叶晓峰：黑龙江商学院讲师（第七章）

王希汉：黑龙江商学院讲师（第八章）

王德章：黑龙江商学院教师（导言、第四章）

唐新民：黑龙江商学院教师（第六章）

刘枫：黑龙江商学院教师（第三、九章）

全书由李金轩、隋宗信、薛德明同志总纂、定稿并担任主编。

《商业经济概论》教材编写组

1988年6月于哈尔滨

导 言

商业是与商品经济相联系的经济范畴，是商品交换的发达形式。是专门的人，运用专门的货币投资专门从事商品交换的独立经济部门。

党的十三大报告指出：我国正处在社会主义初级阶段，实行的是有计划的商品经济。既然是有计划的商品经济，就要充分重视并发挥与商品经济相联系的商业的作用，就要充分重视并加强对社会主义商业经济学的研究，使这门学科不断发展和完善。

商业经济学 的研究对象

一、《商业经济学概论》是政治经济学的一个分支，属于部门经济学。它是一门研究社会主义流通领域的经济关系及其发展变化规律的科学。

马克思主义政治经济学告诉我们，社会再生产过程是生产过程和流通过程的统一。流通是生产和消费之间的桥梁和纽带。正如马克思所说：“流通本身只是交换的一定要素，或者也是从整体上看的交换”。恩格斯又进一步指出：“生产和交换是两种不同的职能。没有交换，生产不能进行；没有生产，交换——正因为它一开始就是产品的交换——便不能发生。这两种社会职能的每一处都处于多半是特殊的外界作用的影响下，所以都有多半是它自己的特殊的规律。但是另一方面，这两种职能在每一瞬间都互相制约，并且互相影

响，以致它们叫做经济曲线的横坐标和纵坐标。”马克思和恩格斯的论述说明了，交换或流通是社会再生产过程的必不可少的环节。

二、“经济学所研究的不是物，而是人和人之间的关系。”《商业经济学概论》也是这样，它所研究的商品流通，从表面上看，是物与物之间的关系；实质上，它反映着不同商品所有者之间的交换关系。马克思说：“流通是商品所有者的全部相互关系的总和。在流通以外，商品所有者只同他自己的商品发生关系。”

商品交换中所反映的人与人之间的关系，是社会生产关系的一个重要方面，这种商品交换关系，在不同的社会制度下，具有不同的性质。在资本主义制度下，由于生产资料私有制占主导地位，所以这种交换关系表现为对抗关系。在社会主义制度下，由于是建立在生产资料公有制的基础上，所以这种交换关系是互助合作、互利互惠的。经济利益的排他性同时也向我们指出，在互助合作、互利互惠的大前提下，也有局部利益的摩擦。问题的关键是如何通过一定的经济杠杆解决这种摩擦，以便促进商品经济的发展。

三、在我国现阶段，流通领域客观地存在着多方面错综复杂的经济关系。例如商业同工农业生产之间的关系，商业同消费者之间的关系，商业企业之间、商品流通各环节之间的经济关系等。正确处理这些经济关系，具有重要意义。因为经济关系问题，首先是经济利益问题。恩格斯指出：“每一个社会的经济关系首先作为利益表现出来。”要处理好这些经济关系，就要重视并运用经济杠杆去调节商品生产、经营者之间的商品交换关系，其中最主要是按价值规律、等价交

换和自愿让渡规律的要求去做。

四、《商业经济学概论》在研究流通领域中的经济关系及其发展规律时，要联系生产力和上层建筑，也就是要在生产关系和生产力，上层建筑和经济基础的矛盾运动中研究流通领域中的经济关系及其发展变化规律。

生产关系和生产力，上层建筑和经济基础是辩证统一的关系。在生产关系和生产力、经济基础和社会建筑的相互关系中，生产力决定生产关系，经济基础决定上层建筑；但生产关系和上层建筑又反作用于生产力和经济基础。当生产关系适应生产力的发展水平，上层建筑适应经济基础的要求时，就会推动和促进生产力的发展；反之，就必然阻碍生产力的发展。

《商业经济学概论》不是单纯为研究规律而研究规律，它研究经济规律的目的，是为了使人们更好地认识、掌握、运用这些规律，提高按经济规律办事的自觉性，并为党和各级政府的决策服务。

商业经济学的研究任务

商业经济学研究流通领域的经济关系，其任务在于认识和揭示经济关系运动的客观规律，以便为从事商业经济实践活动的人提供理论武器，并提高其按客观经济规律办事的自觉性。

“马克思主义着重理论，正是，也仅仅是，因为它能够指导行动。”国内外的经验都说明，当人们能够正确认识，并按客观规律办事的时候，流通领域各方面的经济关系就比较协调，商品流通活动就比较顺畅，市场就变得活跃；而当人们违背客观规律的时候，商品流通活动就受阻，市场就难以活起来。这是因为，经济规律是反映不以人们的意志为转

移的经济发展过程的客观规律。人们能发现这些规律，认识它们，利用它们，但是人们不能违反它们，即使是极微小的违反，都会引起社会经济活动的混乱，给企业 and 国家造成严重的损失。

一、在社会主义有计划商品经济中，支配和在流通领域起作用的客观规律首先是生产关系要适应生产力发展的规律。很长时间以来，我们违背了这条规律，结果是流通领域的所有制形式单一，流通渠道不畅，阻碍了商品流通的发展。十一届三中全会以来，人们对这一规律有了深刻的认识。认识到在社会主义初级阶段流通领域的所有制结构应当是以公有制为主体的多种所有制形式并存并互相竞争的局面。目前全民所有制以外的其它商业形式，不是发展的太多了；而是还很不够。对于城乡合作经济、个体经济和私营经济，都要继续大力发展。公有制形式本身也应多种多样。在目前特别要发展各种形式的联营商业，发展股份制商业。

发展以公有制为主体的多种商业所有制形式反映了现阶段生产力发展水平的要求，能够促进流通领域生产力以及全社会生产力的高速发展。

二、在社会主义有计划商品流通中，价值规律是基本规律。价值规律的基本内容是社会必要劳动时间决定商品的价值量，商品价格以价值为基础，商品交换要遵循等价原则。马克思说：“交换规律只要求彼此出让的商品交换价值相等。”也就是说，在商品所有者的交换中，要互相比较商品中所包含的价值量是否相等，这是成交的先决条件。但由于商品的价值量受劳动生产率的影响经常处于变动中，所以在现实经济生活中的商品交换，只在偶然的情况下，买卖双方

的商品价值量才是相等的。正如列宁所说，商品的价值正是在这种偶然的亿万次的商品交换活动中确立起来的。等价交换作为一种趋势，是在无数次的不等价交换中贯彻自己的基本要求的。任何一个商品生产者都力图在高于其商品价值的情况下出售他们的商品，但他的个别商品的价值能否按高于其社会商品价值出售取决于他能否降低生产这种产品的成本的费用。因此，每个商品生产者都力图通过降低个别商品成本的费用使他的个别商品价值低于社会商品的价值。价值规律就是这样鞭策着商品生产者和经营者不断降低成本和费用，提高劳动生产率，从而调节生产和流通，推动商品经济的不断发展。

我国社会主义经济的发展表明，价值规律在组织有计划的商品流通中起着重要的作用。党的十三大指出：“必须把计划工作建立在商品交换和价值规律的基础上。……应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定定货合同等各种办法，逐步缩小指令性计划的范围”促进社会主义有计划商品流通的发展。

三、自愿让渡是商品交换领域必须遵循的又一条客观经济规律。马克思说：“一方只有符合另一方的意志，就是说每一方只有通过双方共同一致的意志行为，才能让渡自己的商品，占有别人的商品。”马克思所阐述的实际上是商品自愿让渡规律。这一规律并不是商品交换当事人的一种主观愿望，而是由商品二重性的内在矛盾运动所决定的。因为，“一切商品对它们的所有者是非使用价值，对它们的非所有者是使用价值。因此，商品必须全面转手。这种转手就形成商品交换，而商品交换使商品彼此作为价值发生关系并作为

价值来实现。”但无论是实现商品价值，还是要取得使用价值，都必须在商品所有者自愿交换的条件下完成。商品交换的这种自愿让渡是商品二重性以及商品经济内在的必然要求，是一种不以人的意志为转移的规律。社会主义商业在组织商品流通中必须遵循这一规律。

四、竞争规律也是商品流通领域的客观经济规律。只要实行的是商品经济，竞争规律就必然要发生作用。“社会分工使独立的商品生产者互相对立，他们不承认别的权威，只承认竞争的权威。”因为，商品在交换中必然要相互比较优劣，这本身就是竞争。竞争作为一种外在的压力，迫使商品生产、经营者不断改进技术，改善经营管理，提高劳动生产率。我国正处于社会主义初级阶级，大力发展商品经济是迫在眉睫的任务，而要发展社会主义商品经济，就要充分重视和运用竞争规律。

重视和运用竞争规律是搞活企业的重要因素之一。商业企业的经营活力来自两个方面，既动力和压力。如果只有动力，而没有市场竞争环境，商业企业也很难活起来。

重视和运用竞争规律是搞活企业，发展商品流通的客观要求，是商业经济学要着重研究的问题之一。

五、商品供求规律是流通领域的重要的客观经济规律。供求规律的基本内容是商品供给与需求之间存在着趋于平衡的内在要求，价格在促使供给使其适应需求的过程中发挥着重要作用。

商品供求之间是互相联系，互相制约的。在供给与需求这对矛盾中，需求是不断变化的，而且随着生产力水平和消费水平的提高，复动的频率也在加快；而由社会生产力发展

水平制约的供给则相对稳定。上述特点决定了在供给和需求中经常处于一种既要适应，又不能完全相适应的状态。供给和需求的平衡是在较长时期内通过供求之间的不平衡而实现的。

在研究供求规律时要注意以下几点：第一，市场商品供求平衡是一种趋势。这种趋势（平衡）是在不断的不平衡中实现的。马克思指出：“供给和需求必定要经常趋向相互平衡，虽然这种平衡只能靠一个变动补偿另一个变动，以下落补偿上涨来实现，或者相反。”第二，市场商品供求平衡是在一定时期内的平衡，而不是每一时点上的平衡。即在一个或长或短的时期，商品供给总是会适应商品需求的。第三，供求矛盾的主要方面在于需求，因此商业经济学要深入研究如何使供给更好地适应需求。在经济体制改革中，这一问题显得特别重要。第四，价格在供求变化中发挥着重要作用。社会主义商业在组织市场供求平衡中要充分利用价格——这一最有效的经济杠杆，调节供求之间的矛盾。

社会主义商品流通领域还有计划流通规律、节约时间规律以及货币流通规律。

社会主义商业经济学的研究任务是通过对上述规律的阐述并把它们运用到商品流通的实践中去实现的。对上述规律的研究与运用体现在全书的各个章节中。

商业经济学 的研究方法

一、把马克思列宁主义的普遍原理与我国的具体实际相结合，从理论和实际的结合上研究、概括、探讨、解决问题，是商业经济学研究中所必须遵循的一个重要原则。国内外的经验证明，任何一门社会经济科学，照抄、照搬他国

的做法、他国的模式，都是要失败的。原因在于各个国家都有自己的具体国情，由这种具体国情决定了各国的建设道路和模式也都不同，反映在具体学科建设上也要求适应自己国家的特点。但社会主义商业经济学要努力做到“古为今用，洋为中用”。认真吸收各国在商品流通领域的成功经验，吸取失败的教训，从我国的实际出发，力求建设一门有中国特色的《商业经济学概论》。

二、研究商业经济学概论的基本方法，是马克思主义的唯物辩证法。但社会主义商业经济学作为一门部门经济学，在运用上述基本方法时，还要体现本学科的特点和要求。

第一，社会再生产是生产过程和流通过程的统一体，用系统论的思想综合考察有计划的商品经济，它实际上是一个复杂的有机体。发展商品生产，一方面要求商业部门为之提供原材料，另一方面又要求商业部门为其推销产品，提供产前、产中、产后服务，使生产和流通互相适应。就商业本身而言，它是由收购、销售、运输、储存和服务等一系列活动组成的完整的统一体。各个环节既相对独立，又互相联系，相互依存。要科学地组织商品流通，就必须正确处理生产与流通、商业本身各环节之间的关系，正确处理生产关系和生产力、经济基础和上层建筑之间的关系。这是唯物辩证法关于“世界上一切事物都不是孤立存在的，它总是同周围其它事物相互联系，相互制约的”的具体体现。

第二，商业是随着生产、分配和消费等要素的发展而不断发展变化的。以商业为媒介的发达的商品流通，其发展的深度、广度都不同于以小商品生产为基础的简单商品流通。

即使是在同一发展阶段的商品流通，也会因具体情况不同表现出不同的特点。因此，研究商品流通领域的经济关系及其发展变化规律要求有发展的观点，要把静态分析和动态分析结合起来，特别要注意动态分析。这是研究方法中的一个重要问题，不注意动态分析，很难发现商品流通运动中的矛盾的特殊性，很难揭示商品流通的发展规律。

第三，对商业经济学的研究既要注重定性分析，又要注重定量研究。因为任何经济活动，都有质量和数量两种规定性。对商业经济学的研究，首先要注重定性分析，要通过经济活动的表面现象，揭示其本质和发展变化规律。但不能忽视定量的分析。商业经济学的定量分析应体现在市场商品供给与需求、商品购销、商品储运，商业经济效益上。不借助定量分析，一些经济活动的合理界限就难以掌握，就难以为定性分析提供有说服力的论据。“一种科学只有在成功地运用数学时，才算达到了真正完善的地步。”商业经济学概论要运用必要的数学方法，通过各种数量关系分析，来揭示流通领域的经济关系和发展变化规律。定量分析要服务并指导定性分析，定性分析要以科学的定量分析为依据。定性和定量分析的统一是把商业经济学研究推向更高阶段的重要途径。

第四，唯物辩证法认为，理论的源泉是实践，对于发展中商业经济学，这一点尤其重要。因为党的十三大提出的新的经济运行机制的模式只大致提出了方向问题，如何在这一方面的指导下，提出具体可行的措施和改革方案是时代赋予我们的光荣任务，是社会主义商业经济学不断发展、完善的关键。

目 录

导 言

第一章 商业的产生和发展	(1)
第一节 商业的产生.....	(1)
第二节 私有制社会形态下的商业.....	(8)
第三节 社会主义商业存在的必然性.....	(14)
第四节 社会主义商业的建立和发展.....	(18)
第二章 商业在国民经济中的地位与作用	(32)
第一节 商业在社会再生产中的地位.....	(32)
第二节 商业在国民经济中的作用.....	(54)
第三章 商业的所有制结构	(63)
第一节 我国现阶段商业的所有制结构.....	(63)
第二节 各种所有制形式商业的地位 及其发展趋势.....	(78)
第四章 商品流通	(89)
第一节 商品流通环节.....	(89)
第二节 商品流通渠道.....	(97)
第三节 以城市为中心组织商品流通.....	(106)
第五章 有计划商品流通与市场调节	(116)
第一节 有计划商品流通与市场调节的关系.....	(116)
第二节 商品流通的计划管理.....	(123)
第三节 国营商业在市场上的主导作用.....	(130)
第六章 商品流通的宏观调控	(137)
第一节 加强商品流通宏观调控的理论依据.....	(137)
第二节 商品流通宏观调控体系.....	(144)

第三节	商品流通宏观调控的经济手段·····	(152)
第四节	商品流通宏观调控的行政手段·····	(159)
第五节	商品流通宏观调控的法律手段·····	(162)
第七章	商业管理体制 ·····	(168)
第一节	我国商业管理体制的形成·····	(168)
第二节	我国商业管理体制的沿革·····	(173)
第三节	改革商业管理体制的必要性及其原则·····	(175)
第四节	我国商业管理体制改革的展望·····	(187)
第八章	社会主义市场的商品供给与商品需求 ·····	(193)
第一节	社会主义市场的商品供给·····	(193)
第二节	社会主义市场的商品需求·····	(198)
第三节	商品供求关系与商品供求规律·····	(204)
第四节	有计划地组织市场商品供求平衡·····	(212)
第九章	商品价格 ·····	(218)
第一节	我国商品价格的特点和作用·····	(218)
第二节	商品价格构成及种类·····	(223)
第三节	商品差价·····	(227)
第四节	商品比价·····	(232)
第十章	社会主义商业劳动 ·····	(239)
第一节	商业劳动的必要性和性质·····	(239)
第二节	社会主义商业人员的数量·····	(244)
第三节	社会主义商业劳动效率·····	(250)
第四节	社会主义商业劳动报酬·····	(255)
第十一章	商业经济效益 ·····	(263)
第一节	商业经济效益的科学涵义·····	(263)
第二节	评价商业经济效益的指标体系·····	(270)
第三节	提高商业经济效益的基本途径·····	(275)

第一章 商业的产生和发展

第一节 商业的产生

什么是商业

商业从产生至今，已经历了几千年的历史。在当今社会，商业已成为与生产和人民生活息息相关的行业。那么，究竟什么是商业，商业是“商品交换的发展形式”，①是专门从事商品流通的独立的国民经济部门。这一命题对商业作了科学的概括，应从以下三个方面去理解：其一，商业是商品交换的一种形式，但只有商品交换的发达形式才叫商业。因为商品交换有三种形式，直接的物物交换（W—W）与简单的商品流通（W—G—W）都不是完整意义上的商业。其二，商业是由专门的人经营的专门行业，商业与商人紧密地联系在一起，商业是商人的“经济化装”，商人则是商业的“人格化”。其三，商业必须有专门的货币垫支或投资，因为商人要进行商品买卖活动，首先必须能够买商品，为此就必须持有一定数量的货币；所以，商业是专门从事商品买卖的行业。

商业产生的条件

马克思主义认为，商业的产生，需要具备三个条件，一是社会分工；二是生产资料和劳动产品归不同所有者占有；三是货币的出现。

①《马克思恩格斯全集》第23卷人民出版社1972年版等，182页。

首先，社会分工是指劳动分工。只有在社会有了分工，才会生产出不同使用价值的劳动产品。在社会分工的条件下，人们为了满足各自生产和生活上多方面的需要，就要求互通有无，相互交换劳动产品。如果没有社会分工，那就意味着大家生产的都是同一种使用价值的产品，那么，人们相互之间的产品交换就成为多余的了，也就不可能出现专门通过买卖商品的经营活动来媒介成商品交换的商业。其次，社会分工不是商品交换和商业产生的唯一条件。如果劳动产品统属于一个所有者所有，尽管劳动产品的使用价值不同，也不需要交换。只有在生产资料和劳动产品归不同所有者占有的条件下，彼此需要对方的产品，但又谁也不能无偿占有对方的产品，才需要通过商品交换的形式，把各个生产者联系起来。第三，商业的产生还需要具备一个特定的条件，就是货币的出现。只有商品交换以货币为媒介交换过程被分解为卖（ $W-G$ ）和买（ $G-W$ ）两个独立的阶段，才能使“第三者”（商人）插入其间，充当商品交换的媒介。

人类社会最早出现的商品交换，采取的是物物交换形式（ $W-W$ ），即劳动产品的直接交换。这种原始交换形式的特点是，交换双方在让渡自己产品的同时，占有了对方的产品。这种交换形式有很大的局限性，要求交换必须在同一时间、同一地点，而且交换双方彼此都需要对方的产品，交换才能实现，否则，就难以成功。于是，人们根据交换的需要，逐渐把自己的商品先换成一种能够经常用于交换而又为大家普遍愿意接受的商品，然后再用这种商品换回自己所需要的其它商品。这种在交换中起媒介作用的特殊商品便成为

货币。

货币的出现，使物物交换变为以货币为媒介的商品交换，其形式是商品——货币——商品（ $W-G-W$ ）。这种以货币为媒介的商品交换过程，即简单商品流通。简单商品流通把买卖行为分解为在时间和空间上可以互相分开的两个相独立的行为，这样就打破了原来时间和空间上交换的限制，促进了商品生产和商品交换的发展。

但是，简单商品流通与物物交换时一样，从事交换的业务是由商品生产者本人承担的，出卖商品的活动是由生产者自己进行，生产者既要从事生产，又要从事交换。随着商品交换范围、交换规模的不断扩大，特别是在商品行销区域不断扩大和远方市场出现后，使商品生产者用于销售商品的时间越来越多。对于商品生产者来说，销售商品的时间与生产时间是互相矛盾的，用在销售商品上的时间越多，用在生产商品上的时间就相对地越少。为了解决这个矛盾，把时间和精力集中于发展生产上，商品生产者开始把销售商品的事务委托别人做，而一些生产者则放弃生产，成为专门从事商品买卖活动的商人。于是，人类社会出现了生产与商业的分工，产生了一个独立于生产之外的专门行业——商业。马克思和恩格斯指出：“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。”^①

商业的产生，继物物交换、简单商品流通又出现了一种新的商品交换形式，即发达的商品流通（ $G-W-G$ ）。从这个公式可以看出，商人所进行的商品买卖活动，是从购买

① 《马克思恩格斯选集》第4卷第162页。

商品开始的，为了能够购买商品，商人必须先要持有一定数量的货币。商人手中的这一定数量的货币，就是商业货币投资。商人就是把自己的货币投资投入流通领域，并在货币——商品——货币的运动形式中媒介成商品交换。

商业，作为一种商品交换形式，是在物物交换发展到简单商品流通以后，在简单商品流通的基础上产生的，它既不同于物物交换，又不同于简单商品流通，而是“商品交换的发达形式”。

商品交换三种形式之间的异同

人类社会最初出现的商品交换是物物交换，即商品——商品（W—W），在物物交换时，交换双方是在让渡自己商品的同时占有了对方的商品。但是，

这种交换形式对于商品交换的进一步发展，存在着很大的障碍。物物交换，从价值看，交换双方的商品必须是等量的。从使用价值看，又必须是双方互相需要的。交换还必须是在同一时间、同一地点才能完成。要具备这些条件是相当困难的，有时为了换回自己需要的商品，往往需要经过迂回曲折的过程才能成功。

适应商品交换发展，货币应运而生。货币是充当一般等价物的特殊商品。货币出现以后，各种具有不同使用价值的商品通过货币，实现全面的互相交换，这就解决了物物交换时所遇到的困难。在以货币为媒介的商品交换条件下，商品所有者可以随时随地先把商品换成货币，然而再用货币去换取自己需要的商品。无疑，它是有利于商品交换发展的。

货币的出现，使商品交换形式由物物交换形式发展到简单商品流通（W—G—W）。简单商品流通与物物交换比较，不