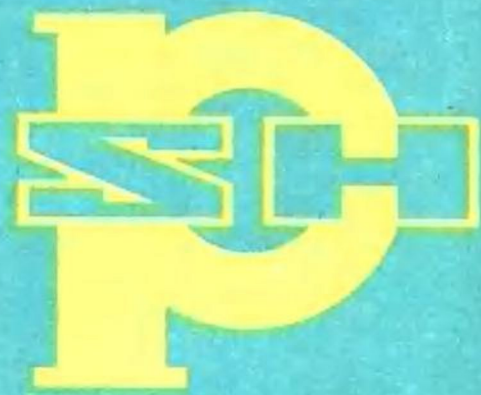




张绍泉 编 著

商品 经营学

东北财经大学出版社

商品经营学

张绍泉 编著

Jm46/21

东北财经大学出版社

商品经营学

张绍泉 编著

东北财经大学出版社出版发行 (大连黑石礁)

新华书店经销

新金县印刷一厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 10 1/8 字数: 212,000

1987年8月第1版

1987年8月第1次印刷

责任编辑: 吴存寿

封面设计: 边峰光

责任校对: 郭洁

印数: 1—10,000

ISBN 7-81005-024-9/F·22

统一书号: 4428·142

定价: 2.10元

前 言

商品经营是和商品经济紧密联系在一起的，只要存在着商品经济，就必然有商品经营，二者是相互依存，互为发展的。

商品经济是直接以交换为目的而产生的经济形式。其产生和存在，是由社会生产力的发展和社会分工，生产资料和劳动产品分属于不同所有者占有所决定的。

商品交换是商品的相互让渡和转手，通过商品交换，实现商品生产和满足消费。我国实行有计划的商品经济，因此，必然存在商品交换。商品交换的主要形式有：①国营经济同集体经济之间的商品交换；②集体经济之间的商品交换；③农民同商业部门之间的商品交换；④国营企业之间的商品交换；⑤城乡居民向国营商店购买消费品发生的交换；⑥城乡居民向集体商业和个体商贩购买消费品发生的交换等。这些商品交换，对促进商品生产和满足需要，都具有重大作用。

商品生产和消费在时间和空间上存在着差异。要实现商品交换，商品就要从生产领域进入流通渠道。在我国，商品流通渠道主要有：①按所有制来划分，有全民所有制的国营商业渠道，集体所有制的供销合作社商业渠道，个体所有制商业渠道等；②按宏观控制程度来划分，有计划商品流通渠道，计划外商品流通渠道，非计划商品流通渠道；③按产销形式来划分，有产销分离的间接流通渠道和产销合一的直接

流通渠道，其中间接流通渠道（即专门从事商业经营）是主体；④按商品类别来划分，有工业品流通渠道和农副产品流通渠道，有了渠道就可进行商品交换。

明确商品交换形式和商品流通渠道，还不能实现商品交换的目的。实现商品交换，尚须通过商品经营，商品经营者是商品流通的承担者和组织人，他们专门从事商品的买卖活动。商品经营就是通过商品购进和销售，实现商品从生产领域向消费领域的转移，从而实现生产者之间和生产与消费者之间的联系。商品经营者在生产与消费之间起“二传手”作用。

搞商品经营，就是以商品为对象，效益为核心，使各种商品以最少的时间，最快的速度，最省的费用，从产地或货源地向消费领域转移，以实现商品的价值和使用价值，并取得最好的经济效益。

为了实现经营目标，就要根据各种商品的自然属性，经营特点，经营规律，消费心理，市场行情，供求变化等，制订正确的经营政策，采取合理的经营环节、经营方式、方法。遵守国家的法律、法令、方针、政策要求，把我国的商品经营好，促进我国商品经济的蓬勃发展，加速我国的四化建设。

编 者

1987年元月

目 录

前 言	1
第一章 商品经营的概念、性质、作用和原则	1
第一节 商品经营的概念	1
第二节 商品经营的性质	3
第三节 商品经营的作用	4
第四节 商品经营的原则	7
第二章 商品经营环节与经营方式	10
第一节 商品经营环节	10
第二节 商品经营方式	13
第三节 商品购销形式	17
第三章 商业企业经营分工与经营范围	27
第一节 商业企业经营分工	27
第二节 商品经营范围	29
第三节 商品经营目录	36
第四章 商品经营决策	39
第一节 商品经营决策的概念	39
第二节 商品经营决策的内容	41
第三节 商品经营决策的程序	50
第五章 商品经营计划	52
第一节 商品经营计划的特点和任务	52

第二节	商品经营计划的内容·····	55
第三节	商品经营计划的编制·····	58
第六章	经济合同·····	61
第一节	经济合同的概念、特点和作用·····	61
第二节	商业企业经济合同的种类和内容·····	66
第三节	经济合同的履行和管理·····	73
第七章	粮食商品经营·····	82
第一节	商品粮食的概念、经营地位及特点·····	82
第二节	商品粮食的收购与销售·····	86
第三节	商品粮食的调拨、运输及仓储·····	96
第八章	蔬菜商品经营·····	101
第一节	蔬菜经营的地位和特殊要求·····	101
第二节	蔬菜经营的方针和措施·····	103
第三节	蔬菜的流通渠道和购销形式·····	107
第四节	蔬菜经营的原则·····	110
第九章	肉蛋禽商品经营·····	113
第一节	肉蛋禽商品的经济地位和经营特点·····	113
第二节	肉蛋禽商品的经营政策和收购·····	117
第三节	猪、牛、羊的屠宰加工和肉品检验·····	120
第四节	肉蛋禽商品的供应·····	123
第十章	果品的经营·····	127
第一节	果品的分类和作用·····	127
第二节	果品的购销原则·····	129
第三节	果品的购销业务经营·····	131
第四节	果品的运输和储存·····	134
第十一章	食糖与糖果商品经营·····	137

第一节	食糖商品的经营	137
第二节	糖果商品的经营	143
第十二章	烟酒茶商品经营	150
第一节	卷烟商品经营	150
第二节	酒类商品经营	154
第三节	茶叶商品经营	162
第十三章	棉花商品经营	169
第一节	棉花的经营任务	169
第二节	棉花的经营政策	170
第三节	棉花收购	173
第四节	棉花加工	179
第五节	棉花的保管、运输和调拨供应	180
第十四章	针纺织品经营	183
第一节	针纺织品经营的分类和要求	183
第二节	针纺织品进货	188
第三节	针纺织品供应	192
第四节	服装经营	196
第十五章	百货、文化用品经营	202
第一节	百货、文化用品的经营特点	202
第二节	百货、文化用品经营的基本原则和要求	210
第三节	百货、文化用品的进货工作	215
第四节	百货、文化用品的分配与供应工作	217
第十六章	五金化工商品经营	221
第一节	五金化工商品的分类和特点	221
第二节	五金化工商品的进货	223
第三节	五金化工商品的分配与销售	225

第四节	五金化工商品的储存和运输·····	229
第十七章	交电商品经营·····	231
第一节	交电商品经营的分类和经营特点·····	231
第二节	交电商品的采购·····	234
第三节	交电商品的销售·····	237
第四节	交电商品的储存和调运·····	240
第十八章	石油商品经营·····	243
第一节	石油和石油产品在国民经济中的地位·····	243
第二节	石油商品的经营特点·····	246
第三节	石油商品的收购与销售·····	248
第四节	石油商品的运输和储存·····	253
第十九章	煤炭商品经营·····	260
第一节	煤炭的分类、性能、地位和作用·····	260
第二节	煤炭商品的收购和供应·····	264
第三节	煤炭商品的运输和保管·····	267
第四节	煤制品经营和节约用煤·····	270
第二十章	化肥、农药商品经营·····	273
第一节	化肥、农药的分类及其在农业 生产中的地位·····	273
第二节	化肥、农药的经营政策·····	279
第三节	搞好化肥、农药的收购与销售·····	281
第四节	化肥、农药的调运与储存·····	283
第二十一章	土副产品经营·····	284
第一节	土副产品经营的重要性·····	284
第二节	土副产品的特点和经营要求·····	287
第三节	土副产品的收购·····	291

第四节	扩大销售 把生意做活	295
第二十二章	废旧物资经营	300
第一节	废旧物资的概念和来源	300
第二节	废旧物资的回收	303
第三节	废旧物资的加工	308
第四节	废旧物资的综合利用	311

第一章 商品经营的概念、 性质、作用和原则

第一节 商品经营的概念

商品经营是指商业企业（包括批发和零售企业）通过一定的购销形式和经营方式专门从事商品买卖的一种经济活动。

商品从生产到消费，必然要经过商品流通。商品流通是指社会产品从生产领域进入消费领域（包括生产消费和个人生活消费）所经历的全部过程。商业企业是商品流通的主要组织者和承担者。商业企业的职能，就是专门从事商品流通活动，在生产与消费之间媒介商品交换，实现生产的目的和满足消费的需要。

商业企业的商品经营活动，主要表现在一方面是买，把货币转化为商品（ $G-W$ ），另一方面是卖，又把商品转化为货币（ $W-G$ ）。所以，商品经营活动就是通过两个运动阶段，及其不断循环过程，即货币——商品——货币（ $G-W-G$ ），不断地实现生产和消费的联系。

商业企业搞商品经营，要具备经营要素。所谓经营要素，是指商业企业进行商品经营活动所应具备的必要的基本条件。经营要素分为企业内部要素和外部要素。

企业内部要素是由劳动、资金、经营手段、经营对象、时间、信息等组成。

企业外部要素，即外部条件，指政府法律、方针、政策、市场、货源、运输、购买力等。

企业内部要素要与企业外部情况有机结合，形成经营结构，才能进行经营。商业企业经营结构包括：①经济结构，由市场、时间、信息、经营手段、资金、经营对象等要素构成，是企业经营活动的实力，也是确定企业经营规模、经营范围、经营品种、网点设置的重要条件；②技术结构，由经营手段和劳动力两个要素结合构成，是指商业企业的技术设备、设施、工具、用具和职工的技术技能。它是搞好商品经营的基础，也是一种竞争力量；③社会结构，是指企业内部人与人之间的社会关系和企业外部人与人之间的社会关系。社会结构是搞好商品经营的关键，关系到企业经营的盛衰；④经营目标，是指一个商业企业的经营活动所要完成的经济任务，实现“商流”与“物流”。“商流”就是商品所有权的转移，“物流”即商品实体的转移。只有完成“商流”和“物流”，才能实现经营目标，取得最佳的经济效益。

从上述分析，可得出商品经营的概念应有以下规定性：

①商品经营是商业企业经济活动的轴心。

②商品经营要适应市场的需要，要按市场需要去组织经营活动。

③商品经营既是商品的实体活动，还要实现商品的价值。

④商品经营是买卖活动的统一。

所以，商品经营是企业内部管理活动与企业外部经济环

境相结合的过程，没有这种结合就不可能实现商业企业制定的经营目标。

第二节 商品经营的性质

商品经营是随着商品经济的发展而发展的，只要有商品经济的存在，就必然有商品经营活动。所以，商品经营是属于商品经济范畴。从历史上来看，在原始社会早期，没有商品生产，没有商品交换，就不存在商品经营。到了奴隶社会和封建社会，随着商品生产的产生和商品交换的扩大，商品经营便从生产中分离出来。人们在长期无数次商品交换过程中，根据供求关系的不同，消费习惯的不同，逐步形成了一种产销关系和购销关系，这种产销关系和购销关系，就是商品经营关系。但是，由于当时商品生产有限和交通不发达，商品经营还是地产地销。到了资本主义时期，由于商品生产和商品交换空前的发展，商品经营也就随之发展起来。

在我国建国初期对私人工商业刚刚进行改造时，在商品经营上是自由买卖，自由竞争，以传统的经营方式进行各种商品的经营；从1953年到1978年，由于国家实行计划经济，生产资料 and 主要消费品实行计划收购，计划供应，统购统销等，在经营上实行的是封闭式的分配型。从1978年以后，实行有计划的商品经济，开始重视商品经营。而商品经营也就随着商品经济的发展而发展。

商品经营是在一定社会条件下进行的。在不同的社会制度下，商品经营的性质有着根本的不同。

社会再生产过程，分为生产和流通，商品经营属于流通

范畴。社会再生产的性质是由这个社会生产关系的性质决定的，因此，商品经营的性质也是由这个社会生产关系性质决定的。在不同的社会制度下，商品经营的性质是有着根本区别的。主要表现：①经营的目的不同。资本主义经营的目的是为了**实现剩余价值**。商品流通过程的商品形态变化，即货币——商品——货币（ $G-W-G'$ ），实质是资本循环过程的一个重要组成部分。资本家用货币购买商品（ $G-W$ ）是资本由货币形态转化为生产形态，资本家出售商品（ $W-G$ ）是资本由商品形态再转化为货币形态，即由商品资本转化为货币资本。但收回货币有增殖。这个增殖就是实现资本家的剩余价值；社会主义商业企业经营的目的**是实现社会主义的生产目的**，是最大限度满足消费者需要；②经营的手段不同。资本主义的经营手段是**欺诈**，只要多挣钱，什么经营手段都能使用。社会主义商业企业经营的目的**是全心全意地为生产和消费服务**；③经营方式不同。资本主义经营是为了实现最大的利润，在经营方式上，采取如买空，卖空，弄虚作假，以次充好，“货卖一张皮”等手段；社会主义的经营方式，要体现国家的方针、政策，要有利于生产、有利于消费，经营的商品是明码实价，质价相称，物美价廉，对消费者负责；④经营所得利润占有不同。资本主义通过经营，使资本家发财致富，经营中所得利润归资本家所有。社会主义经营所得利润是为国家积累资金，用于社会主义建设事业。

第三节 商品经营的作用

商品经营属于流通范畴，是社会再生产过程重要组成部

分。因此，商品经营在实现社会再生产过程中起着重要作用。

一、商品经营是实现社会经济联系的重要形式

国民经济是由工业、农业、建筑业、交通运输等部门组成。国民经济各部门之间的经济联系主要表现为原料、产品、技术等的相互交换，国民经济各部门之间除了有的产品表现为生产者与生产者直接联系外，绝大多数产品要通过商品流通。无论是生产资料还是消费品都要由商品经营者来实现生产的目的，满足生产消费、生活消费。生产资料由生产单位生产出之后，主要是由物资经营部门收购，再向需要部门进行供应；消费资料由商业经营部门收购，再供应生产单位和消费者。这样，通过商品经营既实现生产的目的又满足社会各种消费的需要。这是社会化大生产社会分工的必然结果。

二、商品经营是实现社会主义生产目的的基本手段

社会主义生产的目的是为了**满足人民日益增长的物质和文化的需要**。消费是社会再生产过程的终点和最后目的。正如马克思所指出的，没有生产，就没有消费，但是没有消费，也就没有生产。就是说，生产是不断地为消费提供物质对象，而消费又是生产的动力，促进生产的发展。但是，生产与消费是两种职能，这中间要由交换、分配来实现生产的目的和消费的要求。在社会主义社会现阶段是以商品、货币实行等价交换，通过商品经营实现的。其表现：①提供信息。商品生产者所需要的市场信息是由商品经营者提供的。经营者同消费者天天打交道，能了解消费动态，因此，可为生产者提供需求信息，使生产者按市场需求进行生产安排；②实

现商品销售。由于生产和流通是两种职能，生产单位的职能就是集中精力搞生产，但必须是使产品能够尽快销售出去，能继续再生产和扩大再生产。而商品经营属于商品流通范畴，专门是做商品买卖的，从生产单位购进商品，从而实现生产的目的；③实现社会主义按劳分配。在社会主义阶段是实行按劳分配，即工资制。为了保证劳动力再生产，就要使劳动者用其所得的工资，购买到他所需要的各种商品。而商品经营者根据劳动者的需求，去组织丰富多彩、品种齐全的商品，满足劳动者的需要，从而实现社会主义商品生产的目的；④指导消费，促进生产发展。消费是受着社会政治、经济的发展所制约。商业企业，根据社会的要求和经济发展水平，随时引导消费，指导消费，建议生产部门不断地调整产品结构，满足消费的需要。所以说，商品经营是实现社会主义生产目的的基本手段。

三、商品经营是有计划地发展经济、活跃市场的重要条件

商品经营是和商品经济紧密联系的。商品经营是随着商品经济的发展而不断地发展，而商品经营的活跃，又能促进商品经济的进一步发展。

我国实行的是有计划的商品经济，所谓有计划，就是在宏观上，由国家计划控制。但是，作为商品经济要根据市场需求去组织生产，也就是说，市场需要什么就去生产什么，这样，既要体现计划经济的要求，又能满足市场的需要，从而活跃了市场。具体可分为：①计划经营。对国计民生的重要商品，为了保证合理分配都要实行计划经营，如石油、钢材、煤炭、粮棉等，其目的是要做到有计划的供给；②按市

场调节经营。有些重要商品由于货源较紧，不能全面敞开购销，但市场又很需要，为了促进生产，满足市场需要，国家拿出一部分货源采取议价销售，即在价格上超过国家牌价出售，这样，既满足市场的需求，又对国家有利；③计划指导下的市场调节经营。我国实行有计划商品经济，在商品经营上也是有计划进行的。但也要根据市场供求来组织收购和销售，当某一商品在市场上发生多或少时，通过国家计划调节生产，这样使生产与市场需求基本保持相对平衡；④自由购销。除了计划经营的商品和国家不允许经营的商品外，其余都可以自由购销。从上述四种经营可以看出，商品经营既体现计划经济的要求，又活跃了市场。

第四节 商品经营的原则

商品经营是在一定社会经济条件下进行的。在社会主义经济条件下，商品经营单位就是商业企业，为了搞好经营，从事商品经营的企业，必须遵循以下基本原则。

一、坚持社会主义经营方向

商业企业在进行商品经营时，必须坚持社会主义经营方向，这是社会主义制度的规定性决定的。经营方向也是企业经营者的政治素质和业务技术素质的综合体现。社会主义商业企业的经营活动必须坚决贯彻执行党和国家的各项方针、政策和法令，这是组织好商品经营工作的根本。因此，商业企业的经营者，必须树立坚决贯彻执行党和国家的方针、政策和法令的观念。讲求商品质量、讲求劳务质量、讲求环境质量，为广大消费者服务是商品经营的唯一宗旨。真正做到