

商品流通企业 统计

杨秉捷 主编



中国经济出版社

国内贸易部部编中等专业学校教材

商品流通企业统计

杨秉捷 主编

中国经济出版社

编 审 说 明

国内贸易部部编中等专业学校系列教材，是适应社会主义市场经济发展的新形势，按着建立社会主义现代企业制度和“建立大市场、搞活大流通、发展大贸易”的要求，结合我国财税、金融体制、领导体制等改革情况，由国内贸易部教育司组织有关专家、教授和长期在教学第一线任教的教师编写的。经审定，可以作为国内贸易部系统中等专业学校教材，也可作为各类中等成人学校、在职干部岗位培训教材和广大企业职工自学读物。

《商品流通企业统计》是部编商贸系列教材之一。由山东省商业学校高级讲师杨秉捷主编。参加本书编写的人员还有：杨秉捷（第一、二、十章）、赵元广（第三、六章）、马广水（第四、八、九章）、孙雷（第五章）和王景新（第七章）。该书由荆渊泉主审。

在编写过程中得到了许多学校领导和教师的大力支持，在此一并致谢。由于编写时间仓促，水平所限，缺点疏漏在所难免，请广大读者提出宝贵意见，以便今后进一步修订完善。

国内贸易部教育司

1995 年 5 月

目 录

第一章 商品流通企业统计概论.....	(1)
第一节 商品流通企业统计的研究对象和特 点.....	(1)
第二节 商品流通企业统计的基本职能.....	(6)
第三节 商品流通企业统计的任务	(15)
第四节 商品流通企业统计与有关学科的关 系	(19)
第二章 商品流通企业统计报表制度	(23)
第一节 商品流通企业统计报表制度的意义 及制定原则	(23)
第二节 企业(单位)基本情况统计报表制 度	(33)
第三节 商品流通企业主、附营业务统计报 表制度	(41)
第三章 商品流通企业商品流转统计	(57)
第一节 商品流转统计的意义	(57)
第二节 商品销售统计	(60)
第三节 商品购进与商品库存统计	(70)
第四节 涉外业务统计	(79)
第五节 商品流转统计报表的编制与审核	(83)
第四章 商品流通企业经营要素统计	(92)

第一节	企业劳动情况统计	(92)
第二节	企业原材料、能源统计	(101)
第三节	企业财务状况统计	(109)
第五章	商品流通企业附营业务统计	(122)
第一节	工业企业产品统计	(122)
第二节	建筑业统计	(146)
第三节	运输业统计	(160)
第六章	商品流通企业其它统计	(168)
第一节	社会消费品零售统计	(168)
第二节	社会消费品购买力统计	(176)
第三节	商品加工统计	(182)
第四节	物价统计	(184)
第七章	商品流通企业统计分析	(193)
第一节	商品流转计划执行情况分析	(193)
第二节	商品销售分析	(199)
第三节	商品购进分析	(210)
第四节	商品库存、运输分析	(218)
第五节	经济效益分析	(227)
第八章	商情调查与预测	(241)
第一节	商情调查的意义和内容	(241)
第二节	商情调查的方法与技术	(248)
第三节	商情预测的意义和内容	(258)
第四节	商情预测的方法	(263)
第九章	统计资料管理与统计现代化	(275)
第一节	统计资料管理的意义及内容	(275)

第二节	统计信息资料管理的主要工作内容	(278)
第三节	统计信息资料管理的方式	(287)
第四节	建立统计信息系统的意义和作用	(288)
第五节	统计软件概述	(292)
第十章	新国民经济核算体系简介	(306)
第一节	国民经济核算体系的基本概念与结构	(306)
第二节	新国民经济核算体系中的基本指标	(314)
附录：国内贸易部部编中等专业学校教材书目		(339)

第一章 商品流通企业统计概论

第一节 商品流通企业统计的研究对象和特点

一、商品流通企业统计的研究对象

在社会化大生产过程中,物质产品离开生产领域后,要通过流通领域,或者说要通过买卖活动,才能最终供人们生活 and 生产流动消费。在流通领域中,通过买卖所进行的物质产品的交换活动,按其流通的方式分为两类:一类是生产企业、单位和个人之间直接发生的物质产品的交换活动;一类是生产企业、单位或个人通过专门从事商品买卖活动的中介机构所进行的物质产品的交换活动。这种专门从事商品买卖活动的中介机构即为商品流通企业。商品流通企业统计是企业经济核算体系中的重要组成部分之一,从实践的角度看,它是以流通领域中特定的商品买卖活动为对象而开展的统计工作;从理论的角度看,它是商品流通企业统计实践经验的概括与总结,是一门微观经济科学。

每一门学科的研究内容和研究范围之所以不同,就在于每一门学科有它特定的研究对象。“科学研究的区分,就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此,对某一现

象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”（见人民出版社 1967 年《毛泽东选集》合订本第 284 页）。

商品流通企业统计的研究对象是：商品流通企业商品流转活动及其密切相关的现象的数量方面。研究的目的在于反映这些经济现象的现状、发展变化的趋势和相互关系，以揭示商品流通企业经济活动中各种经济现象的特征和内在的规律性。

商品流通企业统计的研究对象规定了它的研究内容。商品流通企业统计的研究内容主要有以下几个方面：

（一）商品流通企业统计的基本理论

商品流通企业统计的基本理论来源于商品流通企业统计工作的实践，是商品流通企业统计工作实践经验的概括、总结和发展，它反过来又指导统计工作的实践，使之以科学的理论为依据，有效地开展统计实践活动。

商品流通企业统计的基本理论，包括商品流通企业统计的研究对象、商品流通企业统计的职能、商品流通企业统计的任务，以及商品流通企业统计的基本内容和基本指标等。这些问题与商品流通企业统计的性质、地位、经营机制、经营行为等紧密地联系在一起，并以统计的职能为核心，围绕企业经营活动，回答商品流通企业统计的特征、作用、范围和任务等问题，为商品流通企业统计内容体系和方法体系的建立，为更好地开展商品流通企业统计实践活动奠定理论基础。

（二）商品流通企业统计的方法体系

《全国统计改革和统计现代化建设规划纲要》(1993—2000年)指出:今后统计改革体现在新的统计制度上,就是打破原有的专业分工界限、兼顾有关专业统计的需要,贯彻“一套表”的思想,即:“下去一把抓,上来再分家”的办法。同时,综合统计部门向企业采集信息的渠道不再仅仅限于布置定期统计报表。《纲要》进一步指出,国家统计制度方法改革的总目标是:全面建立与发展与社会主义市场经济相适应的,符合中国国情的新国民经济核算体系、统计指标体系、统计标准体系和统计调查体系。

《纲要》中的上述精神,为商品流通企业统计方法体系的建立指出了明确的方向。具体地说,商品流通企业统计的方法体系应包括以下四个方面:

1. 适应“一套表”的要求,建立和完善适应打破专业分割、兼顾各专业需要的搜集基本统计资料的报表制度。

2. 适应指标体系改革的要求,建立与新国民经济核算体系逐步接轨的新的指标体系,科学地反映企业的生产经营状况和过程。

3. 适应健全各种统计调查体系的要求,建立以经常性的抽样调查为主体、辅之以重点调查、科学估算和必要的全面统计报表综合运用的调查体系。

4. 适应现代企业管理的要求,建立和完善统计分析方法体系和统计信息的管理体系。

总之,商品流通企业统计方法体系是实现统计活动目标,发挥统计的作用,完成统计工作任务的基本手段。加强对企业统计方法体系的研究,不断完善企业统计方法,是

商品流通企业统计研究的重要课题之一。

二、商品流通企业统计的特点

我国商品流通企业的统计机构和统计制度，在改革之前，是按照建立全国统一的计划管理体系的要求建立起来的，企业的统计活动是按照国家的指令，以法定报表的形式进行的。在这种情况下，不可能产生真正的企业和真正的企业统计。随着我国经济体制的改革和企业市场主体地位的确立，商品流通企业统计获得了很大的发展，在研究范围、服务方向、内容体系和方法体系等方面，呈现出本身的不同于传统商业统计的一些特点。这些特点是：

（一）研究的范围是微观经济现象

传统商业统计属于部门统计范畴，研究的范围是中观经济现象，即研究国内商品流通领域大量现象的数量方面。商品流通企业统计研究的范围是企业微观经济现象，是商品流通企业商品流转及其密切相关现象的数量方面。

商品流通企业统计的研究范围虽然比传统商业统计要小，但它的研究内容却比传统商业统计更加全面、更加深入。它既要研究商品流通企业商品流转的过程，也要研究商品流转的成果；它不仅研究单项统计，而且研究综合性统计；它所研究的内容不仅能够满足企业管理的需要，而且能够满足政府各有关部门实施不同层次管理的需要。

（二）服务方向以内部服务为主

传统商业统计受客观条件的影响和制约，其功能是单一的，服务方向是对外的。就是说传统商业统计的任务由

企业承担，其唯一的功能，就是为各级政府和业务主管部门提供商品流转基本的统计资料。统计服务方向的外向性，决定了传统商业统计内容的单一性和工作方式的机械性。从某种意义上说，这一特点或许是企业不重视商业统计工作，导致商业统计职能逐渐萎缩的一个重要原因。

商品流通企业统计的服务方向是内外兼顾，以内部服务为主。它既有与上级要求相统一，以满足国家宏观经济管理需要的一面，也有与企业经营管理要求相统一，以满足市场主体——企业经济运行需要的一面。在两方面统一的过程中，如何充分发挥企业统计的职能作用，更好地为企业经营管理服务，则显得更加直接、更加重要。这就决定了企业统计的服务方向与企业的需要紧紧地联系在一起。从而为企业统计内容的不断充实和统计方法的不断完善奠定了坚实的基础。

（三）统计行为源于企业的利益机制

传统商业统计与商品流通企业统计在服务方向上的差异，实质上是由统计行为机制的不同所决定的。传统商业统计行为根源于行政机制，因此，其行为是被动的、缺乏行为的灵活性。商品流通企业统计的行为根源于企业的利益机制，因而它的行为是主动的，并具有极大的灵活性。商品流通企业统计的灵活性表现在：它从企业的利益出发，根据企业的需要，在保证基本统计数据的获取、加工、储存系统稳定性的前提下，可以随时采取符合企业经营管理要求的统计行动，通过实施各种行之有效的统计调查和统计分析，发挥信息主渠道的作用，使统计真正成为企业科学

管理的工具。

商品流通企业统计与传统商业统计的不同之处主要有以上三个方面。揭示两者的不同之处，目的在于说明商品流通企业统计的一些重要特征，使人们在更高层次上认识商品流通企业统计的地位，更加重视统计的职能作用。需要指出，用对比的方法说明商品流通企业的基本特征，决不是说作为部门统计的商业统计已失去了它的存在价值，而是说原有的商业统计本身存在着一些亟待改革的方面，需要改革其内容体系和方法体系，使它更好地发挥专业统计承上启下的作用。

第二节 商品流通企业统计的基本职能

一、统计的基本职能

职能是事物的本质属性，是不受人们主观意志支配的。它是指客观存在于某项工作中的功能，是某项工作能够适应环境需要所具有的能力。

按照现代管理科学的理论，国家管理系统应由科学的决策系统、高效的执行系统、灵敏的信息系统、完备的咨询系统和严密的监督系统所组成。统计作为国家管理系统启动、运行不可缺少的条件和重要组成内容，同时应兼有信息、咨询、监督三种职能。商品流通企业统计，是统计管理科学理论的重要组成部分，是国家管理系统的基础，因

此，统计的基本职能同样也是商品流通企业统计的基本职能。

（一）信息职能

统计的信息职能，是指根据科学的统计指标体系和统计调查方法，灵敏、系统地采集、处理、传递、存储和提供大量的以数量描述为基本特征的社会经济信息的职能。

（二）咨询职能

统计的咨询职能，是指利用已掌握的丰富的统计信息资源，运用科学的分析方法和先进的技术手段，深入开展综合分析和专题研究，为科学决策和管理提供各种可供选择的咨询建议与对策方案。

（三）监督职能

统计的监督职能，是指根据统计调查和统计分析，及时、准确地从总体上反映经济、社会和科技的运行状态，并对其实行全面、系统的定量检查、监测和预警，以发现经济运行过程中的反常现象及其原因，并在迅速发出预警信号的同时，提出相应的对策和措施，保证经济的正常运行和健康发展。

统计的三种职能，是相互作用、相辅相成的。三种职能之间的联系表现在：

第一，采集和提供信息是统计的最基本的职能。没有信息职能，统计咨询和监督职能就失去了赖以存在的基础。因此，统计信息职能，是保证统计咨询和监督职能得以有效发挥作用的基本前提。

第二，统计咨询职能，是统计信息职能的延续和深化。

因为采集和提供信息的目的是为了应用，使统计信息能够尽快对科学决策、科学管理和社会公众的实践活动产生作用。实施统计咨询职能，要求在已有信息的基础上，对大量信息进行必要的综合与分析，寻求透过种种以数量表现的、内涵于其中的现象发展变化的规律性。同时，联系需要和问题，提出可供选择的建议和方案。

第三，统计的监督职能，是通过信息反馈来评价、检验决策方案的科学性、可行性和社会经济效益的，只有信息反馈这一环节才能发现决策执行过程中出现的偏差并提出矫正意见。所以，统计监督职能，是在信息和咨询职能基础上的进一步拓展，而监督职能的强化，又反过来对信息和咨询职能提出更高的要求，从而进一步促进统计信息职能与咨询职能的优化。

从马克思主义认识论的角度分析，统计三种职能的相互关系可以作如下描述：即信息职能是对客观物质世界中“实事”的反映，属于感性认识阶段；咨询职能是对客观物质世界“事实”的“求是”过程，属于理性认识阶段；监督职能则是对认识活动正确与否的一种再认识，是对认识世界和改造世界活动的一种验证和修正，是更高层次的“求是”。

从马克思主义哲学方法论角度来分析统计的三项职能与统计服务的关系，可以得出这样一种结论：即统计的信息职能、咨询职能和监督职能，都是统计的服务职能。换句话说，统计的三项职能都是统计服务的具体内容或表现形式，而统计服务职能，则是三项职能的总概括。从这个

意义上说，服务是矛盾的一般，信息、咨询、监督职能是矛盾的特殊。矛盾的一般性即共性寓于矛盾的特殊性之中的原理，是三种职能与服务职能相互关系的理论依据。《社会经济统计学原理》中论述统计的作用时指出“统计是为一定目的服务的工具”，就是这个道理。

二、统计职能认识上的战略转变

如前所述，职能是事物的本质属性，是不受人们主观意志支配的。但是，由于种种原因，使人们在统计职能的认识上，长期陷入一种认识的“误区”之中，认为在社会主义条件下，统计的职能，集中表现在为国家实行高度集中的计划管理服务。并认为“计划经济具有能够经常地、自觉地保持国民经济有计划按比例发展”的所谓规律性。因此，统计服务就必然只能集中于一点，即只能通过提供国家计划管理规定范围内的纯数量化的数据资料，发挥其单一的、残缺不全的信息职能作用。这种认识不仅带有相当的普遍性，而且，以此作为统计行为规范指导统计工作的时间达三十余年之久。在这种情况下，错误的认识长期禁锢着人们的头脑，制约着人们的行动，使统计这一认识工具不能充分有效地发挥它的整体职能作用。而当统计的整体职能作用不能有效地发挥的时候，经济运行中出现的问题就不能及时发现；即使有所发现，也无法找出产生问题的真正原因；即使能够找出问题的大致原因，也会出于种种政治方面的考虑，而否定客观存在的事实，进而否定统计的整体职能作用。这正是我国 50 年代到 70 年代，在指

导经济发展过程中多次出现违背客观经济规律，导致经济运行发生一次又一次波折的重要原因之一。

党的十一届三中全会以后，随着改革开放政策的贯彻执行，我国的经济运行机制，逐渐由起点模式，过渡到中间模式，再由中间模式出发，提出了建立社会主义市场经济的目标模式。在这种形势下，国家对经济的宏观决策与管理、企业经营管理水平，以及人民群众对经济生活的参与意识和国内外经济交流等等，都对统计工作提出了新的要求，促使统计不能再局限于历史的、单一职能的旧模式，相反应更新观念，重新认识统计的职能和统计在国家建设事业中的重要作用。

1984年，全国统计工作会议提出了大办“开放式”统计、实行“五个转变”、开展优质服务的目标。其主要内容是不断完善统计信息作为社会经济信息主体的职能。1988年制定的《全国统计改革和统计现代化建设规划纲要》，又明确提出要建设全国的强有力的，集中统一的，具有信息、咨询、监督等各种功能的现代化统计系统的目标。随后，这一目标在《国家统计局“三定”方案》中得到确认。这样统计的咨询、信息和监督的职能逐步复原，统计的整体职能体系便应运而生了。

需要指出的是，统计的整体功能的形成是一个逐步发展的过程，因而，上述目标的提出至今还远远没有达到十分完善的程度。这就要求人们在实践中不断地探索和创新，使之在统计职能作用的认识上，逐步达到系统化、科学化。

三、统计整体职能在商品流通企业中的重要意义

包括信息、咨询、监督三方面含义的统计整体职能，是统计职能最概括的表述。这就是说，社会生活中的一切统计活动都毫无例外地具有上述各方面的职能。由于认识上的局限性，人们习惯于把统计的整体职能同政府统计联系在一起，认为统计的整体职能只适用于政府统计活动，而在企业统计活动中是不存在的，也是不必要的。事实恰恰相反，统计的整体职能作用在商品流通企业中不仅客观的存在，而且同样是非常重要的。

现代企业管理学告诉人们，企业行为是指企业内在动力所决定的行为目标，以及追求这种目标的行为方式。企业行为不是孤立的，企业在所有制关系和利益关系中处于何等地位，它与市场采取何种联系方式，决定着它的行为目标和方式。其中经济体制是决定企业行为的关键因素，不同的经济体制中有不同的企业行为。

在传统的计划经济体制中，整个社会是一座大工厂，企业只不过是这座工厂中的一个车间；中央政府通过行政命令和指令性计划来控制整个社会的生产经营活动。企业作为政府机关的附属物，不可能成为自主经营的经济实体，不可能有自己的独立的经济利益和扩大再生产等方面的权力。这时，企业行为被严重扭曲了，企业处于完全被动的地位。在这种情况下，商品流通企业的统计活动也必然是被动的，它的职能作用的唯一表现，只能是反映国家的意志，通过执行国家报表的形式，以满足国家管理的需要。