

左亮棠 主編

中國商業 經濟學

安徽人民出版社

中国商业经济学

左宪棠 主编

安徽人民出版社

封面题字：荆 涛
封面设计：蒋万景
责任编辑：尹宣明

中国商业经济学

左宪棠 主编

*

安徽人民出版社出版

(合肥市回龙桥路1号)

安徽省新华书店发行 安徽新华印刷厂印刷

*

开本850×1168 1/32 印张11 字数：262,000

1986年8月第1版 1986年8月第1次印刷

印数：1—11,100

统一书号：4102·182 定价：2.15元

导 言

商业，是专门从事商品交换的独立的经济部门，是与商品经济相联系的经济范畴，是商品交换的发达形式。

商品经济的产生，一般地说需要两个条件：一是社会分工，二是生产资料及其产品归不同的所有者占有。正是由于社会分工的出现，各部门、各行业之间才必然地要发生一定形式的、不可缺少的经济联系；正是由于生产资料及其劳动产品归不同的所有者占有，各部门、各行业才作为一个个独立的经济实体而存在，因而通过分工而产生的经济联系才不得不采取商品交换的形式，而不能采取无偿占有或无偿调拨的形式占有对方的产品和劳动。

商品经济产生所需要的两个条件，是在人类社会历史的一个特定阶段上出现的。蒙昧时代是人类历史发展的第一个阶段，那时，生产力水平极为低下，人类只能依靠采集自然界现成的食物为生，没有任何社会分工，而只有男女之间的自然分工。在整个蒙昧时代，由于生产力水平极为低下，共同劳动的产品极为有限，没有什么剩余，从而也没有商品交换。在蒙昧时代的末期，曾出现极为个别的和偶然的交换现象。野蛮时代是人类历史发展的第二个阶段，这一阶段，始于氏族社会全盛时期，止于原始社会的瓦解和奴隶制社会的出现。在这一时代，人类社会有了划时代的突飞猛进，特别是青铜器的出现，使生产力有了突破性的进展，从而造成了具有重大历史意义的人类社会第一次大分工：农业和畜牧业的分离。分工的出现，使交换成

为经常性的了。而交换又进一步促进了生产力的发展。在野蛮时代的高级阶段上，出现了铁器和文字，社会生产力水平有了进一步发展，因而产生了人类社会的第二次大分工：手工业和农业的分离。手工业的出现，标志着以交换为目的的生产的出现，同时也形成了生产资料的重新分配：手工业生产资料、土地、畜群和奴隶都成了私有财产，家庭也成为经济实体。从此，交换也更为频繁、更为必要了。

显然，在野蛮时代的高级阶段上，作为商品经济产生的两个条件都已具备了。但是，商品经济的产生并不等于商业的产生，商业的产生还需要一些特殊的条件。交换是先于商品生产而出现的，商品生产是人类社会第二次大分工的产物。商品生产的出现使原有的交换——物物交换完全不相适应了。此时，货币出现了，这是商品交换中划时代的转折，是商品经济内在矛盾发展的必然结果。从此，物物交换转化为以货币为媒介的交换。不论物物交换还是以货币为媒介交换的初期阶段，均是在生产者之间直接进行的。这时，由于生产规模不大，用于交换的产品不多，交换的范围也不十分广阔，因此，生产者肩负生产和交换的双重职责还是可能的，但是随着商品经济的发展，商品生产者就难以承担这个一身而二任的职能了。因为，既从事生产，又从事交换，必然地要占有更多的物力、人力和资金。随着生产和交换矛盾的日益尖锐化，专门从事交换的商人阶级便应运而生了。应当强调的是，在商业的产生中，货币起着特殊的作用，只有在货币出现以后，才有可能出现以卖为目的的买，才有可能出现以追求货币、利润为目的的经商行为。

商业的出现，是人类社会的第三次大分工，也是人类社会由野蛮时代进入文明时代的开始，同时，也是原始社会瓦解和阶级社会产生的重要标志。商业的出现，使商品交换进入了一个新的阶段，从此，简单的商品流通逐步为发达形式的商品流

通所取代。商业的出现，为商品生产者节省了大量宝贵的时间与资金，有力地促进了商品生产的发展。

在自然经济条件下，由于生产的产品主要是为了满足自身的需要，只是在有了剩余之后才拿到市场上进行交换，因此，这时的商品经济虽有发展，但一直处于从属的地位，所以又叫作小商品生产。在小商品生产条件下，商业仅仅在小商品生产者之间起着媒介作用，商人阶级主要的是从富裕农民和小手工业者中分离出来的，他们把积累的货币投资于商业，同时，也包括投资于商业的部分官僚、贵族和奴隶主、地主阶级。他们一方面用“贱买贵卖”的方式占有小商品生产者的剩余产品；另一方面，也往往用欺诈的手法占有奴隶主、封建主从小生产者身上剥夺来的部分剩余产品。商业的发展促进了生产力的发展，同时也促进了自然经济的解体。特别是在封建社会末期，商业对于迅速积聚资本，对于促进小生产的分化起着重要作用，而且商人自身也分化为资本家，从而促进了资本主义生产方式的产生和发展。

在资本主义社会，商品交换深入到社会的一切领域，因而资本主义商业也发展到前所未有的顶峰。商业资本一方面为产业资本实现价值和剩余价值，另一方面和产业资本一起瓜分产业工人创造的剩余价值。在资本主义条件下，由于竞争的尖锐化，由于人们的消费水平、知识水平的提高，商人以欺诈获取利润的手法虽没有完全绝迹，但却已甚为鲜见了。商业资本的存在，对于加速产业资本的周转和利润率的提高有着不可缺少的重要作用，但是商业只有在生产和消费所必要的限度内，才能起到这种作用。在资本主义条件下，由于商业的盲目发展，由于流通环节的重迭和越来越臃肿，造成了生产、流通、消费之间的脱节和矛盾的日益尖锐化。大量商品往往滞留于流通领域而不能实现，结果，在资本主义繁荣的外衣下，导致了周期

性经济危机的爆发。可见，商业一方面促进了资本主义生产方式的建立和发展，另一方面又激化着资本主义的基本矛盾，对资本主义生产关系的瓦解起着推波助澜的作用。

我国社会主义商业萌芽于革命战争时期，建立于建国初期，壮大于对私营商业改造胜利之后。在新民主主义革命阶段，各革命根据地均建立了国营经济(国营经济)和劳动人民的合作经济。为了打破敌人对革命根据地的经济封锁，为了满足革命根据地对必要物资的需要和保证战争的胜利，革命根据地的革命政权必须建立和发展无产阶级自己的商业。其中，公营商业是革命根据地市场的领导力量，如江西革命根据地时期的粮食调剂局、外贸局，抗日战争时期陕甘宁边区的光华商店、盐业公司，冀中军区德茂公司、永茂公司。合作社商业是根据地人民集资经营的，如第一次国内革命战争时期中央苏区的消费合作社和粮食合作社等。革命根据地商业是社会主义商业的萌芽和雏型，它一方面对取得革命战争的胜利发挥了重要作用，另一方面，也为社会主义革命和社会主义建设培养了一批懂商的企业家、经济学家，积累了宝贵的经商经验。

新民主主义革命的胜利，标志着社会主义革命和社会主义建设的开始。社会主义商业是在没收官僚资本商业的基础上逐步建立起来的。在解放战争的胜利进程中，国家就开始没收官僚资本主义商业，使之成为社会主义的国营商业，同时，国家也新建了大批国营商业，从而使得社会主义国营商业得到迅速发展。发展国营商业，特别是首先发展国营批发商业，有着重要意义，一方面使国家迅速掌握了货源，另一方面，也使得国家迅速取得了市场领导权。在发展国营商业的同时，国家还注意扶持和指导了合作社商业的发展。1950年7月，中华全国合作社联合总社的成立，是合作社商业得到迅速发展的重要标志。国营商业和合作社商业的建立与发展的过程，也是它和资本主

义争夺市场领导权斗争的过程。经过反对投机和稳定物价的斗争，“三反”、“五反”的斗争，统购统销的斗争，社会主义商业不断发展和壮大，从而确立了国营商业在国内市场上的领导地位。

1956年完成的对私营商业的改造，使得社会主义商业得到了进一步的发展。对私营商业改造是1953年下半年首先从私营批发商业开始的，国家通过有计划地扩大对私营工业的加工、订货、统购、包销和粮食油料的统购、统销，以及1954年的棉花统购统销，使国家掌握了主要商品的货源，为排挤、代替私营批发商奠定了基础。对私营批发商业改造采取的“留、转、包”形式是成功的，这种形式保证了1955年对私营批发商业改造的胜利。这一年，私营批发营业额仅占全部批发额的44%，这也为对私营零售商业的改造打下了基础。对私营零售商业的改造，是在国民经济恢复时期通过批购、经销、代销等国家资本主义初级形式开始的，这种改造形式为采取国家资本主义的高级形式——公私合营的胜利提供了前提条件。通过个别企业的公私合营，发展到社会主义性质的全行业的公私合营，我国终于在1956年胜利完成了对私营商业的社会主义改造。同时，也把小商小贩组织起来了。社会主义改造的完成，为壮大社会主义商业，为发展商业在大规模社会主义经济建设中的作用，奠定了基础。

三十多年来，我国社会主义商业通过自己的业务活动，承担着引导生产和不断满足人们日益增长的物质、文化、劳务等需要的光荣职责。社会主义商业在自己的业务活动中当然也要取得相应的利润，这不仅是商业自身存在和发展的需要，而且也是资金运动规律的客观反映，但是，社会主义的商业利润不再是属于个人和某个集团所有。社会主义商业所上交的税金是整个社会积累基金和消费基金的重要构成部分，而直接地或间

接地满足着全体人民的需求。企业留成部分，一部分用于职工的生活福利，主要地用于企业的扩大再生产，以便更好地为生产和人民生活服务。大力发展商品经济是我国有计划商品经济的重要任务。发展商品经济既包括发展物质生产部门，也包括发展作为生产与消费媒介的商业部门，既包括发展全民所有制商业，也包括发展集体所有制商业、个体商业以及中外合资商业。必须发展商品生产，必须重视流通和商业的作用，是我国人民通过长期的实践而取得的历史经验。这个经验的取得，由于是在付出了沉痛的代价之后，因此，它的份量就显得更重了。

发展社会主义商业，是发展社会主义商品经济不可缺少的重要环节。商业的产生是商品经济发展的结果，而商业一旦产生之后，又会成为促进商品经济发展的动力。但是，商业毕竟是人类历史上特定时期的一个经济范畴，它随着商品经济的产生而产生，也必将随着商品经济的消亡而消亡。在共产主义的高级阶段，商品交换与商品生产消亡了，商业也将随之消亡。而在这个人类历史上最光辉伟大的时期到来之前，商业的重要作用和历史地位都是不可否认的和不可忽视的。对此，我们必须有一个正确的认识和清醒的头脑。

社会主义商业经济学，正是研究在社会主义商品流通领域中以商业为媒介的经济关系，及其发展规律的部门学科。

社会主义商业在经济活动中所体现的各种经济关系，可以通过社会再生产各环节与交换的关系，集中地体现出来。

社会再生产过程，是由生产、分配、交换、消费这四个环节构成的，其中，生产在四环节中起决定作用。但是，生产并不是目的，生产的目的是为了消费，而在商品经济的条件下，产品的生产者并不就是产品的消费者，因而社会产品的最终实现，并不能采取直接实现的方式，而必须经过分配、交换这样

两个中间环节。社会产品如何分配，即分配的原则、分配的形式是什么，这是由一定的生产关系和社会经济形式来决定的。在生产资料归不同的所有者占有的条件下，商品生产者能不能占有他的产品，以及占有的方式，决定于生产者的社会地位，即决定于他与其他人之间的经济关系。在这样的分配原则下，分配的形式则是由一定的社会经济形式决定的。在商品经济的条件下，分配的形式只能采取货币、价值的形式了。但是，价值形态的货币并不能直接作为消费的对象，无论是生产消费还是生活消费，价值形态的货币均必须转化为实物形态的商品，从而才能使消费成为现实。显然，生产与分配之间，有一个使用价值转化为价值的问题，只有实物形态的商品转化为价值体，社会分配才能进行；而在分配与消费之间，又有一个价值转化为使用价值的问题，只有价值转化为使用价值的商品实体，消费才能最终实现。而担负着价值、使用价值两次相互转化活动的媒介，就是交换。在交换担负转化媒介的过程中，交换与生产、交换与分配、交换与消费的关系自然地成为我们重要的研究对象。

由于我们研究的对象是以商品为媒介的经济关系，因此，仅仅从理论上分析和论证交换与社会再生产其他环节的关系还是很不够的。商业是商品流通的发达形式，是从事商品交换的独立经济部门，因此，我们还必须对商业与其他各经济部门的关系进行研究。

产品从生产向消费的运动，是一个复杂的过程，这个运动过程的完成并不是某一个部门能承担得了的，而只能是国民经济整体运动的结果。商业，作为生产与消费的媒介，时刻都要和参与这个运动的国民经济各部门发生着不可分离的联系。

工业与农业，是从物质生产的部门。物质产品既是消费的实物内容，又是商业媒介的对象，正是从这一点来说，生产

决定消费，生产部门也决定着商业部门。但是，在另一方面，商业也影响着工农业生产，在商品生产条件下，物质生产部门所需要的生产资料和产品实现的市场，只能依赖商业来提供。因此，“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。”^①这里，主要研究它们之间是如何相互影响、相互制约和如何为实现消费、满足消费、创造消费、发展消费而共同促进的。由于国民经济各个部门，都是相互独立的经济实体，都有着各自的物质利益，因此，在共同为消费的实现与服务的过程中，它们之间又存在着一定的矛盾。这些矛盾，特别是在现阶段，它们的表现形式，以及这些矛盾的解决途径，都是十分重要的研究课题。应当承认，在商品经济的条件下，国民经济各个部门之间的经济关系，只能是商品交换的关系，它们之间所发生的经济联系只能采取等价交换的形式，既不能随意调拨，也不能无偿占有。但是，这仅仅是社会主义条件下，国民经济各部门之间关系的一般表现。在生产资料公有制和有计划商品经济体制下，国民经济各部门之间的关系，包括商业同其他经济部门的关系，还具有一定的特殊性。由于商业同社会主义其他各经济部门的生产经营目的都是由社会主义的基本经济规律决定的，因此，它们之间的商品交换关系是建立在共同协作互相促进的基础之上的，而不再是私有制条件下的你死我活尔虞我诈的关系。因此，它们之间所发生的一切矛盾，都可以在有计划商品经济的基础上，通过协商或者通过经济关系的调整得到解决。

在商品经济的条件下，商业同其他经济部门的经济关系，只有通过市场才能充分体现出来，或者说，是通过商业的收购、储存、运输、销售等具体业务活动而体现出来的。物质生产部

^① 《马克思恩格斯全集》第24卷，第144页。

门所能提供的商品量，称为市场商品供给；市场上消费者的货币持有量，称为市场商品需求。商品的供给，基本上是通过商业部门的收购形成的，而商品的需求，则基本上是通过商业部门的销售活动来满足的。商业部门的商品收购，仅仅是物质生产部门产品价值的初步实现，而只有通过销售，商品进入实际消费领域，商品的价值才得到真正的实现。可见，商品销售在商业实现自己与其他经济部门的关系上，有决定性作用。因此，商业在自己的经营活动中，必须树立以销售为中心的指导思想。商品的购买、储存、运输、加工、整理等等都是为了销售，通过销售才能实现商业的媒介职能。通过销售才能使商业存在和不断发展。

商业是发达的商品流通形式，在社会主义条件下，有多种商品流通形式同时存在，其中，国营商业占有主导地位。因此，对社会主义商业的研究，必然地要涉及到不同性质的流通形式、流通渠道和流通环节以及它们之间的相互关系。在一定条件下，由于流通环节的设置问题在节省流通费用、加速流通过程中起着决定性作用，因此，研究商业流通环节的增减规律具有十分重要的意义。

社会主义商业媒介商品交换的职能是通过购、销、运、存等商业基本业务活动来实现的，而具体从事这些基本业务活动的任务，则是由批发商业和零售商业来承担的。因此，不仅要研究购、销、运、存之间的关系，而且还要研究批发商业与零售商业之间，以及它们内部的经济关系。

商业经营活动需要一定的客观条件，这些不可缺少的条件，构成了商业经营的三要素。第一，一定质量与数量的劳动力；第二，一定数量的商业货币资金；第三，商业信息。这三要素在商业经营活动中的地位、作用及其相互关系、质与量的规定性和它们在运动中的规律性（比如商业劳动量的增减规律性、商

业货币资金增殖的规律性、商品信息流通的规律性等等),也是商业经济学研究对象的重要构成部分。

社会主义商业经营活动的最终目的只有一个,即满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。在商品经济的条件下,商业经营活动的最终目的是通过商业经营活动体现出来的。其满足的程度,满足的质量,综合地反映在商业经济效益上,既可以从商业的宏观经济效益上反映出来,也可以从商业的微观经济效益上反映出来。宏观效益和微观效益的有机统一,则是理想的商业经济效益,也是最大的商业经济效益。商业经济效益是商业经营活动的归宿,因而,对商业经济效益的研究也成为商业经济学研究的终止。

由于科学技术的发展和社会生产力水平的提高,商业的物质设备水平和经营管理水平在不断提高之中,商业自身发展运动的规律性及其运动中所体现的经济关系,也在不停地变化、调整和发展着。社会主义商业活动既有商业发展的一般规律性,也有着自己的特殊规律性。因而,研究社会主义商业发展的规律性,必须同时研究其一般规律性和特殊规律性。

社会主义商业经济学是一门十分年轻的学科,在我国,它是五十年代初期由苏联引入并逐步发展而成的。三十年来,我国从事商业经济理论研究的经济学家和理论工作者们对创立中国的这门学科付出了艰巨的劳动,取得了重大的成就,在研究对象、研究方法、体系结构等方面均作出了不可磨灭的贡献。

但是,商业经济学毕竟还是前进中的科学,当它从苏联引入时,便带着产品经济的印迹。从产品经济、半商品经济半产品经济,或半自然经济半商品经济的角度去研究商业经济,以无流通论为指导去研究社会主义商品流通必然造成商业经济学的先天不足:不去研究如何发展社会主义商品经济,却千方百计地想方设法限制商品经济的发展;不去研究如何充分发挥社

会主义商业的作用，却去寻找现阶段消灭商业的途径；不去研究如何按商品经济、市场机制的作用去组织商品流通，而是考虑如何以更彻底的分配方式去取代商品交换，如此等等。所有这一切使得商业经济学科的建设受到了限制和破坏。

除了指导思想上的问题之外，在商业经济学的研究方法上也需要进一步讨论。商业经济学既然是一门研究以商业为媒介的商品流通中经济关系和客观规律的学科，那么，它的任务之一就在于通过这门学科的学习和研究，确立制订社会主义商业政策的理论基础和方法。但是，以往的研究却把政策变成了规律，理论研究成了现实政策的说明书，甚至把商业政策作为商业经济学的研究对象，以政策去说明理论和规律，规律成了供人们梳洗打扮的小姑娘。这种政策图解式的研究方法既不能为制订正确的商业政策提供理论依据和前提条件，同时也不是商业经济学的研究对象。当然，经济科学的研究不能离开现行的经济政策，问题是应当以什么为出发点。可以说，研究的方法论不解决，研究的对象不明确，研究是没有出路的。

指出商业经济学科建设的不足，目的在于进一步加强商业经济学的研究。在当前的形势下，如何改革和发展这门学科？这是需要认真考虑的一个重要问题。

就《中国商业经济学》来说，必须注意这样四个问题：

一、在理论上要破除“三位一体”公式的束缚和影响，牢固树立社会主义有计划商品经济的观点，并以此为理论基础，不断开拓商业经济学的研究范围和领域。社会主义商品流通的计划性，一方面表现在充分发挥国家职能管理部门的作用，控制总供给同总需求的平衡，社会商品购买力同可供量的平衡，从宏观上为最大限度地满足消费需求创造条件；另一方面表现为充分动用各种手段，为流通领域的各种渠道、各种形式、各种组织创造一个平等的经营和竞争环境，为最大限度地满足消

费需求提供微观上的条件。只有建立在社会主义有计划商品经济基础上的商业经济学，才能够突出“商”的特色，才有可能展开商业经济理论的充分研究。

二、在实践上要以社会主义发达的商品经济为出发点。在商品经济的不同发展阶段上，生产和流通的关系不一样，它们各自所包括的内涵和外延也不一样，因而会直接给商业经济学科建设带来影响。只有把出发点建立在社会主义发达商品经济基础上，才会扩大商业经济学的研究视野，从而对经济关系、商业经济活动的规律性展开深入研究，使理论能够指导实践的发展。

三、在研究方法上要注意避免三种倾向：一是用直观经验和感情因素来对待商业实践，造成理论和实践脱节；二是用死抠教条、生搬硬套、玩弄概念、繁琐推理的形式主义思想方法来对待马克思主义商品流通理论；三是把“政企合一”渗透到商品流通中去，从而导致商业经济研究部门化、行政化、政策化，严重影响商业经济学科的科学性。

四、要严格遵守学科本身内涵质和量的规定性。商业经济学只是联系流通领域的生产力(流通力)来研究其经济关系，理论经济学以定性分析为主，定量分析要有一定的限度。一方面我们不能因为理论的拓宽而使商业经济研究对象包罗万象，而削弱商业经济学本身的研究；另一方面又不要因为商品流通领域其他学科的兴起而放弃自己的理论研究阵地。

我们的想法可能是不当的，甚至是错误的。但是，我们认为，即使是错了，作为学科建设中的一个教训，也可使学科建设少走弯路，至少会起到不会再犯我们的错误的作用。这就是我们把这本《中国商业经济学》呈现在读者面前的一个重要目的。

目 录

导言	1
第一章 交换与社会再生产其他各环节的关系	1
第一节 交换与生产的关系	2
第二节 交换与消费的关系	10
第三节 交换与分配的关系	16
第四节 社会主义商业的重要性	23
第二章 社会主义商业与国民经济其他各部门的关系	26
第一节 商业与工业的关系	26
第二节 商业与农业的关系	31
第三节 商业与财政金融的关系	39
第四节 商业与交通运输的关系	44
第五节 国内商业与对外贸易的关系	49
第三章 社会主义统一市场	55
第一节 统一市场的形成	55
第二节 社会主义市场的竞争	62
第三节 国营商业在市场上的主导作用	68
第四章 社会主义市场的供给与需求	75
第一节 社会主义市场的供求形式	75
第二节 商品的供给量与需求量	81
第三节 有计划组织市场商品供求平衡	89
第五章 社会主义商品流通	101

第一节	流通形式·····	101
第二节	流通渠道·····	105
第三节	流通环节·····	110
第六章	社会主义商业体制·····	118
第一节	所有制结构·····	118
第二节	流通体制·····	124
第三节	管理体制·····	131
第四节	商业体制改革的指导思想·····	140
第七章	社会主义商业职能及其实现方式·····	145
第一节	社会主义商业职能·····	145
第二节	社会主义批发商业·····	150
第三节	社会主义零售商业·····	158
第四节	社会主义商业经营及规律·····	170
第八章	社会主义商业劳动·····	183
第一节	社会主义商业劳动的性质·····	183
第二节	社会主义商业劳动量的规定性·····	187
第三节	社会主义商业劳动报酬·····	197
第九章	社会主义商业资金·····	207
第一节	商业资金的性质及其作用·····	207
第二节	商业货币投资增殖的规律性·····	214
第十章	社会主义商业信息·····	221
第一节	商业信息的内容和作用·····	221
第二节	商业信息机制及作用的条件·····	228
第三节	商业信息系统和信息网络·····	234
第十一章	社会主义商业经济效益·····	242
第一节	商业经济效益的内容及其评价·····	242
第二节	宏观经济效益和微观经济效益·····	252
第三节	规模经济效益和布局经济效益·····	260