

经济学中青年学者丛书



中外商业比较

刘兴倍等 / 编著

中国财政经济出版社

财经出版专项资金资助
经济学中青年学者丛书

中 外 商 业 比 较

刘兴倍 等编著

0255/07

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中外商业比较/刘兴倍等编著. - 北京: 中国财政经济出版社, 1998. 10

(财经出版专项资金资助经济学中青年学者丛书)

ISBN 7-5005-3923-1

I. 中… II. 刘… III. 商业经济-对比研究-中国、国外
IV. F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 21731 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

e-mail: cfeph@dre.gov.cn.net

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

发行处电话: 64033095 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 11.75 印张 280 000 字

1999 年 1 月第 1 版 1999 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1—1555 定价: 24.00 元

ISBN 7-5005-3923-1/F·3581

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

本书是“财政部部属院校财经专著出版专项资金”资助的项目之一。该专项资金由财政部人事教育司和中国财政经济出版社联合出资设立，用于资助财政部部属院校财经专著的出版。财政部人事教育司和中国财政经济出版社联合组成专项资金管理委员会，负责资助选题计划的制定、资金使用等方面的决策。管理委员会由中国财政经济出版社社长杨天赐同志任主任委员，财政部人事教育司副司长王建国同志任副主任委员，孙伟生、苏金秀、余蔚平、张立宪、洪钢、贾杰等同志任委员。管理委员会聘请有关专家组成专家委员会，负责资助出版项目的评估、审定和提出资助金额的意见，并为资助选题计划提供咨询。专家委员会由解学智教授任主任委员，杨天赐教授任副主任委员，王朝才、艾洪德、李俊生、余蔚平、张中华、罗林、秦荣生、聂培尧、夏大慰等同志任委员。设立“财政部部属院校财经专著出版专项资金”的目的，是鼓励财经理论研究，提高财政部部属院校的教学、科研水平，繁荣财经学术著作出版。由于受管理委员会组成人员水平和有关条件的限制，这项工作可能还存在许多不足，对此，欢迎批评、指正。

财政部部属院校财经专著
出版专项资金管理委员会

一九九八年八月

前 言

商业是独立于产业资本循环体系之外的商业资本的特定活动，是以交易方式实现流通的经济活动，是国民经济中一个重要的部门。现代商业是具有时代气息，融新形式、新方法、新技术于一体的流通业，是一个庞大的产业部门，包括一切商品和劳务买卖有关的交换活动，具有系统优势和规模优势。商业对于科技的进步、社会经济的发展、经济体制的转变、群众生活水平的提高、生活方式和消费习惯以及文化观念的改变具有不可低估的作用。

商业作为一种重要的经济活动，其产生和发展、管理和经营、主体和机制等都有一定的客观规律。经济发达国家之所以发展快、效果好、国力强，就是驾驭并顺应了这些客观规律及其要求。我国在实现从传统计划经济体制向社会主义市场经济体制根本性转变过程中，就要根据马克思关于管理二重性理论，通过比较研究，从发达国家（地区）商业的现代管理之法、经营之本、理财之道中得到一个有益的启发和借鉴，从而推进我国大商业、商业现代化的进程，提高我国商业在社会再生产中的地位，充分发挥我国商业在经济发展和经济体制根本转变过程中的积极作用。

用比较研究的方法，探索社会经济运动的规律，发现商业经济活动的历史必然发展趋势，达到“相互借鉴，取长补短，迎头赶上，携手前进，共同发展”，是本书的目的。我国尚处于社会

主义初级阶段，属发展中国家，建立社会主义市场经济体制是我国经济体制改革的目标模式。现在世界上有 160 多个国家（地区）搞市场经济，全部比较研究无必要，只能有选择地研究对中国改革有参考价值的某些经济发达国家（地区），主要是美国、日本、德国、法国、英国、澳大利亚等国有关重视发展商业的经验。

现代商业是一个庞大的产业部门，其内涵十分广阔，被称为“大商业”。在我国，它不仅包括商业部、供销合作社和粮食部系统所进行的商品流通活动，而且包括了物资系统、图书发行系统、外贸外经系统；不仅直指商贸系统的经营活动，而且泛指了社会上所有从事商品流通业务的企业和个人即“社会商业”；不仅指有形商品的经营活动，还涵盖了无形的服务产品和精神产品（如服务、餐饮、旅游、文化娱乐等）的经营活动；不仅指批发站（部）、百货店、专业店、便民店，还包括商业企业集团、跨国公司、股份公司、连锁经营、超级市场、商品交易市场。总之，社会商品流通活动已突破了计划经济条件下部门、系统、地区的限制，扩展到全社会、国内外，发展为“大商业”。这也是经济发达国家的共同经验。因此，本书的内容体系理应相当庞大。但鉴于篇幅、时间和能力所限，这里仅就商业的产生与发展、市场的特点和运行规则、市场价格、商业体制、商业结构、商业经营类型、商业业态、商业企业营销、商业政策法规、商业发展趋势等十个主要方面进行了粗浅的比较研究，具有厚今薄古、内外结合、内容广泛、重点突出、资料丰富、对比鲜明、通俗易懂等七个特点。

“比较商业学”是比较经济学的一个分支，在我国基本上还是一个空白。用比较的方法，研究各种经济社会，由来已久。但是，用比较研究的方法，探索经济社会运动的规律性，则始于马

克思和恩格斯。而作为一门学科——《比较经济学》却是产生于十月革命前苏联社会主义经济制度诞生以后，发展于第二次世界大战后一系列社会主义国家的出现之后。在我国，长期以来，比较经济学由于种种原因，没有得到应有的发展。自从1978年党的十一届三中全会提出“改革开放”方针后，由于经济改革和发展的需要，比较经济学日益引起广泛重视，有了自己的“比较经济学”，各种分支学科相继产生，诸如比较财政学、比较税收学、比较会计学、比较审计学、比较投资学、比较营销学、比较企业制度、比较对外贸易等，而在商业经济领域，仅是就其某几个具体问题以论文的形式进行过比较研究，尚未形成一个比较完整、全面的学科体系。“比较商业学”在江西财经大学率先开设课程并形成一部书，仅是一个有益的探索。摆在读者面前的这本书，是“比较商业学”的处女作，也属第一作者在对硕士研究生讲课的讲稿基础上所形成的专著。其体系及内容直至写作技巧都有待专家学者的赐教，以期充实、提高。

本书适用范围广泛。既可作为有关研究人员的研究使用，也可作为大专院校硕士研究生、本科生产业经济、贸易经济、国际经济专业课程的教学用书，还可以作为各类成人教育及各级商务干部的培训教材和从事商务工作的各类人员的自学读本。

本书由刘兴倍策划并提出写作纲要。参加撰稿的有：刘兴倍（前言、第一、二、七、八、十章）、陈富良（第五、六、九章）、余春根（第三章）、吴登开（第四章）。全书由刘兴倍总纂、修改定稿。

本书在策划和成稿过程，江西财经大学刘林熙、廖进球、伍世安教授提供了有较高参考价值的意见。黄文华同志提供部分有关资料。湛兰香、杨玉华、陈英、林鸿、黄永生、程福庆、赖文骏、许曲、李攀、匡泉元、刘作洪、鲍青青等同志帮助收集整理

资料，誊抄输入。江西省人民政府决策咨询委员会副主任、原江西省社会科学院副院长彭聚先研究员作了序。在本书出版发行之际，一并致以诚挚的感谢。

书中的缺点和不妥之处，敬请广大读者批评、指正。

作 者

一九九八年二月于江西财大蛟桥园

序

在我国，用中外比较的方法系统地研究经济问题，是改革开放后近一、二十年才逐步开展的；由此所形成的比较经济学，也是一门较年轻的学科。但这门学科一经出现，就受到人们的重视，得到迅速的发展；其分支学科如比较财政学、比较税收学、比较会计学、比较投资学等等，也相继产生。在经济学界中，用中外比较的方法研究经济问题的人也越来越多，甚至成为一些人常用的方法。现在，由刘兴倍等同志编著的《中外商业比较》一书，又与读者见面了。在比较经济学的园地里，又出现了一枝新的鲜艳的花朵。比较经济学及其诸分支学科的这种欣欣向荣的状况，再次证明了科学研究上的一条人们熟知的原理：现实的需要，是推动理论发展的强大动力。正是我国改革开放现实的需要，推动着比较经济学及其诸分支学科的发展。《中外商业比较》的出版，也正适应了我国商业战线改革开放实践的需要。

为了建立新的社会主义市场经济体制，我们需要吸取西方经济学的一些理论观点，借鉴西方市场经济发达国家的经验。在这种需要的推动下，我国自改革开放以来，在经济学界中迅速出现了一股“外国热”。这种热潮，历经近20年，至今热度未减。它极大地开阔了人们的视野，与过去对外国（主要是西方国家）的经济理论和实践经验一概采取排斥的态度相比，这无疑是一大进步。但也应看到，在这股热潮中，对外国的经济理论和实践，介绍者众，分析者少，能作深入分析者更少。有些人，以实行“拿

来主义”为借口，对西方国家的东西照搬照套；以介绍代替研究，以模仿代替借鉴。应当说，这并不是对待外国的真正的科学的态度。在改革开放后的一段时间里，出现这种情况是难免的，也是可以理解的。随着改革的深化，如果我们仍然停留在介绍多于分析或以介绍代替研究的水平上，就不能适应改革深化的需要了。要学习外国，热情是应当有的，介绍也仍然是需要的，但不能只停留在这个浅的层面上。我们讲“拿来”，第一要有选择，这就需要进行比较和研究，以取其可用者；第二要有提炼和加工，使其能适应我们的条件，能为我所用。决不能不加选择，不讲条件，一概照搬。要有更多的理性，要有冷静的头脑，要有科学的态度和方法；要分析不同国家各自的条件，认识经济发展的共同规律和不同社会条件、不同国别的特殊规律。在这个基础上，吸取外国先进的经验，以及西方经济理论中反映共同发展规律的部分；并需研究如何结合我国实际，为我所用。要做到这些，就需要中外比较研究。比较研究，是科学地研究外国的方法之一；也是认识经济发展与社会条件的关系，从而认识经济发展规律的有效途径。因此，应当大力提倡比较研究；并希望有更多的中外比较研究的新成果出现。

刘兴倍等同志的《中外商业比较》，是在商业领域进行比较研究的新成果；是作者的一部力作。作者长期在高等财经院校开设《比较商业学》，对中外商业有深入研究。本书也可看作是作者多年教学、科研的积累、提炼和总结，厚积而薄发。当前国内比较商业学尚处于初创阶段，本书的作者走在了前列，进行了开创性的研究。在本书中，已初步形成了比较商业学的较完整的体系，内容充实、观点新颖、富有时代气息。在比较经济学的诸分支学科中，与财政、税收、会计、投资、银行等领域相比，商业领域中的比较研究相对滞后，成果较少。本书的出版，在一定程

度上弥补了这方面的不足。

更值得一提的是，本书是集体的成果，作者大都是中青年同志，在他们的身上，我既看到了研究的热情，又看到了冷静的思考，这是难能可贵的。有热情才能在科学的道路上不畏艰险、勇往直前，敢于攀登；而保持冷静的头脑，才能有科学的态度，求知求真，不人云亦云。祝愿他们百尺竿头，更进一步，继续努力，不断有更多更好的新的成果问世。

彭聚先

1998年2月10日于南昌

目 录

第一章 商业的产生和发展.....	(1)
第一节 商业的产生.....	(1)
第二节 商业的发展.....	(16)
第三节 现代商业的特征.....	(36)
第二章 市场的特点和运行规则.....	(41)
第一节 市场的主要特点.....	(41)
第二节 市场的运行规则.....	(57)
第三节 市场的发展趋势.....	(72)
第三章 市场价格.....	(87)
第一节 价格形成理论.....	(87)
第二节 价格管理体制.....	(99)
第三节 农产品价格政策.....	(115)
第四章 商业管理体制.....	(126)
第一节 商业行政管理体制.....	(127)
第二节 商业企业管理体制.....	(145)
第三节 商业中介组织.....	(154)
第五章 商业结构.....	(166)
第一节 商品流通网络结构.....	(166)
第二节 商业所有制结构.....	(172)
第三节 商业行业结构.....	(178)
第四节 商业规模结构.....	(183)

第六章 商业经营类型与业态·····	(186)
第一节 批发商业经营类型·····	(186)
第二节 零售商业经营类型·····	(193)
第三节 商业交易方式·····	(199)
第四节 商业组织形态·····	(207)
第七章 商业企业营销(上)·····	(214)
第一节 企业营销模式·····	(214)
第二节 企业营销观念·····	(228)
第八章 商业企业营销(下)·····	(248)
第一节 企业促销策略·····	(248)
第二节 企业经营战略·····	(274)
第九章 商业政策法规·····	(303)
第一节 中国商业政策法规·····	(304)
第二节 外国商业政策法规·····	(313)
第十章 商业发展趋势·····	(319)
第一节 商业发展的整体趋势·····	(319)
第二节 批发商业发展的趋势·····	(339)
第三节 零售商业发展的趋势·····	(348)
参考文献·····	(360)

第一章 商业的产生和发展

中外商业比较的重点在于现状。然而我们又必须遵循历史唯物主义的要求，首先比较商业的产生和发展史，以便比较系统地看到中外商业的基本轮廓。本章主要比较中外商业的产生、发展和现代商业的特征。

第一节 商业的产生

一、中国商业的产生

(一) 中国商业产生的过程及其特点

中国商业的产生经历了漫长的发展过程。这个过程大致可以分为三个阶段：物物交换阶段；简单商品流通阶段；发达的商品流通阶段。

物物交换大约是在原始社会野蛮时代的中级阶段出现的。在这以前，由于社会生产力极其低下，人类靠采集为主，共同劳动，平均分配，没有剩余物，没有社会分工，因而没有交换，当然也没有商业。后来，到了四五万年前，以一个氏族为生产和生活的基本单位的社会组织——氏族公社出现并在距今二三万年进入到母系氏族社会以后，生产力有了提高，人们不但会制造种类更多、适应性更强、比较细小精制的各式各样的石器，而且又发明了制造骨器的技术；打猎成为普遍的劳动部门，偶尔也有了剩

余产品，不同部落之间发生了原始的、偶然的交换。随着生产力的发展，距今大约六、七千年前，人类社会发生了第一次社会大分工，农业和畜牧业分离开来，剩余产品增多，氏族内部产品私有化出现，部落之间的交换发展为部落成员之间的交换，偶然交换变成了经常交换。它的公式是 $W-W$ ，即商品和商品直接交换。它有三个特点：第一，让渡行为和占有行为是统一的；第二，交换时间和空间是统一的；第三，这种交换形式只反映两个不同生产者之间的关系。

简单商品流通大约产生在原始社会野蛮时代的高级阶段，即我国距今约五千年以前的父系氏族社会以后。这个时代社会分工有了进步，不仅畜牧业、农业有了进一步发展，而且手工业也发展起来，并逐步脱离农业，成为独立的专门行业。这就是人类社会第二次分工。手工业的出现就是商品生产的出现。为交换而生产的手工业产品源源不断地涌现到市场上，要求尽快让渡出去，于是货币产生了，使原来的物物交换变为以货币为媒介的交换。其公式是： $W-G-W$ ，即从商品到货币，再从货币到商品。其特点也有三：第一，让渡行为和占有行为相分离；第二，一次交换成了两次交换；第三，直接交换变成了间接交换。

发达商品流通的出现大约是在原始社会的末期、奴隶社会的初期，即我国距今约 2300—2200 年的尧、舜时代（即原始社会向奴隶社会过渡的阶段）。在物物交换阶段和简单商品流通阶段，商品生产者既要生产商品，又要出售商品。随着商品经济的扩大，从事商品生产的时间和出售商品的时间就有了矛盾。这种矛盾随着商品生产和商品交换的扩大越来越突出。因此，商品生产者客观上要求有人专门承担商品的出售，以使生产时间不受损失。另一方面，在过去的商品生产和交换中，有一部分氏族首领、奴隶主和富裕的小商品生产者积累了一部分货币，他们专门

购进商品再去出卖，这种为卖而买、先买后卖的活动就成了商业活动。这样，社会上出现了一种专门从事商品交换的行业——商业。与此相适应，产生了“一个不从事生产而只从事产品交换的阶级——商人”^①。这就是人类社会第三次大分工。商业和商人的出现标志着商品交换形式的进一步发展。商品交换由商人作中介，由商品—货币—商品发展为货币—商品—货币。这种由商人的买卖活动媒介成的商品交换形式称为发达的商品流通，即商业。其公式是 $G-W-G' (G + \Delta G)$ ，即从货币到商品，再从商品到货币。其特点有四：第一，交换的次序是从买开始，以卖结束。简单商品流通的次序恰好相反；第二，以商品为中介，同一商品换位两次。而简单商品流通以货币为中介，同一货币换位两次；第三，交换的目的是为卖而买，最终是为了价值的增值，追求 G' 和 G 的差额 ΔG 。而简单商品流通是为买而卖，最终是为了换得不同的使用价值；第四，反映的关系复杂，不仅要反映商人同生产者、消费者的关系，还要反映商人之间的关系。而简单商品流通只反映不同生产者之间的关系。

（二）商业产生过程三个阶段（或三种形式）之间的区别与联系

从商业产生的过程可以看出，先有商品交换，后有商品生产，它们都是在人类社会和生产发展到一定历史阶段上出现的。商品交换和商品生产的产生都必须同时具备两个基础条件：一是社会分工，即不同生产者分别从事不同的产品生产；二是生产资料和劳动产品归不同所有者所有。商业的产生还需要第三个条件，就是货币的出现，只有出现了货币，才能把商品交换分解为“卖”和“买”两个独立过程，商业存在才有可能。当然，商业

^① 《马克思恩格斯选集》，第4卷，第162页。

产生仅有这些基本条件还不够，还必须有其他一些特殊的社会经济条件：社会分工的继续发展，商品交换规模的日益扩大；交通的发达，地区之间的交换关系和经济联系可以适当延伸到遥远的地方；商品交换的集中点——城市的兴起等。商业就是在具备了这些基本条件和一些特殊的社会经济条件后，才从生产中分离出来，成为一个专门行业的。

但是，我们还应当看到，商业产业过程的三个阶段（或三种形式）既有联系又有区别。它们的主要区别在于：物物交换是最古老最原始的交换形式。交换是两个生产者之间直接进行的，在同一时间、同一地点完成产品的交换；交换没有中间媒介物——货币参加；交换的目的是为满足各自在使用价值上的需要。简单商品流通是在物物交换基础上发展起来的。交换是在两个或两个以上生产者之间进行的。买和卖在时间、地点均可分解为两个或两个以上的独立过程；交换以货币为媒介；交换的目的是为买而卖。发达商品流通是在前两种交换形式基础上发展起来的。交换以货币为媒介，通过商人完成的；交换的目的是为卖而买，获得货币的增值。它们的联系在于：三种交换形式在人类历史上是依次出现的，出现后又都同时并列存在；后一种交换形式出现，前一种交换形式逐渐削弱，而后一种交换形式逐步占主导地位而得以发展。

商业产生出来，是人类历史的进步，具有重大的历史意义：有利于社会劳动时间的节约；有利于社会资金的节约；有利于物资的流通、市场的扩大；有利于自然经济的瓦解。

二、外国商业的产生

（一）外国商业产生的途径

历史实践告诉我们，在商品生产出现之前，商品交换已先存