

中国商业 管理学

杨岳全 著

经济科学出版社

中国商业管理学

杨 岳 全 著

经济科学出版社

一九九一年·北京

责任编辑：沈 莹
责任校对：刘 萍
封面设计：卜建晨
版式设计：代小卫

中国商业管理学

杨 岳 全 著

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
北京市平谷县大华山印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开 12.25印张 310000字
1991年12月第一版 1991年12月第一次印刷
印数：0001—8000册

ISBN 7-5058-0459-6/F·371 定价：5.90 元

目 录

导言	1
一、建立中国商业管理学的必要性	1
二、中国商业管理学的研究对象	3
三、中国商业管理学的体系结构	5
四、中国商业管理学的研究方法	6

第一篇 商业管理概述

第一章 商业管理基础	9
第一节 商业管理的意义	9
第二节 商业管理的性质	11
第三节 商业管理的职能	15
第四节 商业管理的任务	17
第五节 商业管理的方法	20
第六节 商业管理的原则	27

第二篇 商业宏观管理

第二章 商品供求平衡管理	33
第一节 商品供求平衡管理的意义	33
第二节 商品供给与需求	34
第三节 实现供求平衡的主要途径	39
第三章 商业规模与结构管理	44
第一节 商业规模管理	44
第二节 商业结构管理	47
第四章 商业组织管理	58

第一节	商业组织管理的基本原则	58
第二节	商业行政管理机构	60
第三节	商业经济管理机构	61
第四节	商业企业的类型	63
第五章	商业网点布局管理	67
第一节	工业品批发商业网的分布	67
第二节	城市零售商业网的分布	70
第三节	农村零售商业网的分布	74
第四节	农产品收购商业网的分布	77
第六章	商品经营管理	81
第一节	粮食商品经营管理	81
第二节	蔬菜商品经营管理	87
第三节	肉蛋禽商品经营管理	90
第四节	果品经营管理	92
第五节	针纺织品经营管理	94
第六节	百货文化用品经营管理	99
第七节	化肥农药商品经营管理	102
第八节	棉花商品经营管理	103
第九节	土副商品经营管理	106
第十节	废旧物资经营管理	109
第十一节	专卖商品经营管理	111
第七章	商品价格管理	113
第一节	商品价格管理的意义和任务	113
第二节	商品价格制定的管理	115
第三节	商品价格调整的管理	123
第四节	商品价格的监督与检查	131

第三篇 商业微观管理

第八章	商业企业计划管理	137
第一节	商业企业计划管理的意义和任务	137
第二节	商业企业调查和预测	141

第三节	商业企业计划的种类·····	147
第四节	商业企业计划的编制·····	149
第九章	商业企业业务管理·····	155
第一节	工业品批发企业业务管理·····	155
第二节	农副产品收购企业业务管理·····	167
第三节	零售企业业务管理·····	175
第四节	商品储存和运输管理·····	189
第十章	商业企业劳动管理·····	201
第一节	商业企业劳动管理的特点和任务·····	201
第二节	合理组织商业企业职工劳动·····	207
第三节	商业企业劳动定额与定员·····	210
第四节	商业企业劳动用工的主要形式·····	213
第五节	商业企业劳动报酬·····	216
第六节	商业企业劳动保护与培养·····	221
第十一章	商业企业物质技术设施管理·····	224
第一节	商业企业物质技术设施管理的重要性·····	224
第二节	商店设计管理·····	226
第三节	商店设备管理·····	231
第四节	实现商业企业物质技术设施的现代化·····	237
第十二章	商业企业财务管理·····	240
第一节	商业企业财务管理的内容和任务·····	240
第二节	商业企业资金管理·····	242
第三节	商业企业费用管理·····	251
第四节	商业企业利润管理·····	255
第五节	商业企业经济核算·····	258
第六节	商业企业经济效益·····	261
第十三章	商业企业组织机构·····	267
第一节	组织机构的作用和原则·····	267
第二节	商业企业管理机构的部门划分·····	271
第三节	商业企业管理机构的层次划分·····	274
第四节	商业企业管理机构模式·····	278

第四篇 特种商业管理

第十四章	物资商业管理	283
第一节	物资的种类及流通特点	283
第二节	物资管理体制	287
第三节	物资计划管理	293
第四节	物资购销方法	298
第十五章	劳务商业管理	306
第一节	劳务的分类和流通特点	306
第二节	劳务商业管理体制	309
第十六章	涉外商业管理	313
第一节	国际商品贸易管理	313
第二节	国际技术转让管理	325
第三节	国际经济合作管理	332
第四节	对外贸易管理体制	338
第十七章	厂商产品销售管理	345
第一节	销售管理的作用	345
第二节	销售渠道管理	347
第三节	销售宣传管理	356
第四节	销售服务管理	360
第五节	销售组织管理	363
第十八章	集市贸易管理	368
第一节	集市贸易存在的必要性和作用	368
第二节	集市贸易管理的原则	372
第三节	集市贸易管理的内容	374
第四节	集市贸易管理的方法	378

导 言

一、建立中国商业管理学的必要性

目前，研究我国商业管理的著作，大体可分为以下几类：商业经济学、物资经济学、劳务经济学、对外贸易管理学、商业企业管理学、物资企业管理学、饭店管理学等。这些科学著作对于深入研究我国商业管理各个领域的问题起了十分重要的作用，对专门从事该方面实际工作的人员给予了极大地帮助。但是，美中不足的是，不能给人一个关于中国商业管理的总体概念，使读者不能掌握中国商业管理的全局，也就是说，知道商业不知道物资，知道物资不知道劳务，知道劳务不知道外贸，知道宏观不知道微观，反之亦然。尤其对综合性大学来说，更是如此，因为综合性大学课程开设没有那么细。与此同时，对经济管理人员、对企业管理人员、对教学科研人员、对大专院校的学生，也都是一种尚未满足的需求。因此，建立一个能总揽我国商业管理全局的中国商业管理学，把握我国商品交换的总格局，促进社会主义商品经济的运行，既是一件有益的工作，也是一件迫在眉睫的任务。

需要说明的是，这里所指的商业是一个广泛的概念，是指以中间商为主体，同时又包括生产者所从事的商品销售活动。具体地说，包括商业、物资、劳务、外贸、厂商和集市贸易等。

建立中国商业管理学具有十分重要的意义：

1. 建立中国商业管理学是发展社会主义商业经济的客观要求。

我国经济是有计划的商品经济，要发展社会主义商品经济，

除了大力发展社会主义商品生产以外，还要大力发展社会主义商业。因为商业是社会主义再生产的一个重要环节，是连接生产和消费的桥梁和纽带，没有商业，生产就无法进行，正象没有生产，交换也不复存在一样。而要发展商业，就要加强商业管理，通过各种科学管理方法，使我国商业经济运行科学化、规范化、效率化、效益化。所以，能够在调查研究和科学分析的基础上，产生一部反映中国商业管理全貌的中国商业管理学教科书，是发展社会主义商品经济的客观要求。

2. 建立中国商业管理学，也是社会主义商业实践的客观要求。

目前，我国商品销售领域有商业系统、物资系统、外贸系统、工商局系统、生产企业的产品销售，农村乡镇企业和农民个人的商品销售活动。长期以来，这些不同的商业领域在党和国家方针政策的指引下，在促进社会主义生产和满足人民群众生活需要中起了十分重要的作用。但是，由于经济管理体制和商业管理体制上的某些弊端，也相继在不同程度上出现了商业与物资、内贸与外贸、宏观与微观、计划与市场、速度与效益、城市商业与农村商业的矛盾，从而影响生产的发展和人民生活需要的满足。因此，为了更好地促进社会主义商品经济的发展，提高人民群众的生活水平，加强商业管理，从总体上协调商业活动，也是一个亟待解决的问题。所以，建立中国商业管理学也是我国商业实践发展的必然要求。

3. 建立中国商业管理学，也是商业企业经营管理的客观要求。

我国商业企业是属于社会主义性质的商业企业，其经营活动即购、销、调、存业务是在国家计划、方针政策的指导下进行的。一方面，国家要对企业的经营活动进行指导，另一方面，企业也要适应外部环境的要求。长期以来，我国商业企业在执行其购销职能，完成商品流通任务中发挥了较好的作用，取得了很大的成绩。但是，也有许多企业经济效益不高，管理水平很低，未

能完成国家计划，甚至产生偏离社会主义方向的倾向，这除了企业内部原因之外，也和宏观调控有密切关系，使宏观和微观在某些方面相脱离。因此，建立中国商业管理学，有利于宏观与微观的协调，有利于社会主义商业企业经营活动的发展，有利于社会主义商业经济的运行，有利于整个国民经济的发展。

4. 建立中国商业管理学，是繁荣社会主义商业管理学科的客观要求。

如前所述，长期以来，我国商业管理领域，出现了许多研究某一对象的管理学科，这是从事商业理论研究的仁人志士共同努力的结果。但是从总体上看，研究中国商业管理的学科还比较少。另外，从内容上看，也出现了与政治经济学，以及各门学科相互交叉重复的现象。所以，建立中国商业管理学科，填补了商业管理科学领域的空白，也试图从内容上加以精简，留下“干货”，从而有利于我国商业管理学科研究的蓬勃发展。

5. 建立中国商业管理学，是培养高级商业管理人才的客观要求。

要实现我国社会主义现代化，就必须要有大批经济管理人才，其中商业管理人才是重要方面。在商业管理人才中，尤其缺乏高级专门人才，来领略国民经济的全局，指挥商业经济的运行，提高商业经济的效益。而建立中国商业管理学，必然有利于高级商业管理人才的培养。

二、中国商业管理学的研究对象

中国商业管理学是一门部门经济学，它是中国商业管理的基本理论，研究的领域是中国社会主义商品流通，这个领域既包括消费品流通，又包括生产资料流通，以及对外商品流通等。

中国商业管理学的研究对象是研究在中国商品流通管理中所发生的经济关系。因为在中国商业经济管理活动过程中，要发生一系列经济关系，这些经济关系主要包括两个方面，一方面是人

与人的关系，另一方面是人与物的关系。

人与人的关系是指在商业经济管理过程中人与人之间在商品品种、质量、数量、花色、价格、时间、空间等方面的关系，其实质是经济利益关系。这种关系的主要内容是在商品销售过程中的商业与消费者或用户的关系；在商品流通过程中的批发企业之间的关系，批发企业与零售企业的关系；在商品购进时的工业与商业的关系，农业与商业的关系；在经营成果上的国家、地方、企业和个人之间的关系；在经营业务中的责、权、利关系等。所有这些关系都表现为人与人的关系，人与人的关系是商业管理要着重处理的关系。

在商业管理中，除了处理人与人之间的关系外，还要处理人与物之间的关系，因为在商业管理中，除了要和人打交道，还要和物打交道。商业管理的目的就是要正确处理人与人之间的关系，合理地利用人、财、物，科学地组织商品流通，以最少的劳动消耗，取得最大的经济效益，这就要安排好人与物之间的比例关系。这种关系包括：合理地设置商业网点，合理地确定商业规模，加强商品流通的计划性，合理组织商业劳动，合理配备商业物资技术设备，加强商业企业财务管理等。应该强调，正确处理商业管理中人与物之间的关系，这是商品流通有计划发展规律的客观要求，因为在商品管理中，本身就要求保持各方面的比例关系，使商业管理中人与物之间的比例保持平衡。

同其他学科一样，中国商业管理学也有其研究的任务。中国商业管理学研究的根本任务就是要在研究商品流通管理过程中，在研究经济关系（包括交换关系、分配关系、生产力配备）的同时，揭示中国商业管理的客观规律，从而更加自觉地按照客观规律办事，加强社会主义商业管理，以适应社会主义商品经济发展的客观需要。中国商业管理的客观规律主要包括以下方面：第一，社会主义国家国民经济管理的客观规律在商业管理中的作用。例如计划管理、组织管理、控制和调节、监察等；宏观经济

管理、微观经济管理、宏观与微观的协调管理；国民经济的近期管理，国民经济的中期管理，国民经济的长期管理等。这些规律都将在中国商业管理过程中发挥作用。第二，商业管理过程中自身的客观规律。主要包括：商品供求平衡规律、商品分配规律、商品合理流向规律、商品自愿让渡规律等。这些规律是商品流通和商业管理中的特有规律，无疑是指导商业管理活动的客观规律。第三，各类商品或各类商业特有的规律。主要包括粮食、棉花、蔬菜、副食品、纺织品、百货、化肥、机械、汽车、技术、原料等，以及劳务商业、厂商、外贸、集市贸易。这些商品和这些特殊的商业类型在其流通和管理过程中都有自身所特有的规律，它们从不同的方面制约着商业管理活动。以上是中国商业管理所揭示的客观规律，也是中国商业管理学的任务。中国商业管理学只有全面地揭示这些规律，才能完成中国商业管理学的基本任务，达到本书的目的。

由于中国商业管理活动是在党和国家的方针政策指导下进行的，所以，中国商业管理学在其研究内容中，还应该包括对党和国家有关方针政策等上层建筑的研究，以便更好地贯彻执行党和国家商业管理的方针政策，坚持我国商业活动的社会主义方向，发挥其在社会主义现代化建设中的作用。另外，由于生产力标准是衡量社会生产关系乃至上层建筑适应与否的客观标准，也是确定商业管理原则、商业管理模式的出发点和归宿，因此，中国商业管理学除了研究上层建筑以外，还应该研究社会生产力，特别是流通领域的生产力，例如商业网点、商业物质技术设备等，以实现商业管理现代化。

三、中国商业管理学的体系结构

中国商业管理的客观实践决定中国商业管理学的内容。中国商业管理的基本实践活动就是从社会主义经济发展出发，保证商

业经济的正常运行，从而发挥其在社会主义再生产中的作用。为此，中国商业管理学的主要内容应该包括以下几个部分：

第一，总论部分。主要从总体上论述商业管理的一般理论，包括商业管理的必要性，商业管理的性质、职能、任务和方法，以及商业管理的基本原则等。其目的在于确立商业管理的科学基础或理论前提。

第二，商业宏观管理。也就是国家怎样管理商业，目的在于阐明国家管理商业的主要内容及规律。这部分主要包括：商品供求平衡管理、商业规模管理、商业结构管理、商业组织管理、商业网点规划、商品经营管理、商品价格管理等。

第三，商业微观管理。也就是商业企业管理，这部分主要阐明商业微观管理的内容和规律。主要包括：商业企业计划管理，商业企业业务管理，商业企业劳动管理，商业企业财务管理，商业企业物质技术设备管理，商业企业的组织机构。

第四，特种商业管理。特种商业是在一般商业的基础上派生出来的商业形式。这类商业管理主要包括以下内容：物资商业管理，劳务商业管理，涉外商业管理，厂商产品销售管理和农村集市贸易。本书的目的，在于揭示这类商业和一般商业在经营管理上的不同之处，说明这类商业的管理活动规律。

到此为止，就全面而系统地阐明了中国商业管理学的内容，也全面而系统地反映了中国商业管理的实际活动，从而达到预定的目的。所以，中国商业管理学的基本思路是从商业管理的一般原理出发，通过论述商业宏观管理，商业微观管理，最后阐明各种类型特种商业管理，来保证我国社会主义商业经济活动的协调发展和正常运行。

四、中国商业管理学的研究方法

同其他学科一样，中国商业管理学研究的基本方法仍然是马

克思主义的唯物辩证法，这主要表现在，中国商业管理学在其研究过程中，要从中国的实际出发，来研究中国商业管理的客观规律，要从商业与生产，商业与消费，商业宏观与微观的联系中研究中国商业管理问题，既看到国民经济各部门对商业发展的要求，又看到商业发展对国民经济的促进作用。与此同时，还要从我国商业管理的历史发展中掌握商业管理的客观规律。

中国商业管理学在其研究过程中，还有其具体的研究方法。这些研究方法是：

第一，研究方法与叙述方法相结合。研究方法是指从实际出发，通过调查研究，大量地占有资料，通过分析和比较，经过抽象以后形成概念，再上升到理论。而叙述方法则是指从概念出发，通过逻辑推理和证明，从而推导出与研究方法相同的结论。中国商业管理学在其研究过程中充分体现了这两种方法的结合。

第二，宏观研究与微观研究相结合。这种研究方法是中国商业管理学研究的重要方法。因为中国商业管理学是专门研究中国商业经济运行的，只研究宏观管理而不研究微观管理，是不能研究商业经济运行的，因为实际的购、销、调、存业务还主要靠企业来进行。相反，只研究微观不研究宏观，微观经济活动也运行不起来，因为没有宏观的控制和协调，微观将是一片混乱，所以，只有把二者结合起来研究，才能真正实现社会主义商业经济的运行。另外，在社会主义条件下，宏观和微观既是矛盾的，又是统一的，它体现了全局与局部，国家与企业，目前与长远的关系。宏观研究与微观研究相结合的研究方法，体现了社会主义国家商业管理的客观要求。

第三，定性分析与定量分析相结合。因为在商业管理活动中，任何一种管理业务都有其质的规定性，以体现这一事物与那一事物的区别，从而把握事物的本质，这是我们分析商业管理活动所不可缺少的工具。但是，仅有定性分析还不够，因为任何事物还有一个发展规模和速度问题，也就是量的关系，为了切实把

握某一事物的发展变化规律，提高商业管理水平，除了运用质的分析方法之外，还要用量的分析方法，这就是定量分析法。所以，在商业管理理论研究中，只有把二者结合起来，实现定性分析与定量分析的统一，才能更好地掌握事物的发展规律，才能提高科学管理的水平，达到预期的目的。

以上是我们讲的中国商业管理学建立的必要性、研究对象、体系结构和研究方法。需要说明的是，由于我国正处在社会主义初级阶段，在商品流通过程中，由于全方位的经济体制和政治体制改革的现状，使商业体制还处在一个新旧体制交替的过程中，在这种情况下，还不可能建立一套十分完备的中国商业管理学体系。因此，我们只能从实际出发，根据现有的认识，来设计中国商业管理学的理论框架。显然，这是一种探索性的工作。

复习思考题

1. 为什么要建立中国商业管理学？
2. 中国商业管理学的研究对象是什么？
3. 中国商业管理学的主要内容有哪些？
4. 中国商业管理学的研究方法是什么？

| 第 | 一 | 篇 |

商业管理概述

第一章 商业管理基础

第一节 商业管理的意义

所谓商业管理，是指按照客观经济规律的要求，遵照社会主义原则，运用科学方法，对商业经济活动过程进行计划、组织、指挥、监督和调节，达到最有效地使用人力、物力和财力，实现最佳的经济效益和社会效益。

商业管理有其必然性，这是因为，管理就其一般意义来说，是共同劳动的客观要求，凡是共同劳动，都必然有管理，因为在共同劳动的情况下，劳动者既有分工，又有协作，这种特点决定了只有在统一计划、组织、指挥、监督和调节下，才能使劳动力和劳动工具得到合理地使用，也才能真正保证劳动过程的顺利进行。马克思说：“一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动……所产生的各种一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥。”^①一个乐队需要指挥，“就象在战场上不能缺少将军的命令一样”。^②马克思的话深刻地说明了管理是共同劳动中不可缺少的一种社会机能。

社会主义商业所以需要管理，就商业企业来说，其业务过程

①② 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第367页。

包括进、销、运、存四个环节，而且每一个环节又是由若干工序、工种所组成，如果没有一定的分工与协作，就将是一片混乱，有了一定的分工与协作，没有统一的指挥和监督，也将一事无成，可见，管理是商业企业正常运转的必要条件。

社会主义商业所以需要管理，就商业部门来说，它是由若干个具有不同性质的商业企业所组成，包括批发商业、零售商业、代理商业、进出口商业、仓储企业、运输企业、消费品商业、生产资料商业、饮食服务商业等。社会主义商业所以具有这些不同的商业企业类型，这也是由于社会主义商品流通是人们共同性的劳动，最终还是由社会生产和社会消费决定的，没有这种分工和协作，流通也将是一片混乱，有了这种分工与协作，就必须要有统一的组织和指挥，否则，也将一事无成。可见，管理是商业部门正常运转的必要条件。

社会主义商业所以需要管理，就整个社会经济来说也是十分必要的。因为就整个社会生产过程和整个国民经济来说，一方面社会生产过程分为生产、分配、交换和消费四个环节，这四个环节本身就是一个不可分离的有机整体，也就是说它们之间必须保证一定的比例和协调，才能使社会再生产过程顺利进行，这就不能不借助管理。可见，管理是进行社会再生产所必需的重要条件。另一方面，整个国民经济分为工业部门、农业部门、交通运输部门、建筑部门、商业部门、教育部门、文化部门等，这些部门之间实际也是一种分工与协作关系，各自完成各自的任务，只有各负其责，才能保证国民经济的正常运行，而要正常运行，只有进行管理，正确处理商业部门与国民经济其他各部门之间的关系。可见，管理也是整个国民经济发展的需要。

社会主义商业所以需要管理，还在于它的社会主义性质，因为社会主义商业管理，不仅是对商品经营过程的管理，而且是对其经营方向、经营宗旨的管理。大家知道，社会主义社会仍然是一个阶级社会，它是由资本主义社会脱胎出来的，因此，旧社会