

商业经济师资格考试

必读

中国商业出版社

商业经济师资格考试必读

本书编写组



中国商业出版社

(京)新登字 073 号

责任编辑 刘树林
责任校对 李继华

商业经济师资格考试必读

本书编写组

*

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内大街报国寺1号)

邮政编码:100053

新华书店科技发行所经销

天津市宝坻县第四印刷厂印刷

850×1168 毫米 大 32 开 16.75 印张 44.2 千字

1993 年 9 月第 1 版 1993 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—8100 册 定价:13.50 元

ISBN7—5044—1762—9/F·1104

13.2
F72.5-44
561

前 言

经济师资格由评议改为考试,这是我国专业技术队伍管理、使用制度的重大改革。为了适应广大考生参加首届全国商业经济中级资格考试的需要,帮助考生有重点、有针对性地学习和掌握人事部全国职称考试指导中心颁布的《全国商业经济中级资格考试大纲》及统编教材的基本内容,以利于商业行业人才的培养、选拔和使用,国内贸易部系统有关高等院校的著名专家、教授根据考试大纲和统编教材组织编写了《商业经济师资格考试必读》一书。

本书包括商业经济基础知识、商业经济专业知识与实务两部分,其中第二部分又分商品购销业务知识与实务、商业物流业务知识与实务两个科目(即两小部分)。书中除对《考试大纲》所列内容详细论述外,还包括:①内容提要,论述《大纲》和《教材》中的重点、难点和疑点。②复习题、练习题并备有详细答案。③题型练习,配有举例和答案。

本书是与《全国商业经济中级资格考试大纲》和统编教材相配套的辅导材料,可以帮助考生在短时间内抓住重点,攻克难点,增强记忆,强化模拟演练,掌握各种应试技巧,是广大考生的良师益友。

相信本书一定会受到广大考生的喜爱和好评。

编 者

目 录

第一部分 商业经济基础知识

一、商业的概述	(1)
二、市场商品供求关系	(35)
三、商品价格	(44)
四、商业企业	(78)
五、市场信息、调查与预测	(116)
六、市场营销战略与策略	(139)
七、商业企业经济效益	(152)

第二部分 商业经济专业知识与实务

科目：商品购销业务知识与实务	(163)
----------------------	-------

一、商品采购	(163)
二、商品销售	(193)
三、贸易洽谈	(222)
四、商品储运	(259)
五、经营活动分析	(303)

科目：商业物流业务知识与实务	(357)
----------------------	-------

一、物流概述	(357)
二、商品储存	(380)
三、商品运输	(424)
四、配送	(461)
五、包装	(487)
六、装卸搬运	(504)
七、物流活动分析	(507)

第一部分 商业经济基础知识

一、商业的概述

(一)考试大纲

1. 商业的特点和地位

(1)商品交换和商品流通

(2)商业的特点

(3)商业的地位

2. 商业的结构

(1)商业结构的重要性

(2)商业的所有制结构

(3)商业的区域结构

(二)内容提要

商业经济中级资格考试大纲中,一即为商业的概述。它的内容分为两部分:

1. 商业的特点和地位。它概述了三个问题:(1)商品交换和商品流通;(2)社会主义商业的性质和特点;(3)商业在社会再生产中的“中介”地位和商业在国民经济中的重要作用。第一节概述的这三个问题,都是马克思主义关于商业的基本理论、基本概念和基础知识,直接关系到我国当前商业改革中一些重大实践。所以,学习和掌握商品交换与商品流通的基本理论、基本概念、基础知识,不仅在于总结过去,而且还要对当前以至今后的工作起借鉴、指导作用;学习商业的性质和特点,不仅在于认识商业的性质,还取决于它内在的经济关系的性质,即生产关系的性质,还要认识在我国现阶段,我国的商业是建立在生产资料社会主义公有制的主体基础

上的商业。社会主义公有制商业必须改革,但是,社会主义商业较之资本主义商业具有根本不同的性质和特点;商业处于社会再生产的“中介”地位,商业是促使自然经济、产品经济向商品经济、市场经济转化的动力,是联结生产与消费的纽带,是沟通城乡、地区、民族以及国内外商品交换的桥梁。同时,商业是第三产业的一个重点行业,对促进第三产业的兴起和发展具有重大作用。

2. 商业的结构。它概述了三个内容紧密联系的问题:(1)概述了商业结构的重要性;(2)概述了商业的所有制结构;(3)概述了商业的区域结构。商业结构是一个极其重要而又十分复杂的问题,是构成商品交换行为主体之间及各要素之间的比例关系和经济联系。它是国民经济总体结构的有机组成部分,也是保证国家经济建设协调发展的重要条件。商业作为国民经济的一个重要部门和重要行业,它的经营规模与发展,总要受到国民经济比例的影响和制约。而商业结构是否合理,不仅会影响商业自身的发展,也必然会影响到国民经济的发展,所以,了解商业结构的重要性,了解调整商业结构的方向和原则,了解商业结构合理化的基本对策是重要的;要研究商业结构,首先必须研究商业的所有制结构,商业所有制结构是商业结构的基础和主要内容。商业所有制结构是商业社会性质的基本标志。人们判断商业的性质,其根本标志是看生产资料归谁所有,而判明社会商业的性质,则主要看哪一种生产资料占有形式在社会商业中占主导地位。在我国社会主义经济建设中,国有商业和供销合作社商业一起共同构成市场的主体,而国有商业在我国商品流通中则处于主导地位,这既是社会主义社会的性质所决定,也是我国生产力发展水平的客观要求。国有商业和供销社商业在我国城乡市场的主渠道作用必须得到充分发挥,经营机制必须根本转换,商业的体制改革必须坚持,同时,在改革中也必须配合以必要的外部条件;商业的区域结构主要是指按经济区域设置的商业机构,这里主要指批发机构、贸易中心及各种类型的贸易集团公司,用以适应按经济区域组织商品流通的基本要求。商业批

发机构是组织城乡、地区之间商品流通的枢纽,它的设置必须考虑到地区特点,适应商品流通发展的实际需要,为促进建设社会主义市场经济新体制下的大市场、大流通、大商业服务。

商业是商品交换的发达形式。商业作为一种专门从事商品交换和商品流通的经济行业,是与商品经济相联系的历史现象。它不仅是商品交换、商品生产发展的产物,也是商品经济发展的重要条件。商业的这种特殊作用——按照马克思主义经济原理,是由交换在社会再生产过程中的地位所决定的,而在商品经济条件下,商品交换和商品流通作用的发挥,又是通过商业活动来完成的。因此,《商业的概述》这一章的指导思想是,我们不仅要研究商业的特殊性,研究在中国这个特定的环境、社会主义公有制这个特定的条件和 1949 年建国以来,1979 年党的十一届三中全会以来的特定时间,商品流通过程中各种经济关系及其运动规律;同时,也要研究商业的共性,把握历史发展的连续性,了解商业的产生和发展过程,以及在一般商品经济条件下商业运动的共同规律和普遍形式。本着这种指导思想,根据考试大纲的精神要求,结合我国现实状况,这一章的中心内容,就是要紧紧抓住商业的基本理论与实践,商业的基础知识与商业改革,为促进加快经济建设服务。具体内容主要包括:社会分工与商品交换,商人、商业与商品经济,中国的社会主义商业(包括建国初期的商业,商业的性质和特征,商业的中介地位,商业的职能、结构等)。

1. 社会分工与商品交换

(1)分工产生交换。由于生产力低下,早期的原始人本能地集中在一起,用群体的力量提高适应自然、对付自然的能力,财产公有,共同劳动,人人平等,共同消费,度过了人类漫长的幼年时期。第一次社会大分工,在农业部落与畜牧业部落之间出现了偶然的物物交换。随着原始人劳动经验的积累和农、牧业经济的发展,使手工业从农业中分离出来,完成了人类历史上第二次社会大分工,这就使业已存在的交换,从偶然变为自然,从偶尔的行为变为经常

的活动。父系氏族公社的瓦解,个体经济单位——家庭的形成,私有制随即与之孪生问世。私有制的产生,使商品生产和商品交换真正广泛地发展起来,从氏族之间以及到氏族内部,人们把自己的剩余物品或专门为交换而生产的商品投向因地区不同、行业差异而形成的互通有无的市场。当然,这时的交换仍是直接的物物交换,处于商品交换的低级阶段,即简单商品阶段。

(2)社会分工是商品生产发展的基础。这在当时主要表现为:

第一、行业之间的分工。农业、畜牧业、手工业之间的分工,特别是手工业及其内部各行业之间的分工进一步发展,出现了越来越多、越来越细的手工业行业。

第二、生产过程的分工。许多行业内部生产过程的不同工序已开始出现分工。

第三、劳动性质的分工。即脑力劳动和体力劳动的分工。

奴隶社会分工的全方位发展,创造了不同劳动者之间进行商品交换的需求,同时也创造了分工得以实现的社会物质条件。商品交换的基础日益牢固,规模日益扩大。许多人专门从事商品交换活动,使商品交换从经常性活动变为特殊性活动,出现了第三次社会大分工。商业从生产领域分离出来,成为独立的社会经济部门,又反过来促使商品生产和商品交换日益发展起来。各奴隶制国家间的发展,原始状态的“国际”分工,其互通有无的结果,形成了“国际”间的商品交换,古开罗城、巴比伦城、雅典城,无不聚集着欧亚非各洲的商人,而地中海沿岸的腓尼基商人更是以从事国际贸易而闻名于世。

(3)国际分工促进国际商品流通的发展。封建社会末期,商品经济的发展要求打破只限于满足帝王将相所需的以奢侈品为主的狭窄的国内市场。新航线开通和发现美洲大陆之后,西欧殖民主义者通过暴力和超经济强制手段,在亚非拉广大落后国家和地区开采矿藏并推行种植园经济,以工业制成品交换这些国家和地区的农产品和矿产品,形成宗主国与殖民地之间的特殊分工,即工业制

成品与初级产品的分工。17 世纪资产阶级在英国取得胜利,对商品生产和商品交换的巨大促进作用是不言而喻的。18、19 世纪,欧美主要国家不但先后完成了资产阶级革命,而且完成了工业革命,以瓦特蒸气机为代表的大机器工业代替了传统的手工业,分工更加细密,生产能力成倍增大,达到国内市场相对来说十分窄小、不得不开拓国际市场的程度。国际市场的商品交换也创造了使商品交换得以顺利实现的交通运输业,众多的远航货轮和环绕陆上和海底的铁路、公路,使运输时间大为缩短,运输费用降低,运输能力大大提高,以致小麦、煤炭、矿石、棉毛以及动、植物等都成了国际分工的内容,商品交换成千倍地增加。这种日益增长的商品交换成为摧毁一切野蛮落后民族闭关锁国的重炮,把世界都卷入商品经济的旋涡,被迫参与国际分工。第二次世界大战后的 60 年代所爆发的科技革命,以电子为代表的新兴工业迅速崛起,国际生产日益专业化,商品日益多样翻新,李嘉图的比较成本学说逐渐被人们忘怀,使得同类同种商品也成了国际分工的内容,参加国际商品交换。

由此可见,社会分工是商品交换的基础,没有社会分工就没有商品交换。但仅仅有了社会分工还不够,还必须有私有制作为另一个必备的前提条件。社会分工越是深入,私有化程度越是提高,商品交换也就越加发展,它们共同构成商品生产和商品交换存在和发展的基本条件。

2. 商人、商业与商品经济

(1)商人的产生和历史作用。两次社会大分工和私有制形成之后,商品交换已经产生并开始初步发展,但在相当长的一个时期内还处于简单商品交换阶段,完成交换任务的还是由生产者自己承担。“日中为市,致天下之民,承天下之货,交易而退,各得其所”,这是《易经》的形象生动的概括描绘,恰好说明了生产者同时兼任着流通的职能,集生产和销售于一身,还没有出现独立于不同生产者之间起中介作用的专业商人。进入奴隶社会,人类从蒙昧野蛮中脱

胎出来,开始了文明历史的新纪元。商品交换活动从规模上,数量上、频率上和地域上都达到了相当的程度和水平,直接的物物交换,使交易双方在各自消费特点上均受到时间上、空间上的限制,已远远不能适应商品交换活动的需要,发展着的商品交换强烈地呼唤着固定充当一般等价物的货币来到世间。

(2)我国早期商业发展的特殊性。早在春秋战国时期,我国就进入了封建社会,自然经济虽然居于统治地位,工商业在整个社会经济中仅占一小部分,但同西欧封建社会相比,不但早了一千年,而且不知要发达多少倍。到了唐宋时期,繁荣的商业更是欧洲无法比拟的。然而,古老的中华帝国,在历史车轮又转了近千年后,仍然没有实质变化,不得被置于欧洲人的炮舰之下,受其凌辱与宰割。深入考察中国商业不难发现,中国早熟发达的商业,具有明显的虚假性和畸形性。大量充斥市场的商品几乎都是农民的剩余物,根本不属于商品生产,所以不论是五谷丰登之秋,还是天灾人祸之年,都不过是为调济余缺,按照必要的使用价值,或完纳封建租赋而取得某些货币。城市手工业者、小作坊或手工工场的产品,其市场占有率也并不高。就城乡贩运商业来看,基本上是农产品和家庭手工业产品单项流入城市,而很少有回头货返销农村。农民产品虽然也进入市场并通过了商业形式,但这种商业只充当了完成封建剥削的手段,商业的繁荣在很大程度上反映的是封建赋税的扩大和封建经济的成熟,不完全代表商品经济的发展。可见,我国古代商业虽然常常表现出一派繁荣景象,但它是特定历史条件下的虚假繁荣,不完全是社会分工发展的结果,是商业使产品变成了商品。

(3)商品经济的共性。尽管如此,在不同国家、不同地区存在着发展的差异,但商品经济作为一个历史范畴,是不可逾越的,而且必须具有以下几个共同特点:

①为交换而生产,这是商品经济的最基本的特征。商品经济的生产和再生产,不是为生产者自己生产或生活消费,而是为他人或

社会提供特定的使用价值。商品必须全面转手,进行交换,因此,商业的存在就成为商品经济的基本条件。

②要以市场为中心,这是商品经济的特征所决定的。作为为交换而生产的产品,生产出来以后,必须通过市场销售出去,才能完成生产活动的全过程。因此,正如列宁同志所说:“哪里有社会分工和商品生产,哪里就有市场。”从市场出发,以市场为中心,就成为商品经济的最主要的特征。

③实行等价交换,这是商品经济的基本原则。“商品是天生的平等派。”以承认商品生产者和经营者的经济利益为前提,在交换中,只能以生产商品的社会必要劳动为标准,进行等价交换。所有商品生产者和经营者的关系,只能是平等自愿、等价交换的经济关系。

④竞争是商品经济普遍存在的经济现象。哪里有商品经济,哪里就有市场,哪里就存在着竞争,充满着竞争。通过竞争承认差别,调节利益,达到鼓励先进,鞭策落后,推动商品经济的发展。

3. 中国的社会主义商业

(1)建国初期的商业。中国的社会主义商业,是在原解放区公营商业和合作社商业的基础上,通过国家投资,农民入股集资,没收官僚商业资本和实现对资本主义商业的社会主义改造而建立和发展壮大起来的。建国初期,为了遏制旧中国遗留下来的恶性通货膨胀,稳定市场物价,安定人民生活,为恢复和发展社会经济创造市场条件,必须建立和发展强大的社会主义国营商业和合作社商业。1950年3月政务院发布了《关于统一全国国营贸易实施办法的决定》,统一了全国贸易工作,建立了全国性的专业公司,进行了空前的物资大调运,在重点城市市场大量投放商品,国营商业很快控制了市场,物价趋于稳定。从此,初步形成了在国营经济领导下的以服务于人民生活和发展生产为目的的市场。与此同时,国营商业由分散管理转向统一集中。1952年底,在全国范围内基本形成了统一的国营商业体系。从1953年起,在统一领导、分级管理的

原则下,实行按经济区域设置一、二、三级批发机构,商品分级管理,核定资金和经济核算制的体制。进入计划建设时期,面对经济建设规模扩大,城市人口激增,商品粮销售大大突破计划,粮食投机商抬价抢购,与国营粮食部门争夺市场的严峻形势,1953年12月开始,国家实行粮食统购统销。随后,国家对其他主要农副产品和部分重要工业品实行多种形式的购销政策。1954年开始的加工订货、统购包销、统购统销、统一收购、派购、预购等购销方式,既是国营商业收购工农业产品的形式,也是国家对资本主义工商业实行利用、限制、改造政策,以及把分散的小农经济、个体工商业等纳入国家计划轨道的政策措施。到1955年末,资本主义批发商业基本上被国营商业排挤、代替。1956年,全国掀起公私合营高潮,改造任务基本完成,国营商业和合作社商业在商品流通领域中占据了主导地位,从此,中国商业结构发生了根本性变化。

(2)社会主义商业的性质和特征。商业的性质,决定于生产关系的性质。生产关系的性质主要表现为:生产资料所有制的形式,人们在生产中的相互关系以及产品分配形式。其中,所有制的形式又是基本的、主要的因素。中国社会主义改造的完成,国营商业和供销合作社商业在城乡市场占据主导地位,说明中国的社会主义商业已经建立起来了,中国的商业结构已经发生了根本性的巨大变化。中国公有制商业的建立和确定,从根本上说,它比资本主义商业具有完全不同的特征和无可比拟的优越性:

①中国的社会主义商业是为人民谋利益的商业。社会主义商业的经营目的,不是单纯为了追求利润,而是满足群众需要,服从人民利益。社会主义商业在经营过程中,也要讲究经济效果,也要取得一定利润,但绝不是唯利是图,绝不是经营活动的唯一目的;

②中国的社会主义商业是在国家统一方针政策指导和管理下进行的,绝不是不要严格的宏观调控和国家方针政策的指导,对商业活动中的假、冒、伪、劣商品及坑、蒙、拐、骗的经营方法坚决抵制,绝不留情;

③中国的社会主义商业经营范围,并不是无边际的包罗一切,而是有明确的经营范围的。资本主义的商品经营的包罗万象、冷酷无情的拜金主义,极端自私的个人主义,同中国商业的社会主义性质是根本不相容的;

④由于中国社会主义商业的根本出发点是满足人民需要,服从人民根本利益,因而,它可以做到不断改善经营管理,转换经营机制,提高服务质量,合理设置商业机构,合理组织商品流通。社会主义商业的本质同资本主义商业的寄生性、腐朽性、浪费性是根本对立和排斥的。

(3)商业的中介地位。商业,包括社会主义商业在内,在社会再生产过程中,处于生产与生产、生产与消费之间的中介地位,是再生产的中间环节。商业的地位是由商品交换在社会再生产中的地位所决定的。一切社会的再生产过程,都是由生产、分配、交换、消费四个环节有机组成。它们相互联系,相互制约,相互影响,构成了一个统一总体的各个环节。在这个统一体内,生产是最根本的决定因素,决定着交换、分配和消费。没有生产,就没有可供消费以及需要交换和分配的生产物。同时,交换、分配和消费也反作用于生产。交换处于再生产过程的中间环节,它不仅直接影响生产,还通过对分配、消费的影响间接地反作用于再生产的整个过程。

①商业与生产的关系,本质上体现交换与生产的关系。在商业与生产关系中有一个认识深化过程。在小商品生产条件下,商业作为商品交换的媒介,作为简单的再售卖过程,只是生产与消费的中间环节,交换只能依赖生产,被生产所决定,交换的规模、结构和速度,完全取决于生产,生产居于主导地位。没有交换,生产也能进行,而没有生产,交换就失去基础,交换便不能发生。因此,它是决定与被决定的关系。随着商品生产的发展,产品是为交换而生产的,没有商品生产,就没有商品交换;而没有商品交换,商品生产就失去意义。社会再生产过程是生产过程和流通过程的统一,流通既是前一过程的终结,被生产所决定,又是后一生产过程的起点,决

定着生产。因此,商品生产和商品交换作为商品经济的集合要素,是互为条件、互相决定的。把小生产条件下生产与交换的关系同社会化大生产条件下生产与交换的关系混同起来是错误的、有害的。正确的结论,应该是“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”(马克思语)。在商品经济条件下,生产与交换的依存关系,都是以对方的生存发展为条件。

②商业与分配的关系,是交换与分配关系的体现。交换和分配都是社会再生产的中间环节,但它们是两个不同的独立的经济过程,都有自己的运动形式、特点和规律。它们的关系是互相制约、互相促进的关系。分配对交换的制约主要表现在两个方面。一是社会的产品分配状况;二是国民收入分配和再分配。

社会产品的分配,制约着交换的规模和结构。在生产水平既定的情况下,产品是否投入市场用于交换,以及交换占产品总量的比重,则受到分配状况的制约。国民收入的分配和再分配制约着交换的规模和结构。国民收入的分配和再分配是一个错综复杂的经济运动过程,经过多次分解、集合和调整,最终表现为积累基金和消费基金的两种用途。在我国,国民收入经过物质资料生产领域的初次分配,作为广大劳动者的原始收入,形成潜在的购买力,制约着交换的基本规模。经过税收、价格、利率、保险等再分配手段,对原始再分配进行调节再分配,引起货币收入在国家、群众之间,城乡劳动者之间,以及企业之间,地区之间进行再分配,从而制约着交换的结构和规模。

交换也影响着分配。交换对分配的影响,主要表现在:交换关系着分配的实现;交换制约着分配的深度和广度;交换的职能通过价格的调整与波动,增加或减少参与交换双方的收入,起到国民收入再分配的调节作用。

③商业与消费的关系。在社会再生产过程中,消费是终点,交换表现为中间环节,它们是相互依赖、相互制约和相互影响的关系。商业与消费的关系是交换与消费在社会再生产过程中的关系

的体现。没有生产就没有消费,没有消费也就没有生产。作为专门从事交换职能的商业,它既受生产所决定,又为消费所决定。商业的存在和发展受到消费的多方面的制约和影响。商业与消费的关系是商品经济社会存在的最大量、最普遍的商品交换关系。

消费对交换的制约作用主要表现为:一是消费直接引起交换。没有消费,就没有交换;没有消费,已经引起的交换也不可能继续进行。消费为交换提供了现实的商品需求,成为交换存在的前提条件;二是消费决定着交换的目的。任何一种生产归根到底是为了消费(不管是直接的还是间接的)。因此,消费不仅决定生产的目的,也决定着交换的目的。当然,这种目的在商品发展的不同阶段表现的形式和内容是不同的。在物物交换阶段,表现为消费目的与交换目的的直接性;在简单商品流通中,表现为消费目的与交换目的的间接性;在发达的商品流通中,消费目的与交换目的有其曲折性;在社会主义条件下,由于生产目的的一致性,决定着交换的目的是直接为了消费,被消费的目的所决定;三是消费制约着交换的规模和结构;四是消费方式和行为影响交换方式的变化。

交换对消费的制约作用主要表现为:一是交换实现消费的需求。满足消费的根本出路在于发展生产,但在商品货币关系条件下,商品性的消费只能经过交换才能实现。在一定的生产条件下,消费需求能否实现,能在多大程度上实现,要取决于交换的条件;二是交换制约着消费结构及其变化。消费结构的形成受多种因素的影响,除生产结构和收入水平决定着消费结构外,交换也是重要的因素。交换结构包括交换的商品结构和组织结构。商品结构是一种多元化、多层次、多形式的商品集合体系,商品结构是否与消费结构一致,直接影响着消费需求的满足程度和消费结构的变化,交换的组织结构包括商业的所有制结构、网点的行业结构和空间结构,从交换的形式、方式、时间和空间影响消费需要的实现程度。交换结构对消费结构变化的影响,还通过商品的比价及其变化来调节购买力的投向,鼓励消费什么、抑制什么,来促使新的消费结

构的形成和变化趋向；三是交换制约着消费的形式和方法；四是交换制约着消费效益。包括经济效益和时间效益。

(4)商业的职能。商业职能是商业在社会再生产中的地位所决定,是商业的职责和机能的综合的、本质的表现。

①交换职能。这是商业的最主要、最基本的职能。商品经济是为交换而生产的经济,生产目的是否实现,在多大程度上实现,要取决于交换的深度和广度。而交换的任务在发达的商品流通条件下,是由专门从事商品交换的行业来完成的。因此,“商人的职能是通过买卖来交换商品”、“商业职能是专门对商品交换起中介作用”(马克思语)。商业媒介交换的职能是通过商品的二次交换来实现的。第一次交换是先买后卖,通过收购活动,以商业收购资金为媒介,实现商品从生产到流通、从商品到货币的转化;第二次交换是买为了卖,通过销售活动,变商品为货币,收回垫付的资金并使其增殖,促进商品由流通到消费的转移,完成交换的全过程,最终实现商品与货币的统一。

②调节职能。这是指通过商业活动,促进生产与消费在观念上的结合,时空的统一,实物上的满足,从而完成扩大商品需求,引起创造供给的协调和统一。

③融资职能。商业的资金融通职能,是商业在组织商品流通活动中派生出来的一种职能。

④风险职能。这也是商业的一种派生职能。商业风险是商品流通中普遍存在的经济现象,是指商品从生产领域到消费领域的转移过程中,由于客观条件的变化,可能给商业蒙受损失或将丧失所期待的利益。承担风险是商业的重要职能。商业风险包括:流通事故风险、价格波动风险、物资风险、信用风险和外汇风险。

(5)商业结构。商业结构是国民经济总体结构的有机组成部分,也是保证国家经济协调发展的重要条件。商业结构主要包括商业所有制结构、行业结构和规模结构、地区结构等。

①商业所有制结构。主要结构是指构成商业行为主体的群体