



工业企业购销管理

葛长库 王杨 主编

中国物资出版社

前 言

工业企业的购销管理是经营管理活动中极为重要的环节与业务内容，在社会主义商品经济逐步发达与完善的历史条件下，市场经营实质上包涵着企业的购和销两个方面，购销成果直接决定着企业经营状态，因此，现代工业企业均十分重视购销活动。

为提高企业购销业务人员与管理人员的市场意识，提高购销管理水平，我们近年来先后举办过企业购销活动和购销管理的培训，通过培训我们了解到编写一本扼要论述企业购销管理的书是很有意义的，于是在有关部门领导的支持和关怀下，编写了这本《工业企业购销管理》。

本书既着眼于高校教学需要，同时也兼顾到企业有关管理干部自学和工作参考。

参加本书编写的有：葛长庠（第一、五章）、王阿娜（第二、八章）、黄静（第三、四章）、王杨（第六、七章）、杜庆明（第九、十章）。全书由葛长庠、王杨联合主编。

限于作者学术水平与业务能力，本书在编写中疏漏和错误之处在所难免，欢迎读者批评指正。编写过程中我们得到东北财经大学、大连大学及辽宁省物资学校领导的关怀和支持，也得到企业界一些朋友的帮助，在此一并致谢。

编 者

目 录

前言

第一篇 社会主义商品市场	1
第一章 社会主义商品市场概述	1
第一节 商品市场的一般认识	1
第二节 生产资料市场	11
第三节 消费品市场	27
第四节 工业品市场销售	38
第五节 市场开发策略	47
第二章 市场调查与预测	52
第一节 市场调查的意义、内容与步骤	52
第二节 市场调查的类型和市场信息	60
第三节 市场调查的方法	63
第四节 市场预测的意义、内容与步骤	68
第五节 市场预测的分类和原则	72
第六节 市场预测的方法	75
第三章 市场与商品的使用价值	101
第一节 市场对商品使用价值的基本要求	101
第二节 产品经济寿命与产品更新	109
第三节 产品开发与市场经营	120
第四节 商品的商标	132
第五节 现代市场对商品包装装潢的基本 要求	140

第四章 企业的公共关系	147
第一节 公共关系概述	147
第二节 工业企业生产经营过程与公共 关系	157
第三节 企业公共关系的工作途径	162
第二章 物资采购与供应	171
第五章 工业企业物资管理概述	171
第一节 物资管理的意义和任务	171
第二节 企业内部物资供应与发送	179
第三节 物资节约	188
第四节 企业物资管理的组织与制度	202
第六章 工业企业物资供应计划	212
第一节 工业企业物资供应计划概述	212
第二节 工业企业物资供应计划的编算	224
第三节 企业物资计划审批、执行与修订	256
第七章 物资采购	259
第一节 物资采购的基本原则	259
第二节 物资订货与采购	263
第三节 订货合同	287
第四节 物资调剂	300
第五节 采购员	303
第三篇 工业企业产品销售	309
第八章 工业企业经营决策	309
第一节 经营决策概述	310
第二节 决策的内容、步骤及原则	313
第三节 决策的科学基础	321
第四节 决策方法	325

第九章 产品定价策略	346
第一节 价格的基本范畴	346
第二节 价格形式	355
第三节 定价目标	357
第四节 定价程序	362
第五节 市场价格理论	363
第六节 定价策略	379
第十章 工业品市场销售策略	394
第一节 销售渠道	394
第二节 促进销售策略	403
第三节 广告策略	407
第四节 人员推销	417
第五节 营业推广	423
第六节 销售服务	426

第一篇 社会主义 商品市场

第一章 社会主义商品市场概述

第一节 商品市场的一般认识

一、商品市场的由来与发展

纵观人类历史，伴随社会生产力的不断发展，在商品经济日趋成熟的过程中，市场作为商品经济的产物，经历着由初级到高级，由雏形到逐步完善的过程。

从原始社会后期到现在，人类文明已有五千余年的历史。在这段历史时期内，生产力的不断发展导致整个社会的分工，随着社会分工的发展开始，促使物物交换成为经常性的社会经济活动。这种具有明确的时间和地点的共同的物物交换，实际上标志着原始市场的形成。在我国古典文献《易经》中，记载着这种初级形式的市场，即“日中为市”的“市”。“市”中交换范围的扩大，使得物物交换形式逐步演变为以某种商品为媒介的交换，这种作为中介的商品即为马克思所说的“一般等价物”，并由此进而演变成货币。货币

的出现不仅标志着商品流通的正式问世，同时还有力地推动着商品生产的发展。

一般地讲，奴隶社会和封建社会中的商品生产只是小规模的商品生产，与之适应的即为有局限的地方市场；商品生产的进一步发展产生了资本主义社会，资本主义制度极大地解放了社会生产力，促进了商品生产的高度发展，与之相适应，市场也表现出其发展历史上的空前规模和发展速度。

在我国，虽然市场雏形早已形成，但是长达二千多年的封建社会阻滞了商品经济的发展。特别是1840年鸦片战争以后，帝国主义的入侵，使我国陷入半封建半殖民地状态，造成经济停滞落后，阻碍了市场的发展。中华人民共和国成立以后，确立了以社会主义公有制为基础、以国营经济和集体经济为主体的计划经济体制，促进了我国商品经济的发展和社会主义统一市场的逐步建立。

市场，一般泛指实物商品市场、科技市场、金融市场、劳动力市场等的统一称谓。本书是研究工业企业在社会主义条件下，为正常开展经营和生产活动所必须进行的生产资料的购进和再生产活动产出的新产品的销出，所以，本书中使用的市场专指实物商品市场。

二、我国的社会主义统一市场

我国的社会主义统一市场的逐步建立和初步完善，大致可划分为三个阶段。在研究统一市场的形成过程时，我们不能不注意到，社会主义统一市场是在改造旧中国半封建半殖民地的市场基础上建立和发展的，因此它带有极明显的中国特色。

第一阶段（1949—1956年）。这是一个由半封建半殖民

地性质的市场转变为既具有社会主义性质，又具有资本主义性质的两重性市场。

旧中国的市场，其半封建半殖民地性质表现得极为深刻。落后的社会生产力使得国内市场具有封建的自然经济条件下市场的封闭特征；而帝国主义的经济侵略又使市场明显地显现出经济掠夺的性质。实际上，当时的市场被帝国主义、封建主义和官僚资本主义所控制。它们利用市场残酷地剥削广大中国人民，攫取了骇人听闻的超额利润，同时扼制着民族经济和市场的正常发展。

建国后，随着政权回归人民手中，社会经济也发生了根本的变化。此时的市场具有以下特征，标志着它的根本性变化。第一，废除了帝国主义在我国的一切特权，接收了它们的全部产业，收回了海关管理权，实行我国自己的独立关税政策和对外贸易，使国内市场能够独立自主地发展；第二，国家没收了官僚买办资本的一切财产，实行国有化，摧毁了官僚资本的市场垄断地位，为国家逐步掌握市场领导权奠定了一定的物质基础；第三，普遍开展的城乡民主改革，取缔了封建的行业帮会组织，为发展和推进商品流通开辟了道路；第四，安定的社会环境，有利于社会主义经济建设热潮的形成，很快恢复了国民经济，医治了战争创伤，发展了生产，促进了市场的发展。

在这一过程中，国家还大力发展国营和合作社商业，迅速地掌握了流通领域的命脉。稳定物价，调剂供求，有力地打击了投机资本，促进了城乡交流，为社会主义商品市场的发展奠定了坚实的基础。

国民经济建设恢复时期的结束，标志着半封建半殖民地性质的国内市场的最终结束，同时还标志着以国营经济为主

导，以服务于人民生活和发展社会主义生产为宗旨的独立自主的市场的建立。尽管如此，我们还必须注意到，这一时期的市场性质仍然不是完全的社会主义性质，主要表现为社会多种经济成分中仍保留着资本家所有制的资本主义经济成分，同时还存在国家资本主义的经济内容。因此，这一时期的国内市场是以国营经济为主导、具有社会主义性质和资本主义性质的独立自主的双重性市场。

第二阶段（1957—1980年）。由两重性转化为单一的社会主义市场所经历的时间并不很长。事实上，社会主义经济和资本主义经济是根本对立的两种不同的经济制度，因此两重性的市场不可能长期共存。到1956年底，我国基本上完成了对农业、手工业和资本主义工商业的社会主义改造，经济结构发生了根本性的变化，基本上消灭了资本主义经济成分，于是带有两重性的市场也就转变成了以计划经济为主导的社会主义统一市场。陈云同志在1956年党的第八次代表大会上就此曾明确指出：“这种社会主义经济的市场，决不是资本主义的自由市场，而是社会主义的统一市场。”我国的社会主义统一市场与资本主义市场存在着本质区别。首先，核心问题是生产资料所有制的改变，使生产关系发生了根本变化。其次，是社会生产目的的根本改变，整个社会生产服从于人民不断增长的物质和文化生活需要，不再服务于资本家追求利润。另外，市场中商品的流通纳入国家计划或在计划指导下进行，这就克服了资本主义市场的无政府状态。

这一时期的市场表现为极为突出计划性，特别是生产资料市场，其计划性又多表现为集权性。这在社会生产力尚不发达的情况下，保证了社会主义建设的顺利进行，促进了社会主义产品经济的发展。

第三阶段（1981—现在）。随着社会主义经济的发展，我们逐步认识到，强调计划经济，忽视市场机制的产品经济有碍于社会主义经济的进一步发展。于是，在十一届三中全会后，随着工作重点的转移，我国的社会主义统一市场又出现了一个崭新的面貌，这就是在公有制基础上建立的有计划的商品经济。国内市场空前活跃，市场的调节职能和竞争机制促进了社会主义统一市场的进一步发展。尽管它还表现出一定程度上的不成熟，但它的积极作用和顽强的生命力已充分地显现出来。十年来改革的实践证明，有计划的商品经济促进了市场的繁荣，但对其发展规律仍有待探索和认识上的深化。

从所有制和经济关系的角度考察，有计划商品经济阶段的市场，其交换关系大致有以下几种：全民所有制企业内部的产品交换；集体所有制企业内部的产品交换；全民所有制企业与集体所有制企业间的产品交换；国家与个人、集体与个人间的产品交换；个人之间的产品交换。由此可见，交换关系是复杂的，但就交换形式来看，基本上可区分为按照国家计划进行的交换和在国家计划或政策指导下的交换两种形式。前者严格地受国家计划制约，后者则具有较大的自由，但受经济规律的制约。就具体产品来说，在这两种形式下的交换也有较复杂的构成。或许产品全部按计划进行交换；或许大部分按计划交换，小部分在市场中自由交换；或许大部分自由交换，小部分按计划交换；也可能全部实行自由交换。计划交换称为计划市场，而自由交换通常称为自由市场。自由市场行使市场调节职能，但仍接受宏观调控，服从国民经济总体计划，它从本质上区别于资本主义自由市场。

深化改革必将进一步完善市场职能，市场运行机制和竞

争机制亦将更有效地制约市场行为。工业企业的购销活动必将在更大程度上广泛受制于商品流通规律。这一切都会促进我国有计划的商品市场的发展，促进社会主义统一市场的完善。

三、我国社会主义统一市场的基本特征

现阶段我国的社会主义统一市场，可归纳为如下几个基本特征。

第一，我国国内市场是国家计划指导下的商品经济市场。社会主义社会的经济发展史，使我们认识到商品经济乃是历史必然。我们是社会主义国家，生产资料公有制是发展社会主义经济的基础。所以，在公有制基础上的有计划的商品经济是通过总结社会主义经济建设的实践经验做出的正确选择。在这种经济条件下，一方面由于实行了社会主义的公有制，把国民经济各部门、各地区和各企业在根本利益一致的基础上联结为社会主义经济的统一体，最大程度地使劳动者与生产资料直接结合，使一切社会生产和流通活动都服从一个共同的目的，即经过努力最大限度地满足人民群众日益增长的物质生活和文化生活对各种物质产品的需要。对于我国这样一个人口众多，社会生产力发展水平尚落后的国家，要想做到这一点，必须实行有计划的商品经济，由国家在全国范围内对整个国民经济实行计划指导，进行计划调节。这种以总体国民经济计划为依据的计划指导和计划调节，是保证国内市场的发展与国民经济总体发展相适应所必须的基本条件。从另一方面说，社会主义条件下，商品价值与使用价值的实现仍然必须经过市场。因此，国家在制订计划时必须充分考虑到市场的需要和价值规律的作用，允许企业间的竞争，为促进商品经济和企业的发展提供市场保证，使企业有

充分的经营自主权,能够根据市场需求变化,根据企业自身条件,灵活地从事生产和流通,使供、产、销能更好地衔接,并取得动态过程中的积极平衡,从而能更好地满足需求和促进商品经济的发展。所以,充分体现计划性,同时遵循商品经济发展规律是我国社会主义统一市场的基本特征之一。

第二,我国国内市场的主体是农村市场。我国幅员广阔,人口众多。但就其经济发展状态和人口分布及结构来说,农村市场仍是市场主体。占总人口80%以上的农村人口,随着社会主义建设的发展,特别是农村的经济改革,众多的农业人口不仅具有巨大的社会购买力,同时又向市场提供包括工业品在内的大量商品。单就与人民生活紧密相关的轻工业来说,大约有三分之二的轻工产品销往农村,与此同时,约有70%的轻工业原材料由农产品提供。随着改革的深化,农业人口中就业结构的变化证明了农村同样也是不可忽视的广阔的重工业市场,而且这种变化越来越明显。农村经济的综合化使乡镇工业异军突起,农村市场不仅吸收大量的工业产品,同时又提供了包括工业品在内的大量产品,这就在工农业生产部门之间,在全民、集体和个体经济之间,形成了国内市场最大量和最活跃的交换关系,使农村成为我国的市场主体。这也是由我国国情决定的重要的市场特征之一。

虽然我国的农业劳动生产率和农产品商品率尚属低下,农民的实际收入并不很高,但这些因素必将伴随着改革的深化和国民经济的发展而同步提高,农村必将为促进社会主义统一市场的发达做出巨大贡献。

第三,我国国内市场是多种经济成分并存并积极参与活动的市场。建国四十余年社会主义经济建设的经验和教训使

我们认识到，公有制的经济基础决不能动摇，但这并不意味着只允许公有制经济成分存在。我们必须坚持以公有制为主体、发展多种经济成分的方针。事实证明，几十年来，参与市场经济活动的，始终包括着全民、集体和个体经济，乃至在一定范围内的某种形式的国家资本主义经济。尽管它们在构成比例上存在着差别，但都为社会主义的经济建设做出了贡献。我们一度曾试图否认多种经济成分并存的必要性和可能性，但历史证明了，企图消灭个体经济，抑制集体经济，人为地使之向全民所有制过渡的做法，不仅伤害了人民群众的社会主义积极性，不利于生产力的发展，同时又与我国的实际情况相悖。改革的巨大成就不仅表现在经济成果上，同时也使我们清楚地认识到，在国内市场上保留并促进多种经济成分的发展，使之适应我国社会生产力发展的实际水平，这是不以人们意志为转移的客观需要。

第四，我国国内市场是独立自主的市场。我国的社会主义经济在不受任何外来干涉的条件下独立自主地发展，与此相适应，我国的国内市场也是独立自主发展的。

建国以来，确立了以公有制为基础的社会主义经济制度，实行了独立自主的外交政策和对外贸易的统制政策，这为我国国内市场彻底摆脱对帝国主义、资本主义的依附创造了条件，实现了独立自主的社会主义统一市场。

我国是社会生产力不很发达的国家，人口众多，从基本生活消费到“四化”建设，如果不立足于国内，不依靠自己发展生产来解决问题，是根本不可能的。社会主义经济和国内市场的发展，其基点应该是充分利用本国资源，自力更生，以政策为先导和保证条件，动员全国各族人民努力发展工农业生产和各项事业，为市场独立自主地发展提供必需的

物质基础。

我们重视和强调独立自主和自力更生，这并不意味着闭关锁国，排斥国际间的经济合作。对外开放，积极地引进技术和必要的商品，正是为了繁荣和调剂市场，促进市场独立自主地发展。为此，我国的对外贸易和国际间经济合作，必须做为独立自主、自力更生原则下的市场的补充，借以促进社会主义市场的繁荣，促进社会主义建设事业稳步地顺利发展。

第五，我国国内市场是不发达的、有待完善的商品经济市场。建国以来，长期的计划经济体制在特定历史条件下，对于生产力的发展虽然起到过促进作用，但随着社会生产力的进一步发展却表现出极大的不适应性。特别是生产资料产品的高度集中管理和一贯的产品经济政策，阻碍了社会主义经济的发展。

社会主义有计划商品经济体制的确立，是历史的必然，是反映我国基本经济特征的认识上的飞跃。为此我们付出了极大的代价。有计划的商品经济，其核心是商品经济，是在社会主义条件下以满足社会对商品的需求为目的，是有计划协调发展的商品经济。我国的市场过去充斥着大量的产品调拨和计划供应，导致流通渠道堵塞不畅，市场机制不健全，从而不能适应商品经济的发展。

完善市场运行机制和引进竞争机制是促进市场发展的根本性问题。随着经济体制改革的深化，我国的市场必将逐渐发达和趋于完善。

四、社会主义统一市场的作用

统一市场的建立和发展有力地促进了社会主义经济建设，市场的完善与成熟必将有力地推动经济体制改革的深化，加快“四化”建设的进程。社会主义统一市场的作用，

可概括为如下几个主要方面：

第一，保持国内市场的独立与完整。统一市场既能有效地防止帝国主义、资本主义的经济侵略，最大限度地避免资本主义经济危机对我国社会主义经济的冲击和影响；同时又能根据“自力更生为主，争取外援为辅”的方针，引进必要的外资和先进的技术与装备，促进社会生产力的发展，保证“四化”建设的顺利进行。

第二，促进国内市场的统一，保持市场的统一性。统一市场排除了封建割据，打破了区域性的封闭状态，推动了生产资料和生活资料的地区间交流，疏导了流通渠道，彻底改变了边远地区和经济落后地区的市场闭塞状态。市场的统一，不仅促进了各地区社会主义经济的均衡发展，同时有利于充分利用各地的自然资源和社会资源。

第三，为专业化和协作创造条件，促进社会化大生产的发展。社会生产的专业化和协作，是社会生产力进一步提高的保证，是生产社会化程度不断提高和社会分工发展的必然结果。全国范围的统一市场，为生产的专业化和协作提供了极为有利的条件，促进了专业化水平的提高，使生产的协作范围更加广泛。商品生产的发展为市场提供越来越充足的商品，又反作用于市场，促进市场的繁荣与发达。

第四，有利于竞争，促进经济效益和社会效益水平的提高。各地区、系统和企业的产品进入统一市场，这就无一例外地要接受社会的鉴定与检验。凡是与社会需求相适应，物美价廉的产品就受欢迎，就畅销；相反，质次价高的产品就理所当然地无人问津。于是，竞争就是市场上的必然。竞争有利于提高产品质量，降低产品成本，改进产品设计和改善经营管理。总之，统一市场有利于竞争，而竞争促进了经济

效益和社会效益水平的提高。

第五，统一市场为深化经济体制改革提供必要条件。有计划商品经济的发达程度，在一定意义上可由统一市场的发达程度来体现。深化经济体制改革的目的，就是要促进有计划商品经济的发展，保证“四化”建设的顺利进行。因此，统一市场应是不可缺少的必要条件之一。如果没有统一市场，我们就不能发挥商品经济的优势；没有统一市场，国家计划的制约和指导作用就难以发挥。正如1982年4月10日国务院通知所指出的：“在国家计划指导下，维护社会主义的统一市场，保障国内生产的各种工业品正常流通，这样才能搞活经济，促进生产的发展，达到提高经济效益的目的。”

没有统一市场，我们很难想像改革能够深化。统一市场是发展有计划的商品经济的前提，我们要通过深化改革来促进有计划商品经济的发展，而统一市场就是一种必要条件。

第二节 生产资料市场

我们知道，社会总产品的实物形态从社会生产的角度来看可以分为两大类：生产资料 and 消费资料。生产资料是用于满足生产消费需要的，如机器、设备、燃料、原材料等。消费资料是用于满足个人消费需要的，如食物、衣服、家具、日用品等。二者的划分是以社会产品的最终使用为依据的。比如小麦，既可以用作种子，又可以用作食物；煤炭既可以用作燃料动力，也可以用作生活取暖。它们究竟属于生产资料，还是属于消费资料，只能根据它们的最终使用而定。

广义的生产资料市场，是指工业企业、商业企业或机关

团体等，为生产物质产品或在社会实践活动中使用而购买的实物商品或劳务的市场。在我国长期的社会实践中形成了一种狭义的专指生产资料实物商品的流通市场。

生产资料市场，在历史上虽然几经兴衰，但绵延几千年从未中断过。它不受行政区划以及部门和行业的限制，其自由流通一直延续到建国后的经济恢复时期。当我们准备进入有计划的社会主义建设时，错误地接受了“社会主义制度下生产资料不是商品”的理论。受其影响，国家规定，生产资料在全民所有制企业之间不能作为商品进行交换，只能作为产品实行计划分配和国家调拨。生产资料不能作为商品在市场上自由流通的不正常状态一直持续了二十几年，直到七十年代末期才开始有所改变。随着经济体制改革的深化，生产资料市场逐渐发达起来，越来越有效地衔接着生产与生产消费，对社会主义现代化建设事业，起着越来越明显的促进作用。

一、生产资料市场的特点与作用

由于生产资料商品是社会再生产活动的消费对象，是生产消费的中间产品，所以在市场上生产资料商品有特定的质的规定性，与此相适应，生产资料市场具有其不同于消费资料市场的明显的特点与作用。

1. 生产资料市场的特点。人们在改变物质资料以形成新的产品的生产活动中，无一例外地都必须具备与生产活动相适应的物质条件，这些物质条件就是生产资料。所以，我们可以认为，生产资料就是人们在生产活动中所使用的劳动资料（设备、工具）和劳动对象（原材料、辅助材料等）的总和。

生产资料市场在社会再生产活动中的地位与生活消