

商业经济学

林文益 祁廷镛

主 编

中国商业出版社

商业经济学

林 文 益 主编
祁 廷 镛

Jm26/06

中国商业出版社

商业经济学
林文益 祁延镛 主编

中国商业出版社出版

新华总店科技发行所发行 各地新华书店经售

北京顺义县印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 11.75印张 264千字

1988年5月第1版

1988年5月北京第1次印刷

印数, 1—10,000册

定价: 2.95元

ISBN 7-5044-0125-0/F·70

前 言

商业经济学是经济学中政治经济学的一个分支。政治经济学是研究物质资料的生产、交换、分配和消费等经济关系和经济活动规律的科学。商业经济学是在社会主义国家进行经济建设的过程中创立起来的。

商业经济学作为从政治经济学分离出来的一门部门经济学,以政治经济学的理论为自己的理论基础,结合商业实际而发展商业方面的基本理论。商业经济学作为一门独立的学科,有自己独立的研究领域和研究对象。毛泽东指出:“科学研究的区分,就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此,对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究,就构成某一门科学的对象”。^①商业经济学作为一门独立的学科是专门研究以商业为媒介的商品交换和商品流通过程中的各种经济关系及其运动规律的科学。最初有苏联的苏维埃贸易经济,中华人民共和国成立后传入中国。以后,在我国创建了自己的商业经济学,即中国社会主义商业经济学。

一门学科的建立和发展,总是要经过实践——理论——再实践——再理论这样多次反复才逐步完善起来的。资产阶级政治经济学,从17世纪中叶开始到19世纪中叶,经历了近200年的历史才最后完成。马克思主义政治经济学从19世纪

^①《毛泽东选集》1至4卷合订本,第297页。

中叶开始到现在，也已经有了100多年的历史，而真正完成的只是资本主义部分，社会主义部分还正在发展。商业经济学比起政治经济学来更是一门年轻的学科。社会主义商业经济学是十月社会主义革命后近六、七十年的事；中国社会主义商业经济学是新中国建立后近30多年的事，可以说是刚刚开始。而且对于中国社会主义商业经济学来说，它的发展不仅历史很短，在发展过程中还受到了“左”的思想的严重干扰。在我们国家，很长一段时间从理论到实践上忽视商品生产，忽视价值规律和市场的作用，不承认社会主义经济是商品经济，把计划经济同商品经济对立起来，把为适应某些特定历史条件而采取的某些特殊政策和特殊措施，当作社会主义的优越性和社会主义所特有的规律，甚至把发展社会主义商品经济的种种正确措施当作“资本主义”加以批判。结果，在对社会主义的理解上形成了若干不适合实际情况的固定观念、僵化模式，这不仅使商业经济学的研究领域受到了很大局限，而且由于某些理论上的错误，还为社会主义商业经济学设置了许多禁区，从而阻碍了社会主义商业经济学的独立发展。直到中国共产党十一届三中全会以来，在完成了指导思想上的拨乱反正，实现了历史性的伟大转折之后，才真正为社会主义经济理论，也为社会主义商业经济学提供了长足发展的条件。

中国共产党第十二届三中全会《关于经济体制改革的决定》指出：“社会主义的根本任务就是发展社会生产力，就是要使社会财富越来越多地涌现出来，不断地满足人民日益增长的物质和文化需要。社会主义要消灭贫穷，不能把贫穷当作社会主义。必须下定决心，以最大的毅力，集中力量进行经济建设，实现工业、农业、国防和科学技术的现代化。

这是历史的必然和人民的愿望。”同时指出：要“考虑到我国目前商品经济还很不发达，必须大力发展商品生产和商品交换，……”，“要突破把计划经济同商品经济对立起来的传统观念，明确认识社会主义计划经济必须自觉依据和运用价值规律，是在公有制基础上的有计划的商品经济。商品经济的充分发展，是社会经济发展的不可逾越的阶段，是实现我国经济现代化的必要条件”。还指出：“实行计划经济同运用价值规律、发展商品经济不是互相排斥的，而是统一的，把它们对立起来是错误的。”在商品经济和价值规律问题上，社会主义经济同资本主义经济的区别不在于商品经济是否存在和价值规律是否发挥作用，而在于所有制不同，在于剥削阶级是否存在，在于劳动人民是否当家作主，在于为什么样生产目的服务，在于能否在全社会的规模上自觉地运用价值规律，还在于商品关系的范围不同。

《决定》里的这几段话至少给我们这样一些启示：（1）社会主义的基本任务是发展社会生产力，从而不断满足人民日益增长的物质文化需要；（2）发展社会生产力的根本途径是发展商品经济，包括发展商品生产和发展商品交换；（3）社会主义的经济是商品经济，即在公有制基础上的有计划的商品经济；（4）有计划的商品经济必须自觉地依据和运用价值规律。这些是社会主义商业经济学的基本出发点。从这一点出发，社会主义商业经济学的任务就应该是：从理论上说明社会主义商业在社会再生产过程中的地位和作用，说明商品生产对于商品流通的依赖性，并且商品生产越发展，这种依赖性越大；从理论上探索以商业为媒介的商品交换和流通过程中各种外部和内部的经济关系及其运动规律，据此来发展商品流通，制定商业政策，实施企业管理，指导

业务经营，以及实现商业现代化等，提供理论依据。

社会主义商业经济学的基本任务规定了社会主义商业经济学的研究领域和研究内容，必须循着商业自身所媒介的交换活动的全过程去探索。首先，商业来源于交换，商业是交换的发达形式，研究商业经济，首先要从研究交换开始；商业在社会的商品交换中处于中介地位；社会主义商业是在社会主义特定历史条件下专门从事社会主义商品交换和商品流通的部门，有它自己特殊的职能、任务和作用。其次，社会主义商业职能、任务、作用的实现。同在此以前的商业一样也要通过市场，市场总和地反映商品交换和商品流通领域中的各种经济关系及其运动规律，包括价值规律、供求规律、竞争规律等等。第三，以商业为媒介的商品交换和商品流通包括两方面的经济关系，一方面是外部关系，即由商业的中介地位而发生的商业与生产、与分配、与消费等再生产各环节的经济关系；一方面是内部关系，即在组织商品交换和商品流通过程中所涉及的商业内部的经济形式、流通组织、劳动占用和劳动耗费、经济效益等各方面的经济关系。第四，在研究商业、社会主义商业、社会主义市场以及各种外部、内部经济关系的基础上，综合考察以社会主义商业为媒介的商品流通的各种经济规律。这就是我们这本《中国社会主义商业经济学》研究的领域和内容。

限于作者水平，书本会有许多不当之处，衷心地希望读者给予批评指正。

目 录

第一章 商业	(1)
第一节 商业的产生.....	(1)
第二节 商业和商业部门的职能.....	(14)
第三节 社会主义社会以前的商业.....	(23)
第四节 社会主义社会的商业.....	(42)
第二章 市场	(60)
第一节 市场.....	(60)
第二节 社会主义市场.....	(65)
第三节 社会主义市场的供求关系.....	(75)
第四节 社会主义市场机制.....	(96)
第三章 社会主义商业与生产	(104)
第一节 社会主义商业与生产的关系.....	(104)
第二节 社会主义商业与农业.....	(117)
第三节 社会主义商业与工业.....	(126)
第四章 社会主义商业与分配	(132)
第一节 社会主义商业与分配.....	(132)
第二节 社会主义商业与财政.....	(141)

第三节	社会主义商业与金融·····	(150)
第五章	社会主义商业与消费·····	(161)
第一节	交换与消费·····	(161)
第二节	社会主义商业与消费·····	(185)
第六章	社会主义商业的经济形式·····	(204)
第一节	社会主义商业多种经济形式 并存的必然性·····	(204)
第二节	社会主义全民所有制商业·····	(207)
第三节	社会主义集体所有制商业·····	(219)
第四节	其他经济形式的商业·····	(223)
第七章	社会主义商业商品流通的组织·····	(232)
第一节	社会主义商品流通形式·····	(232)
第二节	社会主义商品流通环节·····	(239)
第三节	社会主义商品流通渠道·····	(249)
第四节	社会主义商品流通空间和 流通时间·····	(256)
第五节	商品储存·····	(264)
第八章	社会主义商业劳动·····	(275)
第一节	商业劳动及其性质·····	(275)
第二节	商业劳动分配和劳动效率·····	(284)
第三节	商业劳动报酬·····	(293)
第四节	社会主义商业的经济效益·····	(302)

**第九章 社会主义商业的资金、流通费用和
利润**..... (321)

第一节 商业资金..... (321)

第二节 商品流通费用..... (330)

第三节 商业利润..... (337)

第十章 社会主义商品流通中的经济规律..... (343)

第一节 商品流通中的经济规律体系..... (343)

第二节 社会主义经济规律对商品流
通和商业的作用..... (348)

第三节 商品流通规律对商品流通和
商业的调节作用..... (353)

第四节 按照经济规律的要求, 合理
地组织商品流通..... (360)

后记..... (365)

第一章 商业

第一节 商业的产生

一、交换与商业

商业是交换的范畴，是社会商品交换发展的必然产物。商业是交换中的交换，作为一种特殊的交换活动，商业在交换领域中进行，并媒介成社会商品交换。所以，研究商业，必先弄清楚什么是交换，以及商业与交换的联系和区别，

交换是生产和消费之间必然的中间环节，在社会经济统一体中，生产是根本，消费是目的。而要能够进行消费，必须将产品在社会成员之间进行分配，即决定社会成员对社会产品占有的比例（份额）。这样，分配就成为生产和消费之间必然的中间环节。但分配只解决人们对社会产品占有的数量，并不能直接解决消费问题。要使生产真正转入消费，还必须在分配之后，插入交换环节，以使社会成员得以在自己所占有的社会产品份额的范围内能够换取到自己消费所需要的产品，即通过交换使产品最终到达消费者手中。这样，交换就成为生产和消费之间另一个中间必然的环节。

所谓交换，就是生产和由生产所决定的分配为一方，消费为另一方的媒介要素。交换的基础是分工。“如果没有分

工，不论这种分工是自然发生的或者本身已经是历史的结果，也就没有交换。”^① 交换的要素首先是产品，必须有具备一定使用价值的产品作为交换的对象，交换才成为可能。其次是需求，没有这种消费需求就没有交换的需要。而分工正是交换的可能和需要形成的基础。第三是交换者。交换者必须是产品的所有者或所有者的代理人。交换具有社会性的特征。因为，交换活动的进行表现为交换过程，对于每个交换者来说，交换对于他只是个人过程；但交换同时又是满足他人需要，联系成社会再生产过程所必要的一般社会过程。生产可以个别进行，消费也是个人的事，分配并不直接表现为物质的运动过程，而交换则是涉及二人以上的经济活动，因此，它必然要表现为一般的社会过程，表现为个人过程和一般社会过程的统一。交换作为一种特定的经济活动，在物与物的关系之后有着人与人的关系。这种关系是交换关系。通过交换，交换双方彼此互换产品，转移了产品的所有权，彼此获得了自己消费所需要的产品。彼此满足了对方消费的需要。如果说交换形成的基础在于生产，在于分工，交换的目的在于满足消费，那么交换的实质——交换关系所牵涉到的利益在于彼此满足对方的需要，也就是互利。当然，这是就交换一般而言。在实际交换活动中双方首先都力图实现自己的利益，这就使交换双方不可避免地存在程度不同的利益上的矛盾，这种矛盾能否解决和如何解决，则取决于社会条件和交换双方所有制的性质。

交换在社会经济的统一体中是必然的要素。从单一的经

^①马克思：《政治经济学批判导言》。《马克思恩格斯全集》第46卷上，第36页。

济过程来看，交换居于中间媒介的地位，一头联系生产，一头联系消费，生产的产品只有通过交换才能转入消费。正因为交换的这种中间媒介地位，生产和消费的矛盾以及生产、消费和分配内部的矛盾必然要反映到交换中来，形成交换中的矛盾。但交换并非消极地反映这些矛盾，它会通过自己与经济体的其它必然要素的联系而作用于生产、消费和分配，促使这些矛盾的解决，促进和引导生产，满足和指导消费，参与和实现分配。

就单个的经济体来看，交换既可以作为经济活动总过程的中间环节，插在生产和消费中间，也可以作为经济体运转的两极，为生产正常地进行创造条件。即在生产之前，通过交换为生产（生产消费）提供必要的条件，保证生产得以正常进行；在生产之后，通过交换使产品得以转入消费，实现生产的目的，并使生产得以转入再生产。这里，生产成为两极交换的媒介，交换处于两极的地位，为经济体的不断周转和扩展提供必要的保证。

在社会经济的统一体中，生产居于决定的地位，生产决定交换，交换反作用于生产。

生产之所以能对交换起决定作用，是因生产能为交换创造生产物——交换的对象，如果没有生产物，就无所谓交换，此其一；其二，就单一的经济过程来看，总是从生产开始的，先有生产，然后才有分配和交换，最后才以消费结束。

但是，交换并不只是消极地决定于生产，它还能反作用于生产，在特定的条件下，甚至能对生产起决定性的反作用。交换之所以能对生产起反作用，是因为生产和交换处于经济的统一体中，有着内在的联系，彼此互相依存，既然生产能

作用于交换，交换也就能作用于生产，这是客观必然的联系。

既然交换能够对生产起反作用，那么，一切交换范畴，包括市场、商品流通、货币流通、商业等等在内都能对生产起反作用。并且他们要起反作用，都离不开对交换的相对独立性、交换的地位、职能、运动阶段和交换特殊规律客观作用的利用。

交换对生产的反作用，正如生产对交换的作用一样是多方面的。第一，实现生产的目的。如果没有交换，产品就不能到达消费者手中，生产的目的就不能实现。第二，是再生产必要的前提。交换能使再生产获得必要的生产条件，包括生产资料以及劳动力再生产所需要的生活资料在内。没有交换，再生产就难以继续。第三，促进了生产的分工。马克思说：“交换没有造成生产领域之间的差别，而是使不同的生产领域发生关系，并把它们变成社会总生产的多少互相依赖的部门。在这里，社会分工是由原来不同而又互不依赖的生产领域之间的交换产生的。”^①第四，促进生产规模的扩大和结构的变化。交换的扩大，使在一定分工条件下的生产，能够获得更多、更好的实现产品和扩大再生产所需要的条件，因而能够按更大的规模来经营。第五，促进生产的形式和方法的变化。前者诸如促进自给生产转变为商品生产，促进商品生产从低级阶段向高级阶段发展。后者则表现为交换不仅会促进物资交流，而且会促进技术、科学、文化以及信息的交流，从而能促进生产技术的发展，改进生产方法。第六，促使生产的性质发生变化。例如，商品交换曾经促使原始公社瓦

^①《马克思恩格斯全集》第23卷，第390页。

解，过渡到奴隶社会。以后，在奴隶社会和封建社会的瓦解以及向新社会的过渡中，交换也起到类似的作用。第七，传递消费结构变化的信息，引导生产改变方向，在结构上适应消费的需要。既然交换能够如此多方面地对生产起反作用，作为交换的范畴，无论是市场、商品流通和商业都应该受到重视，并把它们作为发展生产的强有力的杠杆。

以上是从一般意义上的反作用讲的，在特定的条件下，交换对生产还能起决定性的反作用。马克思明确地说过：“生产就其片面形式来说也决定于其他要素。例如，当市场扩大，即交换范围扩大时，生产的规模也就增大，生产也就分得更细。”^① 交换的一般性作用表现为交换能影响生产发展的速度的快慢，而其决定性作用则成为生产能不能发展和怎样发展的关键。

当然，交换作为特殊的社会经济职能，它对生产的反作用不能不受特殊的条件的制约和影响，因而具有一系列的特点：第一，无论交换怎样对生产起反作用，无论起着什么样的反作用，生产归根到底是决定性的东西，因而从根本上不能超出生产决定交换的总规定。第二，交换对生产的反作用随生产社会化程度的提高而提高，以致在社会化大生产的条件下，交换和生产成为经济发展的两大体系。恩格斯在分析生产和交换在近代社会经济发展中的作用时就指出：“这两种职能在每一瞬间都互相制约，并且互相影响，以致它们可以叫做经济曲线的横座标和纵座标。”^② 第三，交换不仅直接反作用

①马克思：《政治经济学批判》（导言）。《马克思恩格斯选集》第2卷，第102页。

②恩格斯：《反杜林论》。《马克思恩格斯选集》第3卷，第186页。

于生产，而且可以通过作用于分配和消费间接反作用于生产。第四，交换对生产可能起促进作用，也可能起阻碍作用，关键在于交换作用于生产时与生产发展的方向是相同还是相反。在同方向起作用时，生产可以发展得更快；在逆方向起作用时，生产的发展就会受阻碍。第五，交换不能决定社会发展的方向，但能推动或阻碍某种生产沿着一定的方向开展，或者沿着另一种方向发展。第六，交换对生产起反作用离不开各种交换范畴，如商品交换、商品流通、货币流通、市场、商品供应、商品需求、商品储存、商业活动（包括商品收购、商品销售、商品储存）和价格等。不同的交换范畴，作用的范围、程度、内容和角度不同，并且在不同的条件下所引起的反作用也不同。第七，交换对生产直接的作用，是通过交换与生产的联系来进行的。交换作用的大小要看它和生产联系范围的广狭、交往的疏密如何而定。第八，交换对生产作用的效果，不仅取决于交换力量的大小，交换与生产联系的状况，而且取决于生产本身的状况。生产愈是依赖交换，交换的作用效果就愈益明显。

在社会再生产的过程中，生产、交换、分配和消费的关系转化为生产过程和流通过程的统一。这是因为分配本身不是物质的过程，分配作为生产的反面，既是生产成果在数量方面的分配，又是生产条件的形成，因而可以包含在生产过程之中；消费作为个人消费是再生产总过程以外的事，但作为生产消费和劳动力再生产所需要的消费也是包含在生产中的事。生产过程和流通过程作为再生产过程两个必然的阶段，实质上所体现的是生产和交换的关系，流通过程对生产过程所起的作用，实质上是交换对生产的反作用。

交换和分配之间存在着互相制约的关系。分配影响着交

换的方式、交换的规模和结构的形成。从规模来看，可分配的产品数量既从可能方面，也从需要方面规定着交换的数量；从结构来看，可分配产品的物质构成和分配中积累和消费的比例规定着交换的结构。但是，交换对分配所起的作用更大。第一，交换方式与生产方式一起决定着分配的形式。第二，除了自给经济以外，交换是实现分配的必然途径。第三，交换能够参与再分配。例如通过商品的购销活动和价格的变动，能够引起国民收入在生产者、经营者和消费者之间的再分配。

交换和消费之间也存在着互相制约的关系。消费对交换的制约表现为：（1）消费需要是引起交换直接原因的；

（2）消费是交换的一般目的；（3）消费的规模和水平制约着交换的规模和水平；（4）消费的速度制约着交换的速度；（5）消费的构成制约着交换的构成；（6）消费能力和消费的方式、方法也会影响交换的进行。交换对消费的制约表现为：（1）交换能够实现消费的需要；（2）交换能够制约消费的规模和水平；（3）交换能够制约消费的结构变化；（4）交换能够制约消费的形式、方法和消费者本身；（5）交换能够制约消费时间和消费效益。

二、交换的发展与商业的产生

商业是一种交换活动，不过这种交换活动不是生产内部各种活动和各种能力的交换，而是生产的结果——产品的交换。这种产品的交换，不是非商品交换，而是商品交换。这种商品交换不是直接的商品交换，而是以货币为媒介的商品货币相交换，也就是买卖。但它不是生产者与消费者（不论是个人消费或是生产消费）之间的直接买卖，而是第三者