

商业活动论

纪宝成 著

经济科学出版社

商业活动论

纪宝成 著

经济科学出版社

一九八七年·北京

责任编辑：罗 剑

封面设计：卜建辰

责任校对：何增龙

商业活动论

纪宝成 著

*

经济科学出版社出版 新华书店北京发行所发行

中国铁道出版社印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开 8.5印张·220000字

1987年9月第一版 1987年9月第一次印刷

印数：0001—9000册

统一书号：4312·217 定价：1.90元

ISBN 7-5058-0036-1/F·34

序

1981年，当我任教于中国人民大学之初，就已萌动了一种愿望：我国商业经济理论园地一向是教材、专著寥若晨星，那么，能不能在同行们为改变这一局面而作的努力之中汇入自己的绵薄之力呢？随着经济体制改革的进展，学术空气的活跃，以及自己学习与思考的积累，这种愿望一发而不可收拾，终于有了眼下这部书稿。只是不知这部书稿的问世，能否称得上是给这块园地增添了一个或多或少给人以某些新意的“花色品种”？

本书试图适应改革、开放的时代要求，较为集中、系统地探索和概括社会主义商品经济条件下的商业活动。这就规定了本书以商业活动为主线的研究领域，章节的安排自然应是循此主线而铺陈。第一、二章，中心是论述商业活动的社会经济功能，阐明商业活动是国民经济活动的有机组成部分，进而揭示商业活动与社会主义建设的关系。第三章提出并分析了形成商业活动的三要素，由此进入对商业活动本身的研究。从第四章至第八章，分别讨论了商业活动的各个主要方面，但各章的基本内容都是围绕商业活动的运行规律性这个中心而展开的。为此，侧重点并不是介绍过去、描述现状，而是既注重于对商品经济社会中商业活动一般的分析，也突出了对我国社会主义条件下商业活动特殊的探讨，其目的是试图从宏观与微观相结合的角度，揭示我国现阶段如何组织和开展好各项具体的商业业务活动。最后一章，探讨了商业活动的社会经济效益（国民经济效益）和企业经济效益问题。以此来归结全书也许是适宜的。

笔者曾经希望，本书能够较好地熔学术性、应用性于一炉，力

求做到：阐述基本理论精一点，有一定深度；论述具体活动细一点，给人以实感。也曾希望，本书应有相当的理论容量，但不能因此而冗长拖沓，这就要求：内容集中而不单薄，力戒芜杂；行文放得开、收得住，详略相宜。然而，此乃初衷而已，真正实现却要困难得多。这部书稿是否在某种程度上体现了上述想法，看来还是一个问号。只能留下遗憾，以后另作努力吧！

继承与创新，是个古老而又常新的话题。我体会，纵向继承，横向借鉴，独立研究，此三者融为一体，或许可以认为是治学之一道。表面看来，继承和借鉴似乎是“袭旧”，且不免有“雷同”之嫌。其实，没有继承，何来创新？拒不借鉴，岂非傻瓜？问题在于继承和借鉴都要以独立研究为前提，厉行“深思而慎取”，做到不违心于己，不苟同于人。在此过程中，认同者，述成说而不作；有异者，发异议而求新；而认同或求异，均以符合事物本来面目、揭示事物本质规律、切合我国具体国情为准绳。这样去做，有所创新、自成一统，大概是有希望的；由此而出的作品，也许可以认为是：“有同乎旧谈者，非雷同也，势自不可异也；有异乎前论者，非苟异也，理自不可同也。”对这样的认识，不知亲爱的读者们以为然否？本书的写作，总想体现笔者的这一认识，无奈水平所限，只能是“尽吾志而不能至”了。

动笔方知著述艰。不少内容，在课堂讲授是一回事，提笔写下来则是不完全相同、甚至完全不同的又一回事。特别是当前正值我国新旧经济体制交替之际，对不少新问题一时还吃不透，加上笔者学力单薄，书中的粗疏、偏颇、纰漏之处定当不少。由此，心情是惴惴不安的。不过，笔者著书撰文有一信条：不求令人信服，但求引人思考；且从不敢恭维“必以己言为贵”。这样一想，似乎也就坦然了些。剩下的，就是恳切地期待着专家和读者的批评、指教了。

尽管有在人民大学讲学的讲稿为基础，本书从构思到搁笔，也历时近一年。由于繁忙的行政工作和教学活动占去了我的主要精力和时间，这部书稿可以说是伴随着星星和月亮完成的。其间，经

济科学出版社的编辑同志,以及我的师友和亲人,曾给了我许多的鼓励、鞭策和支持,此书才得以在数次中断停笔之后坚持写了下来。对此,笔者永志不忘,并致由衷的谢忱!

纪 宝 成

1986年8月于

中国人民大学林园10楼

目 录

第一章	商业的存在是提高社会经济效益的客观要求	1
第一节	商业是媒介成商品交换的“第三者的专业”	1
第二节	商业产生与存在的社会经济条件	9
第三节	社会主义时期商业存在的客观必然性	17
第二章	商业活动与社会主义建设	26
第一节	商业在社会再生产中的地位	27
第二节	社会主义时期的商业是人民的商业	35
第三节	商业在社会主义现代化建设中的作用	45
第三章	人员、资金与信息是商业活动的形成要素	56
第一节	商业人员	56
第二节	商业资金	70
第三节	商情信息	77
第四章	面向消费需求是商业活动的基本导向	86
第一节	市场经营观念	86
第二节	市场商品需求	92
第三节	市场需求细分	104
第五章	商品收购是商业活动的基础环节	110
第一节	商品收购的意义和原则	110
第二节	农产品收购	117
第三节	工业品收购	131
第六章	商品销售是商业活动的关键环节	140
第一节	商品销售是商品经济的生命线	140
第二节	商业部门内部的商品销售	149
第三节	商品最终销售	160
第四节	商品销售促进	169

第七章	商品储存是商业活动的保证条件	178
第一节	商品储存是商品流通和社会再生产的保证条件.....	178
第二节	合理地组织商品储存.....	187
第八章	货畅其流是商业活动的基本要求	199
第一节	货畅其流是富国富民之道.....	199
第二节	商品流通渠道与货畅其流.....	209
第三节	商业部门实现货畅其流的主要措施.....	221
第九章	提高经济效益是商业活动的中心	235
第一节	讲求商业经济效益的内容.....	235
第二节	提高商业经济效益的途径.....	243
第三节	商业经济效益的评价.....	253

第一章 商业的存在是提高社会经济 效益的客观要求

在社会主义中国,与在任何其他国家一样,商业是国民经济的一个重要部门。那么,什么是商业?它在经济生活中存在的客观必然性是什么?开宗明义,这是首先需要研究的问题。

第一节 商业是媒介成商品交换的 “第三者的专业”

商业的概念

明确什么是商业,是确定商业经济研究对象的现象领域的关键,是讨论所有商业理论问题的前提。

世界上事物之所以不同,就是因为它们各有不同的质的规定性。商业,就是一个有特定含义的商品经济范畴。用马克思的话说,商业是“商品交换的发达形式”。^①这一命题包含着两层意思:商业是商品交换的形式;但只有商品交换的发达形式才叫做商业。

商品交换的发展共有三种形式:(1)物物交换(用 $W-W$ 表示, W 代表商品),亦称简单商品交换;(2)简单商品流通(用 $W-G-W$ 表示, G 代表货币),又称为商品流通的直接形式或最初形式;(3)发达商品流通(用 $G-W-G$ 表示),又称商品交换的发达

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1975年版第182页。

形式,或商品流通的第二形式。在这三种商品交换形式中,只有发达商品流通 $G-W-G$ 才是商业。随着商品交换的发展有了专门的商人,他先买进商品,再卖出商品,从而在生产者与消费者之间媒介成商品交换。这就是说,商业所从事的商品交换活动,从一开始就不能单纯理解为直接生产者之间的商品交换;商业作为一种独立的经济活动是由商人来进行的,商业是商人的“经济化装”,商人则是商业的“人格化”。因而,也可以说,商业是商人进行的商品买卖活动,或者说,商业是商人通过商品的买和卖来媒介的商品交换。

理解商业的概念,必须把握住三个内容要点:

第一,商业是一种商品买卖活动,但并非所有商品买卖都是商业。在这里,关键是要明确“买卖”二字的含义。商品买卖可以有两种情况:一种买卖活动,买卖是一次交易行为的两个方面,对于商品所有者来说是卖,对于货币所有者来说则是买。 $W-G$,就是这样一种矛盾统一体的买卖行为。另一种买卖活动,则是两次交易行为,一次是买: $G-W$,另一次是卖: $W-G$ 。这两次交易行为每一次都是独立进行的,但互相衔接构成一个完整的经济活动过程;次序则一定是先买后卖。因而这里的买者和卖者都是同一个人,而不是两个人。所以,这是一种由同一个当事人先买后卖,分两个阶段相继完成的商品买卖活动。以上两种买卖活动,只有后一种才是商业活动;前一种反映的则是生产者之间直接进行的商品货币活动,仅属于简单商品流通,而简单商品流通只是商业存在的条件,并非商业本身。根据这个道理,农民在集市贸易上互通有无、工厂将产品直接卖给消费者之类的交易活动,都不属于商业活动之列。

第二,商业是由专门的人经营的专门行业,是介于商品生产者之间的“第三者的专业”^①。这一点经典作家曾经反复论述过。马

^① 《马克思恩格斯全集》第24卷,人民出版社1975年版,第147页。

克思恩格斯在《德意志意识形态》一文中指出：“分工的进一步扩大表现为商业和生产的分离，表现为特殊的商人阶级的形成。”^①这是指人类历史上的第三次社会大分工。这次大分工，从经济活动上看，“表现为商业和生产的分离”，出现了一个独立于生产之外的专门行业；从社会阶级关系看，“表现为特殊的商人阶级的形成”，亦即“创造了一个不从事生产而只从事商品交换的阶级——商人。”^②马克思在《资本论》各卷中论及前资本主义商业和资本主义商业时，用了“寄生在购买的商品生产者和售卖的商品生产者之间的商人”、“专门工作”、“特殊行业”、“商品经营者的专门活动”等提法。这些都说明：只有商人经营的商品交换活动才是一个特殊的独立于生产之外的经济领域，并以此与生产者之间直接进行的商品交换相区别。

第三，商业是和独立的货币投资联系在一起的。商人要进行商品买卖活动，都必须首先买进商品，而要能够买进商品，就必须持有数量一定的货币，这就是商业货币投资。商人正是把自己拥有的货币投入流通领域，并在G—W—G的运动形式中媒介成商品交换的。这与生产者自销产品有着明显区别，生产者出售产品时投入流通领域的是商品，而不是货币。所以，马克思曾经把商业叫做“特殊投资的业务”。^③这就进一步说明商业是区别于其他商品交换形式的发达形式。

综上所述，商业是商品交换的发达形式，是发展了的商品流通；它的质的规定性，就是要有专门的人（独立于生产者之外的人）、专门的货币投资；商业，也就是专门的人、运用专门的货币投资、专门从事商品的买和卖而媒介成的社会商品交换。商业部门，

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1972年版，第59页。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社1972年版，第162页。

③ 《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社1975年版，第301页。

则是指从事商品流通的国民经济部门。^①

对于什么是商业这个基础性问题，学术界有过争论。有一种观点认为：凡是商品交换活动都是商业。这种观点既不符合历史，也脱离了现状，在理论上是不正确的。如果这种说法可以成立的话，那么，人类历史上也就不必再提什么第三次社会大分工；商业成了商品交换的同义语，那样商业作为政治经济学中的一个独立的经济范畴也就被否定了。

商业与简单商品流通的区别

为了更准确地把握商业概念的内含，为了阐明商业的职能，有必要进一步搞清楚商业这种发达商品流通与简单商品流通的区别。

商品流通，就是以货币为媒介的商品交换过程。对于这个概念，应当把握住两个要点：其一，“商品流通是以货币的存在为前提的”。^②一讲商品流通，必定有货币。其二，商品流通是从总体上看的商品交换，是商品交换过程“连续进行的……整体”。^③商品流通，包含着两个互相对立、互为补充的商品形态变化： $W-G$ 是第一形态变化； $G-W$ 是第二形态变化。在商品流通中，一切商品都经历着由这两个相反的形态变化所组成的循环：首先是商品形式，然后由商品形式转化为货币形式，最后又复归为商品形式。而一种商品的形态变化，又和别种商品形态变化交织在一起：每一种商品的第一形态变化或者第二形态变化，就是另一种商品相反方向的形态变化。这在实际生活中的表现就是这个人的买（或卖）是和另一个人的卖（或买）联系在一起的。这样，许许多多商品的形

^① 这是经济学上“商业部门”的含义。作为一个特殊的国民经济部门，它包括一切以媒介成商品交换为其职能的经济单位，而不管这些单位归属于哪个行政管理部门管辖。以下各章，均在这个意义上使用“商业部门”一词。

^② 《马克思恩格斯全集》第36卷，人民出版社1975年版，第195页。

^③ 《马克思恩格斯全集》第13卷，人民出版社1962年版，第41页。

态变化组成的循环交错地连接在一起，就形成了许多并行发生和彼此连接的商品流通过程。所谓商品流通，也就是各种商品形态变化系列所组成的循环，不可分割地交错在一起而形成的“一团锁链”。①

商品流通有简单商品流通和发达商品流通两种形式，即 $W-G-W$ 和 $G-W-G$ 。后者也就是商业货币投资的循环形式。这两种流通形式有以下共同点：(1) 都分离成买和卖两个对立的阶段；(2) 每个阶段都存在商品与货币、买者与卖者的对立；(3) 都牵涉到三个当事人。这些共同点反映了它们内在的有机联系，因而可以从一种形式发展到另一种形式。

但商品流通的两种形式是不同的事物，存在着质的区别。形式上的区别一目了然：(1) 运动阶段的次序不同。 $W-G-W$ 是先卖后买，起点、终点都是商品； $G-W-G$ 是先买后卖，起点、终点都是货币。(2) 运动的中介不同。前者货币为中介，同一货币两次换位；后者商品为中介，同一商品两次换位。(3) 货币运动方向不同。前一形式中货币不再回来；后一形式中货币还要回来。

形式上的区别包含着内容上即本质上的区别。(1) 运动的目的不同。 $W-G-W$ 是为买而卖，卖是为了买，当事人取得货币的目的是为了用以购买商品满足自己的消费需要； $G-W-G$ 则是为卖而买，当事人的目的不是为了满足自己的消费，而是货币本身，因此，确切的公式描述应当是： $G-W-G'$ ，也就是说，预付一定的货币是为了取得更多的货币。(2) 运动的主体不同。前者是使用价值；后者是价值本身，“它不断地交替采取货币形式和商品形式，改变着自己的量”。② (3) 运动的界限不同。前者一旦取得满足自己需要的使用价值，运动即告终结；后者则可以是无止境的运动，因为 G 与 $G' (=G + \Delta G)$ 在质上毫无区别。(4) 体现的经济

① 参见《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1975年版，第131页；《马克思恩格斯全集》第13卷，人民出版社1962年版，第84页。

② 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1975年版，第176页。

关系不同。前者反映的是生产者与作为消费者的生产者之间的直接联系，只涉及到生产者、消费者的经济利益，交换双方仅仅是劳动产品的等价互换，价值形式变换本身并非增大价值的手段；后者反映的是生产者与消费者的间接联系，涉及到生产者、商人、消费者三方的经济利益，不仅存在着生产者与商人、商人与消费者的关系，而且还产生了商人与商人的关系，同时出现了商业利润，即 $G' - G = \Delta G$ ，在这样一种商品货币关系背后，人与人之间的经济关系大大复杂化了。正是由于两者之间存在着上述质的区别，马克思指出：“这个 $G - W - G'$ ，作为商人资本的具有特征的运动，不同于 $W - G - W$ ，即生产者本身之间的商品贸易”。^①

商业的职能

分析商业货币投资循环与简单商品流通的区别，使我们进一步认识到，商业不等于商品交换，不等于商品流通，而只是商品交换、商品流通的一种形式。它作为社会分工的独特行业，以其货币投资的独特运动形式，执行着自己的特殊经济职能。

什么是商业的职能？用马克思的话说，就是“专门对商品交换起中介作用”。^②这就是说，在社会经济生活中，商业专门在生产者与消费者之间媒介成商品交换。对此，马克思还进一步指出：“商人资本的职能就是归结为这些职能，即通过买和卖来交换商品。因此，它只是对商品交换起中介作用；不过这种交换从一开始就不能单纯理解为直接生产者之间的商品交换。”^③

为什么商业的职能只是媒介成商品交换？从社会再生产过程来看，商业货币投资循环 $G - W - G'$ ，实际上始终只是商品生产者的 $W - G'$ ，只不过这里是把原先由生产者一次完成的 $W - G'$ 分解成两次相继出售来完成了。第一次出售是生产者将商品出售给商

① 《马克思恩格斯全集》第 25 卷，人民出版社 1975 年版，第 365 页。

② 《马克思恩格斯全集》第 25 卷，人民出版社 1975 年版，第 363 页。

③ 《马克思恩格斯全集》第 25 卷，人民出版社 1975 年版，第 364 页。

人，这就是商人业务的购买阶段 $G-W$ 。这时，对于生产者来说，他已出卖了自己的商品；但对于商品来说，并没有退出流通领域，仍然是有待于出售的商品，发生变化的仅仅是变更了商品的所有者，以前在生产者手中，现在在商人手中了。于是，将商品卖给消费者的职能，现在由商人从生产者手中接了过来。这里的商人可以是一个，也可以是一系列，但都改变不了问题的实质，即商人手中的商品始终只是有待于继续出售给消费者的商品。第二次出售，则是商人将同一商品继续出售给消费者，这就是商人业务的出卖阶段 $W-G'$ 。只是在这时，商品才最终卖掉，从而实现了生产与消费的联系。由此可见，商业货币投资循环 $G-W-G'$ ，只是对商品的最终出售起中介作用。这就是说，商业的购买，实现了生产者的出卖，而商业的出卖，又实现了消费者的购买；只是经过商业的这种买卖活动，才媒介成了生产者与消费者之间的商品交换。商业媒介成商品交换的职能作用如图 1 所示：

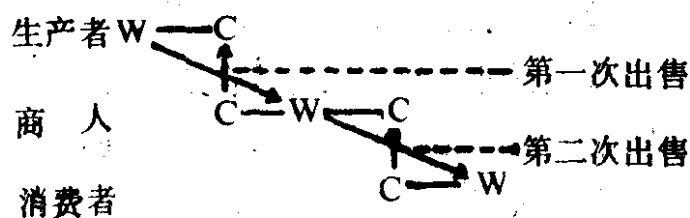


图 1

为准确把握商业的职能，必须明确认识以下几点：

商业的职能是在 $G-W-G$ 这一价值形态转化过程中完成的，是通过商业的买卖活动完成的。商业部门只有不断重复为卖而买、先买后卖的业务行为，才能不断地实现生产与消费的联系。如果中断这种业务行为，也就失去了商业的职能作用，商业也就不成其为商业。

商业的职能是交换职能，是媒介成社会劳动的物质变换，而不是生产职能。这就是说，商业发挥职能作用的领域只是在流通领域，而不是在生产领域。因此，如果要求商业部门以主要精力去从

事生产，就等于要求削弱商业的职能作用。1958年，我国曾经出现要求商业“跳出购销调存赚的圈子”这类口号，这是不懂商业职能的典型表现。

商业也不具有分配职能。商业活动起着实现国民收入分配、再分配的作用，但“实现分配”与“分配”本身不是一回事。显而易见，商业并不决定消费品在社会成员之间如何分配；在社会成员向商业部门购买商品以前，消费品的分配比例已经确定。

商业的职能具有一般性。商业的职能是由于社会分工而为商业所固有的职能，它并不因生产方式的变革而改变。在不同的社会形态中，只要存在着商业，它的职能都是媒介成社会商品交换，所不同的，只是所媒介的商品交换体现着不同的经济关系。

这里研究的商业职能，是纯商业的职能，而不是商业部门的职能。商业职能是商业部门的基本职能，是商业部门得以区别于其他经济部门的专有职能，但并非商业部门的唯一职能。商业部门还有一些附带职能，如商品的加工、运输、保管、包装等。这些附带职能尽管实际上同商业的职能混淆或结合在一起，但并不能因此也认为是商业的职能。所以，“商业的职能”，“商业部门的职能”，是两个并不完全相同的概念。后者包括前者，并以前者为主要内容，但前者并不反映后者的全部内含。

商业的购、销、调、存活动不是商业的职能，而是商业职能借以实现的方式，两者不应混同。

也不能把商业的目的与任务混同为商业的职能。不同社会形态下的商业，其目的和任务尽可以不同，但商业的职能却是相同的。商业的目的和任务是由生产资料所有制状况决定的，商业的职能则是由商业在社会再生产中所处的地位决定的；前者反映商业在社会性质方面的本质，后者反映商业这一国民经济的专门行业区别于其他行业的本质；商业的目的和任务要通过商业职能的发挥才能实现。所以，商业的目的和任务，与商业的职能不是一个问题。只有把购销业务作为商业工作的中心，商业的职能作用才

能得到更好的发挥,商业的目的和任务才能实现和完成。

第二节 商业产生与存在的社会经济条件

商业产生与存在的社会经济条件

商业,只是在人类社会出现了商品交换和商品生产之后,经过第三次社会大分工,才出现在社会经济生活之中。商业,作为发展了的商品交换形式,是在物物交换发展到简单商品流通以后,在简单商品流通的基础上产生的。

在人类历史上,随着社会生产力的发展,发生过三次社会大分工。第一次社会大分工,指畜牧业与农业的分离,发生在原始社会后期(即野蛮时期中级阶段);第二次社会大分工,指手工业与农业的分离,发生在原始社会末期(即野蛮时期高级阶段);第三次社会大分工,指商业与生产的分离,发生在原始社会瓦解、奴隶社会形成时期。随着社会分工的发展,商品交换、商品生产相继产生,商品交换形式也随之而发展了。商品交换形式的发展过程,标志着社会生产力的发展过程和水平,反映了与生产力发展水平相适应的生产关系的发展状况。

物物交换 $W-W$, 是商品交换的原始形式,它产生于第一次社会大分工之际。这种原始的、直接的实物交换形式,起初是在原始共同体之间通过各自的氏族首领来进行的,尔后才逐步渗入到原始共同体内部。正如马克思所指出的:“商品交换是在共同体的尽头,在它们与别的共同体或其成员接触的地方开始的。但是物一旦对外成为商品,由于反作用,它们在共同体内部也成为商品。”^①

在物物交换过程中,虽然交换双方都在让渡自己商品的同时

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1975年版,第106页。