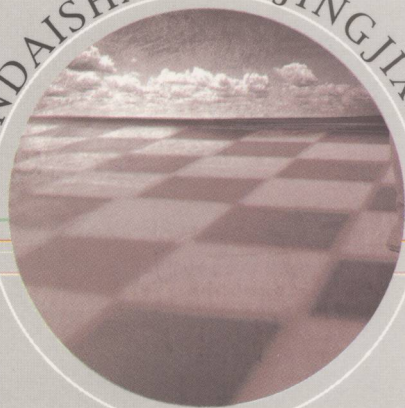


# 现代商业 经济学

(修订第二版)

祝合良 编著

XIANDAISHANGYEJINGJIXUE



首都经济贸易大学出版社

# 现代商业经济学

---

(修订第二版)

祝合良 编著

首都经济贸易大学出版社  
·北京·

## 图书在版编目(CIP)数据

现代商业经济学/祝合良编著.—2版(修订本).—北京:首都经济贸易大学出版社,2004.7

ISBN 7-5638-0895-7

I. 现… II. 祝… III. 商业经济学 IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 060961 号

现代商业经济学(修订第二版)

祝合良 编著

---

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

E-mail publish @ cueb. edu. cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京宏飞印刷厂

开 本 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数 412 千字

印 张 16.125

版 次 2001 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月修订第 2 版  
2004 年 7 月总第 5 次印刷

印 数 20 001~26 000

书 号 ISBN 7-5638-0895-7/F·500

定 价 24.00 元

---

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

## 前言

商业是商品交换的发达形式,是第三次社会大分工的产物,具有悠久的历史。随着商品经济的发展,商业也在不断地向前发展。如今,现代商业已经演变成为一个庞大的产业系统,在现代市场经济中发挥着至关重要的作用,商业产业的发达程度已经成为衡量一个国家市场经济发达程度的重要标志。有学者甚至提出:改变未来世界格局的不是战争,而是商业;21 世纪的社会是商业社会。

为了充分发挥现代商业在市场经济中的作用,国内外理论界在不断地探索和研究商业活动的基本规律和运行原则以指导商业实践。西方发达国家非常重视对商业理论的研究,取得了许多重大的研究成果。如日本对商业企业集团的研究、物流学的研究,美国对期货市场的研究、代理制的研究、合约理论的研究等,这些研究成果的取得极大地促进了现代商业和市场经济的发展。新中国成立后,尤其是改革开放以来,我国在商业理论的研究方面取得了一批丰硕的成果,并形成了一定的理论体系,对指导我国的商业和社会主义市场经济建设起到了巨大的推动作用。但长期以来,受多种因素的影响,商业产业在我国还没有得到足够地重视。重生产轻流通、重工业轻商业的旧观念在我国至今还根深蒂固,从而极大地阻碍了我国商业和市场经济的发展。与之相对应,商业理论的研究和商业经济学科的建设也远远没有得到应有的重视。这些都与市场经济发达国家形成强烈的反差。因此,为了推动我国商业和市场经济的发展,我们必须高度重视流通、重视商业;同时,必须加大流通理论、商业理论的研究和商业经济学科的建设。

笔者多年来从事商业理论的教学和研究工作,切实感到商业理论研究对我国商业和市场经济建设的指导作用十分重大。两年多来,通过学习和研究,在借鉴国内外研究成果的基础上,我们编写了这本商业经济学教材。

在编写这本教材的过程中,主要体现了两个原则:一是理论与应用相结合的原则。既突出该书的理论价值,又突出其实用价值,如对主要商业经营方式和目前一些重要的商业领域作了专门的阐述。二是中西方理论相结合的原则。既吸收了国内同行的研究成果,又吸收了现代西方经济学的一些最新研究成果。如新制度经济学理论、交易费用经济学理论、信息经济学理论、现代合约经济学理论等在本书中都有所体现。

在本书的写作过程中,得到了导师曹厚昌教授、李金轩教授和师兄马龙龙教授的指导和帮助。同时,首都经济贸易大学出版社的周义军副社长、陈文冰总编辑和责任编辑孟岩岭同志为本书的出版付出了大量心血。在此,一并表示衷心的感谢。

由于水平有限,加之时间仓促,书中不足之处,恳请同行和广大读者批评指正。

祝合良

# 目录

|            |                             |     |
|------------|-----------------------------|-----|
| <b>第一章</b> | <b>交换与商业</b> .....          | 1   |
| 第一节        | 分工与交换 .....                 | 1   |
| 第二节        | 交换与商业 .....                 | 8   |
| 第三节        | 商业的作用与职能 .....              | 26  |
| 第四节        | 现代商业的发展与创新 .....            | 31  |
| <b>第二章</b> | <b>货币、信用与商业</b> .....       | 49  |
| 第一节        | 货币与商业 .....                 | 49  |
| 第二节        | 信用与商业 .....                 | 56  |
| <b>第三章</b> | <b>消费与商业</b> .....          | 75  |
| 第一节        | 消费与商业的关系 .....              | 75  |
| 第二节        | 消费发展的一般趋势及其对商业的影响 .....     | 82  |
| 第三节        | 商业与维护消费者权益 .....            | 86  |
| 第四节        | 商业与消费引导 .....               | 96  |
| <b>第四章</b> | <b>商业活动的特点与商品流通规律</b> ..... | 101 |
| 第一节        | 商业活动的特点 .....               | 101 |
| 第二节        | 商品流通规律 .....                | 115 |
| <b>第五章</b> | <b>商业运行环境与运行机制</b> .....    | 131 |
| 第一节        | 商业运行环境 .....                | 131 |

|     |        |     |
|-----|--------|-----|
| 第二节 | 商业运行机制 | 147 |
|-----|--------|-----|

|            |                |            |
|------------|----------------|------------|
| <b>第六章</b> | <b>商业投资与筹资</b> | <b>153</b> |
|------------|----------------|------------|

|     |                 |     |
|-----|-----------------|-----|
| 第一节 | 商业投资活动          | 153 |
| 第二节 | 商业投资调查与预测及可行性研究 | 158 |
| 第三节 | 商业投资决策          | 167 |
| 第四节 | 商业投资筹措          | 171 |

|            |                    |            |
|------------|--------------------|------------|
| <b>第七章</b> | <b>商业主体、客体及其运行</b> | <b>179</b> |
|------------|--------------------|------------|

|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| 第一节 | 商业主体及其运行 | 179 |
| 第二节 | 商业客体及其运行 | 200 |

|            |             |            |
|------------|-------------|------------|
| <b>第八章</b> | <b>零售商业</b> | <b>231</b> |
|------------|-------------|------------|

|     |               |     |
|-----|---------------|-----|
| 第一节 | 零售商业的含义、特点与功能 | 231 |
| 第二节 | 零售商业的业态类型与选择  | 239 |
| 第三节 | 零售商业的发展       | 256 |

|            |             |            |
|------------|-------------|------------|
| <b>第九章</b> | <b>批发商业</b> | <b>289</b> |
|------------|-------------|------------|

|     |               |     |
|-----|---------------|-----|
| 第一节 | 批发商业的含义、特点与类型 | 289 |
| 第二节 | 批发商业的地位与功能    | 297 |
| 第三节 | 批发交易组织        | 305 |
| 第四节 | 批发商业面临的机遇与挑战  | 312 |

|            |             |            |
|------------|-------------|------------|
| <b>第十章</b> | <b>商务代理</b> | <b>321</b> |
|------------|-------------|------------|

|     |                  |     |
|-----|------------------|-----|
| 第一节 | 代理与代理制           | 321 |
| 第二节 | 商务代理与商务代理制       | 333 |
| 第三节 | 代理商的选择与商务代理纠纷的处理 | 345 |

|             |                       |     |
|-------------|-----------------------|-----|
| <b>第十一章</b> | <b>期货贸易</b>           | 353 |
| 第一节         | 期货市场的产生与发展            | 353 |
| 第二节         | 期货市场的特征与功能            | 360 |
| 第三节         | 期货市场结构                | 367 |
| 第四节         | 期货交易业务流程与交易方式         | 373 |
| <b>第十二章</b> | <b>电子商务与商业</b>        | 395 |
| 第一节         | 电子商务基础                | 395 |
| 第二节         | 电子商务在商业中的应用           | 410 |
| <b>第十三章</b> | <b>商业物流与配送</b>        | 419 |
| 第一节         | 商业物流的内涵与功能            | 419 |
| 第二节         | 商业物流的基本活动             | 428 |
| 第三节         | 配送与配送管理               | 441 |
| <b>第十四章</b> | <b>商业风险、商业机会与商业投机</b> | 457 |
| 第一节         | 商业风险与管理               | 457 |
| 第二节         | 商业机会与商业投机             | 466 |
| <b>第十五章</b> | <b>商业竞争与市场秩序</b>      | 477 |
| 第一节         | 市场经济与商业竞争             | 477 |
| 第二节         | 不正当竞争与反不正当竞争          | 481 |
| 第三节         | 垄断与反垄断                | 485 |
| 第四节         | 市场秩序与商业行为             | 493 |
| <b>参考文献</b> |                       | 506 |

# 第一章

## Chapter 1

## XIANDAI SHANGYE JINGJIXUE

## 交换与商业

### 本章概要

商业是商品交换的发达形式,属于交换的范畴。因此,要了解商业,有必要先了解交换。交换的产生和发展,始终是与分工的产生和深化紧密联系在一起的。因此,要了解交换,又必须从分工谈起。本章首先介绍分工与交换的关系;然后介绍交换与商业的关系,同时对与商业有关的几个基本经济范畴如交易、贸易、商品流通、市场等作了介绍;接着阐述商业的作用和职能;最后阐述现代商业的发展与创新。

## 第一节 分工与交换

人类的交换活动古已有之。最初是简单的物物交换,后来发展到商品交换,并由此产生了商业。在商品经济社会中,交换已经成为经济总体的必然要素,社会再生产过程中的必然环节。但交换的产生和发展,始终是与分工的产生和深化紧密联系在一起的。因此,要了解交换,了解商业,必须首先从分工谈起。

### 一、分工的演变

分工是指人类在经济领域中为进行合理的劳动而使劳动专业化的做法。因此,一切分工都是劳动的分工。

从经济运行的过程来看,劳动分工首先是生产的分工,然后是交换的分工。生产的分工,最初是自然分工,然后才有按劳动特长进行的技术分工。所谓自然分工,就是指按性别和年龄的差异而进行的分工,“也就是在纯生理的基础上产生的分工”。<sup>①</sup>这种自然分工,早在原始社会的氏族、部落、公社内部就已经存在,如男子从事渔猎,女子从事采集等。在现代经济生活中,自然分工依然存在,如护士多为女性,就是这一分工的体现。可见,自然分工时至今日仍有其存在的合理性。所谓技术分工就是指以一定的技术准则进行的分工。技术分工使同一经济体的产品由不同工种的劳动者制造的局部产品所组成,使不同工种的劳动者按照时间的先后顺序完成整个操作过程。生产的分工使生产者之间互相依赖,进而产生了生产交换。随着生产和需求规模的不断扩大,以及生产分工的深化和消费需求的精细,使交换的分工成为可能。随着交换规模的扩大,交换过程的延长,交换关系的复杂化,从而使得交换的分工成为必然。例如,今天按交换对象的不同,就有物质产品、劳动力、房地产、服务、技术、信息、资金等多种交换;按流通过程的不同,就有批发和零售贸易等行为;按行业的不同,就有农产品、纺织品、日用工业品等的交换。

从分工影响的范围来看,劳动分工首先是内部分工,然后才是社会分工。所谓内部分工,就是指某一经济体内的分工,如家庭内部的分工、手工工场的分工、企业内部的分工等。经济体内部的分工,首先也是自然分工,然后才是技术分工。从历史上看,经济体内部的分工,从自然分工到技术分工是从手工业开始的,这种分工在工场手工业中得以成熟。随着生产力的发展和劳动生产率的不断提高,内部分工的发展必然导致生产的专业化,而生产专业化的发展,又必然导致社会分工。因为生产专业化的发展,不仅把每一种产品的生产,而且把产品的每一部分的生产都变成了专业的工业部门,这样就使得生产的内部分工走

<sup>①</sup> 马克思恩格斯全集·第23卷·北京:人民出版社,1972:390

向社会化。社会分工使劳动的划分不是在经济体内部,而是在全社会范围内以独立部门的形式存在。每个经济体依分工的不同而归之于不同的社会经济部门,专业化的生产成为社会总劳动的有机组成部分。

社会分工与内部分工虽有许多相似和相互联系之处,但二者在本质上是不同的。具体表现为:第一,社会分工中独立劳动发生联系是因为生产者各自的产品都是作为商品而存在的,而内部分工的劳动者彼此的劳动成果不作为商品,而是作为经济体内部各种劳动的共同产品;第二,社会分工以不同劳动部门的产品 的买卖为媒介,而内部分工则以劳动力的结合使用为媒介;第三,社会分工以生产资料分散在许多互不依赖的商品生产者中间为前提,而内部分工则以生产资料积聚在一个经济体中为前提。

## 二、分工的客观必然性

分工作为一种普遍存在的经济现象,有其存在的客观必然性。一般说来,主要是由资源的制约、技术的限制和提高效率的需要所决定的。

### (一)资源的制约

从事经济活动的主体往往不可能占有其所需的一切资源,因而受资源条件的约束而进行分工就成为必要。例如,游牧民族长期生活在草原,由于自然条件的影响,主要靠吃牛羊肉为生。如果他们需要蔬菜、水果、茶叶、大米等农产品,就需要从适宜生产这些农产品的地方进行采购。因为草原地区往往降水量不足、地力贫瘠、气温偏低,不适宜种植蔬菜、水果、茶叶、稻谷等农作物。同样地,适宜种植蔬菜、水果、茶叶、稻谷等农作物的地方,一般又不适宜大量放牧,这些地区的人们需要消费牛羊肉时,往往又要从草原地区采购。因此,基于资源条件约束而出现的分工是一种最基本和最常见的分工。由于生产力的发展尚不能完全摆脱资源条件的束缚,并且资源条件在长期内难以改变,

因此基于资源条件的约束而出现的分工是必然的。

## (二)技术的限制

在历史和现实的经济生活中,技术并非广泛、均匀地发展和分布于每个国家或经济体之中;相反,由于技术往往具有垄断性,因而其分布往往具有不均衡性,再加上专利技术和专有技术的保护等,使得技术的传播、掌握、消化需要一定的时间,因此,在技术的限制下进行分工,是一种现实的需要。

## (三)增进效率的需要

分工往往可以增进效率,促进经济整体的发展。具体表现在分工可以充分利用人力资源、提高劳动熟练程度、促进技术的改进、充分利用工作时间、摆脱自然束缚、发挥比较优势等诸多方面。

4 进一步讲,就自然分工而言,在生产水平比较低下的条件下,自然分工较好地配置了当时最重要的资源——人的劳动能力,从而有效地发挥了不同性别、不同年龄的劳动者的体力和脑力的相对优势,促进了农业和手工业的发展,支撑了自然经济的基本框架,促进了生产力的提高。就技术分工而言,分工有助于提高劳动熟练程度,每个人从事单一的操作,自然易于由不熟练走向熟练;有助于改进技术,一个人长期从事某一操作,容易洞悉其原理和机制,提出技术改造的方案;有助于提高时间的利用率,分工可以节省每个人变换操作的时间。就部门分工而言,有助于摆脱自然束缚,提高劳动效率。第一次社会大分工,畜牧业从农业中分离出来,使人类在摆脱自然界束缚的进程中向前迈进了一大步。第二次社会大分工,手工业从农业中分离出来,使人类又前进了一大步。第三次社会大分工,商业从产业部门中分离出来,表明人类经济活动的重心由人与自然之间的关系逐渐向着人与人之间的关系转移。以后随着金融、保险、信息等服务业的发展和独立,人类自身的协调作用越来越重要,自然界对人类的束缚进一步得到解放,劳动效率进一步得到提高。就地

区分工和国际分工而言,通过发挥各自的优势,优化资源配置,降低生产成本,节约社会劳动,从而可以大大提高经济效率。可以说,增进效率的需要是分工得以深化的根本原因。

### 三、分工与交换

无论从理论还是从历史的角度来看,分工与交换都是密不可分的。概括地说,分工是交换的基础,交换又是分工之必需。这里主要从理论和历史相结合的角度谈谈社会分工与商品交换的关系。

#### (一)第一次社会大分工与商品交换的出现

人类社会的发展经历了蒙昧时代、野蛮时代、文明时代三个时期。在蒙昧时代,生产力水平极为低下,原始人结成原始群落,依靠集体的力量与自然界搏斗,主要以狩猎、采集为生,共同劳动,共同消费,没有社会分工,也没有剩余产品。因此,不同的经济体之间难以发生交换,商品交换也就无从谈起。经过数十万年缓慢而持续的进化,人类社会终于由蒙昧时代进入到野蛮时代,原始人群那种简单粗糙的组织形式开始被以血缘关系结成的氏族与部落取代。与此同时,新的生产工具不断出现,如狩猎用的弓箭与钓鱼用的骨制鱼钩被发明出来了,人类不仅懂得了利用天然火,而且还逐渐掌握了人工取火的技术,饮食上由生食转为熟食,取暖御寒、抵御野兽的能力也因火的利用而大为增进,人类体质增强,寿命延长,劳动者的劳动能力也相应增长。劳动者劳动能力的增长与生产工具的进步标志着生产力水平的飞跃,此时剩余产品出现了。最初的剩余产品是人们将狩猎而得、一时食用不了的野兽暂时饲养起来,以备日后之需。然而在这一过程中,人们发现野兽自身繁衍所带来的利益比狩猎更大,于是开始有意识地驯化、饲养野兽,野兽也渐渐被驯养为家畜,于是肉食、皮毛有了稳定的来源,畜牧业取代了狩猎而逐渐居于主导地位。与此同时,人类在长期的采集过程中发现,植物种子落地后会定期生根发芽。于是,当采集所得的植物种子一时食

用不了时,就开始模拟自然作播种试验,获得成功后又不断积累有关气候、土壤、水肥条件的知识,并且开始有意识地选种、育种,从而使农业得以产生和发展,并取代了成果不稳定的采集而成为长期占据主导地位的生产方式。第一次社会大分工由此出现了,即畜牧业与农业实现了分工。

农业与畜牧业的分工打破了原始部落集各项经济事业于一身(如狩猎、捕鱼兼采集)的传统模式,出现了专业化生产的农业部落与畜牧业部落。于是出现了两大部落之间的商品交换,但这时的商品交换主要是剩余产品的交换,因此,这时商品交换并不占重要地位,自给自足的生活在部落中仍然占据主导地位。

## (二)第二次社会大分工与商品交换的发展

随着原始人劳动经验的积累和农、牧业经济的发展,原始农业进入了一个新的发展时期。原始农业的发展使得农牧产品除了可以满足原始部落内部成员的消费之外,还有了更多的剩余,于是为手工业的发展提供了物质条件。随着手工业的发展和独立化,进而出现了第二次社会大分工,即手工业从农业中分离出来。由于手工业的产品不能直接作为生存消费资料,手工业者要生存就必须将其生产出来的手工业品拿到市场上去进行交换,然后换取自己所需要的消费品。因此,马克思说:“随着生产分为农业和手工业这两大主要部门,便出现了直接以交换为目的的生产,即商品生产。”<sup>①</sup>商品生产的发展使业已存在的商品交换,从偶然行为变成经常性的行为。

随着商品交换的发展,货币作为交换的媒介和等价物也随之出现,从而为商品交换的扩大创造了必要的条件。这是因为:第一,货币的出现,把买卖分解为两个不同的过程,即卖(W—G)的阶段和买(G—W)的阶段。这样,卖不一定就要买,买不一定非要卖,从而给买卖双方以更大的灵活性、选择性,进而扩大了交换的时间范围。第二,买卖有了共同的等价物——货币,买

<sup>①</sup> 马克思恩格斯选集·第4卷·北京:人民出版社,1972:159

买卖双方就有了一个共同的衡量标准,这样就可以体现等价交换的原则,便于双方接受,使交换得以顺利进行。第三,由于货币的价值量可以分解,买卖可以分散进行,特别是换回货币后,在购买商品的过程中,既可以集中进行,也可以分散进行,既可以在一地购买,也可以在地多购买,既可以购买某一种商品,也可以分散购买多种商品,这样就扩大了交换的空间范围。第四,可以通过货币的吞吐来调节市场的供求,解决了供求之间的矛盾,保证了商品生产和商品交换的正常进行。这样,就在时空上扩展了交换范围,促进了商品经济的发展。

总之,货币的出现,不仅使交换的形式发生了变化,交换的数量增加,而且使交换产生了质的飞跃,将其推进到一个新的阶段,从而为商业的产生创造了前提条件。

### (三)第三次社会大分工与商业的产生

商品交换起初是由商品生产者自己承担的,农民、牧民、手工业者均自己负责产品的销售与必需品、原材料的购买。随着生产的发展,交换的任务越来越繁重,市场的扩张也使交换所需的人力、物力、时间不断增加,并且商品生产要以商品交换为前提,如手工业者一旦产品销售不畅,就不能购入原材料组织下一阶段的生产,甚至自身的消费都会成问题。在这种情况下,社会分工突破了生产的范畴,出现了第三次分工,即商业从产业部门中独立出来。于是,产生了一个专门从事商品交换的经济行业——商业,同时也创造了一个不从事生产而只从事商品交换的阶层——商人。

商业是商品交换的发达形式,它的产生是社会分工的重大进步。在此之前的两次社会分工都发生于物质生产部门,所调整的是人与自然之间的关系,第三次社会分工则造就了独立的交换部门,所调整的是人与人之间的关系,这种变化反映了经济活动进一步挣脱了自然的限制而日益转人人之间的关系。这样一来,商业的产生也使得经济关系复杂化了。从前那种单纯的商品供给者与需求者之间的关系,演变为生产者、经营者、

消费者之间的多重的经济关系。因此,商业的产生,标志着商品交换关系发展到了一个新的阶段。商业的产生和发展,还推动了社会分工向深层次方向发展。具体表现为:它不仅使原有的生产部门获得了蓬勃发展,而且使新的生产部门不断出现,同时还使原本属于商业内部、为商品交换服务的经济部门,如金融、运输、保险等部门也相继从商业部门中分化出来,变成独立的部门。可见,商业的产生对人类社会的发展起到了巨大的推动作用。对此,马克思给予了很高的评价。他认为,商业的出现,将人类从野蛮时代带入到了文明时代的门槛上。

综上所述,分工是交换的基础,没有分工便无从交换;交换又是分工之必需,没有交换,分工将失去意义。分工的深化要求交换的发展,交换的发展又促进了分工的进一步深化。分工与交换密切联系,彼此相互影响,它们之间的互动贯穿整个经济生活的历史与现实。

— 8

## 第二节 交换与商业

### 一、交换与交易

在经济学的发展史上,“交换”是比“交易”更为古老的概念。传统的交换概念起源于资本主义以前的市场和集市,侧重考察商品的物质实体的运动形式,因此,传统的交换是指商品的实际移交。后来,马克思对交换问题的研究,深化了其内涵。马克思指出,交换双方为了让渡自己的商品,占有别人的商品,必须彼此承认对方是私有者。交换活动不仅仅是商品实体本身的运动,排他性的所有权是交换的前提,所有权的有偿让渡是交换的实质内容。因此,从表面上看,交换是商品实体的运动,而从实质上看,交换是商品所有权的让渡,或者说是建立在特定所有权制度基础之上的不同商品所有者之间的一种契约关系。在现代

经济理论中,交换这一概念常常被冠以交易的名称。因此,从本质上说,交换与交易是同义语,但现代经济理论中对交易的内涵又有着不同的理解。

## 二、交易的两种主要理论解释

在现代经济理论中,对“交易”这种普遍存在的经济现象,理论界有着不同的认识。其中最具有代表性的观点有两种:一种是以康芒斯为代表的交易理论;一种是以科斯为代表的交易理论。

康芒斯认为,交易是在一定的秩序或集体运行的运行规则中发生的,是在利益彼此冲突的个人之间的所有权的转移。很显然,这是一种广义上的交易。对于广义上的交易活动,康芒斯将其分为三类:一是买卖的交易,即法律上平等的、人们之间自愿的买卖关系,尤指以换取一定的代价为前提的法律上所有权的让与和取得,不包含实际物品的交易程序。买卖的交易的特点是:司法当局在法律上把买者和卖者作为平等的人看待,其一般原则是稀少性。二是管理的交易,这是一种以财富的生产为目的的交易,是一种在法律上和经济上的上级对下级的关系,其中,上级是一个人或由少数个人组成的特权组织,下级则必须服从上级的命令。其一般原则是效率。三是限额的交易,是有权力的若干参加者之间达成协议的谈判,握有权力的若干人把联合企业的利益和负担分派给企业的各个成员。这也是一种上级对下级的关系,只不过这里的上级是一个集体的上级或者是它的正式代表。康芒斯进一步指出,“这三种活动单位包罗了经济学里的一切活动。买卖的交易,通过法律上平等的人们自愿的同意,转移财富的所有权。管理的交易用法律上的上级的命令创造财富。限额的交易,由法律上的上级指定,分派财富创造的负担和利益”。<sup>①</sup>由于买卖的交易必定是在市场上进行的,因此我们将其称为市场化交易;而管理的交易大多是非市场的企

<sup>①</sup> [美]康芒斯.制度经济学.上册.北京:商务印书馆,1983:86