

全国经济专业技术资格考试指定用书

商业经济(商业管理)

专业知识与实务

(中级)



国内贸易部行业管理一司
人事部人事考试中心

组织编写

全国经济专业技术资格考试指定用书

**商业经济(商业管理)
专业知识与实务**

(中级)

国内贸易部行业管理一司
人事部人事考试中心 组织编写

民族出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业经济(商业管理)专业知识与实务:中级/国内贸易部行业
管理司编. —北京:民族出版社,1997. 3

全国经济专业技术资格考试指定用书

ISBN 7-105-02810-6

I. 商… II. 国… III. 商业管理—资格考试—学习参考资料
IV. F712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 02218 号

民族出版社出版发行

(北京市和平里北街14号 邮编:100013)

民族出版社微机照排 冶金印刷总厂印刷

1997年5月第1版 1997年5月北京第1次印刷

开本:787×1092毫米 1/32 印张:14 字数:320千字

印数:0001—35000 定价:20.00元

主 审：房爱卿

主 编：王福成

副主编：李毕万 陈 及 唐立军 罗朝能

编写成员：王福成 李毕万 刘 菲 汤谷良 陈 及
何明珂 张晓堂 张海燕 罗朝能 唐立军

梁小民 黄桂芝

修订人员：陈 及 唐立军

本书由国内贸易部行业管理一司张慧伶、魏晓英组织编写、修订。

前 言

1997年全国经济专业技术资格考试定于11月22日举行,为促进广大经济专业人员学习专业知识,提高应试能力,我们会同国家计委、财政部、劳动部、建设部、铁道部、交通部、邮电部、农业部、国内贸易部、中国人民银行总行、国家工商行政管理局、中国民用航空总局、国家旅游局、国家税务总局、中国人民保险(集团)公司和中国工业经济协会组织有关专家,根据国家有关政治和经济体制改革情况,依据考试大纲明确的考试范围和要点,对1996年经济专业考试指定用书分别进行了修订和勘误,并在此基础上重新编辑出版了1997年考试指定用书。

现将本套指定用书修订情况说明如下:

一、农业、商业(商业管理)、商业(商业营销)、物资、财政(财政)、财政(税务)、保险、运输(民航)、运输(铁路中级)、旅游(旅行社)等专业考试指定用书根据国家新近颁布的有关法规、条例和政策,对内容进行了局部或较大幅度的修订。

二、工业、金融、劳动、运输(公路)、运输(水路)、运输(铁路初级)、价格管理、建筑经济、旅游

(饭店管理)等专业,指定用书内容不再进行修订,仅在1996年指定用书基础上作了一定程度的勘误。

三、经济基础和邮电、房地产、工商行政管理等专业指定用书在1996年版基础上再版。

在组织修订这套指定用书时,我们力求反映我国改革开放和建立社会主义市场经济体制的要求,然而建立社会主义市场经济体制是一个长期的、艰难的过程,也由于我们的工作水平有限,指定用书的编写组织工作中可能存在疏漏和不足之处,我们欢迎广大考生及从事经济工作的各界人士提出批评和指正。

在本套书出版之际,我们谨向参与组织、编写工作的有关部门和专家学者表示诚挚的谢意!

人事部人事考试中心

1997年4月

目 录

第一章 商业经济基本理论

- 第一节 商品流通环节、渠道、过程…………… (1)
- 第二节 商品流通规律…………… (18)
- 第三节 商品市场体系…………… (41)

第二章 商品流通体制

- 第一节 社会主义市场经济与商品流通体制…………… (54)
- 第二节 商品流通的宏观调控…………… (75)

第三章 价格理论与应用

- 第一节 价格构成…………… (85)
- 第二节 商品价格体系…………… (102)
- 第三节 价格弹性…………… (111)
- 第四节 流通企业价格决策…………… (122)

第四章 现代流通企业组织

- 第一节 现代企业制度与企业组织…………… (141)
- 第二节 流通企业网点布局…………… (154)

第五章 流通企业形象与公关建设

- 第一节 流通企业形象…………… (168)
- 第二节 流通企业公共关系建设…………… (180)

第六章 商业交易方式

- 第一节 商业交易方式的发展与类型…………… (190)
- 第二节 现货交易…………… (193)
- 第三节 期货交易…………… (212)
- 第四节 其它交易方式…………… (220)

第七章 流通企业经营战略与决策	
第一节 流通企业经营战略	(233)
第二节 流通企业经营风险	(246)
第三节 流通企业经营决策	(251)
第八章 流通企业职能管理	
第一节 流通企业劳动人事管理	(266)
第二节 流通企业财务管理	(277)
第九章 流通企业购销管理	
第一节 商品采购管理	(287)
第二节 商品质量管理	(294)
第三节 服务质量管理	(300)
第四节 商品销售管理	(308)
第十章 物流与配送	
第一节 物流的概念、功能与物流合理化	(316)
第二节 配送的概念、意义及作业方法	(328)
第三节 配送管理与技术	(345)
第十一章 流通企业的经营分析	
第一节 流通企业经营分析概述	(360)
第二节 经营分析的基本方法	(364)
第三节 经营分析的基本指标	(370)
第四节 经营综合分析	(387)
第十二章 国际贸易	
第一节 国际贸易理论与政策	(393)
第二节 国际贸易实务	(413)

第一章

商业经济基本理论

第一节 商品流通环节、渠道、过程

一、商品流通环节

(一) 商品流通及其形式

商品流通是指以货币为媒介的商品交换过程。在此需要说明的是，商品流通并不是指某种商品买卖的循环，而是指所有商品交换之间，由于存在着不可分割的相互联系所构成的完整与统一的过程。因为，每种商品买卖所形成的循环在客观上又会影响到引起其它商品买卖的循环，并互相交错在一起，正如马克思所指出的，每个商品买卖所形成的循环“同其他商品的循环不可分割地交错在一起。这全部过程就表现为商品流通。”^①

商品流通有简单商品流通和发达商品流通两种形式。简单商品流通是商品—货币—商品(W—G—W)。这一过程分成两个阶段，即以卖(W—G)开始，以买(G—W)告终，是为买而卖。交换的目的是为满足自身对商品使用价值的一定需要。处于两

^① 《资本论》第一卷，第131页。人民出版社，1975年6月第1版。

极的商品是不同质的使用价值。

发达商品流通则是货币—商品—货币(G—W—G')。这一过程仍分成两个阶段,只不过顺序与简单商品流通的恰好相反,即以买(G—W)开始,以卖(W—G)告终,是为卖而买。交换的目的是实现商品价值,取得货币的增值。处于起点和终点这两极的是同质的货币,但在量上不同,通常终点的货币量大于起点的货币量。发达商品流通是商业作为一个独立的行业从社会第三次大分工中产生后,商品流通所采取的最普遍、最重要的形式,或者说,发达商品流通主要是由商业推动和组织的。它对于商品生产,从而对整个社会经济发展起到巨大的刺激和推动作用。

(二)什么是商品流通环节

商品流通环节是指商品从生产领域到消费领域的转移过程中所经过的环节。它一般包含商品的收购、运输、储存、销售等环节。

由于商业媒介商品交换,商品从生产领域向消费领域转移的过程中,总要经过先后有序的若干个环节所构成的系列,才能实现这种转移,商品才能在更大的时空范围流通。总之,劳动产品之间的相互交换决定了商品流通环节是形成商品流通过程的基本要素。

商品流通环节的多与少,对于能否经济合理地组织商品流通是至关重要的。

如果商品流通环节过多,即商品在交换过程中经多次转手,则商品流通速度就要减慢,流通时间就会相对延长,因而导致流通费用增加,另外层层加价又使商品价格上涨。这一方面加重消费者的不合理的经济负担,起到抑制消费需求的副作用;另一方面会抑制生产的发展,消费需求不振,生产就难以扩大;另外,还会导致商业经济效益的降低,因为流通费用上升与销售不畅,使

商业的投入与产出的比例失衡。

如果商品流通环节过少,商品流通就难以正常进行。其原因是,首先,正是商业的专门化、独立化,才使得商品在更大范围内的流通成为可能。换言之,正是由于适度增加的商品流通环节,大规模的生产和消费才能得以正常进行。如果商品流通环节过少,商品流通的时空范围就会相对变小,因而就难以满足社会生产和消费的需要。其次,如果流通环节过少,就会导致每一环节承担的流通职能超过企业的经营能力,商品的流通时间反而会延长。因为,诸如商品储存、运输、商品买卖、品种编配等等职能分别由批发、零售等具体环节负担,如果减少某一环节,则另一环节就要承担这一职能,企业势必因小而全,致使流通时间增长,流通效率下降。这对于商业的发展也是极其不利的。

总之,商品流通环节过多或过少,都不利于商品流通的正常进行。因此,适度的商品流通环节是保证商品流通经济、合理进行的前提条件。这可以概括为:以最少的劳动消耗和最短的时间,高效率地完成商品从生产领域到消费领域的转移。其标志是:货畅其流。 *流通环节过多和少,合理与不合理,标志*

能够保证货畅其流的环节就是适度的商品流通环节。因为,只有货畅其流,才能使商品满足社会生产消费和生活消费的充分需要;只有货畅其流,商品才不会在某一多余环节或某一环节上发生积压、沉淀;只有货畅其流,商业的经济效益才能不断提高;只有货畅其流,国民经济才能协调发展。

二、商品流通渠道

(一)什么是商品流通渠道

商品流通渠道是指商品从生产领域向消费领域转移过程中所经过的流转路线和经过的经济组织。

商品流通渠道在商品流通过程和在国民经济运行中,与人的血液循环系统相类似。血液总是通过具体的血管流通,将人体所需的营养输送到机体的各个部分;在国民经济中生产领域制造的产品,也同样是通过具体的商品流通渠道被输送到消费领域,以满足生产和生活的各不相同的具体消费需要。

(二)商品流通渠道与环节的关系

商品离开生产领域向消费领域的转移过程,并不是紊乱、无序的,而是按经济合理性的要求,沿着客观需要的一定路线运动,从而形成合理、有序的商品流通渠道。在其中商品通常要经过若干次的时空变换和所有权的转移,才能抵达它的最终目标即消费领域。由此可见,商品在流通过程中必然要经过或多或少的一系列商品流通环节所构成的链条,才能贯通生产与消费的联系。这种按前后相继、有序衔接所形成的商品流通环节的一定的序列,就构成了具体的商品流通渠道。

总之,从商品流通渠道和商品流通环节的关系看,一方面商品流通环节是商品流通渠道的基本构成要素。没有商品流通环节,也就意味着商品流通缺乏组织者和参预者,则商品也就无法实现从生产向消费的转移,从而也就不存在商品流通渠道。另一方面,商品流通渠道又是商品流通环节得以存在的必要条件。因为,商品流通渠道体现的是生产与消费、供给与需求的经济联系。在商品经济条件下,没有这种联系就不会产生商品交换行为,从而也就无法产生商品流通的组织者和参预者,则商品流通环节也就失去了存在的客观基础。

(三)商品流通渠道的分类

如果按产销的联系形式划分,商品流通渠道大致可以分为三类:

第一,产销合一的渠道。

它又称产销直接联系的渠道。即生产者直接把商品卖给消费者,不需要商人或商业企业作为交换的媒介。在商品经济不发达阶段,这种最简单又最短的流通渠道是一种普遍存在的形式。在现代市场经济条件下,它是专业化分工程度最低、处于次要地位的一种流通渠道形式。

第二, 产销分离的渠道。

它又称商业渠道。这是指由商业来专门组织商品流通的全过程。商品生产出来之后,首先由商业部门进行收购,经过运输、储存、加工、编配等活动,经由批发商和零售商的形式再转到消费者手中。它是商品流通过程中专业化分工程度最高的一种渠道形式,因而是商品流通渠道的主体。

第三, 产销结合的渠道。

这是指由生产企业和商业企业先后有序地共同组织和完成商品流通的全过程。商品生产出来以后,先由生产企业的推销机构完成一般商品流通过程,再由商业企业继续完成商品流通的其它过程,直至最终卖给消费者。其特点是生产者参预商品销售,这主要是通过其专设的销售机构或代理商等形式进行。

如果按商品流通环节的多与少划分,可有以下两种类型。

第一, 直接渠道。

即产销直接见面,没有商业的介入,商品所有权只经过一次转手。简言之,这种只经过一个流通环节的渠道就是直接渠道。

第二, 间接渠道。

即商品经过不同环节,其间有商业介入的流通渠道。由于经过的环节有多有少,因而间接渠道又可分为许多具体的形式。

例如,生产者→批发商→零售商→消费者,这要经过两个中间环节。生产者→产地批发商→销地批发商→零售商→消费者,这要经过三个中间环节。一般说来,商品经过多少环节,要依具

体情况而定。

由于消费品流通和生产资料流通的特点不同,因而这两大类商品流通渠道的基本模式也有所不同。

消费品流通渠道的基本模式:

第一,生产者→消费者。

第二,生产者→零售商→消费者。

第三,生产者→批发商→零售商→消费者。

第四,生产者→代理商→零售商→消费者。

第五,生产者→代理商→批发商→零售商→消费者。

生产资料流通渠道的基本模式:

第一,生产者→用户。

第二,生产者→经销商→用户。

第三,生产者→代理商→用户。

第四,生产者→代理商→经销商→用户。

(四)流通渠道与流通环节的选择

商品经由什么样的具体渠道和多少环节到达消费者手中,取决于其经济效益的大小。因为,商业是商品流通的主要组织者,其经济活动的目的,是通过媒介商品交换实现盈利。而盈利的高低又同流通过费用的多少直接联系,为了最大限度地实现盈利,就要求按经济合理的原则选择具体的商品流通渠道,确定流通环节的数量。

选择合理的流通渠道与确定流通环节,要考虑以下因素:

第一,商品的特性。

如对鲜活的时令商品,时间因素特别重要,一般应尽量减少流通环节,以便加快商品流通的速度;技术含量较高的商品,出售时需要专门的知识与技能,则适宜于直接销售;新产品经营风险大,商业企业不敢贸然经营,而生产企业也需要通过试销了

解市场反映,采用直接销售的方式会得到较好效果;规格、品种、款式、型号复杂和消费者购买频繁的商品,以及商品编配组合集散工作量大的商品,相应需要较多的流通渠道和较多的流通环节,才能加快流通,便利购买。

第二, 市场的远近与销售规模的大小。

如果市场较远,某一种交通工具又不能直达,而可能的需求又较小,这就需要必要的中间环节加以转运、转批、编配;市场分散,点多面广,即使相距不远,但由于分散商品的工作量较大,就需要一定的中间环节加以疏导。反之,地产地销的商品,尤其是集中销售的商品,有时即使空间距离较远,只要销售规模大,仍可以不经过或少经过中间流通环节。

第三, 企业的规模与经营方式。

企业规模大、资金雄厚,则有能力分担较多的流通职能,有可能减少流通环节。中小企业经营能力和物质设施有限,难以过多承担流通职能,也难以减少流通环节。另外,渠道和环节的多少还与企业的经营方式有关。如果企业经营方式单调划一,则由于完成的职能近于相同,流通渠道和流通环节就难以选择;如果企业的经营方式各异,多种流通机构出现,企业可供选择的渠道多样,企业就会根据自己的情况,确定由最经济合理的流通环节所构成的最便利的流通渠道。

(五) 流通渠道形成的客观依据

商品流通渠道的形成及其多少,受多种因素制约。主要有:

1. 生产力发展水平

它对于流通渠道的制约作用,首先是,生产越发展,产出就越多,市场的流通规模就越大,社会的各部门、各企业对市场的依赖性就越强,客观上就要求在商品流通过程中,通过各种流通渠道将商品的产销衔接起来。其次是,在经济发展过程中,各地

区的生产力水平和生产力布局将会发生变化,主要体现在新产品和新的生产部门的出现方面。当各地区的经济结构和产品结构发生变化时,原先的销地可能就会转而成为产地,从而商品流通渠道也会相应发生改变。另外,各地区间生产力水平参差不齐,也就有与之相适应的流通渠道。再次是,运输条件的变化。如果交通不发达,各地区经济就相对封闭,产品只能地产地销,不能远购远销,地区经济优势便难以充分发挥。当交通条件日益完善时,产品能在更大范围内流通,新的流通渠道随之形成。

2. 商品的自然属性

商品的自然属性不同,其使用价值丧失的快慢程度就有很大差别。商品流通的目的是将具有完整使用价值的商品输送到消费领域,为此,自然属性悬殊的商品就要求不同的流通渠道与之对应。例如鲜活商品和日用工业品的流通渠道及其环节就是极不相同的。

3. 商品的经济属性

它主要是指商品的生产特点、经济寿命周期、社会声誉、消费特点等。例如,商品在其寿命周期的不同阶段关系到潜在顾客数量的多少,直接影响企业的销售与利润。因此,商品所处的寿命周期的阶段不同,则要求不同的流通渠道进行流通。这反映了经济合理性的基本要求。

4. 历史与地理因素

我国各地区的自然地理条件差别甚大,各地区有不同的经济优势与劣势,因此,在历史上就逐渐形成了各地区之间自然合理的商品流通渠道和稳定的产销关系。如果人为地改变这种沿袭已久的产销联系,就会造成流通不畅,影响到各地区之间的生产与消费。

5. 流通中的实物量和价值量

商品流通过程中不同商品的流通数量和间隔等往往是极不相同的。如有的商品是连续、均衡、大批量流通的，日用工业品多属此类；有些商品投放市场的数量很大，但具有很强的季节性，农副产品多属此类；有些商品投放市场是零星、小批量和连续性的，某些地产地销商品多属此类。这些情况对流通渠道有较大的影响。另外，实物量和价值量也往往不一致，即实物量大的商品，价值量不一定大；价值量大的商品，实物量不一定大。因此，流通渠道的形成，不仅取决于商品实物量的特点，也取决于其价值量的特点。

6. 市场竞争

市场竞争越激烈，商品经营者则越想在竞争中求生存，求发展。这一方面，必然要求商品经营者在现有的流通渠道中选择最有利的流通渠道，另一方面，也会迫使经营者开创新的流通渠道，以寻求更节约、更有效率的流通途径。

三、商品流通过程

它是指商品从生产领域向消费领域运动的经济过程。流通过程是与生产过程相并立的具有相对独立意义的经济过程。

完整的流通过程是由以下四个层次的内容构成的。

第一，流通过程在经济中的作用。

流通是一个极复杂的领域，它包容社会各种经济关系、联接社会经济的各个部分。它既受到生产过程的制约，又反过来制约生产过程。

第二，流通过程自身的经济活动。

它包括流通组织形式与流通客体即商品的相互关系、商品价值与使用价值在流通中的相互作用和客观要求，以及流通组织形式如何与它们相适应等等问题。