第一篇

导　论

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章　商品流通的产生与发展

学习目标

完成本章的学习后，您应该能够：

1. 说明社会分工、商品交换与商业的关系；
3. 阐述商品流通的产生与发展
4. 概括商业的分类；
5. 分析商业的特征与贡献；
6. 简述商业的变革与发展。
7. 熟记下列概 念：商品交换　　商业

学习重点

1. 三次社会大分工与商品交换的三种形式；
2. 商业的概念与分类；
3. 商业的特征；
4. 商业的贡献；
5. 商业的发展。

学习难点

1. 商业的特征；
2. 商业的贡献。

教学建议

1. 在理论分析的基础上，注意用统计资料解释有关结论；
2. 适当利用有关参考资料进行教学。

社会分工是商品交换的重要前提，没有社会分工就没有商品交换；同时，商品交换也促进了社会分工的不断深化。从历史上看，商品交换经历了三个发展阶段，即物物交换、以货币为媒介的商品交换和以商业为媒介的商品交换商业的产生，不仅改变了原来的交换关系，而且进一步扩大了商品交换的规模和范围，节约了生产者用于交换的时间和费用，促进了生产力的发展。在现代社会，商业是一个分工日益细化、体系日益复杂的产业门类，并具有对社会劳动力吸纳性强、进入与退出障碍低、规模经济性不显著、技术进步具有从属性等特点，对经济增长、充分就业、城市功能的完善、国民福利的提高等具有特别的贡献。随着经济发展与技术进步，特别是社会分工的日益细化，商业也不断发生变化，出现了一次次具有重大意义的变革，这些变革促进了商业的进一步繁荣与发展。

第一节　交换与商业

一、社会分工与商品交换

1. 社会分工

社会分工就是指人类从事各种劳动的社会划分及其独立化、专业化。人类劳动分工的独立化和专业化，是人类社会不断进步的重要体现。社会分工的不断深化，既是社会生产力发展、劳动生产率提高的必然结果，又对社会经济结构和人类交往、商品交换体系的演化产生着深刻的影响。

随着人类社会的发展，人类的需要不仅越来越多，而且越来越多样化。为了满足人类的多种需要，人类劳动的种类也在不断增加。在这种背景下，要求每一个人为满足自身的所有需要，去同时从事所有的生产劳动，既无必要，也无可能了。于是便逐渐产生了人类劳动的社会分工，即一部分人专门从事某一种社会所需要的劳动，另一部分人从事其他社会所需要的劳动，从而使社会分工也越来越复杂。社会分工的复杂化，对社会生产力的发展具有重要意义。这是因为，社会分工提高了每个劳动者在某一个领域的劳动技能与熟练程度，促进了每个领域劳动工具的不断改进和完善，加快了各种生产经验和人类知识的积累。因此，社会分工大大提高了劳动生产率，扩大了生产规模，优化了生产组织形式，增加了社会财富的总量。

从某种意义上讲，人类发展史同时就是一部社会分工不断深化的历史。迄今为止，人类社会共经历了三次社会大分工。第一次社会大分工是畜牧业与农业的分离，从而使畜牧业与农业成为相互独立的产业门类；第二次社会大分工是手工业与农业、畜牧业的分离，从而使

社会产生了畜牧业、农业和手工业三大产业门类；第三次社会大分工是商业与农业、畜牧业、手工业的分离，从而使社会产生了畜牧业、农业、手工业和商业四大产业门类。这次大分工与前两次大分工的一个根本差别是产生了一个不直接从事生产而专门从事商品交换的产业门类，即商业。经过三次社会大分工以后，人类社会分工的发展进程逐渐加快，特别是到了现代大工业以后，社会分工更具有了明显的加速趋势，社会生产的专业化程度迅速提高，并促进了工场手工业向机器大工业的历史性转变，从而奠定了现代物质文明的基础。在现代社会，社会分工更表现为一个庞大、复杂的体系。国民经济分为以农业、工业、建筑业、运输业、通讯业、商业、金融保险业等等为核心的第一、第二、第三次产业。同时，现代企业内部的分工也日益细化，从而出现了生产社会化、劳动社会化、产品社会化的新格局。由此可见，社会分工每深化一次，就会增加一批劳动种类和产业门类，人类社会就会向前迈进一步。因此，没有社会分工的不断深化，就不会有人类社会的发展。①

2. 商品交换

社会分工的发展产生了两个效果：一方面提高了劳动生产率，增进了每个部门、每个行业的规模经济和规模效益；另一方面也加深了不同部门、不同行业之间的相互依赖，促进了商品经济的产生。这种相互依赖是通过商品交换来实现的。

所谓交换，就是人们在社会分工条件下相互提供劳动产品，以满足各自需要的经济行为。所谓商品，就是用于交换并可满足某种需要的劳动产品。因此，商品交换就是商品所有者按照等价交换的原则相互自愿让渡商品所有权的经济行为。

要进行商品交换必须具备两个前提条件：一是社会分工，二是明晰的产权制度。社会分工与商品交换如同一枚硬币的两面，几乎同时产生，并具有同样悠久的历史。这是因为，社会分工一经产生，便立即导致了个人产品供给单一化和产品需要多样化之间的矛盾，于是在分工者之间便有了互为供给者和需求者的经济关系。因此，社会分工的存在为商品交换提供了前提和可能，没有社会分工就不会产生产品供给单一化与产品需要多样化的矛盾，从而也就不会有商品交换。那么，在社会分工存在的条件下，如何解决产品供给单一化与产品需要多样化的矛盾呢？我们认为，要解决这种矛盾，协调供需关系，从可能性上来说，大致有四种途径：一是自行生产；二是赠与或乞讨；三是诈骗或掠夺；四是交换。② 在这四种途径中，惟有交换是最公平、最稳定、最经常、最有效率的解决分工者之间供需矛盾的途径。但是，要维持正常的商品交换，交换双方必须相互承认对方是各自产品的所有者，即明晰的产权制度，并在平等互利、自愿让渡、等价交换的基础上进行交换。这是商品交换的第二个前提条件。对商品交换来说，两个条件同等重要，缺一不可。

3. 社会分工与商品交换的关系

由前面的分析可知，社会分工促进了生产的单一化，商品交换是解决生产单一化与需要

①郭冬乐等：《商业经济学》，11～12 页，北京，经济科学出版社，1999。

② 〔美〕菲利普·科特勒等著：《市场营销管理》（亚洲版），10页，北京，中国人民大学出版社，1997。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

多样化矛盾的有效工具。因此，社会分工是商品交换的重要前提，没有社会分工就没有商品交换；同时，商品交换不仅保证了单一化生产的顺利进行，而且促进了社会分工的不断深化。因此，社会分工与商品交换同时产生，相互促进，是推动社会经济发展的两个引擎。

二、商品交换的发展与商业的产生

1. 商品交换的发展

从历史发展来看，商品交换经历了三个发展阶段，即物物交换、以货币为媒介的商品交换和以商业为媒介的商品交换。

（1）物物交换。人类最初的商品交换，表现为直接的物物交换，即商品——商品（W——W）。最初的物物交换，发生在原始公社之间。由于当时社会的生产力水平极为低下，可供维持生存的产品极其有限，因此，能够在原始公社之间进行交换的产品都是各自的剩余物，交换行为具有极大的偶然性，交换频率极低。在这种交换形式下，生产的目的并不在于交换，只是为了自身的消费，满足消费之后的剩余物品才偶然地用来交换。物物交换，无论就其物质内容，还是交换形式而言都是极其简单的。交换双方在让渡自己商品的同时，也占有了对方的商品。

物物交换具有很大的局限性。首先，商品的价值无法得到充分、准确的表现，从而很难真正做到等价交换；其次，交换双方必须彼此都需要对方的产品，否则交换就无法进行。这些局限性给交换带来了极大的不便，限制了商品交换的发展。

（2）以货币为媒介的商品交换。随着商品交换和商品生产的发展，进入交换过程的产品品种和数量不断增加，客观上就需要一种“第三种商品”来作为两种商品的交换媒介。这个“第三种商品”可以作为所有商品的一般等价物，商品交换通过“第三种商品”来实现，从而使商品交换由“直接”转变为“间接”。这个“第三种商品”就是货币。

货币的出现，使商品交换分离成两个相对独立的阶段，即卖和买。卖和买不仅在空间上是分离的，而且在时间上也是不一致的。卖是商品的第一形态变化，即商品转化为货币；买是商品的第二形态变化，即货币转化为商品。这两个阶段的统一，就是为买而卖，即商品——货币——商品（W——G——W），也就是以货币为媒介的商品交换。

以货币为媒介的商品交换形式的出现，是商品交换过程的革命，它解决了物物交换的困难，突破了交换的时空限制，商品交换的双方可以在不同时间、地点进行交换活动；它促进了横向经济联系，使商品交换的时空范围扩大了，为进一步发展商品生产和商品交换创造了条件。

但是，以货币为媒介的商品交换也孕育着经济危机。在物物交换的条件下，用于交换的商品，不是为交换而生产的，因此，交换能否成功，对生产者来说并无决定性的意义，不会因为商品交换不出去而使生产受到影响。然而，在以货币为媒介的商品交换的条件下，商品交换过程分离为买与卖两个独立的阶段，商品的内在矛盾即使用价值与价值的矛盾转化为商

品和货币的对立。一切商品都必须转化为货币才能实现自己的价值，一切具体劳动都必须通过货币才能还原为抽象劳动，一切私人劳动都必须通过货币才能取得社会劳动的形式。在这种情况下，商品能否卖得出去，对生产者来说是性命攸关的事。因此，在以货币为媒介的商品交换的条件下，商品能否转化为货币，包含着发生危机的可能性。①

（3）以商业（人）为媒介的商品交换。无论是物物交换，还是以货币为媒介的商品交换，都是由商品生产者作为当事人的。由于商品生产的发展，商品交换的范围和规模不断扩大，生产者用于买卖的时间日益增多，生产活动和交换活动的矛盾日益突出。为了适应商品交换的需要和节省商品生产者花费在商品交换上的时间，专门从事商品交换活动的商人便应运而生了。由此，商品交换的形式也发生了变化，由 W——G——W 转化为 G——W——G，即以商人为媒介的商品交换。②

商人的出现，使原有的交换关系发生了新的变化。商人买卖行为已不再是为满足自己的直接需要，而是在商品交换过程中充当中介人，为卖而买，先买后卖，并从中牟利。同时，由于商人的出现，货币开始转化为先预付、购买、再卖出、收回并从中获利的资本。因此，商人资本是历史最早出现的资本形态。商人的出现，进一步扩大了商品交换的规模和空间范围，节约了生产者用于交换的时间和费用，促进了生产力的发展。③

2. 商业的产生

在自然经济中，没有产品交换也能进行生产。这是因为生产的目的是为了生产者本人的消费，而一般来说，生产所需要的生产资料也是由生产者本人自己生产的。然而，商品生产却是以交换为目的的生产。生产者不仅要通过交换来取得生产资料，而且还要通过交换来实现生产的目的。于是，再生产过程也就表现为生产过程与交换过程的统一。商品交换是再生产过程的一个不可缺少的条件和前提。

但是，生产过程与交换过程又是相互矛盾的。这种矛盾主要表现为以下几个方面：

（1）时间上的矛盾。不论是生产还是交换，都需要时间，但在同一时间内无法既从事生产又从事交换。一般来说，用于交换的时间越多，则用于生产的时间也就越少；或者相反，为了争取更多的生产时间，生产者总是试图使交换的时间减少。在小商品生产的时代，小商品生产者既是生产者也是交换者，他们经常在生产的间歇或节假日去采购或销售，以避免生产时间的浪费。但是，随着商品生产的发展，商品交换也就越来越频繁，交换所需要的时间也就越来越多，原始的方法已经满足不了生产者扩大生产时间或缩短交换时间的需要，而必须寻求一种新的缩短生产者交换时间的办法。

（2）空间上的矛盾。在商品生产的条件下，生产和交换在空间上也是分离的，生产场所与交换场所必然存在一个或大或小的距离。一般来说，商品生产越发展，这个空间距离也就

① 张克云等：《商学概论》，6 页，上海，上海财经大学出版社，1996。
② 夏春玉：《商品流通概论》，5 页，大连，东北财经大学出版社，1996。
③ 郭冬乐等：《商业经济学》，22 页，北京，经济科学出版社，1999。

越大，为克服空间距离而占用的时间、消耗的费用、承担的风险也与日俱增。这个沉重的负担使商品生产者越来越难以承受了。

（3）技能上的矛盾。随着商品生产和商品交换的发展，不仅生产过程越来越复杂，而且交换过程也越来越复杂。为了更好、更快地执行交换职能，必须有与生产技能完全不同的专门知识、技巧和广泛的社会联系。商品生产者要同时成为生产方面的专家和交换方面的专家已经越来越不可能。竞争迫使他们在这两者之间选择其一。

为了解决上述矛盾，就出现了新的社会分工，产生了一个专门从事交换而不从事生产的“组织”。也就是说，商品交换已由“多数人的附带工作”变成了“少数人的专门工作”。这个“少数人的专门工作”，就是商业。据商业史学家的研究，我国在夏代就已经零星地出现了一些专门从事商品交换的人；在商代，交换已经成为一种专门的行业，商人已经成为一个独立的社会阶层。

商业的产生，使商品生产者摆脱了很大一部分交换事务，“使社会的劳动力和劳动时间有更少一部分被束缚在这种非生产职能上”；“一个商人可以通过他的活动，为许多生产者缩短买卖时间。因此，他可以被看作是一种机器，它能减少力的无益消耗，或有助于腾出生产时间。’[①] 商业从生产中独立出来的经济合理性就在于此。

应该说明的是，商业从生产中独立出来，使商品生产者摆脱了很大一部分交换事务，但并不能完全替代生产者的交换职能。因为商业独立出来以后，仍然有一部分买卖活动在生产者之间或生产者与消费者之间直接进行，因此，即使是在商业比较发达的今天，仍然存在着一些不以商人为媒介的商品交换。

三、商业的概念与分类

1. 商业的概念

商业有广义与狭义之分。广义的商业是指所有以营利为目的的事业；狭义的商业是指专门从事商品交换活动的营利性事业。本书所指的商业是指狭义的商业。为了准确理解商业的概念，须明确以下几点：

（1）商业是一种营利性事业，而不是公益事业或公共事业；

（2）商业的事业内容是组织与组织之间的商品交换，而不是组织内部的产品分配、调拨；

（3）商业是专业化和社会化的商品交换，而不是非专业化和非社会化的商品交换，因此，制造商的商品购销活动以及消费者或其他非营利组织的商品购销活动不是商业；

（4）商业的主体由两部分构成，一部分是法人即商业企业，一部分是自然人即个体经营者。由此可见，商业的构成要素是：①必须以营利为目的，即为卖而买；②必须有独立的组

①马克思：《资本论》（第二卷），148～149 页，北京，人民出版社，1975。

织；③必须从事专业化和社会化的商品交换活动。

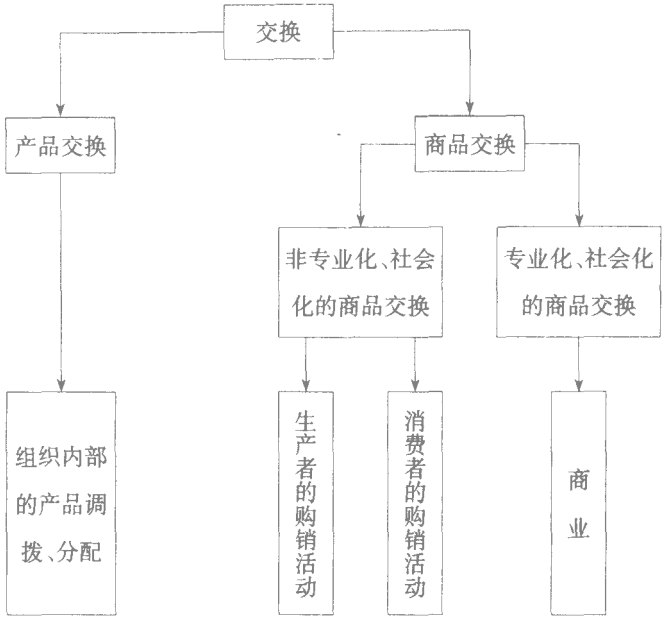


图 1-1 交换、商品交换与商业的关系

2. 商业的分类

随着经济的发展和社会分工的不断细化，同其他产业一样，商业内部的分工也日益细化，商业的内涵与外延不断扩大，商业组织、商业经营方式不断变化，商业已发展成为一个种类繁多、体系庞大的产业门类。为了全面、准确地认识和研究各种商业形态的特点和功能，掌握商业经营规律，有必要从不同的角度或侧面对商业进行分类。商业的分类方法很多，通常可以按以下几种方法对商业进行分类。

(1) 按业种进行分类。按业种进行分类就是按商业的经营对象——商品的种类对商业进行分类，也叫商品别分类。按这种分类方法进行分类，可以将商业划分为生产资料商业和消费品商业。在此基础上，还可以进一步进行细分。例如，可将生产资料商业进一步细分为金属材料商业、机电产品商业、建筑材料商业等；将消费品商业进一步细分为食品商业、家电产品商业、服装商业等等。

(2) 按业态进行分类。按业态进行分类就是按商业的经营方式或商品销售方式进行的分类，也叫经营或销售方式别分类。这种分类方法常用于零售商业的分类。例如，可将零售商业划分为百货（店）商业、超级市场商业、便利店商业等等。

(3) 按流通阶段进行分类。按流通阶段进行分类就是按商品流通所处的阶段进行的分类。按这种分类方法进行分类，可将商业划分为批发商业和零售商业。批发商业又可进一步划分为综合批发业、专业批发业、代理批发业等等；零售商业可划分为有店铺零售业和无店

铺零售业。有店铺零售商业包括百货零售业、超级市场零售业、便利店零售业、折扣店零售业、仓库式商店零售业等；无店铺零售业包括访问销售业、邮寄零售业、自动销售业及网上零售业等等。

（4）按流通范围进行分类。按流通范围进行分类就是按商品流通的空间范围进行的分类。按这种分类方法进行分类，可将商业划分为国内商业与国际商业。国内商业是指一国之内的商业，即商业事业主体与商业事业内容只限于一国之内的商业。国际商业则具有双重含义。一重含义是指国与国之间的商业，一般称之为对外贸易业；另一重含义是指跨国经营的商业，即商业事业主体或商业事业内容不限于一个国家，其具体形式是商业企业在两个以上国家开设店铺或公司并直接从事商业经营。需要说明的是，国际商业不是本书研究的重点

除以上四种分类方法外，还可以按商业的组织化程度、商业交易的电子化程度、商业组织的所有制形式对商业进行分类。按商业的组织化程度进行分类，可将商业划分为单体商业和连锁商业或个体商业和法人商业；按商业交易的电子化程度进行分类，可将商业划分为传统商业与电子商业或网络商业；按商业组织的所有制形式进行分类，可将商业划分为国有商业和民营商业或中资商业和外资商业等等。自 20 世纪 90年代以来，我国的连锁商业、电子商业、民营商业和外资商业发展迅速，从而推进了我国商业的变革。

第二节　商业的特征与贡献

一、商业的特征

作为相对独立的产业门类，商业与其他产业特别是制造业相比，具有许多特点。认识这些特点，掌握商业规律，对政府制定科学的商业管理政策，对企业进行有效的商业经营，都是十分必要的。

1. 对劳动力有较强的吸纳能力，具有就业机器功能

各国经济发展的经验表明，商业领域的就业人数在就业总人数中所占的份额不断上升，在整个国民经济中成为仅次于制造业的第二大就业领域。例如， 1955 年到 1991 年，日本商业的就业比重由 13.9%上升到 22.5%，而 1991 年日本农业、制造业和商业的就业比重分别是 6.7%、33.9%和 22.5%，商业的就业比重仅次于制造业，居第二位。 1978 年到 1999 年，我国商业的就业比重由 2.8%上升到 7.6%， 1999 年我国农业、制造业和商业的就业比重分别是 53.6%、13.0%和 7.6%，我国商业的就业比重仅次于农业与制造业，居第三位。商业之所以对劳动力有较强的吸纳能力，其主要原因是：①

（1）消费者对商业部门所提供服务的最终需求不断增长，要求商业部门投入更多的人

①谢朝斌：《工业化过程与现代商品流通》，63～69页，北京，东方出版社， 1995。

力、物力和财力资源，以增强服务能力。随着一国国民经济的发展，消费者的收入水平不断提高，因而消费者要求商业部门提供的商品与服务的内容越来越丰富。这就要求商业部门不断扩大规模，供应越来越多的商品和服务。从全社会来看，商业部门经营规模的扩大，也就意味着商业就业量的增大。不仅如此，由于消费者收入水平的提高，消费观念与消费方式的变化，消费者在购买商品的同时，还需要多种“附加服务”，如送货服务、商品加工服务、购物咨询服务、商品使用维修服务等等。这些附加服务也需要商业部门增加更多的人员。

（2）其他产业部门对商业部门的“中间服务需求”的不断增长，要求商业部门扩大就业规模。对商业“中间服务需求”的增长，源自生产的社会化、专业化程度的提高。一个基本的经验事实是，随着生产的社会化和专业化程度的提高，各产业间的相互依赖性不断增强，每种产业对其他产业产品与服务的“中间需求”会越来越多，从而使越来越多的中间产品和服务加入流通过程。这样，就要求商业部门投入更多的人力、物力资源，快速、低成本、高效率地组织好这些中间商品和服务的流通，以提高整个社会的投入产出水平。

（3）商业劳动生产率的增长低于其他产业，特别是制造业劳动生产率的增长。相对制造业而言，许多商业劳动以手工劳动为主，而且由于商业特别是零售商业面对的是空间分散、消费时间不确定、购买批量小、购买频率高的消费者，因此，很难实行以提高劳动生产率为目的的流水线作业，从而使商业劳动生产率的提高受到了资本与技术的双重约束。因此，商业经营规模的扩大，在很大程度上表现为劳动力规模的扩大。

（4）商业劳动具有较强的“个人化”与“家庭化”倾向，从而使商业领域的个体经营的比重远远高于制造业。同时，个体商业经营的市场进入障碍很低，因此，许多个人或家庭比较容易进入商业领域从事个体经营。从全社会来看，这也是导致商业具有较强的劳动力吸纳能力的重要原因。

（5）与制造业相比，商业并不特别需要体力和高度专业化技术的劳动力，对劳动力资质条件的要求相对较低，因此，可以吸纳大量的普通劳动者就业。

2. 进入与退出障碍低，竞争激烈

与制造业相比，商业经营的资本与技术约束较低，因此，商业的进入与退出障碍也相对较低。商业的进入障碍低，意味着商业经营组织多，从而意味着商业的竞争主体也多，又由于各个商业经营组织的事业内容具有明显的同质化倾向，因此，商业领域的竞争就更加充分而激烈，如果没有必要的行业管制，极易造成市场秩序的混乱。许多国家在经济发展过程中，都曾经出现过市场秩序混乱的情况，我国在由计划经济体制向市场经济体制转轨过程中也遇到了类似的问题。这是由商业的产业特点决定的，因此，正视商业的产业特点，建立相应的规制商业的政策与法律，对规范商业行为，维持市场流通秩序，保护消费者的权益，促进商业的健康发展是非常必要的。

商业的退出障碍低，意味着商业组织或商业企业的生命周期短，特别是小型商业组织的生命周期则更短。从宏观上看，商业组织的生命周期短，意味着商业组织具有较强的新陈代谢能力或具有较高的流动性，这是商业的又一显著特征。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

3. 行业集中度较低，规模经济性不明显

所谓规模经济性是指随着生产经营规模的扩大，生产经营成本相对降低，而经济效益则相对提高。由于任何产业的经营都存在着固定成本与变动成本，而固定成本往往随着生产经营规模的扩大而相对降低，从而使生产经营总成本相对降低，经济效益提高。因此，所有产业都存在着规模经济性。当然，商业也不例外。这一结论得到了各国商业统计的统计支持。

然而，与其他产业特别是制造业相比，商业的规模经济性则不够明显。其主要原因是：

（1）商业经营组织的平均规模小。前面说过，由于商业的进入障碍较低，因而商业经营组织特别是个体经营者较多，从而导致商业经营组织的平均规模较小。事实上，不论哪一个国家，小型商业组织都占绝对优势。由于绝大多数小型商业组织很难获得规模经济性，甚至不能营利而只能维持生计，因此，全社会商业的规模经济性也就不够明显。

（2）商业的行业集中度低。行业集中度是指某一行业大企业的产值或销售额占该行业总产值或总销售额的比例。行业集中度高，说明某行业的产值或销售额主要向大企业集中，同时也说明该行业的组织化程度高、规模经济显著。相反，行业集中度低，说明某行业的组织化程度低、规模经济不显著。各国的商业统计表明，商业的行业集中度远远低于其他行业，特别是制造业的行业集中度。这说明各国商业的组织化程度和规模经济性普遍低于制造业的组织化程度和规模经济性。商业的行业集中度之所以低于制造业，其直接原因是商业的组织结构以小企业为主，企业的平均规模小。而之所以如此，一是因为商业特别是零售商业的经营要受到市场辐射范围即商圈的限制，因此，零售商业的经营存在着明显的市场区隔；二是因为商业的进入障碍低，小企业容易进入。

4. 技术进步的从属性

按照社会技术进步的一般历史规律，生产领域的技术创新往往先于并多于流通领域，重大的技术创新及其扩散也往往先在生产领域迅速得以实现，然后逐渐影响到流通领域。正因为如此，商业的技术进步乃至于整个商品流通的发展与变革在某种程度上表现出对生产发展与变革的滞后性、从属性，而且流通领域的技术进步过程往往不及生产领域那样迅速和广泛。因此，在当今时代，不论是发达国家还是发展中国家，也不论其工业化水平有多高，商品流通领域不仅不具有或者很少具有像生产领域那样的高、精、尖技术，而且流通领域的整体技术水平也往往不及生产领域技术现代化所普遍达到的高度。这主要是由流通领域大部分服务劳动本身所具有的“分散化生产”特征所决定的。尽管在流通领域内部，不同阶段的服务劳动的“分散化生产”程度不同，但是，从总体上与生产领域的大规模生产相比，流通领域的绝大部分服务劳动是面对单个消费者的一对一的分散性劳动，因此，根本不可能实行大规模的持续不断的机械化与自动化流水作业。这就决定了流通领域的技术创新和技术进步往往不如生产领域那样广泛和迅速。但是，由于商业是一种完全开放的产业，而且是直接为生产和消费服务的，因此，生产领域的技术创新和技术进步，往往通过生产方式的变革及其所引起的消费方式的变革，来推动商业流通方式的变革。

二、商业的贡献

商业的贡献，与商业的特征有关。根据商业的上述特征，我们可以从以下几个方面来把握商业的贡献。

1. 商业对国内生产总值（GDP）的贡献

商业对国内生产总值的贡献程度，可通过商业所实现的产值占国内生产总值的比例来衡量。这一比例越大，商业对国内生产总值的贡献也就越大。从各国的经验来看，一国商业产值占国内生产总值的比重的高低，与该国的商品与服务的市场化程度及社会化、专业化生产水平有关。也就是说，商品与服务的市场化程度越高，社会化、专业化生产水平越高，商业对国内生产总值的贡献也就越大。因此，商业对国内生产总值的贡献程度也是衡量一国经济的市场化程度的重要指标。当然，当市场化程度达到一定水平后，商业对国内生产总值的贡献也就稳定在一定的区间内。但是，由于各国的经济发展水平以及对商业的统计范围不同，因此，各国商业对本国国内生产总值的贡献程度也是不同的，从而难以准确判断各国商业的发达程度。

表 1－1　商业产值占 GDP 比重　　单位：亿元；%

年份	国内生产总值	第一产业		第二产业		第三产业		商业产值		
		绝对量	比重	绝对量	比重	绝对量	比重	绝对量	占第三产业比重	占全部产业比重
1978	3 624.1	1 018.4	28.1	1 745.2	48.2	860.5	23.7	265.5	30.9	7.3
1980	4 517.8	1 359.4	30.1	2 192.0	48.5	966.4	21.4	213.6	22.1	4.7
1985	8 964.4	2 541.6	28.4	3 866.6	43.1	2 556.2	28.5	878.4	34.4	9.8
1986	10 202.2	2 763.9	27.1	4 492.7	44.0	2 945.6	28.9	943.2	32.0	9.2
1987	11 962.5	3 204.3	26.8	5 251.6	43.9	3 506.6	29.3	1 159.3	33.1	9.7
1988	14 928.3	3 831.0	25.7	6 587.2	44.1	4 510.1	30.2	1 618.0	35.9	10.8
1989	16 909.2	4 228.0	25.0	7 678.0	43.0	5 403.2	32.0	1 687.0	31.2	10.0
1990	18 547.9	5 017.0	27.0	7 717.4	41.6	5 813.5	31.3	1 419.7	24.4	7.7
1991	21 617.8	5 288.6	24.5	9 102.2	42.1	7 227.0	33.4	2 087.0	28.9	9.7
1992	26 638.1	5 800.0	21.8	11 699.5	43.9	9 138.6	34.3	2 735.0	29.9	10.3
1993	34 634.4	6 882.1	19.9	16 428.5	47.4	11 323.8	32.7	3 090.7	27.3	8.9
1994	46 759.4	9 457.2	20.2	22 372.2	47.9	14 930.0	31.9	4 050.4	27.1	8.7
1995	58 478.1	11 993.0	20.5	28 537.9	48.8	17 947.2	30.7	4 932.3	27.5	8.4

续表

年份	国内生产总值	第一产业		第二产业		第三产业		商业产值		
		绝对量	比重	绝对量	比重	绝对量	比重	绝对量	占第三产业比重	占全部产业比重
1996	67 884.6	13 844.2	20.4	33 612.9	49.5	20 427.5	30.1	5 560.3	27.2	8.2
1997	74 462.6	14 211.2	19.1	37 222.7	50.0	23 028.7	30.9	6 159.9	26.7	8.3
1998	78 345.2	14 552.4	18.6	38 619.3	49.3	25 173.5	32.1	6 579.1	26.1	8.4
1999	81 910.9	14 457.2	17.6	40 417.9	49.3	27 035.8	33.0	6 842.3	25.3	8.4

资料来源：《中国统计年鉴》，北京，中国统计出版社，2000

表 1－2　商业产值贡献（份额）的国际比较　　单位：%

年份	英国	美国*	德国	日本	韩国
1970～1974	9.5	15.7	11.3	13.8	12.6
1975～1979	10.1	16.2	11.0	13.7	12.2
1980～1984	10.2	13.9	10.0	14.0	11.8
1985～1989	11.8	15.8	9.7	13.6	12.8
1990～1993	12.5	16.7	10.3	13.9	12.8

* 美国的数字分别为 1929 年、1963～1967 年、1973～1979 年、1980～1989 年、1990～1993 年。

资料来源 刘勇：《商业增长论》，130 页，北京，经济管理出版社，1999。

由上表可知，我国商业产值占国内生产总值的比例为 8%～9%，大约比发达国家低 4%～5%。这说明，我国商业的增长潜力还很大。另外，各国进入 20 世纪 70 年代以后，商业的产值贡献比较稳定。这说明各国的市场化程度已经很高，商业的增长潜力不大。

2. 商业对充分就业的贡献

我们知道，充分就业是所有国家宏观经济的重要目标，如何扩大就业是政治家、企业家以及普通居民所关注的重要课题。如前所述，商业的一个基本特征就是对劳动力有较强的吸纳能力。正因为有这个特征，才使商业成为一个对充分就业有特别贡献的产业。一国就业水平的高低在很大程度上取决于商业的发展水平。从各国的实际情况来看，商业的确承担了相当大部分的就业任务，因此，有的国家甚至把扶持、发展商业作为解决就业问题的一项经济政策。但是，必须指出的是，商业对劳动力的吸纳能力也是有边界的。在一定时期内，商业的就业规模要受当时的社会生产规模及社会化、专业化程度的制约。因此，商业就业规模的无限膨胀，不仅会导致商业劳动边际收益的下降，而且还会导致社会财富的严重浪费，特别在组织管理水平不高、市场经济体制不健全的国家或发展时期，商业就业规模的过度膨胀，会导致流通秩序的严重混乱，这在现实经济生活中是不难找到例证的。

当然，要考察商业对充分就业贡献度的大小，可以用商业的就业人数占全社会总就业人数的比例来衡量，即一定时期内商业就业人数占该时期全社会总就业人数的比例越大，商业对充分就业的贡献也就越大。

表 1－3　我国商业的就业量及其比重　　单位：万人；%

年份	全部产业就业量	第一产业		第二产业		第三产业		商业就业量		
		绝对量	比重	绝对量	比重	绝对量	比重	绝对量	占全部产业比重	占第三产业比重
1978	40 152	28 318	70.5	6 954	17.3	4 890	12.2	1 140	2.8	23.3
1980	42 361	29 122	68.7	7 707	18.2	5 532	13.1	1 363	3.2	24.6
1985	49 873	31 130	62.4	10 348	20.8	8 359	16.8	2 306	4.6	27.6
1986	51 282	31 254	60.9	11 216	21.9	8 811	17.2	2 413	4.7	27.4
1987	52 783	31 663	60.0	11 726	22.2	9 395	17.8	2 576	4.9	27.4
1988	54 334	32 249	59.3	12 152	22.4	9 936	18.3	2 743	5.0	27.6
1989	55 329	33 225	60.1	11 976	21.6	10 129	18.3	2 770	5.0	27.3
1990	63 909	38 428	60.1	13 654	21.4	11 828	18.5	2 839	4.4	24.0
1991	64 799	38 685	59.7	13 867	21.4	12 247	18.9	2 998	4.6	24.5
1992	65 554	38 349	58.5	14 226	21.7	12 979	19.8	3 209	4.9	24.7
1993	66 373	37 434	56.4	14 868	22.4	14 071	21.2	3 459	5.2	24.6
1994	67 199	36 489	54.3	15 254	22.7	15 456	23.0	3 921	5.8	25.4
1995	67 947	35 468	52.2	15 628	23.0	16 851	24.8	4 292	6.3	25.5
1996	68 850	34 769	50.5	16 180	23.5	17 901	26.0	4 511	6.6	25.2
1997	69 600	34 730	49.9	16 495	23.7	18 375	26.4	4 795	6.9	26.1
1998	69 957	34 838	49.8	16 440	23.5	18 679	26.7	4 645	6.6	24.9
1999	70 586	35 363	50.1	16 235	23.0	18 987	26.9	4 751	6.7	25.0

资料来源：《中国统计年鉴》，北京，中国统计出版社，2000。

从静态来看，1999 年我国商业的就业量为 4751 万人，占全社会总就业量的 6.7%，在国民经济各行业中，我国商业的就业贡献仅次于农林渔业和制造业，列第三位，而在第三产业中，商业的就业贡献列第一位，是第三产业的主力军。由此可见，我国商业也发挥着“就业机器”的职能。

表 1-4 商业就业贡献（份额）的国际比较（%）

年份	英国	美国*	德国	日本	韩国
1970－1974	16.6	20.4	14.6	20.5	15.2
1975－1979	18.3	22.8	15.0	22.1	15.8
1980－1984	19.8	20.6	15.2	22.8	21.0
1985－1989	19.9	20.7	14.8	22.9	22.0
1990－1993	——	20.7	14.8	22.5	22.8

*美国的数字分别为 1929 年、1963～1967 年、1973～1979 年、1980～1989 年、1990～1993 年

资料来源：刘勇：《商业增长论》，130 页，北京：经济管理出版社，1999。

从动态来看，我国商业的就业贡献不断增加，由 1978 年的 2.8%，增加到 1999 年的 6.7%，20 年增长近 3 倍，除个别年份外，每年都有所增长。

然而，从国际比较来看，我国商业的就业贡献还比较低。这说明，我国商业的就业空间还很大。

3. 商业对经济增长的贡献

国民经济的增长是由各产业的增长推动的，商业增长对经济增长的推动作用也是十分明显的，但不同国家、地区由于产业结构不同以及产业之间的关联度不同，因此，商业对经济增长的贡献也不同。商业对经济增长的贡献程度可通过商业增长贡献率、商业增长贡献额和商业产出弹性系数等指标来衡量。

商业增长贡献率的经济意义是指商业增长对国民经济增长的贡献额（增长率）占国民经济增长率的比重（份额）；商业增长贡献额的经济意义是指商业增长使当年国民经济增长多少百分点；商业产出弹性系数的经济意义是商业每增长一个百分点，使国民经济增长多少百分点。商业增长贡献额与商业产出弹性系数都是衡量商业对经济增长贡献程度的指标。前者是指对经济增长贡献的绝对数（增长率）；后者是系数，即商业每增长一个百分点，使国民经济增长多少百分点。例如，如果商业产出系数为 0.10，则表明商业每增长 1%，则使国民经济增长 0.1%。上述指标的计算公式如下：

$$\text{商业增长贡献率}=\frac{\text{商业增长贡献额}}{\text{国民经济增长率}}$$

$$\text{商业增长贡献额}=\text{商业增长率}\times\text{商业产出弹性系数}$$

$$\text{商业产出弹性系数}=\frac{\text{商业产出（增加值）额}}{\text{国民经济总产出额（或 GDP）}}$$

1998 年我国主要产业对经济增长的贡献

产业	产出增长率（%）	增长贡献率（%）	增长贡献额（%）	产出弹性系数
全部产业	7.8	----	------	-----
第一产业	3.5	8.3	0.65	0.1857
第二产业	8.9	56.3	4.39	0.4929
制造业	8.9	48.6	3.79	0.4262
建筑业	9.0	7.7	0.60	0.0668
第三产业	8.3	34.2	2.67	0.3213
商业	7.7	8.2	0.64	0.0840
交通运输业	2.0	0.9	0.07	0.0368
邮电通信业	27.5	5.5	0.43	0.0158
金融保险业	4.9	3.7	0.29	0.0596
社会服务业	10.6	4.6	0.36	0.0338
文化教育业	10.2	3.1	0.24	0.0233
不动产业	7.7	1.8	0.14	0.0185

资料来源：《中国统计年鉴》，北京，中国统计出版社，2000，有关数据计算所得。

表 1-6 中国商业增长贡献的推移

年份	国民经济总产出增长率（%）	商业增长率（%）	商业增长贡献率（%）	商业增长贡献额（%）	商业产出弹性系数
1978	11.7	23.1	14.5	1.69	0.0733
1980	7.8	-1.3	-0.8	-0.06	0.0473
1985	13.5	28.9	21.0	2.83	0.0980
1986	8.8	10.6	11.1	0.98	0.0925
1987	11.6	13.5	11.3	1.31	0.0969
1988	11.3	14.3	13.7	1.55	0.1084
1989	4.1	-8.3	-20.2	-0.82	0.0998
1990	3.8	-4.8	-9.7	-0.37	0.0765
1991	9.2	4.5	4.7	0.43	0.0965
1992	14.2	13.1	9.5	1.35	0.1027
1993	13.5	6.6	4.4	0.59	0.0892
1994	12.6	7.7	5.3	0.67	0.0866
1995	10.5	5.9	4.7	0.50	0.0843
1996	9.6	5.4	4.6	0.44	0.0820
1997	8.8	8.5	8.0	0.70	0.0827
1998	7.8	7.7	8.3	0.65	0.0840
1999	7.1	7.2	8.5	0.60	0.0835

资料来源：《中国统计年鉴》，北京，中国统计出版社，2000 年，有关数据计算所得。

需要全本请访问 www.ertongbook.com