

总 序

精品课程建设是高等学校教学质量与教学改革工程的重要组成部分，是建设国内一流大学的重要标志。加强精品课程建设是全面推进教育创新和实施素质教育，全面深化教育改革、提高人才培养质量、全面提升高等教育综合实力和竞争力的重要举措。为深入贯彻落实教育部《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》（教高〔2001〕4号）和河北省教育厅《关于加强高等学校课程建设与评估的通知》（冀教高〔2002〕6号）精神，进一步确立教学工作的中心地位，河北经贸大学以精品课程建设为龙头，以提高教学质量为目的，全面推进课程建设工作，目前，已有27门课程建成河北省精品课程。

河北经贸大学是河北省重点建设的一所骨干大学，以经济学、管理学、法学为主，兼有文学、理学和工学的多科型财经类院校。在大力发展研究生教育、提高办学层次的同时，学校确立了以本科教学为主，以创新型、应用型人才培养为目标的办学思路。2005年河北经贸大学在国家教育部本科教学工作水平评估中获得优秀。孔子曰：“工欲善其事，必先利其器。”打造精品课程是实施人才培养战略的手段。为了进一步推进精品课程建设，使精品课真正成为“具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理”的示范性课程，河北经贸大学于2005年启动了“河北省精品课程教材”建设工程。经过严格的考核和论证，《商品流通学》等12门省级精品课程被确定为精品课教材建设重点项目。

高质量的教材出自完善的制度保障和高水平的作者队伍。河北经贸大学在推动河北省精品课程教材的编写与出版上，重点强化了三个方面：

首先是组织严格。本套精品课教材的编写和出版，由河北经贸大学教务处统一组织，实行专家论证、主编负责、名师编书等制度，从制度上规范了教材的编写工作。对作者提出了明确统一的要求，聘请教学经验丰富、学术造诣深、具有一定知名度的教授担任主编，挑选学历层次高、教学效果好的中青年骨干教师参编，从作者队伍构建上保证了教材的编写水平。

其次是高质量要求。本套精品课教材的编写采取了企业经营中名牌战略的思路，以精品为原则，对教材的质量给予了格外的关注。河北经贸大学与出版社共同确立了教材的高质量目标，采取了主编负责，作者资格认定、学校拨付专款用于调研、出版社支付稿酬等措施，以制度为导向确保教材的高质量。

再次是教学的适用性。这套教材的编写坚持了教学适用性原则，比较好地处理了教材编写繁与简的关系，根据课堂教学基本规律，恰当地把握了教材的容量；比较好地处

理了学科前沿与教材内容的关系，以科学发展观为指导，既注意了教材内容的成熟性、系统性和规范性，又体现了与时俱进原则，尽可能多地吸纳各学科科学研究新成果。

教材建设是课程建设的重要组成部分，期待着河北经贸大学通过“河北省精品课程教材”建设工程，精心打造精品课，开发出更多的优质教育资源。

王凤鸣

2006年2月22日

第二版引论

经过近几年的教学实践，我们对商品流通学的内容又有了新的认识；通过对商品流通方面的理论研究，我们对商品流通学有了更深刻的理解；我国商品流通领域的改革开放的实践，又为我们提供了更新鲜的素材；2005年，《商品流通学》被评为河北省省级精品课程，学校对《商品流通学》教材的再版给予了大力支持；基于这些原因，我们决定对原教材进行修订、出版。

首先需要说明的是，我们认为教材第一版中所阐述的关于商品流通学的研究对象、基本体系、研究方法、理论价值和实践价值等基本方面的观点至今仍然是正确的，因此第二版在这些基本问题上遵循了第一版的指导思想。这里不妨把这些基本问题精炼地再表述一遍。商品流通学的研究对象是从商品流通过程的剖析入手研究商品流通运行的基本规则，其逻辑主线是商品流通运行。商品流通学的基本体系包括理论与实务两篇：理论篇的核心内容就是“POP 范式”，即“商品流通过程（Process）”、“商品流通组织（Organization）”、“商品流通绩效（Performance）”三章，再加上另外三章，就构成“基本理论、流通环境、流通过程、流通组织、流通绩效、流通规制”比较完整的商品流通理论体系；商品流通实务，主要对商品流通运行的环节、运行的程序、运行的组织方式与机制、组织运行的技术进行了研究，强调应用性和可操作性，着重对现实生活中商品流通运行的四大系统进行了剖析，即批发商业系统，零售商业系统，批发市场、期货市场、集贸市场等市场交易场所，代理商、经纪商、拍卖行等商品流通中介组织，另外加上饮食业商品流通、网络贸易两章，构成了完整的商品流通实务。在研究方法上坚持规范分析与实证分析相结合的方法、定性分析与定量分析相结合的方法、宏观分析与微观分析相结合的方法、层次分析的方法。《商品流通学》的理论价值和实践价值主要体现在四个创新上：研究思路上的创新、体系结构上的创新、理论与实践结合上的创新、研究方法上的创新。

随着我们对商品流通认识的加深，第二版在诸多方面对第一版中的具体内容进行了修订，具体表现是：第一章对商品流通基本理论的分析，深化了分工与交易成本等分析方法的应用，增加了博弈论、信息经济学、规模经济与范围经济等理论与方法对商品流通的解释。第二章商品流通环境，将影响商品流通的环境因素重新归纳为六类，即：生产力水平与消费的规模和结构、技术环境、法律与文化环境、市场一体化程度、市场结构、经济体制等；同时吸收了产业经济学、制度经济学以及国际贸易理论的一些研究成果，试图更加全面和深入地探讨流通环境变化对商品流通的影响。第三章商品流通过程，对商品流通环节、商品流通渠道、商品流通时间、商品流通综合体现的商流、物

流、信息流等方面进行了较大的修改。第四章商品流通组织,对商品流通组织的含义及其在流通中的地位、公司各种类型比较、零售组织的分类、流通组织商圈理论等方面的修改。第五章对商品流通绩效的分析,突出应用计量经济学方法,结合统计资料建立计量经济模型,增强流通绩效分析的力度,得出有价值的结论。第六章原来是研究商品流通管制,这次修改将管制改为规制,从商品流通规制的角度进行了梳理。第七章零售商品流通,根据需要增加了一节内容,主要介绍了零售企业的商品采购与销售业务,重点介绍零售企业的商品采购的原则、应该考虑的因素和采购的程序、商品销售的过程等。第八章批发商品流通,增加了对批发企业总体特征的阐述,在批发企业的采购方式中加入了联合采购、网上采购等形式,在批发企业的销售方式中增加了网上销售等方面的内容。第九章市场交易组织,主要对批发市场和商品交易所进行部分修改,补充了批发市场的作用;对批发市场的组织形式和交易形式、商品交易所的功能、组织形式和程序等内容进行修改。第十章商品流通中介组织,补充了主要的代理分类,比如独家代理、一般代理、总代理等;补充了经纪组织的三种类型;补充了拍卖功能等内容。第十一章餐饮商品流通,内容做了较大修订,除保留了原教材的三个流程图和一段文字之外,其余全部进行了修改。第十二章网络贸易,修改后主要从应用的角度对网络贸易的组成、网络贸易的基本模式及网络贸易的实务操作流程进行了论述,具有应用性和可操作性的特点。

在修改各章内容的基础上,我们总结出第二版的变化主要是:①加强了基础内容。无论是理论篇还是实务篇,对于商品流通的基本概念、基本原理等问题进行了更深入的挖掘。②引入了学科前沿知识。比如工业化与商品流通关系问题、城市化与商品流通关系问题、扩大消费需求与发展商品流通问题、商品流通与市场一体化问题等等经济改革实践中关系到商品流通的重要问题都有所涉及。③理论部分增加了现代经济学分析方法的应用,特别是计量经济学、制度经济学、产业经济学原理和方法在商品流通研究中的应用。④实务部分结合商品流通组织运作流程的新变化,增加了新的业务活动内容,并对流通组织的运作过程重新进行了梳理。⑤强调了每章中的导读内容,即在每一章的开始都用一段话对该章的内容进行引导和总体性介绍,使学生首先对全章内容有一个总体上的把握之后,再进入具体内容的学习。⑥增加了思考题,即在每一章最后都列出了五个以上的思考题,以便于对所学内容的复习和深入思考。

本教材按照 51 课时~68 课时编著设计,以政治经济学、西方经济学、计量经济学等课程为先修课程。通过课程教学,使学生达到:了解市场经济中商品流通的基本过程;掌握关于商品流通的基本理论;掌握商品流通组织生成和演进的基本规律;掌握评价商品流通绩效的基本方法,掌握商品流通规制的基本手段;掌握各种商品流通组织活动的基本业务流程。总之,通过本课程的学习,使学生既提高商品流通理论水平又对商品流通实践有一个系统的整体上的了解。

由于种种原因有几位第一版的作者未能参加第二版的写作,但对于他们在第一版中所做的基础性工作仍然表示感谢。这次修订工作共有九位教师参与,他们在繁忙的教学、行政工作之余对本教材的修订工作付出了辛勤劳动。当然,对于书中的错误,请读者不吝指正,我们愿意在今后的修订中加以改进。

第一版引论

目前我国，商业经济学教材不下 30 种，以流通或商品流通冠名的也有十来种，可谓林林总总。令人眼花缭乱之余又冒出一本《商品流通学》，那么，这本新教材到底有什么特色？又有多少创新之处？它有无存在的价值？我们需要对商界同仁与广大读者作一个交代。

一 《商品流通学》的研究对象

任何一门独立的学科都有其特定的研究对象，对象不明是学科建设的大忌。我们认为，以往的商业经济教科书之所以难以得到社会公认，之所以难以久存，一个最关键的问题就是研究对象的不明确。这种不明确主要体现在三个方面：一是研究范围不明确。是研究流通，还是研究商业？是研究流通一般，还是研究商品流通？是研究有形商品的流通，还是有形商品和无形商品（主要指劳务商品）流通兼而有之？是研究市场，还是研究商品流通？是研究贸易，还是研究商业？如此等等，研究范围界定不清，就必然把教材或者搞成大杂烩，或者题目与内容脱节。二是研究目标不明确。关于商业经济学的研究目标，目前我国主要有“关系说”、“政策说”、“规律说”、“资源配置说”、“实务说”几种观点。“关系说”主要是承袭马克思的观点，认为商业经济学作为一门理论学科，重点要研究商品交换和商品流通过程中的各种经济关系，包括部门之间的关系、企业之间的关系、人与人之间的关系等等。“政策说”认为任何理论都是为现实服务的，而在高度集中的体制下，为现实服务就必须研究商业政策的制订、运行过程。“规律说”认为，经济理论的任务就在于揭示经济规律，使人们认识经济规律，从而驾驭经济规律，因而商业经济理论重点是研究经济规律。“资源配置说”主张商业经济应以市场资源配置尤其是市场空间资源配置为研究对象，通过优化资源配置，降低贸易费用。“实务说”认为，商业经济应走出“象牙塔”，突出实用性，以商业业务中的实用技术为研究对象，才能受到社会欢迎。尽管商业经济学教材有几十种，但在研究目标上一般都不外乎上述 5 种模式，只不过有的味道浓、有的味道淡罢了。这种研究目标的片面性及跟风倾向，使商业经济学作为一门学科很难成熟起来。三是研究内容不明确。研究内容是由研究范围和研究目标所决定的。在研究内容上目前的商业经济学教科书存在三个问题：一是研究内容太简单，如有的只研究商业政策，有的只研究商业规律，有的只研究商业部门的业务流程；二是研究内容太庞杂，一些教科书中市场、流通、贸易、商业、市场营销、企业管理、价格等和商业或商品流通相关的内容面面俱到，真成了大杂烩。三是内容主线模糊。一本教材必须有自己的逻辑主线，全部论述都沿着这条主线展开。

主线模糊，全部材料犹如一盘散沙，缺乏内在的逻辑联系。有的教科书一会儿按购销调存顺序，一会儿按批发、零售顺序，一会儿又按商品大类顺序，让读者丈二和尚摸不着头脑。这样的教材怎能经得起历史的考验？怎能得到同行和学生的认可？

我们撰写的这本《商品流通学》教材，研究对象非常明确，就是从对商品流通过程的剖析入手，研究商品流通运行的基本规则。首先，在研究范围上我们确定为有形商品（或实物）的商品流通。流通有广义与狭义之分，广义的流通包括货币流通在内，甚至从再生产过程的角度出发还包括流通过程的延续——运输和通讯等。我们没有这个力量也没有这个必要把现实中已经分成几个领域的事情捏合在一起进行研究，因而我们选择了狭义的流通，即商品流通。在商品流通领域，实物商品流通和劳务商品流通，或者叫有形商品流通和无形商品流通，无论是在流通过程上，还是在流通的组织上都有明显的不同，即劳务商品流通与实务商品流通相比有着很大的特殊性。如果把二者放在一起加以论述，很可能造成混乱。我们想还是把劳务流通专门编写《服务经济学》之类的教材为好，因此我们把《商品流通学》的研究范围界定为实物商品流通。这个实物商品流通包括生产资料商品流通、消费品流通和饮食业商品流通。那么，本教材中所用的“商品流通”、“流通”概念，一般指实物商品流通。其次，在研究目标上，我们把落脚点定位于商品流通运行的基本规则。这是因为，剖析商品流通过程，揭示商品流通过程中的经济关系和商品流通自身运动的规律，这不是目的，目的是让学生在了解基本理论、掌握规律的基础上，学会驾驭商品流通运行的本领，这个本领我们认为集中体现在掌握商品流通运行的基本规则上。所以，本书要研究商品流通过程，要研究商品流通领域的经济关系，要研究商品流通自身运动的规律，但目标是要探索商品流通运行的基本规则。再次，《商品流通学》的逻辑主线是商品流通运行。理论的分析、过程的描述、实务的讲解，都围绕商品流通运行这条主线展开。这条主线是由研究对象决定的，它的贯彻始终又保证了研究对象的落实。最后，从《商品流通学》与其他相关学科的关系而言，为了保证研究对象的特定和明确，我们在写作时采取了运用原理而不体现内容的策略，比如我们运用了政治经济学、西方经济学、产业经济学的原理和方法分析商品流通问题，而不是照搬其中的内容；我们也没有像以往的教科书那样设立商业价格、商业资金运动、商业物流、商业竞争等章节，但其中绝对运用了它们的原理与方法。

二 《商品流通学》的基本体系

“体系”是指若干有关事物或某些意识互相联系而构成的一个整体，或者说是构成某一事物的内部系统。所谓“体”，是指构成事物的要素或实体，所谓“系”是指各要素之间的联系或关系。依是分析，《商品流通学》的体系应包括商品流通学的基本内容、商品流通学的核心以及这些内容之间的相互联系。

《商品流通学》包括商品流通理论和商品流通实务两篇。

上篇商品流通理论共分为六章。第一章“商品流通理论基本问题”，从分工与交换的关系分析开始，结合资源配置理论，按照交换制度变迁的、逻辑的和历史的顺序，依次分析纯交换经济理论、简单商品流通理论、发达商品流通理论等商品流通基本理论。

第二章“商品流通环境”，主要剖析商品流通与生产的关系、与消费的关系，剖析商品流通与经济体制及市场结构的内在联系，剖析技术与社会环境对商品流通的制约作用。第三章“商品流通过程”，从商品流通的发展阶段入手，论述商品流通渠道、商品流通网络体系的形成过程与发展趋势，并对商品流通中的商流、物流、信息流“三流”过程进行深入地研究。第四章“商品流通组织”，主要介绍商品流通的组织形态、流通组织的经营类型、流通组织的交易方式和流通组织的商圈理论。第五章“商品流通绩效”，着重对商品流通经济的增长、流通经济波动、流通经济效益以及流通经济对国民经济的贡献进行了探讨。第六章“商品流通管制”，在分析商品流通体制的基础上，对商品流通政策、商品流通法律及商品流通的行业管理作了研究，这些统一构成对商品流通的宏观调控体系。如前所述，《商品流通学》的研究对象，就是从剖析商品流通过程入手，研究商品流通运行的基本规则，进而指出《商品流通学》的逻辑主线是商品流通运行。依是分析，商品流通理论的核心内容就是“商品流通过程（Process）”、“商品流通组织（Organization）”、“商品流通绩效（Performance）”三章，简称“POP 范式”，再加上另外三章，就构成“基本理论、流通环境、流通过程、流通组织、流通绩效、流通管制”比较完整的商品流通理论体系。

下篇商品流通实务，主要对商品流通运行的环节、运行的程序、运行的组织方式与机制、组织运行的技术进行了研究，本篇强调应用性和可操作性。现实生活中商品流通运行的组织者主要有四大系统，即批发商业系统，零售商业系统，批发市场、期货市场、集贸市场等市场交易场所，代理商、经济商、拍卖行等商品流通中介组织。本篇着重对这四大系统进行了剖析。随着知识经济的发展，网络贸易也成为组织商品流通运行的角色，它与四大系统有联系，但又有着独特的运作方式和运作程序，因而本书专门设了一章来介绍网络贸易。饮食业商品流通也属于实物商品流通，但它和一般的生产资料和消费品的商品流通相比，在运行的环节、运行的程序上还有一定的特殊性。所以我们专门设立了饮食业商品流通一章。

三 《商品流通学》的研究方法

科学方法是研究任何一门学科的重要工具，选择科学的研究方法，是正确认识客观规律并得出正确结论的重要保证。马克思主义认识论以唯物辩证法武装经济科学，唯物辩证法是整个科学体系的总的方法论基础。《商品流通学》运用唯物辩证法主要体现在运用发展的观点、相互联系的观点来研究商品流通过程，揭示商品流通领域中的经济规律。除此之外，综合现代科学方法的精华，针对商品流通研究的特点，《商品流通学》还应用了下列几种方法：

（一）规范分析与实证分析相结合的方法

规范分析与实证相结合，是当代西方经济学广泛使用的研究方法，也是马克思主义经济学广泛使用的研究方法。运用实证分析方法研究商品流通，就是在深入实际，调查研究，掌握第一手资料的基础上，描述和分析商品流通中的实际现象，回答客观实际“是什么”的问题。实证方法可以增强研究成果的直观性，避免“空对空”的倾向。然

而要揭示支配商品流通过程各种现象的必然性，就要运用规范分析的方法。运用规范分析方法研究商品流通，就是要揭示和阐明商品流通的特性和客观必然性，回答客观必然性“应该是什么”的问题，以此作为制订科学政策的主要依据。把实证分析方法和规范分析方法结合起来研究商品流通，就是对客观存在的商品流通现象进行分析，揭示商品流通的客观规律，“透过现象看本质”。

（二）定量分析与定性分析相结合的方法

任何事物都是质和量两方面规定的统一体，商品流通活动作为一种经济活动更是质和量的统一体。因此，对商品流通的研究，应当使定性分析方法与定量分析方法结合起来。

定性分析方法与定量分析方法相结合是非常重要的经济分析方法。对商品流通现象进行质的分析，就是要对商品流通的范畴、概念进行理论分析，逻辑推理，做出质的判断；对商品流通现象进行量的分析，就是通过比例、系数、模型等数学方法进行量的考虑，阐明现象量的规定性。不进行定性分析，就无法辨别一事物同它事物的区别，就无法揭示商品流通的特殊规定性。但事物的质变是量变的积累过程，商品流通具有经常变动的特点，要掌握这种变动特点和积累过程，又必须进行相应的定量分析。

马克思曾指出，一门科学只有当成功地运用了数学的时候，才算是一门真正的科学。当前我们中国的商业经济学教科书及流通方面的著作大都存在着缺乏定量研究的问题。《商品流通学》在定量分析方面作了些尝试，尽量多使用一些数学方法。

（三）宏观分析与微观分析相结合的方法

微观分析和宏观分析是在不同层次上对同一经济过程的分析，不能截然分开。微观着重个量分析，可以深入揭示商品流通的职能、作用和运行过程；宏观着重总量分析，可以深入研究经济运行的数量关系和运行状态，选择总体运行机制。在研究商品流通时采用微观分析方法，即对商品流通过程进行具体分析，掌握其特殊性，才能有的放矢地为决策提供依据；但商品流通是整个社会经济的一个重要组成部分，它同生产、消费及其他社会组织有着广泛的联系，只有运用宏观分析的方法，把商品流通问题放在社会经济运行的整体中来考虑，才能正确认识商品流通发展变化和运动的规律性。

贯彻微观分析与宏观分析相结合的方法，我们在编写《商品流通学》时注意掌握了下列原则：对于商品流通及其中出现的诸现象的发展，要从整个再生产过程的角度进行研究。深刻理解商品流通的复杂过程及其发展趋势，就需要揭示和分析决定这些过程的诸因素的总和及其影响程度。为此我们又采取了系统分析的方法，运用系统分析的方法，就是要求在研究中不能离开社会现象的总和去分析个别现象。比如，在揭示商品流通的职能和作用以及发展的规律时，一定要考虑社会再生产的一系列比例关系和与社会环境之间的相互联系。在处理这个问题上，我们不只是专门设立了“商品流通环境”一章，而且这个研究方法贯彻了全书的始终。

（四）层次分析的方法

这种分析方法来自于日本学者森下二次也的“商业研究的多层次性”理论。森下二次也认为，商业经济研究可以分为三个层次：作为经济学一般理论的一个部分来研究；

作为部门经济学的一个类别来研究：作为经营学的一个分科来研究。

作为经济学一般理论的一个部分来研究，就要运用经济学的研究方法。因此，《商品流通学》在运用政治经济学的研究方法的同时，大量采用了西方经济学的研究方法。作为部门经济学的一个类别来研究，就是要运用部门经济学的方法。部门经济学范围很广，有工业经济学、农业经济学、运输经济学、旅游经济学、商业经济学等等，但在现代市场经济中，这些都是产业，因此部门经济学的总代表——产业经济学应运而生。《商品流通学》显然是产业经济学的一个类别，这样，在本书中我们大量采用了产业经济学的研究方法。作为经营学的一个分科来研究，就是要运用经营学的研究方法。《商品流通学》专门设了“商品流通实务”篇，研究商品流通具体的运作过程、运作程序和运作技术。当然，这里的商品流通实务与商业经营学研究的角度不同，它不研究商业组织、商品买卖的经营技巧，但二者的联系不言而喻，因此“商品流通实务”篇的研究必然要借鉴一些商业经济学的研究方法。

四 《商品流通学》的理论价值与实践意义

我国的商业经济学是在建国初期学习苏联的基础上建立起来的。从那时起到现在，大致可分为四个阶段：

第一阶段：建国初期，为引进阶段。建国初期，我们在政治上实行一边倒，在经济上、理论上全盘学习苏联。学习苏联的做法，我们中国的大学开设了贸易经济专业，其商业经济学课程，采用了苏联原版的《苏维埃贸易经济》、《苏联贸易组织与技术》等教材，当时商业部也把它作为业务理论教材。这些教材以马克思、列宁、斯大林的经济理论为依据，介绍的是苏联当时的商业理论和做法，对当时教师、商业干部的培养，乃至新中国商业的建立起到了重要的作用。但它的致命弱点是完全脱离中国国情和理论上的片面性。

第二阶段：1956年以后至70年代末，为我国商业经济学的创建阶段。随着毛主席《论十大关系》、《正确处理人民内部矛盾》等文章的发表，以及中苏关系的恶化，我国一批有志的商业经济理论工作者和教学工作者创建了我们自己的商业经济学。首先，中国人民大学翻译《苏维埃贸易经济》结合中国的一些情况，充实了一些新内容，编写了贸易经济学讲义，为我国商业经济学的建立奠定了基础。1958年前后，中国商业干部学校按照商业部领导的指示精神，编写了《商业政策》教材，为后来商业部所属院校所采用。与此同时中国人民大学在《贸易经济讲义》的基础上，编写了《中国社会主义商业经济》，在校内使用，并与1962年出版，成为我国商业经济学建设史上的里程碑。随后，各院校也陆续编写了各种版本的商业经济学教材和讲义，商业经济学的理论研究和政策研究也有所发展。然而“文化大革命”使我国处于初创阶段的商业经济学研究遭到灾难性的破坏，在极左思潮的影响下，商业经济学科建设基本上处于停止状态。这个阶段的历史功绩是创建了我国自己的商业经济学体系，较完整地反映了我国商业理论与实践的情况。但这个阶段的商业经济研究，明显具有高度集中的计划经济体制的特点，从而使我国的商业经济先天不足。

第三阶段：20 世纪 80 年代初至 20 世纪 90 年代初，为商业经济建设百花盛开的时代。党的十一届三中全会以后，特别是十二届三中全会以后，我们的经济理论研究有了新的突破，经济体制改革逐步深入，流通和商业也越来越受到重视，大中专院校、干部学校招收的商科学生空前增多，商业经济研究和教师队伍空前扩大。这种气氛有利地推动了商业经济学的建设。广大商业理论工作者和教育工作者，开始重新阐释商业经济学的研究体系和内容，探索商业流通的内在规律，并敢于涉及一些过去认为禁区的商业研究领域，如商业风险、商业竞争、期货交易等问题。这一时期由各地各大中专院校、科研单位，商业学会或商业主管部门主办的商业类刊物不下几十个版本，确实形成了商业经济学建设的繁荣，但这时由于经济体制正处于从计划经济向社会主义市场经济的过渡时期，商业经济研究在繁荣的同时也有很大的不稳定性，形成了研究跟着改革走的局面。

第四阶段：邓小平南巡讲话以后，为商业经济学建设的重大转折时期。邓小平南巡讲话和党的十四大以后，社会主义市场经济理论得以确立，并且伴随着我国改革开放的深入，流通领域改革开放的实践，催化了商业经济学科的重大转折。这一时期，与市场经济接轨的商业经济方面的著作和教材大量出版，如人民日报出版社出版的《现代商学通论》，中国商业出版社出版的《商业产业论》、人民出版社出版的《流通经济学》、经济科学出版社出版的《商业经济学》、中国财政经济出版社出版的《贸易经济学》等，从体系和内容各个方面都做了创新。另外，这一时期还有一批政府官员主动加入了商业经济研究的行列。这个时期明显出现了有关流通主管部门的领导结合自身工作积极从事商业理论研究的热潮。如原国内贸易部部长胡平，原国内贸易部副部长何济海、张世尧，国家粮食贮备局局长高铁生，国内贸易局副局长丁俊发等，都发表了大量高水平的研究成果，有的还主编了商业经济学教材。

综观近 50 年我国商业经济学科的发展历程，尤其 20 世纪 80 年代以来商业经济学的改革与发展情况，可以看到一种繁荣的景象。但是在这种繁荣表象的背后，也隐藏着不少值得深思的问题，比如有人概括为研究对象不明确、研究方法简单化、研究思路单向化等等。但我们认为最根本的问题还是对学科特色的把握问题。我国目前的商业经济学，是在原苏联模式的基础上经过近年以应用为宗旨的改革而形成的，也可以说是这两种思路的杂交，因而它必然带着浓厚的产品经济、部门经济的印记，又融入了商品经济的血液。应该说这种结合是一种历史的进步，但问题是我们还没有结合好，因而把商业经济学科搞成了“四不像”，最集中的体现就是既失去了原有的理论特色，又没有形成自己的应用技术。这个问题在商业经济专业培养目标上，课程设置上以及研究方法上都有体现。在这样的形式下，一些学者一直在寻求商业经济学教材编写上的创新与突破，我们河北经贸大学一些从事商业经济学教学与研究的年轻学者也在时常讨论和酝酿这个问题，在大家的多次碰撞下终于形成了现在的《商品流通学》。

《商品流通学》有什么理论价值和实践意义，我们不敢妄自评论。但为了读者阅读的方便，也为了方便商业经济学界专家学者的研讨，我们还是把自认为与已经出版的商业经济教材相比有创新的地方罗列一二。

首先，《商品流通学》在研究思路上有所创新。突破传统商业经济学研究的束缚，

以创新的视野编写一本新的商业经济学教材，是我们多年来的想法。经过多次讨论，我们选择“商品流通学”作为教材的名称，从过程与运行的角度来撰写。这样处理，一方面可以摆脱贸易与商业的纠缠不清，另一方面又可以避免过去商业作为一种专门从事商品交换的组织或部门，其实范围很窄，但为了追求全面又不得不填充好多非商业本身内容的章节，结果把商业经济学搞成了“四不像”的倾向。叫这个名字，市场交易组织、商品流通中介组织可以名正言顺地列入章节。从商品流通过程入手，以商品流通过程为主线研究商品流通，符合逻辑，也符合实际，同时也便于研究与论述，不会造成内容与结构的混乱。

其次，《商品流通学》在结构与体系上有所创新。前面已经介绍了商品流通学的基本体系，这里不再赘述。值得强调的是《商品流通学》体系结构的创新主要体现在两个方面：一是设立商品流通理论与商品流通实务两篇，主线是商品流通过程及运行，以此把两者统一起来，但商品流通理论与商品流通实务分成两篇，独立论述。这种体系结构在以往及目前的商业经济学教科书中尚未见到。二是在商品流通理论篇以 POP 即商品流通过程、商品流通组织、商品流通绩效为中心集中论述商品流通涉及到的基本理论问题，不像以往的教材那样先从商业的产业与发展、商业的地位与作用谈起，再到商业运行的各个环节，甚而商业劳动、商业资金、商业价格等做面面俱到的论述。这与传统的商业经济学教材相比也不失为一种创新。

再次，《商品流通学》在理论与实践的结合上有所创新。如前所述，以往商业经济学教材也强调理论与实践的结合，并以不同的方法进行了尝试，但在原有思路与体系下进行小修小补，效果并不明显，甚至造成了一定的混乱。《商品流通学》则把商品流通理论与商品流通实务分成两篇独立论述，较好地处理了理论与实践的结合问题，一方面，上篇可以集中地论述商品流通的理论问题，强调理论的高度与升华，下篇则以上篇的理论为指导专门论述商品流通实务，介绍商品流通的具体运行程序、运行原则和运行技术，强调实用性。另一方面，这样处理，有利于学生的学习。本科生商品流通理论和实务都要详细讲授，以强调理论功底与实践能力的并重；研究生侧重研究商品流通理论，通过自学下篇对商品流通实务有个大致的了解即可；专科生侧重学习下篇，对商品流通实务要深入了解，以突出其培养学生为技术应用型的特点，但也需通过自学对商品流通理论有个大致的认识。因此使用《商品流通学》教材就达到了老师好讲学生便学的目的。

最后，《商品流通学》在研究方法上有所创新。本书大量使用了西方经济学和产业经济学的研究方法，在第一章运用西方经济学方法研究了商品流通基本理论的演变，第二章讲市场结构与商品流通关系的分析，第五章论述了商品流通经济的增长、波动、效益与贡献等问题。这种研究方法有些新意。

上面从四个方面对编写《商品流通学》的想法与做法做了陈述，算是对本书的导读。可能言不达意，请商界同仁和广大读者批评指正。

目 录

上篇 商品流通理论

第一章 商品流通基本理论.....	(3)
第一节 分工与商品流通.....	(3)
一 分工与交换.....	(3)
二 交换经济.....	(6)
三 交换制度变迁与商品流通.....	(9)
第二节 纯交换经济理论.....	(13)
一 新古典纯交换经济理论.....	(13)
二 存在交换成本的交换均衡.....	(16)
第三节 简单商品流通理论.....	(17)
一 以货币为媒介的简单商品流通理论.....	(17)
二 以商人为媒介的简单商品流通理论.....	(20)
第四节 发达商品流通理论.....	(25)
一 以流通企业为主体的发达商品流通.....	(25)
二 以互联网为媒介的发达商品流通：网络贸易.....	(28)
第二章 商品流通环境.....	(34)
第一节 生产力水平、消费规模与结构和商品流通.....	(34)
一 马克思对生产、消费与商品流通的关系的经典论述.....	(35)
二 自足和半自足的小生产条件下的商品流通.....	(36)
三 大生产和专业化分工条件下的商品流通.....	(36)
四 从卖方市场向买方市场转化与流通地位的变化.....	(37)
第二节 技术进步与商品流通.....	(39)
一 技术进步对商品流通手段和效率的影响.....	(39)
二 技术进步与流通制度创新.....	(40)
第三节 法律和文化环境与商品流通.....	(43)
一 市场经济中的诚信、法制与商品流通的效率.....	(43)
二 不同的商业文化对商品流通的影响.....	(44)
第四节 市场一体化程度与商品流通.....	(45)
一 市场一体化与交换利益.....	(45)

二	国家间、区域间市场分割的原因.....	(46)
三	市场分割对商品流通的影响.....	(46)
四	打破地方保护主义与建立统一的大市场.....	(46)
第五节	市场结构和流通行为.....	(47)
一	市场结构的概念与度量.....	(47)
二	市场结构的分类.....	(47)
三	流通领域的市场结构、行为和绩效.....	(48)
四	市场结构变化的影响.....	(49)
第六节	经济体制与商品流通.....	(51)
一	计划经济体制与商品流通.....	(51)
二	市场经济体制与商品流通.....	(53)
三	过渡经济体制与商品流通.....	(53)
第三章	商品流通过程.....	(55)
第一节	商品流通过程概述.....	(55)
一	商品流通过程的含义.....	(55)
二	商品流通过程的本质特征.....	(55)
三	商品流通过程的内容.....	(56)
第二节	商品流通环节.....	(56)
一	商品流通环节的含义.....	(56)
二	影响商品流通环节的因素.....	(58)
三	商品流通环节合理化.....	(58)
第三节	商品流通渠道.....	(59)
一	商品流通渠道的含义和特点.....	(59)
二	影响商品流通渠道的因素.....	(60)
三	商品流通渠道的类型.....	(62)
四	商品流通渠道的表现形式.....	(65)
第四节	商流、物流、信息流.....	(67)
一	商流、物流、信息流的内涵及其关系.....	(68)
二	商流过程.....	(69)
三	物流过程.....	(70)
四	信息流运动过程.....	(73)
第四章	商品流通组织.....	(75)
第一节	商品流通组织形态.....	(75)
一	商品流通组织的含义及其在流通中的地位.....	(75)
二	商品流通组织的形态.....	(76)
第二节	商品流通组织的经营形式.....	(79)
一	批发组织.....	(79)
二	零售组织.....	(81)

三 零售商业演进理论.....	(87)
第三节 商品流通交易形式.....	(88)
一 交易形式的发展过程.....	(88)
二 交易形式的类型.....	(88)
三 交易形式的选择.....	(90)
第四节 流通组织商圈理论.....	(91)
一 商圈概述.....	(91)
二 影响商圈的因素.....	(93)
三 确定商圈的理论.....	(94)
第五章 商品流通绩效.....	(99)
第一节 商品流通增长.....	(99)
一 商品流通增长的含义与指标.....	(99)
二 改革前后商品流通增长的格局.....	(103)
三 商品流通增长的 ARMA 模型	(105)
第二节 商品流通波动.....	(109)
一 商品流通波动含义和指标.....	(109)
二 商品流通波动的波长与平均波长.....	(110)
三 商品流通波动的类型与阶段.....	(111)
四 商品流通波动幅度.....	(111)
五 商品流通波动的频度与规则性.....	(112)
第三节 商品流通效益.....	(112)
一 增长因素分析法.....	(113)
二 商品流通产出及劳动和资本要素投入.....	(113)
三 要素投入对产出的弹性分析.....	(115)
四 要素投入对产出的贡献分析.....	(115)
第四节 商品流通贡献.....	(118)
一 商品流通贡献率分析.....	(119)
二 商品流通与人均 GDP 的弹性分析和动态关系	(121)
三 商品流通对城市化的贡献.....	(124)
四 商品流通对工农业生产和促进消费的作用.....	(130)
第六章 商品流通规制.....	(138)
第一节 商品流通行政管理体制.....	(138)
一 商品流通行政管理体制的概念与特征.....	(138)
二 商品流通行政管理体制的构成要素.....	(139)
第二节 商品流通政策.....	(141)
一 商品流通组织政策.....	(142)
二 商品流通技术政策.....	(142)
三 商品流通布局政策.....	(143)

四 商品流通投融资政策.....	(144)
五 商品流通对外开放政策.....	(145)
第三节 商品流通法律.....	(145)
一 商品流通法律基础.....	(146)
二 商品流通的法律体系.....	(147)
三 流通行为的法律制约.....	(148)
第四节 商品流通的行业管理.....	(150)
一 商品流通全行业管理.....	(150)
二 商品流通行业协会管理.....	(151)

下篇 商品流通实务

第七章 零售商品流通.....	(157)
第一节 零售企业的商品采购与销售.....	(157)
一 零售企业的商品采购.....	(157)
二 零售企业的商品销售过程.....	(160)
第二节 百货商店.....	(161)
一 百货商店的选址与开办.....	(161)
二 百货商店的业务流程.....	(163)
三 百货商店的经营策略.....	(164)
第三节 超级市场.....	(166)
一 超级市场的选址与开办.....	(166)
二 超级市场的业务流程.....	(167)
三 超级市场的经营策略.....	(169)
第四节 便利店、专业店和专卖店.....	(171)
一 便利店.....	(171)
二 专业店和专卖店.....	(172)
第五节 连锁经营.....	(175)
一 连锁经营的特征和类型.....	(175)
二 连锁创业策略.....	(177)
三 连锁扩张策略.....	(177)
四 物流与配送策略.....	(178)
第八章 批发商品流通.....	(181)
第一节 批发企业的购买过程.....	(181)
一 批发企业商品采购的特点.....	(181)
二 批发企业商品采购的程序.....	(182)
三 批发企业的商品采购方式.....	(183)
四 批发企业的商品采购策略.....	(184)

第二节 批发企业的销售过程.....	(186)
一 批发企业商品销售的特点.....	(186)
二 批发企业商品销售的程序.....	(187)
三 批发企业的商品销售方式.....	(188)
四 批发企业的商品销售策略.....	(189)
第三节 商品储运策略.....	(191)
一 批发企业的储存策略.....	(191)
二 批发企业的运输策略.....	(194)
第九章 市场交易组织.....	(198)
第一节 批发市场.....	(198)
一 批发市场的含义.....	(198)
二 批发市场的基本功能.....	(199)
三 批发市场的组织形式.....	(200)
四 批发市场的设立.....	(201)
五 批发市场的组织构成.....	(202)
六 批发市场的交易内容.....	(203)
第二节 贸易中心.....	(204)
一 贸易中心的含义及特征.....	(204)
二 贸易中心的主要交易形式.....	(205)
第三节 商品交易所.....	(206)
一 商品交易所的含义和交易类型.....	(206)
二 商品交易所的功能.....	(208)
三 商品交易所的设立.....	(209)
四 商品交易所的组织形式.....	(210)
五 商品交易所的主要交易形式：期货交易.....	(213)
第十章 商品流通中介组织.....	(220)
第一节 代理商.....	(220)
一 代理及代理商.....	(220)
二 代理的种类.....	(221)
三 代理商从事代理活动的条件.....	(223)
四 代理商从事代理活动应注意的问题.....	(223)
五 代理商的责任和义务.....	(225)
第二节 经纪组织.....	(226)
一 经纪的含义及经纪活动的特点.....	(226)
二 经纪组织的三种类型.....	(227)
三 经纪组织的设立程序及其组成人员.....	(228)
四 经纪组织的活动方式.....	(229)
五 经纪业务的程序和技巧.....	(229)

第三节 拍卖行.....	(232)
一 拍卖的含义和特点.....	(232)
二 拍卖机构及其中介特征.....	(233)
三 拍卖及拍卖机构必须遵循的原则.....	(233)
四 拍卖物品及拍卖方式.....	(234)
五 拍卖会.....	(236)
第十一章 餐饮商品流通.....	(240)
第一节 餐饮商品流通概述.....	(240)
一 餐饮商品流通的概念及分类.....	(240)
二 餐饮商品流通的目的与方式.....	(242)
三 餐饮商品流通的特点.....	(243)
第二节 餐饮商品流通的购进和储存过程.....	(244)
一 餐饮市场需求预测与菜单计划.....	(244)
二 原材料采购过程.....	(247)
三 仓储过程.....	(250)
第三节 餐饮商品流通的生产、销售与服务过程.....	(251)
一 餐饮商品生产、销售与服务的关系.....	(252)
二 影响餐饮商品销售、生产和服务的因素.....	(253)
三 促进商品销售手段的选择.....	(255)
第十二章 网络贸易.....	(261)
第一节 网络贸易的基本概念.....	(261)
一 网络贸易的概念及内涵.....	(261)
二 网络贸易环境的新特点.....	(262)
第二节 网络贸易模式的分类.....	(264)
一 按照交易的参与主体分类.....	(264)
二 按照交易活动的内容分类.....	(266)
三 按照使用网络类型分类.....	(266)
第三节 网络贸易的组成.....	(268)
一 网络.....	(268)
二 用户.....	(268)
三 认证中心.....	(268)
四 物流配送中心.....	(269)
五 网上银行.....	(269)
第四节 网络贸易实务操作流程.....	(270)
一 网络贸易实务操作过程.....	(270)
二 网络支付过程.....	(271)
三 企业和消费者之间的网络贸易流程.....	(271)
四 企业和企业之间的网络贸易流程.....	(274)