

绪 论

《商业经营基础知识》是中等职业技术学校商品经营专业必修的一门专业基础教材。本书以社会主义市场经济为主线，结合我国商品流通体制和商业企业改革的最新情况，阐述商品经营专业学生在市场经济条件下应了解和掌握的基础理论知识和具体经营方法。

一、学习的目的

随着我国社会主义市场经济体制的逐步建立和完善，商业企业已经成为自主经营、自我发展的经济实体。特别是我国加入世界贸易组织后，需要尽快与国际市场接轨，并在激烈的市场竞争中取得优势，必须加快现代化建设步伐，在商业经营的思想、方式、策略和方法等方面进行重大变革和调整。从发展趋势看，在经营商品上，新的科技成果正物化为一代代新产品，高技术附加值商品越来越多地投放市场。多功能、智能化商品，组合化、系列化商品，情意化、艺术化商品层出不穷。在经营组织上，由经营单体店逐步转向集团连锁化，新的业态不断出现且相互渗透，并通过对传统商业体制的改革重组实现集约化经营，借助现代经营方式和信息手段提高商业的整体效益。在经营方式上，从传统经销、代销发展为买断品牌或创立品牌，从货源竞争、价格竞争、广告竞争转向高层次的品牌竞争、服务竞争、形象竞争，越来越多的企业采用了定位经营、

特色经营、错位经营、虚拟经营等现代经营方式。在经营管理上，正在逐步从低科技含量转向高科技含量，POS 销售点实时管理系统、EOS 电子订货系统、SIS 商业决策信息系统、MIS 企业内部管理系统的不断开发和应用，都极大地提高了商业现代化经营管理水平。

作为新世纪有志于从事商业工作的后备人才，面对复杂多变的市场环境和日趋激烈的商业竞争，要做好商业经营工作，必须树立现代经营理念，了解社会主义市场及市场经济条件下的客观经济规律，了解商业经营资源和经营环境，熟悉商业经营战略和策略的具体运用，懂得商品价格的制定与管理，提高商业经济效益的方法和途径，了解实现商业现代化、积极参与国际市场经营的方法等。学好《商业经营基础知识》，就可为掌握有关基础理论知识和实际经营方法，积极投身于商业工作打下坚实的基础。

二、学习的意义

面对世界经济全球化的浪潮和我国商业体制深化改革的新形势，学习《商业经营基础知识》，对于应对国际、国内市场的严峻挑战，促进商业企业的生存和发展，创造性地做好商业经营工作，具有十分重要的意义。

学习《商业经营基础知识》，可以帮助人们把握商品和货币的概念，了解商业经营的条件和经营资源，通过对商业产生的历史及商业现代化发展趋势的认识，确立现代经营的理念，为在市场经济条件下开拓性地做好商业经营工作奠定必要的知识基础。

学习《商业经营基础知识》，可以使人们通过对社会主义市场的了解和分析，认识到市场从微观环境到宏观环境的各种因素对商业经营的刺激和制约，熟悉市场经济的主要规律，从而在经营活动中自觉遵循客观经济规律，确保在复杂、多变的市场条件下，科学和规范地经营，从而达到预期的效果。

学习《商业经营基础知识》，可以使人们认识到在社会主义市场经济条件下科学制定经营战略的重要性，懂得只有通过整体市场进行细分，选择确定企业的目标市场，切实搞好各企业市场定位，才能避免盲目经营，使商业企业在激烈的市场竞争中体现各自特色，发挥自身经营优势。

学习《商业经营基础知识》，可以帮助人们了解商品品牌、商标、包装的内容及对商业经营的作用，知道什么是商品的寿命周期及商品寿命周期不同阶段对经营有哪些影响，懂得只有选择运用好商品策略才能保证企业经营的成功。同时，认识到商业企业必须重视对新产品的开发，只有在经营中不断开发和推广适销对路的新产品，才能使企业在激烈的商战中充满活力。

学习《商业经营基础知识》，可以使人们了解商品价格和商业经济效益的有关内容，懂得商品价格的制定、调整和管理，认识市场竞争条件下提高商业经济效益的重要性，懂得商业经济效益的评价分析，以及提高商业经济效益所采用的切实有效的方法。

学习《商业经营基础知识》，可以帮助人们了解商流、物流、信息流的概念及其在商业经营中的重要作用，懂得如何做好商品的运输管理和储存管理，明确在现代经营中对市场信息的收集和利用，懂得以科学准确的市场信息来指导企业经营全过程，保证企业商流、物流的良性循环。

学习《商业经营基础知识》，有利于人们认识商业企业开发国际市场，积极参与国际市场竞争的必要性。通过了解国际市场经营的环境，熟悉国际市场经营规则和惯例，懂得运用恰当的经营方式和经营策略开发国际市场，以保证我国商业企业在与国际市场接轨、参与全球化经营中站稳脚跟，取得成功。

总之，通过学习《商业经营基础知识》，熟悉和掌握商业经营活动的基础理论知识和具体经营方法，可以帮助人们学习商品经营的各门专业课，适应社会对人力资源的全新要求，从而成为商业企业所需要的后备人才。

三、学习的方法

随着我国商业经营管理体制改革的不断深化，商品经营企业对所需后备人才的岗位专业知识和技能提出了全新要求。为适应中等职业技术教育改革与发展的趋势，使培养的目标能贴近社会，培养的学生有创业能力，本教材的编写没有过多地强调学科体系的系统性，而是较多地注重岗位知识的兼容性，在有限的篇幅里融入了若干相关性交叉学科的内容，所涉及的知识跨度较大。为帮助学生学好这门课程，提高学习效

果，建议从以下几方面入手。

首先，要掌握基本概念。由于本课程所述内容是以后所学专业课的基础，因此在学习时必须理解和掌握一些基础概念，如商品、货币、商业、经营资源、商业现代化、经营理念、市场、市场环境、价值规律、供求规律、竞争规律、市场细分、目标市场、市场定位、整体商品、商品组合、品牌、商标、包装、商品生命周期、商品价格、价格管理、商业企业效益、商业社会效益、商流、物流、商业信息、国际市场经营、国际市场经营规则、国际市场经营方式及策略等。

其次，熟悉基本原理。《商业经营基础知识》作为一门理论性较强的课程，内容涉及市场经济、商业经济、商品经营、市场营销等学科的基本原理，如商品、货币、商业基本原理，社会主义市场经济基本原理，经济规律基本原理，经营战略基本原理，经营策略基本原理，商品价格及管理基本原理，商业效益基本原理，商流、物流、信息流基本原理，国际市场开发与经营基本原理等。学习本课程时，只有结合我国建立和完善社会主义市场经济体制以及深化商业体制改革的最新情况，用发展与创新的观念来理解和把握这些基本原理，才能加深对“发展是硬道理”这一战略思想的认识，确立开拓创新的经营意识。

第三，理论联系实际。作为专业基础课，《商业经营基础知识》与商业经营的实际联系非常紧密，具有很强的实践性。为此，学习中必须理论联系实际，通过对市场变化、商业改革以及经营实例的调研和分析来加深对基本原理的认识。例如，中国共产党和国家制定和颁布的“十五计划”，强调了要加快国民经济结构的调整，加大第三产业在国民经济中的比重，其中包括商贸流通业必须快速发展。这就要求商业部门必须抓住机遇，转变观念，深化改革，提升形象，通过自身的努力来支持生产，满足消费，促进整个国民经济的健康发展。又如，我国加入世贸组织后，随着市场的全面开放，国内商业必将面临国外商业巨头抢滩中国市场的严峻挑战。这就要求商业企业必须在经营理念、经营战略、经营方式、经营策略、经营策划等方面实施带有根本性的变革和创新，增强实力，提高素质，以实现在激烈的商战中站稳脚跟，发挥优势。再如，随着我国市场经济体制的逐步建立和完善，流通领域必将形成多种经济形式、多种经营业态、多种组织体制并存的多元化竞争格局。在平

等竞争的市场环境下，各企业要获得生存和发展，必须勇于开拓，善于经营，以自身的特色和优势，不断扩大在市场中的份额。

第四，学会“举一反三”。为了在《商业经营基础知识》中贯彻理论联系实际的原则，我们在叙述有关基本原理、经营战略、经营策略、经营管理方法时，列举了商业经营活动中的一些典型实例，但由于商业企业在业态、体制、规模、行业、经营范围、地区分布等方面具有较大差异，所举实例不可能一一涉及。这就要求在学习中善于独立思考，学会“举一反三”，融会贯通，通过对每一实例的分析，强化对商业经营活动内在规律和规范要求的理解和把握。学会并掌握这种学习方法，不仅能帮助学好本课程和以后的专业课程，而且对毕业后投身商业实践，参与商业经营，也能起到指导和借鉴作用。

复习思考题

1. 为什么要学习《商业经营基础知识》？
2. 学习《商业经营基础知识》为什么要强调理论联系实际？
3. 你认为学习《商业经营基础知识》对自己有什么帮助？怎样才能学好本课程？

第一章

商业经营概述

§ 1—1 商业的起源和发展

一、商品

商业经营工作者经常和商品打交道，必须了解商品的概念及其商品属性。

1. 商品的概念

商品是用来进行交换的劳动产品。这里包含着两层意思：第一，商品必须是劳动产品。也就是说，只有经过人们的劳动（脑力和体力的劳动）所生产出来的产品，才是商品。第二，这种劳动产品必须是用来说交换的。因此，判断一种劳动产品属于商品，必须符合下列条件：首先，这种劳动产品的生产不是为了生产者或经营单位自己消费，而是为了满足他人的需要，即社会的需要。其次，通过交换满足他人的需要，即社会消费。只有同时具备了上述两个条件，这种劳动产品才是商品。否则，就只是产品而不是商品。

2. 商品的属性

(1) 商品的使用价值。商品既然是用来交换的劳动产品，就首先必须是一个有用物，能用来满足人们的某种需要。商品的有用性就是商品的使用价值。使用价值是商品的第一个因素。对他人没有使用价值的东西，不管你在生产中耗费了多少劳动，

都不会有人同你交换，它就不能成为商品。

每一种商品的使用价值，具有各不相同的性质，用来满足各种不同的需要。例如，衣服可以保暖，粮食可以充饥，容器可以盛物等。正是因为各种商品具有不同的使用价值，他们之间才会发生交换关系。同一物品也可以同时具有多方面的效用，能满足人们多方面的需要。例如，木材既可以用作燃料，也可以作为建筑材料，还可以用作造纸和其他工业的原料。商品多方面使用价值的发现，是人类科学技术进步和生产力发展的结果。使用价值构成了社会财富的物质内容，在人们使用和消费它的时候得到实现。

综上所述，商品的使用价值是指商品的有用性，是能够满足人们某种需要的效用。它是商品的自然属性，构成了社会财富的物质内容，反映了人与自然的关系。

(2) 商品的价值。商品必须有使用价值。但是，这不能反过来说，凡是有使用价值的东西都是商品。例如，农民生产粮食供自己消费，这些粮食虽然具有使用价值，但却不是商品，因为没有用来交换。所以，商品不但应该具有使用价值，而且还应该具有与其他商品相交换的属性即商品的交换价值。

商品的交换价值，表现为一种使用价值和另一种使用价值相交换的量的比例。例如，100 kg 米换 20 m 布，其中 20 m 布就是 100 kg 米的交换价值，或者说，100 kg 米值 20 m 布。在米与布的交换中，为什么存在着 100 kg 与 20 m 的比例关系，而不是别的数量关系？这说明，“100 kg 米”与“20 m 布”之间存在着一个共同的东西，他们都是劳动产品。即在生产米和布的过程中，都耗费了一定量的人类劳动，这是一切商品的共同点。这种凝结在商品中的无差别的人类劳动，就是商品的价值。它是商品的社会属性，体现着商品生产者之间交换劳动的社会关系。

凡是商品都具备使用价值和价值这两个属性。商品的使用价值和价值是矛盾的统一体。这种统一性，表现在使用价值和价值两者之间相互依存，互为条件，同处于商品这个统一体内。使用价值是交换价值的物质承担者，价值是交换价值的基础，缺少任何一个方面都不能成为商品。商品的使用价值和价值不仅是统一的，而且又是相互排斥的。它表现在：对商品所有者来说，是通过交换实现商品的价值；对于非商品所

有者来说，是想占有某种商品的使用价值，是为了消费而购买。因此，对于一定的人来说，想占有商品的价值，就必须付出商品的使用价值；而要占有商品的使用价值，就必须付出商品的价值，两者只能居其一。因此说，商品的使用价值和价值是矛盾的统一。

二、货币

货币是商品交换发展的结果，是在商品交换漫长的历史发展过程中，从商品世界中游离出来稳定地充当一般等价物的一种特殊商品。货币之所以能够成为一般等价物，是因为货币本身就是一种商品，具有价值和使用价值。这是货币与其他商品的共性，也是货币能够和其他商品相交换的基础。

1. 货币的起源

人类最初的商品交换，直接表现为物物交换，即用自己手中的商品直接换取他人手中的商品，买与卖同时发生。这种交换最初是偶然发生的，至于交换的比例，即两只羊是换一把石斧还是换一担米，也是偶然的，并且这种交换因受时间、地域和所需商品等因素的限制，具有很大局限性。因此，这就决定了商品的交换只能是一种物物交换。用公式表示为：

$$W-W \quad (W \text{ 表示商品})$$

随着社会生产力的发展，商品交换不断扩大，商品交换的品种越来越多，交换的次数也越来越频繁，一种商品可以和多种商品相交换。交换者为了获得自己所需要的物品，往往要费很大的周折，甚至还不能完成交换。因此，这种简单的物物交换形式明显不适应市场的需要了。于是，在交换过程中，就逐渐产生了一种人们都乐意接受的能用来充当商品交换媒介的特殊商品，这种特殊商品，我们称之为“一般等价物”。

所谓一般等价物，就是从商品中分离出来的，可以直接和其他一切商品相交换、表现其他商品价值的商品。

作为一般等价物的商品，开始时也不固定，往往带有地方性和时间性的色彩。例如，甲地的一般等价物是羊，而乙地可能是布；一个时期一般等价物是羊，另一个时期可能是布。在历史上，牲畜、布帛、粮食、贝壳、金属等都充当过一般等价物。随着交换的进一步发展，最终使一般等价物集中到金银上。这是由于金银具有体积小、价值大、质地

均匀、容易分割、便于携带、耐磨损、易保管等特点。因此，当一般等价物固定在金银上时，货币也就产生了。

2. 货币的本质

货币是充当一般等价物的固定的特殊商品。它是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物，是商品内在矛盾发展的必然结果。自从货币产生以后，货币就成为商品交换的媒介。用公式表示为：

$$W-G-W \quad (G \text{ 表示货币})$$

3. 货币的职能

货币的本质是通过货币的职能表现出来的，货币的职能是随着商品经济的发展而逐渐完备起来的。在发达的商品经济中，货币具有以下五种职能。

(1) 价值尺度。货币在衡量和表现其他商品的价值时，执行着价值尺度的职能。所谓价值尺度，就是以货币为尺度来计算和衡量商品价值量的大小或多少。这是货币的基本的和主要的职能。

货币所以能执行价值尺度的职能，是因为货币同其他商品一样，都是社会劳动的产物，它本身包含着一定的价值。但是，在执行价值尺度的职能时，可以是观念上的货币，而不必是现实的货币，例如，商店里各种商品的标价。在这种情况下，商品的价值用货币表现出来就成为商品的价格，价格就是商品价值的货币表现。商品价格的变化同商品本身价值的变化成正比例关系。同样，货币在执行价值尺度时，在技术上需要确定一种计算货币量的单位。如我国以人民币“元、角、分”作为衡量货币大小的数量单位。如果没有这些数量单位，货币就难以起到商品价值尺度的作用。

(2) 流通手段。货币在商品流通中充当商品交换媒介的作用，就是货币流通手段的职能。货币作为流通手段，必须是实实在在的货币，而不是观念上的货币。在很长一段历史时期里，货币是以贵金属条块的形式出现的。但这种形状不一、重量不等、成色不同的金属条块，给交换带来很多不便，于是就逐渐产生了按一定的成色、重量、形状和标明价值的金属铸币。它一般由国家铸造，作为法定的货币来流通。

铸币在流通过程中尽管会逐渐磨损，会由足值的含量币变成不足值的含量币，但它仍然可以同足值的铸币一样使用。货币作为商品交换

媒介，在人们手中只是转瞬即逝的传递物，人们用它来交换，目的并不是要保存货币，而是为了拿货币再去交换自己所需要的其他商品。正因为如此，用金银铸成的货币的流通手段职能，才可以由纸币来代替。纸币是由国家发行的强制作用的价值符号。纸币出现后，它就代表金属货币执行流通手段的职能。

充当流通手段的货币数量，取决于流通中所需要的货币量。而决定商品流通中所需的货币量的因素有三个：①待销售的商品数量；②商品的价格水平；③货币流通速度。前两个因素构成商品价格总额。商品价格总额与货币流通速度之间的关系决定流通中所需要的货币量，用公式表示为：

$$\text{流通中所需要的货币量} = \frac{\text{商品价格总额}}{\text{货币流通速度（次数）}}$$

上述公式表明，在其他条件不变的情况下，商品价格总额越大，流通中所需要的货币量便越多。但由于在一定时期内，同一单位货币可以流转多次，因而流通中所需的货币量可以大大少于商品价格总额，即在一定时期内流通中需要的货币量与货币的流通速度成反比。

（3）支付手段。货币的支付手段职能是随着商品交换过程中赊账买卖的产生而出现的。商品的赊账买卖使商品的让渡与价格的实现不能同时进行，于是出现了买者与卖者之间债权与债务的关系。当货币用来清偿债务时，便执行支付手段。有了货币作延期支付，便大大促进了信用的发展。随着赊账买卖的发展，产生了许多种信用货币，如支票、汇票、银行券、信用卡等。这些信用货币所代表的债务可以相互抵销。此时，各种信用货币也就发挥着支付手段的职能。所以，货币的支付手段职能的产生和发展，大大减少了流通中货币的需要量。流通中所需要的货币量的公式就需要补充如下：

$$\text{流通中所需的货币量} = \frac{\text{待售商品价格总额} - \text{赊售商品价格总额} + \text{支付所需货币量} - \text{互相抵销的支付总额}}{\text{货币流通速度（次数）}}$$

（4）贮藏手段。货币的贮藏手段职能是指把货币作为社会财富的一般代表贮藏起来。只要商品流通一中断，商品所有者在出卖商品后不立即购买所需要的商品，货币就退出流通领域而成为贮藏货币。

执行贮藏手段职能的货币，既不能是观念上的货币，也不能是作为价值符号的纸币，而必须是足值的铸制货币或金银条块。贮藏货币可以起到自发调节货币流通量的作用。当商品流通所需要的货币量减少时，多余的一部分货币就从流通中退出来，由流通手段变为贮藏手段，被贮藏起来；当商品流通所需要的货币量增多时，一部分被贮藏的货币又会加入流通，由贮藏手段变为流通手段。

(5) 世界货币。随着国际贸易的发展，当商品流通超出了国界的限制时，货币便具有了世界货币的职能。作为世界货币，必须是金属货币即黄金和白银，而不能是铸币和纸币。

作为世界货币的金银，除了具有价值尺度的职能，还有三种职能作用：第一，作为购买手段，用来购买外国的商品；第二，作为支付手段，用来清偿平衡国际收支上的差额；第三，作为社会财富的一般代表，由一国转移到另一国，如用作支付战争赔款、输出货币资本以及金银等财产的转移。

货币的五种职能，是随着商品经济的发展而逐渐发展起来的，它们之间存在着有机的联系。价值尺度和流通手段是与货币同时出现的两种基本职能，其他职能则是在这两种职能的基础上派生出来的。当然，五种职能有时又错综复杂地交织在一起，共同在商品流通中发挥所起的作用。

三、商品交换的条件和原则

1. 商品交换的条件

前面说过，商品是用来交换的劳动产品。如果没有交换，也就没有商品。因此，商品交换主要依赖于以下两个条件。

(1) 社会分工。这是指社会不同部门之间和部门内部的劳动分工。如在国民经济范畴内，可分为工业、农业、商业等经济部门；在商业内部，又可分为批发商业、零售商业，等等。由于社会分工的不同，各部门、各行业的不同生产者生产出不同的产品。为了满足各自的消费需要，于是发生了互相交换劳动活动的经济行为。随着社会生产力的发展，社会分工越来越细，劳动产品日益丰富，交换的广度和深度也不断发展。在现代社会，商品交换已成为人们不可缺少的经济活动。

(2) 劳动产品归不同所有者所有。由于人类劳动的社会分工，产生

了人们相互交换劳动及其成果的需要，但只有在劳动产品归不同所有者直接占有的条件下，才能使劳动产品真正转化为商品，人与人之间的劳动交换才能真正转化为商品交换。在社会主义市场经济条件下，由于存在着生产资料不同的所有制形式，劳动产品属于不同的所有者，他们若需要获得其他方劳动产品，不能无偿占有，同样必须通过商品交换来让渡自己的劳动产品。

2. 商品交换的原则

在商品经济发展的过程中，商品交换已成为人类社会普遍的经济行为，在实践中，逐渐形成了一些大家都应遵循的原则。

(1) 自愿让渡原则。自愿让渡是指进行商品交换的双方必须相互自愿才能成交。商品购买者在市场上寻求他们所需要的使用价值中，只有当这种使用价值适合其生产消费或生活消费需要时才能成交。或者说，商品交换并不只是商品当事人任何一方的一种主观愿望，而是交换双方必须能够取得适合自己消费需要的商品，即交换双方意志统一时，交换才能达成。因此，自愿让渡原则是商品交换过程中不以人们的意志为转移的客观规律。

(2) 等价交换原则。这是指商品交换过程中，交换双方必须让渡等量价值的商品，即等价物与等价物相交换。

商品是使用价值与价值的统一体。作为商品生产者，他并不需要自己商品的使用价值，而只需要商品的价值，以使用它换取自己所需的另一种商品的使用价值。但这种交换必须是等价交换。因此，等价交换也是一个客观规律。

(3) 相互服务原则。作为商品经济发展的产物，商业服务贯穿于商品交换的全过程，这是一切商品经济共同存在的经济现象。

在简单的商品经济条件下，商品交换表现为物与物之间的交换，或单纯地表现为商品与货币的交换，买卖双方直接见面，通过交换，彼此满足对商品使用价值的需求。此时，服务是伴随着商品让渡而在瞬间完成的，表现为交换双方相互服务的过程，是一种既简单又原始的经济活动形态。随着社会分工的扩大和商品生产的发展，交换的内部矛盾日益深化，交换的外延不断扩大，任何一种商品的空间位移、时间延续、所有权转移等，都伴随着复杂的商业服务过程。商业服务不仅是一种交换

的形式，而且还作为商品交换的内容、手段和条件，贯穿于商品交换的全过程。如果在商品交换过程中，交换双方没有相互服务，就不可能实现商品从生产领域向消费领域的转移，也不可能实现商品的价值和使用价值的统一。因此，在商业活动中，交换双方的相互服务是进行交换活动的一条重要原则。商业的兴旺与发展，必须以优质服务作为一个重要的前提条件。

四、商业的产生和发展

1. 商业的产生

商业作为一个历史范畴的社会形态，是商品生产、商品交换发展到一定历史阶段的产物，并且伴随着商品生产和商品交换的扩大而不断发展。

在人类的原始蒙昧时代，生产力水平十分低下，人们共同劳动所得的产品只能够维持最低限度的生活，没有剩余产品，因而也没有商品生产和商品交换，更没有商业。

到了原始野蛮时代，一部分人在长期狩猎活动中，开始懂得驯养和繁育野生动物，在适宜于畜牧的地方从事游牧活动，形成了专门从事游牧的牧业部落；另一部分人在采集过程中，逐渐掌握了某些农作物的栽培技术，形成了专门从事种植的农业部落。这样，就发生了畜牧业和农业的分工，即人类社会的第一次社会大分工。随着生产力的进一步发展，出现了能够制造金属工具的生产者，畜牧业、农业、家庭手工业等都普遍使用铁制工具，使劳动生产率获得很大的提高，促进了社会的进步和发展。接着，手工业从农业、畜牧业中分离出来，这便形成了人类社会的第二次社会大分工。由于社会生产分为农业和手工业两大主要部门，便出现了直接以交换为目的商品生产，为更多的商品进入交换创造了条件，促使社会的商品交换进一步发展。随着商品生产的发展和商品交换范围和规模的不断扩大，商品生产者用于售卖商品的时间越来越多，从事商品生产的时间和售卖商品的时间就产生了矛盾，这种矛盾随着商品生产和商品交换的扩大越来越突出。为了解决这个矛盾，使商品生产者能够集中更多的时间从事生产，客观上要求有人专门承担商品售卖工作。这样，社会上就出现了一种专门从事商品交换的经济行业——商业。专门从事商业工作的人，就是商人。商业劳动和生产劳动的分

离，是人类社会的第三次社会大分工。由此可见，商业是为适应商品生产和商品交换进一步发展的需要而产生的，它是商品经济发展的必然产物。它的出现，标志着商品交换发展到了一个新的历史阶段。

2. 商业成为独立经济部门的意义

商业从生产中分离出来，成为社会中专门从事商品流通的独立的经济行业，是人类历史的进步，具有重要的意义。

(1) 商业的独立存在，有利于节约社会劳动时间和生产资金。由商业来专门从事社会商品流通的经济活动，独立承担交换的职能，有利于缩短商品流通的时间。商品流通时间的缩短，使商品转化为货币的过程加快。这对于生产者而言，用于生产的时间增多了，就能生产出更多的产品，创造出更多的物质财富，用以维持和扩大社会再生产。这是商品经济条件下社会化大生产的客观要求。

商业的独立存在，不仅可以为一个企业推销商品，而且可以为许多企业推销商品。商业资金的周转速度不受某一个生产企业资金周转的限制，它可以在一个生产企业资金周转一次的时间内完成若干次资金的周转，即一个商业企业垫支的一定数量的货币资金，可以交错地用来替换许多生产企业的流通资金。这样，从整个社会范围来看，由商业部门专门经营商品买卖业务，远比每一个生产企业各自推销自己的产品更能节省整个流通领域所占用的资金。

(2) 商业的独立存在，使商品生产者能及时掌握市场信息，生产适销对路的商品。由于商业企业专门从事商品的交换，对于商品在市场上受消费者欢迎的程度了如指掌。采购适销对路的商品，成为商业企业扩大自身利益的必然措施。而商品生产者则能根据从商业企业反馈的有关本企业产品销售状况的信息，及时调整产品的生产规模和结构，从而随时适应市场需要，生产出适销对路的商品。

(3) 商业的独立存在，有利于促进生产的分工和劳动生产率的提高。商业独立存在以后，实现了商品生产的专门化和商品交换的专业化，使各生产部门的社会分工越来越细，专业化程度不断提高，社会化大生产的水平也相应地提高，从而为劳动生产率的提高创造了有利条件。

3. 商业的发展

在不同的社会形态下，商业随着社会生产力和商品经济的发展而发展，而商业的发展，又促进了社会的进步和经济的发展。下面分三种形态进行阐述。

(1) 奴隶社会和封建社会的商业。在奴隶社会中，奴隶主大量使用奴隶劳动，能够组织大规模生产，使越来越多的农产品和手工业品进入市场，开始出现了最初的商业。但是，奴隶社会的商品生产和商品交换受到生产方式的限制。广大的奴隶在奴隶主的统治下，完全失去人身自由，他们的劳动产品绝大部分被奴隶主所剥夺，所得到的极少一部分劳动产品仅够用来维持他们的生命，作为维持简单再生产的条件。由于奴隶们没有剩余产品，他们与商品交换毫无关系，既不可能以生产者的身份参加商品交换，也不可能以消费者的身份同市场发生联系。因此，参与商品交换的只能是一些王公贵族、奴隶主，参与交换的商品主要是一些奢侈品、贵重的手工艺品等。这样，在很大程度上限制了商业的发展。

人类进入封建社会，奴隶主成了地主，广大的奴隶成为农民。由于农民的劳动成果在缴纳地租和税收以后，开始产生少量的剩余，这些剩余的产品可由农民自己支配，社会的商品交换除了地主阶级，也有了农民的参与，商品交换的参与者比奴隶社会增加了。此外，由于社会分工的发展和生产力的提高，使商品交换也日趋频繁。但是，封建社会的经济尚属于自给自足的自然经济，生产力水平不高，可用于交换的商品仍然不多，社会生产的目的是为了交换，而是为了满足地主阶级的享受和农民自身的基本消费需要，商品交换的发展仍然受到一定的限制。

(2) 资本主义社会的商业。人类进入资本主义社会，商品生产成为社会生产普遍的占统治地位的生产方式，一切社会生产都是为了商品，商品交换关系深入到所有社会生产领域，商业得到了空前的发展。随着生产规模和市场范围的不断扩大，商业部门内部的分工也越来越细，原来由商人自己承办的商品保管、运输等业务也从商业中分离出来，成为独立经营的行业。商业组织实现了专业化、联合化，商品销售按各类商品的特点组成不同的商业部门，并形成批发和零售分工的专业化企业。由于资本主义社会商品生产高度发达，科学技术不断进步并且在流通领域

得到广泛应用，从而使新的商业形式不断涌现，经营方式不断变化，管理方法日益科学化，带来了市场和商业的空前繁荣。

(3) 社会主义社会的商业。我国社会主义商业是在解放前革命根据地商业的基础上发展起来的。国内革命战争时期，为了适应战争和根据地经济建设的需要，兴办了公营商业，建立和发展了合作社商业。新中国成立后，在根据地公营商业的基础上，通过没收官僚资本，建立了社会主义国营商业。此外，积极建立和发展了合作社商业，使之成为国营商业的有力助手。但是，我国社会主义商业的发展并不是一帆风顺的。1958 年的“大跃进”和 1959 年的“反右倾”，使商业的发展受到挫折。随后，党中央很快觉察到经济工作中的错误，采取了一系列有效措施，使社会主义商业得到迅速的恢复和发展。由于“左”倾指导思想在经济工作中并未得到彻底纠正，违背客观经济规律，国家曾三次撤销和合并供销合作社商业，取消了残存的个体商贩和农村集市贸易，一度又使流通领域中多种所有制形式变成了单一的全民所有制，给商品流通乃至整个国民经济造成了不良后果。中国共产党的十一届三中全会以后，国家及时纠正了“左”的错误，对经济体制进行了广泛和卓有成效的改革，通过采取多种有效措施，将工作重心转移到经济工作上来，使我国商业得到了新的发展。中国共产党的十四大、十五大明确指出，国有商业企业必须按照“产权清晰，权责明确，政企分开，管理科学”的要求，加快目前改革的步伐，建立现代企业制度。目前，在我国社会主义经济体制中，既有全民所有制商业，又有集体所有制商业，同时还形成了个体商业、中外合资（合作）商业、私营商业、外资商业以及股份制商业等多种所有制形式，使商品经济得到了蓬勃发展，商业企业充满了活力和生机。

五、商业现代化

1. 商业现代化的意义

中国共产党十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》，是全国人民在邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的指导下，开创具有中国特色社会主义宏图大业的行动纲领，为建设社会主义市场经济体制勾画了科学、系统的宏伟蓝图，是建设有中国特色社会主义商业的行动指南，对我国的社会主义商业现代

化建设产生了重大而深远的影响。

(1) 商业现代化的概念。研究商业现代化，首先要明确什么是现代化。“现代化”一词，源于英语中的“modernization”，原意为“当代、现代、时髦、领先”。在当今国际社会，“modernization”一词，已被赋予了某种特定的含义，它是指用当代最先进的科学技术来装备和改造国民经济各部门，并在此基础上使人类社会达到自身发展的最高水平。简而言之，现代化是指以当代最发达的生产力水平为基础的经济和社会所达到的世界先进水平。

商业现代化是经济现代化的一个组成部分，是指把具有现代化水平的科学技术装备和先进的管理方法，应用于商品流通领域，实现商业经营的自动化、高效化，经营管理的科学化、最优化，以确保不断提高劳动效率，提高服务质量，降低商品流转费用，取得最佳的经济效益。使商业经营适应现代化商品生产的高速发展和人民大众消费水平的不断提高。

由于商业现代化是随着社会化大生产与市场商品大流通的产生而产生和发展的，同时，其发展的物质基础又有赖于工农业生产的现代化。也就是说，在一定时期内，社会生产的现代化达到了一定水平，就必然要求商业现代化达到与其相适应的水平。因此，商业现代化是一个历史性的概念。同时，商业现代化所要求达到的水平和包含的内容，是随着整个社会生产力水平的提高和科学技术的进步而不断发展变化的，因而，商业现代化又是一个不断发展的动态概念。当今世界，“科学无国界”，一切真正的科学技术都是人类共同创造的财富，在全球范围内，现代化水平代表世界最先进的水平。任何一个国家，要在全球经济一体化的竞争中得到发展，就必须冲破国界，加强国家间科学技术的全方位联系和合作。我国同世界上发达国家相比较，商业现代化还处于起步阶段，差距十分明显。为此，只能从我国的国情出发，不断吸取世界最先进的科学技术成果，逐步走出一条适合我国国情，同整个社会主义现代化建设事业发展相适应的商业现代化的道路。所以说，商业现代化还是一个世界性的概念。

(2) 商业现代化的意义。商业现代化是我国社会主义市场经济发展的必然趋势，对于加快整个社会再生产的过程，加速商品流通，扩大服