



中国流通研究院
China Academy of Circulation

The Research Frontiers of Reform and
Development of China Circulation

中国流通 发展与改革前沿 (2009—2014)

祝合良◎主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国流通 发展与改革前沿 (2009—2014)

◆ 祝合良◎主编

The Research Frontiers of Reform and
Development of China Circulation



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国流通发展与改革前沿: 2009—2014 年 / 祝合良主编.

北京: 中国经济出版社, 2016. 3

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4167 - 8

I. ①中… II. ①祝… III. ①流通经济学 IV. ①F014. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 023611 号

责任编辑 方 雷 杨元丽

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 华子图文设计公司

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京艾普海德印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 19.5

字 数 270 千字

版 次 2016 年 3 月第 1 版

印 次 2016 年 3 月第 1 次

定 价 45.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

序 言

流通理论是具有中国特色的经济学理论，它经历了漫长的历史传承和时代演化，正迎来新的发展机遇和挑战。

我国的流通经济理论研究源远流长，博大精深。早在两千多年前的西汉时期，司马迁就在《史记·货殖列传》中，对商贸流通作出了精辟论述和独到阐释。《史记·货殖列传》中的“商圣”范蠡，深谙重商强国、进退有度、富于社会责任感的“计然之策”，主张“旱则资舟，水则资车”“贵出如粪土，贱取如珠玉”“务完物，无息币，无敢居贵”。范蠡在当时生产力水平极其低下的情况下形成的朴素的经商治国理念，涉及尊重市场基础地位、遵循价格波动规律、突出质量保证、强调资金周转等诸多领域，即便是现在看来也仍发人深省。

我国现代流通经济理论是新中国成立后随着计划经济体制的建立而确立和发展起来的，它以马克思主义流通理论为指导，理论体系奠基在社会资本再生产理论之上，重点研究商业资本的运动规律。我国现代流通经济理论作为新中国成立后最早创立的经济学理论体系之一，至今已走过了半个多世纪的发展历程。必须承认，与其他同期构建的部门经济学理论体系类似，我国现代流通经济理论虽然取得了奠基性的发展成就，但从其诞生之日起就伴随着一系列的先天不足：一方面，与相关管

理部门高度对口的理论体系，在计划经济指令性分配的宏观背景下，对市场机制的研究逐渐萎缩甚至被放弃，使流通经济理论日益囿于“购、销、调、存”的行业范畴；另一方面，与相关管理部门高度对口的研究指向，随着内贸与外贸的分割、供销社与商业部门的脱离、物资部门的取消等，流通理论的研究适用性越来越受到局限，学科开始脱离主流经济，理论逐步走向边缘化和贫困化。

改革开放以来，随着市场经济的引入和市场在资源配置过程中基础地位和决定性作用的确立，原有以部门为视角的流通经济理论越来越难以胜任对当前新现象、新矛盾和新问题的释因和解决。

譬如，商品流通涉及的领域正变得越来越广泛，需要流通经济理论拓展其触角和视野。第一，商品流通领域的失序现象越来越突出，流通法律、市场法规、监管机制等外部规制体系有待健全和完善；第二，商业道德、社会责任和企业文化对市场良性运行和企业持续经营的约束日益突出，亟须强化商业伦理和商业信用建设；第三，买方市场态势的形成，市场竞争的加剧，要求企业越来越重视品牌塑造、渠道建设和营销管理；第四，市场壁垒的打破，统一市场的形成，使得广域商圈条件下的物流问题正变得越来越突出；第五，跨国公司的崛起，全球化采购和生产体系的形成，正在推动全球供应链管理的普及；第六，电子信息技术和移动通信网络的发展，造就了电子商务“井喷”式的成长，线上结合线下的新型消费方式成为主流；第七，经济社会发展与生态环境保护之间不断激化的矛盾，加速了绿色消费、低碳流通的全球共识。

再如，商品流通的市场主体正变得越来越活跃，需要流通经济理论适应其快速迭代的创新行为。随着以卫星通信技术支撑扁平化管理的沃尔玛、以农超直供对接实现突出生鲜经营业绩的家乐福、以绿色低碳为特色的乐购和麦德龙先后进入中国市场，在与“巨人”同行的过程中，中国流通企业在技术装备引进、经营理念学习、商业模式创新方面的实

践探索，早已超越了中国流通经济理论的延伸范围和拓展速度。

又如，商品流通的宏观环境呈现出前所未有的复杂局面，需要流通经济理论开展战略性的应对研究。一方面，以“增速换挡、结构优化、动力调整”为特征的经济发展“新常态”对社会主义市场经济体制的优化和变革提出了全新的挑战；另一方面，以“新型城镇化”“一带一路”“京津冀协同发展”等为代表的国家发展战略对中国特色现代流通体系的建设提出了迫切的要求。

斗转星移，时势变迁，市场环境和流通体系固然发生了诸多改变，但始终无法改变的是流通理论与市场经济之间天然的亲和力。市场经济作为以交换为本质的经济体制，其现象的阐释和问题的解决绝不可能脱离流通经济理论的大范畴。同时，尽管改革开放三十多年经济总量、市场结构和增长方式发生了翻天覆地的改变，但一系列中国社会主义市场经济的本质属性并未出现根本性的动摇。第一，在国际经济格局演变的同时，经济全球化的趋势没有改变；第二，在政府职能转变的同时，市场机制在资源配置中的基础作用没有改变；第三，在我国经济取得跨越式发展的同时，我国仍处于社会主义初级阶段的基本国情没有改变；第四，在内外贸同步扩张、市场规模不断扩大的同时，中国作为世界上最大的发展中国家的国际地位没有改变，中国相对发达国家的贸易条件没有改善，中国相对滞后的流通体系与人民群众日益增长的消费需求之间的矛盾没有根本解决。处于这一层面的老问题，需要秉承老的认识视角，坚持老的研究平台，一脉相承开展传承性的研究。

在历史传承的同时，流通经济理论研究更大的发展方向应当是开拓和创新。当前流通经济理论的边缘化并不是流通经济理论消亡的先兆，而是流通经济理论拓展、创新进而重新走向繁荣的动力。当代流通经济理论亟须在学科定位、研究对象、理论范畴、工具方法等层面取得全面突破，以承担流通经济理论演进至今的历史使命。首先，流通经济的学

科定位要尽快完成从部门经济学向领域经济学的转变，定位于中观经济学科，为市场调控政策、产业规制手段、流通技术标准的制定提供决策依据；其次，流通经济的研究对象要尽快完成由狭义的商业扩展到广义的市场的转变，甚至将生产、消费、金融等范畴都纳入学科视野；再次，流通经济的理论范畴要尽快拓宽拓广，将市场秩序、商业伦理、品牌营销、物流与供应链管理、电子商务、绿色流通等领域的现象和问题主动设定为研究重点；最后，流通经济的研究方法要尽快完成与西方主流经济学的对接和融合，充分借鉴主流经济学中的理论工具和逻辑模型开展规范化的流通研究，构建当代流通经济理论的方法体系。

承此当代流通经济理论变革与创新之契机，以接续流通经济研究学术传统、借鉴国际市场经济研究理论前沿、展现我国流通学术实践最新动态、促进商贸流通领域改革发展为目标，中国市场学会、中国商业经济学会、中国社科院财经战略研究院、中国流通三十人论坛（G30）以及首都经济贸易大学中国流通研究院共同发起了“庆祝建国 65 周年中国流通发展与改革优秀学术成果评选”活动。参评范围涵盖了 2009 年 1 月 1 日以来发表的，聚焦于中国流通发展改革理论与实践的研究成果；成果类别涉及著作、教材、论文和研究报告四大系列；评选标准一方面以理论创新为导向，强调与国际理论前沿的接轨，另一方面以政策研究为定位，突出对政策实践的科学指导。经过推荐、投票、确认等多道环节的遴选，最终获奖的 19 部作品于 2014 年 11 月 29 日在“庆祝建国 65 周年中国流通发展与改革高峰论坛”上进行了发布和表彰。19 部获奖作品包括著作 5 部、教材 4 部、论文 5 篇以及研究报告 5 册，代表了近年来我国流通领域中青年学者在消费、市场、贸易、商业、物流、营销等领域的最新研究成果。这些作品不仅在理论渊源上继承和发展了马克思主义流通经济理论，而且在研究方法上借鉴和吸收了西方主流经济学的范式 and 工具，在一定程度上反映了当代流通经济理论多方位、多

角度、多层次的变革与创新。这些作品的问世和推广，不仅对推动我国当代流通经济理论的发展和繁荣具有重大意义，更对新时期我国经济发展和市场建设的崭新事业具有重要的指导和借鉴意义。因此，在表彰优秀作品的同时，更重要的是传播、推广和应用这些成果。是结集出版，以飨读者；并为序，以记之。

祝合良
2015年9月

目 录

著作篇

中国农村市场中介组织研究	3
马克思主义流通理论当代视界与发展	18
消费经济学理论溯源	32
现代流通服务业自主创新：理论与实践	46
小农—企业家主导的农业组织模式：天星村葡萄业技术与市场演化 ...	62

教材篇

流通概论	77
现代商业经济学（第三版）	93
商品流通学	107
高级商业经济理论	122

论文篇

中国国内市场分割的非政府因素探析 ——流通的渠道、组织与统一市场构建	157
接入定价、渠道竞争与规制失败	170

关系交换、治理机制与交易绩效：基于蔬菜流通渠道的比较案例研究	183
中国零售上市公司的成长性与盈利性 ——以沃尔玛为基准的一个比较	199
论流通产业技术装备化内生趋向	210

报告篇

中国城市流通竞争力报告	227
流通蓝皮书：中国商业发展报告	247
珠三角流通业发展报告	260
新型城镇化与现代流通业良性互动发展研究报告	273
中国零售业监测与分析报告	288

著作篇

中国农村市场中介组织研究

马克思主义流通理论当代视界与发展

消费经济学理论溯源

现代流通服务业自主创新：理论与实践

小农—企业家主导的农业组织模式：天星村葡萄业技术与市场演化

中国农村市场中介组织研究

纪良纲 刘东英 梁 佳

● 作者简介

(1) 纪良纲，教授、博士。现任河北经贸大学党委副书记、校长，产业经济学硕士生导师，河北大学博士生导师，省优秀重点学科产业经济学科带头人。兼任中国商业联合会专家委员会委员、中国企业管理研究会副会长、中国商业经济学会副会长、中国市场学会副会长、中国价格协会高校价格理论与教学研究会会长、全国贸易教学研究会副会长、河北省商业经济学会会长、河北省高校管理学科教学指导委员会主任委员。



曾荣获“河北省优秀专业技术人员”“省管优秀专家”“河北省社会科学优秀青年专家”“河北省十佳青年教师”“新长征突击手”等称号。1997年起享受政府特殊津贴，1996年被“河北省”选拔为首批跨世纪人才，2002年入选“河北省优秀社科专家50人工程”第一批人选，2006年入选“教育部新世纪优秀人才支持计划”。

(2) 刘东英，博士，现任河北经贸大学商学院教授。作为主要研究人

员参与国家社科基金、国家自然科学基金研究课题4项，主持、参与省部级课题4项，先后在《财贸经济》《中国农村经济》《农业经济问题》《中国流通经济》《经济学家》等刊物发表论文20多篇，合著参编著作5部。

(3) 梁佳，现任河北经贸大学讲师，参与省部级课题6项，参编著作2部，在省级以上刊物发表论文8篇。

● 成果简介

一、成果创作背景

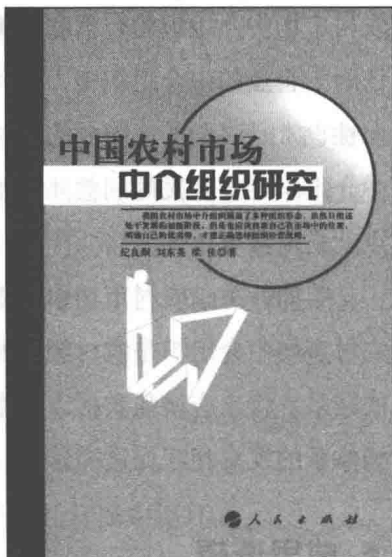
市场中介组织发育不良将增加交易的成本和难度。缺乏富有活力和效率的市场中介组织，市场体系是不完整的。农村市场是我国市场体系的重要组成部分，因为二元经济社会结构和制度转型的背景，中国的农村市场具有自己的特殊性，其根本矛盾是农民的低组织化程度和大市场之间的矛盾，其发展是基于农民的制度与组织创新。事实上，活跃在农村市场上的各种类型的中介组织正是反映了农民在参与市场过程中的主动创新。这些农村市场中介组织通过传递市场信息、衔接产销、媒介科技成果转化、帮助农户融通资金等活动，降低了农民进入市场的交易成本，改变了农民的组织化方式和程度，保护了农民利益。可以说，农村市场中介组织已经成为农村市场体系不可或缺的组成部分。

当前，我国学者关于农村中介组织的研究与现实的发展存在一定程度的脱节。该书通过大量的实地调查与访谈，对中国目前的农村市场中介组织进行了详细的理论分析与实践总结，是弥补理论与实践缺口的一次有益尝试，对指导农村中介组织的发展有较强的启发意义和实践价值。

二、成果的主要内容

我国农村市场中介组织涵盖了多种组织形态，虽然目前还处于发展的初级阶段，但是应该找准自己在市场中的位置，明确自己的优、劣势，选

择正确的组织经营战略。该书在丰富的调查研究基础上,对农村市场中介组织产生、存在、发展、演进的一般规律进行了重点考察,并对农产品拍卖商、农民专业协会、农民合作社、一体化组织、农村专业市场等农村市场中介组织进行了专题性研究,进而提出了中国农村专业市场中介组织发展的思路和政策建议,研究结论对指导我国农村市场中介组织发展和扶持具有重要的指导意义。



三、成果的创新性

该书提出了以下创新观点:

第一,提出农村市场中介组织是居于农户与其他主体之间,为农户在生产和经营中所发生的要素和产品的需求与供给活动提供居间服务的非营利性组织。从外延来看,针对单个农户的农产品售卖提供居间服务的组织、先将农户组织起来再为其生产和销售提供居间服务的组织、与农户建立起组织内分工与合作关系为农户获得生产技术和生产资料实现农副产品加工增值提供居间服务的组织都属于农村市场中介组织范畴。这一界定揭示了农村市场中介组织的本质。

第二,该书界定了农村市场中介组织的理论边界,并提出不同的市场中介组织形式具有不同的组织成本耗费,这也就意味着对应不同的交易成本节约能力,当前农民参与市场交易的形式和目的有多种层次,交易成本不同是多种类型的中介组织形式并存的根本原因。这一论断具有较强的科学性,是对中介组织发展实践的合理解释。这一论断会引导政策的制定,切实推动农村市场中介组织的发展。

第三,该书在论述农村市场中介组织性质中的非营利性时指出,当前

农村市场中介组织的非营利性被灵活变通，农民偏向性时有模糊，在那些依附于企业的中介组织中，营利性与非营利性活动常掺杂在一起，农民偏向性也常是表面的、脆弱的，一旦企业与农民发生根本利益的冲突，指望中介组织维护农民的利益几乎不可能。这些论断与事实相符，下一步的重点就是增强规范性。

第四，关于农村市场中介组织发展与政府作用的问题，该书指出我国农村市场中介组织是农村经济发展内生需求与政府这一外生制度共同作用的结果。将来应增强农村市场中介组织发展的独立性，使之真正能够与市场体系的发育相互促进完善。

● 成果选辑

一、农村市场中的突出问题（节选自第一章）

中国现阶段的农村市场，带有典型的转型期市场经济的特征，正在经历从不完善走向完善的过渡时期，发现其中的问题至关重要。只有问题明确了，才能有针对性地找到解决问题的方法，将农村市场体系建设推向前进。

1. 农村分工不深化且地区差异显著，市场规模难以扩大

亚当·斯密在《国富论》中指出：“自古以来，在劳动生产力上作出的最大的改善，以及人们在劳动过程中所表现出来的更高的熟练程度、更精湛的技巧以及更加准确的判断力，几乎都是分工的结果……劳动分工产生的原因在于人性中进行交换的倾向……人们的交换能力导致了劳动分工的程度。因此，劳动分工的程度，总要受人们交换能力大小的限制，也就是说，要受到市场范围的限制。”杨格进一步发展了斯密的思想，他把需求与供给看成是分工的两面，而市场容量与分工又是同一枚硬币的两面，并以生产的迂回程度来表示分工的程度，生产迂回程度高能产生巨大的市场供给与需求。后人把其发展归纳为：不只是分工依赖于市场规模，而且

市场规模也依赖于分工。这样一来，我们就可以看到一个“市场扩大—分工深化—市场扩大”的动态循环过程。

从我国农村市场来看这个循环过程，在制度的变革为农村市场的形成奠定了坚实基础之后，市场规模扩大与分工深化之间的良性循环并没能顺利形成，特别是在我国中西部地区，传统的、周期性的交易在农村集市还是农民赖以支持生产生活的主要市场形式。农村市场的周期性特征是由市场辐射范围内购买力不足的特征决定的。农村人口密度小，缺乏城市的聚集效应。由于外部环境和农民自身素质的制约，相当一部分地区的农民还没有真正进入这个大市场，多数地区专业分工不明显，各种协作、中介组织尚未发展起来，农民基本还在自给半自给的经济圈中循环。

2. 二元结构导致了农产品市场结构的不对称

二元经济社会结构是中国的典型特征，其主要体现是城乡分割的户籍制度，这种体制建立的本意就在于让农村支撑城市，农业为工业化提供积累，是为实现新中国成立后的工业化赶超战略服务的。由于户籍管理职能上附加了许多利益分配的功能，其结果是固化和加重了城乡二元社会结构。经济体制改革以后，传统的户籍制度并没有改变，由于长期以来城乡居民在资源占有不同地位，使得城乡经济体制改革没能同步实现。

城乡改革的不同步，导致了农产品市场结构的不对称性。这主要体现在农产品供求双方各自对价格和市场反应能力上的不一致。作为农产品需求方的主要是城市消费者，他们具有强大的谈判优势，加之沿袭的福利预期，使得他们能够迫使政府严格控制农产品的销售价格。在此背景下，城市消费者对市场变化的反应能力大为下降，市场对需求的调节作用难以有效发挥。如1993年底粮食市场涨价，政府因此实行粮食最高限价措施；继而1994年政府又规定，由国有粮食部门统一负责粮食的收购与批发；1995年粮食生产下滑，政府则通过实行“米袋子省长负责制”，来保障粮食自给率。与城市消费者对应的是，分散的农户作为农产品供给方，虽然在改革后具有了比过去更强的对市场的反应能力，但是过低的组织化程