

我国流通创新与 生态消费体系构建的研究

杨海丽/著



 科学出版社

我国流通创新与生态消费体系 构建的研究

杨海丽 著

本书受教育部人文社会科学研究青年基金项目“我国流通创新与生态消费体系构建的研究”(编号:12YJC790227)和重庆市本科高校“三特行动计划”

特色专业建设项目资助出版

科学出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

我国流通创新与生态消费体系构建的研究 / 杨海丽著. —北京: 科学出版社, 2016. 2

ISBN 978-7-03-047338-7

I. ①我… II. ①杨… III. ①流通产业-产业发展-关系-消费模式-研究-中国 IV. ①F724 ②F126.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 028406 号

责任编辑: 郭勇斌 周 爽 / 责任校对: 桂伟利

责任印制: 张 伟 / 封面设计: 黄华斌

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016 年 3 月第 一 版 开本: 720×1000 1/16

2016 年 3 月第一次印刷 印张: 11

字数: 158 000

定价: 65.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前 言

生活消费的非生态化模式给环境带来的压力日益增加。2013年7月关于“垃圾围城”的报道反映出我国非生态消费过程给环境带来的巨大压力，报道中指出我国“超1/3的城市被生活垃圾包围，75万亩土地被占”。从各类文献、资料和调研结果来看，我国由消费带来的各类生态问题日益严重，因此，从新的角度构建生态消费模式成为一个重要而全新的课题。翻阅历史文献等相关资料得出，有多方面因素引发现有生态问题，而消费模式的落后和环境保护意识的欠缺是根本。有不少学者从生态消费、低碳消费、适度消费和可持续消费等角度探讨消费领域如何节能减排，但基本上都是独立地研究生态消费问题，没有将生态消费纳入到一个整体框架中进行研究。事实上，消费不是独立的，它与生产、流通存在着密不可分的关系，如果没有生态流通和生态生产体系的支撑，生态消费无法独立形成；而生态消费、生态生产和生态流通系统是生态经济体系的“三驾马车”，要构建真正的生态消费体系，必须考虑生态流通与生态生产。本书将生态消费与流通结合起来进行研究，希望通过流通创新促进生态消费体系的构建；也希望通过将生态消费与流通综合起来进行研究，从一个新的角度探索生态消费体系构建的路径与方法。本书还专门分析了生态产业链对生态消费的作用和影响。

本书研究的起点是流通创新，最终目的是基于流通创新背景构建生态消费体系。本书中流通创新的研究与流通产业生态化紧密相扣，流通创新促成生态流通体系的构建，生态流通体系进一步引导生态消费模式的形成。书中通过一些案例和模型深入分析流通创新对生态消费的作用机制。

本书在教育部人文社会科学研究项目“我国流通创新与生态消费体系

构建的研究”（编号：12YJC790227）和博士论文的研究基础上，将相关论文和研究报告进行修改整理而成。研究内容主要包括6个部分：概论，流通创新理论及评价体系研究，生态消费评价体系与我国居民能源消耗水平的分析，流通创新影响生态消费的作用机制研究，基于流通创新视角的生态消费体系构建及运行机制分析，结论。

本书是流通创新与生态消费之间关系研究的起点，也是一种初步的探索，所以依然存在一些明显的不足。作者在以后的学习和研究中将继续深入完善这一研究，也希望同行能对此问题有更多的关注，关注生态消费这一低碳经济和环境保护的重要部分。

本书的完成首先要感谢中南财经政法大学经济学院胡雪萍教授的深入指导；感谢中南财经政法大学经济学院的李珊珊老师、重庆工商大学经济学院的刘瑜老师，没有他们的指导和关心，本书是很难完成的。同时，特别感谢教育部人文社会科学研究青年基金项目的支持，感谢2014年重庆市本科高校“三特行动计划”特色专业建设项目的支持和资助。

作 者

2015年12月于重庆

目 录

前言

第一章 概论	1
第一节 流通与消费的研究背景	1
第二节 流通创新与消费的研究现状及评述	3
一、产业创新理论	3
二、流通创新	5
三、生态消费	6
四、流通与消费互动关系	7
五、评述	8
第二章 流通创新理论及评价体系研究	10
第一节 流通创新的内容	10
一、我国流通创新理论的历史演进	11
二、我国流通创新的内容及方向	17
三、新经济背景下我国流通创新的动机	21
第二节 流通创新的影响因素分析	25
一、影响流通创新的内部因素	26
二、影响流通创新的外部环境因素	28
第三节 流通创新综合水平的评价指标体系分析	30
一、流通创新综合水平评价体系的分析	32
二、流通创新综合水平的评价方法分析	33

三、流通创新综合水平评价的实证分析	36
第三章 生态消费评价体系与我国居民能源消耗水平的分析	45
第一节 生态消费基本理论的综合分析	45
一、生态消费	46
二、生态消费的特征	51
三、生态消费、绿色消费及适度消费之间的联系与区别	54
第二节 生态消费综合评价指标体系构建及评价方法分析	58
一、构建生态消费综合评价指标体系	59
二、生态消费的评价方法与模型分析	62
三、我国生态消费综合评价指标体系的实证分析	67
第三节 我国居民生活消费能耗水平与碳减排空间特征的实证 分析	80
一、居民消费能源消耗的内涵及度量方法	80
二、中国居民生活能源消耗水平的实证分析	83
三、我国居民能源消耗水平对我国生态消费的影响分析	89
四、结论与启示	90
第四章 流通创新影响生态消费的作用机制研究	93
第一节 问题的提出	94
一、流通创新对消费影响的综合分析	94
二、消费对流通创新的促进作用	97
第二节 流通创新的经济效应分析	98
一、促进分工效应	99
二、资源节约与成本效应	101
三、流通创新的产业联动与产业结构优化效应	103

第三节 流通创新对生态消费的影响机制分析	104
一、直接影响的作用机制	106
二、间接影响的作用机制	107
第四节 流通创新与生态消费关系的实证研究	108
一、变量选取与数据来源	109
二、模型构建与实证分析	110
第五节 结论与建议	112
一、重视流通创新在生态消费中发挥的重要作用	112
二、充分发挥流通创新对生态消费的引导和促进作用	112
三、充分发挥流通创新的乘数作用与效应	113
四、多种渠道促进生态消费的形成	115
第五章 基于流通创新视角的生态消费体系构建及运行机制分析	117
第一节 基于流通创新背景下我国生态消费体系的结构分析	117
一、生态消费体系的内涵及特征	117
二、我国生态消费体系的结构分析	124
第二节 基于流通创新背景下我国生态消费体系的运行机制	129
第三节 我国生态消费体系构建影响因素的实证分析	132
一、问题的提出	132
二、相关文献回顾	133
三、研究的总体设计	134
四、数据表现和定量分析	137
五、结论	141
第四节 构建我国生态消费体系的措施与建议	143
一、我国生态消费体系存在的问题	143

二、构建我国生态消费体系的措施与建议	147
第六章 本书的主要结论、创新点及局限性	153
第一节 本书的主要结论及创新点	153
一、本书的主要结论	153
二、本书的主要创新点	156
第二节 本书的局限性与未来研究的方向	158
一、各方面数据的限制导致本书的定量研究存在不足	158
二、选取的研究方法仍需要进一步检验	158
三、流通创新背景下的生态消费问题需要不断完善和系统化	159
参考文献	160

第一章 概 论

第一节 流通与消费的研究背景

随着经济的快速发展,我国流通产业在现代服务业中占据越来越重要的地位,发展现代流通业是发展现代服务业的一个重要组成部分。从我国的实际情况来看,流通理论的发展远远落后于流通实践的发展,流通理论的发展滞后严重影响流通实践的进一步发展。而从流通对生产和消费的影响来看,流通理论发展的滞后,对生产和消费的影响也越来越明显。外资流通业在我国的迅猛发展,给我国流通产业带来了越来越大的竞争压力。在这一背景下,中国流通理论与实践的发展面临着越来越复杂的形势,如何更好地发展我国流通产业,充分发挥其对消费的引导作用是关乎国家发展的全局问题。中央对各产业的创新能力的培育十分重视,对流通产业亦如此,希望通过流通创新带动流通产业发展的同时,带动我国消费领域的创新。但是我国流通领域内的创新程度和水平一直处于较低的情况,如何激励我国流通产业进行全方位创新,已经成为我国产业发展和经济发展的重要任务之一。

从经济学的研究历史来看,新古典经济学的公理性研究假设和格式化研究过程直接或者间接地降低了主流经济学对流通领域的关注,因此,流通理论在经济学体系中的研究一直缺乏系统性。在我国流通实践迅速发展背景下,流通理论得到了长足的发展,我国较多学者从多方面研究流通理论,丰富了流通理论的研究成果,对流通实践有较好的指导,同时从根本上提高了社会对流通的认识程度。

改革开放 30 多年来,我国流通产业得到了长足的发展。现代流通业

的不断发展,彻底改变了我国传统流通理论的观念;同时,我国流通研究不断地创新,已经从传统的“流通无用论”“流通从属论”转变为市场经济条件下的“流通先导论”“流通支柱论”。而今在流通理论的研究中,已经开始研究流通产业结构、流通产业联盟以及流通体系战略等问题。流通理论的创新研究成果不断出现,对流通实践的指导作用日益突出。

随着能源短缺问题的日趋加重,我国经济学研究中关于循环经济、生态经济、绿色经济等问题的研究越来越多,如果从消费和流通方面来分析,主要是生态消费、绿色消费的研究。进入 21 世纪,我国消费水平迅速提高的同时,消费结构不断升级,商品消费模式与购买模式逐步转型,消费者对消费的要求越来越高,如对电子商务模式的需求不断提高,为此需要便捷而快速的物流体系。与此同时,工业化、城市化和现代化进程加速,社会经济发展对资源的需求大幅增加,资源紧缺问题日益凸显,环境问题不仅体现在生产领域,更多地体现在流通领域和消费领域,如过度消费、浪费型消费、不合理的消费,这些消费不但不利于经济增长和经济转型,反过来会助推人们的贪婪和占有欲,甚至引起家庭消费中的危机;同时这种急剧膨胀的消费需求所造成的不合理消费行为,给自然资源环境带来越来越大的冲击和压力,使本已经脆弱的生态系统不堪重负,所以必须构建生态消费体系。

那么,应该如何科学地构建适合我国经济发展需要的生态消费模式和生态消费体系呢?是从生产、交换、分配的角度还是从消费角度考虑?为了更好地研究生态消费问题,本书将视角对准流通领域的创新。通过对流通领域创新进行全方位的分析,不难看出,落后的流通会影响生态消费体系的构建和生态消费模式的形成,而现代化的绿色流通模式对生态消费的形成有着促进作用。因此,本书从流通创新和现代流通的视角研究生态消费体系的构建问题。这一研究思路将消费、生产与流通作为一个整体进行研究,并非孤立地研究消费问题,是对消费问题研究的一种创新。

第二节 流通创新与消费的研究现状及评述

目前,专门针对流通创新与生态消费的研究并不多见。在以往的文献中,流通创新的研究主要停留在流通创新自身,而没有系统、全面地分析流通创新对相关行业尤其是对消费领域产生的影响;同时,流通创新研究的视角和维度主要以宋则(2004)在《中国流通创新前沿报告》中提出的创新体系作为研究基础。为了更好地理清相关研究的脉络,本章将对相关文献层层深入地进行梳理:首先对创新的相关研究进行梳理,其次回顾流通创新的相关研究,在此基础上对生态消费的相关文献进行系统整理,最后对关于流通与消费关系的研究进行回顾总结。这些文献的梳理和总结为本书的研究和思考提供了重要的研究基础。

一、产业创新理论

从以往的研究文献来看,对于宏观创新的界定基本上是国家层面与区域层面的创新,包括经济、政治、文化等多维度的宏观创新;微观创新是指企业层面的创新,如生产企业的技术创新就是典型的微观创新。宏观创新和微观创新研究较多,文献资料也很容易收集到。中观创新主要是指产业创新,介于宏观创新与微观创新之间,与宏观创新、微观创新既有联系,也存在本质的区别。从我国的研究现状来看,创新的研究主要集中在宏观和微观的创新研究,对中观层面的产业创新的研究较少,可以说产业创新研究并非主流。总结国内外的历史研究文献,主要有杜义飞等(2007)、黄顺春(2008)、王明明(2009)以及弗里曼(Freeman, 1997)等在产业创新方面做出了具有代表性的研究。

杜义飞等(2007)从中观和微观两个层面来分析产业创新的含义,其研究起点是产业创新,认为产业创新终将面临价值创造与价值分配问题;在分析企业创新如何影响产业创新方面,杜义飞认为如果企业能从产业创新角度来审视企业自身的创新战略,则企业创新效益的溢出效应

将会较为明显,即给其他企业带来正的外部效益,从而引起交互式创新活动,最终实现产业创新。黄顺春(2008)主要从产业创新的概念出发进行研究,他认为产业创新的概念要考虑三个方面问题,即产业创新的主体如何选择、产业创新的范围如何确定以及产业创新的最终表现如何确定和考核。王明明(2009)则从产业创新系统的角度进行研究,他将产业创新分为三个子系统,即技术、制度和组织。上述这些关于产业创新的研究是国内学者的一些初探,缺乏系统性和完整性,需要进一步深入地研究。

国外对产业创新研究最具代表性的人物是英国的弗里曼,他是第一位系统研究产业创新理论的学者。在他的研究中,产业创新包括技术技能、产品、流程、管理(组织)与市场创新,这些创新有机组合形成产业创新。马莱尔巴(Malerba)在内尔松(Nelson)等的进化经济学理论基础上,构建了产业创新理论,主要包括知识和技术体系、各行为主体及他们之间的网络体系、制度构成体系三个组成部分,产业创新则是三个部分协同作用的结果。通过对以上文献的回顾和整理,可以得出产业创新的内涵。产业创新是指某产业中的领导企业以创新联盟的形式,或者代表性的单个领先企业,通过开展各种研发活动而获取先进的技术、管理、流程等多种成果,并通过企业之间的技术溢出形式推动整个产业的共同发展和创新。通过产业创新可以改变现有产业结构,或者创造出新的产业。

国外众多学者从不同侧面对创新能力进行系统研究。如丰克斯(Funchs)认为创新能力属于一种高阶整合能力,并具有一定的重塑和管理的新能力,正是这种整合能力加强了企业对外部知识的吸收能力,并能将不同部门的技术能力进行整合,从而形成创新能力。劳森(Lawson)和萨姆森(Samson)主要是基于动态能力的观点,将创新能力界定为通过持续将创意和知识转化为新产品、体系或者流程,进而为企业和投资者提供更高的价值增值的能力。雷纳(Rainer)和弗兰科(Franco)将“内生创新”和“自主创新”定义为具有相似特征的概念,它们相对于模仿创新、外部引进和裂化的技术创新模式,是系统内自发的创新性行为。而霍布戴

(Hobday) 和基姆 (Kim) 将后发国家企业的自主创新描绘为一个轨迹来阐释创新能力。

二、流通创新

从以往的流通创新研究文献来看,研究最多的是流通综合创新,即涉及非单一创新维度的研究,搜索 CNKI 数据库中核心期刊标准以上的相关文献共 120 篇;第二是农产品流通模式创新研究,共 60 篇;第三是关于流通组织创新(以流通业态创新和零售业态创新最多)的研究,共 50 篇。

从流通创新视角来看,以往文献对这一问题的研究主要涉及流通服务战略创新、价值创新或者体系创新等内容,这些创新的研究主要从两个或者两个以上的维度展开。如徐从才(2006)认为,我国目前的流通创新属于流通产业的战略创新,其重点在于流通产业的制度、组织和技术创新。赵振民则从创造和提升顾客价值为导向的价值创新战略出发,提出零售企业的服务理念创新、服务产品创新、组织创新、流程创新及服务技术创新是流通创新的重要组成部分,且对顾客价值提升具有较强的作用。

国内对流通创新研究较早和较为系统的学者是宋则,他于 2004 年在《中国流通创新前沿报告》中重点提出流通创新的整体框架和研究内容,主要包括流通硬技术创新(如流通业态创新、技术创新、结构创新和设施创新)和流通软技术创新(包括组织创新、管理创新、制度创新、政策创新和观念创新)。

关于流通组织创新的研究,很多文献在充分分析我国流通组织存在的问题后,从不同角度提出改进流通组织的对策措施。组织创新研究的主流观念包括业态创新和农产品流通组织创新。李飞(2003)就零售业态构成要素的研究认为,零售业态构成要素主要包括产品、服务、价格、店址、环境和沟通 6 个组成要素,并以此为基础设计零售业态创新的相关内容。冯邦彦等则从生猪流通制度的改革方面研究流通问题。黎元生(2003)从农产品流通组织规模经营、机制转换、结构优化、模式选择等多方面分析农产品流通组织创新。

而关于流通创新与流通现代化的研究成果比较丰富。如宋则（2004）较早地系统研究了流通创新，并将流通创新的研究构建成为一种范式。他提出了流通创新与流通现代化，流通创新的政策，零售业、批发业、物流业创新与发展，以及技术创新与流通产业发展，并给出了流通现代化评价指标体系。黄国雄主要强调了流通理论创新对流通产业发展的作用，提出要加强流通理论创新，推动流通产业快速发展。纪宝成就流通竞争力与流通产业可持续发展进行研究，阐述了流通竞争力的重要性并认为提高流通竞争力必须转变盈利模式；同时对创新流通方式的思想进行了研究。察米森（Camison）和巴宾（Babin）认为流通创新可以提升产业效率，并对消费效率的提升发挥着重要作用。

三、生态消费

从消费问题研究的情况来看，较早研究生态消费问题的是一些发达国家，他们通过制定各种环境保护法律进行环境保护，如英国于1876年颁布《河流污染防治法》，日本于1967年公布《公害对策基本法》，又于1968年出台《大气污染防治法》和《噪音控制法》，美国于1969年制定了《国家环境政策法》。这些法律的制定，对于调整人们在开发与利用环境的过程中形成的社会关系具有较强的指导作用，并能更好地调整人与自然的关系。尽管这些法律法规仅仅是从环境保护方面出发的，但是在某种程度上对生态消费产生了深远的影响，更重要的是它们已经逐步成为生态消费研究的理论基础。

此外，伴随着生态经济学和消费经济学的逐渐成熟，20世纪70年代生态学理论正式成为消费问题研究的一个重要领域。1981年，美国西乔治亚州立大学企业管理学院教授伍兹（W. A. Woods）在《消费者行为》一书中较多的引入生态学理论研究消费者行为，从而较早地为消费与生态两个系统架起了学科桥梁。这标志着生态消费理论研究的起步，但是这种研究属于附属性研究。1992年在巴西召开的联合国环境与发展大会上通过了《21世纪议程》，提出要改变不可持续的消费模式，建立新的消费模

式已经成为当务之急。在此基础上,各国的专家和学者们开始了对能够协调人与自然关系的消费模式——生态消费的研究。

近年来,关于生态消费的研究主要集中在对生态消费概念的界定、生态消费与生态需要关系的研究、生态消费模式和生态消费观念的研究。陈桂香提出构建生态消费伦理,主要强调在消费过程中保护人类与自然界的和谐、促进代内消费与代际消费公正以及在消费方式上走生态之路。尹世杰(2010)研究发展生态消费力,提出了发展生态消费力的作用、我国生态消费力存在的问题及提高生态消费力的对策。有学者通过对我国与发达国家生态消费主导模式的比较分析,提出我国近年来也开始重视引导居民转变消费观念,促进生态消费,但目前尚未形成一整套合理的整合和配套措施来促进全社会生态消费模式的形成。

四、流通与消费互动关系

亚当·斯密(1972)从分工的角度研究了流通与消费增长的关系。他提出的动态生产率理论认为,经济的不断发展是促进生产率长期增长的主要因素,而分工的程度则受到市场范围的强烈制约。流通是市场范围扩展的显著标志,因而流通的扩大必然能够促进分工的深化和生产率的提高,加速消费需求增长。亚当·斯密的这些论述包含了流通具有带动消费增长作用的思想。马克思也指出商品交换归根结底是满足物质上不同的需求。贸易的发展总是要通过创造条件去促进买和卖,从不协调走向协调。“卖”要特别适应“买”,因为一切购买归根结底反映的是消费的需要。伍德(Wood)提出流通的水平、方式和规模对消费产生较大的约束,其他条件不变的情况下,大生产必须依托大流通,大流通会产生大的市场和强大的消费。

贺珍瑞(2007)以农村市场为基础,从实证角度研究流通体系与消费需求之间的相关性。研究发现,农村消费不足和消费方式落后与流通体系落后有必然关系。赵萍主要分析了流通体制促进消费的潜力,借鉴相关国际先进经验提出通过改革流通体制促进消费增长的对策建议。冉净裴选用

相关数据从实证的角度论证了流通促进消费的作用。宋则提出了商贸流通业增进消费的相关政策。除此之外,有学者提出流通产业发展水平和方式对消费方式也有较大的影响,如朱成钢(2006)论述了流通产业在促进绿色消费中的重要作用。

综上所述,以往的研究主要从流通、消费及生态消费方面探讨流通与消费的关系,流通促进消费在理论界已经得到公认,也被实践经验所证实,类似的相关研究也十分丰富。而对流通创新与生态消费的关系研究,虽然在实践经验中已经有所表现,但是缺乏较为系统的理论作为研究基础和支撑,因此,对中国流通创新与生态消费体系构建的研究十分必要。

五、评述

从流通产业、消费领域以及流通与消费关系的历史研究中可以看出,国内外学者从多视角、多领域进行了研究,成果丰硕,研究成果的应用对流通理论和实践有较大的指导作用,具有较强的推广价值和现实意义,但是限于本研究的局限性和时间关系,文献的搜集可能存在遗漏。纵观现有文献,无论是学术论文还是著作,流通方面的研究远远多于生态消费的研究,流通创新的研究中定性研究多于定量的研究;国内流通创新研究中绝大部分限于对农产品流通的创新研究,对于流通总体创新的研究比较宏观。生态消费的研究文献并不多见,且现有的文献大部分从社会学、伦理学和哲学视角切入,真正从经济学视角研究生态消费问题的较少。简而言之,现有的流通创新理论和生态消费理论研究均处于发展阶段,仍需要学者们进行深入的研究。

如果从流通与消费关系的文献来看,从亚当·斯密以分工的视角研究流通与消费的相互促进开始,经历了漫长的发展历程,但是研究的进展并不顺利,从时间和研究成果来看,研究出现断层。一方面是时间上的断裂,即从马克思对流通与消费的研究之后,由于新古典经济学的公理性研究假设和格式化研究过程直接或间接地降低了主流经济学对流通领域的关