

98-12-18
陆秋连 著

广东市场改革与商品流通

花城出版社



▲
本书内容立足广东，
面向全国，
以广东市场流通改革与发展为主线，
从理论与实践的结合上阐明了
市场流通在现代经济发展中
的地位和作用，
总结了流通体制
改革与市场体系培育的经验，
探讨了加强和改善市场流通
宏观调控问题，
展望了市场流通发展趋势。

广东市场改革与商品流通

陆秋连 著

花城出版社

广东市场改革与商品流通

陆秋连 著

*

花城出版社出版发行

(广州市环市东路水荫路11号)

广州新华印务有限公司印刷

(广州市西湖路51号)

850×1168毫米 32开本 11.5印张 260,000字

1998年9月第1版 1998年9月第1次印刷

印数1-2000册

ISBN 7-5360-2881-4

Z·71 定价: 18.00元

如发现印装质量问题, 请直接与印刷公司联系调换

导 言

在当代中国，最具时代特征、最受人民群众拥护的事业莫过于改革开放。本世纪七十年代末以来在神州大地上所发生的巨大变化，人民群众生活水平的显著提高，国家综合国力的不断增强，中国国际地位的日益提升，毫无疑问要归功于改革开放的路线。回顾这些年来中国改革开放走过的路程，有过曲折，也遇到过暗礁，然而由于这是一条人民自己选择的路子，是历史选择的路子，是世界潮流，因此再大的艰难险阻都要走过去。历史已经或者将要证明，改革开放所付出的代价比停止改革开放要小得多；因循守旧、停滞不前终将被更加激进的改革开放所取代。历史的客观规律谁也阻挡不了。

改革开放的核心问题是尊重和运用客观经济规律，冲破传统的计划经济体制和闭关锁国的严重束缚，从根本上建立起一套适应生产力发展的生机勃勃的经济运行机制。对于中国来说，这种新的经济体制就是市场经济体制。改革开放千头万绪，它的“牛鼻子”在哪里呢？从哪里入手深入推进改革开放才能收到显著成效呢？这不仅是一个重大的战略课题，而且是一条关系全局的改革思路。作出这个决策是否恰当，选择这条改革思路是否正确，直接关系到整个改革开放事业的成败。事实证明，我们的选择是正确的。要冲破计划经济樊篱的束缚，惟有从市场流通领域取得突破，从放开市场入手，培育与计划体制相对立的市场体系，从而逐步缩小计划范围，才能为建立市场经济新体制打下坚实的基础。

广东是我国改革开放的前沿阵地，改革开放先行地区。从七十年代末以来，广东充分运用中央赋予的“特殊政策、灵活措施”，发挥毗邻港澳、华侨众多的地缘、人缘优势，坚持把流通体制改革、培育市场体系作为改革开放的突破口，取得了巨大成效，为其他各项配套改革的顺利推进和国民经济的快速增长，奠定了良好的基础。客观地说，改革开放以来广东经济发展取得了举世瞩目的成就，由一个经济实力原来在全国处于中下游的省，跃居全国前茅。1996年与1980年相比，全省经济总量翻了三番，在面积和人口分别只占全国1.9%和5.6%的南粤大地上，创造了全国十分之一的产值。这些成绩的取得，市场流通改革是立了头功的，如果广东不能在市场流通改革上取得突破，那么其他各项改革便难以深入，经济就不可能保持持续、快速、健康发展的势头。

在中国，就地区来说，改革开放最早是从广东（还有福建）开始的；就行业而言，改革开放最先是市场流通领域取得突破的。因此，广东市场流通改革与发展对全国具有先行效应和示范作用。笔者从事广东市场流通工作的政策研究多年，参与过广东一系列流通决策的研究和综合性文件的起草，深感广东市场流通改革有不少经验值得认真总结；有些做法和经验或许对全国各地颇具借鉴作用，具有现实指导意义。当然，广东市场流通领域依然存在着不少问题和困难，市场流通的改革和发展在有些方面仍然落后于一些兄弟省、市。对此广东各级政府必须正视，加倍努力，继续高举改革的旗帜，大力推进市场流通改革，促进市场体系的培育和流通产业的发展，加快建立市场经济新体制，无愧于时代赋予广东率先实现现代化的历史重任。

本书内容立足广东，面向全国，以广东市场流通改革与发

展为主线，从理论与实践的结合上阐明了市场流通在现代经济发展中的地位和作用，总结了流通体制改革与市场体系培育的经验，探讨了加强和改善市场流通宏观调控问题，分析了流通产业发展现状和所面临的问题，展望了市场流通发展趋势。力图通过对市场流通改革与发展的全面描述，说明推进以市场为取向改革的科学性，提醒人们在经济活动中更加重视发挥市场流通的作用，坚定不移地推进市场流通改革，加快流通产业发展，为实现由计划经济向市场经济转变，进而夺取建立市场经济体制的全面胜利而快马加鞭，作出不懈的努力！

目 录

导言	(1)
第一章 市场流通在现代经济发展中的地位与作用	(1)
第一节 市场流通的产生和发展	(2)
第二节 市场流通在社会再生产过程中的重要地位	(10)
第三节 市场流通在现代经济发展中的巨大作用	(13)
第二章 流通体制的改革与创新	(22)
第一节 突破口为什么选在流通领域	(22)
第二节 流通体制改革的实践	(28)
第三节 流通体制改革的启示	(42)
第三章 市场体系的培育与建设	(53)
第一节 初具规模的商品市场	(56)
第二节 方兴未艾的生产要素市场	(88)
第三节 关于流通秩序问题	(119)
第四章 市场流通的对外开放与合作	(128)
第一节 对外贸易的改革与发展	(129)
第二节 国内市场对外开放	(140)
第三节 粤港澳经贸合作	(150)
第五章 流通组织的变革与发展	(164)
第一节 流通主体多元化	(164)
第二节 经营方式多样化	(176)
第三节 工贸结合一体化	(204)

第六章	市场流通的宏观调控与管理	(209)
第一节	市场流通宏观调控的必要性	(209)
第二节	市场流通宏观调控的目标	(213)
第三节	市场流通宏观调控体系	(217)
第四节	加强市场流通宏观管理的实践	(223)
第五节	如何看待当前商品市场出现的新问题 新特点	(257)
第七章	市场流通改革发展的趋势与对策	(271)
第一节	深化流通体制改革	(271)
第二节	流通领域的对外开放不断扩大	(284)
第三节	商品市场不断发展完善	(286)
第四节	市场竞争进一步加剧	(292)
第五节	经营方式不断创新	(298)
第六节	流通企业规模化	(308)
第七节	物流组织专业化	(319)
第八节	流通企业区域拓展	(327)
第九节	流通产业的信息化与自动化	(336)
第十节	批发与零售相互融合	(345)
第十一节	流通产业现代化	(348)
后记		(353)

GUANGDONG'S MARKET REFORM AND CIRCULATION OF COMMODITIES

CONTENTS

Introduction

Chapter One The Status And Role of Circulation of Commodities In The Development of Modern Economy

Section One The Advent And Development of Circulation of Commodities

Section Two The Important Status of Circulation of Commodities In The Process of Social Reproduction

Section Three The Significant Role of Circulation of Commodities In Modern Economic Development

Chapter Two The Reform And Innovation of The System of Circulation of Commodities

Section One Why Do We Choose Circulation of Commodities As The Breach In Market Reform?

Section Two The Practice of Guangdong's System Reform In Circulation of Commodities

Section Three The Enlightenment From The System Reform of Circulation of Commodities

Chapter Three The Cultivation And Construction of The Market organization System

Section One With An Initial Scale of Commodity Market

Section Two	The Ascending Market of The Essential Factors of Production
Section Three	The Problems of Circulation order
Chapter Four	The Opening To The Outside World And Cooperation With The Outside World In Circulation of Commodities
Section One	The Reform And Development of Foreign Trade
Section Two	The opening of China's Internal Market To The Outside World
Section Three	The Cooperation of Economy And Trade among Guangdong, Hongkong And Macau
Chapter Five	The Revolution And Development of The Organization System of Circulation of Commodities
Section One	The Pluralization of The Circulation Main Body
Section Two	A Variety of Ways of Management
Section Three	The Integration of Industry And Trade
Chapter Six	The Macroscopic Control And Management of Commodities Circulation
Section One	The Necessity of The Macroscopic Control of Commodities Circulation
Section Two	The Goal of The Macroscopic Control of Commodities Circulation
Section Three	The System of Macroscopic Control of Commodities Circulation
Section Four	The Practice of Strengthening The macroscopic Control of Commodities Circulation

Section Five How To Treat The New Problems And New Characteristics That There Are In The Present Commodity Market

Chapter Seven The Trend And Strategy of The Development of Commodities Circulation

Section One The Deepening of The Circulation Reform

Section Two The Expansion of Opening To The Outside World In The Field of Commodities Circulation

Section Three The Constant Development And Perfection of The Commodities Market

Section Four The Further Intensification of Market Competition

Section Five The Constant Innovation of Ways of Management

Section Six The Scaling-Up of Commodities Circulation Enterprises

Section Seven Material Circulations organization Professionized

Section Eight The Regional Development of Commodities Circulation Enterprises

Section Nine The Informationization And Automation of Commodities Circulation Enterprises

Section Ten The Mutual Integration of Wholesale And Retail

Section Eleven The Modernization of Commodities Circulation Enterprises

Poscript

第一章 市场流通在现代经济发展中的地位与作用

流通指的是商品从生产领域向消费领域转移的经济过程和运动形式的总和。“流通是商品所有者的全部相互关系的总和。在流通以外，商品所有者只同他自己的商品发生关系。”（《马克思恩格斯全集》第23卷，第188页）流通是社会再生产过程的重要组成部分，是连结生产与消费的桥梁和纽带。其内容不仅包括农副产品、日用工业品和生产资料的流通，而且还包括劳务、技术、信息、资金、产权、土地等生产要素的流通，即是我们通常所说的大流通、大市场。市场是商品交换的场所，是商品流通的载体，人们通常所说的市场和流通，实质上是同一个概念，马克思说：“流通领域即市场。”市场流通是历史范畴，是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物，有了商品生产和商品交换才有市场流通；社会经济发展到商品经济特别是市场经济阶段时，市场流通决定和制约着商品生产和商品交换，是商品的价值和使用价值能否实现，生产要素能否获得的关键领域。在市场经济条件下，流通牵动着经济活动的方方面面，制约着社会再生产的各个过程，在经济发展中起着指导生产、引导消费、促进国民经济全面协调发展的导向作用。

第一节 市场流通的产生和发展

市场流通是随着人类生产发展到一定阶段而产生的，不是一有人类就有的。在原始蒙昧时代，生产力水平极为低下，人类以狩猎为生，实行原始共产主义，共同分配，共同消费，既没有社会分工，又没有剩余产品，因此也就不需要什么商品交换了。后来，到了原始野蛮时代，随着社会生产力的发展，出现了两次社会大分工，由此为产品进入交换创造了条件。商品交换是不同劳动产品的相互交换。生产力的发展是社会分工的前提基础，社会分工又是商品交换的前提基础，流通是商品交换的发达形式。

从历史来看，商品交换大体上经历了3种形式：第一种形式： $W-W$ ，即物物交换的形式；第二种形式： $W-G-W$ ，即以货币为媒介的简单商品流通形式；第三种形式： $G-W-G'$ ，即发达的商品流通形式。

市场流通是商品经济发展的必然结果。在社会经济运行机制上，商品经济是与自然经济相对立的，市场经济是与计划经济相对立的经济形式。自然经济是自给自足的经济，它不需要商品的自由交换；计划经济是以行政命令为媒介的统购包销式的经济，它拒绝商品的自由交换。所以，只有在商品经济、市场经济条件下，市场流通才得到重视，得到迅速发展，也只有到了这个时候，商品交换才发展到发达的流通形式。商品流通是从总体上看上的交换。市场经济最基本的规律是价值规律，要求商品交换必须遵循等价交换的原则，所有的企业在市场面前平等，通过市场自由定价使商品的价格围绕价值的波动而波

动，当商品供过于求时，生产规模就缩小；当商品供小于求时，生产规模就扩大，反映出市场的供求关系，从而推动经济健康发展。市场流通是随着交换的产生而产生的，而交换必须通过市场流通进行；所有的生活资料、生产资料和绝大多数生产要素都是商品，都是为交换而生产，为交换而存在和发展的。价值规律是市场经济的基本规律，等价交换是价值规律的基础，商品在市场流通中的自由、公平、等价交换，体现了价值规律，是市场机制在配置资源中起基础性作用的前提条件。

在当今世界，无论是发达国家还是发展中国家，绝大部分都实行市场经济，都把市场流通当作世界普遍存在的，并超越民族、国家和地区以及社会制度的经济运行方式。在西方发达的资本主义国家，由于商品生产成为社会生产普遍存在的并占统治地位的生产方式，因此商品交换也就深入到了社会经济的一切领域，成为“资产阶级社会（商品社会）里最简单、最普遍、最基本、最常见、最平凡、碰到过亿万次的关系。”（《马克思恩格斯选集》第3卷，第312-313页）资本主义社会把商品经济发展推到了相当发达的程度，市场体系发育到相当发达的程度，流通网络完善到相当发达的程度，开辟了广阔的市场空间，使商业贸易成为支撑经济增长的命根子，正如马克思恩格斯指出的：“资产阶级，由于开拓了世界市场，使一切国家的生产和消费都成为世界性的了。……这些工业所加工的，已经不是本地的原料；它们的产品不仅供本国消费，而且同时供世界各地消费。”（《马克思恩格斯选集》第1卷，第254页）欧洲资本主义的最初萌芽不是出现在后来工业革命的发祥地英国，而是出现在地中海沿岸的某些城市。如威尼斯、热那亚都是最早形成的商业城市共和国，这些城市贸易活跃，工商业比较兴旺，带动了社会生产力的进步。14世纪的威尼斯，人口

有 20 万，是西亚和西欧的贸易中转站，拥有 3000 艘商船和 1.7 万名船员的庞大船队，几乎垄断了整个地中海贸易。由于商业发达，市场活跃，极大地促进了当地生产力的发展。工业革命后，社会生产力飞速发展。英国的棉花、生铁、煤炭等的产量，在半个世纪内增加了几倍甚至几十倍。应该看到，资本主义生产力的飞速发展，有一个重要原因就是商品流通的高度发展，为生产力的发展注入了巨大动力，商业贸易成为了推动生产力发展的火车头，成为经济增长的引擎。

经过数百年的发展，世界大市场逐步形成，市场规模空前庞大。据世界经济学界情报部门（EIU）1995 年编制的市场指数，世界各国、地区及贸易集团的各种市场指数如下：

一、市场规模指数。是指某国或某地区市场在全球市场中所占百分比的相对数量，纳入分析的数据包括：总人口、城市人口、个人消费开支、钢铁及电力消耗以及电话、汽车和电视机拥有量。根据这些方面的数据，世界市场规模排名榜头 20 名（占世界市场百分比）是：美国 20.27%、日本 10.04%、中国大陆 9.98%、俄罗斯 5.71%、印度 4.91%、德国 4.86%、意大利 3.69%、法国 3.62%、英国 3.15%、巴西 2.5%、墨西哥 2.47%、加拿大 1.96%、西班牙 1.95%、韩国 1.52%、印度尼西亚 1.31%、土耳其 1.03%、中国台湾 1.01%、澳大利亚 1.00%、荷兰 0.95%、阿根廷 0.92%。

按地区划分，市场规模的次序为亚洲、欧洲、北美、拉丁美洲、非洲。

二、市场强度指数。是指购买力的集约程度，纳入这个数据分析的方面包括：人均生产和消费量，尤其是人均拥有汽车量、拥有的电话、电视机量、钢铁消耗量、发电量以及城市人口占总人口的比重。市场强度排名榜依次是：美国、日本、德

国、加拿大、意大利；按地区划分，是北美、欧洲、拉美、中东、亚洲。

三、市场增长指数。是批发市场 5 年累积增长的平均值，纳入考虑的指数包括人口、钢铁消耗量、发电量以及拥有客车、货车、公共汽车及电视机数。市场增长排名榜是墨西哥、印度尼西亚、韩国、中国台湾、印度。按地区划分，是中东、亚洲、拉美、非洲、欧洲。

目前世界上最大规模的百货公司，几乎都出现在资本主义市场经济发达国家，特别是美国和日本的流通产业发展颇具代表性。

美国是个实行自由市场经济的国家，国内外贸易始终是支撑其经济增长的重要支柱。早在 18 世纪至 19 世纪，随着政治上的统一，美国国内市场也走向统一，其时在关税壁垒的保护下，美国致力于扩大国内市场规模和容量，国内市场的扩展为生产的发展和需求的增加提供了广阔的空间。到了 19 世纪末至 20 世纪初，美国的国内贸易大约等于对外贸易的 20 倍，甚至“超过了世界各国对外贸易的总和”。与此同时，美国不失时机地向外扩张市场，大力发展对外贸易。到了 20 世纪，世界统一大市场逐步形成，市场竞争异常激烈。当今世界市场是由 3.7 万家跨国企业及其 17 万家分公司支配的，它们占了全球产出的 1/3。在这些跨国公司中，数美国的公司实力最强，所占的市场份额最大。美国扩张市场的主力正是其实力雄厚的跨国公司。到 1994 年，美国出口贸易达到 5126.7 亿美元，雄居世界之首。随着世界经济的一体化，美国经济越来越依赖世界市场。美国对外贸易在经济发展中的地位和作用，可以用著名的经济学家卡鲍提供的一组数字得到印证：

——在美国每 8 个制造业工人中，就有 1 人为出口行业生

产。

——40%的航空设备和建筑机械供出口。

——1/3 的农田为出口而生产，50%的稻米、大豆和小麦出口到国外。

——美国公司利润的 1/3 来自它们的海外活动。

——美国制造业生产的 1/7 直接与出口有关。

——每出口 10 亿美元的货物，可创造 3 万个就业机会。

——世界生产总额的 16% 用于国际交换。

美国商业占国内生产总值的 17.1% (1987 年)。美国零售商业中，连锁经营独领风骚，被广泛应用于商业零售、餐饮、旅店等多个服务行业。据美国商务部统计，全美 19 个较大的行业都已实现连锁化。1995 年美国零售业销售额 23000 亿美元，占 GDP 的 32%，零售业销售额的 50% 是连锁商业创造的。特别是沃尔玛 (WAL MART)，在短短的 30 年时间里，由一家小小的单体折扣商店，发展成为美国和全球零售业的“巨无霸”，销售额、盈利额、职工人数、股票价值等均为世界零售业之冠，成为世界上第一家年销售额超过 1000 亿美元的零售企业，居全美各行业销售额最大企业的第四位，仅次于通用、福特和埃克森这三个老牌生产企业。到 1997 年沃尔玛有连锁分店 2900 多间，遍布世界各地，员工 70 多万人。沃尔玛之所以发展成为世界零售市场的“巨无霸”，主要是它制定并实行了以下五条原则：一是全方位低价格战略；二是尽一切努力降低流通费用；三是服务周到，务使顾客满意；四是采取店员入股方式激励职工的工作热情；五是大力利用高新科学技术。正是由于制定并执行了这五条原则，使得沃尔玛步入超常规发展的道路，成为世界零售业的“大哥大”。

由于美国实行自由市场经济，长期以来奉行“管得最少的