

【管理学学术前沿书系】

STUDY ON THE DEVELOPMENT INDEX
OF INDUSTRY TRADE
OF LISTED COMPANIES

商贸流通业上市公司 发展指数研究

张 军◎著



商贸流通行业在国民经济中发挥重要作用。我国商贸流通行业发展现状如何？现有研究多为定性分析，本书通过梳理商贸流通行业上市公司财务指数的编制，将为您提供客观、准确分析，并为您解读我国商贸流通行业发展提供有益借鉴。

【管理学学术前沿书系】

商贸流通业上市公司 发展指数研究

张 军◎著



图书在版编目 (CIP) 数据

商贸流通业上市公司发展指数研究 / 张军著. — 北京: 经济日报出版社, 2016. 12
ISBN 978 - 7 - 5196 - 0078 - 5

I. ①商… II. ①张… III. ①商品流通 - 上市公司 - 研究 - 中国 IV. ①F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 320089 号

商贸流通业上市公司发展指数研究

作 者	张 军
责任校对	李艳春
责任编辑	陈礼滢
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市西城区白纸坊东街 2 号 (邮政编码: 100054)
电 话	010 - 63567683 (编辑部) 010 - 63588446 63567692 (发行部)
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@126. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京九州迅驰传媒文化有限公司
开 本	710 × 1000 毫米 1/16
印 张	10. 625
字 数	200 千字
版 次	2016 年 12 月第一版
印 次	2016 年 12 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5196 - 0078 - 5
定 价	48. 00 元

商贸流通行业在国民经济中发挥重要作用。我国商贸流通行业发展现状如何? 现有研究多为定性分析, 本书通过梳理商贸流通行业上市公司财务指数的编制, 将为您提供客观、准确分析, 并为您解读我国商贸流通行业发展提供有益借鉴。

摘 要

在后危机时代，改革的重点是将中国经济转入增长的稳定区间。发展流通生产力，实现增长模式从生产推动型向流通主导型转变是进一步深化改革的必然要求。在当前国内需求不足的情况下，流通业在国民经济中的作用愈发重要，流通业逐渐成为引领经济发展的基础性产业和先导产业。大力发展流通行业能够显著地促进经济增长，扩大消费、引导投资、促进社会分工，增加社会就业，推动制造业结构调整以及制造业的产业结构升级，保障国民经济顺利运行。商贸流通业的重要作用具有长期性，我国高度重视商贸流通行业的发展。

鉴于商贸流通企业在经济发展中发挥着重要作用，为了更好地研究并促进其发展，有必要构建一套发展状况评价体系。借鉴国际上流行的行业标杆（benchmarking）的理论和方法，结合我国商贸流通企业发展的实际情况，研究和构建了全面评价我国商贸流通上市公司发展状况的综合指标体系——商贸流通上市公司发展指数。同时，利用该指数对我国商贸流通上市公司的发展状况进行了动态监测和科学评价，通过定量化的数据处理，得出我国商贸流通上市公司发展状况的排序。选取典型案例苏宁云商、南宁百货等企业，回顾了其发展历程，分析了其面临的严峻挑战。

我国商贸流通业上市公司发展指数整体趋势表现为“增长—稳定—增长”。这与我国宏观经济政策有着密切的关系，一方面行业的发展受到宏观经济发展水平和经济政策的影响与制约，另一方面它也是宏观经济健康发展的催化剂，可以起到促进宏观经济发展的作用。商贸流通业发展既是国民经济的重要组成部分，也会随着产业结构和消费结构的升级换代而带来自身的发展机会。因此，经济的持续健康发展是商贸流通行业健康发展的根本保障。运营因子和利润增长因子是促进我国商贸流通业上市公司最重要的两个因素，上市公司应维持和进一步改善运营能力，实现运营因子的稳定增长，并保持利润的持续增长。这需要商贸流通行业上市公司积极应对消费者消费习惯改变的趋势，积极筹划，引领消费趋势，主动对接“互联网+”的新情况，美国近期部分商贸企业因为不能积极应对电子商务带来的挑战不得不申请破产保护就是很好的证明。

目 录

第一章 引言	1
第一节 商贸流通业研究意义	2
第二节 国内外研究现状	5
一、商贸流通业发展状况研究	5
二、商贸流通业细分行业研究	9
三、商贸流通企业特征研究	14
四、企业发展指数研究	16
第三节 本书研究结构	19
第二章 我国商贸流通业行业发展概况	21
第一节 商贸流通业行业地位分析	22
一、商贸流通业在经济中占据重要地位	22
二、商贸流通业的重要作用具有长期性	22
第二节 商贸流通业行业发展的环境分析	23
一、我国宏观经济运行情况	23
二、商贸流通业行业发展的政策环境	23
三、国外商贸流通行业的发展及启示	26
四、“十三五”我国商贸流通业发展规划	32
第三章 商贸流通业上市公司发展指数的编制	35
第一节 商贸流通上市公司的基本情况	36
一、商贸流通业行业上市公司的数量	36
二、商贸流通业上市公司的行业细分	38
第二节 样本选取与基期确定	40
第三节 发展指数计算	41

一、适用性检验	43
二、标准化处理和缩尾处理	43
三、主成分提取	43
四、主成分经济解释	45
五、主成分得分矩阵	46
六、主成分模型的构建	47
七、发展指数的构建	47
第四节 商贸流通上市公司发展指数编制结果	48
一、总体测算结果	48
二、我国商贸流通上市公司发展能力排名	49
三、商贸流通上市公司分行业发展指数	50
第四章 商贸流通业上市公司发展指数的分析	51
第一节 发展指数变化趋势分析	52
一、总指数变化趋势分析	52
二、各上市公司发展指数描述性统计	52
三、分行业发展指数变化趋势	53
四、各主成分分析	54
第二节 商贸流通上市公司发展能力分析	55
一、经营规模	55
二、财富创造能力	56
三、财务稳健性	58
四、运营效率	59
五、成长能力	62
六、现金获取能力	62
七、财务质量	64
第三节 商贸流通业上市公司发展能力的细分行业的分析与比较	65
一、批发业上市公司发展能力分析	65
二、零售业上市公司发展能力分析	77
三、运输业上市公司发展能力分析	90
第四节 商贸流通业上市公司发展能力的分行业比较	103

第五章 典型商贸流通上市公司发展能力分析·····	117
第一节 苏宁发展历程以及发展能力评价 ·····	118
一、苏宁云商发展历程 ·····	118
二、案例分析 ·····	121
第二节 南宁百货发展历程及其发展能力评价 ·····	124
一、南宁百货发展历程 ·····	124
二、案例分析 ·····	124
第六章 研究结论 ·····	129
第一节 主要研究结论 ·····	130
第二节 未来研究展望 ·····	130
附录 1: 商贸流通业上市公司样本名单 ·····	132
附录 2: 商贸流通业上市公司 2008—2015 年发展指数 (共 167 家) ·····	138
附录 3: 商贸流通业上市公司 2008—2015 年发展指数排名 ·····	144
附录 4: 批发业 2008—2015 年发展指数排名 (共 46 家) ·····	150
附录 5: 零售业 2008—2015 年发展指数排名 (共 55 家) ·····	152
附录 6: 运输业 (航空、道路、水上、铁路) 2008—2015 年发展指数 排名 (共 54 家) ·····	154
主要参考文献·····	156
致谢·····	163

第一章 引言

第一节 商贸流通业研究意义

改革开放以来，我国经济的持续快速发展，带来了社会消费品零售总额的高速增长，这为商贸流通业发展带来了根本动力。表 1-1 反映了改革开放以来我国社会消费品零售总额变动情况，社会消费品市场规模总额从 1978 年的 1558.6 亿元，增加到 2015 年的 30.1 万亿元，名义增长率 192 倍，扣除物价因素后的实际增长 36 倍。

表 1-1 我国 1978—2015 年全国社会消费品零售情况

年份	社会消费品 零售总额 (亿元)	居民消费 价格指数 (上年 =100)	环比名 义增长 率(%)	环比实际 增长率 (%)	年份	社会消费品 零售总额 (亿元)	居民消费 价格指数 (上年 =100)	环比名义 增长率 (%)	环比实际 增长率 (%)
1978	1558.6	100.7	——	——	1997	31252.9	102.8	10.20	7.40
1979	1800	101.9	15.49	13.59	1998	33378.1	99.2	6.80	7.60
1980	2140	107.5	18.89	11.39	1999	35647.9	98.6	6.80	8.20
1981	2350	102.5	9.81	7.31	2000	39105.7	100.4	9.70	9.30
1982	2570	102	9.36	7.36	2001	43055.4	100.7	10.10	9.40
1983	2849.4	102	10.87	8.87	2002	48135.9	99.2	11.80	12.60
1984	3376.4	102.7	18.50	15.80	2003	52516.3	101.2	9.10	7.90
1985	4305	109.3	27.50	18.20	2004	59501	103.9	13.30	9.40
1986	4950	106.5	14.98	8.48	2005	68352.6	101.8	14.88	13.08
1987	5820	107.3	17.58	10.28	2006	79145.2	101.5	15.79	14.29
1988	7440	118.8	27.84	9.04	2007	93571.6	104.8	18.23	13.43
1989	8101.4	118	8.89	-9.11	2008	114830.1	105.9	22.72	16.82
1990	8300.1	103.1	2.45	-0.65	2009	133048.2	99.3	15.87	16.57
1991	9415.6	103.4	13.44	10.04	2010	158008	103.3	18.76	15.46
1992	10993.7	106.4	16.76	10.36	2011	187205.8	105.4	18.48	13.08
1993	14270.4	114.7	29.81	15.11	2012	214432.7	102.6	14.54	11.94
1994	18622.9	124.1	30.50	6.40	2013	242842.8	102.6	13.25	10.65
1995	23613.8	117.1	26.80	9.70	2014	271896.1	102	11.96	9.96
1996	28360.2	108.3	20.10	11.80	2015	300931	101.4	10.68	9.28

数据来源：国家统计局，社会消费品零售总额 1992 年以前为社会商品零售总额。

我国社会消费品零售规模与我国的经济快速发展密切相关，突出表现为与国内生产总值增长规模和增长速度密切相关。

从环比数据来看，我国社会消费品零售情况具有以下特点。

第一，我国社会消费品零售规模保持了长时间、持续、稳定的发展态势，其实际增长率在长达 38 年的时间里，除个别年份外，其始终保持近两位数的增长速度。1978 年至 2014 年，国内生产总值名义增长 174 倍，同期国内社会消费品零售规模增长 173.4 倍，增长率几近相同。

表 1-2 我国历年国内生产总值及其年度增长率

年份	国内生产总值 (亿元)	增长率	年份	国内生产总值 (亿元)	增长率
1978	3678.7	—	1997	79715	11.00
1979	4100.5	11.47	1998	85195.5	6.88
1980	4587.6	11.88	1999	90564.4	6.30
1981	4935.8	7.59	2000	100280.1	10.73
1982	5373.4	8.87	2001	110863.1	10.55
1983	6020.9	12.05	2002	121717.4	9.79
1984	7278.5	20.89	2003	137422	12.90
1985	9098.9	25.01	2004	161840.2	17.77
1986	10376.2	14.04	2005	187318.9	15.74
1987	12174.6	17.33	2006	219438.5	17.15
1988	15180.4	24.69	2007	270232.3	23.15
1989	17179.7	13.17	2008	319515.5	18.24
1990	18872.9	9.86	2009	349081.4	9.25
1991	22005.6	16.60	2010	413030.3	18.32
1992	27194.5	23.58	2011	489300.6	18.47
1993	35673.2	31.18	2012	540367.4	10.44
1994	48637.5	36.34	2013	595244.4	10.16
1995	61339.9	26.12	2014	643974	8.19
1996	71813.6	17.07	—	—	—

第二，社会消费品零售总额环比增长率与居民消费价格指数存在一定的正相关性，居民消费价格指数较高的年份，当年社会消费品零售总额环比增长率相对也较高。一定程度上说明，社会消费品零售总额增长情况对居民消费价格指数具有重要影响，社会消费品零售情况与居民消费情况存在紧密联系。

第三，2003 年以来，社会消费品零售总额增长率进入一个小幅波动周期，

其中在 2008 年达到峰值,近年来增速逐年放缓,下降趋势明显,2015 年降至 9.28%。一方面体现出我国社会消费品零售规模进入相对稳定增长时期,另一方面反映其进入增速放缓周期。

社会消费品零售总额增长率的放缓必然会对我国经济产生重大影响。事实上,20 世纪 90 年代中期以来,我国逐步进入商品结构性过剩时期,商品流通业作为社会生产、销售、消费中的一个重要环节,承担起满足消费、引导生产的新职能,在国民经济中的地位不断提升。在当前我国有效需求持续不足的情况下,对商贸流通业发展状况进行系统研究,在科学评价的基础上采取有效途径提升其发展能力,关乎商贸流通业自身发展,同时对整个国民经济具有现实意义。

Kiyohiko 和 Nishimura (1993) 认为,流通产业包括批发、零售及运输等相关行业。OECD (1997) 认为,流通产业主要包括批发业及零售业,其中,零售业是面对消费者的终端,批发业是连接生产者与零售商的中介机构。流通有微观和宏观之分,微观流通是指为实现组织目的,通过对顾客需求的预测和满足过程的管理而进行努力的各项活动;宏观流通是指为了实现社会目的,使不同的供应商与消费者有效地联系起来,引导商品从生产者向消费者流动的社会经济过程。中国社会科学院财政与贸易经济研究所课题组 (2009) 认为,对于流通产业的界定,应该以流通为基点,即,是否专门从事商品流通,是否专门为商品流通服务。因此,流通产业主要包括商业(如批发业和零售业)和专门为商业服务的行业(如仓储业、运输业、包装业等物流业)。

黄国雄 (2005) 指出,商业是时代的特征,交换是市场经济的本质,流通是基础产业。深化流通体制改革,推进先进流通方式,关键在于改变时代对流通的看法,摆正流通在国民经济运行中的地位。大力发展商贸流通业,不仅有利于缓解中国的就业矛盾,而且有利于实现生产与消费的衔接。在后危机时代,改革的重点是将中国经济转入增长的稳定区间。发展流通生产力,实现增长模式从生产推动型向流通主导型转变是改革的应有之义。在当前国内需求不足的情况下,流通业在国民经济中的作用进一步凸显,流通业逐渐成为引领经济发展的基础性产业和先导产业。因此,加强对中国流通业增长能力的综合评价研究,不仅有助于清楚认识中国流通业的增长能力和增长潜力,从而有针对性地推进流通产业的发展壮大,而且有利于发挥其扩大消费、引导投资、促进生产的重要作用。

选取恰当的测量方法,建立公司发展指数并对其进行研究,有利于“传统”商贸流通企业对照差距,促进企业发展;有利于补充和完善现有研究成果,促进行业发展;同时,新的市场参与主体的引入与方法测定,为其他行业企业的发展、测定提供了新的尝试。

行业标杆 (industry benchmarking) 理论。“标杆 (benchmark)”, 最早是指工匠或测量员在测量时作为参考点的标记, 后来渐渐衍生为衡量的基准或参考点。从此, 标杆便成为“优异典范”的代名词。衡量一个企业在行业中的地位不是仅仅监测其销售收入, 而是全面、综合、科学地考察各方面指标, 将企业各个方面进行量化, 将指数值最高的企业作为行业的标杆企业, 给其他企业一个合理定位, 同时使它们看到自身差距, 并了解差距所在, 为后续改进提供依据。作为商贸流通企业的代表, 上市公司在资金实力、业务渠道、经济效益、管理水平等方面一般具有明显优势, 此外企业在信息披露、公司治理、股权融资、社会监督、盈利能力和抗风险能力等方面同样为行业“表率”。对本行业上市流通企业的平均情况进行研究, 探究企业各方面的经营表现及其在行业中的相对地位, 不仅为上市公司横向比较、分析、借鉴提供了“标杆”, 同时也为谋求或具有上市需求的潜在上市公司提供了参考。

第二节 国内外研究现状

为更好借鉴国内外学者研究成果, 本节从商贸流通业发展状况、行业细分、企业特征、企业发展指数四个层面入手, 对相关文献资料进行梳理。

一、商贸流通业发展状况研究

我国商贸流通业目前尚处于传统商业向现代流通业转变的阶段, 产业层次整体偏低, 并且尚未广泛地参与国际分工。在今后相当长的时间内, 商贸流通业的竞争主要体现为地区间市场的争夺和产业自身的优化升级。

中国社会科学课题组 (宋则、赵萍等, 2008) 对商贸流通服务业的影响力进行了实证分析, 认为, 缩短流通时间、加快经济节奏、消灭耽搁迟滞和断档脱销已成为提高国家整体竞争力最重要的战略问题。课题组以菲德两部门模型为基础, 估算了商贸流通服务业对国民经济发展的外溢作用, 分析认为商贸流通服务业对于提高国民经济运行质量、优化经济流程、调整经济结构、扩大内需、增进消费、扩大就业、节能降耗、降低成本, 从而增进社会总福利具有愈加明显、愈加广泛、愈加深入的影响。随着其在国民经济中的基础性作用和先导作用日益加强, 对商贸流通业的研究日益成为国内经济学界关注的重点 (马强文等, 2011)。

改革开放以来我国商贸流通业取得了快速发展,但由于经济体制转型过程的复杂性,商贸流通业发展方式仍然比较粗放,不能适应经济发展方式转变的新要求。任保平(2012)基于对中国商贸流通业发展方式的统计数据,运用 Cobb-Douglas 生产函数、索洛余值法等经济增长和发展理论来分析资本、劳动、技术进步等因素对商贸流通业发展的综合影响,对中国商贸流通业发展方式做出评价。认为,现阶段中国商贸流通业发展方式基本还处于投入推动型的粗放式发展阶段,要实现商贸流通业粗放式发展方式向集约式发展方式的转变,必须在增加物质资本投入的同时,增加人力资本的投入。通过加快流通企业的技术进步,来提高流通效率和效益。

洪涛等(2002)通过对流通力概念和构成要素的考察,构建了中国城市流通力的综合评价指标体系,具体包括政府支持指标、总量指标、发展水平指标、经济效益指标、现代化程度指标、对城市经济贡献指标等六类一级指标及 13 个二级指标。孙薇(2005)则首先构建了地区流通力指标体系,包括规模力指标、商流力指标、物流力指标、信息流力指标、资金流力指标、贡献力指标、发展力指标等七大类一级指标和 23 项二级指标,然后利用因子分析法对地区流通力进行比较研究,从而找出影响地区经济发展的流通力因素。在宋则等(2003)研究的基础上,宋则等(2006)从评价流通现代化入手,构建了流通现代化核心评价指标,该指标体系包括流通产业贡献率、流通产业劳动力就业指数、流通效率、流通产业资源分布指数、流通产业集中度、流通产业信息化水平、连锁经营指数、物流配送指数、电子商务指数、流通产业人员素质指数,并给出了部分一级指标的 44 个二级指标和 50 个三级指标。石忆邵等(2004)建立了商贸流通业竞争力综合评价指标体系,包括规模指标、增长指标、市场潜力、业态及结构指标、国际化指标、基础设施和服务设施条件、社会经济水平等七类一级指标与 22 个二级指标。周日星等(2006)从规模与水平、潜力与环境、现代化程度、财务状态、综合社会贡献等五个方面构建流通业的综合评价体系,但是研究内容比较笼统。现代服务业影响力,特别是间接影响力(外溢效应)不易识别,一直是困扰服务业发展的重大基础理论和现实问题。中国社会科学院财政与贸易经济研究所课题组(2009)对商贸流通服务业的外溢效应及其具体表现给出了定量分析和数学描述,并梳理了我国改革开放前后近 60 年的大量数据,对分析结果进行了反复验证。主要包括:商贸流通服务业影响力分别与国民经济流程、产业结构、发展方式、城乡关系、扩大就业、增进消费、节能降耗等重大时代主题下的逻辑传导关系及其政策含义。

部分学者基于跨国零售企业行为研究来评估我国商贸流通产业安全。张丽淑、樊秀峰(2011)发现,2009 年我国零售产业尚处于基本安全状态,但 2003

年以来呈明显下降趋势。陈洁（2014）基于产业控制力的研究结论指出，目前外商直接投资在一定程度上会对中国商贸服务业产业安全构成威胁，但不同区域、不同视角的影响效果不同，这与各地区所处的地理位置、经济发展水平、对外开放度等因素有关。基于产业对外需求弹性的研究发现，总体来说，经济全球化背景下中国商贸服务业的市场需求缺乏弹性，产业发展不安全，但不同地区、不同类型的对外需求弹性存在差异。从产业发展力、产业竞争力、产业控制力和产业对外依存度构建指标体系并客观计算中国商贸服务业产业安全状态，测算结果表明中国商贸服务业处于“基本安全”的下档。

为促进国内商贸流通业的协调发展，任保平、王辛欣（2011）对全国 31 个省区商贸流通业发展状况进行了比较研究，在建立地区商贸流通业发展指标体系的基础上，使用因子分析法，对商贸流通业地区发展差异进行测量和分析。文章认为，由于地区分工、地理区位、市场环境及工业化与城市化水平等原因的影响，我国东、中、西部商贸流通业发展程度上差异显著，东部最发达，中部次之，西部最差，促进区域协调发展，是促进商贸流通业发展的重要手段。

为全面把握中国流通产业发展质量，俞彤晖（2016）从区域差异的视角深入探究了中国流通效率问题。运用主客观综合赋权法确定流通效率测度指标权重，得到了 2003—2013 年全国 31 个省份的流通效率水平，并运用多种区域差异测度指标对中国流通效率区域差异进行了动态测度。发现，2003—2013 年，全国各省份流通效率均呈现逐年提升态势，但其绝对增量存在差异，东部地区增量最大，中部地区次之，西部地区最小；流通效率区域相对差异缓慢缩小，但绝对差异的持续扩大仍应引起高度重视；东中西部三大地区内部的流通效率差异程度各异，东部地区内部差异程度始终最高，西部地区次之，中部地区最低；东中西部三大地区流通效率的区域内差异明显高于区域间差异。陈宇峰、章武滨（2015）采用超效率 DEA 模型测度了 1997—2010 年全国 29 个省份的商贸流通效率，并分析了商贸流通效率的演进趋势及商贸流通效率演进的影响因素。效率测度结果显示，全国及三大地区的效率总体呈波浪式变化，并且波动趋势较为一致。其中，东部地区商贸流通效率最高，中西部地区的效率较为低下且较接近。陈洁（2014）基于产业发展力的研究发现，中国商贸服务业的劳动生产率增长水平高于工业，证实了中国商贸服务业不存在鲍莫尔成本病。

孙前进（2011）对我国现代流通构成的先行研究进行了简要整理，阐述了现代流通的流通环境、连锁经营、信息系统、电子商务等 10 个方面的特征，提出了中国现代流通体系应该由政策法规及行政管理体系、国内流通体系、国际（区域）流通体系、支持与保障体系 4 项一级体系和 25 项二级体系构成的总体

思路。孙敬水、姚志（2013）对现代流通产业及其核心竞争力的内涵，现代流通产业核心竞争力的形成机理，现代流通产业核心竞争力的评价指标与评价方法等方面的最新研究进展进行了较为系统的文献回顾与评述，并对未来的研究方向进行展望。

赵萍（2015）总结了2014年中国流通产业的新特点：大型超市和百货店增速放缓，便利店异军突起，购物中心成为大型业态的转型重点，自营业务在百货业中的比重提升，渠道下沉到三、四线城市，实体流通企业全面触网，流通企业收购兼并频繁，国家流通政策支持力度大并加以细化。认为将来流通业线上和线下的界限将更模糊，销售对象不再仅局限于商品本身，便利个性体验成为流通业的核心竞争力，流通业布局进一步郊区化、社区化和三、四线城市化，竞争力来源于连锁经营、大数据和供应链。2015年我国零售行业的增长速度远低于全社会消费品零售总额的增长速度，大部分百货企业的销售额和利润额双降，电商依然高速增长但增幅回落。赵萍（2015）认为购物中心快速发展，折扣店、便利店大行其道，物流行业发展迅速；伴随着零售业并购的频繁，开店和关店的数量众多，业态集聚分化明显；零售业跨行业发展趋势渐显，介入金融业务的现象渐多。2016年，以消费需求为导向、以顾客为中心、加快向流通业本质回归已成为实体流通企业的共识；实体流通企业的调整转型提速，电子商务创新将继续纵深推进，多元化跨界、特色化经营、更多方式触网、更多形态O2O推动线上线下融合发展进入实质性阶段，全渠道将成为线上线下流通企业的主流模式。

张武康、郭立宏（2015）认为，网络零售业态的采用是零售商应对市场竞争、获取竞争优势的重要途径，会对企业绩效产生影响。张武康、郭立宏（2015）以国内零售业72家上市公司2000—2012年报数据为样本，利用Wilcoxon秩和检验、Panal分析及T检验等方法，实证检验了国内零售企业网络零售业态引入对企业绩效的影响。研究发现，引入网络零售业态短期内对企业绩效会产生负面影响，并且采用单一实体业态的零售企业整体绩效表现仍然优于实体和网络业态并用的零售企业。

以上评价指标体系的研究对象和评价内容各不相同，分别从行业影响力、行业发展方式、流通力、现代化程度、竞争力、行业新特点等角度对中国商贸流通业的发展程度进行分析。相关文献或者只构建了相应的指标体系，没有进行评价分析；或者从某一方面对流通业进行评价，但没有从全国的角度对流通业的发展能力进行综合评价，因而不能清晰地体现出流通业的发展能力，也就无法为促进流通业的进一步发展提供可靠依据。

二、商贸流通业细分行业研究

（一）批发业研究

批发业在国民经济中具有重要地位。在改革开放过程中，批发业受到冲击比较大。

我国的批发业三十年改革历程如下：批发格局调整（1978—1991）。这一阶段由原来的“三固定”（固定供应区域、固定供应对象、固定作价范围）转换为“三多一少”，即“多种经济成分、多种经营方式、多条流通渠道、少环节”开放式的批发体制。第二阶段是现代批发企业制度建立（1992—1998）。十四届三中全会召开后，批发体制的改革中心转移到建立市场经济条件下的现代批发企业制度上面来，具体体现为提倡不同所有制企业的公平竞争，减轻国有商业负担，进行股份制改造，采取多种组织方式，国有批发企业进行功能再造，向多功能型转化（贸易、储运、融资等），向总代理和总经销转化、向物流中心转化、向综合商社转化，强化服务功能。第三阶段：批发业整顿重组（1999至今）。这一阶段，生产企业、外资、零售连锁等企业以多种方式开展批发业务，涉足批发领域，中小型批发企业面临巨大压力。国有资本有选择地退出了批发领域，部分批发企业通过兼并、重组等实现了强强联合，对外资批发业管理也进入了规范阶段。批发业经营方式不断扩展，交易方式不断引入电子商务等先进技术（马龙龙，2009）。批发业依然存在较大空间，这与我国的基本国情：经济转型，扩大内需的需要；二元经济特征明显，需求分散；生产零售以中小型为主，组织化程度低；特殊行业发展需要等因素有关，国际经验也证明了这一点（马龙龙，2009）。

对批发业的研究分为三个阶段，20世纪30—60年代，依附于区位论的批发业区位研究，流行用与批发贸易相关的指标来测量城市中心性；20世纪70—90年代，对批发业区位进行专门研究，并对其形成机制的探讨程度加深；20世纪90年代中期至今，研究批发业的空间优化，并与现代物流业紧密结合（Dennis, 1984；潘裕娟，曹小曙，2014）。批发市场货流空间的研究、批发业交易功能与物流功能的空间分离关注较少，批发市场的空间演变及其形成机制的研究缺乏。

我国小生产、大流通的国情，使得批发市场和物流园区具有自身特色。我国对批发业研究起步较晚，主要集中在批发市场方面，批发市场通过分工机制和集群化发展，可产生组合优势和联动效应，提升批发市场总体交易能力，