

ZHONGGUO SHANGMAO LIUTONGYE
XIANDAIHUA JIANSHE YANJIU

中国商贸流通业 现代化建设研究

张 琰◎著

 吉林大学出版社

中国商贸流通业现代化建设研究

张 琰 著

吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国商贸流通业现代化建设研究 / 张琰著. — 长春:
吉林大学出版社, 2017.5

ISBN 978 - 7 - 5692 - 0012 - 6

I. ①中… II. ①张… III. ①商品流通 - 现代化建设
- 研究 - 中国 IV. ①F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 140398 号

书 名 中国商贸流通业现代化建设研究
ZHONGGUO SHANGMAO LIUTONGYE XIANDAIHUA JIANSHE YANJIU

作 者 张 琰 著
策划编辑 朱 进
责任编辑 朱 进
责任校对 朱 进 富 饶
装帧设计 美印图文
出版发行 吉林大学出版社
社 址 长春市朝阳区明德路 501 号
邮政编码 130021
发行电话 0431 - 89580028/29/21
网 址 <http://www.jlup.com.cn>
电子邮箱 jdcbs@jlu.edu.cn
印 刷 北京市金星印务有限公司
开 本 787 × 1092 1/16
印 张 11.5
字 数 201 千字
版 次 2017 年 6 月第 1 版
印 次 2017 年 6 月第 1 次
书 号 ISBN 978 - 7 - 5692 - 0012 - 6
定 价 40.20 元

版权所有 翻印必究

目 录

第一章 中国商贸流通业发展思路	(1)
第一节 中国现代流通产业	(1)
一、流通产业发展与产业结构优化	(1)
二、现代流通产业的研究视角	(4)
三、中国商贸流通产业发展的挑战与机遇	(6)
第二节 中国商贸流通业的变革	(12)
一、深化我国商贸流通体制改革	(12)
二、转变经济增长方式促进我国商贸流通业发展	(14)
第二章 中国商贸流通业现代化推进战略	(18)
第一节 中国商贸流通现代化基本内容	(18)
一、商贸流通制度的现代化	(18)
二、商贸流通管理的现代化	(19)
三、商贸流通网点建设的现代化	(21)
四、商贸物流的现代化	(22)
第二节 商贸流通现代化的比较分析	(22)
一、当代商贸流通现代化的发展趋势	(22)
二、发达国家推进商贸流通现代化的主要特点	(25)
三、发达国家和地区推进商贸流通现代化的经验对我国的 启示	(26)
第三节 中国商贸流通现代化结构优化战略	(28)
一、商贸流通结构优化的意义	(28)
二、推进商贸流通结构优化的战略举措	(32)

第四节 中国商贸流通现代化名牌战略	(37)
一、名牌在推进商贸流通现代化中的作用	(37)
二、我国推进商贸流通现代化的名牌战略举措	(40)
第五节 中国商贸流通现代化物流战略	(42)
一、现代物流与商贸流通现代化	(42)
二、我国推进商贸流通现代化的物流战略举措	(46)
第六节 中国商贸流通现代化人才战略	(52)
一、人才战略是推进商贸流通现代化的根本途径	(52)
二、我国推进商贸流通现代化的人才战略举措	(55)
第三章 中国商贸流通业的现代化建设——城乡一体化	(59)
第一节 城乡一体化商贸流通体系基础	(59)
一、城乡一体化商贸流通体系建设的基本理论	(59)
二、城乡一体化商贸流通体系的内涵和建设意义	(64)
第二节 城乡一体化商贸流通组织体系	(68)
一、商贸流通组织体系的基本形态	(68)
二、城乡商贸流通实体组织	(72)
三、城乡商贸流通组织的交易形式	(76)
第三节 城乡一体化商贸流通方式体系	(79)
一、城乡一体化物流体系的建设	(79)
二、城乡一体化电子商务体系的建设	(84)
三、“互联网+”背景下的城乡电子商务物流体系的发展	(90)
第四节 城乡统筹视角下的商贸流通业现代化建设	(92)
一、我国城乡商贸流通现代化体系统筹的模式选择	(92)
二、我国城乡统筹的商贸流通现代化体系的运行模式选择	(94)
三、我国城乡双向流通的商贸流通体系建设内容	(97)
第四章 中国商贸流通业的政府管制	(102)
第一节 商贸流通业发展与政府管制思想	(102)
一、政府管制商贸流通产业的现状	(102)
二、政府管制思想的重新构建	(104)
三、政府商贸流通产业管制的工作思路	(107)

四、政府管制流通产业的创新方法	(110)
第二节 商贸流通业发展规划编制	(112)
一、商贸流通业发展规划编制的意义与原则	(112)
二、商业中心区功能与业态的结构规划	(114)
三、社区商业建设与发展	(117)
四、专业市场的规划、建设与改造	(120)
第三节 政府大力推进商贸流通业现代化发展	(121)
一、流通现代化的基本内涵	(121)
二、现代流通方式与流通业态的引进与发展	(123)
三、中国商贸流通企业的规模整合	(128)
第五章 中国商贸流通业创新发展	(130)
第一节 国外商贸流通业发展模式——以日本为例	(130)
一、日本的现代化流通产业	(130)
二、日本的流通政策与相关法律法规	(136)
三、日本流通业管理体制借鉴	(138)
第二节 确立新时期商贸流通业的国家战略地位	(142)
一、扩大内需战略的根本要求	(142)
二、深化对外开放和国际经济合作的必然选择	(143)
三、商贸流通业具备纳入国家战略的实力与特质	(143)
四、确立新时期商贸流通业战略地位应顺势而动	(146)
第三节 建构商贸流通业现代化格局	(148)
一、中国商贸流通业发展的空间表征	(148)
二、合理构筑中国商贸流通业的空间格局	(149)
三、中国商贸流通业空间发展趋势及对策建议	(151)
第四节 保障与创新居民服务消费体系	(153)
一、扩大内需应重视居民服务消费	(153)
二、居民服务消费板块存在的问题	(154)
三、高起点、高品位发展居民服务消费	(157)
四、“四位一体”撬动居民服务消费	(162)
第五节 建设和完善我国的现代商贸流通体系	(165)

一、建设和完善我国现代商贸流通体系的基本思路	(165)
二、构建我国现代商贸流通体系的组织和政策保障	(171)
第六节 商贸流通与“一带一路”战略	(172)
一、商贸流通对“一带一路”战略区的重要意义	(173)
二、提升“一带一路”战略区商贸流通效率的方法	(174)
参考文献	(176)

第一章 中国商贸流通业发展思路

第一节 中国现代流通产业

一、流通产业发展与产业结构优化

(一) 产业结构优化进程中的流通产业

一个国家经济发展的内涵主要体现在数量增长、质量改善和结构优化三方面。其中,产业结构作为“资源配置转换器”,不但是一个国家经济持续、稳定发展必不可少的重要条件,而且也成为了该国经济活动中投入—产出效率的衡量准绳。

1. 产业结构升级规律。经济学家克拉克和库兹涅茨等从需求与劳动生产率两个角度阐述了产业结构升级的规律。克拉克认为,随着经济的不断发展和人均国民收入水平的提高,一个国家的农业劳动力在全部人口中所占的比重越来越小,第二、三产业中的劳动力比重越来越大。库兹涅茨则进一步阐明了劳动力和国民收入两个因素在三次产业之间的变化规律,认为随着时间的推移,劳动力在三大产业间的分布及三大产业对国民收入的贡献率呈以下变化态势:①农业均处在不断下降之中;②工业劳动力需求量大体不变或略升,创造的国民收入大体上升;③第三产业劳动力需求量绝对上升,创造的国民收入稳定或略升。克拉克与库兹涅茨的研究成果充分揭示了第三产业在经济发展中所凸显的重要地位。经济发展规律证明,人均国民收入的增加将刺激社会需求,而社会需求的增加又将大大促进第三产业,进而拉动流通产业的快速发展。

2. 研究对象分析。什么是第三产业?应该按什么标准对其进行科学划分?国内外学者或官方有不同的标准。新西兰澳塔哥大学教授费希尔在

1935 年最早把所有创造无形财富的行业归为第三产业;而根据国际经济合作与发展组织(OECD)的标准,第三产业是指广义的服务业,其活动是为了满足人们高于物质需要的需求,主要包括运输业、通讯业、仓储业、商业贸易、金融、房地产业、旅游、饮食、文化、教育、科学、新闻、传播、公共行政、国防、娱乐、生活服务等。按照我国国家统计局 1985 年的一份报告,则将第三产业划分为四个层次:一是流通业。包括交通、运输、邮电通讯、商业饮食业、供销等;二是为生产和生活服务的行业。包括金融、保险、房地产、旅游、咨询、技术服务等;三是为提高居民生活文化素质服务的行业。包括教育、文化、广播电视、卫生、福利等;四是为社会公共需要服务的行业,包括军队团体、国家机关、社会团体等。根据我国划分标准,我们将本书的研究对象界定在第三产业第一层次流通产业中的商贸业,尤其侧重于国民经济的终端产业——零售领域。因为零售业是一个国家最重要的行业之一,在推动经济发展过程中具有特殊重要的地位。它的每一次变革和进步,都将提高人们的生活质量,甚至引发一种新的生活方式。

(二)“生产性服务业”的发展与产业结构优化

对于生产性服务业的概念,迄今尚未有一个权威的解释。人们因理解的不同和研究的需要,对生产性服务做出了不同的解释:①在费希尔的三次产业分类中,服务业属于第三产业。我国将第三产业分为流通业、为生产和生活服务的各个行业、为提高科学文化水平和居民素质服务的各个部门、为社会公共需要服务的部门等四个层次。据此,我们可以将生产性服务业理解为前两个层次中流通业与为生产和生活服务的各个行业。②服务业可分为三类,即战略性服务业(包括科技、教育、研究开发等具有长远影响的行业)、经济性服务业(包括金融、交通、通讯、商务、中介等行业)和非经济性服务业(包括文化精神服务、信息服务、个性化的生活服务等行业)。通常所称的生产性服务业,基本为经济性服务业范畴。③在现实经济活动中,更为通俗的说法是将生产性服务业称为 2.5 产业。

生产性服务业从其对产业结构升级优化的作用和在产业链中所处的位置来看,是直接为国民经济各产业提供服务的产业。生产性服务业的规模和效率直接影响着其所提供服务产业的竞争力、整个产业结构的协调程度

和经济的发展速度。^①如生产性服务业对制造业的支持,就表现为能有效满足制造业的服务要求,在制造业的研发、设计、生产、营销及售后服务等产业链的各个环节上,构成一个完整的业务流程,在制造业的产前、产中及产后服务中起着增加、实现价值的重要作用。

随着产业结构的升级和劳动分工由产业内向企业内深化,全球范围内生产性服务业的作用越发显著,其在产业结构中的地位不断上升。随着工业化的推进,在工业产品的附加值构成中,纯粹的制造环节所占比重越来越低,而服务业,特别是物流、营销、研发、人力资源开发、信息服务、金融保险服务、财务法律中介等生产性服务所占比重越来越高。以汽车产业为例,在汽车产业进入发展时期,单纯的汽车制造业的投资回报率大约为3%~5%,而围绕汽车的服务业的投资回报率高达10%~15%。工业先行国家的发展经验显示,经济的重心已经或正在加速从制造业转向服务业,全球竞争的焦点已经逐渐从商品制造转向服务。大多数工业先行国家的服务业(其中大部分为生产性服务业)都达到三个“70%”的水平,即服务业产值占70%左右,GDP增长的贡献率70%来自于服务业,服务业还吸纳了70%的就业人口。

(三)流通产业对经济社会发展的现实价值

1. 流通产业对产业结构优化的作用。流通产业在优化一国产业结构的过程中至关重要:第一,流通产业参与了整个产业结构的高级化过程,如三次产业变化的高级化过程;第二,与工业产业结构不同,在现实中作为整个产业结构子系统的流通产业结构不存在主导产业高级化的更迭,但它确实存在着提供流通服务这种无形产品在质量和效率方面的高级化更迭。从近代商业150年的发展史来看,与产业结构高级化相对应,世界商业的流通方式也经历了数次革命。随着工业生产水平在“质”上的不断升级,流通产业经济活动的能力也不断升级,呈现出技术水平高新化、生产要素构成高级化、流通组织分工精细化、流通与服务交织化和市场开发国际化等特点。值得注意的是,产业结构演进的一个重要趋势表现为:同国际市场相适应,建立完善的内贸与外贸全方位的外向型产业结构。这是现代产业结构高级化的一个重要标志。产业结构越高级化,越离不开国际间的商业贸易活动。

^① 马龙龙. 流通产业组织[M]. 北京:清华大学出版社,2006.

同时,世界商贸业越发展,越需要产业结构高级化提供新的贸易机会和空间。产业结构转换中流通产业的高级化在本质上体现了流通能力的升迁,而当代流通产业高级化的基本特征就是流通能力的升迁,并且这个升迁伴随着经济全球化。流通业的发展,尤其是批发零售、连锁超市、专业市场的发展,带动了交通、邮电、金融、房地产、饮食服务业和其他第三产业的迅速发展,它对我国优化产业结构、促进经济发展起到了重要作用。目前我国城市化进程正面临着产业结构调整与升级的内在要求,城市化进程中人口的逐步集聚,居住人口增加,必然要求城市拥有发达、完善的商贸服务体系,商贸业发展以人为本,对城市经济发展的贡献与日俱增,这些在客观上要求地区商贸业健康、有序地配套发展,为社会提供必要的生活服务与后勤保障,使消费者安居乐业。

2. 流通产业发展对社会就业率的贡献。按照产业结构优化理论,随着人均国民收入的增长,劳动力逐渐由第一产业向第二产业转移,而当人均国民收入进一步提高时,劳动力由第二产业向第三产业转移。在产业结构调整过程中,第一、二产业原有的劳动力就会显得相对过剩,必然向第三产业转移。第三产业大多数属于劳动密集型产业,可以吸纳较多的劳动力。流通业具有技术相对简单,工作时间、地点相对灵活等特点,这决定了流通业具有很强的劳动力吸纳能力。从西方发达国家发展来看,一国就业水平的高低在很大程度上取决于流通业的发展水平。考察流通业对就业贡献的大小,可以用流通业的就业人数占全社会就业人数的比重来衡量,即一定时期内流通业就业人数占该时期全社会就业人数的比重越大,流通业对充分就业的贡献也就越大。中国目前流通业的就业水平还比较低,而今后中国就业问题将日益突出,流通业吸纳就业的潜力巨大。

二、现代流通产业的研究视角

1. 国外学者研究现状。对流通产业的研究,传统经济理论和交易费用经济学只是静态地考察了产业组织对专业化生产的协调。美国的波特教授运用传统产业组织理论的分析范式,认为一个国家的产业要想获得持久的竞争优势,就必须在国内外市场上拥有具备相当竞争力的支持产业。20世纪90年代中后期,波特的理论受到现实的挑战,鲁梅尔特的实证分析表明,企业超额利润的来源最主要的不是外在的产业组织结构特征,而是企业内部资源禀赋的差异。虽然,产业组织是企业获得长期超额利润和持续竞争

优势的重要来源。贝恩及其追随者偏好运用经典产业组织理论来具体分析现有的产业组织形态是如何形成的。以科斯为代表的新制度学派运用交易成本理论,对企业的存在及其规模作了更令人信服的解释。威廉姆森运用交易费用分析法,深入研究了产业组织,特别是反托拉斯方面的基本理论与政策实践问题,为产业组织研究提供了全新的微观经济视野,使新的产业组织理论更趋近于现实。以贝恩、斯蒂格勒为代表的学者着重研究产业进入领域的政府管制对产业组织的影响和变化。贝恩强调了规模经济、产品差异、相对费用壁垒和特有资源等四种经济壁垒,并且政府的特许权就包含在特有资源之中。^①而斯蒂格勒提出了一个建立在在位者与进入者之间成本不对称基础之上的进入壁垒概念,在他看来,贝恩认为是进入壁垒的规模经济、资本需要量、产品差异等都不构成进入壁垒,而是特别强调政府进入管制这一人为的壁垒,并且据此提出了一系列政府管制政策和产业政策建议。泰勒尔、鲍莫尔、斯宾塞等一批学者习惯于建立各种博弈模型来分析企业之间不同的行为、政府的管制等外在环境的变化对产业组织形态产生的影响。在研究方法上,突破实证分析的局限性,引进博弈论、计量经济学和信息经济学的分析方法,将博弈论和信息经济学有机地贯穿于产业组织研究中,推动了产业经济学的新发展。

2. 国内学者研究视角。目前,国内学者从多个角度对流通产业与经济发展的关系进行了研究。

视角一:对于流通地位的研究,已经突破了以前仅局限于流通和生产的争论,而是把流通放在全部产业中进行研究。

视角二:通过选定一个具体的产业,运用现代经济理论,从制度、产业链之间的关系等方面来剖析产业组织状况,找出影响产业组织形态的关键因素,并给出恰当的政策建议。

视角三:从内外环境的变迁对市场结构的影响出发,运用集中度指数、产业内利润以及企业规模的分布状况等指标来评价产业组织现状的优劣。

视角四:从新制度经济学的分析框架入手,认为我国流通产业的高速成长是一系列流通制度创新的必然结果。

视角五:流通产业天然就是低进入壁垒产业,要防止流通产业过度进

① 宋则,荆林波.中国流通理论前沿[M].北京:社会科学文献出版社,2008.

入,对进入予以管制是必然的政策选择。以往我国流通产业进入管制不力,导致了极其低下的经济效率,因此,今后我国必须加快流通产业进入管制制度创新。

综合国内外学者对流通产业所做的分析与论述,我们可以看到,西方学者用经典理论和开创性的研究方法推动了产业经济学的发展,同时也拓展了流通经济学研究的范围。但他们由于缺乏对中国经济的深入了解,几乎鲜有研究中国流通体制的文献。而国内学者却有丰富的本土研究资源,因而研究视角广泛,文献颇多。但无论从什么角度分析流通问题,核心是提高中国流通产业的竞争力。顺着这条思路,有两种研究方向:一是流通产业组织结构的研究。研究思路从结构主义转向厂商主义,即从重视市场结构转向重视企业行为的分析,而产业组织体制和政策框架要解决的根本问题是如何形成有利于企业间有效竞争的格局,争取获得最优市场绩效的市场结构;二是从宏观层面强调流通制度创新。包括流通制度环境创新、商业管理制度创新、流通组织制度创新、流通产业政策体系创新等。

三、中国商贸流通产业发展的挑战与机遇

“十二五”期间,我国商贸流通业取得了长足发展,主要指标达到或超过规划目标水平,为推动国民经济提质增效升级和平稳较快发展提供了有力支撑。2015 年社会消费品零售总额达到 30.1 万亿元,“十二五”年均增长达 13.9%;货物进出口总额达 24.6 万亿元,年均增长 4%;电子商务交易总额达 20.8 万亿元,年均增长 35.8%;单位与居民物品物流总额达 5078 亿元,年均增长 20.8%;快递业务量达 206.7 亿件,年均增长 54.61%;生产资料销售总额达 57.9 万亿元,年均增长 10.0% 等等。总体而言,“十二五”期间的快速发展,呈现出物流需求持续扩大、物流运行效率不断提升、物流服务水平快速提高、物流模式创新发展、国际化程度越来越高、流通业发展的政策与环境持续优化等可喜态势。商贸物流业在取得重大成就的同时,仍然存在一些突出问题。主要表现在:商贸物流网络不完善,基础设施供给不均衡;企业竞争力偏弱,市场集中度较低;专业化、社会化、现代化程度不高;标准化、信息化、集约化水平有待提升。“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段,也是推进供给侧结构性改革的重要时期,商贸流通业的发展虽然面临着诸多新的挑战,但同时也处在一个大有可为的重要战略机遇期。因此,我们必须准确把握战略机遇期内涵和条件的深刻变化,着力在优化商

贸物流结构、增强内生动力、补齐发展短板并取得突破,切实转变发展方式,不断提高商贸物流发展水平。

(一) 中国商贸流通产业的现状及困境

1. 中国商贸流通产业的现状

(1) 传统商贸流通业逐渐呈萎缩趋势。据行业协会数据统计,2014 年我国限额以上企业商品零售额为 12.50 亿元,增长率为 9.8%,但传统零售业呈现超低速发展模式。如百货店增速为 4.8%,大型超市为 5.9%,中小型超市为 8.2%,专业店为 5.0%。很多大型连锁零售业呈现负增长趋势,如家乐福、沃尔玛等跨国连锁超市,近年来相继大量关闭部分门店,营业面积和员工数量都呈现下降趋势。根据中国统计局官方数据显示,2015 年第一季度全国重点大型零售企业销售额下降了 1%,是 2011 年以来最低水平。传统批发业也同样显现萎缩发展状态。很多传统批发市场繁荣不再,据调查统计,长春、广州等许多传统批发市场许多商家入不敷出,很多商家已经选择退出,25% 以上的门店打出“出租”口号,很多门面已经空置。

(2) 电商模式呈高速发展态势。与传统商贸流通业低速发展相比,电商呈现高速发展态势。据国家统计局官网数据显示,2014 年我国电商交易额达到了 13 万亿元,年增长率超过 40%,其中零售额达到了 2.8 万亿元,占社会零售总额的 10.7%,较上年提高了 2 个百分点。自 2009 年以来我国电商销售额已经连续 5 年年增长率超过 40%。每年“双十一”的销售额以及增长速度已经震惊了国内外其他企业,其中 2015 年天猫“双十一”交易额达到了 912 亿元,较上年增长了 40%;订单量达到了 1.2 亿个,较上年增长了 130%。自 2009 年天猫、京东、苏宁易购等大型电商实行“双十一”促销以来,每年“双十一”都打破销售记录,呈现高速发展态势,其中以天猫为主导:2009 年为 0.5 亿元,2010 年为 9.36 亿元,2011 年为 33.6 亿元,2012 年为 132 亿元,2013 年为 350.19 亿元,2014 年为 571 亿元,2015 年为 912 亿元,年均增长速度超过了 50%。

(3) 商贸流通业影响力日益增强。商贸流通业是连接生产和消费的桥梁,对经济的发展起着关键性的影响。并且,随着经济的不断发展和流通条件的改善,商贸流通的影响力日益加强,已经成为经济和消费增长的重要力量。根据国家统计局数据,自 2007 年以来,我国商贸流通业对经济增长的贡献率开始超过了投资和出口对经济的拉动力。2014 年我国商贸流通业占经

济总量的比重超过 13%，而其对经济增长的贡献率也已经超过了 47%，成为促进经济增长的核心力量。并且随着超前消费观念的深入，居民储蓄能力下降、消费能力不断提升，商贸流通业的影响力日益上升。

2. 当前居民消费增长的现状分析

(1) 居民消费水平快速增长，城乡消费差距下降。如图 1-1 所示，2014 年我国居民人均年消费水平为 17705 元，较上年增长了 9.36%，高于 GDP 的增长水平(8%)。其中，农村居民人均年消费 8680 元，较上年增长 11.67%；城镇居民年人均消费 25315 元，较上年增长 7.23%。城镇居民消费水平是农村消费水平的 3.04 倍，但农村居民消费水平的增速近年来一直高于城镇居民消费水平增速，因此二者的差距正在逐渐下降，相比 2006 年城乡消费差距 3.53 倍，差距下降幅度很大。

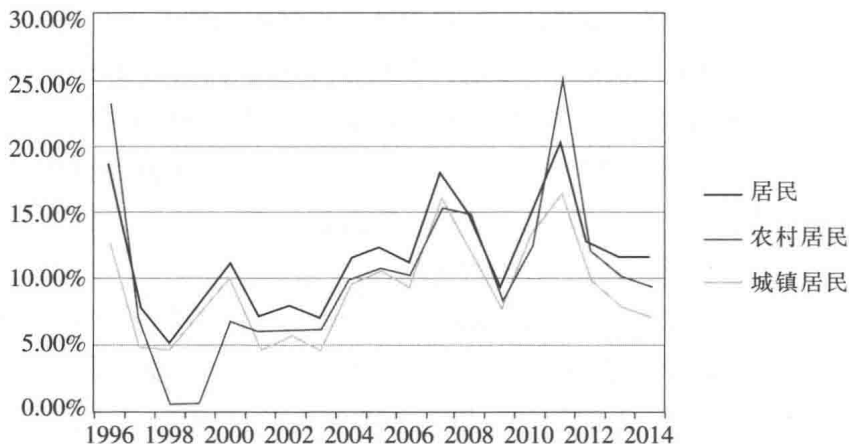


图 1-1 居民消费增幅变动趋势

数据来源：国家统计局官网。

(2) 消费水平占收入水平的比重下降，居民超前消费意识不强。虽然我国居民消费水平不断上升，但消费占收入的比重不断下降。图 1-2 为消费占收入的比重变化图。由图 2 可知，城镇居民消费占比一直保持下降趋势，在 1995 年为 111.35%，属于超前消费；而 2014 年下降至 87.77%，下降了 23.58 个百分点。农村居民消费占比变化不大，1995 年为 85.19%，2014 年为 82.75%，但整体表现为小幅上升趋势。由此可以看出，虽然很多居民利用信用卡实现提前消费，但整体而言，我国超前消费不强，居民的储蓄能力依然很强，消费占比在不断下降。

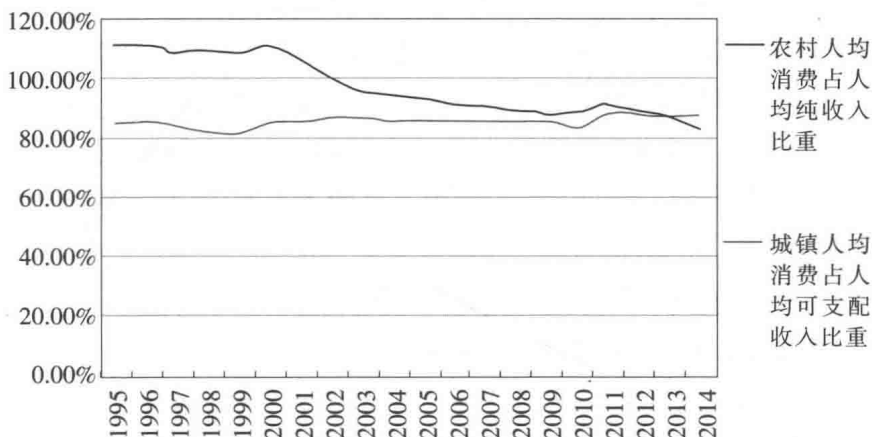


图 1-2 居民消费占收入的比重变化

数据来源:国家统计局官网。

3. 国内流通产业面临的困境

经过改革开放的发展,我国商贸流通产业取得了长足进步。但是,流通企业的组织化程度、现代化水平、经营规模、经营效率还不能适应国民经济发展的需要。目前国内流通产业存在着“六低”的不正常现象:

一是社会化程度低。近年来零售企业数量和规模虽然快速扩张,但整个社会化服务体系建设相对滞后。

二是信息化程度低。许多零售企业内部管理仍然停留于人工操作,企业信息化投资偏低,信息化水平不高。

三是国际化程度低。与国外大型零售业,如沃尔玛等巨头相比,我国零售企业走出去开拓国际市场并带动国内商品出口的很少,国际化程度还远远不能满足当前经济发展的要求。

四是标准化程度低。我国流通领域缺乏真正与国际接轨的标准体系,这也是我国流通业可持续发展的制约瓶颈。

五是规范化程度低。无休止的价格战、故弄玄虚的商品打折、大零售商对供应商的“霸王条款”等零售行业中的不规范现象屡见不鲜。

六是管理水平较低。主要经济指标与跨国商业企业相比差距很大。

流通产业的长期低水平发展会直接延缓国内工业生产的发展步伐,并最终阻碍产业结构升级。从国际层面看,外资进入流通产业,最终影响的是中国制造业。外资企业拥有的巨额订单和大规模商品采购能力,明显把持了流通业的优势和定价优势,据此完全可以向制造业终端,乃至向中上游产

业链实施纵深控制,直至“掌管”中国的产业结构;外商所给出的批量和价格“订单”,完全可以决定国内众多制造商的销路和生死。我们对外资的这种能力和战略上的考虑不可掉以轻心。正因如此,壮大国内流通业,发挥其调整优化产业结构的主角功能十分迫切,意义深远。中国在对外开放、世界经济一体化过程中,理应在世贸组织框架下就国内流通业、制造业和产业结构,做出独立自主的政策安排。

(二) 中国经济发展给商贸流通产业带来巨大机遇

1. 人民收入水平与消费层次快速提高

据不完全统计,近年来,随着城乡人民收入水平的迅速提高,居民收入中用于消费的部分也同步快速提升,在经济发展的现阶段,消费提高的幅度大于收入增加的幅度。

2. 城市化的推进,加速了商贸业发展的步伐

“城市”的最大特点不是地域概念的“城”,“城”只是城市的外壳,真正的城市特点在于它的内核——“市”,市才是城市的灵魂。“市”是什么?是市场,是贸易,是流通。现代城市建设与城市经济的发展,要求有发达的商贸业来体现其繁荣及对周边村镇的吸引力。商业中心、商业广场、商业街、现代购物中心等,是城市繁华和特色的体现,发达的商贸业在城市内部产生凝聚力,构成城市居民优美舒适的生活环境,满足城市工业经济对价值实现的需要;同时又辐射城市周边,甚至波及全国的购物、旅游、观光和娱乐的理想场所。

3. 城市各类商品流通环境大为改善

中国改革开放以来的经济政策从体制、商品、市场等方面,解除了对城市流通业的禁锢,带来了流通业从业人员,使经营网点、商品购销等服务特色迅速恢复和迅猛增加,商贸流通产业发展环境大为改善。

4. 农村经济的快速发展,加快了国内流通产业的发展

随着中国农村经济改革的深化,农村经济发生了巨大的变化,农副产品购销体制改革、农村生产资料供应方式转变,要求有新流通体制相适应,也要求有适应农村流通与消费需要的商贸业大发展。

(三) 中国商贸流通产业的发展

1. 商贸流通产业在当前经济生活中的重要作用

(1) 流通是我国社会主义市场经济发育和成熟程度的主要标志。随着