



高等院校经济、管理类专业
“十三五”规划教材

*zhongguo shangpin jiaoyi
shichang yunxingxue*

中国商品交易市场运行学

刘天祥 著

校外借



中南大学出版社
www.csupress.com.cn



高等院校经济、管理类专业
“十三五”规划教材

*zhongguo shangpin jiaoyi
shichang yunxingxue*

中国商品交易市场运行学

刘天祥 著



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

中国商品交易市场运行学/刘天祥著. —长沙:中南大学出版社,
2017. 1

ISBN 978 - 7 - 5487 - 2708 - 8

I. 中... II. 刘... III. 商品市场—市场运行—研究—中国
IV. F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 011591 号

中国商品交易市场运行学

刘天祥 著

☐责任编辑 陈雪萍

☐责任印制 易建国

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-88876770

传真:0731-88710482

☐印 装 长沙印通印刷有限公司

☐开 本 787×960 1/16 ☐印张 19.5 ☐字数 402 千字

☐版 次 2017 年 1 月第 1 版 ☐印次 2017 年 1 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 978 - 7 - 5487 - 2708 - 8

☐定 价 49.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

目 录

绪 论	(1)
第一章 商品市场的系统认识	(10)
第一节 商品市场与商品流通体系	(10)
第二节 商品市场的概念	(18)
第三节 商品市场分类	(21)
第四节 商品市场集群	(32)
第二章 商品市场运行的基本特征与基本功能	(36)
第一节 商品市场运行的基本特征	(36)
第二节 商品市场运行的基本经济功能	(46)
第三节 商品市场运行的基本社会功能	(51)
第三章 商品市场形成与发展的理论与机制	(55)
第一节 商品市场形成与发展的外部条件	(55)
第二节 单一商品市场形成与发展的交易费用节省分析	(72)
第三节 商品市场形成发展的效用水平分析	(94)
第四节 商品市场形成与发展的制度变迁机制分析	(97)
第四章 中国商品市场发展的进程与趋势	(103)
第一节 商品市场演进的逻辑轨迹	(103)
第二节 新中国商品市场的建设与发展	(126)
第三节 中国商品市场未来发展的趋势	(130)
第五章 商品市场的布局与选址	(138)
第一节 商品市场布局概述	(138)

第二节	商品市场布局的相关理论	(140)
第三节	商品市场选址的影响因素	(146)
第四节	商品市场选址的基本流程	(151)
第五节	商品市场选址的基本原则	(157)
第六章	商品市场营运的组织结构与组织形式	(162)
第一节	商品市场的主体结构	(162)
第二节	商品市场的载体结构	(173)
第三节	商品市场的资产经营权结构与治理模式	(176)
第四节	商品市场经营公司的商品经营模式	(182)
第七章	商品市场的营运流程组织	(186)
第一节	商品市场的营运组织	(186)
第二节	农产品市场交易流程的组织	(195)
第三节	商品市场物流、配送与冷链的组织	(205)
第四节	商品市场的营运机制	(212)
第五节	商品市场行为主体的合作博弈与解决机制	(215)
第八章	商品市场经营公司的营运管理	(224)
第一节	商品市场营运管理的任务与目标	(224)
第二节	商品市场的经营定位	(228)
第三节	商品市场招商	(235)
第四节	商品市场的营销理念与战略	(243)
第五节	商品市场的营销策略	(252)
第六节	商品市场内部的日常营运管理	(257)
第七节	商品市场营运绩效评价	(261)
第九章	政府对商品市场的管理与支持	(267)
第一节	商品市场管理概述	(267)
第二节	商品市场的规划与申办管理	(276)
第三节	商品市场主体管理	(279)
第四节	商品市场客体管理	(284)

第十章 闲置市场及其启动	(294)
第一节 闲置市场概述	(294)
第二节 闲置市场出现的基本成因	(295)
第三节 闲置市场启动的政策措施	(298)
部分参考著作	(304)
后 记	(305)

绪 论

一、研究背景

在中国特色社会主义市场经济体制建设的进程中,有形商品交易市场(以下简称商品市场)获得了快速发展,对于中国经济的持续稳定增长产生了极其重要的影响:

1. 商品市场是实现内需推动经济持续稳定增长的重要平台。自 1978 年改革开放以来,中国商品市场发展实现内需推动经济持续稳定增长是一个十分显著的现象:

第一,中国市场经济的改革与发展是从消费品竞争型产业^①开始切入的。消费品产业是发展中国家实现独立与发展的基础性产业。消费品产业主要涉及农产品与工业消费品两大类,从不严格的意义看,它们都属于完全竞争型产业;中国消费品产业资本的有机构成与技术门槛低,市场容量大,产业的外部规模经济发展水平显著大于厂商的内部规模经济发展水平,制度变迁激活资源配置效率、驱动经济增长的空间极大。1978 年以后,中国在推进社会主义市场经济制度建设的不断探索中,抓住“制度变迁释放内需、对外开放争取外需”这两大类市场需求,从加快制度变迁、提升有效供给、改善民生福利、开放带动增长出发,首先从竞争型消费品产业切入,逐步建设起了现今世界最大的消费品竞争型产业,使中国经济获得了 36 年年均 9.8% 的高速增长,形成了经济增长的中国现象。

第二,中国消费品产业的持续增长是通过大量中小微生产商的发展来推动的。尽管中国消费品产业创新能力在不断增强,但由于生产力发展的水平较低、由于完全竞争机制、由于产业的外部规模经济发展水平显著大于厂商的内部规模经济发展水平,单一厂商不可能都具有内部规模经济优势:农副产品主要是由实行联产承包经营的农户家庭、农业合作社与家庭农场来生产的,工业消费品主要是由城镇数量庞大的中小微厂商生产的。尽管生产组织化程度低的情况正随着农民专业合作社经济组织、家庭农场等的发展而在逐步改变^②,但农户参加专业合作社的比例不高,难以迅速形成农业产业的规模经济效益,加快土地

① 本教材的全部讨论以消费品竞争型产业为基础,讨论的结论对于其他工业品竞争型产业也是适用的。

② 据美国农业部发表的“2014 年版美国农场报告”,美国家庭农场的耕地占全国农业土地面积的 73% 左右,小、中与大型家庭农场占家庭农场的比重分别为 89.7%、5.7%、2.7%;平均土地规模分别约为 350 亩、5400 亩、13200 亩;湖南省的经验统计为土地经营权流转总面积约占耕地面积的 22.3%;我国农业劳动生产效率是世界平均水平的 64%,是美国农业劳动生产效率的 1%。

流转不能超越现阶段我国农村人口的现状、农业资源条件和农村改革发展的实际情况。农村完善土地联产承包经营模式、城市发展非公有制形成的经济体——中小微型企业均已获得合法身份载入宪法并将长期存在下去,且其在经济中所占比重日益上升^①,仍将成为吸纳城乡劳动力转移、增加就业、扩大内需、拉动经济持续增长的长期增长点。截至2015年底,全国工商登记实有各类企业突破1800万户,其中一、二产业占比为27.68%;之中的中小微企业占比99.7%,^②且每年以7%左右的速度增长;使用了全国20%的金融资源,创造了GDP的60%、工业新增产值的74.7%、税收的50%以及出口总额的62.3%,提供了全国城镇就业岗位的80%左右。

第三,中国中小微厂商与农户的商品销售主要是依赖商品市场的集聚交易实现的。竞争型产业可能具有的外部规模经济、外部范围经济属性与并非所有厂商可能具有的内部规模经济、内部范围经济属性,决定了单一厂商、农户不可能都构建起产品的直销渠道体系,都只可能构建产销分离为主的分销渠道体系,商品市场则是分销渠道体系建设中的一个关键性环节。其一,由于厂商、农户绝大多数不可能具有内部规模经济、内部范围经济优势,自建流通渠道、采用供应链一体化管理机会成本高昂,其产品大多数需要通过中间商的分销而进入商品流通领域;其二,竞争型产业的外部规模经济、外部范围经济属性也决定了流通业的外部规模经济、内部范围经济属性。与竞争型产业中单一厂商不可能都做大做强一样,单一中间商绝大多数不可能具有内部规模经济、内部范围经济优势,这势必拉长流通环节,提升流通成本,不仅呼唤产业链生产环节厂商集聚生产的形成,而且呼唤流通环节交易商集聚交易的形成,以集中的公共交易平台、共享(冷链)物流、集中的交易时间形成共生的外部规模经济、外部范围经济,对接生产的外部规模化与消费的集群化,平衡生产与消费的时空差,推进一、二、三产业资本的深度对接,获取产业链规模经济优势,从而减少流通环节,降低商品流通成本,提高产业链资源配置的效率。这种交易商在批发环节的空间集聚的主要形式就是批发交易市场及其集群,在零售环节的空间集聚的主要形式就是商业街及其集群。因此,商品交易市场正是中小微企业与农户快速成长的最佳平台。2015年,国内消费对经济增长贡献率^③已达66.4%,商品流通增加值占国内生产总值的13.3%,按照增加值占GDP的5%即可称为支柱产业的国际惯例,商品流通业早已成为我国重要的支柱产业;全国社会商品零售总额中,工业消费品的40%、农产品的80%、生产资料商品的50%都是经过商品交易市场实现的。全国批发交易总额中,70%以上是经过商

① 经验研究表明:平均企业规模遵循一个倒U形变化趋势。参阅杨小凯、张永生合著:《新兴古典经济学和超边际分析》(修订版),社会科学文献出版社2003年版,第220页。

② 根据国家工商总局官网数据整理。

③ 某产业部门对国内生产总值增长率的贡献=(该产业部门当年增加值-该产业部门上年增加值)/上年国内生产总值。

品交易市场实现的。通过商品交易市场交易的成交额年平均增长速度约在 23% 以上。商品市场经营的产品已囊括了农产品、工业消费品的大部分,尤其是农副产品,已经形成了从产地市场到中转批发市场,到销区批发市场,到零售市场这样一个完整的市场流通体系。1978 年以来,中国商品市场在各经济区快速发展,促使农产品商品率由 30% 上升至现在的 85% 以上,在完善消费品产业链、支持消费品生产可持续与规模经济发展、满足居民消费需要、降低交易费用、提升产业链效率、实现区域经济可持续增长中发挥了巨大的、积极的作用;最初自发形成的商品交易市场,如今的体量在区域经济发展中已占到了相当大的比重。浙江、江苏、河北、广东、福建等地区商品市场带动中小微企业产品价值的实现、消费品产业竞争优势的提升、块状经济的增长的实践为我们提供了详实的案例。

“从竞争型产业起步”决定了建设商品流通体系的重要意义,决定了流通从中介地位向中心地位转移趋势的日益凸现;“中小微型企业经济”决定了商品流通的外部规模经济属性,决定了提升流通组织化程度的意义;“世界上人口最多的发展中国家”决定了以内需为主推动经济持续增长;“外部规模经济属性下分销渠道体系建设”决定了商品交易市场组织流通的中国现象。商品市场是现阶段中国商品流通满足上述几个意义的现实选择,建设与营运好商品交易市场必然成为维护竞争型产业正常运转、实现内需拉动经济增长的十分重要的路径。

2. 商品市场是外需拉动经济增长的重要通道。开放经济下,外需拉动经济增长是发展中国家经济管理的重要路径,也是中国商品市场营运效率提升的工作目标。第一,商品市场是国内中小微企业产品进入国际市场的重要通道。自中国正式加入 WTO 起,商品的国际贸易由进出口贸易公司运作为主转向主要通过拥有自营出口权的厂商自营出口,并借助产品批发市场加跨境电商来完成。2015 年,国务院《关于支持进出口稳定增长的若干意见》正式实施,正式获批试点的义乌小商品城等通过“市场采购贸易方式”^①走上了外贸之路。现在,义乌市场外国采购企业已达 500 多个,常驻外商 7000 余人,一些中小外国采购商在义乌设立的采购代理数以千计;2015 年市场仅出口中东就达 583 亿元,并通过中东直接或间接转销非洲、欧洲,占全市总出品额的 27.7%。市场商铺面积虽然不大,通过线上、线下的运作,拓展的却是全球市场;地理位置虽然并不得得天独厚,物流却通往世界。批发市场已经形成竞争型产品国际贸易的重要平台,并大步往向外设子市场递进延伸,从商品输出转向资本输出,从工业资本输出转向商业资本输出,建设强大的自主购销渠道,获取“工业利润+商业利润”两个利润。第二,商品市场是国外商品进入中国的重要通道。国外

^① 市场采购贸易方式,是指在经认定的市场集聚区采购商品,由符合条件的经营者在采购地办理出口通关手续的贸易方式。该贸易方式的采用进一步简化了市场采购出口商品增值税征、退管理方式,进一步提高了市场采购出口商品通关便利,积极推进了小商品国际贸易汇兑制度的创新。

消费品通过“专卖店→代理馆→设口岸”等方式加速度入驻中国各商品市场,虽然带来了新的竞争,也有利于增加国内有效供给,满足国内生产生活需求,平衡进出口,推进中国经济的创业创新和产业转型升级,强有力地推动海外消费回流,为振兴国内市场提供新动力。结合中国实施的“一带一路”战略,中国的批发市场将成为进出口贸易的重要窗口。从2008年起,义乌市场就开始设立进口商品馆,吸引优质境外品牌落户市场。2016年已经有100多个国家的5.5万余种商品入驻,进口商品馆内一级代理商达50%以上;长沙打造的步步高梅溪新天地“中国(长沙)跨境电商体验街”,为湖南省首条跨境电商体验街,引入韩国等国本土品牌,为实现上述目标作出了贡献;长沙高桥大市场等一批规模商品市场还设立国际商品展示贸易中心,在此基础上定期召开国际采购对接会,为国际采购商与本土企业搭建了一个高效率、低成本、面对面的最佳贸易合作平台,实现由单纯内贸向“内贸+外贸”的转变。

3. 商品市场的有效运行是提升国民经济整体运行效率的重要切入点。根据新兴古典经济学的研究,经济的增长以劳动生产率的提高为基础;劳动生产率的提高以专业化与分工为基础;专业化与分工导致劳动生产率提高、商品资源总量增加的同时也导致交易费用的提高。在其他条件不变时,专业化与分工发展以及生产效率的提高又以交易效率提高、交易费用降低为前提;交易效率的提高、交易费用的降低又以商业为媒介的商品交换效率提高为主要途径;对接竞争型产业链的、以商业为媒介的商品交换效率的提高又以商品市场业态及其交易效率提升为主要路径;因此,经济效率是交易效率的复合函数,流通效率决定生产力水平。研究表明,^①在社会再生产时间中,生产加工时间只占5%左右,而产前流通和产后流通时间占据95%左右,而这一部分时间又主要耗费在商品市场流通业态的商流时间与物流时间中。根据测算,流通业增加值每增加1个百分点,可带动GDP增长0.129个百分点,拉动消费增长1.027个百分点,可以带动流通业就业人数增长1.25%,并带动经济结构的优化和升级。^②现阶段我国商品市场是消费品流通组织体系的主体,它的总体数量与规模都相对较大,对商品生产与商品消费的影响最为深远,它的有效运行对于降低交易费用、促进消费品产业链的持续发展、化解产能过剩、优化产业结构与产品结构调整、扩大市场消费需求、促进就业、促进财政增收以及促进社会消费品零售总额贡献率和商品流通产业对GDP的贡献率日益提升^③,对于城乡精神文明建设等,都具有不可估量的作用,是实现“一、二、三”产业链联动发展、提高国民经济运行效率的重要切入点。

① 郑峰:《生产专家:合理利用提前期,提高生产效率》,《硅谷动力》,2007年第10期。

② 王德章:《现代流通业在城市经济发展中的作用研究》,《经贸参考》,2008年第13期。

③ 商品流通产业对GDP的贡献率是指商品流通产业对国内生产总值增长速度的贡献率,等于商品流通产业增加值增量与GDP增量之比。增加值增量均按不变价格计算。

综上所述,商品交易市场的发展对于1978年以来中国经济的持续稳定增长产生了极其重要的推动作用,深入研究中会看到其对中国的社会发展也产生了极其重要的推进作用。但是,21世纪以后,中国社会主义市场经济发展中,商品交易市场的自身发展也受到了来自内外生变量变动与其他业态发展的冲击。商品交易市场的波动发展这一现象的经济学解释是什么?它与竞争型产业链发展、内外贸易一体化、区域经济持续增长、社会福利水平持续提升如何科学关联?它在中国经济新常态下的发展趋势如何认识?是否属于“过渡业态”——或将出现“功能衰退乃至消亡”,抑或呈现“演化升级”?如何科学组织商品交易市场运行,提升其运行效率与效益,促进竞争型产业资源配置效率的不断提升、区域经济的持续增长、民生总福利水平的持续改善?这些问题目前并没有形成共识,也不能完全用西方主流经济学进行解释,需要从经济学的基础理论出发,结合中国国情、区情,采用科学的研究方法,进行深入、系统、多维度的研究。

商品市场在欧洲市场经济国家最早出现于13世纪,且集市贸易也曾经出现过规模扩大和专业化程度增强趋势(Braudel, 1975)。在15、16世纪前后,欧洲各国先后出现了葡萄酒、皮鞋、毛皮等专业市场。工业革命时期,专业市场的发展也达到鼎盛时期,对于推动竞争型产业和经济的发展发挥了巨大的作用(R. J. Bromley, 1971)。此后,因不同国家竞争型产业发展战略与模式的差异化而出现不同发展之路。随着少数发达国家竞争型产业的内部规模经济扩大、产业结构升级加快、产品深加工比重大,产品主要面向国际市场;中低端竞争型产业部分更是逐步向发展中国家转移;随着居民收入水平与需求层次相应提高和产品与产业的升级,厂商转而创建各自的品牌,通过规模批发商及其分销渠道网络以获取更多的经济收益;随着电子商务等业态的发展,随着政府的宏观调控政策与方式向间接调控的改变,专业市场作为一种实体店属性、为中小生产商服务的公共交易平台,在这些国家的工业消费品流通体系中的主体地位逐渐下降^①;在广大发展中国家,依托专业市场平台组织商品流通仍然相当普遍;2016年开始建设的阿联酋“迪拜批发城”(Dubai Wholesale City),计划投资300亿迪拉姆(约82亿美元),占地5500万平方英尺,可容纳1.5万批发商,在10年内将成为全球最大的商品批发中心。农产品流通体系中,专业批发市场仍然是世界各国的流通主渠道,尤其是产地批发市场,依然是连接小生产和大市场的最主要的桥梁,对实现农产品规模化、标准化生产,对农产品结构调整、产销对接、提升流通效率、增加农民收益等都具有重大意义,并出现基于产业化发展水平差异的北美模式、欧盟

^① Miller(1978)、Pinell(1992)、Britnell & Campbell(1994)、Kowaleski(1995)等国外学者认为专业市场在企业成功创立产品品牌和销售渠道后就会成为相对低效率的劣质经济组织形式,随着厂商内部规模经济的提升与消费需求层次的提升,专业市场必然趋于消亡。受“市场消亡论”影响,国外学者对专业市场的研究中断了很长时间。直到目睹中国专业市场的蓬勃发展,才重新开始审视专业市场的未来前景。

模式、东亚模式等代表性模式^①。比如法国、日本等国,农产品流通至今有50%是通过批发市场进入零售领域的。法国伦吉斯批发市场(欧洲最大的农产品批发市场)、德国汉堡批发市场(欧洲第二大新建批发市场)、荷兰阿斯米尔花卉拍卖交易所(世界最大、最先进的花卉拍卖市场),它们今天仍然在发挥着主体地位的作用^②。

在商品流通、市场发展与区域经济增长的理论研究上,西方经济学表现出长期的、逐步深入的探索。前古典经济学时期,重商主义认为,财富来源于流通领域,商业是致富的源泉,对外贸易增加一国财富的总量;古典经济学假设交易费用为零,不考虑行为选择背后的价值判断,认为分工与专业化发展是区域经济增长的重要源泉,分工与专业化引发交换,分工和交换的互动形成商品流通,并进而推动劳动生产力的提高、促进区域经济增长。新古典经济学认为,在分工与专业化既定、资源稀缺度既定时,技术进步、资本与劳动等要素投入是经济增长的重要源泉;在阐述市场机制配置资源时,继承古典经济学的衣钵,也假定交易成本是零,在没有交易成本的情况下,所有的生产都可以通过个人之间的市场直接交易完成,根本无须借助于企业这种组织形式,无须通过中间商实现交换的过程,商品流通问题被置于生产问题的研究之中,独立研究已经没有必要,从而抹去了对商品流通、商品交易市场等问题的专门研究;国际贸易理论认为,商品流通一旦扩大到国与国之间,由于要素难以自由流动和供需难以自动达到均衡,用新古典经济学的市场自动出清的理论假设来研究就难以成立。贸易源于“绝对优势”、“相对优势”和“要素禀赋”,“规模经济”、“知识外溢”和“干中学”等解说,国际贸易与国内贸易对一国经济增长有着重要作用。新制度经济学对新古典经济学零交易费用的假定进行了批判,认为交易费用的不同导致市场和企业两种不同的资源配置形式,并由此形成了不同的交易制度安排;以交易费用作为构建经济分析框架的核心,其关于交易费用、信息不对称、垂直一体化等问题及其对商品交换的影响陆续进入人们的研究视野,为商品流通问题的研究提供了新的分析方法。新兴古典经济学则彻底抛弃了新古典经济学中的消费者与生产者既定及绝对分离的假定,在继承古典经济学基础上,给出了中间商集聚交换的形成与发展演进机制,认为交易组织都是分工演化的产物,认为在分工与专业化的发展中,存在交易费用增加与劳动生产效率增加的“两难选择”,以商业为媒介的商品集聚交换是节省交易费用、破解“两难选择”、推动区域经济增长的重要路径;采用超边际分析方法对商品交易效率促进分工与生产率水平提高、国内外贸易一体化、商品流通及其业态的运行过程提出了独到的解释,在很大程度上弥补了西方主流经济学对于商品流通基础理论研究的滞后,引起了人们对于商品流通问

① 陈炳辉、安玉发:《产品批发市场发展模式国际比较及对中国的启示》,《世界农业》,2006年第2期。

② 美国经济分析局官网显示:农产品经过批发市场流通的比率,美国为20%,欧洲为50%,日本为60%~70%。而中国的经验统计数据为70%~80%。

题研究的高度重视并使之重新成为现代经济学研究的一个重要选题。此外,行为经济学、空间经济学、产业组织理论、市场营销理论及演化经济学等非主流经济学都对商品流通问题的研究提供了新的研究视角、定位、理论观点和立论依据。^①

当代西方发达国家,商品流通的实践多源自于本国经济的国际市场定位,多从厂商全球市场营销的微观角度出发,面对的是基于全球市场的商品物流、商品流通渠道及其绩效、商品供应链管理等内容。但与基于国内市场的中国同行研究与实践比较,在视角上有较大的差异。中国作为现今世界最大的发展中国家,社会主义初级阶段生产力多层次发展将长期存在,社会主义市场经济制度将长期存在,表现为竞争型产业的外部规模经济与外部范围经济发展将长期存在,农村家庭承包经营将长期存在,加上消费偏好的多样性也将长期存在,生产者的内部规模经济与内部范围经济不可能一蹴而就。这一国情决定了以商品交易市场为代表的商品流通组织体系及其效率提升在中国经济的未来发展中还将继续发挥巨大的作用,尤其是农产品批发市场必将继续保持农产品流通的主渠道地位。对商品交易市场运行的研究表面上来看是非常本地化的课题,但其实对其他发展中国家都有借鉴意义。改革开放以后,中国商品市场在商品流通体系的主体地位与完全竞争属性引发的活力引起了国内学者的重视,以浙江的学者为代表从20世纪90年代开始展开研究,虽然没有形成完善的理论框架和成熟的结论,也形成了一批文献,也引起了国外学者的关注,如美国的芝加哥大学、英国的卡迪夫大学、日本的流通科学大学、澳大利亚的悉尼大学与莫纳什大学等一批国外知名大学还设有流通科学、专业市场方向的研究项目或博士论文选题,或到中国做商品市场与流通问题的调查研究,以此来观察与研究中国市场经济的改革与开放;还有一批学者则从社会学、历史学、管理学等角度对商品交易市场展开研究,都得出了各自有意义的研究成果。

二、内容体系

本书稿旨在研究在中国特色社会主义市场经济体制建设的进程中,国内有形商品交易市场(以下简称商品市场)发展、运营与管理的规律,论证商品市场的有效运行促进竞争型产业可持续稳定增长以更好地满足城乡居民消费需求、更好地节省商品流通成本、提升商品流通效率,最终促进区域经济增长、增进民生福利的原理与路径,分析商品市场科学营运与管理的流程与规律,为政府流通经济政策的制定、为商品市场营运公司营运与管理效率提升提供指导。

本书分为基础理论与营运实务两个部分。第一至四章为商品市场运行的理论分析部分,主要以市场经济制度为背景,从经济学的基本原理入手,吸取新兴古典经济学的基本

^① 参阅王锦良、晏维龙、魏建农等的博士论文中的相关文献综述。

假设与基本思想观点,讨论商品市场的类型、属性与运行特征、商品市场演进的经济学逻辑过程,归纳出商品市场是商品经济发展中必然出现的具有完全竞争属性的商业业态,商品市场演进的主要外生变量是竞争型产业外部规模经济与外部范围经济的发展,主要内生变量是单位交易费用节省、效用水平的提升、内生报酬的增长,商品市场是自由竞争的市场经济社会消费品流通体系中的主体商业业态的基本认识,分析商品市场的建设与发展推进交易费用节省与交易效率提升、促进分工与专业化发展、促进国民经济增长的联动关系,并寻找时间动态背景下内需拉动区域经济增长的规律、路径与措施。第一章首先从整个商品流通业态的认识出发,引出对于商品市场这种业态的基本概念、类型、商品市场集群的认识;第二章从有形商品市场与其他商业业态对比的角度,从新兴古典经济学的基本原理出发,集中分析商品市场的运行基本特征与基本经济功能、基本社会功能;第三章首先分析商品市场形成与发展的外生变量,然后以经济学理论中的交易费用理论、效用理论、制度变迁理论等为基本分析工具,分析商品市场形成与发展的重要内生变量,在此基础上分析商品市场演进的制度动力,丰富和发展商品流通演进推动区域经济增长机理的研究。第四章从历史与逻辑相结合角度对中国商品市场的演进过程进行分析,对新中国商品市场建设与发展的历程进行了梳理,在此基础上对商品市场的发展趋势进行分析。第五至八章为商品市场运营与管理的实务分析部分,从商品市场营运公司有效组织商品市场的营运出发,集中讨论商品市场的运营流程,市场资产营运、商品营运与市场整体营运管理的合理组织,提升商品市场营运效率的基本途径。第五章分析商品市场布局、选址与内部布局,首先介绍市场布局的基本理论,商品市场布局与市场选址的影响因素,商品市场选址的基本原则,商品市场内部布局模式;第六章从主体、载体角度分析商品市场的组织结构,从所有权出发分析商品市场的组织结构与资产经营模式;第七章分类探讨商品市场营运过程的经营的组织、物流的组织与营运机制;第八章探讨商品市场经营公司的市场资产营销管理,从市场资产营销管理的任务与目标、经营定位、商户招商、市场整体营销管理等几个方面集中分析与展开,以降低商品市场营运的内生交易费用、提升交易效率,是本部分的重要内容。第九至十章为商品市场管理与调控部分。第九章从国家的宏观管理角度,正面分析、介绍国家对于商品市场管理的内容、方法、管理流程,以降低商品经营的外生交易费用、提升交易效率等;第十章分析闲置市场的启动,从反面印证政府对商品市场营运管理与调控以降低市场营运总交易费用、提升交易效率的正确流程,并以此作为书稿的结尾。

三、研究创新

一是立足于中国商品流通的关键问题、发现中国商品流通的基本事实,运用新兴古典经济学、新制度经济学等学科的基本理论,系统分析中国商品市场形成发展的经济学依

据,得出具有中国意义的一些结论。与以往关于商品流通体系的相关学术专著与教材比较,在问题切入与认识层次上大大上升。二是从中国有形商品市场经营公司出发,首次集中讨论商品市场的类型、属性与运行特征,商品(专业)市场演进的逻辑与历史进程,商品市场营运的基本流程,商品市场营运管理的基本内容,政府对中国商品市场管理的基本内容与方法等知识点。研究的目标非常明确与集中,针对性强,对于中国商品流通中的专业市场组织体系与业态营运的指导性强。三是注意从基本概念、基本理论、基本方法入手,在努力构建自己的概念体系的基础上形成理论体系,形成相对成熟与系统并具有不可替代、不可或缺和原创性色彩的知识。

第一章 商品市场的系统认识

第一节 商品市场与商品流通体系

一、商品流通是市场经济有效运行的中心环节

一国经济增长取决于多种因素。在其他条件不变时，商品流通的科学化与合理化是其中的一个重要因素。商品流通是以商业为媒介的商品交换，包括商流、物流、信息流、资金流这四个相互联系又相互独立的流通形态。古典经济学忽视交易费用的存在，认为商品经济条件下，社会再生产是由生产、分配、交换、消费四环节组成的循环往复的过程。中世纪后生产的分工与专业化的加快发展推动了经济发展，经济发展与多种所有权制度引发了生产的单一性与消费的多样性、生产的多种所有权属性与消费的大众属性等矛盾，矛盾的解决必须依托于货币与商品交换，商品交换又必须依托于以中介商人（批发商与零售商）为主媒介的商品流通；给定生产分工与专业化发展水平下，商人在给定的空间上聚集交易则形成商品交易市场。因此，在其他条件不变时，商品流通是商品经济有效运行的中心环节。新古典经济学继承古典经济学的衣钵，假定商品交易直接发生在生产者与消费者之间，因此忽视了中间商的存在以及他们在组织和协调商品交易中的作用，认为在生产的分工既定与资源的稀缺度既定下，微观主体自由的、直接的商品交换及其空间的扩展，直接实现产业发展的绝对优势、相对优势、资源禀赋、规模经济，能够解决生产与消费的时空矛盾，解决信息不对称、消费偏好差异等的均衡，最终促进资源配置效率的提高与社会总产出的提升；生产中存在着规模经济冲动，消费者存在消费多样化偏好，规模经济和多样化消费之间存在“两难冲突”，解决“两难冲突”的办法是国家与地区之间开展自由贸易。凯恩斯经济学从短期出发，认为有效需求决定一国国民收入的增长，有效需求是由生产者与消费者在市场直接进行商品交易来实现的，同样忽视中间商为媒介的商品流通的存在。新兴古典经济学进一步认为，在其他条件不变时，生产的日益分工与专业化发展是劳动生产率提高与社会总产出增加的有效路径。在分工与专业化的发展中，存在交易费用增加与生产效率增加的“两难选择”，这种两难冲突的结果，会产生最优分工水平；伴随着生产分工的演进，每个人的专业化水平、生产率、贸易依存度、商业化程度、内生比较利益、生产

集中度、市场一体化程度、贸易品种等都会增加,同时自给自足程度下降。而保障分工的演进、破解“两难选择”、形成全国乃至全球统一市场、推动经济增长实现的路径之一是商品交易效率的提高,交易效率的提高路径之一是交易费用下降,交易费用下降的路径之一是通过商品交易的集聚消灭信息不对称、增加外部性而降低交易费用,商品交易集聚的路径则是建设商品交易市场。专业中间商是交易效率充分改进(或单位交易费用不断降低)所导致的分工演进的产物,通过专业中间商内部分工与专门化组织商品交易市场的集聚交易能显著提升商品交易效率,并使商品生产的活动成为有效的活动。并且,随着商品生产的规模化与专业化、随着商品交易的扩张,中间商在特定的商品交易活动中将变得规模化与专业化,使得中间商的商品经营范围更为集中,商品交易效率将进一步提高,这将导致局部报酬递增;而交易效率的提高能使分工的好处大于交易费用,就能有效地解决产业的专业化分工与交易费用节省之间“两难冲突”的矛盾,能够有效地促进生产的专业分工发展、有效地促进商品消费、有效地增进社会福利水平,从而显著促进社会生产力的提升与国民经济的增长,已经被经济学证实。于是,商品交易市场与商品流通在国民经济的运行中具有基础性和先导性地位。

二、商品流通体系

商品流通体系是指经济社会推进商品流通高效率实现的各种要素(流通主体、流通客体、流通业态载体以及其他各种必要的流通基础设施、辅助条件等)组成的有机统一体。商品流通体系是商品流通产业专业化分工发展的结果,商品流通产业专业化分工发展的理论基础是交易费用的节省与交易效率的提升。商品流通体系有多种认识与划分角度。(1)从商品流通的主体(组织者)角度看,有生产商(龙头加工企业、农业生产合作社、农产品协会等)主导的商品流通体系、交易商(专业批发公司、商业连锁经营公司)主导的商品流通体系、终端消费者(如政府采购)为主体的商品流通体系。(2)从商品流通客体角度看,有农产品流通体系、工业消费品流通体系、生产资料流通体系;(3)从商品流通的业态载体角度来看,有商品市场实体业态载体主导下的商品流通体系与非实体业态载体主导下的商品流通体系。商品流通体系是商流、物流、信息流和流通服务的统一体,大多数商品流通尤其是农产品流通主要是通过实体商品交易市场来集聚实现的,实体市场集聚下的流通体系是现阶段中国商品流通体系的核心组成部分。(4)从商品流通体系的内容看,有商品流通的经营体系与商品流通的公共服务体系。经营体系是指相互独立的渠道成员(主要是合作社、龙头企业、批发商、零售商等)间的分工与合作关系。公共服务体系是指采用现代化技术和现代组织方式服务生产服务层、流通服务层和消费服务层,助推商品产业链全过程效率和效用的一系列公共服务手段、公共服务平台(金融服务、电子商务服务、冷链与仓储服务、商品安全服务、商品会展服务以及信息发布服务)等的总和。(5)从商品流通的