



现代流通产业竞争力 理论与实证研究

刘根荣/著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



E c o n o m i c
Management

经管学术文库

现代流通产业竞争力 理论与实证研究

刘根荣/著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

现代流通产业竞争力理论与实证研究/刘根荣著. —厦门:厦门大学出版社,
2014.6

ISBN 978-7-5615-5064-9

I. ①现… II. ①刘… III. ①流通产业-竞争力-研究-中国 IV. ①F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 081004 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

xmup@xmupress.com

厦门市明亮彩印有限公司印刷

2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

开本:720×970 1/16 印张:16.75 插页:2

字数:285 千字

定价:36.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

本书系作者主持并完成的国家社科基金项目“现代流通产业竞争力研究”(批准号:06CJY030)的研究成果

目 录



第一章 绪论	1
第一节 选题的背景与意义	1
一、流通产业的界定	1
二、流通产业的战略地位与作用	3
三、现代流通产业竞争力研究的选题背景	7
四、现代流通产业竞争力研究的目的与意义	9
第二节 研究的基本框架	10
第三节 研究的基本方法	13
第二章 现代流通产业竞争力理论的溯源与发展	15
第一节 关于产业竞争力的概述	15
一、竞争力的定义.....	15
二、竞争力的层次性.....	16
三、产业竞争力的分类.....	17
四、产业竞争力理论的渊源.....	18
第二节 现代流通产业竞争力理论综述	23
一、流通产业竞争力的经济实质.....	23
二、流通产业竞争力理论基础与渊源.....	25
三、流通产业竞争力分析的一般理论模型.....	29
四、流通产业竞争力的评价方法.....	31
第三章 现代流通产业发展的四大引擎	33
第一节 城市化与流通产业发展	33
一、城市化:现代流通产业发展的“需求引擎”	33
二、文献综述.....	34
三、城市化与流通产业互动关系的格兰杰检验.....	35

四、城乡二元流通结构制约流通产业的发展·····	39
五、抓住城市化机遇,加快流通产业发展·····	42
第二节 工业化与流通产业发展·····	44
一、工业化:现代流通产业发展的“供给引擎”·····	44
二、文献综述·····	44
三、工业化与流通产业的互促关系及其作用机理·····	45
四、工业化与流通产业发展之间的关系的格兰杰检验·····	48
五、促进流通产业现代化与新型工业化的良性互动·····	52
第三节 国际化与流通产业发展·····	54
一、国际化:现代流通产业发展的“竞争引擎”·····	54
二、文献综述·····	56
三、我国流通国际化的益处·····	57
四、我国流通业国际化存在的问题·····	58
五、提高流通产业竞争力,应对流通产业国际化·····	59
第四节 信息化与流通产业发展·····	61
一、信息化:现代流通产业发展的“技术引擎”·····	61
二、实现流通产业信息化的意义·····	62
三、流通信息化的作用机理·····	63
四、流通信息化的具体技术和措施·····	65
五、我国流通信息化过程存在的主要问题·····	67
六、推进我国流通信息化的对策·····	68
第四章 现代流通产业发展的五大趋势·····	70
第一节 经营方式连锁化·····	70
一、经营方式连锁化·····	70
二、连锁经营的优点·····	72
三、我国流通产业现代化连锁经营发展中的问题·····	73
四、推进我国流通连锁化经营的策略·····	74
第二节 组织结构扁平化·····	75
一、组织结构扁平化的动因·····	75
二、文献综述·····	78
三、组织结构扁平化的优点·····	79
四、我国流通企业组织结构扁平化面临的主要障碍·····	80
五、推动流通企业组织结构扁平化管理的对策·····	80

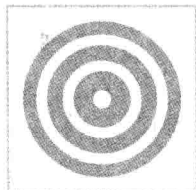
第三节 流通业态多元化	82
一、流通业态多元化	82
二、流通业态变化过程	83
三、中国流通业态变迁的特征	83
第四节 销售渠道网络化	86
一、销售渠道网络化	86
二、中国网络销售的现状	87
三、网络营销的优势	88
第五节 企业边界融合化	89
一、企业边界的含义	89
二、文献综述	90
三、企业边界融合的表现	91
四、现代流通企业边界融合的趋势	93
第五章 三维视角下的现代流通产业竞争力体系	
——基于规模、结构、效率的分析	95
第一节 流通产业规模与流通产业竞争力	95
一、流通产业规模的定义	95
二、流通产业规模对流通产业竞争力的影响	96
三、影响流通产业规模的主要因素	97
四、流通产业规模竞争力的测度	101
第二节 流通结构与流通产业竞争力	103
一、流通结构的定义与内涵	103
二、决定流通结构的主要因素	105
三、流通结构对流通产业竞争力的影响	107
四、优化流通结构的具体要求	110
五、流通产业结构竞争力的测度	111
第三节 流通效率与流通产业竞争力	113
一、流通效率的定义	113
二、影响流通效率的主要因素	114
三、流通效率对流通产业竞争力的影响	117
四、流通效率的测度	118
第四节 规模、结构、效率三维视角下的流通产业竞争力体系	121
一、规模、结构、效率三维视角下的流通产业竞争力理论体系	121

二、规模、结构、效率三维视角下的流通产业竞争力指标体系	123
第六章 现代流通产业竞争力的创新驱动	125
第一节 流通产业创新的含义	125
一、创新概念的演变与内涵	125
二、流通产业创新	126
第二节 技术创新与流通产业竞争力	127
一、技术创新的含义	128
二、技术创新对流通产业竞争力的提升作用	129
三、我国流通技术创新中存在的问题	132
四、促进流通领域技术创新的相关对策	133
第三节 制度创新与流通产业竞争力	135
一、制度创新的含义	135
二、市场经济制度的建立是最根本的制度创新	136
三、市场经济制度为流通创新提供了根本的制度保证	137
四、加强制度创新,提升流通产业竞争力	138
第四节 业态创新与流通产业竞争力	139
一、业态创新的内在逻辑	139
二、实施业态创新的基础工作	141
三、我国流通业态创新中存在的主要问题	143
四、推动流通业态创新,提高流通产业竞争力	144
第五节 品牌创新与流通产业竞争力	145
一、品牌创新的含义	145
二、品牌创新战略的一般内容	147
三、流通企业品牌创新的特点与重点	150
四、积极推进我国零售商自有品牌创新,提高流通产业竞争力	152
第七章 现代流通产业竞争力的制度保障	157
第一节 流通产业政策概述	157
一、流通产业政策的含义、目标及手段	157
二、流通产业政策的作用	158
三、流通产业政策的效果评价标准	159
第二节 流通产业竞争政策	160
一、流通产业竞争政策的实质:维护有效竞争	160
二、流通产业竞争政策的理论依据:产业竞争理论的演化逻辑	161

三、发达国家流通产业竞争政策的主要内容	164
四、中国流通产业竞争中存在的主要问题	166
五、完善我国流通产业竞争政策	168
第三节 流通产业布局政策	172
一、流通产业布局政策概述	172
二、制定流通产业布局政策的原则	172
三、发达国家流通产业布局政策	173
四、我国流通产业布局存在的主要问题	175
五、我国流通产业布局政策的选择	177
第四节 流通产业技术政策	178
一、流通产业技术政策概述	178
二、发达国家的流通产业技术政策	179
三、我国流通产业技术的现状与问题	182
四、我国流通产业技术政策的选择	183
第八章 中国流通产业区域竞争力评价	
——基于全局主成分分析法	186
第一节 文献综述	186
第二节 评价指标体系的构建	188
一、指标设计原则	189
二、指标说明	189
第三节 全局主成分分析法模型	192
一、建立时序立体数据表	192
二、数据标准化	192
三、计算协方差矩阵	193
四、求协方差矩阵的特征向量	193
五、计算主成分及方差贡献率	194
六、求因子载荷矩阵	194
七、求指标的主成分系数	194
八、求指标权重	194
九、求综合评价函数	194
第四节 区域流通产业竞争力的实证分析	195
一、分析方法的选择	195
二、数据来源与指标处理	195

三、基础指标与方面指标的权重确定	196
四、流通产业区域竞争力得分与排名	199
五、区域流通产业竞争力的比较	207
六、总结	208
第五节 我国流通产业竞争力的提升路径	209
一、扩大流通产业规模	209
二、优化流通结构	211
三、提高流通产业效率	215
四、加强流通产业区域合作	217
第九章 我国流通产业的国际竞争力研究	219
第一节 流通产业国际化的动因	219
一、国际竞争力的含义及其层次性	219
二、国际竞争力理论的溯源与发展	221
三、流通产业国际化的动因	225
四、流通国际化的特征	231
第二节 我国流通产业国际化的态势	232
一、流通国际化的两种方式：内向型国际化与外向型国际化	232
二、我国流通产业内向型国际化的历程	235
三、我国流通产业内向型国际化的现状	237
四、内向型国际化对中国流通业的冲击	239
第三节 我国流通产业国际竞争力的现状及对策	241
一、流通国际竞争力的比较	241
二、提高我国流通产业国际竞争力的政策措施	246
参考文献	254

第一章 绪 论



第一节 选题的背景与意义 ●●➡

一、流通产业的界定

(一)关于流通的本质

流通是社会经济运行的一项重要内容,是社会再生产中的重要环节。流通源于分工与交换,起着连接生产与消费、协调各方利益关系的作用。社会分工是商品交换发展的基础,分工越发展,交换就越发达。在商品经济条件下,人们彼此独立的交换活动既互为条件又相互独立,按照一定的规则往复循环、交错组合在一起,形成有机的运行系统,即流通。流通是交换行为的总和或者总体,是多个交换行为连接而成的系列,是循环运动着的交换过程。

国内外研究学者对于流通有着不同的认识,因此对流通概念的阐述就有不同:马克思认为流通是商品以货币为媒介而进行的交换,是商品所有者全部相互关系的总和;美国学者 F. E. Clark 认为“流通由生产向消费的人转移和商品本身的实质转移两个过程组成”;日本学者田村正纪认为流通是介于生产与消费之间的过程,在产品市场中,流通的主要任务是在分离的生产和消费之间架起桥梁;日本学者田岛义博将流通定义为“商品从生产者到消费者转移的现象或为转移而进行的活动”;日本商业学会定义委员会则定义“流通是产品从生产者到消费者的社会性、经济性的转移”。

国内学者林文益在《贸易经济学》一书中则将流通定义为一系列买卖先后

有序、有机地联结而成的交换过程;马龙龙在《流通产业结构》中将流通定义为商品从生产者到消费者的整个社会性的和经济性的转移过程;丁俊发在《中国流通》中将流通视为商流(商品价值的流通)、物流(商品实物形态的流通)、信息流(商品经济行为的流通)、资金流(商品货币形态的流通)的总和,是商品所有者全部相互关系的总和;冉净斐在《流通和谐论》一书中指出流通就是连续不断的商品交换过程和商品交换活动。

本书认为流通是借助一定的渠道资源,使产品由生产商转移到消费者的服务过程。在此服务过程中,只有不断提高流通速度,降低流通成本,优化流通资源配置,提升流通效益和效能,才能创造更多的流通利润,更好地实现流通价值。

(二)流通产业的定义

对于流通产业的界定,不同的学者同样持有不同的看法。林文益教授认为“流通产业是指这个流通领域里所包含的产业部门,主要有商业、物质贸易业、仓储业、邮电通讯业、金融业、保险业等”。该定义将流通范围扩展到资金与信息的流通,以至于涵盖了大部分的服务行业。而张绪昌教授则认为“流通产业包括流通加工业、流通配送业、流通仓储业、流通科技业以及其他相关行业”。而马龙龙教授则认为:“流通产业应该包括交易流通与物流业,即包括专门从事媒介商流的批发业、零售业,以及从事物流的运输业、仓储业及综合物流服务业等,还应包括生产者利用自产商品的剩余流通能力为企业服务的情况,如果消费者组成消费合作社,专门以流通活动为业,也应纳入流通产业中,而原来商业中的餐饮服务业则不纳入流通产业范畴。”^①

本书认为,流通产业有广义与狭义的区别,林文益教授所说的流通产业乃是广义的流通产业;而马龙龙教授所定义的是狭义的流通产业。为了便于研究的深入与细化,本书借鉴狭义的流通产业范畴,认为所谓流通产业是指在第三产业中专门从事商品采购、分销、物流活动的服务机构所组成的社会企业体系,具体包括批发业、零售业与物流业。

(三)流通产业的特征

流通产业具备两个鲜明的特征:服务性与网络性。从服务性来看,流通产业是一种服务产业,无论是批发业、零售业还是物流业,都只是在有形商品上附加了服务活动,从而影响原有商品的价值和使用价值,因此流通产业是社会

^① 马龙龙主编:《流通产业政策》,清华大学出版社,2005年版,第3页。

服务行业的重要支柱。由于流通产业的服务属性,因此流通企业要比生产企业更加重视提供优质的服务以及维护良好的形象与美誉度。从网络性来看,流通产业是一种网络型服务业,商品流通必须借助一定的流通网络才有可能完成。商品从生产领域到消费领域的转移过程中,必须借助一定的载体,经过一定的集散点和线路,这些就构成了商品流通网络。商品流通规模扩大以后,必然要求有一个庞大的商品流通网络,把生产者、消费者和中间商连接起来,推动商品的价值与使用价值得以顺利实现。

二、流通产业的战略地位与作用

对于现代流通产业的地位与作用的认识,经历了一个逐渐深化、发展的过程。在探索建立社会主义市场经济体制和改革传统的流通体制过程中,理论界以及实际工作者都积极开展了对现代流通产业战略地位与作用的探讨,在理论脉络上形成了“确立流通论→流通生产力论→流通产业论→流通先导论→流通基础产业论”的发展轨迹^①。

现代流通产业既为第一产业提供农产品流通服务,又为第二产业提供工业生产资料流通服务,以及为全社会成员提供生活资料的流通服务。因此,在市场经济条件下,作为现代服务业的基本组成部分,现代流通产业是市场机制的神经系统和循环系统,是连接生产与消费活动的桥梁,是社会经济活动有效运转的载体。现代流通产业在国民经济发展中处于基础产业的地位。这是因为流通产业具有基础产业的基本特征。一是社会性强。即流通是经济与社会生活不可或缺的重要环节,满足人们社会生活的需求。二是贡献率大。对GDP贡献率而言,2010流通产业增加值对GDP的贡献率已达到13.64%左右^②;对全社会就业的贡献率而言,流通产业已成为吸纳劳动力就业的主渠道。三是关联度高。流通产业处于生产与消费的中间环节,产业关联度高。四是不可替代性。流通产业作为国民经济的基础产业,其竞争力决定了一个经济系统的整体竞争力。从这个意义上讲,对现代流通产业竞争力的研究具有宏观性、全局性,而不是一般性的行业问题。

^① 洪涛著:《中国流通产业改革30年——实践与理论创新》,经济管理出版社,2009年版,第115—118页

^② 国家统计局:《中国统计年鉴2011》,中国统计出版社

(一)流通产业是拉动经济增长的重要力量

作为第三产业中的主要服务部门,流通产业对第三产业增加值的贡献率一直维持在30%以上,而随着第三产业在国内生产总值中所占比重越来越大,流通产业对国内生产总值的贡献也越来越大。从表1-1与表1-2我们可以发现1990—2010年流通产业的贡献率的变化趋势:流通产业在第三产业中的比重呈下降趋势,从1990年的41.4%下降至2010年的31.6%,但第三产业占国内生产总值的比重,从1990年的31.6%上升至2010年的43.1%,因此,总体上,流通产业占国内生产总值的比重基本维持在13%以上,是国民经济发展的重要组成部分。

表 1-1 国内生产总值及其构成

年份	国内生产总值 (亿元)	第一产业比重 (%)	第二产业比重 (%)	第三产业比重 (%)
1990	18 667.8	27.1	41.3	31.6
1991	21 781.5	24.5	41.8	33.7
1992	26 923.5	21.8	43.4	34.8
1993	35 333.9	19.7	46.6	33.7
1994	48 197.9	19.8	46.6	33.6
1995	60 793.7	19.9	47.2	32.9
1996	71 176.6	19.7	47.5	32.8
1997	78 973.0	18.3	47.5	34.2
1998	84 402.3	17.6	46.2	36.2
1999	89 677.1	16.5	45.8	37.7
2000	99 214.6	15.1	45.9	39.0
2001	109 655.2	14.4	45.1	40.5
2002	120 332.7	13.7	44.8	41.5
2003	135 822.8	12.8	46.0	41.2
2004	159 878.3	13.4	46.2	40.4
2005	184 937.4	12.1	47.4	40.5
2006	216 314.4	11.1	48.0	40.9
2007	265 810.3	10.8	47.3	41.9
2008	314 045.4	10.7	47.5	41.8
2009	340 902.8	10.3	46.3	43.4
2010	401 202.0	10.1	46.8	43.1

资料来源:《中国统计年鉴 2011》

表 1-2 流通产业的比重

年份	流通产业增加值(亿元)	第三产业增加值(亿元)	国内生产总值(亿元)	流通产业占第三产业增加值的比重(%)	流通产业占国内生产总值的比重(%)
1990	2 435.9	5 888.4	18 667.8	41.4	13.1
1991	3 254.9	7 337.1	21 781.5	44.4	14.9
1992	4 094.0	9 357.4	26 923.5	43.8	15.2
1993	4 990.6	11 915.7	35 333.9	41.9	14.1
1994	6 561.3	16 179.8	48 197.9	40.6	13.6
1995	8 022.9	19 978.5	60 793.7	40.2	13.2
1996	9 381.9	23 326.2	71 176.6	40.2	13.2
1997	10 476.0	26 988.1	78 973.0	38.8	13.3
1998	11 574.1	30 580.5	84 402.3	37.8	13.7
1999	12 666.3	33 873.4	89 677.1	37.4	14.1
2000	14 319.6	38 714.0	99 214.6	37.0	14.4
2001	15 989.7	44 361.6	109 655.2	36.0	14.6
2002	17 488.3	49 898.9	120 332.7	35.0	14.5
2003	19 082.7	56 004.7	135 822.8	34.1	14.0
2004	21 758.2	64 561.3	159 878.3	33.7	13.6
2005	24 632.4	74 919.3	184 937.4	32.9	13.3
2006	28 713.7	88 554.9	216 314.4	32.4	13.3
2007	35 538.8	111 351.9	265 810.3	31.9	13.4
2008	42 544.8	131 340.0	314 045.4	32.4	13.5
2009	45 711.6	148 038.0	340 902.8	30.9	13.4
2010	54 714.6	173 087.0	401 202.0	31.6	13.6

资料来源:引自《中国统计年鉴 2011》

(二)流通产业是优化经济结构的重要内容

现代流通产业是满足人们消费需求的产物,是连接生产与消费的桥梁,是促进经济发展的基础,更是承载劳动力向服务业转移的主渠道。现代流通产业是第三产业的重要组成部分,也是现代服务业的核心,现代流通产业发展的水平直接决定了现代社会经济的服务化水平,是衡量现代经济社会发达程度

的重要指标。根据产业结构的演进规律,产业结构会沿着以第一产业为主导到第二产业主导再到第三产业主导的方向发展,而在第三产业内部,产业结构也会沿着传统服务业到多元服务业再到现代服务业方向发展,作为第三产业的支柱产业,现代流通业的发展速度也会越来越快。现阶段,我国三次产业结构的优化正在逐渐进行,与改革开放前相比,第一产业明显下降,第二产业有所提高,第三产业快速发展,因此三次产业结构正朝着服务型现代经济发展方向转变。这其中现代流通产业的发展对促进第三产业发展,进而对优化我国三次产业结构起着重要的影响。

(三)流通产业是扩大社会就业的重要途径

目前,我国新增就业人口不断增加,同时又面临着农村剩余劳动力转移以及失业人口再就业的巨大压力,使我国就业问题异常严峻。从根本上说,就业问题是关系国计民生的重大政治经济问题,构建和谐社会离不开充分就业状态下的稳定增长。根据克拉克定理,当经济发展与人均收入达到一定水平时,就会出现劳动力从第一产业向第二产业、第三产业转移,服务业日益成为社会就业的主渠道。目前发达国家的服务就业已经达到70%左右;而我国2010年三次产业就业比例为:36.7:28.7:34.6,服务业的就业比例不仅低于发达国家水平,而且还低于发展中国家的平均水平。大力发展服务业成为解决中国未来就业问题主要途径。流通产业由于门槛低、发展快、劳动密集,成为社会就业的重要渠道,2010年城镇单位就业人数中,流通产业就业人数达到1166.2万人,接近城镇单位就业人口总数(13051.5万人)的8.94%;而在私营企业和个体就业人数中,流通产业就业人数高达6876.1万人,占全国私营企业和个体就业人数(16425.1万人)的41.46%,是最大的劳动力就业部门。^①

与其他产业相比,流通产业在提供就业方面具有以下优势:一是就业潜力大。流通产业属于劳动密集型产业,满足消费者的多种产品与服务需求,提供具有人性化的直接服务,多数要依靠人力完成。而社会经济越发展,流通产业对从业人员需求越大。当代中国城市化的进程快速推进,对流通产业的发展需求旺盛,流通产业就业效应明显。二是就业层次多。与其他产业相比较而言,流通产业具有多层次性和高差异性的特点,即现代化的大型连锁商业与大量分散的、小规模个体工商户并存,城市中心的高端零售店铺与社区的夫妻店并存。相应的,流通产业对从业人员的需求就同样具有层次性,既可以为具

^① 《中国统计年鉴2011》,中国统计出版社

有专业技能和经验丰富的高层次人才创造就业机会,也可以为那些经过短期培训、不具备技术专长的人员提供就业机会。总体上,流通产业的就业门槛较低,就业形式灵活。三是就业成本低。随着工业化的推进,制造业的资本流动比例迅速上升,资本对劳动力的吸纳能力减弱,使得工业增长的就业效应越来越小。而流通产业的就业弹性大,平均每百万元投资带来的就业人数远高于制造业的水平。

三、现代流通产业竞争力研究的选题背景

对于中国现代流通产业发展及其竞争力的研究,离不开两个重要的现实背景:其一,加入 WTO 以后,中国流通产业面临着新一轮全面开放的竞争压力,在此背景下研究我国流通产业的国际化趋势及其应对措施,具有紧迫的现实意义;其二,中国经济发展模式面临着深化转型的现实压力,要将中国经济由传统的依靠投资与出口带动的粗放式经济发展模式转向依靠内需拉动的自我积累、自我发展的集约型经济发展模式,就必然要求发展中国流通产业,调整流通产业的区域布局,这同样需要我们对中国现代流通产业的发展及其区域竞争力进行研究,提出合理建议。

(一)中国流通产业全面对外开放的背景

作为对外开放的重要领域,我国流通领域的竞争越来越激烈。从 2004 年 12 月 11 日起,金融、商业、通讯、建筑、分销、教育、环境、旅游和运输等九大部门结束了中国加入 WTO 后的保护期,中国服务业从此进入深度开发阶段。在服务领域的竞争实质是对流通渠道控制权的竞争,谁掌握了流通渠道,谁就掌握了工业命脉,谁就能控制制造业,进而控制金融业。因此,外资商业巨头对中国的流通领域实行了强劲的渗透与扩展,国内本土流通业首当其冲,不仅丢掉了相当的市场份额,而且还有一批流通企业被挤垮。外资的强势进入,表面上看仅仅威胁国内本土流通业,但最终影响最深、最大的是中国的制造业。外资商业巨头拥有的巨额订单、大规模采购,虽有促进中国产业结构调整和外贸出口的近期效应,但也存在着凭借其控制流通命脉和竞争优势,对制造业终端乃至上游产业实施战略控制,具有威胁中国产业安全的巨大风险。因此,对我国现代流通产业竞争力问题的研究具有紧迫性,意义深远。

根据国家统计局发布的相关数据,2010 年我国从事流通业的外资企业数量已达到 74 868 家,占全部外资企业数目的 16.82%;2010 年流通领域外商直接投资合同项目达 7 182 项,占外商直接投资项目的 26.21%;实际利用外