

第1卷·第1期 Vol.1 Issue 1

I
2010

流通产业经济评论

Economic Review of Circulation Industry

转变流通业发展方式 促进流通与消费协调发展 文启湘 梁爽

“十二五”中国特色流通体系及其战略初探 洪涛

流通产业影响力实证研究 赵萍

我国流通产业组织优化对策研究 弓志刚 原梅生

中国流通产业结构问题研究 李骏阳 谢继勇

提升我国流通产业竞争力的思考 耿莉萍

商业企业规模结构 “U”形 分布原因探析 刘晓雪

低碳商业背景下的采购低碳化趋势与供应商选择 王先庆 武亮

零售业上市公司自主创新测度及其影响因素研究 汪旭辉 李慧勇

近期美国生物能源政策调整对我国粮食安全的影响 龚谨 张蕙杰

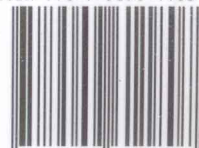
以优化流通产业为契机促进环渤海区域经济一体化发展 纪良纲 郭娜

流通产业贡献度研究 杨宜苗 夏春玉 郭岩



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

ISBN 978-7-5096-1180-7



9 787509 611807 >

本卷出版受北京市特色专业（贸易经济）、北京市精品课程
（流通经济学）专项经费资助

流通产业经济评论

第1卷

（第1卷 第1期）

主 编 洪 涛

副主编 徐振宇

北京工商大学经济学院贸易经济系
经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

流通产业经济评论. 第 1 卷 第 1 期/洪涛主编. —北京: 经济管理出版社, 2010.12

ISBN 978-7-5096-1180-7

I. ①流… II. ①洪… III. ①商品流通—产业经济学—研究 IV. ①F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 231986 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010)51915602 邮编: 100038

印刷: 徐水县宏远印刷有限公司

经销: 新华书店

责任编辑: 张永美

技术编辑: 杨国强

责任校对: 超 凡

787mm×1092mm/16

8.5 印张

196 千字

2010 年 12 月第 1 版

2010 年 12 月第 1 次印刷

定价: 20.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-1180-7

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010)68022974 邮编: 100836

编委会主任：

谢志华 李朝鲜

编委会副主任：

杨德勇 郭馨梅 李书友

编委会执行主任：

洪 涛

编委会（排名不分先后）：

纪宝成（中国人民大学）	黄国雄（中国人民大学）
高铁生（中国市场学会）	丁俊发（中国物流学会）
徐从才（南京财经大学）	原梅生（山西财经大学）
陈文玲（国务院研究室）	任兴洲（国务院发展研究中心）
柳思维（湖南商学院）	文启湘（西安交通大学）
荆林波（中国社会科学院）	张家敏（香港利丰研究中心）
刘卢希龄（香港大学）	夏春玉（东北财经大学）
纪良纲（河北经贸大学）	王德章（哈尔滨商业大学）
顾国建（上海商学院）	宋 则（中国社会科学院）
王成荣（北京财贸管理干部学院）	李 飞（清华大学）
温孝卿（天津财经大学）	李骏阳（上海大学）
吴小丁（吉林大学）	王先庆（广东商学院）
郑勇军（浙江工商大学）	曾庆均（重庆工商大学）
陈海权（暨南大学）	赵 萍（商务部研究院）
蔡文浩（兰州商学院）	何明珂（北京工商大学）
庞 毅（北京工商大学）	宋东英（北京工商大学）

组织单位：

北京工商大学经济学院贸易系

北京市哲学社会科学首都流通业研究基地

——主·编·寄·语——

自第三次社会大分工后,商业从生产领域分离出来,在几千年的历史长河中,商业不断发展,逐渐发展成具有四个特征的流通产业,在国民经济中发挥着越来越大的作用。我国商业源远流长,长期的半殖民地、半封建社会使其落伍了。新中国成立以后,我国商业得到了较大的发展,但是长期计划经济体制下流通业很难得到充分发展。1992年我国商业对外开放,商业行业迅速提升为流通产业,并焕发勃勃生机,得到了快速持续的发展。展望未来,流通产业不仅在我国国民经济中发挥着日益重要的作用,而且在全球流通业和世界经济中的地位也日益凸显。

新中国成立60年来,逐步形成了具有中国特色的流通体系和发展政策,搞活流通、促进消费的积极流通产业政策已经形成。但是由于种种原因,中国流通产业发展滞后,急需从理论和实践层面加强研究。在学界、政界、业界,还有许多人仍然在不同程度上对我国流通产业的地位与发展前景表示质疑。同时,社会上还普遍存在“重生产、轻流通”、“重流通环节、轻流通产业”、“重政府、轻市场”、“重工业、轻流通业”、“重投资、轻消费”等诸多偏见。要尽快扭转偏见,加强对流通产业理论与政策的研究,加强对流通产业组织的研究,显然是一项重要的战略举措。

流通产业是商品流通的组织载体,是一个相对独立的产业组织,是一切贸易活动的组织群体,分为实物商品和服务商品贸易的组织,包括商品批发零售业、餐饮业、住宿业、物流配送业、电子商务业、租赁业、拍卖业、典当业、旧货业;商业服务(理发及美容保健、摄影扩印、洗染、修理、家政)、会展业、商业信息业、商业咨询业,包括各类生产企业的分销渠道组织。《流通产业经济评论》从产业的角度研究流通经济理论与实践的问题,采用各种现代经济学的分析方法研究流通产业理论与实践问题,对流通产业的各种理论与实践进行评论。

作为北京工商大学的前身,北京商学院是我国流通(商业)经济研究领域最重要的基地之一。60多年来,除特殊的“文化大革命”时期,从来就没有中断过流通(商业)经济的教学与研究。北京商学院的流通(商业)经济教学与研究最早可追溯到20世纪50年代学校初创之际,当时,商业经济就是核心专业。曾担任过商业部部长的程子华同志,时任商业部副部长、后任中央政治局常委的姚依林同志都曾先后担任本校校长。1959年,国务院批准成立中央商学院(后改名北京商学院),商业经济专业是首批招生的专业,也是招生人数最多的专业。1978年北京商学院复办时,商业经济专业也是最早恢复且招生数量最大的专业,同时也是国务院学位委员会批准的全国第一批硕士点。当时的北京商学院,是一个以商科见长、特色鲜明的“专精化”学院,其绝大多数专业均与商业有关,商业经济、商业企业管理、商业会计、商业统计自不待言,包括很多开全国风气之先的专业,如商法、物流、市场营销、广告等,北京商学院均是国内最早开办的院校之一。

从20世纪80年代开始,原北京商学院就陆续涌现出一批全国闻名的学者:以商业经济

理论研究见长的周明星教授、黄国雄教授，以市场理论研究见长并作为我校市场营销专业开创者的老院长贺名仑教授，以商业史研究见长的王相钦教授、刘秀生教授，以消费经济研究见长的苏志平教授，以商业会计研究见长的黄肇兴教授、张以宽教授、刘恩禄教授，以物价和期货研究见长的童宛生教授，以商业企业管理研究见长的潘大钧教授、果洪迟教授，以零售研究见长的李毕万教授，以资本论的视角研究商业见长的王福成教授。进入90年代以来，北京商学院老一辈的优良传统得到了很好的继承和发扬。许多教授在流通经济、商业景气预测、期货、物流、市场营销、商业史、消费经济等领域也取得了很多重要成果。北京商学院很早就高度重视学术研究，尤其注重应用经济研究。1983年商业部批准成立的商业研究所更是开国内高校以流通经济研究为主的研究机构的先河，商业研究所成为北京和全国诸多重要商业规划和策划的重要机构。该专业的毕业生有包括中国人民大学校长纪宝成教授、前北京工商大学校长苏志平教授等在内的一批著名专家，以及包括财政部副部长朱光耀、北京市商务委员会主任卢彦、首创集团总经理刘晓光等在内的一批著名企业家和政府官员，为我国流通理论研究、流通产业发展和流通政策制定做出了重要贡献。

历史的遗产与长期的沉淀，赋予了北京工商大学经济学院贸易经济专业一代学人的历史使命，那就是如何继承传统，如何开创未来。近年来，北京工商大学确立了将商科作为龙头学科之一加以重点打造战略决策，这无疑作为我校传统优势学科的贸易经济学科复兴的大好时机。在学科建设和专业建设方面，早在1998年，贸易经济就成为国内贸易部部级重点学科，2003年产业经济（原贸易经济）学成为北京市重点学科，2008年应用经济学成为北京市重点建设学科。同年，“流通经济学”被评为北京市精品课程。2009年，我主持的贸易经济专业又成功获批北京市特色专业建设点。

在新时期，由北京工商大学经济学院贸易系和北京市哲学社会科学首都流通业研究基地创办的《流通产业经济评论》问世了，以此作为传承历史、开创未来，切实推动我国流通产业理论与政策研究的重要平台。

本刊聘请国内流通经济研究领域的资深学者组成权威性的编委会，在此基础上采用国际通行的匿名审稿制度，发表原创性的理论、经验、综述和评论性论文，倡导规范、严谨的研究方法，鼓励理论和经验研究相结合的学术取向。所有论文均与流通产业相关。

始生之物，其形必丑。这个创刊号，是经过长期筹备而出版的，得到了万典武、黄国雄、姜增伟、纪宝成等专家的关爱，得到了许多专家、学者、企业家的积极支持。我们除了要向各位作者以及支持本刊的所有机构和人士表示衷心感谢外，也恳请各位同仁与读者不吝指正，使《流通产业经济评论》成为我国流通产业理论与实践研究的最权威的经济评论刊物。

洪涛

2010年12月2日

流通产业经济评论

Economic Review of Circulation Industry

第1卷 第1期 2010年12月

Vol. 1 Issue 1 Dec. 2010

目 录

流通产业理论与政策

- 转变流通业发展方式 促进流通与消费协调发展 文启湘 梁 爽 (1)
“十二五”中国特色流通体系及其战略初探 洪 涛 (6)
流通产业影响力实证研究 赵 萍 (17)

流通产业组织

- 我国流通产业组织优化对策研究 弓志刚 原梅生 (24)
中国流通产业结构问题研究 李骏阳 谢继勇 (33)
提升我国流通产业竞争力的思考 耿莉萍 (48)
商业企业规模结构“U”形分布原因探析
——北京市商业企业规模结构变动分析 刘晓雪 (54)

期货与流通产业专题

- 低碳商业背景下的采购低碳化趋势与供应商选择
——基于企业社会责任的一般线性模型 王先庆 武 亮 (70)
零售业上市公司自主创新测度及其影响因素研究 汪旭辉 李慧勇 (80)
近期美国生物能源政策调整对我国粮食安全的影响 龚 谨 张蕙杰 (92)

区域流通产业

- 以优化流通产业为契机促进环渤海区域经济一体化发展 纪良纲 郭 娜 (104)
流通产业贡献度研究
——基于31个省、市的实证分析 杨宜苗 夏春玉 郭 岩 (114)
流通产业研究论文与专著索引 (124)

Contents

Theory and Policy Circulation Industry

- Change Development Mode of Circulation Industry to Promote the Coordinated Development of
Circulation And Consumption Wen Qixiang, Liang Shuang (1)
- Strategy Research in Commodity Circulation System with Chinese Characteristics in 12
Five-Year Plan Hong Tao (6)
- Empirical Study on the Influence Power of Circulation Industry Zhao Ping (17)

Distribution Industrial Organizations

- Countermeasure Study on Optimization of Circulation Industrial Organization in China
..... Gong Zhigang, Yuan Meisheng (24)
- Research on China's Circulation Industry Structure LI Junyang, XIE Jiyong (33)
- Pondering on the Promotion of Chinese Circulation Industry Competitiveness
..... Geng Li-ping (48)
- An Analytical Study on Commercial Enterprises' U-Type Scale Structure
..... Liu Xiaoxue (54)

Futures And Circulation Industry

- Supplier Selection Research under Low-carbon Business
..... WANG Xianqing, WU Liang (70)
- A Study on Measurement for Independent Innovation of Retail Listed Companies Based on
Malmquist Index and the Determinants Analysis
..... WANG Xu-hui, LI Hui-yong (80)
- The Recent Changes of U.S. Policy in Bioenergy And Impacts on National Food Security
..... GONG Jin, ZHANG Huijie (92)

Regional Circulation Industry

- Optimizing the Circulation Industry to Promote the Development of Bohai Rim Regional
Economic IntegrationJI Lianggang, GUO Na (104)
- Study on Degree of Contribution of Goods Circulation Industry
YANG Yimiao, XIA Chunyu, GUO Yan (114)
- Index (124)

【流通产业理论与政策】

转变流通业发展方式 促进流通与消费协调发展

文启湘 梁 爽

(西安交通大学经济与金融学院)

【摘 要】流通和消费之间有着密切的关系，两者的协调发展对我国经济增长有着重要的推动作用。然而，我国流通业发展的瓶颈制约了两者的协调程度，本文从五个方面论述如何转变流通业发展方式，以实现流通和消费的协调发展。

【关键词】流通业；消费增长；发展方式；协调发展

居民消费是拉动经济增长的重要力量。然而，我国近年来居民消费不足，直接影响国民经济的发展和人民生活水平的提高。流通是与消费紧密相连的环节，在现代市场经济条件下，流通不仅是社会经济联系的桥梁和纽带，而且由社会再生产的末端行业变为先导产业，成为引导生产、消费和经济运行的先导力量。不仅流通的规模影响着消费规模，而且商品流通的组织形式、管理体制、物质技术设施、流通网点布局都影响着消费的实现。流通发展的结构与速度，直接影响着消费水平的提高和消费结构与消费方式的升级，最终也影响着消费效果。一方面，流通的发展直接影响到居民消费需求的实现情况；另一方面，居民消费状况也制约了流通业的发展，居民消费的快速增长会促进流通业态的发展创新和整个流通业的发展。

一、流通业和消费相互促进发展

(一) 流通对消费增长的促进作用

流通业的发展对居民消费的影响是非常大的，其促进作用主要在于：

第一，影响居民的消费心理和消费观念。一方面，流通业通过提供质优价廉的商品，提高自身服务水平，加强品牌宣传。流通企业通过广告、促销和展示等一系列营销方式，可以迅速向消费者传递新的消费信息，促使消费者产生新的消费动机，从而培育

【作者简介】文启湘（1936—），男，湖南桃江人，西安交通大学经济与金融学院教授，博士生导师；梁爽（1977—），男，河南信阳人，西安交通大学经济与金融学院博士生。

新的消费需求。另一方面，城市商业提高服务质量，运用各种新型经营手段，可以吸引和激发消费需求，促使潜在的消费需求加速转变为现实需求。通过流通业的宣传和引导，可以在一定程度上改变人们的消费习惯。随着我国经济的快速增长，人们开始在消费过程中追求个性和自我审美情趣。现代生活体现了很强的个性化，通过流通产业的宣传窗口作用，可以引导消费潮流，促进消费时尚的多元化。为了迎合新的消费趋势，一些零售和餐饮企业已把个性化服务作为提高服务质量的重要手段。通过流通领域的宣传和引导，改变消费者过去的从众消费现象，标榜个性，追求自我审美情趣，成为新时期消费的重要特征之一。

第二，流通改善消费环境。流通业通过传递市场信息，能够促使生产企业采用新技术、新材料，优化产品结构，有针对性地进行开发、生产，想消费者之所想，生产消费者之所需，从而不断把即期需求和潜在需求转化为现实的消费行为。一些新兴流通业态和经营模式的出现正是顺应了这一消费趋势，并反过来发挥出创造消费的巨大潜力。此外，通过流通领域的宣传和引导，能够帮助消费者识别假冒伪劣商品，从而促进消费总量的增长。

(二) 消费对于流通业发展的拉动作用

消费增长对流通业发展的拉动作用也是显著的，最直接可观的是消费对零售业发展的影响。根据豪泰林价格竞争模型，零售企业争夺市场份额可以有两种方式，即价格和路途成本。如果两家企业所售产品之间具有完全的替代性，不同零售企业的商品价格一样，消费者购买商品要比较的就是路途成本，哪一家零售企业距离消费者近，消费者就到哪一家去购买。随着零售企业之间的价格竞争越来越激烈和消费者对价格的敏感度下降，路途成本低的零售企业将赢得更多的消费者。所以，城乡居民对消费便利性的追求促使零售企业在空间分布的竞争日益加剧，形成规模化的零售网络。

从实际发展看，新的业态的出现无不都是为了更好地满足消费者不断变化的价值需要。中国零售业各种业态纷纷出现，且各有定位。便民店以靠近顾客、方便购买为特点；专卖店以专营某一名牌商品、满足消费者品牌需要为特点；仓储式商场依靠简化装修和减少附加成本来更多地让利给顾客；折价商店则以廉价商品吸引顾客；而大百货公司的优势是信誉保证和良好的服务；购物中心的诞生则适应了人们追求休闲、娱乐等“离物”型综合消费的倾向。

在消费导向型的时代，市场竞争越来越激烈。争夺顾客、提高市场占有率成为企业自下而上发展的关键。而争夺顾客的关键就是要依据企业自身条件、产品及市场需求的特点来选择自己的目标市场，然后将自己的营销精力集中于这个特定的市场，有的放矢地根据目标市场上顾客的特点制定相应的营销策略。

零售商业的发展总是使经营范围由综合向专业、再到综合、再到专业的不断循环的过程。而这种循环是由于生产的发展、消费市场的细分和消费需求的扩大所引起的。零售业态的演变历史和理论充分说明：社会经济的发展是零售业态发展的主要动因，而社会经济的发展必然带来消费收入的增加和生活方式的变革。零售业为了与消费需求相适应，其经营形态就要发生相应的变革，因此，消费的变化是零售业不断创新直接因素。

二、阻碍我国流通业与消费协调发展的制约瓶颈

流通业的发展主要靠企业自身的积累，发展速度相对较慢。特别是长期以来广大农村地区流通网络残缺不全，流通基础设施缺少，影响和抑制了农民消费需求的实现，流通业没有对消费产生及时的促进效益。并且，我国农村地域广阔，农村居民人均消费额较少，消费集聚效应差，因而农村消费对流通业的吸引和支撑效果也不明显。导致流通业和消费协调发展出现问题，其主要制约瓶颈在于：

（一）城乡市场龙头企业的牵引、辐射作用不足

目前我国有 600 多个城市，但从总体上看，城乡流通龙头企业总量不大、结构不优、水平不高、竞争力较弱、发展不够充分。具体表现为：大型专业市场规模小，组织分散，辐射力不强；流通企业规模偏小，组织化程度较低，现代化水平不高，市场体系不够完善，未能培育出竞争力强、走向全国的流通企业；缺少专门原材料和产品的大型无形交易市场。由于缺乏流通龙头企业的带动，流通企业间在物流园区、配送中心、网点布局上存在无序竞争、各自为政、重复投资、重复建设、资源浪费严重等问题。特别是在城乡交界地、插花地和农副产品、建材、生猪市场等方面，重复建设比较突出。在消费品市场上，网点过密和布点过疏的问题并存。

（二）基础设施建设尤其是农村基础设施建设滞后

城市圈的交通、通信网络体系尚不健全，大城市、各城市与农村之间的高等级公路有部分工程尚未完工，存在不少断头路和“瓶颈”路。整个城市圈的公路缺乏网络功能，城市之间高等级公路尚未成网。各城市与中心城市的联系基本实现高速化，但相互之间的高速连通大多需绕道大城市，农村的公路明显缺乏网络功能。公路收费站林立，加重了物流成本。信息网络尚未完全互联互通，信息资源的开发、共享不够，缺乏平台支撑。交通装备水平和服务质量不高，管理手段落后，保障系统不完善，公共运输信息传输慢，导致商贸物流配套体系也不够健全，运转效率低。

（三）流通企业的总体实力不强

我国流通企业近年来发展较快，但仓储、物流的管理与技术水平同国际先进水平相比还有较大差距，多数物流主体的专业化程度不高，设施落后，工作效率低，服务质量满足不了城乡消费者总体的服务要求，这在一定程度上制约了城乡流通产业的发展。并且流通业信息化水平虽然有很大进步，但在应用现代电子信息技术方面还有很大差距，很难满足推进流通现代化、发展现代流通方式的要求。

（四）流通资源要素流动转移失衡

20 世纪 90 年代后，随着我国工业化和城市化进程的加快，乡村资源要素加速向城市流动。同时，农村剩余劳动力进入非农产业领域就业难，大量的农民被排斥在城市化之外，使工农关系、城乡关系的矛盾变得越来越尖锐，造成了城乡流通体系发展极度不

均衡、农村市场组织化程度低、城乡流通体系市场化联系隔离等现实问题。

三、转变流通业发展方式促进流通与消费协调发展

当前和今后一个长时期转变流通业发展方式，促进流通与消费协调发展，必须从下列五个方面做好工作。

（一）大力发展连锁经营，强化企业优势

连锁经营是零售业第三次重大变革的主要标志，在推动零售业现代化进程中发挥着重要作用。我国流通业要大力发现连锁经营，要立足于主导业态的发挥。任何一个连锁企业的发展都有一个优势业态的选择，比如沃尔玛的折扣店、易初莲花的仓储商场，以及国美、苏宁的家电专门店，都充分发挥了自身的优势。对于不同流通企业要选择不同的发展方式，可选择多业态发展，四面出击，做大规模；可专注发挥自身优势，扬长避短，做强专业项目。流通企业的竞争不同于商品的竞争，它是在同一商圈、同一业态之间的较量，因此，关键在于每一个单店的内在竞争力。要立足内生的竞争力，强化各单店优势，形成集团规模的竞争力。

（二）引进和培养现代流通人才

这是实现流通业发展方式转变、促进与消费协调发展的根本条件。我国现代流通人才缺乏，尤其是中高级现代流通人才短缺，已成为制约流通产业发展方式转变的一大瓶颈，应采取有效措施尽快加以解决。一方面，要创造条件，提高流通人才引进的有效性。要通过制定吸引现代流通人才的有关政策，建立畅通的人才流进渠道，促成国内外各层次的具有开拓创新精神、熟悉现代流通规则、精通现代流通管理和掌握现代流通技术的高素质、复合型人才大量流入，以提高现代流通人才的总体比例。另一方面，要研究制定流通领域的人才教育、培训规划，加大教育和培训力度，提高流通从业人员的素质，建立一支具备现代经营理念、熟悉现代流通规则、精通现代流通管理和掌握现代流通技术的经营管理人才队伍。同时要加大对流通业从业人员的专业素质培训，特别是对基层员工的培训，形成层次性强、梯队紧密、专业素质高和技能知识过硬的流通从业人员队伍。

（三）加大流通产业信息化投入

面对现在竞争激烈的市场环境，流通业必须加大信息技术的投入和利用。由于现代流通企业跨地区甚至跨国界、多店铺经营，面对情况迥异的各个市场，面对日益激烈的竞争，要及时捕捉当地的消费需求，不断调整商品结构和经营策略，以满足需求、创造需求。要确保物流、资金流的高效畅通，都必须借助现代信息技术。加快流通信息化，要大力优化各种信息网络资源配置，充分利用现有信息网络，使其成为商贸流通信息化的基本载体。在流通技术创新方面，要大力推广信息技术及网络系统，探索传统产业、连锁经营与电子商务相结合的模式，营造有利于流通业信息化和电子商务发展的良好环境。流通企业需要更加关注商业新技术，如无线射频识别技术、商业智能、增值链系统、客户关系管理、供应链管理以及需求链管理等技术，以信息化改造和装备流通业。

(四) 统筹城乡流通，促进流通业发展方式升级

转变流通业发展方式，既要重视城市商业的规划和工业品流通体制的形成，更要重视农产品流通和农村市场的建设，要建立具有中国特色的城乡一体化的流通体制。农产品流通是中国农村市场的基础，农村市场是中国商品市场的基础，商品市场是社会主义市场经济体系的基础。要以大型农产品批发市场为龙头，充分发挥各种交易市场的中介作用，以产业链、供应链和价值链“三链一体”为目标，集采购、加工、储存、配送、销售于一体，培育和发展现代化的批发市场和商品交易中心，支持特色商品交易市场集群发展，并要发挥城乡区位、交通、市场等优势，按照“合理布局、提升功能、服务发展、扩大辐射”的要求，支持专业商品交易市场集群扩大规模，加快发展。

(五) 积极培育消费热点，实施科学集约经营

我国农村地域广阔，居民居住分散，农村人均居民消费额较少，消费集聚效应差，这导致了农村流通业网点分布比较散，整体运营成本比较高，利润比较低，容易受到伪劣商品冲击，加之消费季节性比较明显，致使大型流通企业不愿进入农村市场，严重制约了农村流通业的发展，阻碍流通和消费相互协调。因此，要推动生产、服务企业调整产品结构和服务结构，开发在农村适销对路的商品，开展“名品进名店”、“品牌到乡村”等活动，培育和拓展城市与乡村旅游、农业观光、文体体育、教育培训、电子通信产品等热点消费，倡导个性化、时尚化、品牌化趋势，引导农村消费结构升级，增强农村消费市场吸引力。要实行差别流通经济政策，利用税收、信贷等经济杠杆对广大农村地区的流通产业进行刺激，引导更多的流通资源要素投入到这些地区的流通产业，增强其自我积累能力，促使流通业组织实施科学、集约经营，以促进各地区城乡居民消费增长，实现流通和消费的协调发展。

〔参考文献〕

- [1] 文启湘主编. 消费经济学导论 [M]. 西安: 陕西人民出版社, 2000.
- [2] 宋则. 中国商贸流通服务业影响力研究 [J]. 经济研究参考, 2009 (31).
- [3] 赵萍. 消费与流通七大关系 [J]. 中国商贸, 2008 (1).
- [4] 黄国雄. 论流通发展方式的转变 [J]. 北京工商大学学报 (社会科学版), 2005 (5).
- [5] 孙敬水, 章迪平. 流通产业发展方式转变国际经验及启示 [J]. 中国流通经济, 2010 (4).

Change Development Mode of Circulation Industry to Promote the Coordinated Development of Circulation And Consumption

Wen Qixiang, Liang Shuang

(Xi'an Jiaotong University, Economics and Finance)

Abstract: Distribution and consumption have a close relationship. The coordinated development of distribution and consumption has an important role in promoting China's economic growth. However, bottlenecks in the development of distribution industry restrict the coordination degree of distribution and consumption. Form five aspects, this paper discusses how to change development mode of distribution industry to achieve coordinated development of distribution and consumption.

Key Words: Distribution Industry; Consumption Growth; Development Mode; Coordinated Development

【流通产业理论与政策】

“十二五”中国特色流通体系及其战略初探

洪 涛

(北京工商大学经济学院)

【摘 要】 本文第一次系统地提出了现代商品、现代流通产业、流通体系的概念,认为流通产业的形成是一个发展过程,需要具备四个方面的条件。在经过数量分析后,笔者认为,我国流通业已经是基础性产业。本文第一次探讨了现代流通体系,纵向流通体系由商品流通组织体系、商品渠道体系、商品市场体系、宏观调控体系、流通法律体系和流通管理体系六大体系构成,横向流通体系包括农产品流通体系、工业消费品流通体系、生产资料流通体系、流通业商务服务业体系、商业生活服务业体系、再生资源流通体系、信息服务体系七大体系。同时,本文还提出了“十二五”流通体系发展战略。

【关键词】 现代商品;现代流通体系;流通体系发展战略

新中国成立60年以来,随着流通产业的形成,流通理论也在不断地创新和发展。具体来说,经历了“无流通论”—“流通论”—流通产业论—流通先导产业论—流通基础产业论—流通战略产业论—流通产业集群论—流通产业结构论—流通产业联盟论—流通体系战略论等,取得了较多的研究成果。流通体系战略论是我国“十二五”流通体系发展战略的理论基础,具体来说,它由以下几个方面的理论构成。

一、流通业的一般理论

(一) 现代商品及流通的概念

长期以来,我们讲商品仅仅局限于实物商品,但是,随着社会的发展,现代商品不仅包括实物商品,也包括服务商品,同时还包括一系列的商业活动。对一个商店而言,只是“卖实物商品、卖服务商品、卖消费方式和消费理念”;但对于一个商品交易市场而

【基金项目】 本文是在洪涛教授主持的商务部“十二五”重点课题“建设中国特色现代流通体系的战略与政策研究”(〔综2009〕06)的基础上完成的。

【作者简介】 洪涛(1957—),男,湖北天门人,教授,博士,北京工商大学经济学院贸易经济系主任,商业经济研究所所长,商务部市场运行调控专家,中国商业经济学会学术委员会副主任,全国高校教学研究会副秘书长,中国物流学会副秘书长。

言，不仅仅交易实物商品，也交易服务商品，同时还提供一系列的商业活动以促进商品交易、信息发布、价格形成等多种功能的发挥。餐饮业是实物商品与服务商品的结合，许多商业服务和居民服务如洗染、美容美发美体、沐浴沐足、照相等商业性服务还需要服务者与消费者直接参与，并相互配合，否则无法完成其商品过程。

现代商品不仅仅指实物商品，同样地，商品流通也不仅仅指实物商品的空间转移，还包括服务商品的空间转移，甚至网上商店或者网上批发交易市场，许多商人在网络上不仅交换实物商品，而且也交换服务商品，还有许多服务产品直接通过互联网这种新的商品载体从生产者领域进入消费者终端。而过去我们所讲的商品的载体主要是指铁路、公路、航空、水路、管理五大载体，而在现代新经济条件下，出现了互联网这一崭新的“通道”。

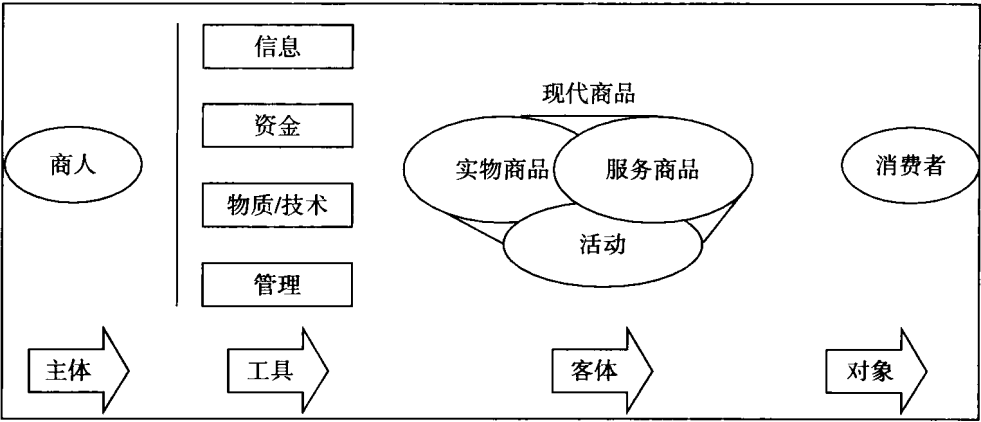


图1 流通经济新概念

（二）流通产业的概念

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2002），流通产业包括：①批发与零售业；②住宿与餐饮业；③租赁与商业服务业；④居民服务和其他服务业。此外，商品的物流分别包括在交通运输、仓储和邮政业中，电子商务（网上交易）包括在信息传输、计算机服务和软件业中，因此，许多学者认为现阶段的流通产业产值仅仅指批发、零售业增加值，是不完整的流通产业增加值，其演算结果不仅不能够反映流通产业的运营效果，而且远远小于其实际效果。

（三）流通产业的形成、发展过程

从商品交换到流通的形成、商业的产生，从商业到流通产业的形成是一个发展过程。在现代经济条件下，一系列的贸易交换活动构成流通，其载体为流通产业，在由计划经济向市场经济体制转轨的过程中，国营商业转变为社会商业；“政企合一”的粮食经济部门还原为粮食企业；集体、个体、私营、外商等多种经济成分的贸易组织参与流通领域，共同完成实物商品和服务商品的社会实现。

(四) 流通产业形成的四个条件

流通产业是交易发展到一定阶段的产物，先有交换行为，并形成交易组织，然后交易组织形成行业群，被称为商业行业，这在第三次社会大分工商业从生产领域脱离出来后形成，至今具有几千年的历史，但是，从行业发展为产业需要具有四个方面的条件：①存在使用相同资源生产相同产品和服务的社会组织；②这些社会组织的活动主要是生产和经营等经济活动；③这些组织要形成一定的群体，组织的经济活动形成一定规模；④这些群体的经济活动对国民经济有所贡献。

组织发展到一定程度形成行业，行业发展到一定程度形成产业，具体见图 2。

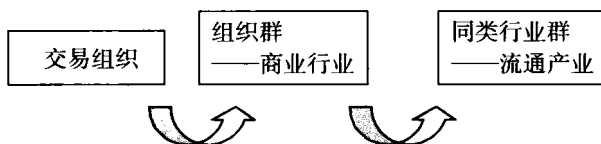


图 2 组织—行业—产业演变过程

(五) 流通产业与流通产业集群

流通产业是商品流通的组织载体，是一个相对独立的产业组织，是一切实物贸易和商业服务贸易活动的组织群体，包括实物商品、服务商品以及一系列贸易活动的组织，如商品批发零售餐饮业、住宿业、物流配送业、电子商务业（电子商务是 21 世纪贸易的发展方向）、租赁业、拍卖业、典当业、旧货业、商业服务（理发及美容保健、摄影扩印、洗染、家政）、会展业、商业信息业、商业咨询业。当前我国流通产业正处于由传统流通产业向现代流通产业过渡的阶段。

流通产业集群是指在某一产业领域相互关联的企业及其支撑体系在一定区域内大量集聚发展并形成具有持续竞争优势的经济群。流通产业集群是以流通产业为龙头的、相似或相关产业在一定区域内的大量聚集，并在流通产业集群信息的引导下，企业之间形成完整的内部分工体系，为区域的经济增长提供了有力的支持和引导。

(六) 我国流通产业的地位

根据统计资料，从流通产业可以搜集到的批发与零售业、住宿与餐饮业、租赁与商务服务、居民服务与其他服务来看，我国流通产业占 GDP 的比例在 13% 左右，2007 年批发、零售业、住宿、餐饮业、租赁与商业服务业、居民服务和其他服务业增加值合计为 32182.7 亿元，占 GDP 的比例为 12.90%（见表 1）。2009 年北京流通产业增加值占 GDP 的比例达到 23.14%，超过了第二产业增加值（23.11%）0.03 个百分点（见表 2）。从总体而言，我国流通产业已经成为新兴的基础性产业。

表 1 中国流通产业增加值在 GDP 中的比例

单位：亿元

年 份	国内生产 总值	流通产业 增加值	占 GDP 的 比例 (%)	批发、 零售业 增加值	住宿、 餐饮业 增加值	租赁与商 业服务业 增加值	居民服务和 其他服务业 增加值
2004	136515.0	21226.6	15.55	12453.8	3663.8	2627.5	2481.5
2005	182321.0	23769.7	13.04	13534.5	4193.4	2912.4	3129.4
2006	211923.5	27084.6	12.78	15471.1	4792.1	3280.0	3541.5
2007	249529.9	32182.7	12.90	18866.1	5547.2	3771.6	3997.8

表 2 北京市 2007~2009 年 GDP 的结构

单位：亿元

指 标	2009 年	占 GDP 的 比例 (%)	2008 年	占 GDP 的 比例 (%)	2007 年	占 GDP 的 比例 (%)
GDP 总值	11865.9	100	10488	100	9006.2	100
第一产业	118.3	0.99	112.8	1.07	101.3	1.12
第二产业	2743.1	23.11	2693.2	25.68	2479.3	27.53
工业	2191.0	18.46	2198.5	20.96	2053.3	22.80
建筑业	552.1	4.65	494.7	4.72	426.0	44.73
第三产业	9004.5	75.88	7682.0	73.25	6425.6	71.35
批发和零售业	1570.9	13.23	1060.9	10.12	848.7	9.42
住宿和餐饮业	275.5	2.32	277.5	2.65	248.6	2.76
租赁和商务服务业	816.2	6.87	686.3	6.54	549.2	6.1
居民服务和其他服务业	82.7	0.69	91.8	0.88	103.2	1.15
流通产业增加值合计	2745.3	23.14	2115.6	20.17	1749.7	19.42
金融业	1720.9	14.50	1493.6	14.24	1126.3	12.51
房地产业	895.4	7.54	610.8	5.82	578.7	6.43

资料来源：根据 2007~2010 年《北京经济与社会发展统计公报》整理。

二、现代流通体系

现代流通体系由纵向六大流通体系和横向七大流通体系构成。

(一) 六大纵向流通体系

从纵向来看，建设具有中国特色的流通体系框架，包括商品流通组织体系、商品渠道体系、商品市场体系、流通管理体系、流通法律体系、宏观调控体系，能够加速实现商品流通现代化、市场化、产业化和国际化进程（见图 3）。

(1) 商品流通组织体系。该体系是流通经济组织（直接流通组织、间接流通组织）、行业协会等非政府组织（NGO）、政府行政管理组织三大板块形成的一个有机整体。它包括农产品流通组织体系、生产资料流通组织体系、日用工业品流通组织体系、再生资