



流通创新与现代生产者服务体系构建

徐从才 等 著

 中国人民大学出版社



流通创新与现 代生产者服务 体系构建

徐从才 等 著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

课题负责人：徐从才

课题组成员：张为付 原小能 张春法 李 颀 汪 洋
丁 宁 盛朝迅 李逢春 唐成伟 周长富

本书出版得到了国家自然科学基金《基于流通创新的现代生产者服务体系构建研究》（批准号：70673020）和江苏省优势学科（应用经济学）、江苏现代服务业研究院资助。



目 录

导言	(1)
----------	-----

第一篇 流通功能的演进与流通 创新的内容和动力

第一章	流通功能的演进与流通创新	
	的内容	(15)
	第一节 流通功能的演进	(15)
	一、流通功能概述	(15)
	二、信用条件下流通功能 延伸	(26)
	三、虚拟条件下流通功能 扩展	(34)
	第二节 流通创新的内容	(45)
	一、流通组织创新	(46)
	二、流通技术创新	(52)
	三、流通制度创新	(54)



第二章	流通创新的动力机制	(57)
	第一节 分工深化推动流通创新	(57)
	一、分工的演进历程	(58)
	二、分工深化与流通创新	(60)
	第二节 技术进步引导流通创新	(61)
	一、技术进步的历程	(62)
	二、技术进步与流通创新	(64)
	第三节 消费者主权凸显呼唤流通创新	(67)
	一、消费者主权的兴起	(68)
	二、消费者主权与流通创新	(69)
	第四节 降低交易费用倒逼流通创新	(77)
	一、交易费用的内容	(78)
	二、交易费用的决定因素	(80)
	三、我国流通领域的高交易费用迫切需要流通 创新	(81)

第二篇 产品服务是现代生产者 服务的基础和先导

第三章	现代生产者服务业的内涵、演进及其规律	(87)
	第一节 现代生产者服务业的内涵、分类与 特征	(87)
	一、现代生产者服务业的内涵：根源于分工 深化	(88)
	二、现代生产者服务业的分类：因地制宜和 因时制宜	(89)
	三、现代生产者服务业的特征：共性与 个性	(92)
	第二节 生产者服务业的演进	(93)
	一、生产者服务业从制造业中分离的过程 分析	(94)

二、生产者服务业的演进	(96)
第三节 生产者服务业的发展规律	(99)
一、生产者服务业具有在国际大都市快速集聚的规律	(99)
二、生产者服务业具有从简单劳动行业向资本知识密集型行业升级的规律	(101)
三、生产者服务业具有主导制造业发展的趋势	(102)
四、生产者服务业具有外化与外包的规律	(106)
五、生产者服务业具有垄断竞争的规律	(108)

第四章 产品服务是现代生产者服务业发展的基础和

先导	(110)
第一节 现代生产者服务业发展的内在机制	(111)
一、现代生产者服务业的分类：流通创新的视角	(111)
二、现代生产者服务业发展的内在机制	(113)
第二节 现代生产者服务业发展的实证分析	(119)
一、我国现代生产者服务业发展的基本情况分析	(120)
二、我国现代生产者服务业发展存在的问题	(126)
第三节 从发展产品服务入手，构建现代生产者服务体系	(128)
一、服务业的发展阶段分析	(129)
二、现代生产者服务业发展的基础条件	(132)
三、我国现代生产者服务业发展的环境分析	(136)
四、从发展产品服务入手，构建现代生产者服务体系	(141)



第三篇 流通创新与现代生产者服务体系构建

第五章	大型零售商纵向约束与供应链流程再造	(147)
	第一节 大型零售商纵向约束的历史与逻辑	
	过程	(148)
	一、产销关系的历史演化过程	(148)
	二、大型零售商纵向约束的演化逻辑	(151)
	第二节 零售商纵向约束下的生产者服务模式	(158)
	一、制造商产品服务外包	(159)
	二、零售商纵向约束构建双边市场的演示	
	平台	(160)
	第三节 零售商纵向约束与供应链流程再造的相互	
	作用机制及其经济绩效	(163)
	一、大型零售商纵向约束与供应链流程再造的	
	相互作用机制	(163)
	二、大型零售商纵向约束实现流程再造的经济	
	绩效	(170)
第六章	流通商主导的供应链动态联盟	(176)
	第一节 流通商主导的供应链动态联盟的形成	
	条件与演进	(177)
	一、流通商主导的供应链动态联盟的历史	
	背景	(177)
	二、流通商主导的供应链动态联盟形成的	
	条件	(182)
	第二节 流通商主导的供应链动态联盟的内涵和	
	外延	(190)
	一、流通商主导的供应链动态联盟是流通组织	
	的高级形式	(191)
	二、流通商主导的供应链动态联盟是缓和生产者	
	和流通商关系的重要方式	(192)

	三、流通商主导的供应链动态联盟是一种中间性组织	(193)
	四、流通商主导的供应链动态联盟承担市场交换的功能	(194)
	第三节 流通商主导的供应链动态联盟发展的实证分析	(195)
	一、上海友谊股份案例分析	(195)
	二、友谊股份公司实施供应链动态联盟的启示	(203)
第七章	商人雇主制的历史演进与现代发展	(207)
	第一节 商人雇主制的产生及其本质	(208)
	一、商人雇主制的产生	(208)
	二、商人雇主制的本质	(209)
	第二节 商人雇主制的现代发展	(210)
	一、分工深化与商人雇主制	(211)
	二、交易费用节约与商人雇主制	(212)
	第三节 新型商人雇主制的未来发展方向	(214)
	一、农村分包制	(214)
	二、弹性生产制度	(216)
	三、品牌规则控制	(217)
第八章	现代农产品流通体系的构建	(219)
	第一节 构建现代农产品流通体系的目标模式	(219)
	一、我国农产品流通体制改革的历程	(219)
	二、现代农产品流通体系构建的基本立足点	(221)
	三、现代农产品流通体系构建的目标模式	(222)
	第二节 进一步提高农产品流通的组织化程度	(223)
	一、流通组织化程度提高的前提是农业生产的产业化、规模化和区域化	(223)



第九章

二、加大农产品流通主体的培育力度,提高 农产品流通的组织化程度	(224)
三、构建新型农产品流通渠道	(229)
四、形成市场底层组织、上层组织与政府机构 三者之间的相互制衡机制	(230)
第三节 完善农产品流通的政府调控机制	(232)
一、加大对农产品流通的公益性支持	(233)
二、对大宗农产品的生产实行直接补贴	(235)
三、进一步完善政府的调控机制	(236)
第九章 新时期商品交易市场的定位与发展	(241)
第一节 我国商品交易市场的发展状况	(241)
一、商品交易市场的内涵	(242)
二、我国商品交易市场的发展状况	(244)
第二节 新时期我国商品交易市场的基本定位	(250)
一、商品交易市场演变的一般轨迹	(251)
二、商品交易市场变迁的内在机理	(253)
三、新时期商品交易市场的定位	(257)
第三节 我国商品交易市场发展的战略选择	(259)
一、强化政策和规划引导	(259)
二、从产业链层面完善和优化市场功能,促进 产业升级	(261)
三、积极推进信息化改造,大力发展电子 商务	(263)
四、制度、组织与技术创新相结合,发挥集成 创新优势	(264)
参考文献	(266)
后记	(277)



导 言

本书研究的主要内容是在分工深化的基础上，通过流通创新推动生产者服务体系中产品服务体系的完善，完善产品服务功能，创新产品服务方式，促进产业升级，提高市场绩效。研究的基础是流通创新和生产者服务发展的一致性和差别性，重点是流通创新和生产者服务体系构建的历史逻辑联系、现实选择及切入点。

一、流通创新的内容和动力

（一）流通创新的内容

创新活动具有丰富的内涵，自熊彼特明确提出创新的内容之后，学者们从不同角度进行了深入的阐释。就流通创新的内容来说，如果从较宏观的视角来分析，我们可以把其概括为流通组织创新、流通技术创新和流通制度创新。

（1）流通组织创新主要体现在流通业的组织形式变化，是制度创新和技术创新的组织依托。



流通组织的演进一方面随着商品和市场的发展而变化,另一方面也随着生产分工的发展而发展。进入工业化时代后,流通组织的创新随着工业革命的升级而加速变化,呈现从生产组织和流通组织分离——生产组织和流通组织一体化——生产组织和流通组织垂直解体的过程。在当今的信息化时代,流通组织与市场的界限日益模糊,产生了虚拟组织形式,突破了严格的科层组织形式和市场调节的明确界限,采取混合治理的形式,更加适应变化的市场需求。

(2) 流通技术创新主要表现为机械化、标准化、信息化三个方面。机械化减少了人工操作,降低了劳动强度,提高了流通效率。标准化是社会化和专业化生产的一个重要特征,也是流通实现社会化、专业化生产的一个重要条件。目前,流通业的标准化技术主要有商品标准编码技术、商业设施与设备的标准技术、条形码技术等,特别是条形码技术的出现,直接推动了超市组织形式的快速扩张。信息化使商品流通中商流、物流、信息流的运动变得系统化和组织化,大大提高了流通效率,并推动了新的流通业态出现。

(3) 流通制度创新是流通创新的重要内容。我国流通制度的创新主要是引入市场机制,形成多元化竞争,减少流通环节冗余的过程,也是政府主导的强制性制度创新过程。从具体的流通制度创新过程来看,主要表现为流通企业制度创新、市场交易制度创新、流通管理制度创新。

(二) 流通创新的动力

流通创新的推进,是受分工深化、技术进步、消费者主导权确立以及降低交易费用等因素影响的。分工深化带来了生产的专业化,提高了生产效率,同时也带来了交易环节的增加,因此,旨在降低交易费用的流通创新就成为提高经济整体效率的必要途径,而技术创新为流通创新提供了前提和基础,消费者主导权的确立又进一步加速了流通创新的进程。

(1) 分工深化推动流通创新。随着产业分工、产品分工、要素分工的扩大,产业间、产品间和中间品的交换和流通规模日益扩大,这为流通创新提供了动力,而流通创新又反过来促进了分工效率的



提高和进一步深化。

(2) 技术进步引导流通创新。在经济发展史上,每一次经济飞跃都与技术革命相伴随,特别是产业革命之后,技术进步对经济发展的作用日益递增,可以说,没有技术进步,就没有流通业的发展,也没有国民收入和社会福利水平的提高。蒸汽机的发明和应用带来了制造业的迅速扩张,城市人口比重急剧增加,社会需求规模迅速扩大,导致了批发商与零售商的最终分离。电力的发明和应用推动了制造业的进一步扩张,流通商开始追求规模经济性与速度经济性,批发领域出现了商品流通组织的变化,交易所成为具有现代意义的商品经销商,同时,自营批发商迅速发展。零售领域的创新则表现为百货商店的兴起以及连锁组织的出现。

(3) 消费者主权凸显呼唤流通创新。随着经济的快速发展,人们的收入水平和生活水平不断提高,消费方式和消费特征也发生了很大的变化,在消费倾向上由原来的以基本生活资料为主转变为对通信、教育、娱乐及居住水平等方面的高层次生活消费追求。在目前各类商品大量充斥市场的环境中,消费者已经告别了盲目购买的时代,他们不再是单纯的营销传播的受众,不是单纯地被动接受,消费者的自主性变得日益强烈。消费者正在日趋掌握消费的主导权。面对这样的发展趋势,企业要想在竞争中占据主动地位,就必须将消费者放在首位,从消费者的角度去考虑产品的设计、生产及销售。企业需要转变原先的思想观念,通过创新,实现以最低的成本生产消费者需要的产品,并销售出去。

(4) 降低交易费用倒逼流通创新。由于历史和体制的制约,我国流通组织存在诸多不合理之处,如产权不清、流通组织化程度低、产业集中程度低等,由此带来了较高的交易费用,而且现代信息技术运用水平较低,很多流通环节还处于半机械化、半人工状态,劳动效率较低。同时,流通领域的相关法律法规不健全,交易规则不完善,价格欺诈等不正当价格竞争现象难以制止,这些都导致了居高不下的交易费用。高昂的交易费用不仅浪费社会资源,减少消费者福利,还会影响到我国制造业绩效的进一步提高,使得我国从制造业大国向制造业强国转变的道路更加漫长。因此,迫



切需要通过流通组织创新、流通技术创新和流通制度创新来降低交易费用。

二、产品服务是生产者服务的基础与先导

生产者服务是非最终消费者服务，从其功能内涵上来说，可以分为产品服务、要素服务以及其他专业服务。产品服务是与产品生产直接相关的产前、产中和产后服务，如运输、仓储、批发、分销等；要素服务则为企业生产提供信息、金融、劳动培训等关键生产要素的服务；专业服务则包括会计、律师、咨询等降低市场交易成本的服务。目前，生产者服务中的产品服务功能主要是由流通业来提供的，流通业提供产品的购（采购）、销（分销及销网）、运（产品运输与配送）、存（仓储）。通过这四个环节的服务，产品能够最终进入消费领域，价值得以实现，生产者也就实现了自己的利益。在整个生产者服务体系中，产品服务是基础和载体。从最终目的来说，要素服务和专业服务的最终实现形式也是为产品提供服务，提高整个社会生产和分配产品的效率。

在农业经济时代，人类主要与自然进行斗争，生产率低，产品生产的目的是满足基本生活需要，与此相对应，服务的内容也主要是生活服务。在工业经济时代，分工进一步深化，大规模生产和大规模消费占据主导地位，大量的中间品和最终品都要通过市场进行分配，因此，产品服务成为服务业的主体。产品服务的规模和质量，不仅影响最终产品功能的实现方式和速度，也影响企业间分工的程度和效率。在信息经济时代，信息成为影响产业绩效和经济增长的关键要素。信息技术的应用，不仅能改变经济领域中的制造、加工，运输过程中的信息传递路径，催生新型生产经营和商业模式，而且促进了产业间的融合，制造业服务化、服务业制造化成为新的发展趋势，因此，信息经济时代的服务业主要是信息技术和智能服务业。

在经济发展过程中，生产者服务的提供是在商品生产体系内部展开的。产品服务把日益专业化的要素服务和专业服务导入到商品



和服务生产过程中,并运用现代信息技术(条形码技术、EOS技术等),通过数量、批次和品种的调剂形成稳定的产销联系,提高了商品和服务生产过程的运营效率、经营规模以及其他投入要素的生产率,同时增加其产出价值。因此,产品服务是生产者服务的基础,产品服务为生产者和消费者之间产销联系的实现提供了通道,产品服务的销售过程能够弥合、化解由社会分工和产业分工导致的生产与消费之间的时空矛盾。与此同时,流通功能的创新打破了生产和消费在时间、空间和集散方面的更大限制,可以在更长的时间、更远的地区、更集中或分散的条件下进行商品交换,从而促进了更大规模生产的发展,并在更大的范围内更好地满足消费者的需要。因此,产品服务在传统的流通服务的基础上,不但减少了生产和消费之间的时延和停顿,而且利用现代科技信息对生产者的选择与决策起到了一种反馈和调节的作用,成为生产者服务的先导。

目前,我国人均国内生产总值(GDP)为3 000多美元,经济结构以第二和第三产业为主体(两者的比重都在40%以上),第一产业比重已降到20%以下,工业结构则处于向高加工度转变阶段,因此,我国总体上处于工业化中期,与此相对应,产品服务是服务业的重要组成部分。2000年以来,商贸流通服务占生产者服务的比重都在40%以上,其中,2000—2003年所占比重为45%,2004年开始下降,所占比重为44%,2005—2006年为43%,随后继续下降,2009年所占比重为41%,这说明我国目前产品服务是生产者服务的主体。当前,三种力量在共同推进产品服务的发展。一是制造业中产品服务功能的外化。随着产品的日益复杂化和竞争的加剧,很多制造业企业把物流、仓储、营销等一些产品服务外包出去,以专注于自身的制造优势,保持竞争力。二是传统商贸流通业在专业化、社会化过程中开始引导制造业的发展。传统商贸流通业通过标准化、连锁经营的模式实现了产业化,并利用自己贴近消费者的优势引导消费,进而引导生产。三是大型外资流通企业进入流通业后强化了产品服务的功能。自2004年我国流通业全面对外开放后,大量国际知名的流通业巨头进入我国,推动了商贸流通业的迅速扩张,也进一步加强了流通的产品服务功能,但同时,大型外资流通企



业市场势力的扩大也影响了市场竞争，特别是在外资流通企业仍然享受某些超国民待遇的情况下，进一步挤压了内资流通企业的发展空间。

三、坚持流通创新，推进现代生产者服务体系的构建

由于产品服务是生产者服务的基础与先导，因此，建立和完善生产者服务体系的首要任务就是完善产品服务体系。在市场化、国际化和信息化的背景下，通过流通创新可以完善产品服务功能，进而完善现代生产者服务体系。因此，必须坚持流通创新，推动现代生产者服务体系构建。

（一）走进供应链

20 世纪 60 年代，彼得·德鲁克就提出：配送管理是市场营销中被忽视的领域，并称之为“经济中的黑暗大陆”。从 80 年代开始，很多企业开始意识到供应链管理改进所带来的优势，流通企业和生产企业在供应链中变成你中有我、我中有你、共生共荣的关系。因此，流通组织不再单单作为交易的媒介，而是要主导或加入与之相关的供应链，围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，建立原材料采购、中间产品及最终产品制造、销售网络为一体的功能网链结构，将供应商、分销商、流通商和最终用户连成一个整体。供应链的所有成员在合作的基础上共享信息、分享利益。目前，沃尔玛和宝洁的供应链合作已经成为业界的典范。双方建立一体化的供应链之后，成功地提高了从生产到销售整个供应链的效率，提高了共同利润。目前，宝洁公司的产品在沃尔玛的仓库中大约停留 8 个小时，这些产品运送到沃尔玛超市大约需要 4 个小时，通常会在 24 小时内卖掉，这样沃尔玛就能够用顾客支付的现金向宝洁支付货款。同时，宝洁利用沃尔玛所提供的消费者信息，分析产品消费趋势和潜在的消费者需求，有针对性地开发产品，不但提高了研发速度，新产品也更加适合消费者需求。

（二）构建分销网络

在我国传统的分销渠道中，渠道成员相对独立，为了避免单边依赖，渠道成员之间的关系比较松散，渠道成员更多关注的是对权力的控制和利益的分配。随着信息技术的发展和个性化消费的出现，订单模式成为理想的生产和销售手段，同时专业化分工更加细化，企业把更多内部的职能外包给合作伙伴，渠道成员间的关系日益密切，分销渠道逐步演变为一个跨越企业边界的增值网络，即分销网络。目前，分销网络已成为影响产业发展的重要因素，谁控制了分销网络，谁就控制了产业链的价值分配主导权。特别是在我国加入世界贸易组织后，外资大量进入我国分销领域，一些大型的外资流通集团已经初步建立起生产、销售和售后服务一体化、内外贸一体化的分销体系，而我国的流通企业还普遍存在着“千军万马闯市场”的格局，流通企业规模较小，分销成本较高，虽然也有部分流通企业建立了全国营销网络，但同类企业没有实现网络合作和网络共享，分销渠道重复建设严重。在国内分销竞争日趋激烈的状况下，如果国内流通企业不加快步伐，构建一体化的分销网络，很可能会在外资流通集团的扩张中被蚕食或吞并。因此，政府要积极支持国内流通企业分销网络平台的构建，扶持现有规模较大的流通企业，鼓励其扩大规模，改进技术，拓展服务，构建内外贸一体化的分销网络。

（三）发展现代流通方式：连锁、物流配送、电子商务

连锁经营、现代物流、电子商务是现代流通方式的主要表现形式。在流通创新中，要着力推广连锁组织形式，建立规范化管理、规模化经营和标准化服务的物流配送体系，鼓励传统产业与电子商务相结合、有形市场与电子商务相结合、连锁经营与电子商务相结合、现代物流与电子商务相结合的发展模式。

连锁经营的实质是把现代工业大生产的组织原理应用于商品流通，促进商业服务活动的标准化、专业化、一致化。连锁商店通过集团化经营方式，把众多规模较小的分店统一起来，在本部、分店和配送中心实行专业化分工，连锁总店负责送货，各分店负责销售，改变了传统零售企业那种集买卖职能于一体的做法，大大降低了进



货成本和销售成本,获得像工业经济一样的规模经济。连锁经营自20世纪90年代中期引入我国以来发展迅速,连锁行业销售额与店铺数多年保持20%以上的增幅。与此同时,由于经济体制、市场环境、经济实力及管理水平等因素的制约,我国的连锁经营发展也暴露出诸多问题,如企业规模小、规范化程度低和管理基础薄弱等。因此,要加强对连锁经营企业的政策扶持,扩大连锁企业经营规模,提高经济效益,完善商业连锁经营标准、管理条例、服务规范等法规,从而推动我国连锁业的健康发展。

物流配送产业是我国国民经济中的一个新兴服务部门,但其发展迅速,对经济效率的影响也日益增加。物流配送产业被认为是国民经济发展的动脉和基础产业,其发展程度成为衡量一国现代化程度和综合国力的重要标志之一,被喻为经济发展的“加速器”。目前我国物流配送业管理体制改革滞后,物流业内部系统之间发展不协调,运输业、仓储业、配送业各自发展,缺乏统一性,而且信息化水平不高,不仅制约了物流配送业本身的发展,也影响了连锁经营和电子商务的推进。因此,必须加快我国物流配送业的社会化、系统化、信息化进程,通过政企分开、完善现代企业制度和建立现代信用体系等制度创新手段改善我国目前物流配送业分散化经营的现状。通过组织创新,整合现有内部各环节,实现商流、物流、信息流的协调统一,同时,应用电子商务技术对物流配送业进行改造,以提高配送效率。

电子商务是指利用电子网络进行的商务活动,是随着信息技术特别是互联网的产生而出现的新型商务活动方式。电子商务的出现,大大提高了采购、生产、销售各环节的效率。通过电子信息系统,企业可以掌握商品进、销、存的全部动态,从而将存货控制在最合理的范围。商品数量低于安全存量时,系统能自动产生订单,向供货单位发出订货通知,从而保证了商品的持续供应和低成本经营。电子信息系统记录了销售的数量和各种信息,以及各类消费者的采购频率和购物结构,能够准确地反映客户的需求动态和发展趋势,便于企业进行有效的战略调整。由于搜索引擎不完善、数据传输安全系数低、后台管理系统落后、缺乏标准等,我国电子商务发展受