

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

# 流通产业公益性研究

依绍华 等◎著

 中国社会科学出版社

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

# 流通产业公益性研究

依绍华 等◎著

 中国社会科学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

流通产业公益性研究/依绍华等著. —北京: 中国社会科学出版社,  
2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5161 - 6548 - 5

I. ①流… II. ①依… III. ①流通产业—研究—中国 IV. ①F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 150256 号

---

出 版 人 赵剑英  
责任编辑 王 曦  
责任校对 周晓东  
责任印制 戴 宽

---

出 版 中国社会科学出版社  
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮 编 100720  
网 址 <http://www.csspw.cn>  
发 行 部 010 - 84083685  
门 市 部 010 - 84029450  
经 销 新华书店及其他书店

---

印 装 北京君升印刷有限公司  
版 次 2015 年 7 月第 1 版  
印 次 2015 年 7 月第 1 次印刷

---

开 本 710 × 1000 1/16  
印 张 14.25  
插 页 2  
字 数 243 千字  
定 价 52.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换  
电话: 010 - 84083683  
版权所有 侵权必究

## 引 言

流通作为联结生产和消费的中间环节，在社会再生产过程中发挥着重要作用。改革开放以来，我国流通领域实行了市场化改革，由于当时国民经济实力有限，很多应由政府承担的活动交由市场运作，虽然实现了效率，但是也带来很多问题，企业作为“经济人”以追求利润最大化为目标，因此在很多基础领域忽视了流通产业的公益性职能，从而造成流通环节费用高、百姓基本商业需求难满足等问题。随着我国经济总量不断上升，政府开始有实力和能力对流通产业过度市场化部分进行校正，对公益性内容进行合理介入，充分发挥其在百姓生活方面的基础作用，但是在政府干预的同时，如何处理好流通产业公益性与市场化的关系，对深化流通体制改革、推动流通产业快速发展至关重要。

对于流通产业公益性与市场化关系的认识和理解，涉及政府与市场、公平与效率等基本命题，有着深刻的政策含义；同时，在我国改革开放和建立成熟市场经济体系的大背景下，又有着特殊而重要的意义，既要改变政府“大包大揽”，又要避免“过度市场化”；在政府应当履行职能的领域，既要适度干预，注重公平，又要避免“越位”，发挥市场机制作用，提高效率。因此，充分研究流通公益性和市场化的内在关系，是政府介入流通公益领域，合理干预流通活动，进而深化流通体制改革，加快流通产业发展的基础和根本要求。

公益性与市场化关系的政策落脚点在于政府对市场的干预内容及参与方式。对公益性的认识在很大程度上关系到政府参与经济活动的内容范围。一般来讲，政府的经济角色主要体现在构建市场机制发挥作用的基础条件，弥补市场机制无法有效实现的资源配置，以及完成市场无法实现的社会目标等方面，这些内容与广义或狭义的“公益性”概念存在对应关系。流通产业公益性要求政府提供必要的支持和保障，关系到政府参与或干预的内容划定。市场化是政府与市场间关系的实现方式。当原本由政府

经营的领域被认为不再需要直接干预时,就可以通过市场化引入竞争机制;对于离不开政府支持的领域,则需采取恰当方式,尽量避免缺乏效率、滋生“寻租”等问题,通常可以选择市场化的参与方式实现改进。市场化的目的是充分发挥市场机制配置资源的作用,也是市场经济体制下政府参与经济活动的总体取向。

就流通产业而言,本质上属于竞争性产业,职能上则承担了一定的公益功能,具有社会公益性,而不同的职能显然需要不同的发展机制。因此,流通产业的发展既需要发挥市场的竞争机制,也需要政府在期间有所作为。所有这些,都是现阶段如何进一步深化流通体制改革、推动流通产业发展的关键命题。

# 目 录

|                      |    |
|----------------------|----|
| 引言                   | 1  |
| 第一章 公益性与市场化关系的理论阐释   | 1  |
| 第一节 市场化与公益性的认识       | 1  |
| 第二节 公益性与市场化关系的含义     | 4  |
| 第二章 流通产业的公益性与市场化     | 7  |
| 第一节 流通产业内容与功能        | 8  |
| 第二节 流通产业的竞争性         | 11 |
| 第三节 流通产业的公益性         | 12 |
| 第四节 流通产业的市场化         | 20 |
| 第五节 流通产业公益性与市场化的关系   | 20 |
| 第三章 流通产业公益性产品构成      | 22 |
| 第一节 公益性产品            | 22 |
| 第二节 流通产业公益性产品内容      | 26 |
| 第三节 政府职能转变下流通公益性产品   | 29 |
| 第四章 公益性产品供给机制        | 34 |
| 第一节 公共产品供给现状及问题      | 34 |
| 第二节 供给方式的改进方向        | 45 |
| 第三节 公益性产品供给模式        | 46 |
| 第四节 公益性产品供给主体多元化选择   | 49 |
| 第五章 流通产业公益性产品市场化供给模式 | 53 |
| 第一节 流通产业公益性产品供给原则    | 53 |

|       |                            |     |
|-------|----------------------------|-----|
| 第二节   | 流通产业公益性产品多元化供给面临的问题 .....  | 55  |
| 第三节   | 流通产业公益性产品供给的理想模式 .....     | 58  |
| 第四节   | 公益性产品供给主体多元化 .....         | 59  |
| 第六章   | 完善流通产业公益性产品供给机制的思路 .....   | 63  |
| 第一节   | 正确处理政府与市场的关系 .....         | 63  |
| 第二节   | 在政府机构引进竞争机制 .....          | 63  |
| 第三节   | 实现流通公益性产品的多元化供给 .....      | 64  |
| 第四节   | 以“购买—建设—经营”模式为突破 .....     | 67  |
| 第五节   | 切实维护社会公众利益 .....           | 67  |
| 第六节   | 完善税制, 保证公益性产品资金需求 .....    | 68  |
| 第七章   | 发达国家和地区公共产品供给经验借鉴 .....    | 69  |
| 第一节   | 部分国家和地区提供公共产品的经验和做法 .....  | 70  |
| 第二节   | 流通领域公共产品供给国际经验 .....       | 78  |
| 第八章   | 政策建议 .....                 | 95  |
| 第一节   | 构建公益性产品供给政府扶持机制 .....      | 95  |
| 第二节   | 建立健全流通公益性产品供给的法律保障制度 ..... | 99  |
| 第三节   | 培育第三部门介入流通公益领域 .....       | 101 |
| 第四节   | 实现投资经营主体多元化 .....          | 102 |
| 第五节   | 重视流通公益性基础工作 .....          | 104 |
| 专项报告一 | 农产品批发市场发展报告 .....          | 110 |
| 专项报告二 | 电子商务在流通产业的公益性表现 .....      | 171 |
| 专项报告三 | 物流基础设施公益性及多元化供给 .....      | 189 |
| 参考文献  | .....                      | 209 |
| 后记    | .....                      | 220 |

# 第一章 公益性与市场化关系的理论阐释

## 第一节 市场化与公益性的认识

### 一 市场化

市场机制是通过价格、供求、竞争三位一体的互动来实现资源配置的一种手段。通常认为，市场机制是在一定条件下符合效率原则。“市场化”则是指引入市场机制，以需求为导向，通过竞争实现优胜劣汰和资源优化配置的过程。

改革开放 30 多年来，随着市场化进程的逐步推进，我国经济发展取得了举世瞩目的成就，其中的关键因素在于市场化改革的推进。党的十八届三中全会通过的《关于全面深化改革若干重大问题的决定》，明确指出“经济体制改革是全面深化改革的重点，核心问题是处理好政府和市场的关系，使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用”。这意味着，在发挥市场力量的同时，不可忽视政府的作用，同时还需要更好地处理政府与市场的关系，厘清二者的边界，充分发挥各自优势，共同为宏观经济健康发展服务。

我们知道，市场机制的运行能够为经济社会带来效率、活力和竞争力，但也具有天然缺陷，存在着各种“市场失灵”的问题。自由市场机制往往也会带来市场的高度不稳定性，导致过度投机和恶性竞争，特别是在那些市场主体不愿意介入、市场产品提供不足或者是存在诸多的外部性的领域，更需要政府适时发挥作用，并以恰当的方式进行合理干预。

由此，随着市场化改革的推进，我国市场化机制逐渐体现出两层含义：第一，对于采用市场机制配置资源更有效率的领域，政府逐渐退出，市场机制成为主导力量；第二，对于需要政府提供支持保障的领域，由行



政命令、直接投资等直接干预方式向财政金融政策、国有企业经营、政府购买服务等依托市场机制的方式转变。但需要强调的是,市场化不仅是政府和市场之间职能划分的结果,还是提高政府参与效率的方式选择,而且具有导向性意义。

政府干预经济带来的一个重要问题是效率问题。尽管政府的介入能够很好地弥补市场的不足,但是在其提供方式方面存在“天然的”效率问题。在这方面,20世纪80年代以来,新公共管理和新公共服务理论和实践演进提供了新的视角和启发,能够很好地克服政府介入的不足。公共选择理论、新公共管理理论、治理理论、新公共服务理论相继出现并被广泛应用,其中提出许多新的有效的公共服务供给方式以不断提升政府参与的绩效,如政府服务、政府参与、政府间协议、政府参股、特许经营、合同外包、补助、使用者付费、志愿服务和社区治理等。

因此,如同卡尔·波兰尼(Karl Polanyi)所说,市场与社会之间是一种相互嵌入的关系,即使是自由放任的市场也需要社会力量的维系,因为“不是经济植根于社会,而是社会被迫纳入到经济体系之中”。<sup>①</sup>所以,市场经济的运行是一个政府和市场良好合作的过程,既需要有市场机制的高效运转,也需要有政府的介入,进而能够为社会提供更好的公共产品和公共服务,保障社会民生。市场经济也应该是高效的市场和有为的政府相结合的体制,需要政府采用合适的方式调节市场,特别是要在一些公益性领域给予支持,减缓市场的不利冲击和影响,维护社会公平,满足大多数公众的需求。

## 二 公益性

公益性涉及的是一种公共利益,也即一定范围之内社会成员共同利益,能够为社会带来一些公共利益。公益性产品或者服务本身不是经济学概念,而属于社会性范畴。一般来讲,具有显著“正外部性”的社会产品称为公益性产品,或者说,具有公益性目标的(准)公共产品属于公益性产品,“正外部性”是“公益性目标”更具经济学意义、更为具体的替代性概念。“公益性目标”主要用于解释私人产品向准公共产品或准公共产品向公共产品转化的原因,是社会追求“公平”原则的体现。在效

---

<sup>①</sup> 卡尔·波兰尼:《大转型:我们时代的政治与经济起源》,刘阳、冯钢译,浙江人民出版社2007年版。

率与公平（公益性）这两个基本目标不断作用的过程中，公共产品与准公共产品、私人产品与准公共产品之间会根据社会发展阶段的要求，发生转变。

因此，公益性和市场化关系的本质是经济系统中私人利益与集体利益，或者说是公平和效率的关系问题。经济体系中公益性过度、市场化不足，或者市场化过度、公益性不足，都会导致经济发展处于不稳定状态。这两者的关系处于动态调整过程中，其方向取决于一个社会的基本价值体系和政府对公平、效率这两个基本价值的判断和取向。

不仅如此，强调一个产业具有公益属性，其背后的理论基础在于一个社会中制约、影响公共利益的重点。公益性强调涉及公众利益，从这个角度看，任何社会中的生产经营活动都会关系到其中的个体利益，其区别仅在于范围（涉及面的大小）和方式（直接或间接）。但是，如果从动态角度看，在社会发展的不同时期，不同行业部门的角色是有所区别的，宽泛地理解公益性，要根据一定发展阶段的实际特点，结合现实中出现的问题和公众需求来确定公益所体现的内容。例如，当一个国家经济发展和人民生活水平主要受制于工业化进程时，政府会采取专门的产业支持政策，甚至以“剪刀差”的方式配置资源，从而尽快完成工业体系的建设，并加速推进工业化进程。其理由在于，这一做法关系到整个国民经济的长远发展和全体民众的根本利益。其时，工业建设具有极强的公益属性，政府行为就是要强制保障这种公共利益的实现，因为这对社会整体有益，实际上是一种外部性的体现，这种外部性决定了成本承担主体的非特定性，因而需要有市场干预手段的介入来保证效率。

从经济学角度看，具有公益属性的产品需要由政府来提供。如果公共产品由私人来提供的时候，私人的边际效益会小于社会边际效益，个人的最优决策水平也会低于社会最低水平，进而出现公共产品供给不足的情况，无法实现资源配置的最优化，也难以保障社会的公共利益。

从上述分析来看，公益性更多强调的是对社会的公共利益，涉及的是公共产品，也更多强调社会的公平而非是基于效率的考虑，更多强调政府在这个过程中的责任。从性质上看，对于市场经济中公益性产品或服务，一般应具备以下几个基本特征：

一是公共性。公益性产品或服务不是只为特定少数群体提供的个性服务，其关注的是社会群体的共同利益和共同需求，而不是单个或少数群体

的需求,具有极强的共享性特征,为社会大众所共同使用。因此,公益性服务或产品往往具有大众性、开放性、非排他性特征,其满足整个社会大众的公共利益,保障的也是其整体利益、共同利益和广泛利益,任何公民都可均等享受这一服务。对于大众的公共利益,政府也理应承担起这一应有的责任和义务。

二是基本性。公益性产品或服务是满足人们基本需求的产品或服务,其所提供的产品和服务也是最低标准,是面向基本需求而设立的。因此,公益性服务并非是为满足高端和个性化的特殊需求。个性化的需求和高端服务属于私人服务范畴,并非属于公共服务范畴,其是由市场中的私人主体来提供。

三是低价位或免费性。公益性产品或服务的公共性、基础性的特征,也要求公共服务是一种低价位或者是免费的服务。公益性产品或服务面向的是大众,涉及的是整个群体的公共利益、整体利益,是具有非排他性的公共产品,这也使得政府成为其主要承担者,而这也要求其应该实行一种低价位甚至是免费的准入机制,以使普通人能无障碍地获得这一服务,能够广泛普遍持续地享受这一服务,而不需要面对更高的收费门槛。另外,公益性服务主要由公共财政所承担,由此大众也应该免费或者低价位地获得这一服务。

四是内容广泛性。公益性产品既包括物质产品,也涵盖非物质产品,涉及的内容也极为广泛,既有一些是看得见的物质产品的基础设施等产品,也有一些是看不见的非物质性的服务。

五是动态变化性。社会经济发展具有阶段性特征,需求也处于持续演进中,这使得公益性产品范围也处于动态变化发展中,其所涉及的内容、提供水平、涵盖标准都具有阶段性的特征,随着社会经济、需求的变化而出现不同,而且在不同的区域层面也呈现出一定的差异性特征。整体上看,公益性服务是一种动态变化的服务。

## 第二节 公益性与市场化关系的含义

### 一 公益性与市场化的关系

根据我国的实际情况,以及前面对市场化含义的分析,我们认为,公

益性与市场化关系的实质即为政府与市场的关系,具体来看,主要包括两个大的方面:一是政府参与公益性领域的范围,即如何界定政府对市场干预内容的问题;二是公益性领域中政府可以采取引入市场机制的方式。政府的经济角色主要体现在构建市场机制发挥作用的基础条件,弥补市场机制无法有效实现的资源配置,以及完成市场无法实现的社会目标等方面,这些内容与广义或狭义的“公益性”概念存在对应关系。市场化是政府与市场间关系的实现方式,当原本由政府经营的领域被认为不再需要直接干预时,就可以通过市场化手段引入竞争机制;对于离不开政府支持的领域,则需要采取恰当方式进行干预,通常选择市场化的参与方式实现改进,从而尽量避免缺乏效率、滋生“寻租”等问题。(见图1-1)

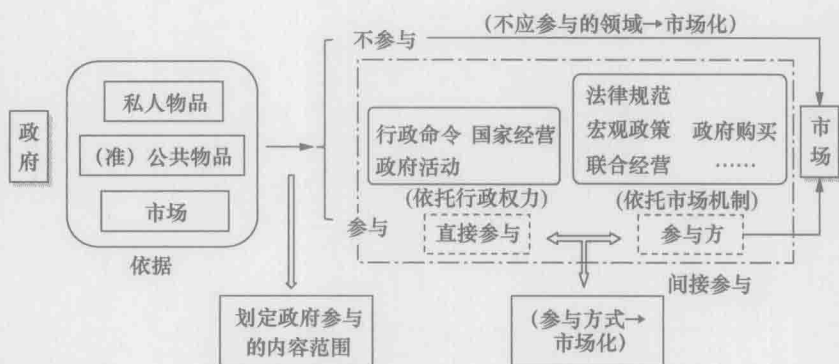


图 1-1 从政府与市场看公益性与市场化的关系

## 二 公益性与市场化关系的现实焦点

现实中,公益性和市场化关系的本质是经济体系中政府与市场的边界划分,或者说是公平和效率的关系问题。在经济体系中,公益性过度、市场化不足,或者市场化过度、公益性不足,都会有损经济健康持续发展。前已述及,公益性具有阶段性特征和范围属性,因而公益性和市场化之间的界限也处于动态调整的过程中,其方向取决于一个社会的基本价值体系和政府对公平、效率这两个基本价值的判断标准。基于当前我国经济所处的发展阶段,在研究政府干预与市场配置的边界时,十八届三中全会公报提出“凡是能由市场形成价格的都交给市场”的论断。也就是说,更多地倾向于更具效率的市场配置;在考虑具体的产品提供方式时,将以政府

作为类似市场主体的方式纳入分析框架,适当地借助市场机制,这是政府更好发挥自身作用的最优选择之一。

可以看到,就现实中公益性与市场化关系的两大方面表现而言,公益性范围的问题并非重点,因为其本身是动态的、相对的;有关键意义的是,具有公益性的产品应当采取怎样的方式来加以提供,其焦点在于,这一过程中政府应当如何参与,并发挥市场机制的作用。本书接下来将主要关注这方面内容。



图 1-1 公益性与市场化关系的两大方面表现

### 1.2 流通产业公益性的界定与分类

在本书的导论中,已经对流通产业公益性的概念进行了初步的界定。在本书的正文中,我们将进一步对流通产业公益性的概念进行深入的探讨。首先,我们将对流通产业公益性的内涵进行界定。其次,我们将对流通产业公益性的外延进行界定。最后,我们将对流通产业公益性的分类进行界定。在本书的正文中,我们将进一步对流通产业公益性的概念进行深入的探讨。首先,我们将对流通产业公益性的内涵进行界定。其次,我们将对流通产业公益性的外延进行界定。最后,我们将对流通产业公益性的分类进行界定。

## 第二章 流通产业的公益性与市场化

“流通”一词是我国的特有提法，马克思主义经济学将流通定义为生产与流通的中间环节，属于部门经济范畴，而西方主流经济学把流通置于产业组织框架下，将流通产业视为完全竞争领域，学界从完全竞争的产业组织理论分析流通产业运行的市场结构和组织结构<sup>①</sup>，导致对政府规制研究较少。而对于流通产业运行问题需要考虑经济体制模式的约束，因此研究特定国家的流通产业运行需要结合国情，以特定国家为对象考察流通产业，需要分析其所在国家的宏观环境、产业运行基础等。

从我国情况看，改革开放以来，原有流通体制被打破，新的流通体制正在不断完善，流通业作为市场化程度较高的领域，基本建立了较为完备的市场体系和运行机制，政府逐步退出了竞争性领域，由“运动员”转向“裁判员”，但是政府在对流通产业规制的过程中面临诸多问题：在需要政府发挥作用的具有公益性特征的领域，表现为政府“缺位”；而在市场竞争领域，由于行政化趋势未能得到有效抑制，政府“越位”现象普遍存在，统一市场难以形成，不同所有制企业难以获得公平竞争机会，等等。随着我国逐渐进入建立成熟市场经济体系阶段，积极发挥市场配置资源的决定性作用，为市场主体提供良好竞争环境，恰当履行政府职能成为重要内容。因此，一方面政府需要在具有公益属性的领域进行干预、有所作为；另一方面要避免过度干预或以不合理的方式介入，应建立以市场机制为基础的流通政策干预机制，将市场化作为政府介入的方式选择重点，做必要的“加法”同时做“减法”，并正确做好“加法”，提高效率、改进方式，发挥政府的作用。

事实上，流通领域中政府“越位”、“缺位”问题的存在，其核心在

---

<sup>①</sup> 何大安：《中国流通产业运行问题——基于产业组织及其制度的基础理论考察》，经济科学出版社2008年版。

于对流通产业性质认识得不清晰,人们往往只看到了流通产业的市场竞争性或者是只注意到其承担的公益性职能。但流通产业本身是一个复杂的综合体,其具有竞争性和公益性的双重特征。从含义上看,流通是连接生产与消费的中间环节,传统上以“物质产品”的生产、消费、分配、交换的经济阶段划分为理论基础,主要是指批发和零售业。在社会化分工不断深入的过程中,又出现了专门承担商品仓储与运输职能的“物流业”。而从其产业性质看,流通产业总体上是竞争性行业;但从功能看,则具备一定公益职能,既是传统竞争性产业,也具有公益性功能。

## 第一节 流通产业内容与功能

了解流通产业的基本内涵,是理解流通产业公益性及其与市场化关系的前提。这一部分主要阐述流通产业的内容和功能定位,作为引出产业属性及市场化要求的基础。

### 一 涵盖内容

马克思主义经济学将流通定义为联结生产与消费的中间环节,涵盖范围很广,在经济学中属于部门经济。传统意义上,流通以实体商品的交换为研究对象,对应的产业包括批发、零售业和物流业。随着现代服务业的发展,“服务”作为一种新的商品形态,改变了传统意义上商品仅限于物质实体的认识。就“服务产品”的流通过程而言,生产与消费的同时性是其一大特征。若以物质产品来衡量,则“服务”没有流通过程;但从流通对应于作为商流的交换过程来看,提供以交易为前提的服务商品,就自动包括了生产、流通、消费三个环节。由此,餐饮、住宿以及家政、美容、沐浴等社区服务业均可被纳入“大流通”的概念范畴下。

在行业管理实践中,传统“流通”产业主要涉及粮食、物资、供销、批发零售等领域,此外,饮食服务业、住宿业也被包括在内,在内外贸分割时期,前述领域均属于原商业部,后改为国内贸易部的行政职能范围之内;加入世界贸易组织(WTO)之后,为适应内外贸一体化的需求,我国于2003年将原国内贸易部与外经贸部合并,组建了大“商务部”,其职责内容覆盖了“国内贸易”与“流通产业”,并强调国内、国外两个市场相统筹。近年来,商务部又根据现实需要加强针对“商贸服务业”的

制度建设,目前主要包括餐饮、住宿、家政、美容美发、沐浴、洗染、家电维修、人像摄影、会展等。从行政职能管理方面可以看出,以商务部为主要牵头部门的流通产业管理同样体现出“大流通”的理念。

流通业的这种范围变化与其职能提升有密切关系,随着社会生产力的提高,流通逐渐从被生产推动,转化为主动引领生产,并向生产和消费领域延伸,在国民经济中发挥着引导与支持作用。

## 二 产业功能定位

流通所针对的产品涵盖生产资料及各类消费品,承担了社会商品价值实现的功能,同时也是满足消费者需求的过程。流通作为生产与消费的联结,在现代经济社会中具有突出的功能。一般认为,流通是先导性、基础性乃至战略性的重要产业。

### (一) 先导性产业

一个产业的前导性应当体现为“先行发展”,即该产业应当在国民经济中率先发展,进而引导其他产业向特定战略目标发展。在20世纪90年代中后期,我国基本实现了主要商品的供求平衡或供大于求,卖方市场转变为买方市场。在这种条件下,生产性行业的经营活动由要素资源约束转向市场需求约束,即价值实现成为这些产业发展的关键。其中,契合市场需求、减少产品库存是必要条件。

由此,流通业的前导性功能就体现在,必须率先建立并完善遍布城乡、内外统筹的商品流通渠道,沟通产需,减少乃至杜绝存在市场需求,但因渠道不畅而造成滞销的情况。同时,流通作为更加接近消费端的产业,在把握市场需求上具有即时性、前瞻性。流通产业正逐渐发挥这种信息优势,由被动地接受并销售制造业部门已经生产的产品,转向更深层次地参与产品改良与创新,成为驱动制造业生产活动的需求引领者。

### (二) 基础性产业

基础性体现了一个产业在国民经济中所处的地位,通常情况下侧重于测度其他产业发展对该产业的依赖性,更广义的基础性则还需要衡量一个产业在经济总量、劳动就业、社会生活等多个方面的贡献度。

流通产业的基础地位首先在于对国民经济的支撑作用,这在物流基础设施上体现得尤为突出。在现代市场经济分工条件下,集中生产与分散消费之间的矛盾必须通过商品的地理性转移来解决,公路、铁路、港口、机场、仓库等物流设施因此成为保障国民经济运行的“动脉”和“泵站”。



与传统意义上的基础性产业，如农业、采掘业以及大型机械制造业等上游产业相比，流通产业的基础性不在于为社会经济生产提供有形的生产资料，而在于通过联结产需为现代生产分工体系突破地域范围限制和交易信息约束提供各种服务。与这些服务相关的流通产品已经广泛渗入到生产中下游环节乃至消费领域，无疑成为国民经济赖以正常运行的基础，也表现为流通产业与国民经济各行业都具有较高的关联度。

流通产业在社会经济中还具有更加广义的基础性职能，首先，流通业是一个与社会居民生活密切相关的行业，用于劳动力再生产的生活必需品通常都需要经过批零商业送达消费者，同时生活服务业也是流通产业的重要组成部分。其次，流通业在国民经济增长方面承担着重要的任务，多年来，我国社会消费品零售总额增速始终高于 GDP，消费需求已经成为新的经济增长点，在劳动就业方面，流通所涉及的大量服务业部门在吸纳城镇居民就业、提高城乡收入方面发挥着重要的作用。随着我国经济增长方式的转变和发展结构的转型，流通业的这种基础性特征还将得到更加深刻的体现。

### （三）战略性产业

战略性强调的是一个产业对于国民经济发展、产业结构提升以及国家安全所具有的战略意义，是一个具有阶段性特征的相对概念。战略性产业可以包括支柱产业和主导产业，也可包括先导产业和基础产业，并且与一个国家的要素禀赋和社会经济发展阶段中出现的制约性因素密切相关。

将流通产业赋予战略性意义，主要是基于我国当前全面改革深化以及经济增长方式转变的特定要求。改革开放 30 多年来，中国经济持续快速发展，主要是依靠投资和出口来拉动经济增长。在新的经济形势下，扩大内需，尤其是扩大消费成为新的经济增长要求，统筹国内外市场、推进内外贸一体化的重心和难点，正逐步由参加国际产业分工转向通过构筑完整的供应链来提升本国制造产业的竞争力。在这一过程中，必然要形成联结产销的需求驱动机制，而流通产业的发展水平将直接关系到国内市场的开拓以及供应链环节间的协调。

与此同时，流通在推动经济转型、保持社会稳定方面具有特殊的重要意义。如果说城镇化进程的推进能够带来新的市场需求，而这种消费需求增长有助于实现产能结构的“渐进式”调整，那么与之相配套的流通体系建设就成为其中的关键内容。并且，流通产业是关系到居民日常生活的