



中国流通研究院
China Academy of Circulation

流通研究系列丛书



Zhongguo Shangpin
Liutong de
Guifan yu Fazhan

中国商品流通的 规范与发展

祝合良 等 © 著



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press



中国流通研究院
China Academy of Circulation

流通研究系列丛书



Zhongguo Shangpin
Liutong de
Guifan yu Fazhan

中国商品流通的 规范与发展

祝合良 等 © 著



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国商品流通的规范与发展/祝合良等著. -- 北京:
首都经济贸易大学出版社, 2018. 4

ISBN 978 - 7 - 5638 - 2802 - 9

I. ①中… II. ①祝… III. ①商品流通—研究—中国
IV. ①F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 087799 号

中国商品流通的规范与发展

祝合良 等 著

责任编辑 薛晓红

封面设计  砚祥志远·激光照排
TEL: 010-65976003

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙 (邮编 100026)

电 话 (010) 65976483 65065761 65071505 (传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 北京砚祥志远激光照排技术有限公司

印 刷 北京虎彩文化传播有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 321 千字

印 张 18.25

版 次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 2802 - 9/F · 1542

定 价 69.00 元



图书印装若有质量问题, 本社负责调换

版权所有 侵权必究

前 言

流通业是我国改革开放最早、目前市场化程度最高的领域之一。经过近 40 年的发展，中国的流通领域发生了巨大的变化。2017 年我国社会消费品零售总额已达 36.62 万亿元，连续多年位居世界第二。中国是当今世界第二大商品流通大国，目前已形成多元化主体、多样化方式、多种形式竞争的流通格局。随着商品市场规模的不断扩大，市场体系建设日趋完善，现代流通业态不断创新，流通业的基础性、先导性逐步增强，在引导生产、促进消费、扩大就业、推动创新等方面的作用不断提升，对经济社会发展的支撑和拉动作用也日益明显。目前我国经济正处于产业结构转型升级的关键时期，介于生产与消费之间的流通业正是拉动整个产业链、稳定国民经济的关键环节。因此，加强对流通业的深入研究，从而推动我国从流通大国迈向流通强国具有十分重要的意义。

在研究流通业的过程中，目前理论界和实践界最大的一个问题就是与流通业密切相关的几个概念或提法不清楚，范围不明。目前与商品流通业密切相关的几个概念和提法主要有：流通业、内贸流通业、商贸流通服务业、商贸服务业、商业服务业、商务服务业等。之所以会出现这么多密切相关的概念，是因为它们都源于商业和服务业。这里对这些相关概念进行辨析，并明确本书研究的范围。

1. 流通业

流通业这一概念已盛传多年，但学术界一直持有不同的观点，有广义流通业和狭义流通业之分。广义流通业认同者认为，流通业是指与社会总资金运动有关的领域。如我国已故著名流通问题专家林文益教授认为，流通业是指整个流通领域内所包含的产业部门，主要有商业、物资贸易业、仓储业、邮电通信业、金融业和保险业等。狭义流通业认同者认为，流通业仅仅包括与商品和服务运动直接有关的领域。

从行业构成来看，狭义流通业认同者又有不同的主张。其中有代表性的一种观点认为，流通业应包括两个部分：一部分是一般性商业，主要包括批发业、零售业、餐饮业和外贸业；另一部分是专门为商业服务的行业，主要包括物资供销业、仓储业、运输业和包装业等（贾履让，1994；乔均，2000）。还有一种代表性的观点认为：流通业既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，也包括生产者利用自产商品的剩余流通能力为其他企业服务的情况，如消费者组成的消费合作社等（马龙龙，2005）。还有一种主



张认为,流通业是商品(含服务)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全体,分为实物商品和服务商品贸易活动的组织、进出口贸易活动的组织,包括商品批发零售、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、商业服务业(理发及美容保健、摄影扩印、洗染、家政)、会展业、商业信息业、商业咨询业等各类生产企业的分销渠道组织(洪涛,2007)。由于不同的学者对流通业有不同的理解,因此,在论及流通业的问题时,往往不能达成一致的意见。

2. 内贸流通业

内贸流通业是2003年商务部组建之后我国政府部门经常使用的称谓。现在广泛应用于政府部门的相关文件之中。

在我国,人们普遍认为,内贸流通业属于狭义流通业的范畴,目前没有统一的定义。我们认为,内贸流通业属于流通业的范畴,就必须以流通为基点,一是看其是否专门从事商品流通;二是看其是否专门为商品流通提供服务。基于此,内贸流通业可以界定为专门从事商品流通和为商品流通提供服务的产业。这样一来,内贸流通业包括两大行业:一是商业,包括批发业和零售业;二是专门为商品流通提供服务的行业,主要包括交通运输、仓储和邮政业等物流业。两者共同构成内贸流通业。

值得指出的是,至2017年,我国商务部主管的内贸流通部门有17个之多,包括批发业、零售业、住宿业、餐饮业、典当行业、拍卖行业、融资租赁行业、仓储业、茧丝绸行业、二手车交易市场、沐浴业、美发美容业、人像摄影业、洗染业、家庭服务业、家电维修服务业、会展业。很显然,这17个行业,虽然归商务部主管,但大多不从事商品流通,不应属于内贸流通业的范畴。这就意味着,目前我国内贸流通主管部门管理的行业要比内贸流通业的范围广,既包括内贸流通业所在的行业,如批发业、零售业;也包括商业服务业,如住宿业、餐饮业、美发美容业、洗染业等;还包括部分商务服务业,如会展业以及一些特殊行业,如茧丝绸行业和二手车交易市场。

3. 商贸服务业

商贸服务业这一提法虽已有多年,但在理论上至今没有明确的定义。普遍倾向为其含义基本等同于商贸流通服务业。

4. 商业服务业

在上述几个概念中,人们接触最早的概念是商业服务业。在我国,商业服务业是指商业活动中直接关系人们日常生活的服务业,它是现代商业和服务业的重要组成部分。它包括两大部分:一是通过营业设备或劳务技术为人们生活提供商业服务,主要有旅店业、理发业、美容业、洗浴业等;二是利用一些原材料,通过技术加工、制作和修理为人们生活提供商业服务,主要有照相业、洗染业、修

理业等。对照我国最新《国民经济行业分类（GB/T4754—2011）》标准，商业服务业包含在第三产业的“住宿和餐饮业”、“居民服务、修理和其他服务业”和“科学研究和技术服务业”三大门类中。如表1所示。

表1 商业服务业对应的标准行业分类

	行业代码				类别名称
	门类	大类	中类	小类	
商业服务业	H	61	611	6110	旅游饭店
	M	74	749	7492	摄影扩印服务
	O	79	794	7940	理发及美容服务
	O	79	795	7950	洗浴
	O	79	793	7930	洗染服务
	O	80			机动车、电子产品和日用产品修理业

资料来源：根据《国民经济行业分类（GB/T4754—2011）》自行整理。

需要指出的是，我国统计口径中的商业服务业与西方国家有所不同，实际上相当于西方国家所指的个人服务业，与国际通行的世界贸易组织所指的商业服务业也有所不同。

5. 商务服务业

商务服务业是指各种商业主体为交易活动提供生产性服务的服务业。在我国，对照《国民经济行业分类（GB/T4754—2011）》标准，商务服务业包含在“租赁和商务服务业”中，如表2所示。从国际通行的世界贸易组织统计标准来看，我国所统计的商务服务业属于世界贸易组织所统计的商业服务业的一部分。很显然，商务服务业不属于流通业的范畴。

表2 商务服务业对应的标准行业分类

	行业代码				类别名称
	门类	大类	中类	小类	
商务服务业	L	72	721		企业管理服务
	L	72	722		法律服务
	L	72	723		咨询与调查
	L	72	724		广告业
	L	72	725		知识产权服务
	L	72	726		人力资源服务
	L	72	727		旅行社及其相关服务
	L	72	728		安全保护服务
	L	72	729		其他商务服务业

资料来源：根据《国民经济行业分类（GB/T4754—2011）》自行整理。



6. 商贸流通业或商贸流通服务业

商贸流通业是在2007年3月19日国务院下发的《关于加快发展服务业的若干意见》中首次正式提出来的,至今没有明确的定义。在国际上,也根本没有这一说法。

目前比较有影响的一种说法是:商贸流通业,也可以称为商贸流通服务业,是指国民经济中从事商品和服务交易活动的产业。其外延包括专门从事商品(服务)的批发、零售、物流、餐饮产业以及工农业领域自行开展的购销活动。随着信息技术和物流技术的普遍应用,现代商贸流通服务业正在从传统服务业走向现代服务业,故商贸流通服务业也可称为“现代商贸服务业”或“现代商贸流通服务业”。商贸流通服务业是现代服务业的基本组成部分,是支撑和促进国内、国际贸易的载体,是实体经济中与商品交换直接关联的产业经济活动的总和。商贸流通服务业包括为第一产业提供服务的农产品流通业,为第二产业提供服务的工业生产资料流通业以及为城乡居民提供生活服务的消费品流通业。从专业化、社会化角度看,商贸流通服务业既包括第一、第二产业自我衍生、自我服务的采购、分销、物流服务机构,也包括第三产业中专门从事采购、分销、物流活动的服务机构,如批发业、零售业、物流业等(中国社会科学院课题组,2008)。

我们认为,国内流通界所研究的流通实质上是商品流通或内贸流通,因此,本书所指的流通业是指商品流通或内贸流通,主要包括专门从事商品流通的商业(批发业和零售业)和为商品流通提供服务的物流业(交通运输、仓储和邮政业)两大行业。考虑到住宿业、餐饮业这两大商业服务业是目前我国内贸流通主管部门管理的重要行业,也是我国搞活流通、扩大内需、促进消费的重要行业,同时,也是社会商品零售总额统计的范畴,因此,本书将这两大商业服务业也纳入商品流通研究的范畴。

根据我国最新的《国民经济行业分类(GB/T4754—2011)》标准,批发和零售业、住宿和餐饮业有专门的类别,物流业没有专门的类别,与物流业密切相关的行业是交通运输、仓储和邮政业,因此,我们用交通运输、仓储和邮政业代表物流业。

从公开的统计数据来看,批发和零售业、住宿和餐饮业、交通运输业、仓储和邮政业都有详细的统计数据,其他与商品流通主管部门相关的行业没有可得的数据,因此,本书所统计的商品流通业,实际上只包含商业(批发和零售业)、物流业(交通运输、仓储和邮政业)和部分商业服务业(住宿和餐饮业)三大行业。

在本书写作的过程中,我们分10个章节对我国商品流通的规范和发展进行了研究,分别对改革开放以来中国商品流通的发展进行了回顾和展望(第一章,

祝合良),对改革开放以来中国商品市场运行状况进行了分析(第二章,汪洋),进而对改革开放以来中国商品流通主体的培育与发展(第三章,董烨然)、中国商品流通客体的培育与发展(第四章,董烨然)、中国商品流通载体的培育与发展(第五章,宋丕丞)、中国商品流通交易方式的提升与发展(第六章,苏威)、中国商品流通秩序的规范与发展(第七章,宋丕丞)、中国特色商品流通体系的完善与发展(第八章,兰英)、中国商品流通国际化(第九章,祝合良)和中国商品流通现代化(第十章,张弘)进行了专题阐述。

由于多种原因,本书从撰写提纲到完稿,耗费了多年的时间。即便如此,仍然没有达到预期的目标。不当之处,请读者指正,日后加以完善。

本书的出版,是首都经济贸易大学中国流通研究院系列成果之一,得到了产业经济学学科建设经费的支持。

祝合良

2018.1

目 录

第一章 改革开放以来中国商品流通发展的回顾与展望	1
第一节 改革开放以来中国商品流通体制的变革	1
第二节 改革开放以来中国流通体制变革的成就	5
第三节 中国商品流通发展的取向	21
第二章 中国商品市场运行分析	25
第一节 中国商品市场发展回顾	25
第二节 中国商品市场运行的主要特征	31
第三节 中国商品市场的运行机理	38
第四节 中国商品市场运行的未来走势	42
第三章 中国商品流通主体的培育与发展	44
第一节 中国商品流通主体的变化	44
第二节 中国商品流通主体的发展与提升	68
第四章 中国商品流通客体的培育与发展	80
第一节 中国商品流通客体的变化	80
第二节 中国商品流通客体的发展	115
第五章 中国商品流通载体的培育与发展	129
第一节 中国商品流通载体的变化	129
第二节 中国商品流通载体的发展	151
第六章 中国商品流通交易方式的提升与发展	156
第一节 中国商品流通交易方式的演变	156
第二节 中国商品流通交易方式的提升与发展	176



第七章 中国商品流通秩序的规范与发展	186
第一节 中国商品流通秩序的变化	186
第二节 中国商品流通秩序的规范与发展	196
第八章 中国特色商品流通体系的完善与发展	204
第一节 中国商品流通体系的构成与发展现状	204
第二节 完善中国特色商品流通体系的基本思路	210
第三节 新形势下中国特色商品流通体系的建设与发展	218
第九章 中国商品流通国际化	226
第一节 中国商品流通国际化的动因、现状与问题	226
第二节 商品流通国际化的条件与基本路径	236
第三节 中国商品流通国际化的思路	244
第十章 中国商品流通现代化	248
第一节 商品流通现代化研究综述	248
第二节 我国商品流通现代化的重要性	253
第三节 我国商品流通现代化的发展	256
第四节 发达国家商品流通现代化的发展	262
第五节 加快我国商品流通现代化建设的基本思路	269
主要参考文献	280

第一章 改革开放以来中国商品流通发展的回顾与展望

第一节 改革开放以来中国商品流通体制的变革

一、起步阶段：1978—1984 年

1978 年党的十一届三中全会之后开始的商品流通体制改革，是针对原有流通体制的种种弊端，坚持以市场为导向，扩大市场机制的调节作用，实行放开搞活的经营策略的变革。1984 年，按照国务院“坚持按经济合理的原则组织商品流通，打破各种不合理限制，减掉一切不必要环节”的改革要求，经过 6 年多的改革实践，初步形成了“三多一少”的流通格局，即多种经济成分、多条流通渠道、多种经营方式和流通环节减少的流通体制新格局。

这一时期的改革，在管理方式上表现为“承包制”，在流通形式上表现为“计划经济向计划和市场结合经济”的转化。随着农村改革、计划和价格管理体制的改革逐步放开了部分价格管理权限，小商品和部分农产品以及部分机电产品相继实行了浮动价格。国家几次大幅度提高了农副产品价格，统购、派购农副产品的品种由 1978 年的 46 种减少为 1984 年的 12 种，日用工业品的计划商品由原来的 135 种逐步减少到 1984 年的 26 种，增加了订购、选购、代销代购、联营联销等新的购销形式，与此相适应，各类市场开始产生，其中农副产品和小商品市场发展较快，生产资料市场开始建立。

二、有计划的商品经济条件下的发展阶段：1985—1991 年

从 1985 年起进行的第二阶段的改革，是在“社会主义经济是有计划的商品经济”这一理论指导下进行的。这一时期是我国市场培育和发展进入全面展开的阶段。随着物质产品的逐渐丰富，放开搞活成了这一时期改革的主要特征之一，为我国流通产业发展创造了良好的条件。中国流通体制进入了计划调节与市场调节相结合的阶段，商品流通开始形成“主体多元化、渠道多元化、形式多元化”的基本格局。



一是以扩大企业经营自主权和增强企业活力为主要内容的企业改革，这已经成为整个经济体制改革的中心环节，使企业成为自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的市场主体，成为整个经济体制改革的中心内容。

二是为促进城乡物资的顺畅流通，正确评价企业的生产经营成果，促进生产结构和消费结构的合理化，改变了严格按一、二、三级批发流通体系实行商品流通的单渠道流通状况，实行了多渠道的流通。一方面将原属中央管理的一级采购供应站和省属的二级采购供应站下放到地方管理，减少了商品流通环节；另一方面积极发展城市贸易中心和农产品集贸市场，实行商品的多渠道流通。价格改革已经成为整个经济体制改革成败的关键。国家决定在合理调整价格的同时，改革过分集中的价格管理体制，逐步缩小国家统一定价的范围，扩大浮动价格和自由价格的范围。

三是适当缩小指令性计划的范围，扩大指导性计划的范围。对商品的购销体制进行了大幅度的调整 and 改革，其主要特征是将原来由国家计划严格控制的“统购统销”“统购包销”的商品购销体制逐步放开，允许生产者在一定范围内将产品自行销售，允许商业部门在一定范围内对商品自由采购。市场对企业生产经营的调节力度大大增强。

四是对商业企业的管理制度实行了全面改革，建立和完善承包经营责任制，并对商业企业实行“改、转、租、卖”，提高了商业企业独立自主开展经营活动的能力。

这一时期的改革，在管理形式上表现为“经理任期目标责任制”或“承包经营责任制”，在流通形式上表现为计划经济向有计划的商品经济的转变。经过这一时期，我国商品市场的培育和发展明显加快，主要表现在：一是大部分农副产品、工业消费品和生产资料价格已经放开，商品市场发育程度明显提高；二是资金、劳动力、技术、信息、房地产市场初步建立起来；三是国家对市场宏观调控的能力有一定提高。

三、社会主义市场经济转型下的发展阶段：1992—2001 年

1992 年党的十四大明确提出建立社会主义市场经济体制的目标，特别是邓小平同志南行讲话和中共十四大明确提出建立社会主义市场经济体制的改革目标之后，我国商品市场培育和发展进入了深化和完善阶段。中国商品流通真正开始由计划经济走向市场经济，商品流通体制改革又取得了一定进展，商品流通由“分配型”的流通功能转化为“交换型”的流通功能，同社会主义市场经济相适应的商品流通体制开始形成。

首先，商业体制进一步向市场化的方向发展，产品从生产企业进入市场的渠

道进一步呈多元化的趋势。一是生产企业自行设立销售机构,形成直接控制的、遍布全国各地的销售网络;二是生产企业通过各种类型的中间商分销其产品;三是生产企业运用各种直接销售的方式将产品直接卖给消费者;四是通过各类批发交易市场开展商品交易活动,国家对各类商品流通的计划控制基本上取消,市场调节供求关系的能力大大增强。

其次,商业经营主体进一步多元化,形成了多种所有制并存、共同发展的局面。商业经营主体多元化的局面已基本形成,尤其是国外商业资本也开始进入中国市场,国内市场国际化的局面正在逐步形成。

再次,各种新型业态开始出现,连锁商业得到了迅猛的发展。在我国的一些主要城市,超级市场、便利店、货仓式超市、专卖店、邮购、自动售货机等现代化的流通业态都已开始引进,上海等大城市甚至出现了网络销售和网上商店。

最后,商业企业现代企业制度的建设步伐加快。国有商业政企分离的改革得到进一步的深化,各地区的商业行政管理(厅)局基本撤销,以“控股公司—集团公司—经营公司”为框架的新型管理模式开始形成;小型国有商业企业逐步从股份合作、个人承包或买断以及租赁经营等方式转变为集体或私人所有。国有商业企业的经营机制更为灵活。

这一时期的流通改革是以建立社会主义市场经济体制为基本指导思想,根据市场经济发展的客观规律而进行的,是以建立适应市场经济体制的现代化流通体制为目的的改革。这一时期,我国市场经济体制已经基本确立,流通产业已经成为国民经济的先导产业,更加有效的市场体系要求商品流通的发展与时俱进,转换国有流通企业经营机制,建立现代企业制度,更好地使流通企业在市场机制的调节作用下发挥承上启下的作用。因此,这一时期的流通改革,一是完善了商品市场,进一步转换了流通企业经营机制,建立了现代化和规范化的市场组织,并加强了市场基础设施建设,增强了国家对市场的宏观调控能力;二是加快发展了生产要素市场;三是整顿和完善了期货市场。这一阶段的改革,从根本上改变了长期以来商业仅是作为国家用于分配社会资源的工具这一地位,而初步确立了商业作为媒介和促进商品交换的行业,通过市场机制的作用,实行社会资源合理配置的社会经济地位。

2001年我国成功加入WTO。流通业作为最先进行对外开放的产业,面对世界超级跨国巨头的冲击,国内企业由于本身存在缺陷,加剧了与其市场竞争的难度。因此,这一时期政府出台了相关政策,积极发挥政府的宏观调控功能,在合理引进外资的同时,保证了国内企业公平合理的竞争环境。

四、加入WTO后的发展阶段:2002年至今

这一时期的流通改革按照实现我国经济体制、经济增长方式两个根本性转变



和积极发展第三产业的要求，深化推进了流通领域的各项改革，扩大对外开放，提高经济效益，不断推进流通业的现代化进程，从体制上扭转流通业滞后的状况，基本建立起适应社会主义市场经济体制要求的，与整个国民经济发展水平和人民生活水平提高相适应的现代化流通产业。

这一阶段的改革，一是进一步调整了流通产业的经济结构，完善了城乡商品流通结构，建立起了多种经济形式并存的流通经济结构；组建了以特大城市为商业中心，中心城市为主体，广大农村为基础的流通结构；积极发展了城乡连锁经营，架构城乡互动的流通网络体系。二是促进了流通产业的组织结构创新，发展了现代物流，建立起了现代化大型流通企业，依据现实条件积极发展第三方物流，同时鼓励大型生产企业推行以供应链管理为核心、产供销一体化的物流模式。三是扩展了零售业态结构，促进大型百货、超市、购物中心、专业店的组建工作，重视连锁经营，形成了各种业态共同发展的业态结构。四是推进了内外贸一体化的改革，建立了内外贸一体化管理的组织机构，逐步实现市场机制的交易规则，立足国内市场，积极、稳定地发展对外贸易，构建与国际接轨的国内统一市场。

进入 21 世纪以来，我国流通产业结构调整、优化的步伐加快，流通现代化水平明显提升，主要体现在：

一是流通产业规模继续扩大。2016 年年底，批发零售业法人企业 193 371 个，从业人员 1 193.6 万人；批发零售业实现商品购进额 50.6 万亿元，销售额 55.9 万亿元；全年社会消费品零售总额达 33.2 万亿元，比上年增长 10.4%。最终消费对 GDP 增长的贡献率达 64.6%。

二是流通产业先导作用不断增强。流通产业的增长速度始终超前于 GDP 的增长速度。

三是流通产业市场化程度进一步提高。首先，市场机制在资源配置中的基础性作用得到比较充分的发挥。目前，由市场上商品流通的价格基本上完全由市场决定。其次，供求结构由市场决定，买方市场特征显著。

四是流通产业各行业竞相快速发展。

五是流通产业结构调整步伐加快。

六是现代流通方式加快发展，流通服务内容与范围不断拓宽。以连锁经营、物流配送、电子商务为代表的现代流通方式继续快速推进；会展行业、汽车服务业、再生资源回收利用业以及各种居民生活服务业等新型流通行业不断涌现，服务领域得到拓展；先进流通经营与管理技术快速推广，流通产业信息化程度不断提高。

七是流通领域对外开放进一步扩大，外资流通企业发展出现新动向。外资流

通企业进入和拓展中国市场的方式正在从投资建店转向收购、兼并等资本运作方式。

八是政府规范、调控和监管商品市场的能力进一步增强。各级流通主管部门加强了对商品市场体系建设的指导,省级城市和地级城市的商业网点规划全面展开,制定了内贸领域的标准化体系框架和发展规划,初步确立了涵盖市场规模、运行质量、消费结构等在内的八大类 527 小类市场运行监测指标体系,包括城市生活必需品、重要生产资料在内的市场调控机制进一步完善。

九是流通领域改革进一步深化,流通产业发展环境继续改善。进一步深化流通体制改革,探索流通体制改革新思路。

十是法制化建设取得新进展,流通秩序进一步改善,推动了商务领域信用体系的建设。

通过这个时期的改革,大中型国有商业企业基本完成了向现代企业制度的转变,流通组织化程度有较大提高;建立起符合社会主义市场经济要求的、适应不同商品特点的、新的商品流通体系;基本实现了流通领域管理、技术、组织形式和基础设施的现代化;流通设施布局合理;建立起符合社会主义市场经济发展需要和国际经济运行通行规则、统一规划的对外经济体制,形成内外贸企业共同参与与国际市场竞争的新格局;基本消除地区封锁、行业垄断,初步形成公平竞争的统一市场体系;初步建立起了较为完善的市场法律法规体系;市场宏观调控体系初步形成,国家对市场的调控能力进一步增强。

第二节 改革开放以来中国流通体制变革的成就

一、流通结构的变化

(一) 从单一所有到多种所有

在计划经济体制下,我国流通业实行的是国营商业和供销合作社城乡分割、各管一块的二元结构,主要工农业产品实行统购包销、统购统销和计划收购、计划供应的体制。农产品中,除粮食、棉花、食油由国营商业实行统购统销外,其余主要农副产品由供销合作社按计划统一收购,然后按计划上交有关国营专业公司销售或调拨。工业品基本上由国营商业统购包销,同时按一定城乡比例分配给供销社供应农村。城乡市场都排斥国营商业以外的其他经营者,甚至在相当长的时间内,连农村集市贸易也被关闭。

1957 年,在全国社会商品销售额 474 亿元中,国营商业占 62.1%,集体商业占 16.4%,合营商业占 16.0%,个体商业占 2.7%,农民贸易占 2.7%。



1959—1965 年的社会消费品零售总额中,国有和集体经济成分合计所占比重均在 90% 以上,个体经济所占比重不足 3%。1978 年,在全国社会商品零售额 1 558.6 亿元中,国营商业占 90.5% (当时供销合作社也改成了国营),集体商业占 7.4%,个体商业占 0.1%,农民贸易占 2.0%。国有和集体流通企业销售额占消费品零售总额的比重高达 97.9%,个体、私营、外资及其他非公有制企业几乎为零。这种单一的公有制结构,严重阻碍了商品生产和商品交换的发展,影响了人民生活的改善。

改革开放后,国有商业改革不断深化,转换经营机制,建立现代流通企业制度,实行股份制改造和产权制度改革。随着我国经济体制改革的持续深入,市场经营主体结构发生深刻变化,国有和集体经济的比重逐年下降,从 1978 年的 97.9% 下降到 1998 年的 32.5%,下降了 65.4 个百分点。个体和私营商业快速发展,中小型零售、中小旅馆、餐饮、修理业、服务业等几乎全由个体和私营企业经营。供销社基本恢复了集体所有制性质,并通过参与农业产业化经营进一步改造。外资商业稳步开放,到 2007 年年底,全国共批准设立外商投资零售商业、住宿和餐饮业以及居民服务业企业 11 085 家,利用外资 84.6 亿美元。

随着多种经济成分的引入,计划经济体制下国有商业长期垄断市场的僵化的流通格局被打破,形成了多元化市场主体共同发展的格局。1999 年国有及控股经济占 18.2%,集体经济占 15.6%,个体和私营经济占 45.1%,外商及港澳台经济占 1.6%。2006 年限额以上商业企业中,国有及国有控股企业销售额占社会消费品零售总额的比重为 10%,民营企业为 80.4%,外资及港澳台企业为 9.6%。2016 年限额以上批发零售住宿餐饮企业中,国有企业占比已下降到 2.4%,集体企业占比仅为 1.2%,私营企业占比高达 57.3%,外商投资企业占比达 1.8% (见图 1-1)。一个多种经济成分互相促进、互相补充、共同发展的多样式、多元化商品市场格局逐步走向成熟。

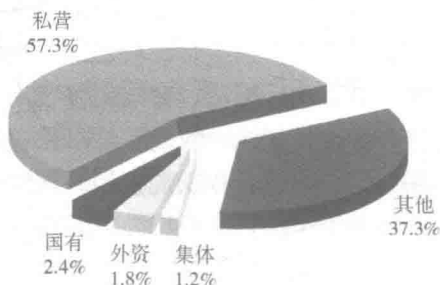


图 1-1 2016 年批发零售和餐饮业不同类型企业个数所占比重

（二）从单一经营到多种经营

建国初期，我国经济社会发展总体处于较低层次。居民消费主要以满足基本生存需要为主，食品、服装、家庭用品等消费性支出占总支出的比重很高，对文教娱乐、交通通信、居住、医疗保健等具体细分的服务性消费需求很低。与经济发展水平和消费需求相适应，这一时期的商业以单一商品经营为主来满足人民的物质生活需求。

改革开放以来，我国经历了经济的高速发展。在吃穿用等基本消费得到满足的同时，居民消费进一步向高层次延伸，发展型和享受型消费比重提高。作为基本消费的食品、服装、家庭设备用品及服务消费项目在家庭消费支出中所占的比重呈不断下降趋势，交通通信、文教娱乐、医疗保健等支出大幅度增加。其中交通通信支出增长速度最快，所占比重由1985年的2.1%上升到了2016年的13.7%，增长了11.6个百分点；医疗保健所占比重由0.9%上升至7.6%，增长了6.7个百分点；文教娱乐所占比重由8.2%上升到11.2%，增长了3个百分点（见图1-2）。

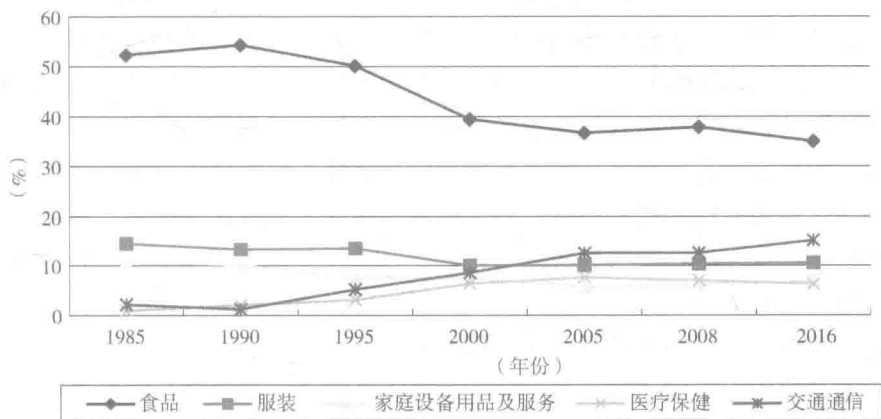


图1-2 城镇居民人均消费支出构成

从消费性支出额绝对数来看，2016年，城镇居民人均交通通信支出达3 173.9元，比1985年增长了219.1倍，年均增速达22.1%；教育文化娱乐服务支出2 637.6元，增长了46.1倍，年均增速为15.2%；医疗保健支出1 630.8元，增长263.7倍，年均增速为22.9%。可以看出，随着经济的发展、居民收入水平的提高和消费观念的转变，服务性消费越来越受到推崇，居民服务支出增长很快。现在商业中的服务性收入增长占很大比重。近5年来，居民服务消费支出年均增速达到11%，比居民消费性支出增速高1个百分点。零售业也从只重视商品转向商品和服务并重，从单纯物质消费转向物质、精神消费并重，从满足生活基本要求向促进健康、提高生活质量发展。