

第一部 中介商业论

代雨东 著

全商

中国时代经济出版社

第一部 中介商业论

代雨东 著

全 商

图书在版编目(CIP)数据

中介商业论/代雨东著. —北京:中国财政经济出版社,2002.1

(全商)

ISBN 7-5005-5400-1

I. 中... II. 代... III. 中介组织—商业服务—研究 IV. F713.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 092891 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@dr.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码:100036

发行处电话:88190406 财经书店电话:64033436

北京外文印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 10.25 印张 244 000 字

2001 年 12 月第 1 版 2001 年 12 月北京第 1 次印刷

印数:1—10060 定价:18.80 元

ISBN 7-5005-5400-1/F·4785

(图书出现印装问题,本社负责调换)

顾问组人员

- | | |
|-----|-------------------------|
| 何伟 | 著名经济学家、中国人民大学教授 |
| 李金轩 | 著名商学专家、中国人民大学教授、博士生导师 |
| 高深陈 | 著名商学专家、中国社会科学院研究员、博士生导师 |
| 朱厚泽 | 原中宣部部长 |
| 王品清 | 原外经贸部副部长 |
| 褚福灵 | 人民大学经济学博士、副教授 |
| 方虹 | 中国社会科学院博士后、教授 |
| 戴光 | 副教授、高级工程师 |
| 左浓 | 高级经济师 |

序

(一)

代雨东先生在写《全商》丛书的第一部《中介商业论》之前曾经与我进行过交流，我当时就被他全新的理论思维和丰富的从商经验所吸引。代雨东先生是一位实业家，具有 20 年的从商实践经验。不但在实业方面有所作为，而且在实践中勇于探索，孜孜追求，在商业理论方面提出了一些创新性观点。

代雨东先生在《中介商业论》一书中提出了一些全新的观点，在商业理论研究方面有一定的突破，并形成了一定的理论体系。该书中的几个重要观点应当引起理论界和实业界的重视：

一、流通模式创新观点

流通是社会化再生产中的重要环节，流通运行模式是随着生产力的发展和社会的进步而不断创新的。流通模式创新是商业发展到一定历史阶段的产物，我国当前历史条件下也面临着流通模式的创新问题。

我国已经由卖方市场进入了买方市场，国民经济发展的决定因素已经不是生产而是流通，因此商业已经成为国民经济的主导产业。但当前我国仍然存在流通渠道不畅、交易成本过

高、中间环节过多、企业规模过小和现代化程度较低等问题，严重制约了经济的发展，进而影响了大众福利水平的提高。因此，应当破旧立新，重整流通渠道，进行流通模式创新。

“新与旧、破与立”是对立的统一，不破旧就难以立新，不立新就无法前进。代雨东先生凭其 20 多年的从商经验认识到，中国的商业虽然取得了长足的发展，但也存在严重的弊端，必须破除现有流通的“临时格局”，并用“中介商业模式”来重整业已“线断网破”的流通网络。这种思想的提出，不但是一种创新，而且是一种勇气和魄力。因为，该观点大大超出现有理论体系范畴，是一个全新的理论领域。

二、“中介商业”观点

似乎“中介观点”并不是新颖的观点，各种各样的“经纪人”都扮演着中介的角色，但代雨东先生的“中介商业观点”却有独到之处，是一个全新“天地”。

“中介商业”是一个崭新的提法，因为该书中所讲的“中介商业”是对整个再生产过程而言的，把连接“生产商”与“消费者”之载体称为“中介商业”。

多少年来，我们对流通的研究很难跳出“生产→批发→零售→消费者”这样一种多个“中间商”环节的思维定式。尽管我国流通体制改革一直以建立“三多一少”的流通格局为指导思想，但就当前来看，一个少环节、规模化、规范化、现代化、低成本、高效率的流通网络并没有真正形成，恶性成本仍然存在。如何走出多环节、高成本的现有流通困境，如何向流通要效益，不仅是理论界学人多年来孜孜研究的课题，也是实业界的仁人志士苦苦探索的问题。代雨东先生提出的由“惟一

◆

《全商》

第一部《中介商业论》

的中介商业”来取代“多环节的中间商业”、并形成“中介商业”主导下的流通格局的观点，使我们豁然开朗。

形成“中介商业”的主导格局，就是指建立覆盖全国的“大物流中介商业网络”。该网络是一个专业化、电子化、中介化、多功能、广覆盖（辐射中国本土乃至国外的地区）的实体流通网络，具有以下优势和特征：

- ◇“大物流中介商业网络”可以实现生产商与消费者之间的“直接对接”，可以使流通成本降低 50% 以上；
- ◇“大物流中介商业网络”初期由覆盖全国的数十家交易区组成，将大大提高交易的规模化、组织化程度，将减少重复劳动，优化流通资源配置；
- ◇“大物流中介商业网络”既不同于连锁经营，也不同于电子商务，是实物网络与电子网络的统一体，是未来商业现代化的实现形式；
- ◇“大物流中介商业网络”是基于中国中小企业的“买难卖难”和农村零售商的“小散差”这一现实提出来的，通过吸纳这些中小企业和农村的零售商作为会员，可以实现互惠群赢的目标。

除此之外，书中还提到“大物流中介商业网络”是一个“信用体系”、一个全方位的“服务体系”、一个为大众谋取福利的手段等观点。

可以说，该书给我的总体印象是“新”、“实”和“全”。所谓“新”是说观点新颖，在商业理论方面有创新之处；所谓“实”是说该书的观点和设想并不是一个纯粹的理论观点，而是一门能够指导商业实际运作的实实在在的学问；所谓“全”，就是说该书博古论今，引经据典，对古今中外的商业发展都进行了探讨，可以说是一门相当全面的论著。

代雨东先生作为一名实业家，能够提出如此创新性的观

点，可以说是难能可贵的，也应验了“实践出真知”这句至理名言。理论必须能够指导实践，必须能够解决商业领域存在的难题，而代雨东先生的“中介商业论”恰恰是来自实践和指导实践的理论观点，可以说该理论观点是对现有商业理论的一个丰富和发展。

理论是灰色的，惟有实践之树是常青的。我相信，随着实践的发展，“中介商业”理论体系也将日臻完善。

中国人民大学教授、博士生导师

李金轩

2001年12月1日于人大林苑

序

(二)

20 世纪末，人类社会已进入知识经济时代，信息网络覆盖全球，并引起了人类社会各方面的变化，商业物流更是首当其冲。批发商、百货公司等传统的商业日渐衰落，各种新型商业如电子商务、连锁经营、专卖店等如雨后春笋般涌现出来，显示了它强大的生命力，这表明商业革命已经兴起。

随着生产领域新技术的采用和自动化、专业化的发展，生产劳动时间大大缩短，约占资本一次循环时间的 5%，其余约 95% 为运输、储存、销售时间，因而人们把流通作为提高劳动生产率和降低产品成本后的第三个利润源。特别是中国加入世界贸易组织之后的今天，中国的市场向世界开放，国际竞争会变为国内竞争，国内市场会变为国际市场，大量外国商品涌入，竞争更加剧烈，在这种情况下，我国中小企业如何发挥优势，加入大物流中介网络，降低流通费用，提高竞争力。引起了全社会的关注。各种物流理论不胜枚举。但代雨东先生的《全商》一书具有新意，可以说是独树一帜，将对商业物流产生革命性的影响。

我认为《全商》这部著作有如下特点：

第一，立足中国实际。“中国大物流中介网络”是与我国社会主义初级阶段相适应的。“中国”二字，表明她具有中国特色，虽然目前我国电脑使用率发展速度快，但还没有普及，

特别是广大农村。我国目前许多产品还不规范，质量上还没有保证，再加上人们的信用观念不强，一时还不能完全由网上终端交易所代替，而从人性的发展角度看，电子商务将来或许不能作为独立的商业大模式存在，还需要有实物展示、看样购物、统一配送和全方位服务等。根据中国目前情况，现在的网眼主要是面对零售商，随着中国现代化的进程，将来还要直接面对消费者。

“大物流”，我理解是中介网络覆盖全国，特别是广大农村。只有覆盖范围越大越广才会越具有规模效益，这是大物流的一个最大特点。

“中介”不同于中间商。一是“中介”是以厂商出售和采购销售直接交易，不需要通过中间转手，实行“无缝对接”，就能减少流通费用。二是“中介”它不以进出货的差价作为收入来源，而是以提取交易费作为收入来源，交易的规模越大，收入就越多。三是厂商的出厂价与采购商的进货价是一致的，不存在差价和加价，这就能减少不必要的流通费用，降低交易成本，使厂家、采购商以及广大消费者获益。四是中介商不垫支商品交易资本，就能减少交易费用。采购商是现货现金（或支票）交易，通过委托银行代收代付，直接结算，保证了信用，避免了拖欠，消除了危机感。

通过“网络”实现全方位的服务。整个交易过程如结算、配货、运送、仓储都是通过电脑信息传递和监督，能保证准确、快捷、安全和放心。采购人员到网点看货、购货都由班车接送。各厂家通过电脑联网，就能一目了然地及时了解本厂商品在全国各网点销售、储存情况。

第二，大手笔。《全商》是以我国农村和中小企业作为切入口。以服务广大农村市场为目的，以开辟中小企业市场目标为宿愿，其意义不言而喻。开辟广大农村市场不仅可以供应工

业产品，也为农副产品开拓了市场。中小企业占我国企业百分之九十五以上，就业职工高达百分之八十，是大企业的基础，它们的存在和发展，直接关系到市场供应、职工就业、社会安宁等一系列重大社会问题。我国加入世贸组织之后，中小企业如何加强竞争力和市场的占有率，已成为生死攸关的重大问题。而《全商》正好为解决这一问题指出了一条生路。《全商》的大物流网络，为中小企业提供了一个全国甚至国外的广大市场，这是每一个中小企业无法、也是无力做到的。各网点不仅为中小企业提供了产品销售市场，还为他们提供原料和半成品的采购市场。大物流中介网络将农村和中小企业作为它的立足点，能够覆盖全国广大群体，并推动市场的健康发展，促进市场机制有序的运行和整个国民经济的发展。它将生产、流通、销售、消费衔接在一起，建立了一个有机的系统链，从网眼的销售可以看出社会消费的动向，从网眼的供货可以看出生产厂家的发展趋势。大物流的全方位的覆盖，中介网络的顺利流畅，能够将生产和消费紧密地连结在一起，具有重大的社会功能，将引起社会某些机体的重大变革，其意义现在是无法估量的。

以上两个特点，仅就大物流的内涵和意义谈了一点看法，其内容不仅这些。全书一共十论，其中的三大《思路论》有许多精彩思想。在基本框架中提出建立“五大网”，在《目的论》中提出的人本商业等观点非常新颖，具有创建性和操作性，是非常难能可贵的。大家在阅读全书内容时还会有更多体会。但仅从以上两个特点，就可以看出“中国大物流中介网络”不同于一般物流，不同于电子商务、连锁经营、专卖店，完全是一种崭新的商业形式，从某种意义上讲，是一次商业革命。

对于代雨东先生的大物流观点，我非常欣赏和支持。不仅因为他的观点具有创新性，有很高的学术价值，还因为他提出

的观点与我一直研究和关心的课题有关。大家都知道马克思曾讲过，在未来的社会里不存在商品生产，当然也就没有市场经济了。目前我仍提倡“商品市场经济是否有一天会消失”这个观点。我在1984年出版了《商品经济与经济体制改革》一书，董辅仁教授作序。他在序中除对我讲了一些鼓励的话之外，还对我的“在未来的社会里，商品市场经济自行消失”的观点，提出质疑，请我回答。我的根据，一个是马克思的论述；一个是根据美国未来学家阿·托夫勒在《第三次浪潮》一书中已经预见到的“产销合一的兴起，开始改变市场在人们生活中的地位和作用”。“因为产销合一至少将使某些活动‘非市场化’，因而将急剧改变市场在社会上的作用”。他认为：“供销观念已不再是一连串的商品目录中或货架上堆放的商品，而是一种将消费者与制造者加以沟通的信息系统”。他说：“现在要知道这一微妙但意义重大的变化，将冲击我们哪些方面？尚为时尚早。”由此想到阿·托夫勒不会赞成马克思主义的观点，但与“在未来社会不存在商品市场经济”这一观点是不谋而合的。1999年我在《经济学家》杂志发表了一篇《知识经济对传统经济的挑战》，又重复了以上观点，但董教授是不同意的。在他一次博士生论文答辩中，我们又各抒己见。后来我在2000年《理论前沿》杂志第18期上发表了一篇《将来代替市场配置资源的是消费需要》。董教授在2000年11月22日在新华社的《经济参考报》上发表了《网络经济是否会导致市场和市场经济的消止？——与何伟教授商榷》，提出了肯定不会消止的论述。我到目前也没有回答董辅仁教授的商榷，因为这是一个重大理论问题，还需要作为研究；另外这还是一个未被证实的问题，将来实践会回答。正因为如此，我对代雨东先生的“大物流中介网络”很感兴趣，希望他的研究，以及跟踪实践，将来会为我回答董教授的提问有所帮助。我希望代雨东先生的大

◆

《全商》
第一部《中介商业论》

物流中介商业理论思想早日在我国运行，并能取得成功，为解决类似哥德巴赫猜想难题做出贡献，这就是大物流中介网络的学术价值。

人3 伟

2001 年 12 月 于阳春光华家园

《全商》

第一部《中介商业论》



作者：代起

字雨东、号雨泽

1964年4月出生于安徽省蒙城县

硕士，中国民主同盟盟员

历任深圳市食品协会副会长、秘书长

深圳防伪行业协会常务理事

广东省食品协会副秘书长

中国科技经营管理大学兼职教授

徽州文化发掘与保护中心主任

北京开达经济学家咨询中心

名誉秘书长

著有《21世纪中国商业主框架

运行思想》

《代雨东诗词选集》二书

3672/57

目 录

序 (一)	李金轩
序 (二)	何 伟
导 论	1
第一章 反思论	13
1.1 流通:中国经济运行阻塞的关键环节	14
1.2 商业流通理论贫困化的反思	27
1.3 寻求新的商业运行模式	32
第二章 思路论 (一) ——总体构思	44
2.1 何谓大物流中介商业网络	45
2.2 大物流中介商业网络的提出	54
2.3 大物流中介商业网络的优势与特征	63
2.4 大物流中介商业网络的组建方略	68
2.5 大物流中介商业网络是新时代的商品流通模式	73
第三章 思路论 (二) ——基本框架	77
3.1 大物流中介商业网络的构成	78
3.2 会员网	81
3.3 商流网	86
3.4 物流网	91
3.5 资金流网	97
3.6 服务支持网	99

第四章 思路论 (三) —— 运作纲要	103
4.1 经营规划	104
4.2 组织战略	112
4.3 管理规程	119
4.4 业务流程	123
第五章 历史论	132
5.1 商业——历史发展的产物	133
5.2 近代商业——商品经济发展的重要契机	142
5.3 现代商业——国民经济的主导产业	153
第六章 现实论	165
6.1 中国商业概况	166
6.2 中国商业体制改革	177
6.3 中国商业面临的机遇与挑战	186
第七章 需要论	198
7.1 物流与大物流中介商业网络	199
7.2 建立大物流中介商业网络是市场发展的需要	205
7.3 建立大物流中介商业网络是时代的呼唤	209
7.4 建立大物流网络是迎战跨国商业的要求	216
7.5 建立大物流网络是发展电子商务和连锁经营的必要条件	219
7.6 建立大物流网络是推动经济持续健康发展的历史性选择	223
第八章 可能论	227
8.1 互联网为大物流中介商业网的构建提供了信息网络与电子商务交易平台	229
8.2 连锁经营为跨地区建设实体网提供了成功经验	244
8.3 交通和仓储设施为大物流网的建立奠定了物	

质基础	246
8.4 丰富的商品资源使配送网建立成为可能	250
第九章 比较论	254
9.1 商业发展历史背景及现实基础的比较	255
9.2 商业发展现状及特点的比较	260
9.3 商业发展模式的比较	270
9.4 商业发展政策的比较	273
9.5 启示与借鉴	277
第十章 目的论	286
10.1 实现国家商业安全	287
10.2 建立大物流中介商业网络与国家经济安全	297
10.3 走向人本商业	301
后记	311