

荆林波 甄宇鹏○主编

中国社会科学院亚洲研究中心

教育部人文社科重点基地

浙江工商大学现代商贸研究中心○联合资助出版

资本与技术的融合

ZIBENYUJISHUDERONGHE
XIANDAI
LIUTONGGYE
ZIBENYUJISHUDERONGHE

经济科学出版社

中国社会科学院亚洲研究中心

教育部人文社科重点基地 联合资助出版

浙江工商大学现代商贸研究中心

现代流通业： 资本与技术的融合

荆林波 甄宇鹏 主编

经济科学出版社

责任编辑：吕 萍 段小青
责任校对：徐领弟 董蔚挺
版式设计：代小卫
技术编辑：邱 天

现代流通业：资本与技术的融合

荆林波 甄宇鹏 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：[www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件：[esp@esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

汉德鼎印刷厂印刷

德利装订厂装订

880 × 1230 32 开 11.25 印张 290000 字

2007 年 6 月第一版 2007 年 6 月第一次印刷

印数：0001—3000 册

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6244 - 9 / F · 5505 定价：18.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

前 言

流通业，一直是国内外最近一些年关注的热门话题。流通是指由实体经济运行引起的商流、物流、信息流和资金流的总和或总称。流通业是批发业、零售业和物流业等在内的综合和总称。本书没有把餐饮业相关研究列入，是因为我们与中国烹饪协会每年要出版《中国餐饮产业运行白皮书》。

本书展示的研究成果是我主持的多项研究成果的集合，它包括：中国社会科学院亚洲研究中心资助的课题——《利用信息技术改造零售业：中日比较研究》、中国社会科学院重点课题——《利用信息技术改造传统零售业》、中国社会科学院财贸所重点课题——《规制与竞争：关于外资进入我国流通业的研究》、中国社会科学院国情调研课题——《关于外资进入我国零售业的影响》以及商务部课题《关于国内外消费政策比较研究》。

本书定位为：《现代流通业：资本与技术的融合》，是出于如下考虑：

第一，强调“现代”两个字。这并非有一个明确的时间界限，要确切地划分出何时为传统流通、何时为现代流通。我们加这个“现代”，主要目的在于，提醒我们所处的全球化时代，许多从所未闻的问题会展现在我们面前，所以，我们第一篇着重从全球化的视角，对发达国家与一些流通业发展较快的国家进行了全面剖析，让读者从全新的全球化视角，了解我们所处的流通时代。

第二，如今的流通业，已经告别过去靠人力运作的方式，逐步

走上了资本密集与技术密集的发展道路。当今的流通巨擘，绝对不再是简单地靠扩大经营地盘、靠廉价的劳动力维持其运转。的确，跑马圈地，固然重要，但是，更为重要的是其背后的资本杠杆与技术杠杆。我们试图再次重申与强调：流通业是高资本投入的行业之一，流通业，尤其是零售企业是高科技密集的行业之一。我们在第二篇和第三篇分别从资本的角度与技术的角度进行了分别论述，并且结合大量的案例分析，让读者能够了解在普通店铺背后的资本与技术的力量。

第三，伴随着资本与技术如何与流通业的日益融合，一个必然结果就是“强者更强”，如何应对规模化所带来的垄断问题？如何保证企业之间公平的竞争环境，成为现代流通业的一个不可逾越的话题，尤其是，在中国流通业对外资全面开放之后，如何强化规制、鼓励竞争，日益摆上了议事日程。所以，我们在第四篇论述了发达国家的规制理论、规制政策，探讨了我国游戏规则的制订。

全书由荆林波与甄宇鹏主编，参与编写的人员包括：中国社会科学院财贸所的科研处朱小慧，信息服务与电子商务研究室的孟晔博士，服务经济与餐饮产业研究中心的赵京桥主任、刘波副主任和张琦副主任，流通产业研究室的李蕊博士，广东省江门市城建集团张小龙硕士、美国东北州立大学王翔工商管理硕士，国务院研究室的李辉博士，中央财经大学的孙宝文教授，中国社会科学院研究生院的王红梅和陈秋霞硕士，中国政法大学的崔雷硕士。

我们团队的成长，离不开中国社会科学院财贸所对我们的长期关心与培育。财贸所学术委员会各位新老委员，多次对我们申报的课题给予了大力支持，财贸所的同仁也时常过问我们的研究进展。

我们感谢如下前辈的指导：我的恩师陶珪研究员，是她把我引领上学术研究道路；学部委员高涤陈研究员、张魁峰研究员、唐伦慧研究员、白仲尧研究员、郭冬乐研究员、叶杰刚研究员和宋则研究员，经常在所里交流与指导；感谢中国商经界的老前辈万典武研究员、中国商业经济学会的常务副会长王晋卿教授、吴硕研究员和张采庆研究员，中国人民大学纪宝成校长、黄国雄教授与李金轩教

授，首都经贸大学曹厚昌教授和侯善魁教授，湖南商学院柳思维教授和西安交通大学文启湘教授一直对我们提携与扶持。

感谢商务部廖晓淇副部长和姜增伟副部长、市场运行司、信息化司、商业改革司、政策研究室、市场建设司和服务贸易司等部门的领导给予我们课题研究的支持，感谢国务院研究室陈文玲司长，国务院发展研究中心任兴洲所长，商务部研究院廖建成院长和沈阳副院长，北京工商大学谢志华副校长和洪涛教授，中国人民大学马龙龙教授，清华大学李飞教授，首都经贸大学陈及教授和祝合良教授，山西财经大学原梅生校长和樊而峻副校长，浙江工商大学张仁寿副校长和郑勇军教授，南京财经大学徐从才校长，重庆工商大学王崇举校长，东北财经大学夏春玉副校长，河北经贸大学纪良纲副校长，哈尔滨商业大学王德章副校长和赵德海院长等同行的交流与点拨，深化了我们的研究。感谢相关行业协会的支持，包括：中国烹饪协会常务副会长杨柳博士，中国物流采购联合会常务副会长丁俊发，中国连锁经营协会郭戈平会长、裴亮秘书长和杨青松主任，浙江省市场协会吕振华秘书长和中国商业联合会培训部各位领导，尤其是中国商业经济学会邓冶平副会长和于红生老师。其实，需要感谢的人还有很多，我们这里无法一一列举，还有那些默默无闻的家人、同学和朋友们，他们长期的、无私的奉献一直是我们前进的动力源泉！

最后，我们非常感谢经济科学出版社提供的大力帮助，感谢吕萍主任给我们的指导与帮助，我们双方过去的合作非常愉快，而且他们协助出版的专著获得了相关奖励。希望这次我们的合作，能够给读者带来更多的收获！希望大家把你们的想法与建议反馈到：jinglinbo@sina.com，我们真诚希望大家共同努力推动中国流通业研究的发展！！

荆林波 博士生导师

中国社会科学院财贸所

2007年4月6日



第一篇 流通业的全球视野

第一章 美国流通业发展状况 (3)

美国是世界上最大的经济体,美国的流通业发展对全球的现代流通业的发展具有举足轻重的作用。本章从美国基本经济状况入手,分析了美国的消费状况,介绍了美国网上交易、零售业、物流等行业的发展状况,探讨了支持美国流通业发展的政策环境。

第二章 日本流通业发展状况 (25)

第二次世界大战后几十年,日本流通业的发展成绩令人瞩目。研究认为,日本政府通过制定流通政策,借鉴先进国家经验,结合本国实际推进流通现代化,取得显著成绩,为发展中国家赶超先进国家提供了经验。本章将通过分析日本流通产业发展的历史进程,进而分析日本现代流通产业的发展特点,并对其发展趋势作初步的探索。

第三章 德国流通业发展状况 (47)

德国是世界上经济最发达的国家之一,本章从德国零售业的结构状况进行分析,重点揭示了德国零售业自有品牌的做法与国际化战略,尤其是对麦德龙进行了集中解读,最后,

分析了支撑德国流通业发展的消费政策体系。

第四章 法国流通业发展状况 (68)

法国的流通业一直在国民经济中处于重要地位，本章分析了法国批发业、零售业和电子商务的发展状况，重点剖析了家乐福的全球化道路，最后，从支持流通业的消费环境与政策体系进行了论述。

第五章 部分国家流通业发展状况 (94)

在美、日、德、法发达国家之外，有些国家的流通业发展仍然值得我们关注。我们选取了韩国、墨西哥和俄罗斯等国家，从不同层面介绍了这些国家流通业的发展状况，特别是分析了这些国家的流通业相关环境、外资进入的得失与政策引导。

第二篇 中国流通业与资本的融合状况

第六章 中国流通业的快速发展 (117)

中国流通业的发展令世人瞩目，正如外国众多经济学家无法解读“中国经济增长之谜”一样。本章从我国社会商品零售总额入手，对连锁经营方式的发展、商品市场在中国发展的状况与业态模式和中国物流产业的发展状况进行了探讨，最后，对2006年进行了点评与2007年做了展望。

第七章 中国流通业与资本的融合 (144)

中国流通业一直受到资本的追逐。本章我们首先分析外资进入我国流通业的历程，介绍我国目前国内连锁百强的经营状况，最后，对国美与苏宁之争，做了全面评述。我们要切记：一只小鸡加一只小鸡不等于一只雄鹰。家电连锁老大+家电连锁老三+N企业仍然等于一个未知数X，而绝对不是“国美+永乐= ∞ ”这样一个标语式口号。美国学者曾经精辟地

指出：“大肆宣传的规模经济从来没有完全达到当初认为可以达到的效果。”也正如，通用汽车公司传奇人物艾尔弗雷德·斯隆所说的：“我们正在享受规模过大造成的惰性之苦。”

第八章 外资进入中国流通业引发的问题 (169)

如何评价外资进入我国对我国经济及其流通业的影响呢？国内外的学者对此问题进行了广泛的讨论。根据世界银行的研究模式，外商直接投资与一国经济增长的内在联系，可以从就业创造、贸易扩张、技术升级和增长促进来考察。我们试图按照这个研究范式对外资进入我国流通业做一个全面剖析，并且对目前关注的核心问题进行了探讨。

第三篇 中国流通业与技术的融合状况

第九章 利用信息技术改造传统流通业 (197)

在研究中国如何利用信息技术改造流通企业问题时，不能企望一次再造或者一个软件能够完全解决中国流通企业目前存在的所有问题。再造中国流通企业涉及一个企业的资产状况、公司治理结构、高层管理人员素质、内部组织、管理水平、营销战略、考核体系以至于整个经济体制和运行监管体制。这些制约因素作为变量，构成了一个巨大的求解方程，某个变量的变化，都会直接影响方程的结果。因此，构建中国流通企业的竞争力必然是一个系统工程，需要我们循序渐进，持之以恒。

第十章 信息技术条件下供应链商务风险及其管理 (208)

20 世纪 80 年代以后信息技术的飞速发展与国际市场环境的不断变化，促使企业的商务运作模式也发生了根本性的变革。供应链作为一种新型的企业间联合方式，在适应新形势，解决原有问题的同时，也带来了新的问题与风险，目前介绍供应链管理变革的文章较多，但是专门研究供应链风险特

别是供应链带来的商务风险的文章还很少，本章就是要探讨供应链管理新模式给企业带来的新风险，并寻找合适的管理与控制风险的方法。

第十一章 7-eleven 发展状况及其信息化改造 (240)

7-eleven，这个全球最大的连锁便利店，是零售业领域特许经营的典型代表。本章介绍了 7-eleven 的发展历程，对比介绍了它在美国与日本的发展状况，着重对信息化改造与信息技术应用做了分析。

第十二章 百货店的信息化之路 (254)

百货店是经营差异化最大的零售业态之一，如何利用信息技术提高对个性化需求的满足，成为目前百货店必须关注的核心问题。本章对百大集团、王府井集团和中兴—沈阳商业大厦（集团）进行分别扫描，期望对其他百货店的信息改造提供借鉴。

第十三章 超市的信息化之路 (270)

由于超级市场相比百货业更强调标准化经营，因而在与外资竞争中，外商利用其先进的管理技术，通过规模化经营，更易于占领标准化管理的领域。外资企业是如何保持信息化优势呢？中资企业如何突破信息化“瓶颈”呢？本章引入了伊藤洋华堂、华润万佳和宏城超市等三个案例，试图探讨超市的信息化变革路径。

第十四章 资本与技术：支撑联华扩张 (288)

以联华超市为代表的连锁企业，是目前我国发展速度最快的零售企业之一。它的迅速崛起，打破了国内零售业数十年来由传统百货商店一统天下的旧格局。我们这里分析联华超市的案例，尽管有些是过去发展的历程，但是，我们希望探索中国零售企业发展之路，寻求零售企业发展

背后资本与技术支持的轨迹。

第四篇 规制与竞争：永恒的话题

第十五章 美国、日本、智利与巴西的流通规制 (309)

本章选择了美国、日本、智利和巴西等国家，对这些国家在流通业规制方面的做法进行了梳理，我们希望通过对美国和日本的分析，了解发达国家规制体系形成的轨迹，而通过对智利和巴西国家的分析，把握发展中国家的应对措施。

总结 对零售市场进行规制的必要性分析 (332)

主要参考文献 (342)

第一篇 流通业的全球视野

第一章 美国流通业发展状况^①

美国是世界上最大的经济体，美国的流通业发展对全球的现代流通业的发展具有举足轻重的作用。本章从美国基本经济状况入手，分析了美国的消费状况，介绍了美国网上交易、零售业、物流等行业的发展状况，探讨了支持美国流通业发展的政策环境。

一、美国基本经济状况

美国是世界上最大的经济体，经济总量大约占了世界的 30%。中国是世界第三大贸易国。中国的进口额占国民生产总值（GDP）的 30%，相当于美国的 2 倍、日本的 3 倍。中国也是世界第二大外国直接投资（FDI）的接受国，累计接受外国资本高达 6000 亿美元。外国直接投资在其 GDP 中所占的比例近 33%，是美国的 3 倍、日本的 18 倍（见表 1-1）。

表 1-1 中国与美国基本状况对比

指标名称	中国	美国	中国:美国
2005 年国内生产总值 (GDP)	2.229 万亿美元	12.455 万亿美元	1:5.9
2005 年人均国内生产总值	1740 美元	41900 美元	1:24
2005 年外国直接投资	603 亿美元	1060 亿美元	1:1.8

① 本章执笔人：甄宇鹏、陈秋霞和张琦。

续表

指标名称	中国	美国	中国:美国
2005 年人口	13.0756 亿	2.9729 亿	4.4:1
国土面积	960 万平方公里	980.9 万平方公里	1:1.02
研究开发投入	2004 年 186.01 亿美元	2003 年 2845.8 亿美元	1:15.3
研究开发投入占 GDP	2004 年 1.31%	2003 年 2.59%	1:2
2001 年平均受教育	10 年	16 年	1:1.6
文盲占总人口比例	2001 年接近 12%	—	
教育投资占 GDP	2003 年 3.4%	2004 年 6.2%	1:1.8
2005 年服务贸易出口	744 亿美元	3533 亿美元	1:4.7
服务贸易进口	838 亿美元	2887 亿美元	1:3.4
货物出口	7620 亿美元	8925 亿美元	1:1.2
货物进口	6601 亿美元	16746 亿美元	1:2.5

资料来源:世界银行、美国国情咨询报告、国家统计局。

二、美国消费状况

一般情况下,发达国家的消费率比发展中国家的消费率高,因为发展中国家需要更多的资本积累。在西方发达国家总需求的总量和增量计算中,固定资产投资约占 1/3 的份额,而消费支出则占 60%~70%,消费对经济增长的贡献大于投资。

总的来看,美国是消费经济主导型的国家,具体体现在:

1. 居民个人消费支出占国民生产总值的 70%,消费需求是经济增长的一个重要拉动因素。在美国的国内生产总值统计中,消费支出包括个人消费支出和政府购买支出。个人消费支出以个人可支配收入为基础。

根据美国商务部统计,2005 年美国私人消费开支增长 3.6%,其中,耐用品开支增长率为 4.4%,非耐用品和服务的开支分别增长了 4.4% 和 2.9%。2005 年第一季度和第二季度个人消费支出对 GDP 的贡献率分别为 3.8% 和 3.4%,超过了 2002~2004 年的水平

(见表 1-2), 个人消费支出依然对经济增长起着重要的拉动作用。

表 1-2 2002~2004 年美国 GDP 和个人消费支出的增长率

及个人消费支出对经济增长的贡献

单位: %

年 份	2002		2003		2004	
项 目	增长率	对经济增长的贡献	增长率	对经济增长的贡献	增长率	对经济增长的贡献
国内生产总值	1.9	—	3.0	—	4.4	—
个人消费支出:	3.1	2.14	3.3	2.29	3.8	2.65
耐用消费品	6.5	0.56	7.4	0.63	6.6	0.56
非耐用消费品	2.6	0.51	3.7	0.73	4.6	0.91
服务	2.6	1.08	2.2	0.93	2.8	1.17

数据来源: 国家统计局国际统计信息中心, 2005 年。

2. 美国家庭资产对消费的影响不可忽视, 特别是股市对消费的影响。收入增长是消费增长的重要因素, 居民消费的增长不能简单地归因于收入的增长, 事实上很多时候居民消费的增长速度超过了居民部门收入的增长速度。美国商务部发布的数据显示: 2005 年美国个人消费支出增长率为 6.5%, 个人收入增长率仅为 5.4%。如图 1-1 所示, 1950~1971 年间, 美国家庭部门的金融资产与个

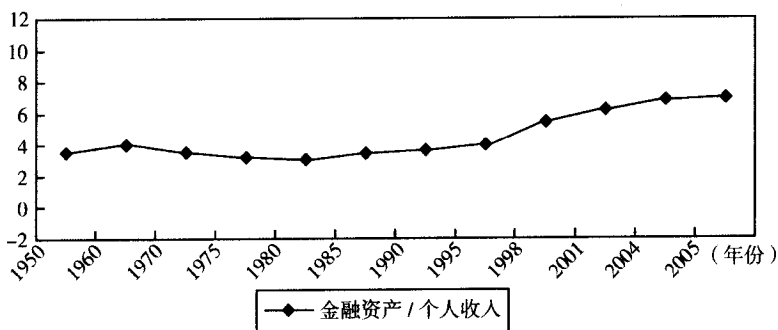


图 1-1 1950~2005 年美国家庭部门的金融资产/个人可支配收入

资料来源: 美国联邦储备局, 2004 年、2005 年金融资产/个人收入比为估算。

人收入的比值维持在4倍左右；1972~1992年，家庭金融资产与个人收入的比值降为3倍；1992年以后，家庭金融资产与个人收入的比例迅速上升，1998年已经超过6倍。

3. 美国是一个低储蓄率的国家。如图1-2所示，1950~1971年，美国储蓄率在8%上下浮动；1972~1992年，储蓄率变化比较大，但都在8%~10%之间；1992年以后，家庭金融资产与个人收入的比例迅速上升，与此同时，储蓄率迅速下降，由1992年的8.2%降低到1998年的2%。到1999年的某一个时候居民部门的储蓄率已下降到了负数，2005年这种情况再次上演，储蓄率降为-0.5%。

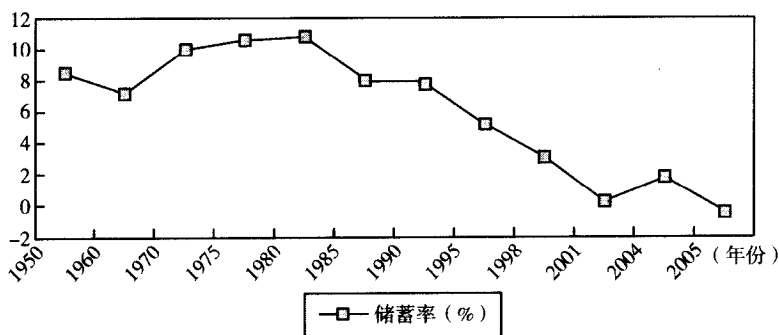


图1-2 1950~2005年美国家庭部门的金融资产/个人可支配收入

资料来源：美国商务部公告，2005年。

4. 美国是一个盛行“消费主义”的国家。美国的高消费被普遍认为归因于“消费主义”盛行。“消费主义”是在美国萌芽、兴起和发展的。从经济意义上讲，“消费主义”表示的是与现代化特别是工业化、城市化的发展相伴而产生的，以满足人们超过基本生活需求之外的“欲求”为特征的大众消费模式；从社会层面上讲，“消费主义”则表达的是伴随这种“大众消费”模式向社会各领域