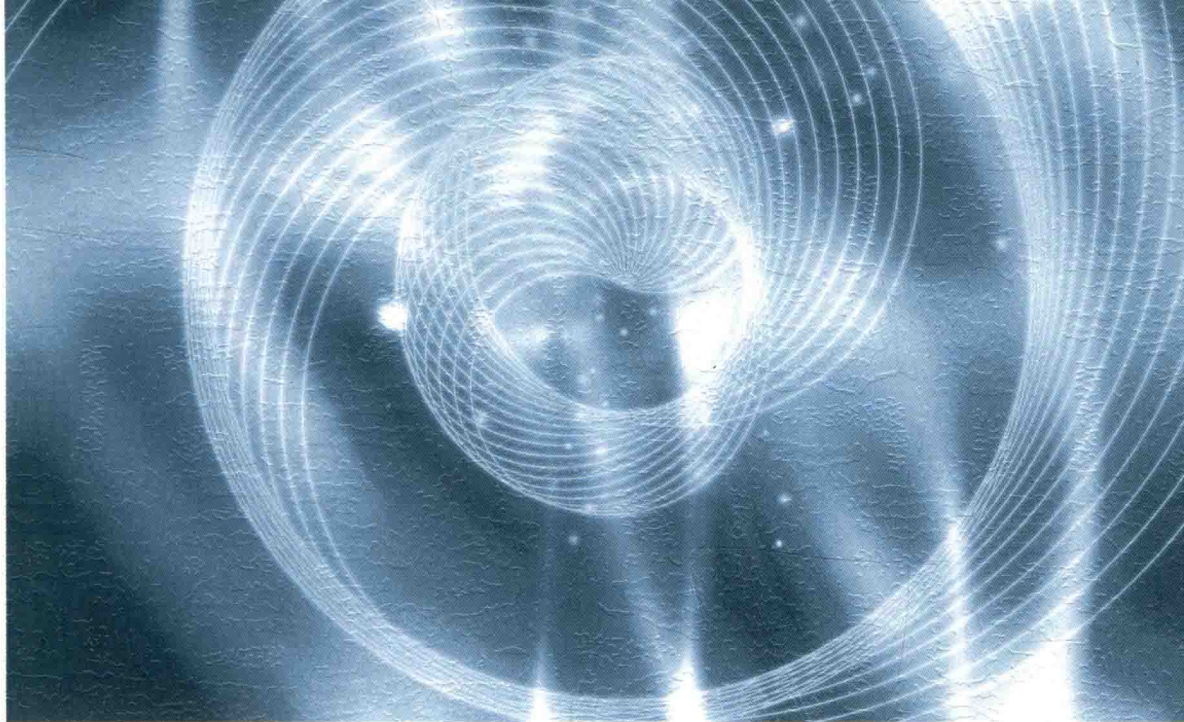
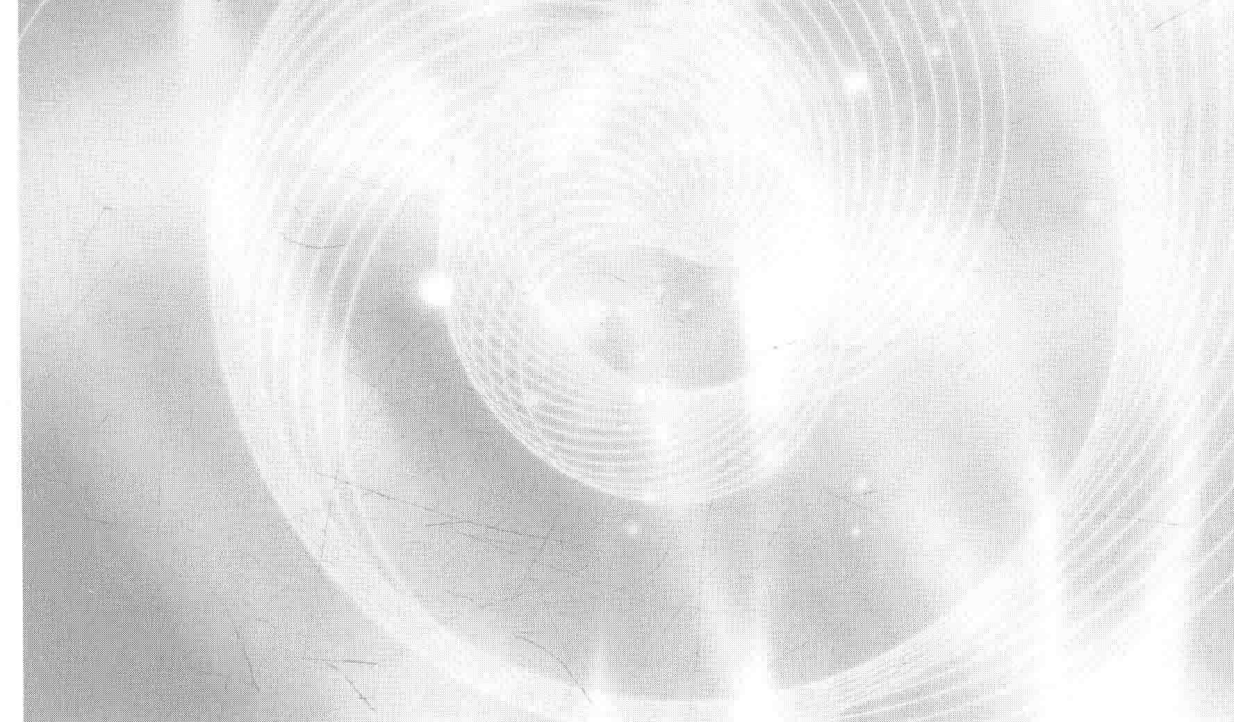




■ 扩大消费长效机制的 消费品流通体系研究

丁超勋 著 ■

中国社会科学出版社



■ 扩大消费长效机制的 消费品流通体系研究

丁超勋 著 ■

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

扩大消费长效机制的消费品流通体系研究/丁超勋著. —北京: 中国社会科学出版社, 2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5161 - 7794 - 5

I. ①扩… II. ①丁… III. ①商品流通—研究—中国 IV. ①F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 051394 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 刘晓红
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 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2016 年 7 月第 1 版
印 次 2016 年 7 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 14.75
插 页 2
字 数 258 千字
定 价 56.00 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营销中心联系调换

电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

河南省哲学社会科学规划项目“河南省农村流通体系促进农村消费的路径和对策研究”（2015CJJ088）；河南科技大学高层次科研项目培育基金“农村流通体系促进农村消费的路径和对策研究”；河南科技大学人文社会科学青年科研基金（2015SQN004）

前 言

当前,我国正处在全面建成小康社会的重要时期,有效需求不足对经济增长的制约作用日益明显。所以,刺激国内消费需求,是扩大内需、保持我国经济平稳较快增长的重要动力。国家“十二五”规划、《国务院深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》等中央文件都明确提出要“建立扩大消费需求的长效机制”。在此背景下,研究我国居民的消费规律,健全我国的消费品流通体系,扩大我国居民的消费需求,就成为人们关注的一个重要课题。本书就是从建立扩大消费长效机制的角度,探讨我国居民消费和消费品流通体系的现状和问题,从定性和定量方面研究流通和消费相互作用的机理,深入分析现有流通政策对扩大消费的作用效果,提出扩大消费长效机制的消费品流通体系建设的总体框架,为我国的消费品流通体系建设提供理论依据和对策建议。

第一,本书对流通体系和扩大消费的关系进行了研究。使用微观分析方法证明了流通体系的存在可以促进均衡价格的下降和消费量的扩大;分析了流通业发展和消费水平的关系,用代表流通业和消费发展水平的指标进行协整分析,并运用 VEC 模型、SVAR 模型对二者关系进行定量研究;基于全国省际面板数据,利用 Panel Data 模型定量分析流通对农村消费、城镇居民消费的影响。分析认为流通和消费存在长期均衡关系,流通体系的健全可以促进消费的扩大。

第二,本书对我国居民消费和消费品流通体系是否存在长效机制进行了分析。分析了我国消费总量、消费率、消费结构等方面的总体状况并分别对城镇居民消费和农村消费进行分析;从总量规模、发展速度、国内外比较等方面对我国流通的现状进行总体描述;以建立扩大消费长效机制为目标,分析我国消费品流通体系存在的问题,寻找流通体系阻碍消费扩大的症结,探讨消费品流通体系健全和升级的路径。

第三,分析了影响我国消费品流通体系发展的各种因素,并建立多元

回归模型分析影响因素的作用的方向和程度,并指出了社区商业体系建设、网络购物体系建设和农村消费品流通体系建设是建立扩大消费长效机制的我国消费品流通体系建设的重点领域。

第四,探讨了建设扩大消费长效机制对消费品流通体系的要求,并构建了扩大消费长效机制的消费品流通体系的总体框架。然后,依照此框架建立了流通体系促进消费的评价指标体系,并使用指标的近十年的时间序列数据,建立基于因子分析的评价模型,得到了波动上升的综合评价序列值。

第五,我国流通体系的新政策实践对扩大消费的作用分析。介绍了我国流通领域的新政策和实践情况,如“万村千乡”、“双百”市场工程、农超对接、新网工程等,总结这些流通工程取得的成绩和存在的问题;对流通领域的新实践扩大消费的效果进行总体评价,认为新政策明显地扩大了居民消费尤其是农民消费,但需要解决政策落实和执行的一些问题,才能将短期的刺激政策演变成为长效的机制。

第六,提出了建立扩大消费长效机制的我国消费品流通体系的对策建议。从消费品流通物流体系、政策体系、信息体系、监管体系、市场体系、业态体系等方面提出针对如何建立具有扩大消费长效机制的消费品流通体系的对策建议。

本书从消费品流通体系的视角探索扩大消费的长效机制,从理论和实际两方面分析了消费品流通体系健全对建立扩大消费长效机制的重要意义。本书的创新之处在于一方面是理论与研究视角创新。(1)详细论述扩大消费长效机制的含义,并从定性和定量两个方面探讨其与现代流通体系建设的关系,基于扩大消费长效机制,提出建设我国消费品流通体系的重点领域。(2)系统地研究流通体系的新实践对扩大消费的促进作用,探讨在流通领域建立扩大消费的长效机制。(3)建立了流通体系促进消费的评价指标体系,并进行了实证分析。创新之处的另一方面是研究方法的集成与创新。(1)利用VEC模型和SVAR模型研究流通业发展水平和消费的关系,在指标和模型选取方面优于现有研究;(2)采用面板数据模型(Panel Data Model)基于全国的省际数据研究流通体系发展对扩大消费的作用;(3)使用多元回归模型研究影响消费品流通体系长期发展的因素;(4)使用因子分析法对流通促进消费的效果进行评价。

丁超勋
2015年9月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景、目的和意义	1
一 研究背景	1
二 研究目的	5
三 研究意义	6
第二节 研究对象的界定	8
一 扩大消费长效机制	8
二 消费品	10
三 流通和流通体系	12
第三节 研究方法	14
第四节 研究内容和技术路线	15
一 研究内容和结构安排	15
二 技术路线	16
第二章 文献综述	18
第一节 国外文献综述	18
一 消费行为及增长理论	18
二 流通渠道和流通组织研究	22
三 流通对经济的影响	24
四 欧美日韩的流通体系和流通政策	27
第二节 国内文献综述	28
一 现代流通体系的研究综述	28
二 流通与消费关系研究综述	36
三 扩大消费长效机制的文献综述	39

四 流通体系新政策实践的相关文献	43
第三节 本章小结	54
第三章 流通促进消费的经济学分析	55
第一节 流通促进消费的微观分析	55
一 基本模型	56
二 市场均衡	57
三 比较静态分析	58
四 结论	60
第二节 流通促进消费的机理阐释	60
一 流通体系通过节约交易成本促进消费	60
二 流通体系通过丰富消费选择促进消费	62
三 流通体系通过传递信息促进消费	63
四 流通体系通过改善消费环境促进消费	63
五 流通体系通过增加就业和收入需求促进消费	64
第三节 流通促进居民消费的实证分析	65
一 向量误差修正模型分析	65
二 结构向量自回归模型分析	73
三 面板数据模型分析	79
第四节 本章小结	85
第四章 我国居民消费和消费品流通体系是否存在长效机制	88
第一节 我国居民消费是否存在长效发展机制	89
一 我国居民消费发展的现状分析	89
二 我国居民消费长效发展存在的问题	99
三 我国居民消费不存在长效发展机制的原因分析	105
第二节 我国消费品流通体系促进消费的状况分析	106
一 传统流通体系解体,现代流通体系初步建立	106
二 消费品流通市场规模扩大,流通主体多元化	108
三 消费品流通渠道模式多元化,批发和零售地位变化	110
四 消费品流通方式多样化,向现代流通发展	112
五 消费品流通基础环境改善,社会环境复杂化	119

第三节 我国消费品流通体系促进消费存在的问题分析·····	122
一 消费品流通的城乡体系分割,难以形成统一的 消费市场·····	123
二 消费品流通体系结构不甚合理,结构调整任重道远·····	124
三 消费品流通体系运作效率不高,制约消费购买力·····	129
四 消费品流通体系整体规划不足,政策歧视严重·····	131
五 消费品流通体系信息化建设不足,影响 消费的现代化·····	132
六 零售业态结构不合理,影响了消费需求扩大·····	133
七 农产品流通体系不健全,渠道不畅阻碍消费扩大·····	135
第四节 本章小结·····	136
第五章 影响我国消费品流通体系发展的因素探析·····	138
第一节 影响消费品流通体系发展的因素分析·····	138
一 影响因素定性分析·····	138
二 影响因素的计量模型实证分析·····	142
三 实证分析结论和启示·····	148
第二节 建立扩大消费长效机制需要关注的流通重点领域·····	148
一 社区商业体系是扩大市民日用品和服务消费的 重点领域·····	149
二 农村消费品流通体系是扩大农村居民消费的 重点领域·····	151
三 网络购物是扩大消费的热点领域·····	154
第三节 本章小结·····	157
第六章 扩大消费长效机制的消费品流通体系总体 框架和评价研究·····	158
第一节 扩大消费长效机制的消费品流通体系的总体框架·····	158
一 建立扩大消费长效机制对消费品流通体系的要求·····	158
二 扩大消费长效机制的消费品流通体系总体框架·····	161
第二节 扩大消费长效机制的消费品流通体系的评价研究·····	164
一 流通体系促进消费评价指标体系的建立·····	165

二	基于因子分析的评价过程·····	168
三	评价结果阐释·····	173
第三节	本章小结·····	175
第七章	流通新政策对建立扩大消费长效机制的作用分析·····	176
第一节	流通体系新政策的内涵和扩大消费的成效·····	176
一	“万村千乡”市场工程的主要内涵和扩大 消费的成效·····	176
二	“双百市场工程”的主要内容和扩大消费的成效·····	179
三	“新网工程”的主要内容和扩大消费的成效·····	181
四	“农超对接”的主要运作模式和扩大消费的作用·····	183
第二节	新政策实施中存在的问题和困难·····	185
第三节	流通新政策对建立扩大消费长效机制的效果评判·····	186
第四节	本章小结·····	187
第八章	建立扩大消费长效机制的消费品流通体系的对策建议·····	188
一	促进流通新政策落实,为扩大农村消费提供 政策倾斜·····	188
二	加大消费品物流体系投入,为扩大消费提供 物质基础·····	189
三	健全消费品流通政策体系,为扩大消费 提供顶层设计·····	191
四	健全消费品流通信息体系,为扩大消费提供 科技支撑·····	194
五	健全消费品流通监管体系,为安全消费提供 洁净环境·····	196
六	健全消费品市场体系,为扩大消费提供活跃的 市场主体·····	198
七	创新流通业态体系,为消费者提供丰富的业态选择·····	200
八	本章小结·····	202

第九章 结论和展望.....	203
第一节 研究结论.....	203
第二节 研究展望.....	205
附 录.....	206
参考文献.....	212
后 记.....	225

第一章 绪论

第一节 研究背景、目的和意义

一 研究背景

改革开放以来,我国经济增长的动力主要来自投资和出口,对消费的关注较少。这种发展方式存在诸多弊端,直接导致我国在面对金融危机的冲击时,出口水平有较大波动,投资增长的动力也不持久,所以需要改革经济增长的方式。目前,我国正处在全面建成小康社会的重要时期,有效需求不足对经济增长的制约作用日益明显。扩大内需是我国当务之急,但是长期以来国内消费不尽如人意,居民的消费支出与国民经济的增长不成比例,消费对 GDP 的拉动作用没有很好体现,国内消费需求不足已成为制约我国经济持续健康发展的重要障碍。数据显示,2000—2010 年的 10 年间,我国最终消费率从 GDP 的 62% 降至 47%,居民消费从 46% 降至 34%,远远低于世界平均 60% 以上的水平。因此,应当转变发展方式,努力扩大我国城乡居民的消费水平,把我国建设成为一个强大的消费国家。所以,刺激国内消费需求,建立扩大我国居民消费的长效机制,是扩大内需、保持我国经济平稳较快增长的重要动力。在此情况下,研究我国居民的消费规律,以先进流通技术和管理理念为基础健全我国的消费品流通体系,扩大我国居民的消费需求,最终促进国民经济的可持续发展,就成为人们关注的一个重要课题。

“十二五”时期,我国实行较为宽松的货币政策,并出台了一系列促进刺激消费的政策,住房、汽车、家电成为扩大内需背景下的三大消费热点。但是目前的情况有了新的变化,在“十二五”末期这些政策的刺激效益在递减,扩大消费需求面临重大挑战。

中共十七届五中全会明确提出：“要坚持扩大内需战略、保持经济平稳较快发展，加强和改善宏观调控，建立扩大消费需求的长效机制，调整优化投资结构，加快形成消费、投资、出口协调拉动经济增长的新局面。”《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》中也明确提出“建立扩大消费需求的长效机制。把扩大消费需求作为扩大内需的战略重点，进一步释放城乡居民消费潜力，逐步使我国国内市场总体规模位居世界前列”。十八大报告中也指出：“要牢牢把握扩大内需这一战略基点，加快建立扩大消费需求长效机制，释放居民消费潜力，保持投资合理增长，扩大国内市场规模。”《国务院深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》（国发〔2012〕39号）、《国内贸易发展“十二五”规划》（国办发〔2012〕47号）中更是明确地指出：“既要紧密结合当前需要，着力降低流通成本，又要注重长远发展，建立流通引导生产、促进消费的长效机制。”中共中央的这些战略部署，透露出我国经济发展的动力将向消费侧重，流通产业将大有可为。正是在这样的背景下，本书探讨如何通过对现有消费品流通体系的改造和提升、采取怎样的政策措施激发消费品流通体系的活力来扩大国内消费需求的问题。

2015年5月25日，商务部等10部门联合印发《全国流通节点城市布局规划（2015—2020）》，确定了石家庄、郑州等37个国家级流通节点城市，唐山等66个区域流通节点城市以及“三纵五横”国家骨干流通大通道。通知称，规划目的是加快构建全国骨干流通网络，努力提升流通节点城市功能，更好发挥流通产业的基础性和先导性作用，进一步释放消费潜力。^①

根据国家统计局的数据，目前我国的人均GDP已经超过了7000美元，在2014年达到7485美元，根据国际经验，已经进入居民消费加速升级和转型的阶段。这个阶段居民消费由原来的简单数量增长演变为数量增长与质量提高并行，消费结构向更高层次转化，生存资料消费比重进一步降低，享受和发展资料消费比重上升，消费结构的变化越来越体现以人为本和生活质量的显著改善。其表现特征为，各种高档耐用消费品如汽车、住房、家电、电脑、现代通信商品等有效需求逐步上升，对服务消费如餐

^① 商务部：《国家大通道图纸曝光，37城获大利好》，腾讯财经（http://finance.qq.com/a/20150602/008673.htm?pgv_ref=aio2015&ptlang=2052）。

饮、旅游、家政服务、保险等的需求和质量要求意识大为提高等。

“十二五”时期,我国居民消费领域的基本特征是^①:

(1) 城镇消费是国内消费的重点区域。城镇是消费工业品和服务业产品的载体。我国城镇化率已经超过 50%,更加注重居民生活质量提高的民生型城镇化将成为我国城镇发展的战略选择。我国目前居民消费的“主力军”是中等收入的居民阶层群体,而中等收入的居民居住在城市数量庞大,是城市消费的主力,其消费性支出总量已经占到城市居民消费总量的 50% 以上。所以在新型城市建设的过程中,必须高度重视商业网点规划,合理布局超市、便利店、餐饮、家政服务、生活用品租赁、干洗店、文化用品商店等与居民密切相关的服务网点,以满足居民消费需求。

(2) 农村居民消费水平得到大幅度提高,城乡居民消费差距缩小。城乡居民消费差距是目前我国居民消费领域最重要的差距。这种差距是由我国城乡的二元经济结构决定的,农村居民的消费水平至少要落后于城市居民十年以上。“十二五”时期,随着城镇化建设的推进和国家对“三农”问题的政策倾斜和资金投入,一部分农村居民将转化为城市居民;另一部分不离本土的农村居民将大幅度地得到国家“三农”政策的实惠,收入水平有望大幅度增加,消费环境将得到极大改善。

(3) “80 后”、“90 后”与“银发族”成为新兴消费群体。根据第六次全国人口普查资料测算,目前我国 1980 年以后出生的人口约为 4.2 亿人,约占总人口的 31.4%;普查资料同时显示:目前我国 60 岁及以上的“银发族”人口为 1.78 亿人,占总人口的 13.3%,预计到 2015 年将达 15% 以上。这两部分人口已成为我国新兴消费群体,消费潜力巨大。必须顺应人口结构变化的趋势,研究这两部分消费群体的消费心理与消费特征,大力引导生产和营销企业生产和开发分别适合这两部分群体的消费产品 and 市场。

(4) 品牌消费将成为未来消费品市场的主旋律。随着我国居民消费结构不断优化和升级转型,消费者尤其是城镇居民日益崇尚消费品品牌。今后我国的消费品市场必将延续近年来品牌消费占据主流的发展趋势。有例为证,据中国行业企业信息发布中心对全国重点消费品市场的年度统计

^① 王智:《对当前我国居民消费和消费品市场走势的基本判断》,《调研世界》2011 年第 11 期。

调查表明,2010年,市场销售量前10位的品牌平均市场占有率达66.3%。

(5) 网络购物、目录销售、个性化定制消费、刷卡消费将成为主流消费方式。随着消费群体结构的变化、消费观念的转变、生活节奏的加快和信息化水平的提高等,我国居民的消费方式正由传统的店铺式向无店铺式转变、由现金支付向刷卡支付转变,消费需求由单一化、大众化朝多元化、差异化、个性化方向发展。网络购物(含电子商务)、目录销售、个性化定制消费等新型消费方式将得到快速发展。随着经济的快速发展和信息化水平的不断提高,“电子商务+快递”不仅为广大消费者带来实惠和方便,而且这种“门对门”的服务方式也极大地改变了许多消费者尤其是年轻的消费者的消费习惯。

(6) 服务消费、汽车消费、电子信息消费将成为居民消费升级转型的重要方向。随着居民收入水平的逐步提高,我国居民消费正从以衣食消费为主的生存型向以追求生活质量的享受型、舒适型转变,这也为居民消费结构优化和升级转型提供了强大基础。

(7) 绿色低碳、节能环保将成为新的消费模式。随着社会的进步,绿色低碳经济给社会生产和居民生活带来了深刻的影响,越来越多的消费者倾向于选择绿色健康和节能产品。

近年来,商务系统着力通过建立和完善现代流通体系扩大消费。

一是完善促进便利消费的流通体系。在农村继续实施“万村千乡市场工程”等重点项目,标准化农家店已覆盖75%的行政村。在城市加大社区商业建设,新建改造城市便民菜市场已覆盖20%的城市。创建“国家电子商务示范城市”、“国家电子商务示范基地”和“电子商务示范企业”,促进电子商务普及应用,引导网络购物等新型消费业态健康发展。引导流通企业与金融机构合作,简化手续,降低个人信用消费成本。支持有条件的地区开展“零手续费、零首付、低利率”的信用消费优惠政策试点。

二是完善促进实惠消费的流通体系。在9个城市开展现代物流技术应用和城市共同配送试点。在36个城市开展了农产品现代流通综合试点和“南菜北运”、“西果东送”试点等工作。改造提升了7家农产品批发市场,41家农贸市场和164家农产品流通企业的农产品流通基础设施;在40多个大中城市开展“农超对接”。推动20多个省市开展蔬菜“直供直

销”试点。在大城市普遍实行“农批对接”。在主要产销区建设了65个产地集配中心和12个销地交易配送专区。

三是完善促进热点消费的流通体系。积极扩大品牌销售,确定了一批品牌促进体系建设试点项目和品牌消费集聚区联系点。继续组织实施“振兴老字号工程”,累计将1128个老字号品牌列入中华老字号名录。扩大居民服务消费,累计支持164个大中城市建设家政服务中心,培育近300家运作规范的家政服务企业,培训家政服务员约100万人。“早餐示范工程”共支持新建或改造99个主食加工配送中心、1.8万多个固定早餐网点。推进融资租赁、典当、拍卖业发展。

四是完善促进循环消费的流通体系。支持24个城市开展再生资源回收试点工作和12个省开展区域性再生资源回收利用基地建设,支持13个试点省市开展报废汽车回收拆解体系建设、10个试点省市开展二手车交易市场升级改造。确定249家企业作为第一批流通领域节能环保“百城千店”示范企业。组织开展三绿工程示范项目试点工作,推广绿色采购,培育绿色市场,引导绿色消费。

五是完善促进安全消费的流通体系。在35个城市和5家企业积极推进肉类、蔬菜、中药材、酒类流通追溯体系建设。组织开展打击侵权假冒活动,健全市场监管和“放心肉”服务体系。开展生猪定点屠宰资格审核清理工作。大力推动诚信体系建设,在10个城市开展商务诚信建设试点,会同15个单位开展“诚信兴商宣传月”活动。

二 研究目的

如何扩大居民的消费需求一直是我国社会各界人士十分关注的问题,建立扩大消费需求的长效机制也是国内学者十分关心的问题。

扩大居民消费通常可以采取的措施有:增加城乡居民收入,调整分配格局,是促进消费需求,提高消费率的重要手段;稳定收支预期,建立居民消费信心;破除陈旧消费观念,积极发展消费信贷,促进消费结构升级;加快调整具体的消费政策,建立良好的市场秩序,让消费者乐于消费;投资改善消费环境,完善消费品供给。^①而消费品流通体系的建立和完善被认为是扩大我国消费需求的持久动力和重要前提。

^① 刘国光:《促进消费需求提高消费率是扩大内需的必备之路》,《财贸经济》2002年第5期。

本书就是从建立扩大消费长效机制的角度,深入探讨我国消费品流通体系的现状和问题,从定性和定量两个方面研究流通和消费相互作用的机理,对现有的流通政策和措施对扩大消费的作用进行评价,从流通领域寻找建立扩大消费长效机制的突破点,为我国的消费品流通体系建设提供理论依据和措施建议。目的在于:

第一,利用现代经济学理论和分析方法、流通业和消费的基本理论,建立现代流通体系和扩大消费之间相互影响的分析框架。

第二,实证分析流通业发展和流通体系的健全对扩大消费的影响和促进作用,深入研究流通领域政策措施对扩大消费的作用和贡献,为学界提供进一步研究的经验数据。

第三,通过理论和实证研究,寻找通过消费品的流通体系建立扩大消费长效机制的途径和突破点,提出扩大消费长效机制的消费品流通体系的总体框架,评价流通体系促进消费的效果,为政府提供对策建议。

三 研究意义

建立扩大消费的长效机制,是转变经济发展方式的必然选择,有利于实现以内需为主导的大国经济的发展战略。近年来,我国经济增长的一个日益突出的特点就是过分依赖投资和出口,尽管高投资能够对经济带来明显的带动作用,但是投资过度引发的产能过剩、生产和消费结构失衡,容易导致国民经济的剧烈波动。高投资、高出口、低消费的经济动力格局导致了资源高消耗、环境高污染、贸易高顺差、消费低水平的无后劲、不可持续增长和发展模式。如果我们把国民经济的发展从主要依靠投资与出口拉动回归到依靠消费、投资、出口协调拉动,消费贡献率达到70%左右的世界平均水平,消费需求必然成为影响经济发展的主要因素,成为拉动经济发展最基本的、最长久的动力。^① 建立扩大消费需求的长效机制,有利于实现以扩大消费为战略重点的扩大内需战略。我国是拥有14亿人口的最大发展中国家,人均消费水平比较低,城乡、区域发展不平衡,扩大内需具有广阔的市场空间。今后相当长一个时期,我国工业化、城镇化快速发展,必将为经济发展开辟更加广阔的内需空间。所以,研究建立扩大消费的长效机制的路径具有一定的战略意义。

在扩大内需以保持国民经济健康发展的背景下,建立扩大消费需求的

^① 文启湘、张慧芳:《论构建扩大消费的长效机制》,《消费经济》2011年第1期。